

## **Abstract.**

### ***Kukhareno A.L. Axiological dominant of professional training of leisure industry managers.***

*The article describes the axiological dominant of the professional training of managers of the leisure industry in modern society. The axiological nature of the organization of leisure in the tourist segment must demonstrate a model of complex recreation, the essence of which is the combination of active cultural and creative and communication forms. Valuable dominantes form the foundation of leisure activities and form spirituality in the best traditions of Ukrainian culture by means of folk art and allow to determine the strategy, prospects of training future professionals of the leisure industry.*

*The content of the activity, the roles, requirements, professional and personal qualities of the specialists of the sphere of leisure are substantiated. The role of educational values in solving problems is considered.*

**Keywords:** *Axiological dominant, manager, leisure industry, vocational training, roles and requirements.*

**УДК 338.46**

## **ШЛЯХИ СТИМУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ**

**ДУДНИК О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,  
МАЙБОРОДА М.М. К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Туризм є однією з найбільш перспективних та динамічних галузей світової економіки, потенціал якої в Україні використовується в недостатній мірі. Ця галузь на сьогоднішній день для України, як і для будь якої країни, сприятиме створенню нових робочих місць, збільшенню валютних надходжень, стане джерелом поповнення бюджету. Крім того, туризм стимулює розвиток багатьох галузей економіки таких як транспорт, будівництво, сільське господарство, мистецтво, культура тощо, які прямо чи опосередковано пов'язані з туристичною індустрією. Також туризм є високорентабельним та швидкоокупним бізнесом.

На сьогоднішній день Україна, не приділяє належної уваги розвитку туризму, хоча має усі передумови. Для цієї галузі економіки існує низка стримуючих факторів які мають місце практично в кожному регіоні:

– низька кваліфікація кадрів;

- нерозвиненість туристичної інфраструктури;
- слабка конкурентоспроможність;
- відсутність єдиної стратегії у формуванні державного іміджу;
- недостатність маркетингових досліджень;
- незацікавленість приватного сектору в довготривалих фінансових вкладеннях в розвиток транспортної сфери.

Всі ці фактори здійснюють відштовхуючий вплив на потенційних туристів, як іноземних так і українців. Ці фактори стримують розвиток туризму, в результаті Україна значно поступається провідним країнам в цій галузі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням підвищення туристичної привабливості займалися Балабанов І.Т., Маркіна І.А., Колесник О.О., Омуш А.І., Музиченко-Козловська О.В., Черниш І.В. Самойленко О.А., [1-7]. Їх дослідження спрямовані на способи підвищення інвестиційної привабливості туристичного комплексу території, на оцінку туристичних факторів, на методи визначення туристичної привабливості. При цьому в зазначених дослідженнях не достатньо уваги приділяється висвітленню врегулювання протиріч між потребами українців в розвитку внутрішнього і в'їзного туризму, повільного розвитку туристичного потенціалу країни та пошуку шляхів стимулювання туристичної привабливості території.

**Формулювання цілей статті.** Метою виконання дослідження є пошук шляхів стимулювання туристичної привабливості України для вітчизняних та іноземних туристів за рахунок покращення стану не лише окремих складових, але й визначає необхідність комплексного пошуку заходів її підвищення та максимальної координації та кооперації всіх суб'єктів туристичної галузі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За версією експертів Всесвітнього економічного форуму в Давосі (звіт про конкурентоспроможність в подорожах і туризмі 2017), Україна посіла 88-е місце за привабливістю для туристів. [8]. Серед інших пострадянських країн вище розташувалися Естонія (37 місце), Росія (43 місце), Латвія (54 місце), Литва (56 місце), Грузія (69 місце), Азербайджан (71 місце), Казахстан (81 місце) і Вірменія (84 місце). З погляду безпеки, на думку експертів ВЕФ, в Україну на відпочинок їхати не рекомендується, так само як до Пакистану, Нігерії, Венесуели, Єгипту, Кенії і Гондурасу, що увійшли в топ-10 країн-аутсайдерів за цим показником. При складанні рейтингу враховувалися такі фактори, як наявність збройних конфліктів на території держави, рівень

злочинності і терористична загроза. З іншого боку, експерти відзначили високий рівень української охорони здоров'я та санітарних стандартів, де країна потрапила в першу десятку країн-лідерів. В питанні ціноутворення для європейського туриста Україна також виявилася не найдорожчою країною, зайнявши 45-місце. Найбільш «доброзичливими» були визнані Іран, Єгипет і Малайзія, а найдорожчими для перебування — Великобританія і Швейцарія. В інших позиціях ми виявилися значно нижче: так, за рейтингом міжнародної відкритості Україна отримала лише 78 місце. Ще більш низьке, 98 місце країна зайняла у питанні екології, 79 – в авіа-інфраструктурі, 81 — в портовій і наземній, 71 — в туристичному сервісі. Культурні ресурси країни в Давосі оцінили в 2,14 бала і 51 місце. Вкрай низьке місце також ми посіли в питанні інвестицій в туристичний бізнес в Україні — 124 місце.

За останній час до України спрямовані туристичні потоки із 168 країн світу. Спостерігається зростання в'їзного потоку з країн СНД (особливо Казахстану, Молдови, Росії), з Туреччини, країн Африки, Східної Азії та Тихоокеанського басейну, з Південної Азії, що, на жаль, свідчить не стільки про туристичну привабливість України, скільки про використання туризму як міграційного інструменту. Зменшується потік з колишніх соціалістичних країн Європи (Чехія, Словаччина, Болгарія, Угорщина), хоча майже п'яту частину обмінів становить прикордонний обмін.

Зростає значення України як транзитної держави і це позначається на кількості одноденних відвідувачів, чисельність яких протягом останніх років стабільно росте, перевищуючи 50% всіх відвідувань. Особливо зріс транзитний потік через Україну з країн СНД (Гуркменістану, Таджикистану, Росії, Білорусі, Вірменії, Грузії, Казахстану).

Туристична політика України на ринку міжнародного туризму базується на активній маркетинговій стратегії, спрямованій на стимулювання іноземного туризму шляхом створення позитивного туристичного іміджу країни як країни безпечної та комфортного перебування. З цією метою вводиться спрощення візових формальностей, розбудовується індустрія туризму та підвищується відповідно до європейських стандартів якість обслуговування.

Основу туристичної привабливості території складають туристичні ресурси, які включають природні умови, антропогенні ресурси, історико-культурні цінності, туристичну інфраструктуру, інформаційне забезпечення, трудові ресурси, державне регулювання

та інвестиційну підтримку. Наявність ресурсів певною мірою визначає територіальну організацію туризму та рекреації, формування туристичних районів та їх спеціалізацію. Якість, доступність та рівень представлення туристу туристичних ресурсів залежить від державного регулювання, інформаційного забезпечення та інвестування галузі.

Рівень забезпеченості України туристичними ресурсами є дуже високим. В Україні значна кількість унікальних та естетично привабливих природних ландшафтів, що придатні для тривалого відпочинку та пригодництва у поєднанні з місцевими пам'ятками культури та природи. Туристичні ресурси та природні умови включають в себе гори, ліси, водойми, сприятливий клімат, тощо. Однак екологічний стан туристичних ресурсів з кожним роком стає все більш загрозливим. Це спричинено викидами шкідливих речовин в навколишнє середовище підприємствами, дуже велика кількість сміттєзвалищ, які займають великі площі і не відбувається утилізація сміття, багато людей викидають сміття в лісах, полях, винищуються тварини занесені в червону книгу.

До антропогенних ресурсів відносять духовні цінності, історико-культурні пам'ятки, релігійні пам'ятки, об'єкти пізнавального туризму тощо. В Україні сконцентрована величезна кількість культурно-історичних ресурсів, які утворюють національне надбання держави. Їх різноманітність, кількість, історична цінність, стан збереженості визначають ступінь привабливості території для туристів. В Україні налічується понад 200 тисяч об'єктів пізнавального туризму, понад 300 музеїв [9]. Всесвітньо відомими є історико-культурні заповідники (Києво-Печерський, Хортиця, Переяслав-Хмельницький, Поле Полтавської битви) та історико-архітектурні заповідники (Львівський, Кам'янець-Подільський, Софійський). Важливе значення мають старовинні замки (Мукачівський на Закарпатті, Луцький на Волині), фортеці (Хотинська на Буковині, Кам'янецька на Поділлі), місця паломництва (Печерська, Почаївська Лаври). І це далеко не весь перелік історико-культурних та природних туристичних ресурсів України. Нажаль, їх фінансування в нашій державі недостатнє, більшість з них потребує реконструкції та збереження, значна частина історичних пам'яток та історичних цінностей знаходяться на межі зникнення.

Туристична інфраструктура складається з усіх штучно створених рекреаційні заклади, таких як готелі, санаторії, ресторани та об'єктів побудованих для загального користування і сполучення, тобто залізничні шляхи, автомобільні магістралі, аеропорти, вокзали, тощо.

Наявність достатньої туристичної інфраструктури, яка б відповідали запитам різноманітних верств населення сприяє підвищенню туристичної привабливості території. В Україні існує диспропорція в забезпеченості регіонів туристичною інфраструктурою, недостатньою кількістю готелів вищого та середнього класів. Це впливає на рівень завантаженості готелів в Україні, що становить лише 31 % при нормативі у 60-70 % [10]. Також проблемою залишається стан та якість дорожньої системи України, знос основних засобів транспорту, особливо залізничного, автобусного.

Інформаційне забезпечення повинно мати базу даних про туристичні ресурси, їх розміщення та концентрацію на території України. Наявність інформаційного забезпечення дасть можливість туристу ознайомитись з туристичними можливостями певної території, а також дасть можливість інвесторам ознайомитись з наявністю та станом ресурсів. Нажаль на сьогодні не має такої єдиної бази про наявність і стан туристичних ресурсів України, інформації про тури та послуги, не має достатньої реклами.

Трудові ресурси, які задіяні в туристичному бізнесі є безпосереднім обличчям кожного об'єкту туризму, вони займають важливе місце у формуванні туристичної привабливості. Так як від фахівців, які працюють в туристичній галузі залежить на якому рівні будуть надаватися послуги і чи буде бажання у туриста скористатися ними вдало.

Державне регулювання визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики країни в галузі туризму. Основу державного регулювання туризму становить закон України «Про туризм» [11], що визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення прав громадян на відпочинок та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території держави.

На сьогоднішній день є необхідність у прийнятті локальних законів, які б були орієнтовані на пріоритетний розвиток галузі туризму.

Інвестиційна підтримка галузі туризму передбачає сукупність ресурсів, умов, заходів, як внутрішніх так і іноземних необхідних для здійснення інвестиційного процесу. Слід визнати, що потреби туристичної галузі України в прямих капіталовкладеннях значно

перевищують наявну на вітчизняному фінансовому ринку інвестиційну пропозицію. Саме тому велике значення має залучення іноземного капіталу.

Можна виділити такі основні шляхи стимулювання туристичної привабливості України:

- забезпечення позитивного іміджу України, як привабливої території для відпочинку;

- підвищення зацікавленості українців до відпочинку всередині країни;

- підтримка туристичної галузі національними програмами;

- спрощення процедури отримання віз та інших документів для іноземних туристів;

- створення єдиної бази даних про туристичні ресурси та їх розміщення по території України;

- підвищення професійної підготовки кадрів сфери туристичного бізнесу з орієнтацією як на внутрішній так і на в'їзний туризм;

- здійснення постійного моніторингу туристичної привабливості території;

- залучення державних та іноземних інвестицій у проекти з розвитку туризму;

- готелям варто активніше налагоджувати співпрацю з туроператорами, щоб вони були краще представлені в інтернеті і могли пропонувати розміщення для туристів, які купують тури онлайн;

- необхідно переймати досвід курортних країн і більш уважно ставитися до потреб туристів;

- удосконалення та розвиток туристичної інфраструктури;

- забезпечення туристів комфортом та безпекою при наданні туристичних послуг;

- приділяти увагу якості, різноманітності, прибутковості і ступеню використання потенціалу;

- розробку змістовних та цікавих туристичних маршрутів та програм;

- підвищення рівня сервісу обслуговуванні туристів;

- зниження цін для просування туристичного продукту;

- розробка турів «під ключ», де туристу більше ні про що не треба піклуватися - ні про переліт, ні про трансфер, ні про харчування. Більш того, турист повинен бути впевнений, що якщо йому обіцяли готель, припустимо, 5 \*, то і рівень сервісу там повинен бути відповідний. Чим менше буде розчарувань, тим більше людей почнуть подорожувати;

– доступність інформації по туристичним територіям: чим можна зайнятися, що цікавого можна побачити, в яких ресторанах можна повечеряти і в яких готелях зупинитися.

**Висновки.** Успішність функціонування туристичної галузі України залежить від ефективної системи управління та координації всіх складових туристичної привабливості: від туристичних ресурсів та інфраструктури до залучення інвестицій в їх розвиток та якісне обслуговування. Все це вимагає пошуку шляхів стимулювання туристичної привабливості України за рахунок покращення стану не лише окремих складових, але й визначає необхідність комплексного пошуку заходів її підвищення та максимальної координації та кооперації всіх суб'єктів туристичної галузі.

### Література.

1. **Балабанов И.Т.** Экономика туризма: [учебное пособие] / **И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов.** – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.

2. **Маркіна І.А.** Способи підвищення інвестиційної привабливості як засіб розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону / **І.А. Маркіна** // Науковий вісник. – Полтава, 2011. – С. 275–278.

3. **Колесник О.О.** Економічна оцінка туристичної привабливості України [Електронний ресурс] / **О.О. Колесник** // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – № 1. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/kolesnyk3.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk3.htm)

4. **Омуш М.О.** Методы оценки туристского потенциала региона / **М.О. Омуш** // Коммунальное хозяйство городов. – 2001. – Вып. 28. – С. 259-261.

5. **Музиченко-Козловська О.В.** Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / **О.В. Музиченко-Козловська** // Регіональна економіка: матеріали збірника наукових праць. – 2006. – № 1 – С. 218-227.

6. **Черниш І.В.** Основні складові інвестиційної привабливості рекреаційної галузі економіки / **І.В. Черниш** // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. – Вып. 216. – С. 114-118.

7. **Самойленко О. А.** Методологія визначення туристичної привабливості / **О.А. Самойленко** // Методологія, методи та інструментарій фінансово-економічного та організаційно-правового регулювання відтворювальних процесів за інноваційно-інвестиційною моделлю. – Чернівці, 2011. – С. 154-157.

8. World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/wef\\_ttr\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/wef_ttr_2017_web_0401.pdf)

9. **Любіцева О.О.** Туристичні ресурси України: [Навчальний посібник] / **О.О. Любіцева, Є.В. Панкова, В.І. Стафійчук.** – Київ: Альтерпрес, 2007. – 369 с.

10. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

11. Закон України «Про туризм» від 18.11.2003 № 1282-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

### References.

1. **Balabanov I.T., Balabanov A.I.** (2000). *Ekonomyka turyzma [Economy of tourism]*. Moscow: Fynansy y statystyka, p. 176 [in Russian].

2. **Markina I.A.** (2011). Sposoby pidvyschennia investytsijnoi pryvablyvosti iak zasib rozvytku turystychno-rekreatsijnoho kompleksu rehionu [Ways to increase the investment attractiveness as a tool for the tourism sector in the region]. *Naukovyj visnyk – Scientific Bulletin*, (pp. 275-278). Poltava [in Ukrainian].

3. **Kolesnik A.A.** (2010). Ekonomichna otsinka turystychnoi pryvablyvosti Ukrainy [Economic evaluation tourist attractiveness of Ukraine]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii – Economy. Office. Innovation*, No 1. – Retrieved from [http://tourlib.net/statti\\_ukr/kolesnyk3.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk3.htm) [in Ukrainian].

4. **Omush M.O.** (2001). Metody otsenky turystskoho potentsyala rehionu [Methods for assessing the tourist potential of the region]. *Kommunal'noe khozjajstvo borodov – Utilities cities*, Issue. 28, pp. 259-261 [in Russian].

5. **Muzychenko-Kozlovs'ka O.V.** (2006). Metodyka otsinky rivnia turystychnoi pryvablyvosti rehionu [Methods of assessing the level of tourist attractiveness of region]. *Rehional'na ekonomika: materialy zbirnyka naukovykh prats' – Regional economy: materials collected works*, No 1, pp. 218-227 [in Ukrainian].

6. **Chernysh I.V.** (2006). Osnovni skladovi investytsijnoi pryvablyvosti rekreatsijnoi haluzi ekonomiky [The main components of investment attractiveness of recreational sectors of the economy]. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky – Economy: issues of theory and practice*, Issue. 216, (pp. 114-118). Dnipropetrovsk: DNU [in Ukrainian].

7. **Samojlenko O.A.** (2011). Metodolohiia vyznachennia turystychnoi pryvablyvosti [Methodology tourist attraction]. *Metodolohiia, metody ta instrumentarij finansovo-ekonomichno ta orhanizatsijno-pravovoho rehulivannia vidtvorival'nykh protsesiv za innovatsijno-investytsijnoiu modelliu – Methodology, methods and tools of financial, economic, organizational and legal regulation of reproductive processes of innovation and investment model*, (pp. 154-157). Chernivtsi [in Ukrainian].

8. World Economic Forum Retrieved from [http://www3.weforum.org/docs/wef\\_trr\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/wef_trr_2017_web_0401.pdf) [in English].

9. **Liubitseva O.O., Pankova Ye.V., Stafijchuk V.I.** (2007). *Turystychni resursy Ukrainy [Tourist resources of Ukraine]*. Kyiv: Al'terpres, p 369 [in Ukrainian].

10. Ofitsijnyj sajт Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Committee of Ukraine]. (n.d.) [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua). Retrieved from [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) [in Ukrainian].

11. Zakon Ukrainy «Pro turyzm» vid 18.11.2003 № 1282-IV [The law of Ukraine «On Tourism» from 18.11.2003 No 1282-IV]. (2003. 18 November). [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua). Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua> [in Ukrainian].



### **Анотація.**

#### **Дудник О.В., Майборода М.М. Шляхи стимулювання туристичної привабливості України.**

Наведено концепцію стимулювання туристичної привабливості як окремих регіонів країни так і України в цілому. Виявлено чинники, що стримують розвиток туризму в Україні та запропоновані шляхи стимулювання туристичного бізнесу з метою збільшення надходжень до регіональних бюджетів. Охарактеризовані основні туристичні елементи: туристичні ресурси та природні умови, антропогенні ресурси, трудові ресурси, туристична інфраструктура, інформаційне забезпечення, державне регулювання, інвестиційна підтримка. Основні шляхи стимулювання туристичної привабливості направлені на ефективну взаємодію між вказаними елементами.

**Ключові слова:** туризм, туристична привабливість, туристична інфраструктура.

### **Аннотация.**

#### **Дудник Е.В., Майборода М.Н. Пути стимулирования туристической привлекательности Украины.**

Приведена концепция стимулирования туристической привлекательности как отдельных регионов страны, так и Украины в целом. Выявлены факторы, сдерживающие развитие туризма в Украине и предложены пути стимулирования туристического бизнеса для увеличения поступлений в региональные бюджеты. Охарактеризованы основные туристические элементы: туристические ресурсы, природные ресурсы, антропогенные ресурсы, трудовые ресурсы, туристическая инфраструктура, информационное обеспечение, государственное регулирование, инвестиционная поддержка. Основные пути стимулирования туристической привлекательности направлены на эффективное взаимодействие между указанными элементами.

**Ключевые слова:** туризм, туристическая привлекательность, туристическая инфраструктура.

### **Abstract.**

#### **Dudnyk O., Maiboroda M. The ways of stimulating of tourist attraction in Ukraine.**

Ways of stimulating the tourist attractiveness of Ukraine. The concept of stimulating tourist attractiveness as separate regions of the country and Ukraine as a whole. The factors hindering the development of the tourist in Ukraine and the ways of stimulating the tourist business from the subway to reduce revenues to regional budgets are revealed. The main tourist researches are described: tourist resources, natural resources, labor resources, tourist infrastructure, informational support, state regulation, investment support. The main ways of stimulating tourist attraction are aimed at effective interaction between these elements.

**Key words:** tourism, tourist attraction, tourist infrastructure.