

УДК 338.482 (477)

JEL L83, R10

DOI 10.31375/2226-1915-2022-2-53-64

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

І.С. Соловей

к. екон. н., асистент кафедри «Гуманітарної освіти і туризму»

Iryna_1978@ukr.net,

ORCID: 0000-0002-2436-7515

З.М. Герасимів

к. геогр. н., доцент, доцент кафедри «Гуманітарної освіти і туризму»

gerasymiv_z@ukr.net

ORCID: 0000-0002-2505-2769

Б.В. Луговий

к. іст. н., доцент, завідувач кафедри «Гуманітарної освіти і туризму»

Lugovi78@ukr.net

ORCID: 0000-0003-0460-5309

*Відокремлений підрозділ національного університету біоресурсів і природокористування України «Бережанський агротехнічний інститут»,
Бережани, Україна*

Анотація. У статті проаналізовано проблеми в'їзного туризму в Україні на сьогоднішній день і його значення, вказано основні перешкоди, що спричиняють проблеми туристичної індустрії України і відставання від світових стандартів. Проаналізовано основні показники діяльності колективних засобів розміщування, виявлено тенденцію до зменшення їх кількості і скорочення частки іноземців, що в них перебували. Визначено сучасні проблеми туристичної індустрії і загальну тенденцію змін у взаємодії чинників регулювання туристичної індустрії, наведено причини зниження туристичних потоків. Розвиток туризму стимулює споживчий попит, збільшує рівень валютних надходжень, впливає на зайнятість населення, активізує відносини між країнами туристичного процесу, забезпечує сталий розвиток окремих регіонів країни. На розвиток в'їзного туризму впливають ряд чинників: політична та економічна стабільність країни, безпека і комфорт туристів, стан туристичної інфраструктури, наявність багатой історико-культурної спадщини, особливих рекреаційних зон, туристичних дестинацій або культурних чи спортивних подій. Туристична галузь приносить високі прибутки країнам, які її розвивають, а також країнам Європейського союзу. В умовах євроінтеграції розвиток туристичної діяльності в Україні, зокрема в'їзного туризму є вкрай важливим.

Основною метою дослідження є висвітлення проблем, що виникли у вітчизняній туристичній галузі.

Ключові слова: туризм, в'їзний туризм, колективні засоби розміщування.

UDC 338.482 (477)

JEL L83, R10

DOI 10.31375/2226-1915-2022-2-53-64

PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF THE ENTRY TOURISM IN UKRAINE

Iryna Solovei

PhD, Assistant of the Department of «Humanitarian education and tourism»

Iryna_1978@ukr.net,

ORCID: 0000-0002-2436-7515

Zoriana Gerasymiv

PhD, Docent of Department of «Humanitarian education and tourism»

gerasymiv_z@ukr.net

ORCID: 0000-0002-2505-2769

Bogdan Lygovyi

PhD, Docent, Head of the Department of «Humanitarian education and tourism»

Lugovi78@ukr.net

ORCID: 0000-0003-0460-5309

*Separated Subdivision National University of Life and Environmental
Science of Ukraine «Berezhany Agrotechnical Institute», Berezhany, Ukraine*

Abstract. *The article analyzed most recent meaning and problems of the entry tourism in Ukraine, were mentioned the main obstacles, that could cause problems for tourism industry in Ukraine and its negative impact on the development of the branch as opposed to the world standards. It analyzed the main indicators in the activity of collective means, indicated a tendency to their reduction in numbers and shortage in foreigner fraction, which remained there before. The modern problems of tourism branch as well as overall tendency of change in the interaction between causes of regulations of tourism industry were defined, stated the reasons of decrease of touristic flows. Modern tourism pays a significant part in stimulations of the economical development of not only separate branches but also country's economics as well. Development of the tourism stimulates consumers' demand, increases the level of the currency income, impacts the employment, boosts the living conditions of the population, activates relations between the countries of the touristic process, provides constant development of the certain regions and is considered a great way in protection of the cultural, historical and environmental heritage. The involvement of the foreign tourists brings significant income for the country, however, also requires big investments in the branch for the modernization of the service sector. Tourism industry provides more and more income to the budget of the world countries every year and that is why the market became highly competitive as every country tries to be the most attractive one for the potential traveler and, consequently, lead in the promotion of touristic goods. Tourism potentiality of Ukraine is embraced in a very few ways. With the proper attitude, tourism can bring significant economical benefits to the county, without causing any social and environmental problems.*

There are few factors affecting the development of entry tourism: political and economical stability of the country, safety and comfort of the tourists, the overall state of the touristic infrastructure, evidence of the cultural and historical heritage, special recreational zones, tourist destinations or either cultural or sport events. Tourism branch brings high income to the countries that cultivate it and also the countries of the European Union. In the conditions of euro integration, the development of the tou-rism activity in Ukraine, especially the entry tourism, becomes the one of the significant importance.

The main point of the research is highlighting the problems that occurred in native tourism branch.

Keywords: *tourism, entry tourism, collective placement meanings.*

Постановка проблеми. Туризм вважають важливим засобом задоволення людських потреб у різноманітності, а за останні роки він став ще й одним із вагомих економічних чинників багатьох країн. Завдяки історичному розвитку та географічному положенню Україна є унікальним комплексом історичних, культурних та природних пам'яток та має значні рекреаційні можливості. А отже і реальні та значні перспективи розвитку туристичної галузі. Український в'їзний туризм, маючи величезний потенціал, суттєво відстає від світових лідерів і має багато проблем, які необхідно розв'язати.

Огляд останніх досліджень та публікацій. Проблематиці стратегічного розвитку туристичного сектору економіки і в'їзного туризму зокрема присвячено багато праць видатних науковців, зокрема В.Ф. Кифяка, М.А. Жукова, С.Ю. Цюхли, Л.К. Дядечко та ін. Проблема розвитку в'їзного туризму потребує постійного аналізу, оскільки змінюються світові тенденції і є потреба в пошуку нових методів стимулювання. Рекреаційно-туристичні ресурси України, їх методологію та методику аналізу та теоретико-методологічні й методичні підходи стратегічного розвитку туризму України, формуванню функціонуванню туристичної сфери досліджував О.О. Бейдик [1]. О.Я. Гугул та О.А. Оливко працювали над аналізом сучасного стану в'їзного туризму та пошуком методів його стимулювання. [3]. Л.К. Дядечко займалася питанням державного регулювання в сфері в'їзного туризму, і навела «як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і світі».

Над проблемами міжнародного туристичного бізнесу працювали іноземні [13; 14] та вітчизняні вчені О.О. Любіцева [5] та М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич [6]. У праці Я.О. Мариняка і Н.П. Стецько досліджено глобальні та національні зміни, що впливають на розвиток економіки та визначають стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в країні [7]. Описано характерні риси туристичної галузі в Україні на фоні розвитку світового туризму; визначено стратегічну місію, цілі і пріоритетні напрями туристичного ринку; запропоновано програму поетапного розвитку туристичної галузі на період 2011-2025 рр. у праці Н.М. Сажневої, І.А. Арсененко [12].

Задачі дослідження. Метою статті є виявлення проблем сучасного стану в'їзного туризму і пошук методів його стимулювання.

Основний матеріал дослідження. Серед галузей сучасного світового господарства індустрія туризму є найбільш прибутковою і перспективною за своїми темпами зростання і приносить високі прибутки країнам світу, які її активно розвивають. Ці показники прибутків щороку збільшуються.

Залучення іноземних туристів приносить значний дохід для країни, однак вимагає і значних капіталовкладень в цю галузь на модернізацію сфери обслуговування. Туристична індустрія щороку забезпечує все більші прибутки у бюджетах країн світу, тому ринок став висококонкурентним, де кожна країна намагається

бути якнайбільш привабливою для потенційного мандрівника і стати першою у просуванні туристичного товару.

Розвиток в'їзного туризму є не лише джерелом грошових надходжень в економічну систему країни, а й допомагає активізації відносин між країнами туристичного процесу. Прибутковою галузь туризму можна вважати тоді, коли потоки в'їзного туризму втричі перевищують обсяги виїзного [3, с. 74]. Зараз значна частка туристичних фірм надає перевагу саме виїзному туризму, оскільки він має попит серед громадян, забезпечує стабільні фінансові зиски і є можливість використовувати напрацьовані туристичні маршрути. А в'їзний туризм потребує реформування, значних капіталовкладень і не гарантує великих прибутків.

На сьогоdnішній день стратегічне значення має необхідність розбудови, відновлення об'єктів туристичної інфраструктури і підтримання їх в належному стані. Ресурсний потенціал України є настільки великим, що навіть за умов нестабільності кон'юнктури світового туристичного ринку і мінливого споживчого попиту, країна має можливість для активізації діяльності на світовому туристському ринку не тільки у виїзному, але й у в'їзному туризмі. Обсяги туристичних потоків та надходження від туризму в значній мірі залежать від якості наданих послуг та сектору розміщування. Потрібно приділяти особливу увагу розширенню асортименту послуг для туристів, кількості і якості об'єктів туристичної інфраструктури.

Наявні статистичні дані всесвітньої туристичної організації UNWTO вражають невідповідністю економічних надходжень від туристичної діяльності та обсягом залученого туристичного потоку. Це дозволяє припустити, що туристичний потенціал України розкрито не повною мірою, показовою є вага туристичного сектора України на рівні 2 % ВВП країни [7].

Колективні засоби розміщування є одним із джерел даних про туристичні потоки. Основними показниками туристичних потоків є кількість розміщених, у тому числі іноземців, кількість ночівель, проведених приїжджими в цих закладах, та середня тривалість перебування у них [8, с. 202].

Оцінка та розрахунок показників щодо фізичних осіб-підприємців здійснюється на підставі адміністративних даних Державної податкової служби.

Відповідно до статистичних стандартів України, колективні засоби розміщування розподіляються на два типи:

- готелі та аналогічні засоби розміщування (готель, мотель, готельно-офісний центр, кемпінг, клуб із приміщенням для проживання, гуртожиток для приїжджих, туристська база, гірський притулок, студентський літній табір та інші місця для тимчасового розміщування);

- спеціалізовані засоби розміщування (санаторій, дитячий санаторій, пансіонат із лікуванням, дитячий заклад оздоровлення цілорічної дії, дитячий центр, санаторій-профілакторій, бальнеологічна лікарня, грязелікарня, будинок відпочинку,

пансіонат відпочинку, база відпочинку, оздоровчий заклад одно-, дводенного перебування) [4].

На функціонування туристичної індустрії та колективних засобів розміщування значно впливає економічна та суспільно-політична криза, посилення податкового та регуляторного тиску, різке падіння доходів населення, спад ділової та туристичної

активності, зростання цін на послуги тощо, тому оцінка стану та виявлення тенденцій у розвитку колективних засобів розміщування набуває в сьогоденні умовах значної актуальності [2, с. 74]. Динаміку колективних засобів розміщування в Україні протягом 2011-2020 рр. наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка колективних засобів розміщування в Україні в 2011-2020 рр.

Роки	Кількість колективних засобів розміщування, од.	Кількість місць у колективних засобах розміщення, тис. од.	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення, тис.		Кількість іноземців у % до загальної кількості осіб
			усього	з них іноземці	
2011	5882	567,3	7426,9	1427,7	19,22
2012	6041	583,4	7887,4	1554,8	19,71
2013	6411	586,6	8303,1	1665,1	20,05
2014 ¹	4572	406,0	5423,9	551,5	10,17
2015 ¹	4341	402,6	5779,9	665,8	11,52
2016 ¹	4256	375,6	6544,8	863,7	13,20
2017 ¹	4115	359,0	6661,2	824,5	12,38
2018 ¹	4719	300,0	7006,2	917,9	13,10
2019 ¹	5335	370,6	6960,9	959,4	13,78
2020 ¹	4523	312,1	3379,5	254,4	7,53

Джерело: складено авторами за [4]

¹Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Таким чином, динаміка загальної кількості колективних засобів розміщування України з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців свідчить про існуючу тенденцію до

збільшення тільки на протязі 2011–2013 рр. з 5882 до 6411 одиниць, тобто загальна кількість готелів та аналогічних їм закладів за цей період збільшилась на 529 одиниць. З 2014 р.

дані подані без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях, на території яких залишилися значна кількість колективних засобів розміщування.

На підставі адміністративних даних Державної податкової служби щодо фізичних осіб-підприємців можна зробити висновок, що за цей період збільшилась і кількість місць у колективних засобах розміщення – з 567,3 до 586,6 тис. од. і кількість осіб відповідно з 7426,9 тис. у 2011 р. до 8303,1 тис. у 2013 р. Темпи росту кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщення у 2012 р. 106,2 %, у 2013 р. 105,3 %. На 0,8 % збільшилась і кількість іноземців до загальної кількості осіб, що перебували в колективних засобах розміщення. Така тенденція зберіга-

лася тільки до початку військових дій в Україні. Починаючи з 2014 р. і до 2020 р. готелів та аналогічних їм закладів зменшилась на 49 од., а кількість місць у колективних засобах розміщення скоротилася на 93,9 тис. од. Суттєво скоротилася і кількість в'їзних туристичних потоків іноземців до загальної кількості осіб що перебували у колективних засобах розміщення. У 2020 р. їх було всього 7,53 %, що на 2,64 % менше, ніж у 2014 р. і на 11,69 % менше, аніж у 2011 р.

Анексія територій і військова агресія суттєво впливає на звичний ритм життя, є соціальною катастрофою і так само знижує туристичну привабливість України. Показники діяльності колективних засобів розміщування в Україні у 2019-2020 рр. наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Основні показники діяльності
колективних засобів розміщування в Україні у 2019-2020 рр.¹

Показники	Всього,		у % 2020 р. до 2019 р.	у тому числі			
				роки		роки	
	2019	2020		готелі та аналогічні засоби розміщування		інші засоби розміщування	
				2019	2020	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8
Кількість колективних засобів розміщування, од.	5 335	4 523	84,78	3 165	2 902	2 170	1 621
Кількість місць у КЗР, од.	3 70 560	312 093	84,22	171 721	162 088	198 839	150 005
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од.	83 147	78 955	94,96	83 147	78 955	х	х

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Кількість осіб, що перебували у КЗР – усього	6960949	3 379 475	48,55	5 494 210	2682978	1 466 738	696 497
з них іноземців	959423	254 410	26,52	896 173	247711	63 250	6 699
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	18459138	9 142 525	49,53	10422432	5070250	8 036 706	4072 275
з них ночівель іноземців	2016 623	510 551	25,32	1 832 197	490504	184 425	20 047
Юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних, осіб							
Кількість колективних засобів розміщування, од	1 626	1 337	82,23	792	728	834	609
Кількість місць у КЗР, од	1 86 840	155 029	82,97	75 667	72 447	111 173	82 582
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	39 634	37 497	94,61	39 634	37 497	x	x
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	4 604 935	2 218 583	48,18	3 693 556	1783885	911 379	434 698
з них іноземців	812 722	218 328	26,86	795 482	217 378	17 240	950
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	12 446 841	6 227 427	50,03	7 040 927	3499309	5 405 914	2 728118
з них ночівель іноземців	1 687 148	430 744	25,53	1 607 930	422 193	79 218	8 551
Фізичні особи-підприємці							
Кількість колективних засобів розміщування, од	3 709	3 186	85,89	2 373	2 174	1 336	1 012
Кількість місць у КЗР, од	183 720	157 064	85,49	96 054	89 641	87 666	67 423
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	43 513	41 458	95,28	43 513	41 458	x	x
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	2 356 014	1 160 892	49,27	1 800 654	899 093	555 359	261 799
з них іноземців	146 701	36 082	24,60	100 691	30 333	46 010	5 749
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	6 012 297	2915098	48,49	3 381 505	1570941	2 630 792	1 344 157
з них ночівель іноземців	329 475	79 807	24,22	224 267	68 311	105 207	11 496

Джерело: складено авторами за [4]

¹Інформацію наведено без з урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Суттєве зменшення помітне за всіма показниками діяльності колективних засобів розміщування в Україні у 2019-2020 рр., як в юридичних осіб і їх відокремлених підрозділів, так і у фізичних осіб. Загальна кількість колективних засобів розміщування скоротилася на 15,22 %. Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщення за той самий період скоротилася майже в 2 рази. Причому скорочення готелів та аналогічних засобів розміщення, зазвичай мотелів, було незначним (на 8,4 %). А кількість інших засобів розміщування, до яких входять засоби на період відпустки та іншого тимчасового проживання (хостели, будинки відпочинку, пансіонати відпочинку, бази відпочинку, туристські бази, гірські притулки), кемпінги та стоянки для житлових автофургонів і причепів, інші засоби розміщування (гуртожитки для приїжджих, інші місця для тимчасового розміщування. розміщування) скоротилися на 25,3 %. Кількість ночівель осіб у КЗР у 2020 р. відносно 2019 р. скоротилася вдвічі, а кількість іноземців – у 4 рази.

В Україні не проводиться дослідження особливостей формування державної політики у сфері туризму в умовах збройного конфлікту, в якому країна перебувала 8 років. В таких умовах складно приймати управлінських рішення, розвивати і вдосконалювати вітчизняну туристичну індустрію, давати оцінку економічного ефекту, та й гарантувати безпеку туристів в умовах війни є складним завданням. Україна також постраждала від різкого падіння туристичних потоків через військовий конфлікт на

Донбасі, анексію Криму, масові акції протесту в містах України 2013-2014 рр., у результаті чого відбулося значне погіршення іміджу країни [11]. Так, Україна у 2016 році за рейтингом Всесвітнього Економічного Форуму потрапила у ТОП-10 найнебезпечніших країн для подорожування у світі [15]. Крім політичної і економічної нестабільності на зменшення потоків в'їзного туризму впливає недостатній розвиток туристичної інфраструктури; обмеженість асортименту запропонованих послуг; невідповідність законодавчо-правової бази сучасним вимогам; складність ведення туристичного бізнесу; низький рівень сервісу; дефіцит кваліфікованих працівників сфери туристичних послуг; недосконалість і недостатність реклами туристичних центрів нашої країни за кордоном; екологічні проблеми; занедбаність історико-культурних пам'яток, нерозвинені системи зв'язку і комунікацій та багато інших проблем.

Репутація держави, так званий туристичний брендинг, є не стільки актуальним терміном у світі конкуренції в туристичній галузі, скільки широкий спектр напрямів діяльності всього набору засобів маркетингу. Туристичний бренд визначає перспективність подальшого розвитку цього виду бізнесу та передає весь набір сигналів споживачу про якість, ціну, очікувані рівні якості і статус туристичного бренду [10, с. 396]. На формуванні туристичного бренду країни позначаються її впливовість у світі, соціально-економічне та політичне становище, розвинені туристичні дестинації, рівень культури, інтелектуальна власність, спортивні досягнення тощо.

За результатами досліджень міжнародного іміджу України, проведене на основі аналізу публікацій та повідомлень впливових іноземних ЗМІ спеціалістами Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова, уявлення про Україну були досить поверховими, фрагментарними і часто негативними [9]. Це свідчить про те, що у світі мало знають про туристичний потенціал нашої країни.

Висновки. В'їзний туризм в Україні має багато проблем, які формують негативний імідж України як туристичної держави. Головною з яких є бойові дії в нашій державі. Гальмується розвиток туризму і через незначні обсяги інвестицій у розвиток матеріальної бази, недостатній розвиток туристичної інфраструктури; технологічна відсталість галузі; недосконалість законодавчо-правової бази і її невідповідність сучасним вимогам; нестача коштів на іміджеву політику держави; недостатність методичної та організаційної підтримки туристичної галузі, дефіцит висококваліфікованих кадрів сфери туристичних послуг.

Для розвитку в'їзного туризму, на нашу думку, в Україні необхідно:

- створити умови для безпечного і комфортного перебування туристів;
- створити економіко-фінансові умови стимулювання розвитку туризму;

- удосконалити матеріально-технічну базу міжнародного туризму і довести її до рівня світових стандартів для комплексного обслуговування зарубіжних туристів;

- надавати пільги і кредити для організації туристичної діяльності;

- вкладати кошти для підвищення туристичного іміджу країни;

- залучати інвестиції;

- вміло підбирати кадри, підвищувати їх професійний рівень;

- навчитися зацікавити, обслуговувати і розважати одночасно як найбільше туристів різних категорій;

- впроваджувати інноваційні технології, сучасні тенденції розвитку в'їзного туризму України та системи методів стимулювання;

- удосконалити законодавчо-правову базу;

- створювати туристичні дестинації;

- здійснювати просування туристичного продукту за рахунок ефективної маркетингової та рекламно-інформаційної політики;

- широко використовувати інновації в туризмі.

Дані заходи допоможуть створити конкурентоспроможний туристичний продукт на національному та міжнародному ринках, здатний максимально задовольнити туристичні потреби, а отже, сприятимуть збільшенню кількості робочих місць і стимулюватимуть зростання надходжень до бюджетів різних рівнів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: Київський університет, 2002. 395 с.
2. Бусласва Г.В. Сучасний стан та тенденції розвитку колективних засобів розміщування в Україні // Науковий вісник Херсонського державного університету. Вип. 18. Ч.1. 2016. С. 74-79.
3. Гугул О.Я., Оливко О.А. Роль в'їзного туризму в Україні та методи його стимулювання // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Вип. 22 Ч. 1. 2018. С. 73-78.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес. 2002. 320 с.
6. Мальська М.П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.
7. Мариняк Я., Стецько Н. Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні. Наукові записки. 2021, № 2. С. 108-120.
8. Милашко О.Г. Колективні засоби розміщування як об'єкт статистичного вивчення // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. праць. Одеса, 2014. Вип. 2(53). С. 202-206.
9. Міжнародний імідж України: міфи і реалії. URL: [http:// razutkov.org.ua/additional/analytical_report_NSP3_ukr.pdf](http://razutkov.org.ua/additional/analytical_report_NSP3_ukr.pdf).
10. Музиченко-Козловська О.В. Туристичний брендинг: сутність, складові та переваги // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2014. № 797. С. 396-402.
11. Романова А.А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів // Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2018, № 9. С. 93-104.
12. Сажнева Н.М., Арсененко І.А. Актуальні напрями розвитку конкурентоспроможного ринку туризму в Україні // Український географічний журнал. 2012, № 1 С. 40-43.
13. Blanchard L., Higgins-Desbiolles F. *Peace through Tourism*. Abingdon: Routledge, 2013. 276 p.
14. Leong A. *International Tourism and World Peace*. Journal of Macau University of Science and Technology. 2008. № 2 (2). pp. 38-44.
15. World Economic Forum, available at: <https://www.weforum.org> (Accessed 25 June 2018).

REFERENCES

1. Beydyk, O.O. (2002). *Rekreatsiyno-turystychni resursy Ukrainy: metodologiya ta metodyka analizu, terminologiya, rayonuvannia*. [Recreational and tourist resources of Ukraine: methodology and methods of analysis, terminology, zoning.]. Kyiv : Kyivskyi universytet, 395 p. [in Ukrainian].

2. Buslayeva, G.V. (2016). *Suchasnyy stan ta tendentsiy rozvytku kolektyvnykh zasobiv rozmishchuvannia v Ukraini. [Current state and trends in the development of collective accommodation in Ukraine]. Naukovyy visnyk Khersonskogo derzhavnogo universytetu – Scientific Bulletin of Kherson State University. Vyp. 18. Chast.1. pp. 74-79. [in Ukrainian].*
3. Gugul, O. Ya. & Olyvko, O.A. (2018). *Rol vyyznogo turyzmu v Ukraini ta metody yogo stymulyuvannia. [The role of inbound tourism in Ukraine and methods of stimulating it. Scientific Bulletin of Uzhhorod National University]. Naukovyy visnyk Uzhgorodskogo natsionalnogo universytetu – Scientific Bulletin of Uzhhorod National University., # 22.1. pp. 73-78. [in Ukrainian].*
4. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. [State Statistics Service of Ukraine]. Retrived from: <http://www.ukrstat.gov.ua>*
5. Lubitseva, O.O. (2002). *Rynok turystychnykh posluh (Heoprostorovi aspekty) [Market of tourist services (geospatial aspects)] K.: Alterpres. 320 p. [in Ukrainian].*
6. Malska, M.P., Antonyuk, N.V. & Hanych N.M. *[Mizhnarodnyy turizm i sfera posluh [International tourism and services]: pidruch. K.: Znannia, 661 p. [in Ukrainian].*
7. Marynyak, Ya. & Stetsko N. (2021). *Stratehichni napryamy rozvytku mizhnarodnoho turyzmu v Ukraini. [Strategic directions of international tourism development in Ukraine.] Naukovi zapysky.– Proceedings. 2021, no. 2. pp. 108-120. [in Ukrainian].*
8. Mylashko, O.H. (2014). *Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia yak obyekt statystychnoho vyvchennia. [Collective means of placement as an object of statistical study.] Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. – Bulletin of socio-economic research: zb. nauk. pr. Odesa, # 2(53). pp. 202-206. [in Ukrainian].*
9. *Mizhnarodnyy imidzh Ukrainy: mify i realiy. International image of Ukraine: myths and realities. Retrived from: http://razumkov.org.ua/additional/analitical_report_NSP3_ukr.pdf. [in Ukrainian].*
10. Muzychenko-Kozlovska O.V. (2014). *Turystychnyy brendynh: sutnist, skladovi ta perevahy. [Tourism branding: essence, components and benefits] Visnyk Natsionalnogo universytetu. «Lvivska politekhnik» – Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic». no. 797. pp. 396-402. [in Ukrainian].*
11. Romanova, A.A. (2018). *Upravlinnya rozvytkom turystychnoy sfery v umovakh zbroynnykh konfliktiv. [Management of tourism development in conditions of armed conflict] Elektronne naukove fahove vydannia z ekonomichnykh nauk «Modern Economics» – Electronic scientific professional publication on economic sciences «Modern Economics», no. 9. pp. 93-104. [in Ukrainian].*
12. Sazhneva, N.M. & Arsenenko, I.A. (2012). *Aktualni napryamy rozvytku konkurentospromozhnoho rynku turyzmu v Ukraini [Current directions of development of the competitive tourism market in Ukraine]. Ukraynskyi heohrafichnyy zhurnal – Ukrainian Geographical Journal, no. 1 pp. 40-43. [in Ukrainian].*

13. Blanchard, L. (2013). *Peace through Tourism* / L. Blanchard, F. Higgins-Desbiolles. Abingdon: Routledge, 276 p.
14. Leong, A. (2008). *International Tourism and World Peace*. *Journal of Macau University of Science and Technology*. no. 2 (2). pp. 38-44.
15. *World Economic Forum*, available at: Retrived from: <https://www.weforum.org> (Accessed 25 June 2018).

Стаття надійшла 12.05.2022

Посилання на статтю: Соловей І.С., Герасимів З.М., Луговий Б.В.

Проблеми розвитку в'їзного туризму в Україні // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць, 2022. № 2 (79). С. 53-64. DOI 10.31375/2226-1915-2022-2-53-64.

Article received 12.05.2022

Reference a JournalArtic Solovei Iryna, Gerasymiv Zoriana & Lygovyi

Bogdan. (2022). Problems in the development of the entry tourism in Ukraine. *Development of management and entrepreneurship methods on transport*. 2 (79), 53-64. DOI 10.31375/2226-1915-2022-2-53-64.