

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE TOURISM INDUSTRY USING INNOVATIVE FORMS OF TOURIST ROUTES

Саковська О.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет садівництва

У статті досліджено питання теоретико-методологічного характеру стосовно удосконалення основних принципів підвищення конкурентоздатності індустрії туризму. Визначено, що невід'ємним складником успішного розвитку туристичної галузі є розроблення інноваційних туристичних маршрутів. У процесі дослідження визначено основні принципи та критерії підвищення конкурентоздатності індустрії туризму на основі використання інноваційних форм туристичних маршрутів. Проаналізовано діяльність та практичні аспекти проектування туристичних маршрутів на рівні держави. Встановлено, що більшість українських туроператорів внутрішнього і в'їзного туризму практично не виконують своєї основної функції – проектування інноваційних туристичних маршрутів. На рівні держави ця діяльність ведеться в основному в напрямі проектування міжрегіональних туристичних маршрутів. За наявного потенціалу розвитку туризму на тепер в Україні відсутні механізми конвертації туристичної діяльності у ліквідний конкурентоспроможний туристичний продукт – туристичний маршрут, який зацікавлював би українських та іноземних туристів.

Резюмовано, що розроблення інноваційних туристичних маршрутів є одним з головних напрямів підвищення конкурентоспроможності національної туристичної індустрії.

Ключові слова: інновації, індустрія туризму, туристичний маршрут, туристичний об'єкт, конкурентоздатність, економіка.

В статье исследованы вопросы теоретико-методологического характера по совершенствованию основных принципов повышения конкурентоспособности индустрии туризма. Определено, что неотъемлемой составляющей успешного развития туристической отрасли является разработка инновационных туристических маршрутов. В ходе исследования определены основные принципы и критерии повышения конкурентоспособности индустрии туризма на основании использования инновационных форм туристических маршрутов. Проанализированы деятельность и практические аспекты проектирования туристических маршрутов на уровне государства. Установлено, что большинство украинских туроператоров внутреннего и въездного туризма практически не выполняют своей основной функции – проектирования инновационных туристических маршрутов. На уровне государства эта деятельность ведется в основном в направлении проектирования межрегиональных туристических маршрутов. При существующем потенциале развития туризма в настоящее время в Украине отсутствуют механизмы конвертации туристической деятельности в ликвидный конкурентоспособный туристический продукт – туристический маршрут, который заинтересовывал бы украинских и иностранных туристов.

Резюмировано, что разработка инновационных туристических маршрутов является одним из главных направлений повышения конкурентоспособности национальной туристической индустрии.

Ключевые слова: инновации, индустрия туризма, туристический маршрут, туристический объект, конкурентоспособность, экономика.

The article studies theoretical and methodological issues in relation to the improvement of the main principles of increasing the tourism industry's competitiveness. It is determined that the development of innovative tourism routes is an integral part of the successful development of the tourism industry. In the course of the study, the main principles and criteria for increasing the competitiveness of the tourism industry based on the use of innovative forms of tourist routes are determined. The activity and practical aspects of designing tourist routes at the state level are analysed. It is established that the majority of Ukrainian tour operators of domestic and inbound tourism practically

does not fulfil its main function – developing innovative tourist routes. At the state level, this activity is mainly aimed at designing interregional tourist routes. Given the current potential of tourism development, there are currently no mechanisms in Ukraine for the conversion of tourist activity into a liquid competitive tourism product – a tourist route – which would attract Ukrainian and foreign tourists.

It is summarized that the development of innovative tourist routes is one of the main directions to improve the competitiveness of the national tourism industry.

Key words: innovations, tourism industry, tourist route, tourist attraction, competitiveness, economy.

Постановка проблеми. Сучасні умови глобальної конкуренції на ринку міжнародного туризму зумовлюють необхідність підвищення конкурентоздатності національної туристичної індустрії. Здійснюючи вагомий вплив на економіку країни, туризм став одним із високорентабельних напрямів економічної діяльності, що дає змогу перетворити на благо наявні ресурси і географічне положення території, підвищити зайнятість та якість життя населення. Будучи найбільшим платником податків, туристична індустрія забезпечує приплив іноземного капіталу до державної казни, позитивно впливає на інвестиційний клімат і зовнішньоекономічний імідж держави. Поява і поширення в Україні приватної власності та ліберальні економічні перетворення підштовхнули країну до генерації вітчизняних туристичних потоків, посилили її привабливість як туристичного регіону (дестинації). Платоспроможний сегмент споживчого ринку, що утворився в країні на основі вказаних перетворень, привів до поживлення туристичної індустрії, створення нових компаній і тисяч робочих місць. За останні десять років Україна міцно вийшла на ринок міжнародного туризму [1].

Відповідно до Стратегії сталого розвитку «Україна-2020», «одним з головних напрямів переходу до інноваційного соціально орієнтованого типу економічного розвитку країни є створення умов для поліпшення якості життя громадян, в тому числі за рахунок розвитку інфраструктури відпочинку і туризму, а також забезпечення якості, доступності та конкурентоспроможності туристичних послуг» [2].

Сьогодні туризм в країні став одним з напрямів, що впливають на зростання національної економіки і на розвиток таких сфер, як послуги операторських і агентських компаній, засоби розміщення, транспорт, підприємства харчування, зв'язку, торгівлі, виробництво сувенірної та іншої продукції, будівництво тощо, тим самим виступаючи джерелом фінансових доходів бюджетів регіонів. За таких умов питання підвищення конкурентоздатності індустрії туризму на основі використання інноваційних форм туристичних маршрутів набуває особливої актуальності та визначає мету статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку туризму в Україні присвячені наукові праці вчених М. Бондаренко [4], Л. Гончаржевської [20], В. Кифяка [19], Р. Кожухівської [15], О. Любіцевої [16], Г. Михайліченко [17],

Д. Соловйова [9] та ін. Питання підвищення конкурентоспроможності на рівні галузі та країни висвітлено у працях І. Білецької [5], Л. Дядечко [6], О. Кальченко [7], Ж. Крючкової [8] та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак питання теоретико-методологічного характеру стосовно удосконалення основних принципів підвищення конкурентоздатності індустрії туризму залишаються недостатньо розробленою темою та потребують подальших науково-практичних розвідок.

Мета дослідження полягає у визначенні основних принципів та критеріїв підвищення конкурентоздатності індустрії туризму на основі використання інноваційних форм туристичних маршрутів.

Основним **завданням** дослідження є проведення аналізу практики проектування туристичних маршрутів на рівні держави як одного з напрямів підвищення конкурентоспроможності національної туристичної індустрії, що особливо актуально на тлі зростання ринку внутрішнього і візного туризму.

Результати дослідження. За оцінкою UNWTO, внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10%. Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11%. У 2015 р. частка міжнародних туристичних прибуттів збільшилася на 4,4% і становила 1184 млн. туристів [3].

Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливають на загальний стан і тенденції світової економіки. Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю понад 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави [2].

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості,

Україна нині не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами [2]. Для раціонального й ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів в Україні необхідно розробити, впровадити та запропонувати споживачеві інноваційний конкурентоспроможний туристичний продукт, і таким продуктом може бути туристичний маршрут [4, с. 105].

Говорячи про підвищення конкурентоздатності індустрії туризму на основі використання інноваційних форм туристичних маршрутів, для початку, на нашу думку, слід дати визначення терміна «конкурентоздатність», оскільки вказаний термін визначає ключові позиції з проведеного дослідження. Отже, зважаючи на проведений аналіз економічних джерел [5; 6; 7; 8], у яких досліджено питання конкурентоздатності на рівні підприємств, регіону, країни, слід зазначити, що термін «конкурентоздатність» є різнобічною економічною категорією, яка визначає здатність об'єкта (підприємства, країни, товару або послуги) витримувати конкуренцію порівняно зі схожими об'єктами.

На нашу думку, конкурентоздатність у туризмі – це здатність туристичного об'єкта у довгостроковому періоді функціонувати в умовах ринкової економіки, створюючи та реалізуючи продукт/послугу, яка задовольняє потреби туристів та є відмінною від аналогової, займаючи при цьому стійку економічну позицію та отримуючи регулярний прибуток.

Головним елементом державної політики будь-якої країни в напрямі розвитку туризму є всебічне сприяння зростанню в'їзного та внутрішнього туризму [9, с. 71]. Про це свідчить світова практика управління індустрією туризму. Причиною такої політики насамперед є економічні ефекти від туристичної діяльності. Так, відповідно «Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» та «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» метою розвитку туризму в країні є комплексний розвиток внутрішнього і в'їзного туризму з урахуванням забезпечення економічного і соціокультурного прогресу в регіонах [1; 2]. Однак особливості зовнішньої політики й економічного розвитку сприяли тому, що останнім часом на туристичному ринку країни на першому плані був виїзний туризм – туристичні фірми реалізовували в основному тури за кордон, а аналітичні огляди та публікації у спеціалізованих ЗМІ присвячувалися організації міжнародних подорожей.

Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку.

Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни, і країна сприймається як «гаряча точка» [1].

Для того щоб краще зрозуміти негативні процеси, які відбуваються в галузі туризму, слід детальніше проаналізувати ситуацію на ринку туристичних послуг. Незважаючи на широку «географію» туристів, які приїждять до України, більшість становлять туристи з Молдови та Білорусії. Щодо інших країн, то найбільше Україну відвідують туристи з Польщі та Угорщини (табл. 1). При цьому частина іноземних туристів, які подорожували в туристичних групах, є доволі незначною – лише 1,2%. Більшість громадян, які за наявною класифікацією розглядаються як іноземні туристи, фактично такими не є, а відвідують Україну зі службовими або приватними цілями (зокрема, для ведення приватного бізнесу). Вказаний факт свідчить про недостатність розвитку в Україні організованого туризму.

Дані табл. 1 демонструють найвищий показник організованого туризму до Туреччини, Єгипту, Болгарії, ОАЕ, Греції, Польщі та приватної поїздки з туристичною метою до Польщі, Франції, Єгипту, Італії, Ізраїлю, Іспанії.

У табл. 2 відображено статистику поїздок українців за кордон згідно з метою поїздки: службова поїздка, організований туризм, приватна поїздка.

Про розвиток ринку внутрішнього туризму і скорочення ринку виїзного туризму свідчать і дані табл. 1 та табл. 2. За даними Державної служби статистики України, на початку 2017 р. виїзним туризмом займалося 667 туроператорів, 3069 турагентів (з них 1473 зареєстровані як юридичні особи та 1596 – як фізичні особи), 149 суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність (із них 58 юридичних осіб та 91 – фізична особа) [10; 12]. У порівнянні з 2016 р. кількість туроператорів зменшилася на 164 особи (19,7%), кількість турагентів зменшилася на 963 осіб (23,9%), а кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, – на 59 осіб (28,4%) [10; 14]. Деякі компанії закрилися, а деякі, змінивши формат роботи, зайнялися внутрішнім і в'їзним туризмом. Вказаний факт відображає і зміна статистики туристичних потоків громадян, які подорожують по країні і за її межами.

Порівняльну динаміку суб'єктів туристичної діяльності наведено на рис. 1.

Слід зазначити, що для туризму, який лише розвивається в Україні, є характерною наявність балансу між виїзним, в'їзним і внутрішнім туризмом. UNWTO для досягнення рентабельності туристичної діяльності рекомендує співвідношення «на 1 виїзного туриста – 4 внутрішніх і 1 в'їзний», що явно не простежується в туристичних потоках України [3].

Таблиця 1

Дані в'їзду іноземних громадян в Україну за країнами з яких вони прибули у 2017 р., чол.

Країна	Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього	Із них – за метою поїздки		
		службова	туризм	приватна
Усього	14 229 642	88 976	38 958	13 741 653
Білорусь	2 727 645	66 553	17 095	2 642 256
Болгарія	41 738	515	99	40 962
Ізраїль	261 486	997	2 770	257 083
Іспанія	21 944	76	14	21 765
Італія	84 638	103	223	83 071
Канада	30 775	30	141	30 541
Литва	75 622	961	120	74 351
Молдова	4 435 664	653	169	4 433 750
Німеччина	209 447	100	1 419	20 6213
Польща	1 144 249	305	207	1 143 070
Румунія	791 116	125	308	693 135
США	153 778	68	695	152 393
Туреччина	270 695	5 161	7 414	257 450
Угорщина	1 119 446	19	24	917 824 ²

Джерело: побудовано за даними [10; 11; 12]

Таблиця 2

Дані виїздів громадян України за кордон до деяких країн у 2017 році, чол.

Країна	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього	Із них – за метою поїздки		
		службова поїздка	організований туризм	приватна поїздка
Усього	26 437 413	97 271	120 887	26 219 255
Албанія	5 405	–	–	5 405
Болгарія	58 597	7 925	12 255	38 417
Велика Британія	63 920	107	2	63 811
Греція	104 774	585	5 210	98 979
Грузія	111 981	1 573	1 707	108 701
Єгипет	733 597	375	14 810	718 412
Ізраїль	155 074	254	5 710	149 110
Іспанія	112 982	–	–	112 982
Італія	173 573	6	–	173 567
Кіпр	58 326	–	–	58 326
ОАЕ	166 586	214	8 135	158 237
Польща	9 990 978	1 789	5 059	9 984 130
США	32 660	–	–	32 660
Таїланд	17 777	–	–	17 777
Туніс	19 793	–	752	19 041
Туреччина	1 185 051	7 459	29 495	1 148 097
Франція	106 697	–	–	106 697
Хорватія	5 505	–	–	5 505
Чехія	73 536	110	3 990	69 436

Джерело: побудовано за даними [10; 11; 13]

На нашу думку, під час вирішення актуальних проблем індустрії туризму і створення з боку держави сприятливих умов для її розвитку до 2020 р. Україна може увійти в першу десятку популярних в світі напрямів подоро-

жей. Однак входження в систему глобальної конкуренції висуває певні вимоги як до участі окремих суб'єктів індустрії в туристичних потоках, так і до участі держави в управлінні індустрією загалом.

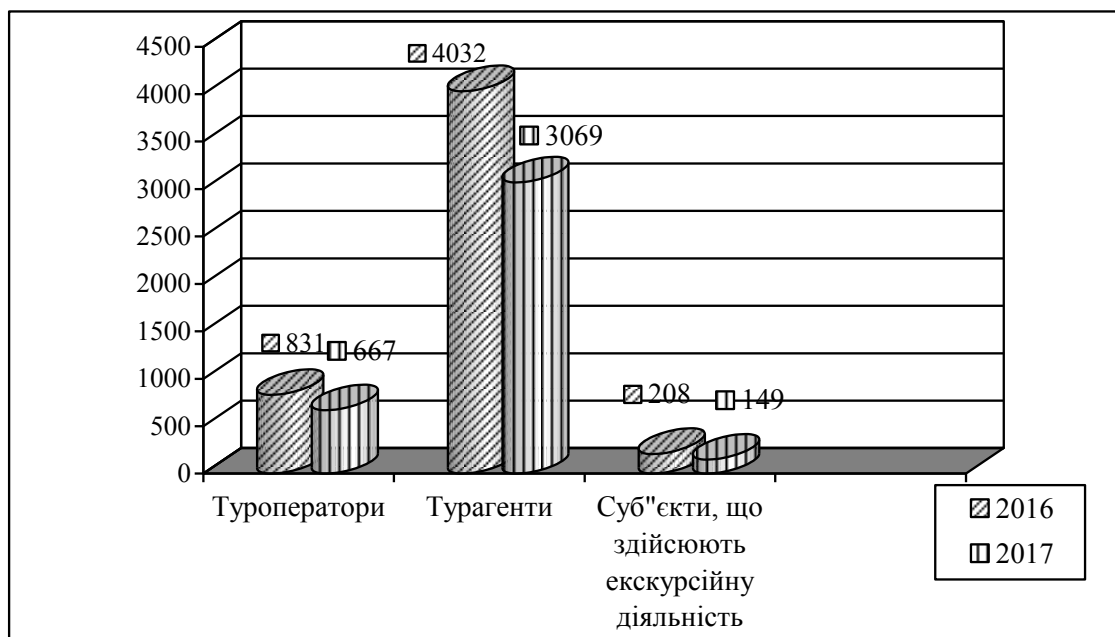


Рис. 1. Динаміка суб'єктів туристичної діяльності в Україні, 2016–2017 рр., од
Джерело: побудовано за даними [10; 12; 14]

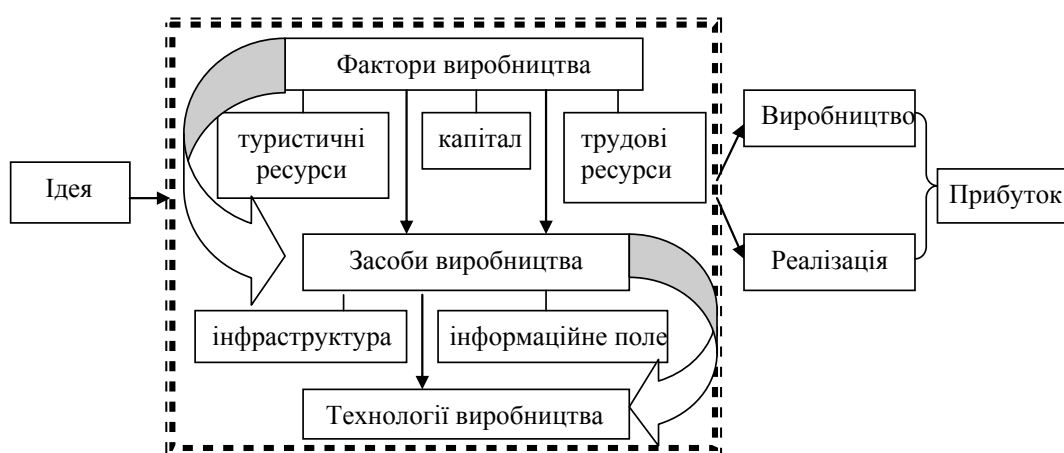


Рис. 2. Схема проектування туристичного маршруту
Джерело: побудовано автором на основі аналізу [15; 16; 17]

Одним з головних чинників, що перешкоджають реалізації туристичного потенціалу країни і стримують зростання її конкурентоздатності на міжнародному туристичному ринку, на наш погляд, є нестача в країні конкурентоспроможних туристичних маршрутів, проектування яких може здійснюватися на різних рівнях і різними суб'єктами індустрії:

1) на рівні одиничних суб'єктів туристичної індустрії – туроператорів, коли, як правило, проектуються інноваційні авторські туристичні маршрути;

2) на рівні дестинацій – міст, областей, регіонів, країни, коли проектується інноваційні міські, обласні, регіональні, міжрегіональні та національні туристичні маршрути.

Загалом проектування туристичних маршрутів – це процес створення на основі факторів (туристичних ресурсів, капіталу і трудових ресурсів) і засобів виробництва (інфраструктури, інформаційного поля) за допомогою технологій готового до використання потенційними туристами й екскурсантами туристичного маршруту (рис. 2).

Україна володіє високим туристично-рекреаційним потенціалом. Так, рекреаційний потенціал України становлять узбережжя Чорного та Азовського морів, рельєф, водні (понад 70 тис. річок, понад 3 тис. природних озер і 22 тис. штучних водоймищ), лісові, рослинні та тваринні ресурси. Родовища лікувальних грязей, а також мінеральних і радонових вод входять до рекреацій-

ного потенціалу нашої країни, який має не тільки внутрішнє, але й міжнародне значення. В Україні створено 11 національних природних парків, 15 державних заповідників, заказники, дендропарки, пам'ятники садово-паркового мистецтва, які належать до природоохоронних територій [18]. Наявність високого туристично-рекреаційного потенціалу України дає змогу розвивати різні види туризму [19, с. 47]. Однак проведений аналіз реалізованих та потенційних можливостей індустрії туризму (зокрема, туристичних потоків) показує, що наявний туристичний потенціал країни не використовується повною мірою. Так, у 2017 р. з туристичною метою Україну відвідали 14 229 642 громадян іноземних держав [11], хоча, згідно з прогнозом ВТО, країна може прийняти в рік до 20 млн іноземних туристів за необхідної якості туристичних послуг та рівня розвитку інфраструктури туризму [3]. Водночас у міжнародних рейтингах країна займає невисоке місце. Зокрема, у 2017 р. Україна зайняла 85-е місце у рейтингу глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Report 2016–2017), який щороку складається Всесвітнім економічним форумом, а за культурно-історичним та рекреаційним потенціалом вона завжди входить в десятку країн-лідерів [3]. Це говорить про те, що за наявного потенціалу в країні не вистачає механізмів конвертації його в ліквідний конкурентоздатний туристичний продукт. Створюється така ситуація, що за наявності факторів, засобів і технологій виробництва відсутній комерційний інтерес суб'єктів підприємницької діяльності в туризмі під час розроблення туристичних маршрутів усередині країни.

Основна функція туроператора – проектування інноваційних туристичних маршрутів – більш успішно реалізується на практиці в країнах, де туризм є основним джерелом доходів економіки країни [20, с. 53]. Що стосується України, то дослідження показують, що одиниці туроператорів розробляють інноваційні маршрути в межах різних видів і напрямів туризму. Так, у процесі дослідження було проведено аналіз діяльності найбільших українських туроператорів із в'їзного та внутрішнього туризму, взятих з Ліцензійного реєстру суб'єктів туроператорської діяльності на сайті Міністерства економічного розвитку і торгівлі [21], в напрямі створення інноваційних туристичних маршрутів.

Дослідження проводилося на основі аналізу асортименту маршрутів туроператорів, наведеного в каталогах і на сайтах. У процесі дослідження були отримані такі результати:

– по-перше, кількість туроператорів, що займаються такою діяльністю, обмежена, на що вказують як кількість поданих інноваційних маршрутів у пропозиціях досліджуваних підприємств, так і тенденція, яка свідчить про те, що чим меншим є підприємство та його фінансове забезпечення, тим нижча ймовірність того, що

воно займається розробленням інноваційних маршрутів;

– по-друге, з асортименту наведених інноваційних маршрутів можна дійти висновку, що більшість із них, а саме 77,8%, не спрямовані на розвиток туризму в Україні, такого роду маршрути щодо виїзних турів є більш популярними;

– по-третє, інноваційні маршрути розробляються в основному туроператорами, які спеціалізуються на певних видах туризму (освітньому, медичному, спортивному) або на програмах із певної дестинації;

– по-четверте, інноваційні маршрути розробляються туроператорами в основному для іноземних туристів, що пояснюється високою конкуренцією у цьому сегменті ринку.

Отже, можна дійти висновку, що більшість туроператорів внутрішнього і в'їзного туризму, що діють на українському туристичному ринку, практично не виконують своєї основної функції – проектування інноваційних туристичних маршрутів, а якщо і розробляють їх, то, як правило, на основі старого матеріалу, вже опрацьованих маршрутів та ідей. Чистих інновацій практично немає, а якщо вони і присутні, то на ринку виїзного туризму. Остання обставина серйозно стримує розвиток внутрішнього і в'їзного туризму. При цьому глобальна конкуренція на туристичному ринку зобов'язує підприємства індустрії туризму розробляти і пропонувати нові та оновлені послуги, в тому числі інноваційні туристські маршрути, вказане загалом стосується туристичних операторів.

Натепер необхідно умовою проектування та успішного продажу туристичного продукту є інновації. Дані наших досліджень показують, що в туризмі в основному використовуються технічні інновації. Патентний пошук показує наявність понад 300 різновидів патентів в індустрії туризму, серед яких – програмні продукти, туристичні товари та послуги тощо. Інші нововведення в туризмі, в тому числі інноваційні туристичні маршрути, не патентуються.

Розроблення інноваційних туристичних маршрутів територією України на основі наявних у туризмі інновацій дасть змогу українським туроператорам розширити асортимент, вийти на нові сегменти ринку і загалом збільшити доходи від своєї діяльності.

Говорячи про розроблення туристичних маршрутів на рівні держави, слід сказати про управління національними туристичними маршрутами – певним видом діяльності, яка провадиться з метою підвищення привабливості туристичних маршрутів для внутрішніх і в'їзних туристів, а також своєчасної їх модифікації для:

– відповідності асортименту туристичних маршрутів потребам туристів, кон'юктурі міжнародного туристичного ринку, екзогенним факторам міжнародного туризму і туристичної діяльності;

– забезпечення високої якості туристичних маршрутів, що відповідають світовим стандартам та умовам підвищеної безпеки туристів;

– популяризації та просування туристичних маршрутів за кордоном.

На рівні держави пріоритетним є розроблення концепції основних напрямів туристичних маршрутів країни, регіонів, областей і міст. Для розвитку в'їзного туризму особливої актуальності набуває розроблення інноваційних національних туристичних маршрутів, для розвитку внутрішнього туризму – міжрегіональних туристичних маршрутів. В останні роки в Україні діяльність у цьому напрямі почала активізуватися. Зокрема, розробляються та реалізуються проекти у сфері сільського «зеленого» туризму. Серед національних маршрутів слід відзначити маршрути «Золота підкова Черкащини» та «Золота підкова Львівщини».

Основними завданнями інноваційних туристичних маршрутів є:

– розвиток внутрішнього і в'їзного туризму в Україні;

– збільшення туристичного потоку і тривалості перебування туристів,

– формування «повторних» прибуттів до України.

Слід зазначити, що в сучасних умовах глобалізації світової економіки і посилення економічної ролі транснаціональних корпорацій відбувається перегляд ролі і місця державного регулювання туристичної діяльності. Логічним є розвиток інноваційної концепції ефективної державної політики, що частково обмежує і перерозподіляє регулюючі функції держави на користь приватного капіталу. Це особливо підкреслює роль держави в управлінні процесом проектування туристичних маршрутів із використанням механізмів державно-приватного партнерства; важлива роль у цьому процесі буде належати турсператорам внутрішнього і в'їзного туризму, що працюють на міжнародних ринках і мають державну підтримку.

Висновки з проведеного дослідження. Туристична сфера здійснює істотний вплив на соціальний та економічний стан держави та її

регіонів. Вона позитивно впливає на розвиток більшості галузей господарювання, сприяючи їх розвитку та, як наслідок, додатковим надходженням у бюджет. Невід'ємним складником успішного розвитку туризму є розроблення інноваційних туристичних маршрутів.

У процесі проведеного дослідження встановлено, що більшість українських турсператорів внутрішнього і в'їзного туризму практично не виконують своєї основної функції – проектування інноваційних туристичних маршрутів. На рівні держави ця діяльність ведеться в основному в напрямі проектування міжрегіональних туристичних маршрутів. За наявного потенціалу розвитку туризму натеper в Україні, відсутні механізми конвертації туристичної діяльності у ліквідний конкурентоспроможний туристичний продукт – туристичний маршрут, який зацікавлював би українських та іноземних туристів.

На нашу думку, проектування інноваційних туристичних маршрутів є напрямом підвищення конкурентоспроможності української туристичної індустрії. Реалізація цього питання ґрунтується на формуванні національних маршрутів за допомогою механізмів державно-приватного партнерства та за створення економічно привабливих умов для бізнесу. Економічний ефект від діяльності з проектування туристських маршрутів полягатиме у збільшенні попиту на туристичні послуги усередині країни і попиту з боку іноземних туристів, зростанні ВВП і підвищенні платіжного балансу країни, зміцненні економічної безпеки України за рахунок створення прибуткової індустрії, що не залежить від цін на сировинні ресурси на світових ринках.

Сформульовані висновки є додатковим обґрунтуванням потреби підвищення конкурентоздатності індустрії туризму на основі використання інноваційних форм туристичних маршрутів.

Зважаючи на вказане, подальші наукові дослідження слід спрямувати на розроблення та реалізацію теоретико-методологічного апарату щодо формування інноваційних туристичних маршрутів на місцевому, регіональному та національному рівнях.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. Київ. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>
2. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020». Указ Президента України від 12.12.2015 р. № 5/2015. Київ. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
3. Світова туристична організація UNWTO. URL: <http://www.unwto.org>.
4. Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / М.П. Бондаренко // Економіка і прогнозування. 2011. № 1. С. 104–119.
5. Білецька І.І. Конкурентоспроможність у її сучасному трактуванні / І.І. Білецька // Актуальні проблеми економіки. 2004. № 10(40). С. 80–87.
6. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. К. : Центр учбової літератури. 2007. 224 с.
7. Кальченко О.М. Проблеми інноваційного розвитку туристичної галузі України / О.М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2010. № 41. С. 133–139. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kalchenko2.htm

8. Крючкова Ж.В. Дослідження сутності конкурентоспроможності та конкурентоздатності аграрних підприємств / Ж.В. Крючкова. Агросвіт. 2016. № 7. С. 44–50.
9. Соловійов Д.І. Аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та науково-методичні напрями вдосконалення її державного регулювання / Д.І. Соловійов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2010. № 1(9). С. 70–73.
10. Аналіз динаміки та головні тенденції розвитку туризму у період 2015–2017 рр. Державне агентство України з туризму та курортів. URL: <https://regulation.gov.ua/catalogue/regulators/id85>
11. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули у 2017 р. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2017_u.htm.
12. Туристична діяльність в Україні у 2017 році. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/17/Arch_td_bl.htm.
13. В'їзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали у 2017 р. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/tyr/tyr_u/vigw2017_u.htm.
14. Туристична діяльність в Україні у 2016 році. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_td_bl.htm.
15. Кожухівська Р.Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку / Р.Б. Кожухівська // Вісник Донецького національного університету, сер. Економіка і право. 2010. Вип. 1. С. 84–86.
16. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посібник / О.О. Любіцева. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
17. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: навч. посібник / Г.І. Михайліченко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 156 с.
18. Рекреаційно-туристичні ресурси України. URL: <http://library.kr.ua/orhus/tur.html>.
19. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
20. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л.І. Гонтаржевська. Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
21. Ліцензійний реєстр суб'єктів туроператорської діяльності. Міністерство економічного розвитку і торгівлі. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=5386d976-11e4-4eb1-abdf-2948a2017c17&title=LitsenziiniiRestrSub-ktivTurooperatorskoiDiialnosti>