

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

PERSPECTIVE DIRECTIONS OF INCREASING THE TOURISM ATTRACTION OF THE REGIONS OF UKRAINE

Мамотенко Д.Ю.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного туризму,
Запорізький національний технічний університет

Бут Т.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного туризму,
Запорізький національний технічний університет

Mamotenko Dar'ya

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Department of International Tourism
Zaporozhye National Technical University

But Tetyana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Department of International Tourism
Zaporozhye National Technical University

Стаття присвячена дослідженню перспективних напрямів підвищення туристичної привабливості регіонів України. Продемонстровано поступове відродження туристичної галузі з 2016 року, але перевага віддається відпочинку за кордоном (це негативно впливає на розвиток економіки України). Специфіка регіонів визначає можливість використання в кожному конкретному випадку для розвитку сфери туризму певного набору методів та стимулів, що зумовлені на державному рівні, але відповідальність за формування й ефективне їхнє використання повинна покладатись на місцеві органи влади. Досліджено стратегічні напрями підвищення туристичного іміджу кожного регіону України. Для підвищення туристичної привабливості регіонів України запропоновано створити систему інформаційно-аналітичного забезпечення туристичної діяльності, прискорити процес модернізації організаційно-економічних засад державної підтримки туристичної сфери.

Ключові слова: туризм, економічний розвиток, регіон, стратегія, імідж, перспективи.

Статья посвящена исследованию перспективных направлений повышения туристической привлекательности регионов Украины. Продемонстрировано постепенное возрождение туристической отрасли с 2016 года, но предпочтение отдается отдыху за рубежом (это отрицательно влияет на развитие экономики Украины). Специфика регионов определяет возможность использования в каждом конкретном случае для развития сферы туризма определенного набора методов и стимулов, которые обусловлены на государственном уровне, но ответственность за формирование и эффективное их использование должно полагаться на местные органы власти. Исследованы стратегические направления повышения туристического имиджа каждого региона Украины. Для повышения туристической привлекательности регионов Украины предложено создать систему информационно-аналитического обеспечения туристической деятельности, ускорить процесс модернизации организационно-экономических основ государственной поддержки туристической сферы.

Ключевые слова: туризм, экономическое развитие, регион, стратегия, имидж, перспективы.

The article is associated with the prospective development of promising areas of tourist attraction in the regions of Ukraine. It is shown by the act of introducing a touristy gallery from 2016 to a rock, ala preference and a cordon behind the cordon (the price is negatively negative for the development of the economy of Ukraine). Specifics of Regions are attributed to the perception of a using in case of a specific skin for the development of a sphere of tourism to the vocal set of methods pertaining to stimuli, which are based on the state-owned, ala for the form of effective

search for a new line. It is established, that Ukraine has settled in one of the three countries in Europe for the most important natural and historical and cultural resources. For the results of tourist flows and tourism, you're ready to take a tour of tourist activities in Ukraine and in the tourist regions of the country mid-year lands. Investigated strategic strategy directly to the tourist image skin region Ukraine. The author substantiates the creation of new tourist products, increase of volumes of realization of tourist sanatorium services, attraction of a large number of tourists, visits to the region for the purpose of rehabilitation after treatment, development of a tourist medical and recreation base, improvement of the quality of provision of tourist services. For the tourist tourism in the regions of Ukraine, it is necessary to establish a European development of the program and program programs, which are connected with the development of information and communication and technology, and my way. Promising direct development of tourist of the territory, stem of the system of information and analytical issues of tourist activity, attuned to the process of modernity of the environmental ambitions of the state-of-art work of the same year, the flow of the beautifully organized and economical.

Key words: tourism, economic development, region, strategy, image, prospects.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі провідні держави надали належну оцінку перевагам розвитку туристичної галузі, адже туризм сприяє зростанню зайнятості, диверсифікації економіки (сфера туризму та курортів пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей), підвищує інвестиційну привабливість національної економіки, сприяє збереженню та розвитку культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами та народами, сприяє збереженню екологічно безпечного довкілля. Відповідно до цього актуальним є дослідження напрямів стимулювання економічного та соціального розвитку регіонів України за рахунок активізації туризму країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення питань, пов'язаних з економічним впливом сектору туристичних послуг, набуло широкого висвітлення в науковій літературі, зокрема в працях таких дослідників, як В.Ф. Кифяк [1], В.М. Зайцева, Т.В. Бут, С.В. Гресь-Євреїнова, С.В. Николенко, А.П. Безхлібна [2; 3; 5], М.Г. Бойко [4].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак проблемам вияву впливу туризму на економічний та соціальний розвиток регіонів України й визначення його перспектив не приділяється достатньої уваги.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження перспективних напрямів підвищення туристичної привабливості регіонів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) частка туризму у світовому ВВП складає близько 10%, а на міжнародний туризм припадають 7% загального обсягу світового експорту та близько 30% світового експорту послуг, кожне 10 робоче місце у світі належить сфері туризму. У світі за 2017 рік здійснились 1 323 млн. туристичних подорожей, з яких понад 51% – у межах Європи. Прогнозується, що до 2030 року кількість міжнародних туристичних відвідувань зросте до 1,8 млрд. [6].

Протягом останніх 5 років у країнах ЄС витрати на закордонні поїздки на свята зросли на 25%, тоді як кількість ділових поїздок збільшилась лише на 16%. Відпочинок туристів у міс-

тах збільшився на 47%, на морі – всього на 12%, а відпочинок у сільській місцевості, навпаки, зменшився на 10% [7].

Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами. Так, курортні та рекреаційні території нашої країни становлять близько 9,1 млн. га (близько 15% усієї території). На державному обліку перебуває понад 130 тис. пам'яток, з яких 57 206 пам'яток археології, 51 364 пам'ятки історії, 5 926 пам'яток монументального мистецтва, 16 293 пам'ятки архітектури та містобудування. Також в Україні функціонує 61 історико-культурний заповідник, а експлуатаційні запаси мінеральних вод дають змогу використовувати їх в обсязі понад 64 тис. куб. м на добу. У туристичній галузі України на постійній основі працює понад 200 тис. осіб та близько 1 млн. осіб сезонно. Україна нині використовує менш ніж третину від наявного туристичного та рекреаційного потенціалу, причиною чого є те, що до останнього часу розвиток туризму розглядався в Україні як другорядний, а дії влади щодо його організаційно-економічної підтримки були безсистемними. В регіонах України розвивався переважно виїзний туризм, що сприяло розвитку іноземних туристичних компаній, частково – «зелений», рекреаційний та культурно-історичний туризм.

Виходячи з аналізу динаміки (рис. 1), можемо стверджувати, що в нашій країні, на жаль, ситуація є нестабільною, але спостерігаються позитивні моменти, наприклад у 2000–2014 роки туристичні потоки зростали щороку, але навесні 2014 року після анексії Криму Російською Федерацією та значної фінансової кризи туристична галузь занепала.

Незважаючи на це, у 2016 році відбувалось поступове відродження туристичної галузі, її потоки зросли на 6,77% (до 13,3 млн. осіб). На жаль, вітчизняні туристи віддають перевагу відпочинку за кордоном, що негативно впливає на розвиток економіки України [8].

За результатами аналізу виїзного та в'їзного туризму з'ясовано, що він суттєво збільшується ледь не щороку, в результаті чого покращується діяльність туристичної галузі, відповідно, наси-

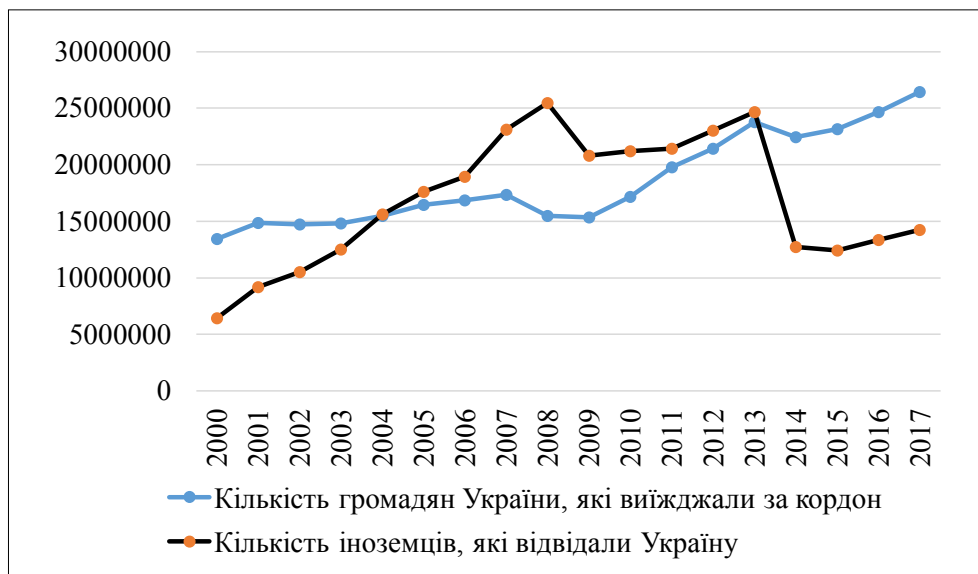


Рис. 1. Туристичні потоки України (осіб) за 2000–2017 роки (дані за 2014–2017 роки наведені без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях) [8]

чується туристичний кошик, підвищується зацікавленість іноземців нашою державою.

Згідно з даними джерела [8] у 2017 році збільшилась кількість туристичних продуктів, відповідно, галузь стає більш привабливою для інвестицій та інвесторів, збільшується кількість робочих місць та туристичних підприємств.

Як стверджує WTTC "Travel & Tourism Economic Impact 2017 Ukraine", прямі надходження від подорожей та туризму за 2016 рік становили 1,4 млрд. дол. США, інакше кажучи, майже 1,5% ВВП. Спостерігається тенденція до покращення також протягом 2017–2027 років до 1,9 млрд. дол. США, або 1,7% ВВП у 2027 році. Говорячи про туризм загалом, зазначаємо, що надходження від нього у 2016 році сягнули позначки в 5 млн. дол. США, або 5,6% ВВП, прогнози ж свідчать про збільшення на 3,4% у 2018 році та близько 2,9% щорічно до 2027 року, в еквіваленті до 7,0 млрд. дол. США, або 6,2% ВВП у 2027 році [9].

Створення системних та комплексних передумов для розвитку туризму й курортів в державі має стати одним з пріоритетних напрямів прискорення економічного зростання країни, деякі кроки щодо чого вже відбулись. Наприклад, Указом Президента України від 12 січня 2015 року № 5 схвалено «Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»» (ДСРР-2020), метою якої є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід держави на провідні позиції у світі. Задля цього рух уперед здійснюватиметься за чотирма векторами, такими як розвиток, безпека, відповідальність, гордість. В рамках названих векторів руху передбачена реалізація реформ та програм розвитку держави, зокрема

програми розвитку туризму. Серед першочергових визначено також реалізацію Програми популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. Зокрема, ця програма фокусуватиметься на забезпеченні формування й просування бренд-меседжів про Україну, серед яких Україна є країною, привабливою для туризму, що має визначні культурні та історичні традиції [10].

Крім ДСРР-2020, діяльність туристичної та рекреаційної сфер визначається Законом України «Про туризм» та Законом України «Про курорти», в яких регіональну специфіку функціонування сфери туризму унормовано недостатньою мірою. У стані розгляду перебуває проект Закону України «Про землі рекреаційного призначення», в якому регіонам приділено дещо більшу увагу.

Важливим кроком розвитку регіонів за рахунок туризму є затверджена стратегія розвитку туризму й курортів до 2026 року [11], метою реалізації якої є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів та держави загалом, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку та консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Усі регіони України мають можливість для розвитку туристичного бізнесу, однак через різні історичні та ландшафтні передумови існує значна регіональна диференціація за видами

туризму. Ці особливості повинні бути враховані під час планування проектів та програм, спрямованих на більш повне використання наявного туристичного потенціалу та забезпечення його доступності для споживачів.

Чинні стратегії розвитку регіонів України приділяють різну увагу туристичній та рекреаційній сферам. Розглянемо детальніше зміст туристичного акценту у стратегіях розвитку кожного регіону.

Туристична галузь набуває все більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери у Вінницькій області. Основним завданням є формування сучасної конкурентоспроможної туристичної індустрії Вінницької області, спроможної задовольнити потреби іноземних та вітчизняних громадян в туристично-рекреаційних послугах [12]. Так, згідно з даними Головного управління статистики у Вінницькій області, туристичні послуги у Вінницькій області у 2016 році надавали 30 ліцензованих підприємств (туроператорів) та близько 38 туристичних агентів. Дохід від надання туристичних послуг у 2016 році порівняно з 2015 роком збільшився на 45,1%, становлячи 27,4 млн. грн. Суб'єктами туристичної діяльності області за цей період реалізовано 14,0 тис. туристичних путівок на суму 239,9 млн. грн. Середня вартість туристичної путівки у 2016 році порівняно з 2015 роком зросла на 41,1% (з 12 320 грн. до 17 260 грн.). Туристичний збір за 2016 рік становить 310,4 тис. грн., що збільшився порівняно з минулим роком на 48,1% (за інформацією Департаменту фінансів облдержадміністрації). Кількість туристів – громадян України, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності, становить 27,5 тис. осіб, серед яких 4,2 тис. осіб складають діти віком до 18 років. Для більшості туристів (98,8%) основною метою подорожі була організація дозвілля та відпочинку.

Основними завданнями розвитку туризму Волинської області на всеукраїнському та міжнародному рівнях є ефективне використання наявних рекреаційних ресурсів, забезпечення місцевого населення додатковими робочими місцями, підвищення рівня міжгалузевої співпраці, створення додаткових умов для залучення інвестицій у туристично-рекреаційну сферу [13].

Під час вжиття заходів Програми проводитиметься робота із залучення коштів іноземних та вітчизняних інвесторів для розвитку матеріально-технічної бази туристичної інфраструктури, задоволення потреб галузі у висококваліфікованих кадрах, нарощення обсягів надання туристичних послуг за рахунок збільшення частки в'їзного та внутрішнього туризму, ефективної рекламної-інформаційної діяльності, аналізу тенденцій на ринку туристичних послуг.

Дніпропетровська область досягла високого темпу розвитку та значно випереджає за цим показником інші регіони України. Однак перспективи регіонального розвитку вимагають

постійних цілеспрямованих зусиль. Протягом 30 років територія Дніпропетровської області була однією з найбільш закритих у державі. Зміна суспільної парадигми дає змогу створити нові умови для промоції області, забезпечити використання промоційних ресурсів для формування позитивного іміджу території, підвищення її конкурентоспроможності, а також диверсифікації економіки. Проекти цього напрямку спрямовані на поширення інформації про туристичні можливості області, створення умов для відвідування області якомога більшою кількістю туристів, поліпшення доступності туристичних об'єктів, збереження та розвиток основних туристичних об'єктів [14].

Реалізація Стратегії розвитку Дніпропетровської області має допомогти перетворити туристичну галузь області з досить повільно зростаючої, що має виснажене довкілля та велику асиметрію розвитку окремих територій області, на більш модерну, базовану на інноваціях, активності туристичних підприємств, що ґрунтується на ощадливому використанні природних ресурсів регіону.

Стратегічними цілями формування позитивного туристичного іміджу Житомирської області, що сприятиме збільшенню туристичних потоків, є:

- формування та прийняття мешканцями області туристичного бренду;
- розроблення, виготовлення та поширення на Житомирщині, в Україні та за кордоном якісної та сучасної друкованої продукції, яка ілюструє туристичні пропозиції Житомирської області (буклети, брошури, флаєри, календарики, афіші, плакати, банери тощо), що дасть можливість безперешкодно отримувати інформацію про об'єкти показу, туристичної інфраструктури;
- розроблення, виготовлення та реалізація на Житомирщині сувенірної продукції (статуетки, магніти, брелоки, футболки, кепки, чашки тощо);
- організація веб-постингу (популяризація туристичного потенціалу області через інтернет-сайти, форуми та соціальні мережі за рахунок написання відгуків від першої особи);
- презентація туристичного потенціалу Житомирщини на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах тощо;
- організація всеукраїнських фестивалів на території Житомирщини;
- створення регіональної мережі туристичних брендів (райони, міста, об'єднані територіальні громади);
- створення єдиної інтерактивної мапи туристичних та екскурсійних маршрутів;
- впровадження нової концепції інтерактивної експозиції в закладах культури;
- активне висвітлення у засобах масової інформації подій та проектів у сфері туризму Житомирської області [15].

Формування туристичного іміджу Закарпатської області складається з просування на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках підвищення інформованості про туристичні можливості регіону, створення позитивного іміджу регіонального туристичного продукту, збільшення туристичних потоків.

Для цього запропоновано підготувати та випустити туристичні мапи, довідники. Запропоновано створення мережі туристично-інформаційних сайтів, їх постійне оновлення. Слід поширювати рекламу туристично-рекреаційних можливостей Закарпаття на центральних та місцевих каналах телебачення й радіо, у друкованих засобах масової інформації. Такі заходи покращать інформованість туристів про регіон та наявні в ньому туристичні продукти, збільшать туристичні потоки, підвищать якість туристичних послуг [16].

Серед стратегічних напрямів розвитку туристичної галузі Запорізької області вибрано стратегічні цілі, серед яких слід назвати мету «Запоріжжя як відомий центр туризму».

В основі розвитку туризму на першому етапі будуть напрями історичного туризму (Хортиця) й технологічного туризму. Необхідно здійснити адаптацію міського простору до потреб туристів, а саме встановити туристичні покажчики для забезпечення знайомства з туристичними об'єктами та маршрутами міста; забезпечити інформаційну підтримку для надання інформації про туристичні об'єкти та розважально-культурні заходи міста; створити Центр надання туристичних інформаційних послуг для безплатної інформації про місто, його туристичні об'єкти; забезпечити відвідувачів безкоштовними мапами та мобільними додатками-путівниками Запоріжжя; організувати надання консультацій щодо закладів харчування та проживання, руху громадського транспорту, замовлення екскурсій та послуг індивідуальних гідів.

Передбачається впровадження проектів, спрямованих на створення зручних умов для гостей, зокрема матерів та батьків з малолітніми дітьми, встановлення інформаційних сіті-лайтів, створення дитячої мапи міста із зазначенням дружніх до сімей з дітьми закладів.

Наступною метою є ідентифікація та підтримка туристичних кластерів. Визначення потреб ідентифікованих кластерів, таких як кластери подієвого, історичного, сакрального туризму, та ідентифікація нових сприятимуть створенню умов для залучення фахівців, розвитку персоналу, підготовці спеціалістів для задоволення потреб цієї мало розробленої в місті сфери. Основою підтримки на етапі розвитку туризму є забезпечення розвитку інформаційної підтримки кластерів на найближчих ринках, визначення та забезпечення комунікацій з визначеними цільовими групами.

Пропонується створення унікальних туристичних продуктів, а саме наповнення новим змістом вже наявних туристичних пропозицій, багатоденних маршрутів. До невикористаних можливостей слід віднести розбудову туристичних зв'язків з Азовським узбережжям, що може розвиватися за умови створення відповідної логістики [17].

Формуванню позитивного туристичного іміджу Івано-Франківської області сприятиме програма розвитку туристичної галузі Івано-Франківську на 2016–2020 роки, що дасть змогу відновити та покращити туристичну інфраструктуру, сприятиме створенню якісного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби мешканців регіону. Важливу роль у розвитку туристичної галузі області відіграє міжнародна співпраця. В результаті реалізації проектів у рамках програм транскордонного співробітництва створено цілу низку нових туристичних продуктів. Для Івано-Франківська розроблено нові туристичні маршрути, закуплено пристрої для аудіоекскурсій, встановлено інформаційні покажчики, надруковано багатомовні туристичні путівники, випущено туристичні мапи, брошури для промоції міського культурного туризму.

Перспективними напрямками розвитку туристичної галузі Івано-Франківської області є розвиток транспортного сполучення (особливо залізничного) з туристичними центрами Західної України; розвиток міжнародного аеропорту щодо залучення дешевих європейських авіакомпаній; організація окремих промоційно-інформаційних кампаній та розроблення туристичних пакетів для внутрішніх і в'їзних туристів; розроблення інноваційних форм проведення екскурсій; позиціонування міста як Східної Брама Карпат; відновлення комплексу споруд «Палац Потоцьких»; налагодження співпраці з місцевими університетами задля розвитку наукового туризму; розвиток рекреаційного туризму (відпочинкові бази на берегах річок); створення вільного доступу туристів до всіх туристичних атракцій міста; будівництво/облаштування муніципального конгресово-виставкового центру; розвиток ділового туризму; проведення семінарів, конференцій, зустрічей, короткотермінових навчань щодо розвитку туристичної сфери; розвиток самоврядування серед суб'єктів туристичної діяльності; створення умов для надання туристичних послуг особам з обмеженими можливостями; залучення додаткових донорських коштів на розвиток міського туристичного продукту [18].

Дохідна частина від туризму та супутніх послуг (включаючи торгівлю) в структурі ВРП Київської області становить менше 2%. Частка туризму складає менше 0,4%, в європейських країнах частка туризму в структурі ВВП становить 10%, маючи щорічне зростання на 6–12%. Туристичний продукт Київської

області має низьку конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному туристичному ринках, потребує подальшого розвитку та залучення значних інвестицій у його реалізацію всього потенціалу туристичної сфери. Перспективними напрямками розвитку сфери туризму Київської області є адаптація до сучасних європейських стандартів, вступ України до Європейського Союзу, формування кластерної моделі розвитку туризму, створення єдиної концепції сталого розвитку туризму в регіоні, створення умов для розвитку туристичної інфраструктури європейського рівня із залученням міжнародних інвестицій, зростання економічних показників та прямих надходжень до бюджетів усіх рівнів за рахунок розвитку туристичного бізнесу. Формування позитивного іміджу Київської області передбачене за рахунок вирішення питань інформаційно-рекламного забезпечення туризму в області. Однією з важливих складових процесу активізації цього питання є створення сприятливого до залучення потенційних туристів іміджу Київської області в засобах масової інформації [19].

Для підвищення позитивного туристичного іміджу Кіровоградської області запропоновано підвищення якості надання послуг культури населенню, підвищення рівня матеріально-технічного забезпечення закладів культури та мистецтв області, матеріального забезпечення працівників галузі культури, розширення набору культурно-мистецьких послуг, забезпечення збереження та належного використання культурної спадщини, формування позитивного іміджу Кіровоградщини в Україні та світі [20].

Аналізуючи практичний стан туристичної та курортної галузей Львівської області, насамперед наголошуємо на сталій позитивній динаміці, яка спостерігається в цих галузях за останні роки. Це знаходить своє відображення у зростанні туристичних потоків, поступово розвивається туристична та рекреаційна інфраструктура регіону, розширюється спектр туристичних послуг, зростає якість сервісу сфери обслуговування туризму та курортів.

Свідченням цього є зростання кількості туристів, які відвідали Львівщину за останні роки з туристичною та рекреаційною метою. За минулий рік область серед регіонів України посіла друге місце за кількістю туристів, обслугованих туристичними компаніями, друге місце за кількістю розміщених осіб в готельних закладах, третє місце за кількістю об'єктів туристичної діяльності. Зокрема, згідно з даними Головного управління статистики у Львівській області, які ґрунтуються на показниках кількості приїжджих у готелях та аналогічних засобах розміщування, у 2015 році число туристів становило 591 292 осіб, а вже у 2016 році – 749 855 осіб. Варто зазначити, що реальна цифра туристичних потоків в область є значно більшою. У 2016 році туристичні підприємства Львівщини надали послуги

іноземним туристам з 35 країн світу. Суб'єктами туристичної діяльності у 2016 році обслужено 18 тис. екскурсантів, що на 18% більше, ніж у попередньому році. Такі тенденції, безумовно, свідчать про позитивну динаміку розвитку галузі туризму та курортів в області останнім часом.

Водночас в галузі туризму та курортів Львівщини залишається багато невирішених питань та проблем, які суттєво заважають реалізації туристичного та курортного потенціалів регіону.

Отже, для підвищення позитивного іміджу Львівської області Програмою розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2018–2020 роки вибрано створення нових туристичних продуктів, збільшення обсягів реалізації туристичних та санаторно-курортних послуг, залучення якомога більшої кількості туристів та осіб, які відвідуватимуть регіон задля оздоровлення та лікування, розвиток туристичної та лікувально-оздоровчої бази [21].

Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для соціально-економічного розвитку Миколаївщини. Рекреаційно-туристичний потенціал Чорноморського узбережжя Миколаївської області складається з морських піщаних пляжів довжиною близько 140 км, джерел мінеральної води, лікувальних грязей, особливо Тилігульського та Бейкушського лиманів.

Об'єктивно оцінюючи туристично-рекреаційні можливості Миколаївщини, можемо зробити висновок, що область має передумови для розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, дитячого, природничо-пізнавального, сільського, екологічного, водного, етнічного, спортивно-оздоровчого, ділового, подієвого, активного, екскурсійного та промислового видів туризму. Проте, незважаючи на вагомий ресурсний потенціал, наявні засоби розміщення, заклади харчування, рівень об'єктів інфраструктури та якість туристичних послуг не дають змогу забезпечити стабільне зростання сфери туризму та курортів.

Формуючи позитивний туристичний імідж Миколаївської області, пропонуємо створити та підтримати туристичні продукти, поліпшити асортимент та якість туристичної пропозиції регіону, створити та облаштувати нові туристичні маршрути, підтримати та розвивати сільський («зелений») туризм, створити мережі туристичних інформаційних центрів, створити туристично-рекреаційні зони зі сталим розвитком громад [22].

Одеська область має особливе економіко-географічне розташування, сприятливі природно-кліматичні умови, різноманітні природні лікувальні ресурси, піщані пляжі, розвинуту мережу водних, залізничних та автомобільних магістралей, що обумовлює розвиток в області сфери туризму та рекреації. Запропоновано збереження історико-культурної спадщини Одеської області для підвищення її позитивного туристичного іміджу, а також формувати здоро-

вий спосіб життя, профілактику захворювань та оздоровлення дітей і дорослих засобами різних видів туризму та санаторно-курортного лікування, раціонально використовувати природні рекреаційні ресурси, зберігати здатність природних комплексів до самовідтворення, дотримуватись екологічної рівноваги [23].

У Стратегії розвитку Полтавської області на період до 2020 року [24] визначено такі завдання формування позитивного туристичного іміджу області, як реалізація потенціалу лікувального, спортивно-оздоровчого, культурно-пізнавального, бізнес- та зеленого туризму; покращення стану та популяризація об'єктів туристичної інфраструктури, рекреаційних зон та мережі туристично-екскурсійних маршрутів; створення центрів туристичної інформації; популяризація місцевих традицій та культурної спадщини; формування цілісного туристичного продукту; забезпечення просвітницької діяльності та наукового супроводу постійного розвитку сфери туризму та діяльності курортів; залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури; забезпечення ефективного просування обласного туристичного продукту на міжнародному та внутрішньому туристичному ринках; створення об'єктів відпочинку та додаткових робочих місць.

У Стратегії економічного та соціального розвитку Рівненської області на період до 2020 року [25] для задоволення потреб та очікувань цільових груп туристів передбачається розвивати туризм за двома напрямками. Перший напрям передбачає утримання туристів у регіоні шляхом відпочинкового туризму на базі природного потенціалу регіону, а другий – традиційної гостинності населення регіону, особливо у сільській місцевості, що забезпечує можливість поєднання розміщення туристів з вивченням сільських звичаїв та традицій безпосередньо в селах. Вищевказані потенційні напрями розвитку туризму (туризм на річках, озерах, в лісах, а також сільський туризм) можуть бути поєднані зі збереженням природи та традицій регіону [25].

Очікуваними результатами є розширення обсягів використання туристичних ресурсів та підвищення привабливості об'єктів та поселень, які мають туристичний потенціал; розроблення нових комплексних туристичних продуктів; розвиток інфраструктури та сфери послуг навколо конкретних об'єктів та пам'яток; розвиток навичок у сфері сільського «зеленого» туризму; сертифікація та маркетинг об'єктів туризму й туристичного продукту; створення системи інформування туристів; створення нових робочих місць; збереження та примноження історико-культурної спадщини.

У Стратегії розвитку Сумської області на період до 2020 року [26] розвиток туристичної галузі області (зокрема, виїзного туризму) визначено таким чином:

– забезпечення сталого розвитку туристичної галузі в Сумській області, популяриза-

ція туристичних маршрутів, створення туристичних продуктів, сприяння підвищенню рівня зайнятості, збереженню й розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, активізації розвитку сфери туризму згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей;

– залучення малого та середнього бізнесу до туристичної сфери;

– сприяння системі якісної підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу, обслуговування, розроблення та впровадження національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

– підвищення якості життя населення;

– створення конкурентоспроможних туристичних продуктів на засадах системної маркетингової діяльності;

– ефективне й комплексне використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу, розвиток та брендинг туристичної Сумщини;

– вдосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та туристичних кластерів [26, с. 8].

У Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року [27] задля розвитку та промоції туристично-рекреаційного потенціалу запропоновано сконцентруватись на підвищенні конкурентоспроможності регіону, що передбачає стимулювання розвитку малого та середнього підприємництва, туристичної індустрії області, залучення інвестицій, підвищення енергоефективності в усіх секторах економіки. Основними завданнями є створення сучасних туристичних продуктів та їх промоція на вітчизняному та міжнародному туристичному ринках; розвиток рекреаційних, курортних територій області та сільського екологічного туризму; створення сучасної туристичної інфраструктури; створення та підтримка діяльності інформаційно-туристичних центрів, громадських організацій, які займаються популяризацією туристично-рекреаційного потенціалу в області [27, с. 134]. Серед популярних туристичних об'єктів названі Національний заповідник «Замки Тернопілля» (м. Збараж), природний заповідник «Медобори», Дністровський каньйон. Значний рекреаційний потенціал мають лікувальні води («Моршин», «Нафтуса», «Друскінінкай»), цілющі грязі тощо.

У Стратегії сталого розвитку Харківської області до 2020 року розвиток туризму передбачено лише як окремий напрям державно-приватного партнерства [28, с. 66].

Метою Програми розвитку туризму та курортів у Херсонській області на 2019–2021 роки [29] є формування сприятливих умов для становлення галузі туризму та курортів як провідної високорентабельної галузі економіки області

та забезпечення її сталого розвитку згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, зокрема вдосконалення сучасної туристичної інфраструктури області; створення позитивного іміджу Херсонщини як осередку туризму на загальнодержавному та міжнародному рівнях; формування конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців області та її гостей; підвищення якості надання туристичних послуг; раціональне використання природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу; залучення інвестицій, що сприятиме збільшенню туристичних потоків, зростанню надходжень від провадження туристичної діяльності, збільшенню об'єктів відпочинку та відсотка зайнятості населення області.

У Плані заходів з реалізації Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2018–2020 роки [30] розвиток та відновлення туристично-відпочинкового потенціалу будуть забезпечуватись шляхом вжиття заходів, що передбачають розроблення Програми розвитку туризму та курортів Хмельницької області на 2019–2023 роки; створення інноваційних об'єктів туристичної інфраструктури Хмельницького регіону з туристично-логістичним центром у Хмельницькому; створення туристично-інформаційного центру на території курортної зони селища Сатанів Городоцького району Хмельницької області; створення туристично-рекреаційної зони «Сквер Потоцьких» у селищі Антоніні Красилівського району.

У Стратегії розвитку Черкаської області до 2020 року серед концептуальних основ розвитку визначено розвиток туристично-рекреаційної сфери [31, с. 54]. Важливим елементом розвитку туризму є промоція регіонального туристичного продукту. Отже, створення центрів туристичної інформації – спеціалізованих установ, обладнаних сучасною технікою, що можуть у стислі терміни надати туристам та іншим подорожуючим корисну інформацію про туристичний потенціал області, є однією з умов успішного розвитку галузі. Проблемними сьогодні на Черкащині залишаються питання невідповідності рівня розвитку туристичної індустрії наявному потенціалу.

Серед основних завдань розвитку області [31, с. 55–56] визначено покращення стану та інфраструктури рекреаційних зон, розвиток туристичних об'єктів, продуктів та мереж, а також туристичну промоцію області.

Очікуваними результатами є зростання іміджу Черкаської області як туристичного регіону; активізація туристичної діяльності; взаємозв'язок інфраструктури туризму з іншими сферами соціально-економічного та культурного розвитку області; забезпечення врівноваженого розвитку області та управління туристичним середовищем; пошук нових механізмів державно-приватного партнерства та концесійних угод у сфері інфраструктурних та туристичних проєктів; збереження та примноження історико-культурної та природної спадщини; розроблення нових комплексних туристичних продуктів; розвиток інфраструктури та сфери послуг навколо конкретних об'єктів та пам'яток; сертифікація об'єктів туристичної інфраструктури; маркетинг туристичного потенціалу області; створення системи інформування туристів; розвиток навичок у сфері сільського («зеленого») туризму; пошук новими суб'єктами своїх економічних ніш, зокрема у сфері ремісництва; покращення кадрового забезпечення розвитку туристичної галузі та готельного господарства; покращення стану рекреаційних зон, зокрема водних об'єктів.

У Плані заходів з реалізації у 2018–2020 роках Стратегії розвитку Чернівецької області на період до 2020 року [32] серед переваг регіону виокремлено наявність рекреаційних ресурсів та можливість розвитку спортивно-оздоровчого, культурно-пізнавального, релігійного та інших видів туризму, а серед недоліків – низький рівень розвитку рекреаційно-туристичної інфраструктури. Пріоритетами розвитку рекреаційно-туристичної сфери [27, с. 19] є створення цілісного бренду області як туристичної; створення позитивного туристичного іміджу Буковини на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках; зростання конкурентоздатності туристичної пропозиції регіону; збільшення чисельності внутрішніх туристів; збільшення кількості туристичних маршрутів в області; розширення національних природних парків «Вижницький», «Хотинський», «Черемоський».

У Стратегії соціально-економічного розвитку Чернігівської області до 2020 року [33] туризму приділяється значна увага. Стратегія ставить перед собою амбітну мету, що полягає в перетворенні Чернігівщини на економічно самодостатній, екологічно чистий та туристично привабливий регіон європейської держави України з високорозвиненим промислово-аграрним комплексом, гідним рівнем життя населення, щасливими, патріотичними та працьовитими мешканцями. Основними завданнями є туристична промоція області та просування туристичних брендів; підтримка в належному стані об'єктів історико-культурної спадщини та розвиток інфраструктури туризму; розвиток активних видів туризму, сільського («зеленого») туризму та туризму вихідного дня; поліпшення стану рекреаційних зон.

Серед об'єктів туристичної сфери окремо визначені державний дендрологічний парк «Тростянець», Менський зоопарк, Сокиринський парк. Загалом природно-заповідний фонд нараховує 652 об'єкти загальною площею 256 тис. га (8,1% території області), з яких 21 об'єкт віднесений до категорії загальнодержавного значення.

Одним з пріоритетів розвитку Києва, визначених Стратегією розвитку міста Києва до 2025 року, є туризм. Так, у Стратегії [34, с. 46] зазначається, що розвиток туризму дасть змогу збільшити середньорічні темпи зростання обсягів туризму до 6,3% до 2025 року, досягнувши показника в 2,6 млн. туристів. Досягти таких показників планується завдяки підвищенню зручності перебування туристів (створення туристичних інформаційних центрів та єдиної туристичної картки гостя столиці для проїзду в транспорті, забезпечення основних туристичних місць об'єктами санітарно-гігієнічного призначення тощо). Серед індикаторів розвитку туристичної галузі Києва слід назвати кількість в'їзних туристів (планується збільшення показника до 1,5 млн у 2015 році, 2,6 млн. у 2025 році); середню тривалість перебування (планується збільшення показника до 3 днів у 2025 році); кількість номерів у готелях (планується збільшення показника до 18 тис. од. у 2025 році); частку доходів від туризму у ВРП (планується збільшення показника до більш ніж 2,5% у 2025 році).

Вибравши своїм стратегічним курсом інтеграцію до структур Європейського Союзу, Україна має виконати низку умов, серед яких не останнє місце посідає забезпечення стабільного розвитку регіонів. Це є одним з принципів Декларації щодо регіоналізму, ухваленої Асамблеєю Європейських регіонів у 1996 році, де зазначено, що регіони мають взяти на себе відповідальність у галузях економіки, культури й туризму. Таке положення відтворене також у Європейській хартії місцевого самоврядування. Отже, наша держава повинна привести інституційні механізми розвитку туризму у відповідність до тих, що використовуються у країнах ЄС. Зокрема, доцільно застосувати європейський досвід щодо розроблення та впровадження цільової програми, пов'язаної з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій у сфері туризму. Особливо перспективним напрямом, на думку європейських експертів, є електронна торгівля у сфері оздоровчо-рекреаційного туризму, що ґрунтується на високій мобільності споживачів цього сегменту туристичних послуг.

Також задля успішного розвитку туризму в регіонах України необхідно прискорити процес модернізації організаційно-економічних засад державної підтримки туристичної сфери. Насамперед, йдеться про створення розвинутого конкурентного середовища та недопущення монополізації у цій сфері.

У світі сформувалось декілька типів моделей участі держави в організації та регулюванні розвитку туристичної діяльності регіонів; для України найбільш прийнятною може бути модель управління, притаманна таким європейським державам, як Франція, Іспанія, Великобританія, Італія. Її сутність полягає в тому, що питання розвитку туристичної діяльності в країні вирішу-

ються на рівні відповідного галузевого підрозділу певного багатогалузевого міністерства. При цьому підрозділ такого міністерства, що відповідає за розвиток туризму в країні, діє у двох напрямках: вирішує або регламентує загальні питання державного регулювання (розроблення нормативно-правової бази, координація діяльності регіональної представницької та виконавчої влади, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збирання та оброблення статистичної інформації), спрямовує та координує маркетингову діяльність (участь у виставках та міжнародних об'єднаннях у туристичній сфері, управління туристичними представництвами своєї країни за кордоном).

Європейська політика підтримки туристичної сфери передбачає перш за все проведення роз'яснювальної роботи серед туристичних агенцій та операторів. Така політика будується на тому, що туристичним організаціям рекомендовано дотримуватись таких принципів у своїй діяльності:

- принцип забезпечення навчання співробітників туристичних компаній, що стосується всіх співробітників, які залучені до надання послуг безпосередньо споживачам з метою забезпечення задовільного рівня надання послуг;
- принцип проведення політики задоволення споживачів, яка включає відслідковування усіх скарг, реагування на них та забезпечення проведення споживачами оцінювання наданих послуг;
- принцип ведення документальної підтримки надання послуг;
- принцип висвітлення інформації у доступній та повній для споживача формі, яка має включати дані про місцеві традиції, послуги та товари, доступність окремих послуг (пошта, банки), екологічну ситуацію;
- принцип забезпечення упевненості, що ця інформація правильна, доступна, зрозуміла та викладена мовою, зрозумілою споживачам цієї туристичної послуги [35, 36].

Задля поширення знань та практики щодо розвитку екологічного туризму у країнах ЄС діяв проект «Еколнет» (Екологічна туристична мережа, Ecolnet), який керувався Європейською комісією. Цей проект був розроблений відповідно до Світових критеріїв екологічно безпечного туризму від Світової Ради екологічно безпечного туризму (Global Sustainable Tourism Council, GSTC). Він створив Екологічну туристичну мережу, яка поєднала інтереси різних зацікавлених сторін у сфері розвитку екологічно безпечного туризму, запровадила інноваційні інструменти та навчальні продукти для поширення знань всередині мережі, запровадила сертифікати якості через формування європейських екотуристичних стандартів маркування (European Ecotourism Labelling Standards) [37].

Новітньою тенденцією є забезпечення розвитку туризму в контексті дотримання параме-

трів екологічно безпечного розвитку. У зв'язку з цим у 2012 році розроблено проект Європейської хартії екологічно безпечного туризму на захищених територіях (European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas) (далі – Хартія). Вона виступає як практичний інструмент забезпечення збалансованого економічного, соціального розвитку та розвитку навколишнього середовища через туризм на захищених територіях у Європі.

Хартія унормовує визначення цих самих захищених територій та вжиття на них заходів щодо забезпечення сталого розвитку. Хартія була розроблена групою фахівців, що представляють захищені території, туристичну індустрію, а також реалізується Федерацією Регіональних природних парків у Франції під егідою Федерації Європарк (EUROPARC Federation), що є всеєвропейською неурядовою організацією, яка проводить роботу на захищених територіях [38].

Основними цілями Хартії є:

– підвищення рівня поінформованості щодо принципів функціонування захищених територій як базової частини нашої спадщини, яка повинна бути збережена для нинішніх та майбутніх поколінь;

– покращення рівня екологічності в розвитку туризму та управлінні ним на захищених територіях, що враховує потреби довкілля, місцевих мешканців, місцевих підприємців та відвідувачів цих територій.

Захист і покращення природної та культурної спадщини через туристичні послуги та для подальшого розвитку туризму, однак задля недопущення зникнення цієї спадщини через «надмірний туризм» передбачає вжиття комплексу заходів:

– моніторинг впливу туризму на флору й фауну на захищених територіях; якщо буде встановлено, що туристичні послуги порушують баланс у природі, доступ туристів до цих територій буде обмежено;

– заохочення видів діяльності, зокрема туристичної, яка підтримує збереження історичної спадщини, культури й традицій, а саме проведення фестивалів, ярмарків, різних заходів щодо популяризації спадщини та культурний надбань, розроблення відповідних інструментів його підтримки;

– захист природних ресурсів за допомогою інструментів, які контролюють та знижують рівень туристичної діяльності, що може погіршити якість ландшафту, води й повітря, а також знижують рівень використання невідновлюваних джерел енергії, перешкоджають забрудненню довкілля й надмірний шум; схвалюється співробітництво екологів з місцевою владою щодо розроблення програм використання води, енергії та земельних ресурсів;

– залучення туристів та відвідувачів до вжиття заходів зі збереження культурної, історичної спадщини та довкілля [38].

Звісно, розробники Хартії усвідомлюють, що кожна захищена територія різна, тому стратегічні пріоритети й програми їх реалізації визначаються на місцях з огляду на вказані цілі як орієнтири. Однак задля досягнення співвимірності оцінювання туризму та природоохоронної діяльності на різних територіях розроблено десять умов, дотримання яких спрямоване на забезпечення розвитку захищених територій [39].

1) Залучення усіх зацікавлених сторін – усіх, хто стосується розвитку туризму всередині та навколо захищеної території, а саме місцевої влади, екологічних організацій, представників туристичної індустрії – до розвитку цієї території та управління нею.

2) Підготовка та впровадження стратегії екологічно безпечного туризму, плану її реалізації на захищених територіях.

3) Захист та підтримка природної та культурної спадщини через надання туристичних послуг та захист територій від надмірного «освоєння» туристами за допомогою моніторингу стану довкілля, підтримки видів діяльності, яка забезпечує збереження спадщини, культури, традицій, зменшення обсягів активності, що завдає шкоди довкіллю, повітрю та воді, використовує невідновлювальні джерела енергії, забруднює довкілля, сприяння тій діяльності, яка зберігає довкілля.

4) Забезпечення туристів та відвідувачів послугами високої якості, задоволення особливих потреб та надання послуг споживачам з особливими потребами, підтримка ініціативності щодо підвищення якості послуг.

5) Взаємодія з відвідувачами та туристами стосовно надання послуг та покращення їх якості, зокрема щодо створення якихось особливих, автентичних туристичних продуктів, поширення інформації про туристичні продукти, проведення лекцій серед туристів та відвідувачів, зокрема школярів, стосовно туристичних послуг.

6) Сприяння розвитку спеціальних туристичних продуктів, видів діяльності, заходів, які включають ознайомлення з природою та спадщиною.

7) Проведення тренінгів та навчальних програм серед працівників туристичного бізнесу задля подальшого підвищення рівня знань щодо захищеної території серед зацікавлених осіб, відвідувачів та туристів.

8) Досягнення упевненості, що туризм підтримує та не знижує якість життя мешканців, за допомогою залучення місцевих громад до планування розвитку туризму в цій місцевості, забезпечення належної взаємодії між працівниками захищеної території, місцевими жителями й туристами, усунення конфліктів у цій сфері.

9) Підвищення рівня вигоди від туризму для місцевої економіки через забезпечення продажу продукції місцевих виробників (продуктів харчування, промислів, місцевих послуг) для відвід-

увачів та самих місцевих виробників, забезпечення зайнятості мешканців території у сфері туризму.

10) Моніторинг впливу туристичних потоків задля зниження шкідливого туристичного впливу за допомогою визначення кількості туристів та частоти відвідувань, формування плану відвідувань, сприяння пішим прогулянкам до туристичних цікавинок, використання туристами громадського транспорту та велотранспорту, на протипагу приватним автомобілям, контролю за розміщенням нових туристичних продуктів.

Висновки. Специфіка регіонів визначає можливість використання в кожному конкретному випадку для регулювання розвитку сфери туризму певного набору методів, важелів та стимулів, що зумовлені на державному рівні, але відповідальність за їх формування та ефективне використання покладається на місцеві органи влади. Для збирання та накопичення інформації по регіону у сфері туризму доцільно створити систему інформаційно-аналітичного

забезпечення туристичної діяльності, яка б виконувала такі завдання:

– започаткування та розвиток обчислювальних регіональних мереж, які мають забезпечувати доступ до регіональних банків даних максимальної кількості користувачів;

– створення та введення регіональних баз даних ліцензійної, економічної, соціальної, організаційно-довідкової, екологічної та іншої інформації туристичної індустрії;

– забезпечення доступу до загальнодержавних та міжнародних інформаційно-обчислювальних систем баз даних у сфері туризму.

Важливим засобом економічного стимулювання господарської діяльності та залучення інвестицій є вдосконалення податкової політики у сфері туризму, зокрема щодо спрощення обчислювальної бази оподаткування, диференціації принципів оподаткування за видами туризму, зниження податкового тиску на туристичні фірми, визначення початкових сум доходів від туристичної діяльності, що не обкладаються податками.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кицяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навчальний посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
2. But T., Zaytseva V., Hres-Yevreinova S. Assessment of the competitiveness of tourist cluster of Zaporizhzhia region. *Strategies for Economic Development: The experience of Poland and the prospects of Ukraine* : collective monograph. Vol. 2. Poland : Baltija Publishing, 2018. P. 61–74.
3. But T., Bezkhlibna A., Nikonenko S. Assessment of tourism industry clustering potential. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D*. 2018. P. 44.
4. Бойко М.Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 16. С. 34–39.
5. Бут Т.В. Визначення напрямків розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 4 (15). С. 254–261. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/15-2018-ukr> (дата звернення: 22.02.2019).
6. UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition. URL: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018-edition> (дата звернення: 22.02.2019).
7. World Travel Monitor / European Travel Monitor, 2017. URL: <http://www.ipkinternational.com/en/world-travel-monitor> (дата звернення: 22.02.2019).
8. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 22.02.2019).
9. Travel & Tourism Economic Impact 2018 Ukraine. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/ukraine2018.pdf> (дата звернення: 22.02.2019).
10. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015 / Президент України. *Офіційний вісник Президента України*. 2015. № 2. С. 14. Ст. 154.
11. Стратегія розвитку туризму і курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 року № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501> (дата звернення: 22.02.2019).
12. Програма розвитку туризму у Вінницькій області на 2017–2020 роки. Вінниця : Вінницька обласна рада, 2017. 27 с.
13. Програма розвитку туризму та рекреації у Волинській області на 2016–2020 роки. Луцьк : Волинська обласна рада, 2016. 29 с.
14. План реалізації Стратегії розвитку Дніпропетровської області на період до 2020 року. Дніпропетровськ : Дніпропетровська обласна рада, 2015. 51 с.
15. Проект стратегії розвитку туризму в Житомирській області. Житомир : Житомирська обласна державна адміністрація, 2018. 61 с.
16. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області до 2020 року. Ужгород : Закарпатська обласна державна адміністрація, 2016. 24 с.
17. Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014–2018 роки. Запоріжжя : Запорізька обласна державна адміністрація, 2013. 93 с.

18. Стратегія розвитку міста Запоріжжя до 2028 року. Запоріжжя : Запорізька обласна державна адміністрація, 2017. 85 с.
19. Програма розвитку туристичної галузі міста Івано-Франківськ на 2016–2020 роки. Івано-Франківськ : Виконавчий комітет Івано-Франківської міської ради. URL: <http://www.mvk.if.ua/mvkprog/38534> (дата звернення: 22.02.2019).
20. Програма розвитку туризму та туристичної інфраструктури в Київській області на 2017–2018 роки. Київ : Київська обласна державна адміністрація, 2017. 25 с.
21. Програма економічного і соціального розвитку Кіровоградської області до 2020 року. Кіровоград : Кіровоградська обласна рада, 2016. 61 с.
22. Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2018–2020 роки. Львів : Львівська обласна рада, 2017. 48 с.
23. Стратегія розвитку Миколаївської області на період до 2020 року. Миколаїв : Миколаївська обласна рада, 2015. 113 с.
24. Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017–2020 роки. Одеса : Одеська обласна рада, 2016. 12 с.
25. Стратегія розвитку Полтавської області на період до 2020 року. URL: <http://www.adm-pl.gov.ua/page/strategiya-rozvitku-poltavskoji-oblasti-do-2020-roku-0> (дата звернення: 22.02.2019).
26. Стратегія економічного та соціального розвитку Рівненської області на період до 2020 року. URL: <http://www.rv.gov.ua/sites/new/data/upload/photo/8/strategiya.pdf> (дата звернення: 22.02.2019).
27. Стратегія розвитку Сумської області на період до 2020 року. URL: http://sm.gov.ua/images/docs/turizm/17-session-37_7-skl.pdf (дата звернення: 22.02.2019).
28. Стратегія розвитку Тернопільської області на період до 2020 року. URL: <http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/20090/strateg2020z.pdf> (дата звернення: 22.02.2019).
29. Стратегія сталого розвитку Харківської області до 2020 року. URL: <http://kharkivoda.gov.ua/uk/article/static/id/243> (дата звернення: 22.02.2019).
30. Програма розвитку туризму та курортів у Херсонській області на 2019–2021 роки. URL: khoda.gov.ua/strategiya-rozvitku-2020 (дата звернення: 22.02.2019).
31. Плани заходів з реалізації Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2018–2020 роки. URL: <http://km-oblrada.gov.ua/program-of-socio-economic/> (дата звернення: 22.02.2019).
32. Стратегії розвитку Черкаської області до 2020 року. URL: <http://ck-oda.gov.ua/strategiya-rozvytku-oblasti-do-2020-roku> (дата звернення: 22.02.2019).
33. Плани заходів з реалізації у 2018–2020 роках Стратегії розвитку Чернівецької області на період до 2020 року. URL: http://archive.bukoda.gov.ua/sites/default/files/S/Strategy2020/plan_zahodiv_2018-2020.pdf (дата звернення: 22.02.2019).
34. Стратегії соціально-економічного розвитку Чернігівської області до 2020 року. URL: <http://cg.gov.ua/index.php?id=118434&tp=0> (дата звернення: 22.02.2019).
35. Стратегія розвитку міста Києва до 2025 року. URL: <https://dei.kyivcity.gov.ua/files/2017/7/28/Strategy2025new.pdf> (дата звернення: 22.02.2019).
36. Рекомендації Єврокомісії для Принципів якості у сфері туризму. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2014:0085:FIN:EN:PDF> (дата звернення: 22.02.2019).
37. Принципи якості у сфері туризму у Європі. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/quality-label/index_en.htm (дата звернення: 22.02.2019).
38. Європейська екотуристична мережа / European Ecotourism Network. URL: <http://www.ecotourism-network.eu/en-about-us/en-ecolnet> (дата звернення: 22.02.2019).
39. Європейська хартія екологічно безпечного туризму на захищених територіях / European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas. URL: <http://www.europeancharter.org/home> (дата звернення: 22.02.2019).
40. Принципи Європейської хартії екологічно безпечного туризму на захищених територіях. URL: <http://www.european-charter.org/become-a-charter-area/charter-principles> (дата звернення: 22.02.2019).