

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-108>

УДК 338.48

Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні

Шацька З.Я.доцент кафедри бізнес-економіки та туризму
Київського національного університету технологій та дизайну**Акульшин М.І.**магістрант
Київського національного університету технологій та дизайну

У статті досліджено стан туристичної галузі України за період 2000–2017 рр. З'ясовано актуальні проблеми, що гальмують розвиток галузі, та систематизовано перспективні види туризму в Україні. Визначено чинники, що сприятимуть розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму та нарощенню туристичного потенціалу України.

Ключові слова: туризм, туристичний потенціал України, сфера туризму, внутрішній туризм, зовнішній туризм, розвиток сфери туризму.

Шацкая З.Я., Акульшин М.И. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

В статье исследовано состояние туристической отрасли Украины за период 2000–2017 гг. Выявлены актуальные проблемы, тормозящие развитие отрасли, и систематизированы перспективные виды туризма в Украине. Определены факторы, способствующие развитию внутреннего и внешнего туризма и наращиванию туристического потенциала Украины.

Ключевые слова: туризм, туристический потенциал Украины, сфера туризма, внутренний туризм, внешний туризм, развитие сферы туризма.

Shatskaya Z.Y., Akulshin M.I. ACTUAL PROBLEMS AND PERSPECTIVES FOR TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

The article analyzes the state of the tourist industry of Ukraine for the period of 2000-2017. The actual problems that hinder the development of the industry have been clarified and systematized promising types of tourism in Ukraine. The factors contributing to the development of domestic and foreign tourism and the growth of the tourist potential of Ukraine are determined.

Keywords: tourism, tourism potential of Ukraine, sphere of tourism, internal tourism, foreign tourism, tourism development.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Туризм є важливою галуззю економіки України і має значний потенціал, але існує низка внутрішніх та геополітичних чинників, що стримують його розвиток. Упродовж останніх років в Україні відбулися події, що безпосередньо вплинули на становище внутрішнього та міжнародного туризму. Політична криза та бойові дії негативно позначилися на іміджі України, її сприйнятті іноземцями. Внаслідок цього обсяги в'їзного туризму до України зменшилися.

Економічна криза спричинила девальвацію національної валюти: її купівельна спроможність відносно іноземних валют і попит українців на міжнародний (виїзний) туризм упали. Проте введення безвізового режиму

з країнами ЄС відкрило нові можливості для українців. Окупація Криму, який був основним курортним регіоном внутрішнього туризму українців до 2014 р., змінила попит у сегменті. Це стимулювало потребу в розвитку курортної інфраструктури Одещини.

Розвиток вітчизняного туризму залежить як від сприятливості міжнародної ситуації та ефективності державної політики, так і від діяльності підприємств, що функціонують у цьому сегменті. Для впровадження заходів щодо реалізації туристичного потенціалу України і стимулювання міжнародного туризму необхідно дослідити чинники, що створюють перешкоди для його розвитку, і розробити нові стратегії, що спиратимуться на економічні, соціальні, географічні умови сучасної України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам туристичного потенціалу України, його внутрішнім та геополітичним аспектам, явищам, що виникли в галузі внаслідок кризи, присвячено праці багатьох вітчизняних науковців, серед них: Ю.Ю. Юрченко, А.Ю. Парфіненко, Р.Г. Коробйова, А. Мазаракі, Л.П. Давидюк, Г.В. Балабанов, О.В. Шикіна, В.О. Степаненко, Н.О. Степаненко та ін.

Серед підходів до рекламування держави та розвитку туризму актуальною є концепція «національного брендингу» Саймона Анхольта. Дослідженням сприйняття України в світі і розробленням нового бренда України для створення позитивного туристичного іміджу займається маркетингове агентство banda.agency. У 2018 р. за підтримки Кабінету Міністрів агентством було впроваджено іміджевий проект UkraineNOW.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення сучасного стану, дослідження актуальних проблем туристичної галузі України та виявлення чинників, що стимулюватимуть її подальший розвиток.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток сфери туризму є одним із пріоритетних завдань вітчизняної економіки. Більшість території України характеризується оптимальними природними та кліматичними умовами. У нашій країні в достатку рекреаційних ресурсів для розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Але, як показує практика, для розвитку туризму потрібні не лише наявні ресурси, а й позитивний вплив низки соціально-економічних, політичних, культурологічних та екологічних чинників.

Туризм є галуззю економіки, що займається організацією вільного часу подорожу-

ючих. Відповідно, для успішного існування та розвитку туризму необхідні дві умови: власне наявний вільний час і достатні матеріальні ресурси людини. Отже, передумовами виникнення масового попиту на туризм і підтримки його на високому рівні є збільшення вільного часу і зростання матеріального добробуту населення. Дослідники називають тенденцію до збільшення вільного часу об'єктивним чинником виникнення і зростання попиту на туризм [1].

Внутрішній туризм – це подорожі громадян України та осіб, що постійно в ній проживають, у межах державних кордонів для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом тощо. До внутрішнього туризму не відносять переміщення зі свого місця проживання з метою заняття оплачуваною діяльністю.

За період 2000–2017 рр. кількість внутрішніх туристів досягла пікового значення в 2007 р., коли всередині країни подорожувало понад 2 млн. осіб [2].

У рамках підготовки до Євро-2012 в Україні було організовано масштабну реновацію транспортної інфраструктури, зокрема проведено реконструкцію та модернізацію аеропортів у Києві, Харкові, Донецьку та Львові, збудовано та відремонтовано понад 2 тис. км автодоріг [3]. «Укрзалізницею» було придбано 10 електропоїздів Hyundai Rotem вартістю 307 млн. дол.

У 2014 р. внаслідок складної суспільно-політичної ситуації та девальвації національної валюти кількість внутрішніх туристів упала на 54% порівняно з 2013 р.

Оскільки найближчим часом іноземний туристопотік навряд чи повернеться до обсягів 2013 р., саме внутрішній туристопотік

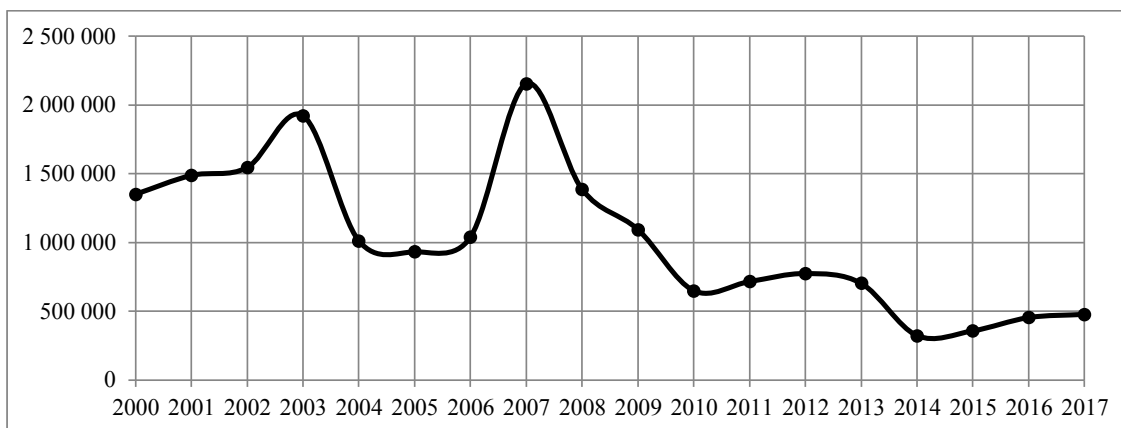


Рис. 1. Кількість внутрішніх туристів, осіб

Джерело: складено авторами за [2]

може виявитися перспективним для сфери туризму [5].

Впродовж останніх років спостерігається значне підвищення популярності туристичної галузі Одеської області у структурі розподілу в Україні у цілому за рахунок вибуття з туристичного ринку АР Крим та м. Севастополя після анексії. У період 2013–2015 рр. питома вага туристичних фірм Одещини в загальнодержавному масштабі зростає з 5,3% до 7,7%. Це дало змогу Одеській області посісти третє місце в Україні в 2015 р. проти шостого місця за підсумками 2013 р. [5].

Пріоритетним для української економіки є іноземний (в'їзний) туризм як чинник валютних надходжень до державної скарбниці та місцевих бюджетів і створення додаткових робочих місць на всіх рівнях, розвитку суміжних галузей і підвищення репутації України у світі.

У 2005–2013 рр. спостерігалось позитивне сальдо в'їзного туристичного потоку. Піковим став 2008 р., коли Україну відвідали рекордні 25,4 млн. іноземців. Як наслідок, країна увійшла до першої десятки країн за кількістю міжнародних прибуттів [6].

У грудні 2010 р. у п'яти провідних країнах ЄС – Німеччині, Іспанії, Франції, Великобританії та Італії – проведено дослідження сприйняття України [7]. Було виявлено низький рівень поінформованості про Україну серед іноземних громадян. 64% опитаних ніколи не цікавилися нашою державою або пам'ятають

лише окремі тези з медіа, 22% – частково знайомі з Україною, і лише 14% добре знайомі, оскільки неодноразово відвідували її та цікавляться новинами українського суспільно-політичного життя у ЗМІ.

Серед перспективних видів туризму України названо:

1. Відвідання культурно-історичних пам'яток (56%).
2. Сільський туризм (44%).
3. Природні заповідники (44%).
4. Фестивальний туризм (39%).
5. Морські курорти (34%).
6. Екологічний туризм (34%).
7. Релігійне паломництво (23%).

Стимулами для відвідування України в 2010 р. іноземці називали мальовничу природу (30%), архітектуру та культурно-історичні пам'ятки (30%), гостинність місцевого населення (10%), національну кухню (7%), привабливість українських жінок (6%). 10% респондентів, яких цікавила українська природа, хотіли б побувати в українському селі. Також 3% опитаних зазначили Євро-2012 як причину відвідати Україну.

Результати дослідження 2010 р. показали, що в очах іноземців Україна була привабливою країною за рахунок культурно-історичних пам'яток, сільського туризму та природи [7].

Значною подією для міжнародного туризму в Україні став чемпіонат Європи з футболу 2012 р., або Євро-2012, фінальна частина якого відбулася в Україні та Польщі з 8 червня

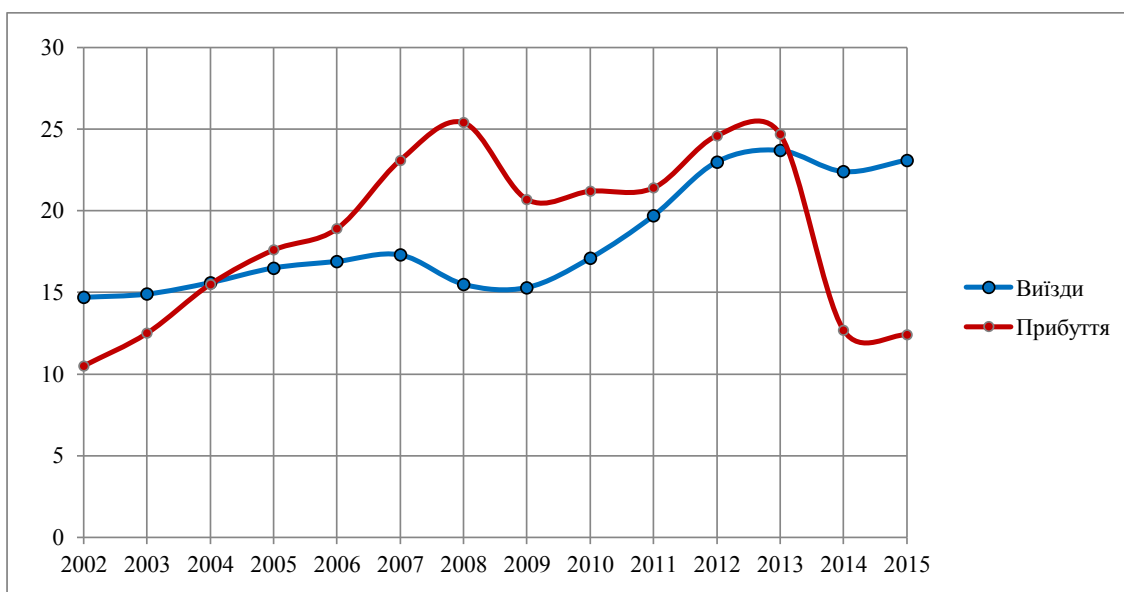


Рис. 2. Динаміка потоку міжнародних прибуттів та виїздів в Україні (млн. осіб), 2002–2015 рр.

Джерело: складено авторами за [6]

по 1 липня. В Україні турнір приймали чотири міста: Київ, Донецьк, Львів та Харків.

Інститут світової політики (ІСП) за підтримки USAID та в партнерстві з PACT та Uniter замовив соціологічній компанії GFK Ukraine опитування серед громадян ЄС, які відвідали Україну під час фінальної частини чемпіонату.

Опитування показало, що досвід перебування в Україні під час Євро-2012 поліпшив імідж нашої держави в очах громадян ЄС: 52,25% опитаних відповіли, що після футбольного чемпіонату їх сприйняття України стало більш позитивним.

Серед негативних чинників, що перешкоджають розвитку вітчизняного туризму, респонденти називали погану економічну ситуацію (43,34%), корупцію (40,23%) та політичні переслідування (38,81%).

У другій половині 2012 р. Україну іноземний туристопотік виріс на 20% порівняно з 2011 р. У рейтингу конкурентоспроможності у сфері туризму Всесвітнього економічного форуму Україна піднялася з 85-го на 76-е місце.

У 2013 р. авторитетні туристичні видання світу, такі як Trip Advisor, Glob Spots, National Geographic і Lonely Planet, уперше почали радити Україну як невідомий куточок Європи, відпочинок в якому коштує значно дешевше, ніж в інших країнах континенту.

Масові протести 2013–2014 рр., анексія Криму та збройне протистояння на сході викликали світовий резонанс. Рівень медійної

уваги до України значно зріс. Як наслідок, у громадян іноземних країн з'явилася низка негативних асоціацій.

Показовою є статистика найбільшої у світі пошукової системи Google. Вона свідчить, що за період із жовтня 2013 по грудень 2015 р. найбільші сплески уваги Інтернет-користувачів з усього світу спостерігалися на початку березня 2014 р. (анексія Криму), наприкінці лютого 2014 р. (розстріл протестувальників на Майдані Незалежності) та наприкінці червня 2014 р. (збиття Boeing 777 біля Донецька).

У рамках розроблення бренду України у світі, який презентували влітку 2018 р., за підтримки уряду Великобританії було проведено дослідження сприйняття України за кордоном. На відміну від вищезгаданих досліджень 2010 та 2012 рр. його результати показали, що три найпопулярніші асоціації з Україною – це «корупція», «революція» та «бойові дії». Деякі респонденти, які не відвідали Україну жодного разу, бачать українців закритими, агресивними та не толерантними. Цей образ сформовано не без участі західних та російських ЗМІ, які широко висвітлюють складну політичну та економічну ситуацію в Україні.

Внаслідок нестабільної ситуації на сході та військово-політичного протистояння з Росією у 2014 р. обсяги міжнародних туристичних прибуттів в Україну різко зменшилися (на 48,5%) [6].

У липні 2014 р. незаконні озброєні формування в районі м. Донецьк помилково збили

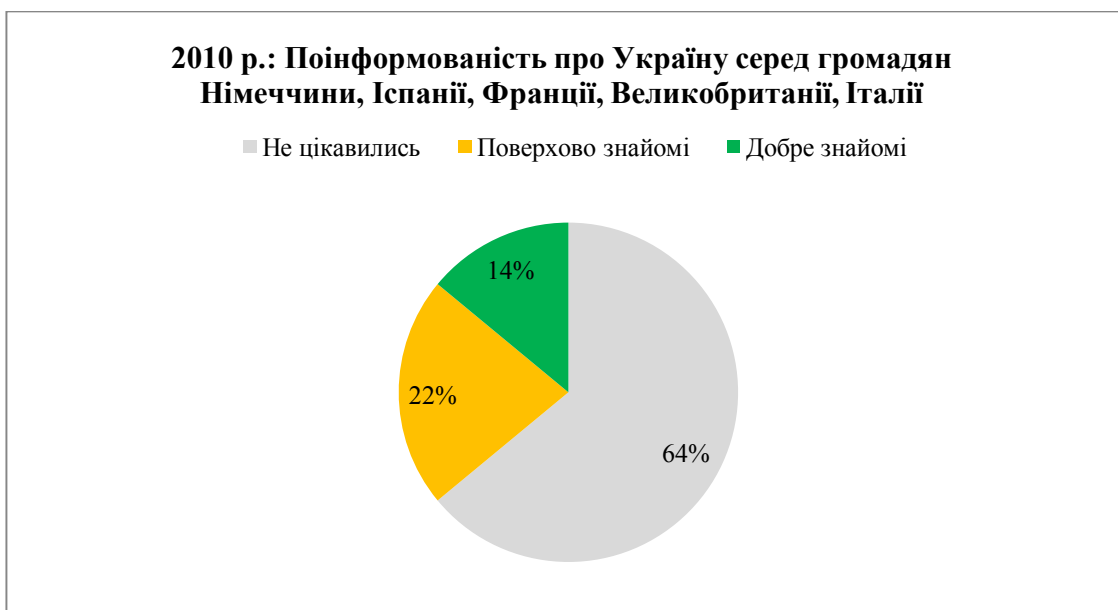


Рис. 3. Поінформованість про Україну серед громадян Німеччини, Іспанії, Франції, Великобританії, Італії

Джерело: складено авторами за [7]



Рис. 4. Динаміка запитів із текстом *Ukraine* до пошукової системи *Google*, жовтень 2013 – грудень 2015 р.

*Джерело: складено авторами за допомогою додатку *Google Trends**

літак Малайзійських авіаліній, унаслідок чого загинули всі 298 осіб на борту. Катастрофа викликала чималий міжнародний резонанс та залишила негативний слід на українському авіаринку. Кількість міжнародних рейсів до України та проміжних польотів у повітряному просторі нашої держави різко зменшилася. У жовтні 2015 р. Україна закрила повітряний простір для всіх літаків із російськими бортовими номерами. У відповідь російський уряд заборонив польоти українських літаків над територією Росії, як наслідок, авіасполучення з Російською Федерацією було припинено. Однак у 2016 р. ринок авіаційного транспорту України не лише почав виходити з кризи, а й перевищив показники докризового періоду [8]. Ці події також негативно вплинули на розвиток вітчизняного туристичного сектору.

На тлі вищезазначених негативних тенденцій уряд почав роботу над формуванням позитивного іміджу України у світі. Восени 2016 р. Кабінет Міністрів затвердив «Концепцію популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі», розроблену Міністерством інформаційної політики. Заступник міністра інформаційної політики Артем Біденко констатував: «Знання різних людей у різних країнах про нашу державу різняться – від незнання до захоплення, від негативу до позитиву» [9].

Протягом 2014–2015 рр. туристична активність українців очікувано помітно знизилася

внаслідок складної політичної та економічної ситуації. Девальвація національної валюти, висока інфляція (6,8% за 2014 р.), рецесія ВВП у поєднанні з бойовими діями на сході країни сформували негативний макроекономічний фон для розвитку туристичного сектору економіки. Крім того, в Україні туризм не належить до соціальних пріоритетів. Це зумовлює низький та еластичний за рівнем доходів попит на туристичні послуги.

Протягом 2013–2015 рр. кількість турагентів і туроператорів, що працюють в Україні, зменшилася на 2 529 од., або в 1,8 рази. Дані офіційної статистики свідчать, що Україна більше відправляє своїх громадян, аніж приймає іноземців на власній території. Питома вага в'їзного туризму скоротилася з 7,2% до 0,8% [5].

За даними Держкомстату, у 2017 р. послуги туризму пропонувало більше 3 500 компаній. Усього ними було реалізовано майже 1,6 млн. путівок (на 36% більше за попередній рік) на суму понад 27 млрд. грн. [10].

У рамках роботи над поліпшенням міжнародного іміджу України в травні 2018 р. Кабінет Міністрів схвалив бренд *Ukraine NOW*, розроблений українською агенцією *Vanda* в рамках роботи Комісії з питань популяризації України при Міністерстві інформаційної політики. Очікується, що бренд стане основою для позиціонування країни у світі [11].

Близько 50% пасажирських перевезень в Україні забезпечує залізниця. Де-факто моно-

полістом у сфері залізничних перевезень є ПАТ «Укрзалізниця». Важливою проблемою українських залізниць є електрифікація, що дає змогу знизити собівартість перевезень. Із 1991 по 2013 р. було електрифіковано близько 2 500 км залізничних шляхів. За оцінками 2014 р., вартість кілометра електрифікованої ділянки становила 3–4 млн. грн., а середній термін окупності – понад вісім років. Станом на 2014 р. було електрифіковано 9 878 км (45% загальної протяжності) [12].

17 травня 2017 р. у Страсбурзі було підписано угоду про безвізовий режим України з Європейським Союзом. Згідно з угодою, починаючи з 11 червня 2017 р. українці, які мають біометричні паспорти, можуть приїжджати в країни ЄС із діловою чи туристичною метою або в сімейних справах на термін до 90 днів протягом 180-денного періоду протягом року [13].

За 2017 р. українці перетнули кордон ЄС 16,5 млн. разів.

Навесні 2019 р. очікується підписання угоди «Відкрите небо», яка дасть змогу українським та європейським авіакомпаніям вільно працювати в повітряних просторах Євросоюзу та України. Проблема підписання угоди про спільний авіаційний простір Україна – ЄС є суттєвим стримуючим чинником розвитку туризму та повноцінного авіаційного сполучення у цьому напрямку.

Експерти скептично оцінюють можливість відновлення докризових обсягів іноземного туристопотоку в сьогоденних умовах. Натомість перспективним для туристичних фірм є внутрішній туристичний потік [5].

Нині в українській туристичній галузі активно розвивається малий і середній бізнес. У багатьох регіонах на внутрішній туризм поступово звертає увагу місцева влада. Однак, на думку працівників галузі, все ще є проблематичним дотримання міжнародних стандартів надання послуг у сфері туризму.

Одним із чинників, що стримує тенденцію до поліпшення сервісу є відносно невелика присутність готелів міжнародних мереж, які могли б збагатити українську сферу послуг новим досвідом.

Окрім того, в Україні відсутній ефективний державний механізм регулювання та оцінки якості послуг у туристичній сфері. Показовим є той факт, що за всі роки незалежності центральний орган управління у сфері туризму зазнавав принципових реорганізацій сім разів. Міністерство економічного розвитку зазначає, що з близько 4 тис. готелів в Україні «зіркові» категорії присвоєно лише 180, тобто 5% [14].

Висновки з цього дослідження. На думку деяких експертів, через соціальну та гуманітарну функцію туризму саме внутрішній туризм може стати потужним стимулом для національної самоідентифікації, «цементування» нації. Інтенсифікація комунікативних процесів, реальний контакт із культурною, історичною, архітектурною спадщиною України може не лише інтелектуально і духовно збагатити, а й змінити споживацьке ставлення громадян до своєї країни на конструктивно творче, мотивувати громадян до побудови бажаної моделі держави, полегшити їх самоідентифікацію як членів українського суспільства, припинити процес «відпливу умів» [15].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Давидова О.Ю., Халіна І.В. Дослідження факторів, що впливають на туристський попит в Україні. Коммунальное хозяйство городов. 2006. С. 71.
2. Туристичні потоки / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.
3. Джаман М.О., Гусаковська Т.О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2011. С. 5.
4. Шикіна О.В., Нездоймінов С.Г. Моніторинг туристичного потоку в контексті стратегії регіонального розвитку. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/>.
5. Галасюк С.С. Сучасний стан ринку послуг туристичних підприємств України та Одеського регіону. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/>.
6. Парфіненко А.Ю. Міжнародний туризм як інструмент публічної дипломатії: нові можливості для посилення зовнішньополітичного впливу України. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2016. Т. I. С. 127.
7. Дослідження сприйняття України / Міністерство закордонних справ. URL: <https://brandukraine.org/k/>.
8. Расправив крылья: 2016 год стал рекордным для украинских авиакомпаний. URL: <https://delo.ua/business/raspraviv-krylja-2016-god-stal-rekordnym-dlja-ukrainskih-aviakom-327447/>.
9. МІП: В Україні прийнято Концепцію просування інтересів держави у світі. URL: <http://mip.gov.ua/news/1482.html>.

10. Business Visit. Підсумки 2017 року та головні туристичні тренди 2018 року / Укрінформ. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2373961-pidsumki-2017-roku-ta-golovni-turistichni-trendi-2018-roku-vid-biznes-vizit.html.
11. МІП: Уряд затвердив бренд України / Міністерство інформаційної політики України. URL: <http://mip.gov.ua/news/2376.html>.
12. Forbes. Інфографіка. Які ділянки залізниць електрифіковано за роки незалежності України. URL: http://www.uz.gov.ua/press_center/ukrainian_railways_in_mass_media/383812/.
13. ЄС підписав угоду про безвізовий режим для України / РБК-Україна. 17 травня 2017 р. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraina-es-podpisali-soglashenie-bezvizovom-1494944142.html>.
14. Уляницький Д. Туристи в своїй країні: що заважає активному розвитку внутрішнього туризму в Україні. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/432933/turisty-v-svoyij-krayini-shho-zavazhaye-aktyvnomu-rozvytku-vnutrishnogo-turyzmu-v-ukrayini>.
15. Юрченко Ю.Ю. Концептуальні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні. Економіка України. 2016. № 6. С. 29–39.

REFERENCES:

1. Davidova O.Yu., Hallna I.V. Doslidzhennya faktoriv, scho vplivayut na turistskiy popit v Ukrayini // O.Yu. Davidova, I.V. Hallna. – Nauchno-tehnicheskij sbornik «Kommunalnoe hozyaystvo gorodov». – 2006. – s. 71.
2. Turistichni potoki. Derzhavna sluzhba statistiki Ukrayini. [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu :http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.
3. Dzhaman M.O., Gusakovska T.O. Rozvitok rinku turistichnih poslug v Ukrayini // M.O. Dzhaman, T.O. Gusakovska. – Naukoviy visnik Poltavskogo universitetu ekonomiki i torgivli. – 2011 r. – 5 s.
4. Shikina O. V., Nezdoyminov S. G. Monitoring turistichnogo potoku v konteksti strategiyi regionalnogo rozvitku. [Elektronniy resurs] O.V. Shikina, S.G. Nezdoyminov. – Rezhim dostupu: <http://dspace.oneu.edu.ua/>
5. Galasyuk S.S. Suchasniy stan rinku poslug turistichnih pidpriemstv Ukrayini ta Odeskogo regionu [Elektronniy resurs] // S.S. Galasyuk. – Odeskiy natsionalniy ekonomichniy universitet. – Rezhim dostupu: <http://dspace.oneu.edu.ua/>
6. Parfijnenko A. Yu. Mizhnarodniy turizm yak instrument publitchnoyi diplomatii: novi mozhlivosti dlya posilennya zovnishnopolitichnogo vplivu Ukrayini // A.Yu. Parfijnenko. – Aktualni problemi mizhnarodnih vildnosin. 2016 g. – T. I – s. 127.
7. Doslidzhennya spriynyattya Ukrayini. – Ukrayina, Ministerstvo zakordonnih sprav. [Elektronniy resurs] . – Rezhim dostupu: <https://brandukraine.org/k/>.
8. Raspraviv kryilya: 2016 god stal rekordnym dlya ukrainskih aviakompaniy. delo.ua. [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: <https://delo.ua/business/raspraviv-krylja-2016-god-stal-rekordnym-dlja-ukrainskih-aviakom-327447/>.
9. МІП: В Україні прийнято Концепції просування інтересів держави у світі [Elektronniy resurs]. – 11 zhovtnya 2016 r. – Rezhim dostupu: <http://mip.gov.ua/news/1482.html>.
10. Business Visit. Підсумки 2017 року та головні туристичні тренди 2018 року. UkrInform. [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2373961-pidsumki-2017-roku-ta-golovni-turistichni-trendi-2018-roku-vid-biznes-vizit.html.
11. МІП: Уряд затвердив бренд України. Міністерство Інформаційної політики України. [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://mip.gov.ua/news/2376.html>.
12. Forbes. Інфографіка. Які ділянки залізниць електрифіковано за роки незалежності України. Ukrzallznitsya. [Elektronniy resurs] . – Rezhim dostupu: http://www.uz.gov.ua/press_center/ukrainian_railways_in_mas
13. РБК-Україна. ЄС підписав угоду про безвізовий режим для України. РБК-Україна 17 травня 2017 р. [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraina-es-podpisali-soglashenie-bezvizovom-1494944142.html>.
14. Ulyanitskiy D. Turisti v svoiy krayini: scho zavazhae aktivnomu rozvytku vnutrishnogo turizmu v Ukrayini // D. Ulyanitskiy. – Finance.ua. [Elektronniy resurs]. – URL:<https://news.finance.ua/ua/news/-/432933/turisty-v-svoyij-krayini-shho-zavazhaye-aktyvnomu-rozvytku-vnutrishnogo-turyzmu-v-ukrayini>.
15. Yurchenko Yu.Yu. Kontseptualny napryami rozvitku vnutryshnogo turizmu v Ukrayiny // Yu.Yu. Yurchenko. – Ekonomika Ukrayini. – #6. – 2016 r. – str. 29-39.