

Аналізуючи вищенаведені дані, можна зазначити, що Україна має тенденцію зростання кількості обслуговуваних туристів туристичними підприємствами.

Проблематика туристичного ринку все ж таки існує і на сьогоднішній день її прояв відбивається у недостатньому рівні збереження об'єктів туристичної спадщини, скорочення державної підтримки та фінансування, відтоці робочої сили за кордон. Відповідно, без активної державної підтримки, раціонального збереження туристичної спадщини та інвестицій, розвиток туризму в Україні може уповільнитися.

#### **Список використаних джерел та літератури**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрану.
2. Sardak S. Global factors which influence the directions of social development / S. Sardak, M. Korneyev, A. Simakhova, O. Bilskaya // Problems and Perspectives in Management. – 2017. – № 15(3). – P. 323 – 333.

*Антонишин Андрій Павлович,  
кандидат історичних наук, доцент кафедри туризму  
Національного університету фізичного виховання та спорту України*

### **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ВІННИЧНИНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ**

Розвиток туризму та всіх його складових є досить динамічним процесом і це підтверджує міжнародна статистика останніх десятиліть [1]. Становлення туристичної галузі України, нажалі і надалі знаходиться, в законодавчому плані, на етапі становлення. Нажалі державний механізм «пострадянської» країни і надалі гальмує поступовий розвиток галузі, хоча незважаючи на різні перепони, незалежні фахівці відзначають значний прогрес розвитку, особливо в деяких видах туризму.

Звичайно, що вітчизняний туризм виступає невід'ємною складовою світового туристичного процесу. Природа нагородила Україну багатими і різноманітними екосистемами. Великі туристичні та екскурсійні можливості нашої країни обумовлені багатьма чинниками: унікальна історична спадщина, чудові краєвиди та багатство української землі, зручні шляхи сполучення, привітні люди. Туристична галузь сприяє пізнанню і збереженню історичної та культурної спадщини

українського народу, патріотичному вихованню, надає можливість ознайомити із нею усі без виключення верстви населення країни та іноземних мандрівників.

Свій внесок у дослідження цієї проблеми зробили такі науковці, як О. Ключковський, Л. Кирилюк, Н. Турло, І. Власенко, М. Дзюма, М. Костриця, М. Русинський, Ю. Зінько та інші. Незважаючи на це, ряд аспектів цієї проблеми у нових умовах залишаються недостатньо вивченими і потребують більш глибоких досліджень.

Метою дослідження є аналіз туристичного потенціалу Вінницької області та оцінка бізнес середовища регіону стосовно розвитку об'єктів туристичної індустрії, пропозиції розбудови ринку туризму на Вінниччині.

Реалізацію державної політики в сфері туризму здійснює Вінницька обласна державна адміністрація. Розвиток Вінницького регіону регулюється Стратегією збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2020 р. Саме цей документ визначає стратегічні напрямки та шляхи розвитку регіону на основі аналізу існуючого стану, конкурентного потенціалу та пріоритетів розвитку регіону. З метою проведення аналізу розвитку інфраструктури регіону було досліджено, в першу чергу, статистичні дані, що стосувалися вказаних напрямків. Для здійснення аналізу використовувались також звіти по окремим напрямкам діяльності (освіта, медицина тощо), дані відповідних управлінь, інформація, розміщена на Інвестиційному порталі Вінниччини тощо [2].

Для залучення туристів та екскурсантів до регіону, з метою популяризації рідного краю, розвитку туризму:

- за ініціативи Вінницької обласної ради, у області було проведено конкурс «Сім чудес Вінниччини», за підсумками якого визначено об'єкти, що увійшли до номінації «Перлини Поділля» [3].

Найпопулярнішою метою подорожей для усіх категорій туристів залишається дозвілля та відпочинок.

За ступенем доступності для рекреаційного використання природно-заповідні об'єкти області поділяються на: загальнодоступні, що мають статус охоронних об'єктів; відкриті для організованого туризму – всі парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва і більша частина пам'яток природи; відкриті для суворо регламентованого і організованого туризму – частина пам'яток природи і більшість заказників; закриті для туризму – частина пам'яток природи, як правило, зоологічних. У компонентній структурі природно-ресурсного потенціалу Вінниччини природні рекреаційні ресурси складають 5,1%.

У Концепції соціально-економічного розвитку Вінницької області туризм розглядається як один з пріоритетних напрямів розвитку економіки області. Цей стратегічний пріоритет сформульований таким чином: «розвиток туризму як галузі, що здійснює вплив на розвиток багатьох секторів економіки області, збереження і використання її культурно-історичного і природного потенціалу та включає:

- розвиток м. Хмільника, як місто-курорт (розвиток рекреаційних ресурсів радонових вод через формування Хмільника, як місто-курорт);
- розвиток курортно-лікувального бізнесу на базі лікувальних вод Придністров'я (Садковецький, Броницький);
- розвиток екологічного та сільського туризму;
- розвиток туристичних маршрутів по історичних місцях Вінниччини;
- розширення інфраструктури для організації туристичних маршрутів;
- створення нових підприємств індустрії розваг;
- формування рекреаційної мережі для задоволення потреби в новій рекреації;
- розбудова культурно-мистецького простору та збереження культурної спадщини;
- здійснення комплексу заходів щодо збереження пам'яток історико-архітектурної спадщини: збереження, поповнення та дослідження музейних колекцій, проведення охоронних археологічних досліджень у зонах видобутку корисних копалин, природних та техногенних катастроф, заохочення комерційного використання пам'яток історико-архітектурної спадщини.

Реалізація вищеназваного стратегічного пріоритету розвитку регіону здійснюється через планування і реалізацію конкретних заходів, розроблених в рамках ряду регіональних стратегічних документів. Ці документи регіонального рівня доповнюються плановими документами муніципального і локального рівня. Документами, які, в своїй більшості, розроблені і реалізуються на рівні районів і окремих поселень Вінницької області, що мають найбільше значення з погляду розвитку туризму, слід назвати наступні:

- районні стратегічні плани і середньострокові програми соціально-економічного розвитку (у стратегічні планові документи більшості територій області включені комплекси заходів щодо розвитку туризму);
- районні цільові програми і стратегії розвитку;
- плани і програми розвитку туристично-рекреаційної і природоохоронної діяльності територій, що особливо охороняються;

- генеральні плани і схеми територіального планування розвитку міст і районів області [4].

Делегація Вінниччини взяла також участь у 25 Міжнародній виставці «UITT: Україна – подорожі та туризм». Де стенд регіону представляли Департамент міжнародного співробітництва та регіонального розвитку обласної державної адміністрації, департамент маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради, а також місцеві представники туристичного бізнесу. Експозиція вінницького стенду поєднала цікаві сторінки з історії регіону та міста, сучасний розвиток, непересічних особистостей, яскраві події та унікальні туристичні маршрути, з якими варто ознайомитися під час туру вихідного дня. Вінниччину презентували як край, багатий пам'ятними місцями, вишуканими палацами, меморіальними музеями, унікальними витворами природи, сакральними спорудами та величчю храмів. Крім цього, відвідувачі заходу мали можливість ознайомитися з такими інформаційними матеріалами як: «Вінниччина туристична/Tourism in Vinnytsia region», «Economy and Tourism of Vinnytsia region» («Економіка та туризм Вінницької області»); «Стежками Вінниччини», «Вінниччина – подорож за враженнями»; «Хмільник – близький кожному» та з багатьма іншими [5].

Варто зазначити, що на прикладі Вінницької області ми бачимо гармонію взаємодії лідерів туристичного бізнесу та влади, що позитивно впливає на поступальний процес розвитку туристичної галузі в регіоні.

### **Список використаних джерел та літератури**

1. UNWTO Tourism Highlights 2019. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://tourlib.net/wto/UNWTO\\_Barometer\\_2019\\_02.pdf](http://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2019_02.pdf). [без нумерації].

2. Про сприяння Асоціації «Явір» розвитку туризму у Вінницькій області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.javirua.org/pro-spriyannya-asociacii-yavir-rozvitku-turizmu-u-vinnickij-oblasti/>.

3. Заболотна В. А. Використання ресурсного потенціалу Вінниччини при формуванні регіонального туристичного продукту // Студентський вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2015. – Вип. 1 (3). – С. 78-80.

4. Власенко І. В., Дзюмак М. А. Вивчення впливу економічних територій Вінницької області на розвиток територіально-рекреаційного комплексу, в цілому та туризму зокрема // Молодий вчений. – 2016. Вип. 3 (30). – С. 41-44.

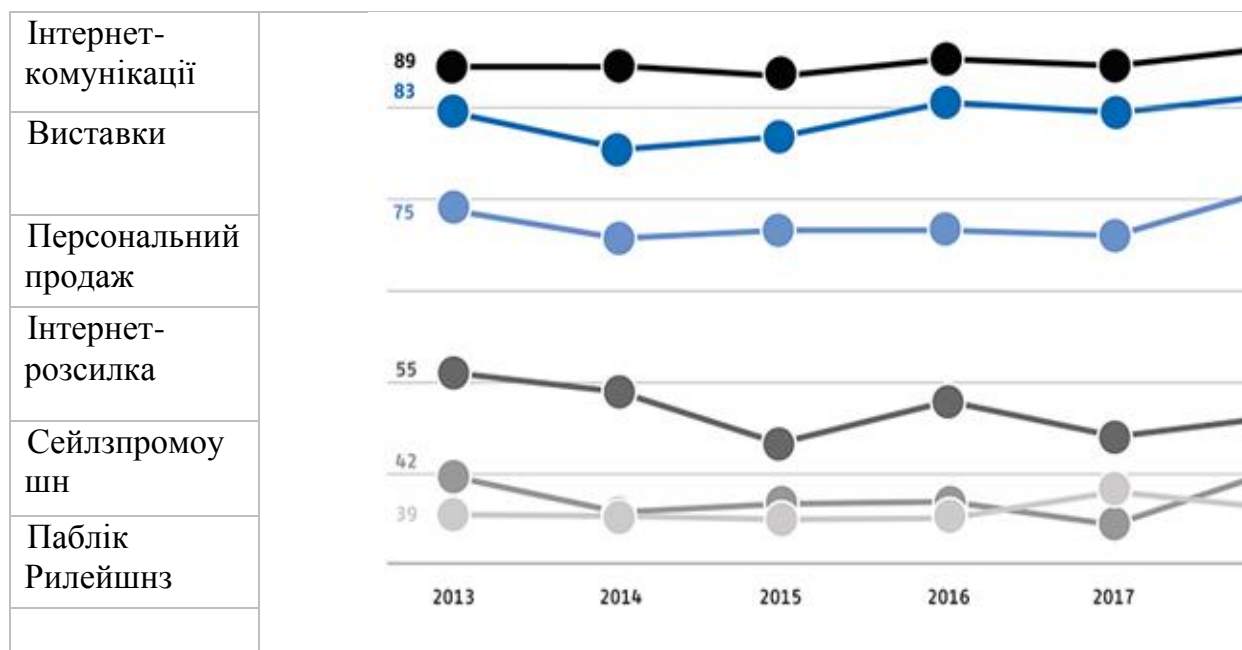
5. Унікальний туристичний продукт Вінниччини представлені на міжнародній виставці UITT-2019. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.vin.gov.ua/news/ostanni-novyny/17890-unikalnyi-turystychnyi-produkt-vinnychchyny-predstavleno-na-mizhnarodnii-vystavtsi-uitt-2019>. [без нумерації].

*Беркова Оксана Петрівна,  
к.е.н., доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства  
Національного авіаційного університету*

### ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПРОСУВАННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКАХ

Успіх туристичних підприємств багато в чому залежить від просування туристичного продукту. Для цього використовують основні та синтетичні інструменти маркетингу.

Дані з іноземних джерел дали змогу створити рейтинг ефективності та частоти використання цих інструментів. Лідирують інтернет-комунікації (сайт, соціальні мережі), виставки, прямий маркетинг. Останні позиції займають ПР та сейлзпромоушн (зокрема, реклама у брошурах). Інтернет не можна вважати новітнім методом просування, його використання є умовою функціонування компанії. [1]



**Рис.1 Рейтинг маркетингових інструментів просування на туристичному ринку**