

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

©2018 ГОРБАЛЬ Н. І., КОГУТ У. І., ЛІЛЯНОВА А. В.

УДК 338.48

Горбаль Н. І., Когут У. І., Лілянова А. В. Розвиток туристичної галузі України в умовах євроінтеграції

Метою статті є дослідження стану й формування рекомендацій із розвитку туристичної галузі України за впливу глобальних чинників, зокрема євроінтеграції. Виявлено такі ключові проблеми туристичної галузі в Україні: 1) низький рівень в'їзного туризму; 2) недостатня інвестиційна привабливість галузі; 3) недостатнє просування вітчизняних туристичних продуктів на світовому ринку; 4) невідповідність цін і сервісного обслуговування тощо. Виявлено, що євроінтеграція може привести до низки позитивних ефектів у вітчизняній туристичній галузі, а саме: 1) збільшення туристичних потоків в Україну; 2) активізація іноземних інвестицій; 3) підвищення якості туристичних послуг; 4) розбудова вітчизняної інфраструктури; 5) поповнення державного та місцевих бюджетів тощо. Для досягнення переваг у туризмі від євроінтеграції Україна повинна діяти проактивно, зокрема: 1) вдосконалити законодавчу базу; 2) налагодити інфраструктуру; 3) стимулювати інвестиції; 4) проводити ефективну міжнародну маркетингову діяльність тощо. У комплексі такі заходи нададуть можливість не тільки інтенсифікувати розвиток вітчизняної туристичної галузі, яка може стати одним із основних напрямів розвитку економіки країни, а й інтегруватися в євроспільноту і світове співтовариство.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, євроінтеграція, інвестиції, конкурентоспроможність.

Рис.: 3. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 14.

Горбаль Наталія Ігорівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

E-mail: nataliahorbal2@gmail.com

Когут Уляна Ігорівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

E-mail: uliana.i.kohut@lpnu.ua

Лілянова Анастасія Вікторівна – студентка кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

E-mail: lilyanova.n@gmail.com

УДК 338.48

UDC 338.48

Горбаль Н. И., Когут У. И., Лилянова А. В. Развитие туристической отрасли Украины в условиях евроинтеграции

Целью статьи является исследование состояния и формирование рекомендаций по развитию туристической отрасли Украины при влиянии глобальных факторов, в частности евроинтеграции. Выявлены следующие ключевые проблемы туристической отрасли Украины: 1) низкий уровень въездного туризма; 2) недостаточная инвестиционная привлекательность отрасли; 3) недостаточное продвижение отечественных туристических продуктов на мировом рынке; 4) несоответствие цен и сервисного обслуживания и т. д. Выявлено, что евроинтеграция может привести к ряду положительных эффектов в отечественной туристической отрасли, а именно: 1) увеличение туристических потоков в Украину; 2) активизация иностранных инвестиций; 3) повышение качества туристических услуг; 4) развитие отечественной инфраструктуры; 5) пополнение государственного и местных бюджетов и т. д. Для достижения преимуществ от евроинтеграции в туризме Украина должна действовать проактивно, в частности: 1) усовершенствовать законодательную базу; 2) наладить инфраструктуру; 3) стимулировать инвестиции; 4) проводить эффективную международную маркетинговую деятельность и т. д. В комплексе такие меры дадут возможность не только интенсифицировать развитие отечественной туристической отрасли, которая может стать одним из основных направлений развития экономики страны, но и интегрироваться в евро- и мировое сообщество.

Ключевые слова: туризм, туристическая отрасль, евроинтеграция, инвестиции, конкурентоспособность.

Рис.: 3. **Табл.:** 2. **Библ.:** 14.

Горбаль Наталья Игоревна – кандидат экономических наук, доцент кафедры внешнеэкономической и таможенной деятельности, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, Львов, 79013, Украина)

E-mail: nataliahorbal2@gmail.com

Когут Уляна Игоревна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и международного предпринимательства, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, Львов, 79013, Украина)

E-mail: uliana.i.kohut@lpnu.ua

Лілянова Анастасія Вікторівна – студентка кафедри внешнеэкономической и таможенной деятельности, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, Львов, 79013, Украина)

E-mail: lilyanova.n@gmail.com

Horbal N. I., Kohut U. I., Lilianova A. V. The Development of Tourism Industry of Ukraine under the Conditions of European Integration

The article is aimed at researching the status and formulating recommendations on the development of tourism industry in Ukraine under the influence of global factors, particularly the European integration. The following key problems of tourism industry in Ukraine have been identified: 1) low level of inbound tourism; 2) insufficient investment attractiveness of the industry; 3) insufficient promotion of national tourism products in the world market; 4) mismatch of prices and service, etc. It is identified that the European integration can lead to a number of positive effects in the national tourism industry, namely: 1) increase of tourist flows to Ukraine; 2) intensification of foreign investments; 3) improvement of the quality of tourist services; 4) development of domestic infrastructure; 5) replenishment of the State and local budgets, etc. In order to achieve the advantages of European integration in terms of tourism Ukraine should act proactively, in particular: 1) to improve the legislative framework; 2) improve infrastructure; 3) stimulate investments; 4) conduct effective international marketing activities, etc. In the complex, such activities will provide not only an intensifying of the development of national tourism industry, which can become one of the main directions of development of the country's economy, but also will enable to integrate Ukraine into the European and the world community.

Keywords: tourism, tourism industry, European integration, investments, competitiveness.

Fig.: 3. **Tbl.:** 2. **Bibl.:** 14.

Horbal Nataliya I. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Foreign Economic and Customs Activities, Lviv Polytechnic National University (12 Stepana Bandery Str., Lviv, 79013, Ukraine)

E-mail: nataliahorbal2@gmail.com

Kohut Uliana I. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Management and International Business, Lviv Polytechnic National University (12 Stepana Bandery Str., Lviv, 79013, Ukraine)

E-mail: uliana.i.kohut@lpnu.ua

Lilianova Anastasia V. – Student of the Department of Foreign Economic and Customs Activities, Lviv Polytechnic National University (12 Stepana Bandery Str., Lviv, 79013, Ukraine)

E-mail: lilyanova.n@gmail.com

Туризм відіграє істотну роль у стимулюванні розвитку кожної країни, впливаючи на багато галузей, рівень зайнятості населення, споживчий попит і рівень валютних надходжень. Ключове значення туризму для міжнародного співробітництва, підтримання миру, безпеки вперше підкреслено на I Всесвітній конференції «Туризм як впливова сила збереження миру» (м. Ванкувер, 1998 р.) [1]. У сучасних умовах глобалізації, в контексті євроінтеграційних процесів туризм для України важливий і як засіб об'єднання нації, і як складова економічного піднесення держави та зміцнення авторитету країни на міжнародному ринку. Власне *метою* статті є дослідження стану й формування рекомендацій з розвитку туристичної галузі України за впливу глобальних чинників, зокрема євроінтеграції.

У 2016 р. Україну відвідало понад 13,3 млн іноземців, з них у приватних справах приїхало 13,0 млн ос., службові, ділові, дипломатичні поїздки здійснили 33,3 тис. ос., туристичні – 172,8 тис. ос., з навчальною метою – 2,1 тис. ос., для працевлаштування – 26 осіб, імігрували – 3,1 тис. ос., культурний та спортивний обмін здійснило 168 тис. ос. Разом із тим, упродовж останніх 10 років розвиток туризму в Україні характеризувався негативною динамікою (рис. 1) [2].

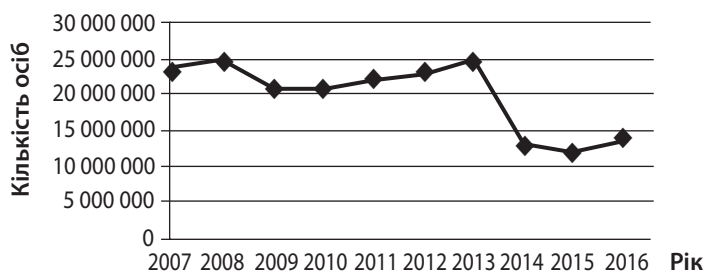


Рис. 1. Динаміка кількості іноземців, які відвідали Україну у 2007–2016 рр., осіб

Так, порівняно з 2007 р. кількість іноземців знизилася на 42,3%, кількість іноземних туристів – на 90,6%, а кількість внутрішніх туристів – на 79,0%. Лише з 2016 р. спостерігається незначне збільшення обсягів туристичних потоків (26,2% для в'їзних туристів та 27,0% для внутрішніх).

Натомість за останні 10 років обсяг виїзного туризму зріс більше, ніж у 6 разів, тобто українці надають перевагу іноземним країнам, скоріше за все,

через політико-економічну кризу в країні. Найпопулярнішими для виїзду є Польща, Росія, Угорщина, Молдова, Білорусь [3] (табл. 1).

У 2016 р. внесок туризму у ВВП України склав 5 млрд дол. США (5,6% ВВП), що приблизно дорівнює показникам Словаччини (5,6 млрд) і Болгарії (6,6 млрд) та істотно нижче порівняно з іншими країнами Центрально-Східної Європи (Польща – 21,1 млрд, Угорщина – 13 млрд, Чехія – 15 млрд, Румунія – 9,7 млрд). Лідер регіону ЦСЄ – Австрія (50,7 млрд, або 15,6% ВВП) [4]. В Україні, на відміну від більшості країн ЦСЄ, переважає внутрішній попит на туристичні послуги.

У 2017 р. галузь туризму України продемонструвала приріст на 3,4%. За прогнозами компанії WTTC (*World Travel & Tourism Council*), надалі середній приріст складе 3,1% на рік. Та за такого приросту в десятирічній перспективі цей показник, ймовірно, не досягне й рівня 2013 р. – 88% (рис. 2) [4]. Порівняно з 2013 р. реальне зростання галузі у 2017 р. зменшилося на 34,6%.

Україна – унікальний комплекс історичних, культурних і природних пам'яток зі значними рекреаційними можливостями, що сформувалися завдяки географічному положенню та історичному розвитку нашої держави. Тому вона має суттєві та реальні перспективи розвитку туристичної галузі. Але країна повинна надати туристичній індустрії пріоритетності серед галузей економіки. Керівництво Державної туристичної адміністрації України бачить майбутнє галузі в розвитку транспортних коридорів і туристичної інфраструктури та в контролі за якістю туристичних послуг [5].

Основними факторами, що перешкоджають розвитку туристичної сфери в Україні сьогодні, є [6]: 1) нестабільна політико-економічна ситуація в країні; 2) недосконала нормативно-правова база туристично-рекреаційної сфери, що обмежує потенційні можливості розвитку галузі, і, як результат, – низька привабливість серед споживачів; 3) низька купівельна спроможність споживачів; 4) неефективний маркетинг і застосування коштів, виділених на маркетингову діяльність, як на рівні туристичних компаній, так і в масштабах регіонів і держави в цілому; 5) податкове навантаження, що

Таблиця 1

Топ-10 країн світу, до яких виїжджали українці у 2016 р.

Місце	Країна	Кількість, тис. осіб	Місце	Країна	Кількість, тис. осіб
1	Польща	10111,086	6	Туреччина	930,657
2	Росія	3859,820	7	Словаччина	886,120
3	Угорщина	2893,370	8	Румунія	857,728
4	Молдова	1655,775	9	Єгипет	417,949
5	Білорусь	1114,457	10	Німеччина	275,987

Внесок, млрд дол.

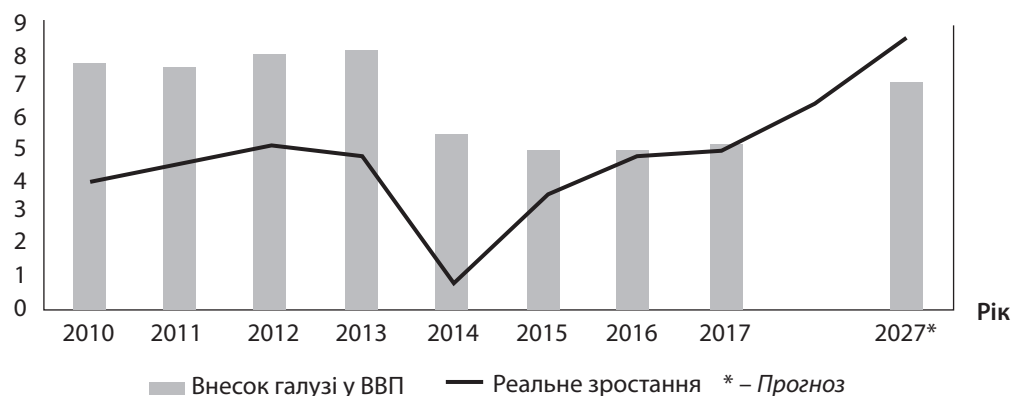


Рис. 2. Динаміка внеску галузі туризму у ВВП України у 2010–2017 рр.

гальмує інвестування у сферу туризму; 6) невідповідність сервісного обслуговування туристів міжнародним стандартам Всесвітньої туристичної організації (ВТО); 7) посилення конкуренції на світових ринках; 8) нерозвинена система впровадження додаткових послуг; 9) недостатній рівень кваліфікації персоналу, задіяного в туристичній сфері; 10) низький рівень знання іноземних мов у співробітників як туристичної сфери, так і державних структур; 11) неефективна цінова політика та ін.

За оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), світовий ринок туризму тривалий час зростає, незважаючи на окремі складнощі. Та, маючи всі передумови для належного розвитку туризму, Україна все ще поступається у цій сфері багатьом країнам. Так, за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму 2017 р. [7] Україна отримала 3,5 бала із семи можливих і 88 місце. У попередньому рейтингу 2015 р. дослідження України за цим Індексом не проводилася. Проте порівняно з 2013 р., коли наша країна посідала 76 місце з 140 країн, втрачено 12 позицій.

Експертами ВТО внесок туристичної індустрії України оцінюється у 1,3 млрд дол. США, або 1,4% ВВП, в українській сфері туризму зайнято 214,4 тис. осіб, або 1,2% від загального числа зайнятих. Для порівняння, у Польщі туристична сфера оцінена у майже 8 млрд дол. США, або 1,7% ВВП, зайнятість – 275,4 тис. осіб, або 1,7%; у Туреччині – 35,9 млрд дол. США, або 5% ВВП, зайнятість – майже 600 тис. осіб, або 2,3% від зайнятого населення.

Бізнес-середовище в нашій країні не сприяє розвитку туризму (124 місце). Негативний вплив має і рівень безпеки в країні – 127 місце. За «пріоритетністю розвитку сфери туризму для уряду країни» – 122 місце. Конкурентними ж перевагами країни є стан людських ресурсів і ринку праці (41 позиція) та охорона здоров'я і гігієна – 8 місце [7]. Як бачимо, передумови для належного розвитку туризму в достатній мірі в Україні не використовуються.

Аналітичні дослідження туристичної галузі [8–10], після впровадженої з 2002 р. Стратегії вітчизняного туристичного продукту України, дали змогу ідентифікувати його конкурентні переваги та недоліки (табл. 2).

В Україні обсяг інвестицій у туризм скоротився вдвічі з 2010 р. і на сьогодні становить до 2% загальних інвестицій, що істотно нижче показників країн ЦСЄ. Для більшості цих країн щорічний обсяг інвестицій у туристичну галузь залишався незмінним з 2010 р. Найбільший приріст інвестицій у Польщі (+23%), Чехії (+22%) і Румунії (+22%) (рис. 3) [4].

Обсяг прямих іноземних інвестицій у туризм на 1 січня 2016 р. становив лише 470,5 млн дол. США., що склало менше 1% від загального обсягу таких інвестицій в економіку України. Обсяги державного фінансування сфери туризму – незначні. А у 2015 та 2016 рр. з держбюджету взагалі не виділялося коштів на туризм. До прикладу, в середньому європейські країни на розвиток туризму виділяють від 10 до 50 млрд євро щорічно, що у 200 разів більше, ніж Україна (Франція – 52,9 млрд євро, Польща – 10,4 млрд євро) [11].

Оцінюючи власні можливості фінансування встановлено, що у 2011–2015 рр. 45% підприємств сфери туризму були нерентабельними. Найбільша кількість збиткових підприємств була у сфері мистецтва, спорту, розваг і відпочинку. Проте саме власні кошти залишаються для вітчизняних підприємств основним джерелом фінансування (63,3%) [11].

Створення і розвиток сильних українських туристичних «брендів» визнано найбільш результативним способом просування туризму України. Виокремлюють п'ять «сфер-брендів» українського туризму, які потрібно розвивати передусім: рекреаційний, активний і спеціалізований туризм; культурний туризм; туризм у містах; туризм у сільській місцевості; прикордонний і транзитний туризм [9].

У 2017 р. основними трендами туристичного ринку світу є:

- ✦ зростання кількості бронювань онлайн;
- ✦ демонстрація готелів перед продажем завдяки можливості онлайн;

Конкурентні переваги та недоліки українського туристичного продукту

Переваги	Недоліки
Можливості для розвитку всіх видів туризму забезпечені наявністю різних природних й історико-культурних туристичних ресурсів	Відсутність бюджетного фінансування важливих для розвитку туристичної та курортної сфер України заходів
Сприятливі умови для ведення активного туризму – кінної їзди, водних видів спорту, мисливства, значна кількість кваліфікованих інструкторів, провідників тощо	Недостатність інформації про місця відпочинку, замовчування можливих недоліків та протипоказань туристичних подорожей
Розвинені міжнародні авіаційні сполучення	Недостатня кількість міжнародних сполучень з регіональними осередками
Високий стандарт міжнародного аеропорту в Києві	Деякі регіональні аеропорти потребують термінової модернізації (Запорізький, Хмельницьких, Херсонський)
Традиційна українська гостинність	Загалом низький рівень сервісного обслуговування туристів відповідно до міжнародних стандартів ВТО
Розвинений регіональний фольклор і ремесла	Недостатньо ефективне просування туристичного продукту
Розбудована мережа курортів, особливо в гірській зоні та біля моря	Потреба модернізації курортів. Високий ступінь зношеності комунальної інфраструктури, низька якість більшості автошляхів, транспортного обслуговування
Розбудована мережа залізничних сполучень і відповідна якість послуг відносно цін квитків	Стан доріг покращується, однак мережа шляхів і послуг для автомобільних туристів є слабо розвинутою
Вигідне розташування на перехресті комунікаційних шляхів Європи	Відсутність позитивного туристичного іміджу за кордоном

Інвестиції, млрд дол.

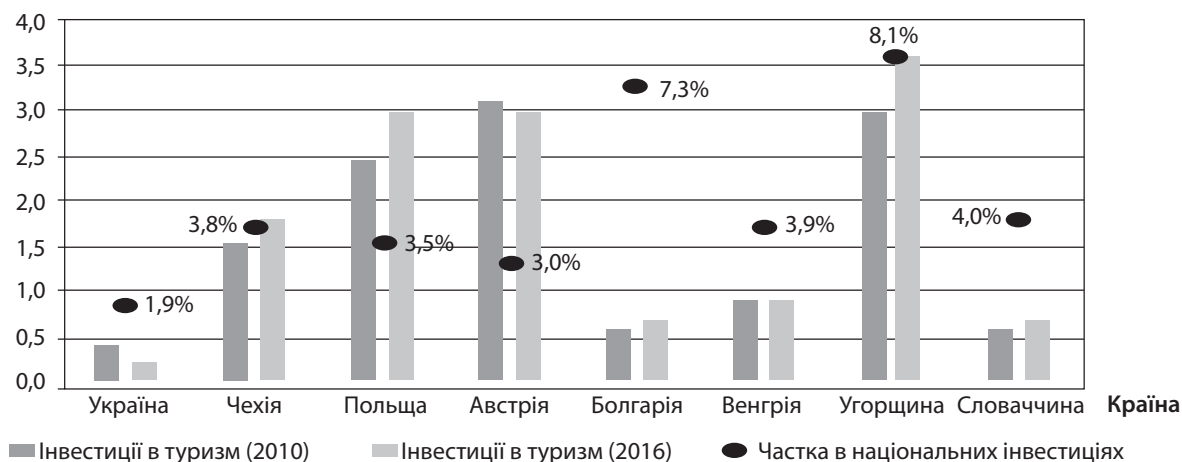


Рис. 3. Інвестиції країн ЦСЄ у розвиток туристичної галузі у 2010–2016 рр.

- ✦ активна модернізація транспортної інфраструктури;
- ✦ попит на тури зі «справжніми активностями»;
- ✦ попит на внутрішній туризм всією родиною;
- ✦ попит на тури, що поєднують оздоровлення та сафари;
- ✦ попит на тури «без нічого» [9].

Найважливішими сучасними тенденціями, що мають потужний вплив на процеси реформування вітчизняної туристичної галузі, є глобалізація та європейська інтеграція України.

Членство в ЄС є стратегічною метою України для реалізації національних інтересів, побудови економічно розвинутої та демократичної держави, зміцнення позицій у системі міжнародних відносин. Проте на сьогодні існує ряд факторів, що стримують процес євроінтеграції: недосконалість проведення економічних реформ; високий рівень корупції та економічної злочинності; розбіжності європейського та українського законодавства; відсутність консенсусу стосовно європейського вибору як серед населення, так і на рівні держави [12].

Ключові політико-економічні тенденції розвитку туристичної сфери України в євроінтеграційному аспекті розкриваються через положення Угоди про Асоціацію України та ЄС, зокрема статті 401 (розділ «Економічне та секторальне співробітництво»), 446 глави 27 «Транскордонне та регіональне співробітництво», 417 стосовно захисту прав споживачів, що передбачає імплементацію положень Директиви Ради 90/314/ЄЕС від 13 червня 1990 р. про організовані туристичні подорожі, відпочинок із повним комплексом послуг.

Одержання допомоги ЄС для розвитку сфери туризму можливе за двома напрямками: 1) технічна допомога у проєктах, що реалізуються безпосередньо обласними державними адміністраціями; 2) розробка стратегій регіонального розвитку в рамках проєкту ЄС «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні». Найбільш інтенсивно співпраця відбувається в рамках проєктів технічної допомоги та грантової підтримки, що надаються для розвитку туризму і регіонального розвитку.

У процесі співпраці України з ЄС ключова увага має бути спрямована на: спрощення митних формальностей щодо оформлення документів; підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств України шляхом впровадження європейських стандартів; вдосконалення системи підготовки та перепідготовки кваліфікованих кадрів, зайнятих у туристичній сфері; популяризація туристичного іміджу України серед європейських держав [10].

Членство в європейських структурах може надати Україні можливості для отримання переваг через:

- ✦ збільшення доступу до міського туристичного ринку ЄС, що динамічно розвивається;
- ✦ стимулювальний вплив на економічну політику, зокрема туристичну, для впровадження механізмів та інституцій за зразком держав ЄС;
- ✦ зростання конкурентоспроможності вітчизняного туристичного ринку внаслідок припливу капіталів та інвестицій, прискорення технологічного прогресу, пристосування його стандартів до потреб закордонних туристів.

Проте варто зазначити, що позитивні наслідки вступу до ЄС також потребують ряду дій із пристосування до стандартів Союзу, зокрема інституційних і структурних. Інституційні стосуються механізму функціонування туристичного господарства та системи управління туризмом (будівництво нових інституцій; правова система; підготовка спеціалістів зі сфери управління туризмом тощо). Структурні є довгостроковими та дорожчими і стосуються передусім розвитку та модернізації туристичної інфраструктури та загальної інфраструктури, необхідної для ефективного її функціонування [13].

Завдання, які ставляться вітчизняному туризму, повинні бути відображені в політиці держави, системі економічних, правових і організаційних інструментів реалізації цілей. Для країни з таким рівнем суспільно-господарського розвитку, як Україна, і довготривалим процесом трансформації до ринкової економіки, залучення держави мусить бути набагато більшим, ніж у розвинутих країнах. Проблеми потребують комплексного вирішення, що часто виходить за межі фінансових і організаційних можливостей туристичної галузі та держави та потребує зовнішньої допомоги, зокрема ЄС.

Адже домінуючий стан Європи в міжнародному туризмі забезпечується тим, що майже 85% обсягу її іноземного туризму формується внаслідок туристичного обміну між європейськими країнами і тільки 15% – завдяки прибуттю з інших регіонів. Тісні економічні, культурні та етнічні зв'язки, географічна близькість, розвинена мережа транспортних комунікацій, унікальні туристичні ресурси, високорозвинена туристична індустрія сприяють розвитку міжнародного туризму в Європі. Тому невідкладним завданням для України є створення зовнішньої та внутрішньої стратегії, яка буде спрямована на формування пріоритетів інтеграції нашої держави у світовий простір, зокрема до ЄС. Зрозуміло, що процес інтегрування є тривалим і складним. Тому ще до вступу в ЄС варто знайти механізми пришвидшення інтеграційних процесів з підприємствами ЄС на мікрорівні для посилення економічного зростання [14].

Отже, враховуючи конкурентні недоліки та негативні фактори впливу на туристичну сферу України, виділимо основні взаємопов'язані між собою складові стратегії розвитку вітчизняного туристичного бізнесу:

- 1) створення економічних, правових і соціальних умов для інтеграції України з іншими країнами, особливо з ЄС. Розширення міжнародної співпраці в економічній, туристичній та інформаційній галузях;
- 2) підвищення рівня інвестиційної привабливості галузі;
- 3) створення позитивного туристичного іміджу за допомогою маркетингових заходів: розповсюдження інформації та реклами на міжрегіональних, національному та міжнародному ринках; створення інформаційно-маркетингових центрів (ІМЦ) для проведення спеціалізованих досліджень та аналізування отриманих результатів;
- 4) підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери для покращення сервісного обслуговування та підвищення престижу у світі;
- 5) модернізація курортів та ін.

ВИСНОВКИ

Ключовими проблемами туристичної галузі в Україні є: 1) низький рівень в'їзного туризму; 2) недостатня інвестиційна привабливість галузі; 3) недо-

статне просування вітчизняних туристичних продуктів на світовому ринку; 4) невідповідність цін і сервісного обслуговування тощо.

Євроінтеграція на сьогодні є важливим аспектом розвитку вітчизняної туристичної галузі, що може привести до низки позитивних ефектів: 1) збільшення туристичних потоків на території України; 2) активізування іноземних інвестицій; 3) поліпшення якості надання туристичних послуг; 4) розбудова вітчизняної інфраструктури; 5) поповнення державного та місцевих бюджетів тощо. Для досягнення переваг у туризмі від євроінтеграції Україна повинна діяти проактивно, використовуючи вітчизняний природний та історико-культурний потенціали, зокрема: 1) вдосконалити законодавчу базу; 2) налагодити інфраструктуру; 3) стимулювати інвестиції; 4) проводити ефективну міжнародну маркетингову діяльність тощо. У комплексі такі заходи нададуть можливість не тільки інтенсифікувати розвиток вітчизняної туристичної галузі, яка може стати одним із основних напрямів розвитку економіки країни, а й інтегруватися в євроспільноту та світове співтовариство. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Калініна С.** Міжнародний туризм як фактор зміцнення відносин між Україною та країнами ЄС. *Грані*. 2015. № 6. С. 163–169.
2. **Аксьоненко К. А., Тарасова К. І.** Статистичний аналіз розвитку туризму в Україні. *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень*. 2017. Вип. 3. Ч. 1. С. 145–149.
3. В Україні немає жодного туристичного проекту, який відповідає міжнародним стандартам. URL: <https://tsn.ua/interview/v-ukrayini-duzhe-bagato-proektiv-ale-zhodnogo-yakiy-vidpovidav-bi-mizhnarodnim-standartam-949788.html>
4. **Литвинчук Я., Кляцька А., Терзов В.** Готельний ринок Києва на карті Європи. URL: <https://cushmanwakefield.com.ua/sites/default/files/2017-07/2017-06%20Cushman%26Wakefield%20-%20Hospitality%20Market%20-%20UA.pdf>
5. **Зікеєва С. Г.** Туристична галузь України в період євроінтеграції: соціально-економічний аспект. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. № 1. С. 74–82.
6. **Корженко К. А.** Основні стратегічні перспективи розвитку національного туризму в Україні в умовах соціально-економічної нестабільності. *Сталій розвиток економіки*. 2015. № 1. С. 14–21.
7. Рейтингові оцінки конкурентоспроможності українського туризму 2017. URL: <http://edclub.com.ua/analityka/reytyngovyi-ocinky-konkurentospromozhnosti-ukrayinskogo-turyzmu-2017>
8. **Колесник О. О.** Оцінка стану та перспектив розвитку туризму України в умовах кризи. *Економіка. Управління. Інновації*. 2010. № 2 (4). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk4.htm
9. **Колесник О. О.** Основні тренди світового туристичного ринку // Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації: матеріали Міжнародної

науково-практичної конференції: у 2 т. (м. Запоріжжя, 30–31 березня 2017 р.). Запоріжжя: Просвіта, 2017. Т. 1. С. 376–379.

10. **Горбаль Н. І., Ханіна Р. І., Ковальчук О. І.** Вплив євроінтеграційних процесів на розвиток туристичного ринку в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Вип.: *Менеджмент та підприємництво в Україні*. 2015. № 819. С. 120–128.

11. **Мамотенко Д. Ю.** Інвестиції в туристичну галузь України: проблеми та перспективи // Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції: у 2 т. (м. Запоріжжя, 30–31 березня 2017 р.). Запоріжжя: Просвіта, 2017. Т. 1. С. 228–231.

12. **Чорна Н.** Переваги та недоліки вступу України в Європейський союз. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/9148/1/%D0%A7%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B0%20%D0%9D..pdf>

13. **Шевченко Г. С., Шевченко С. Г.** Перспективи європейської інтеграції ринку туристичних послуг України. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.2. С. 124–130.

14. **Дубик В. Я., Осідач О. Б.** Маркетинговий підхід до аналізу конкурентоспроможності вітчизняних підприємств туристичного бізнесу в умовах Євроінтеграції. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.2. С. 64–69.

REFERENCES

- Aksyonenko, K. A., and Tarasova, K. I. "Statystychnyi analiz rozvytku turyzmu v Ukraini" [Statistical analysis of tourism development in Ukraine]. *Statystyka – instrument sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*. Vol. 1, no. 3 (2017): 145–149.
- Chorna, N. "Perevahy ta nedoliky vstupu Ukrainy v Yevropeyskyi Soiuz" [Advantages and disadvantages of Ukraine's accession to the European Union]. <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/9148/1/%D0%A7%D0%BE%D1%80%D0%B0%20%D0%9D..pdf>
- Dubik, V. Ya., and Osidach, O. B. "Marketynhovyi pidkhid do analizu konkurentospromozhnosti vitchyznianskykh pidpriemstv turystychnoho biznesu v umovakh Yevrointehratsii" [Marketing approach to the analysis of the competitiveness of domestic tourism business enterprises in the conditions of Euro-integration]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, no. 26. 2 (2016): 64–69.
- Horbal, N. I., Khanina, R. I., and Kovalchuk, O. I. "Vplyv yevrointehratsiinykh protsesiv na rozvytok turystychnoho rynku v Ukraini" [Influence of European integration processes on the development of the tourist market in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. Issue: *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini*, no. 819 (2015): 120–128.
- Kalinina, S. "Mizhnarodnyi turyzm yak faktor zmitsnennia vidnosyn mizh Ukrainoiu ta krainamy Yes" [International tourism as a factor for strengthening relations between Ukraine and EU countries]. *Hrani*, no. 6 (2015): 163–169.
- Kolesnyk, O. O. "Osnovni trendy svitovoho turystychnoho rynku" [The main trends of the world tourism market]. *Stratehichni imperatyvy rozvytku turyzmu ta ekonomiky v umovakh hlobalizatsii*, vol. 1. Zaporizhzhia: Prosvita, 2017. 376–379.
- Kolesnyk, O. O. "Otsinka stanu ta perspektyv rozvytku turyzmu Ukrainy v umovakh kryzy" [Assessment of the state and prospects of tourism development in Ukraine under crisis conditions]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*. 2010. http://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk4.htm
- Korzenko, K. A. "Osnovni stratehichni perspektyvy rozvytku natsionalnoho turyzmu v Ukraini v umovakh sotsialno-

ekonomichnoi nestabilnosti" [The main strategic prospects of the development of national tourism in Ukraine in conditions of socio-economic instability]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 1 (2015): 14-21.

Lytvynchuk, Ya., Kliatska, A., and Terzov, V. "Hotelnyi ry-nok Kyieva na karti Yevropy" [Hotel market of Kiev on the map of Europe]. <https://cushmanwakefield.com.ua/sites/default/files/2017-07/2017-06%20Cushman%26Wakefield%20-%20Hospitality%20Market%20-%20UA.pdf>

Mamotenko, D. Yu. "Investytsii v turystychnu haluz Ukrainy: problemy ta perspektyvy" [Investments in the tourism industry of Ukraine: problems and prospects]. *Stratehichni imperatyvy rozvytku turyzmu ta ekonomiky v umovakh hlobalizatsii*, vol. 1. Zaporizhzhia: Prosvita, 2017. 228-231.

"Reitynhovi otsinky konkurentospromozhnosti ukrainskoho turyzmu 2017" [Rating Estimates of the Competitiveness of Ukrainian Tourism 2017]. <http://edclub.com.ua/analitika/>

reityngovi-ocinky-konkurentospromozhnosti-ukrayinskogo-turyzmu-2017

Shevchenko, H. S., and Shevchenko, S. H. "Perspektyvy yevropeiskoi intehtratsii rynku turystychnykh posluh Ukrainy" [Prospects of European Integration of Ukrainian Tourist Services Market]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, no. 23. 2 (2013): 124-130.

"V Ukraini nemaie zhodnoho turystychnoho proektu, yakyi vidpovidaie mizhnarodnym standartam" [There is no tourism project in Ukraine that meets international standards]. <https://tsn.ua/interview/v-ukrayini-duzhe-bagato-proektiv-ale-zhodnogo-yakiy-vidpovidav-bi-mizhnarodnim-standartam-949788.html>

Zikeieva, S. H. "Turystychna haluz Ukrainy v period yevro-intehtratsii: sotsialno-ekonomichnyi aspekt" [The tourist industry of Ukraine during the period of European integration: socio-economic aspect]. *Ekonomika i menedzhment kultury*, no. 1 (2013): 74-82.