

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра економіки, підприємництва та туризму

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

Толочкіна Єлизавета Павлівна

УДК 338.486(477.42)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ

242 «Туризм»

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр
кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне
джерело

Толочкіна Є.П.

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи:

Осіпчук Анна Сергіївна
PhD, старший викладач кафедри економіки, підприємництва та туризму

Житомир – 2024

Висновок кафедри економіки, підприємництва та туризму

за результатами попереднього захисту: _____

допущено до захисту

Протокол засідання кафедри економіки, підприємництва та туризму

№ __ від «__» _____ 2024 р.

Завідувач кафедри економіки, підприємництва та туризму

д.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Валінкевич Н.В.

(прізвище ,ім'я, по батькові)

«__» _____ 2024 р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти _____ захистив(ла)

(прізвище ,ім'я, по батькові)

кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____

за національною шкалою _____

Секретар ЕК

_____ - _____
(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Мугасова С.А.

(прізвище ,ім'я, по батькові)

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ..... | 6 |
| 1.1 Сутність поняття «стратегії розвитку» в туристичній діяльності..... | 6 |
| 1.2 Класифікація стратегій розвитку туризму..... | 10 |
| Висновок до Розділу 1..... | 15 |
| РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ..... | 16 |
| 2.1 Загальні тенденції розвитку туризму в Україні та Житомирській області..... | 16 |
| 2.2 Аналіз туристичної привабливості Житомирської області..... | 22 |
| Висновок до Розділу 2..... | 29 |
| РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ..... | 30 |
| 3.1 Розробка пропозицій з удосконалення стратегічного планування туристичної діяльності в Україні..... | 30 |
| 3.2 Формування стратегічних пропозицій розвитку сфери туризму в Житомирській області..... | 33 |
| Висновок до Розділу 3..... | 37 |
| ВИСНОВКИ..... | 38 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 40 |
| ДОДАТКИ..... | 43 |

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасна глобалізація та швидкий темп розвитку суспільства створюють нові можливості і виклики для регіонального розвитку, зокрема для розвитку сфери туризму. Туризм є одним з найважливіших сегментів економіки, що впливає на соціально-економічний розвиток регіонів, сприяючи зростанню ВВП, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня життя населення.

Розвиток туристичної галузі є ключовим чинником в економічному розвитку регіонів України. Збільшення потоку туристів приносить додаткові доходи до місцевих бюджетів, сприяє створенню нових робочих місць, підвищенню рівня промислового та сільськогосподарського виробництва в регіоні, а також зменшує міграцію мешканців з сільських районів до обласних центрів.

Житомирська область, зі своєю багатою історичною та культурною спадщиною, природними краєвидами та унікальними туристичними об'єктами, має потенціал стати привабливим напрямком для туристів як з України, так і з-за кордону. Проте, на сьогоднішній день цей потенціал не використовується повністю через відсутність чіткої стратегії розвитку туризму в регіоні. Саме тому важливо визначити проблеми, які існують у розвитку туристичних регіонів, зокрема Житомирської області, і розробити теоретичні та методологічні засади для створення стратегії їхнього подальшого розвитку, враховуючи унікальні особливості їх функціонування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика розвитку туристичної сфери Житомирської області висвітлена у працях вітчизняних дослідників, зокрема О.О. Бейдика, Л.С. Гринів, М.І. Долішнього, В.Ф. Кифяка, О.О. Любіцевої, М.П. Мальської, О.І. Мілашовської та інших. Щодо маркетингових досліджень туристичних можливостей області, цей напрямок тільки починає розвиватися і представлений окремими науковими роботами, зокрема І.В. Бережної, П.В. Гудзя, В.П. Мікловди, Д.М. Стеченка та іншими.

Метою роботи є розробити пропозиції щодо покращення стратегії розвитку туристичної індустрії в Житомирській області. З огляду на мету постають наступні завдання:

- вивчити концепцію «стратегії» в контексті туристичної діяльності, зокрема розглянути основні підходи до формулювання туристичних стратегій та їхню роль у розвитку галузі;
- дослідити існуючі стратегії розвитку туризму в Україні з метою виявлення їхніх переваг та недоліків, а також можливостей їх впровадження в Житомирській області;
- оцінити сучасний стан розвитку туризму в Україні, зокрема виявити основні тенденції, проблеми та перспективи подальшого розвитку галузі;
- проаналізувати туристичну привабливість Житомирської області, виявити основні ресурси та потенціал для подальшого розвитку туризму в регіоні;
- провести SWOT-аналіз туризму в Житомирській області та на його основі сформулювати стратегічні пропозиції для подальшого розвитку туризму в регіоні.

Об'єктом дослідження процесу формування і розвитку туристичних регіонів.

Предметом є засади і принципи розробки стратегії розвитку регіонального туризму.

Методи дослідження, які будуть використовуватися у даній роботі, включають теоретичний аналіз джерел інформації з проблем дослідження, метод системного аналізу, метод аналізу економічних показників та їх динаміки, графічний метод, методи моделювання та прогнозування.

Практична значимість полягає у можливості використання результатів дослідження для розробки стратегій та програм розвитку туристичної галузі в Житомирській області, підвищення її привабливості для туристів та стимулювання економічного зростання регіону.

Перелік публікацій автора за темою дослідження:

1. Осіпчук А.С., Толочкіна Є.П. Удосконалення стратегії розвитку туризму на регіональному рівні. *Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів:*

матеріали Всеукр. наук.-практ. конференція (м. Житомир, 1 лютого 2024р.).
Житомир: Поліський національний університет, 2024. С. 419-422.

2. Осіпчук А.С., Толочкіна Є.П. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали Всеукр. наук.-практ. конференція (м. Житомир, 10-11 квітня 2024р.).* Житомир: Поліський національний університет, 2024. С.190-192.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів із підрозділами, загальних висновків, списку використаних джерел у кількості 29 найменувань та додатків на 2 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

1.1 Сутність поняття «стратегії розвитку» в туристичній діяльності

Розвиток сектору туризму стає все важливішим для економіки країн у всьому світі. Стратегічний менеджмент грає ключову роль у керуванні організаціями, що може підвищити їх ефективність та зміцнити позиції на ринку. Вибір правильної стратегії в бізнесі – це одне з основних завдань управління, а розробка стратегій для туристичних організацій є критичною для їхнього успіху в довгостроковій перспективі та забезпечення конкурентоспроможності. Оскільки умови на ринку постійно змінюються, необхідно періодично переглядати та адаптувати стратегії. Іноді в туристичній індустрії доцільно використовувати класичні стратегії, а іноді – інноваційні [8].

Однією з важливих переваг туризму є його спроможність стимулювати економічний розвиток різних регіонів. Наприклад, туристичний сектор може забезпечувати нові можливості для розвитку малого і середнього бізнесу, створення робочих місць в готельному господарстві, ресторанному бізнесі, транспортних послугах та інших супутніх галузях. Крім того, туристи зазвичай витрачають кошти на різноманітні товари і послуги, що стимулює розвиток роздрібної торгівлі та інших секторів економіки. Для країн, що розвиваються, туризм може мати особливо велике значення. Він може слугувати джерелом валютних надходжень та сприяти збалансуванню зовнішньоекономічного балансу. Крім того, розвиток туризму може сприяти збільшенню інвестицій у розвиток інфраструктури, охорону природних ресурсів та підтримку місцевих громад.

Незважаючи на те, що туризм часто асоціюється з відпочинком та розвагами, його вплив на економіку є значним, а вклад у цю сферу становить мільярди доларів по всьому світу [2]. Тому дослідження туризму важливо проводити серйозно і систематично, залучаючи науковців, дослідників, політиків, а також національні та

місцеві владні органи. Стратегії є інструментами або планами, які допомагають здійснити місію підприємства та досягти поставлених цілей у сфері туризму. Різні автори використовують різні підходи до тлумачення туристичних стратегій (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття «стратегії»

| Автор | Визначення |
|-------------------------------|---|
| Ансофф | Основна зв'язуюча ланка між організаціями, їхньою діяльністю та товарними ринками, що визначає сутність бізнесу, яку організація має в даний момент або планує мати у майбутньому. |
| Ендрюс | Організаційна структура цілей, намірів, основної стратегії та планів розвитку викладена таким чином, щоб визначити ідеологію та напрямок розвитку компанії, що відповідають її поточному або майбутньому статусу бізнесу. |
| Джонсон, Скоулз та Уїттингтон | План дій на довгострокову перспективу, який визначає напрямок та масштаби діяльності організації. Вона розробляється для забезпечення переваг в умовах невпевненості, шляхом оптимізації використання ресурсів та компетенцій з метою задоволення очікувань різних зацікавлених сторін. |

Джерело: сформовано автором на основі [12, 17, 19].

I. Ансофф розробив матрицю, яка визначає чотири основні стратегії для зростання бізнесу: проникнення на наявні ринки, розвиток продуктів, розвиток нових ринків і диверсифікація. Стратегія проникнення на ринок спрямована на збільшення участі на наявних ринках шляхом просування існуючих продуктів. У стратегії розвитку продукту компанія ставить за мету розширити свою частку на наявних ринках, представляючи нові або покращені товари. Розвиток ринку полягає в збільшенні частки ринку за рахунок введення існуючих продуктів на нові ринки. Диверсифікація вимагає від компанії пропозиції нових продуктів на нових ринках. Серед цих стратегій найбільш складною і важкою є стратегія диверсифікації. Це означає різницю між концентричною диверсифікацією, коли компанія розширюється на суміжні ринки, і диверсифікацією конгломерату, коли компанія виходить на не пов'язані ринки [22].

Вертикальна інтеграція та горизонтальна інтеграція є двома основними стратегіями зростання. У вертикальній інтеграції організація прагне контролювати свої

постачальники або ринки збуту, забезпечуючи таким чином контроль над усіма аспектами виробництва та реалізації продукту. Ця стратегія може бути здійснена або вперед (коли компанія контролює свої постачальники) або назад (коли вона контролює канали збуту). Однак існують обмеження для вертикальної інтеграції, наприклад, зовнішні постачальники можуть надавати продукти або послуги за більш низькою ціною, ніж внутрішні операції компанії. Крім того, вертикальна інтеграція може призвести до бюрократичних витрат та обмежити гнучкість компанії. Незважаючи на те, що вертикальна інтеграція може підвищити конкурентоспроможність через контроль над ринками або постачальниками, вона супроводжується ризиками та витратами [14].

Дж. Еванс, Г. Кемпбелл та Дж. Стоунхаус досліджують, як загальні стратегії, розроблені М. Портером, можуть бути застосовані у галузі подорожей та туризму (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Впровадження загальних стратегій М. Портера в галузі туризму

| Стратегія | Реалізація |
|------------------------|--|
| Лідерство за витратами | <ul style="list-style-type: none"> - мінімізація витрат за допомогою копіювання, а не унікальних дизайнерських рішень. - ефективне використання доступних, менш коштовних ресурсів. - виробництво товарів без зайвих складових, що зменшує витрати на працю та підвищує її продуктивність. - забезпечення економії за рахунок великих обсягів продажів, можливо, за допомогою реклами, яка дозволяє вкладати значні суми в сучасні технології для масштабного виробництва. - отримання знижки на оптові закупівлі ресурсів, таких як місця розміщення або транспортні послуги, через покупку великими обсягами. |
| Диференціація | <ul style="list-style-type: none"> - розробка продуктів, що виділяються з-поміж конкурентів завдяки унікальному дизайну, передовими технологіями, високою продуктивністю та іншими перевагами. - забезпечення вищого рівня обслуговування для клієнтів. - реалізація через наявність ефективних каналів збуту. |
| Фокусування | <ul style="list-style-type: none"> - фокус на особливій аудиторії клієнтів. - спеціалізація на певних географічних регіонах. - надання кейтерингу для здобуття переваг у конкретній групі споживачів. |

Джерело: сформовано автором на основі [12], [17], [19].

Кожна загальна стратегія вимагає відмінного підходу до створення та підтримки конкурентних переваг для досягнення головної стратегічної мети. Зазвичай компанія має обрати одну або дві стратегії з різноманіття варіантів, або вона може залишитися у розвитку. Оптимізувати стратегію для певного цільового сегмента (фокус) неможливо, якщо компанія одночасно працює з широким спектром сегментів (лідерство за витратами або диференціація). Інколи компанія може створити два окремі бізнес-підрозділи під однією юридичною особою, кожна з яких має свою власну загальну стратегію [18].

В туризмі структура продукту може бути простішою, оскільки туристичний продукт має модульний характер. Це означає, що можна легко вносити зміни до окремих складових частин туру, таких як транспорт, житло та інші послуги, або комбінувати їх у різні конфігурації туристичного пакету. Стратегія диверсифікації включає розробку нових або зміну існуючих туристичних продуктів. Наприклад, компанія, що спеціалізується на конкретному типі подорожей, може розширити свою пропозицію, додавши до свого асортименту тури з акцентом на культурний досвід або медичні курортні маршрути [10]. Ця стратегія забезпечує гнучкість у середньо- та довгостроковій перспективі для адаптації до змін в запитах туристів.

Стратегії туристичних продуктів з низьким сезоном є особливими для готельної галузі. У зв'язку з цим маркетологам потрібно знаходити способи компенсації зниження активності туристичних напрямків у цей період шляхом розширення асортименту послуг та продуктів. Наприклад, можна впровадити комбіновані подорожі, що включають елементи з різним ступенем сезонності, такі як приморські, гірські або бальнеологічні курорти [18].

Для підвищення привабливості туристичного продукту в низький сезон можна пропонувати туристам різноманітні активності та розваги на місці призначення, такі як програми полювання та риболовлі, катання на незвичних видів транспорту, різні екскурсії, етнічні програми, пішохідні походи тощо. Щодо стратегій ціноутворення, можна використовувати різноманітні підходи: високі ціни, які застосовуються в разі

ексклюзивності пропозиції або обмеженої доступності, договірні ціни (всеосяжні або «все включено»), диференційовані ставки цін, а також стратегії зі знижками та бонусами, які стимулюють певний тип клієнтів, наприклад, тих, хто відпочиває в низький сезон або бере великий обсяг послуг [16].

1.2 Класифікація стратегій розвитку туризму

Розвиток туризму в Україні є невід'ємною складовою економічного потенціалу країни, оскільки він тісно пов'язаний з різними галузями економіки, такими як транспорт, роздрібна торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство та виробництво товарів широкого споживання. Цей розвиток вважається одним із перспективних шляхів структурної перебудови економіки країни. Насамперед, туризм сприяє зростанню обсягів транспортних перевезень, розвитку інфраструктури та підвищенню ефективності роботи транспортних підприємств. Зокрема, збільшення обсягів пасажирських перевезень може стимулювати розвиток авіаційної та залізничної галузей. Потреба у комфортному розміщенні туристів також сприяє розвитку готельного бізнесу та будівництву готелів, гостьових будинків.

Крім того, розвиток туризму активізує сектор роздрібної торгівлі, оскільки зростає попит на сувеніри, подарунки, продукти харчування та інші товари серед туристів. Велике значення має також розвиток зв'язку і Інтернету, оскільки туристи потребують доступу до інформації про місцеві пам'ятки, ресторани, готелі.

Важливим аспектом розвитку туризму є охорона довкілля та створення сприятливих умов для соціально-економічного розвитку. Це включає в себе збереження природних та культурних ресурсів, раціональне використання територій та розвиток екологічно чистих форм туризму [10]. Серед основних викликів, що стоять перед розвитком туризму у період невизначеності, варто визначити пріоритети для негайного розв'язання. Ці пріоритети включають пошук можливих способів підтримки галузі на державному рівні та розгляд можливостей диверсифікації видів туристичних послуг, зокрема, розвиток внутрішнього туризму.

Навіть при тому, що в динаміці світового туризму в 2020 році було зафіксовано рекордний спад на 74% у кількості міжнародних туристів, туристична індустрія лишається ключовим сектором світової економіки. Це особливо актуально для певних регіонів України, де туризм відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку територій та сприяє збереженню наявних туристичних ресурсів [13].

Справді, карантинні заходи призвели до мінімізації споживчих настроїв населення та часткового або повного припинення діяльності таких галузей, як роздрібна торгівля, готельно-ресторанний бізнес, авіап перевезення та розважальна сфера. Обсяги доходів до бюджету зменшилися, інвестиційні проекти заморожені, а приплив прямих іноземних інвестицій майже припинився [4]. Однак обмеження на міжнародні подорожі через карантин сприяли розвитку внутрішнього туризму, збільшивши попит на відпочинок в Україні. Традиційно національні курорти мали низький попит серед закордонних туристів через недоліки в обслуговуванні та інфраструктурі. Але пандемія змусила українських споживачів обирати вітчизняні курорти натомість іноземних, що створює перспективи для розвитку внутрішнього туризму [11].

Розвиток туризму в Україні в наш час можна описати як складний, проте з великими перспективами. Для поліпшення ситуації можуть бути використані ефективні управлінські підходи, спрямовані на інноваційний розвиток територій та впровадження виробничих, інформаційних та технологічних процесів. Це сприятиме досягненню спільних соціально-орієнтованих цілей державної політики та підприємців у туристичній галузі [18].

Табл. 1.3 пропонує огляд стратегій розвитку туристичної індустрії в Україні, що включають маркетингові кампанії, покращення інфраструктури та сервісу, регіональний розвиток туризму, культурний туризм, екологічний туризм, технологічні інновації, підвищення якості послуг та партнерство з громадськістю. Кожна з стратегій супроводжується описом та прогнозом її впливу, а також очікуваними результатами.

Таблиця 1.3

Стратегії розвитку туризму в Україні

| Напрямок стратегії | Опис | Прогноз/Результати |
|-----------------------------|---|--|
| Маркетингові кампанії | Розроблення та впровадження ефективних маркетингових стратегій для просування туристичних пам'яток, культурних заходів, природних резерватів та інших унікальних місць в Україні на міжнародному рівні. | Очікуваний збільшений потік туристів з інших країн та підвищення обсягів туристичного бізнесу в Україні. |
| Інфраструктура та сервіс | Покращення туристичної інфраструктури, включаючи будівництво та ремонт готелів, розвиток транспортної системи, створення туристичних маршрутів та підвищення якості обслуговування. | Покращення зручностей для туристів та збільшення задоволеності клієнтів, що призведе до зростання популярності України серед туристів. |
| Регіональний розвиток | Направлення зусиль на розвиток туризму в різних регіонах України, включаючи мало відомі або малоексплуатовані місця, для розподілу туристичного потоку та забезпечення сталого економічного зростання. | Розширення географічного розподілу туристичних потоків та збільшення доходів для менш розвинених регіонів. |
| Культурний туризм | Продаж інтересу до культурної спадщини України як ключової атракції для міжнародних туристів, включаючи участь у програмах культурного обміну та фестивалях. | Збільшення кількості культурних подій та заходів, що привертають увагу міжнародних туристів та сприяють культурному обміну. |
| Екологічний туризм | Заохочення екологічно чистих форм туризму, таких як еко-туризм, ягідництво та відпочинок у природних парках, що сприяє збереженню природного середовища. | Зменшення негативного впливу туризму на довкілля та підтримка екологічно чистих способів відпочинку. |
| Технологічні інновації | Використання технологій для покращення туристичного досвіду, включаючи мобільні додатки для навігації, віртуальні тури та інтерактивні платформи для бронювання. | Забезпечення зручностей та інновацій у туристичному досвіді, що призведе до збільшення привабливості України як туристичного напрямку. |
| Підвищення якості послуг | Навчання та сертифікація персоналу в туристичній галузі з метою забезпечення високого рівня обслуговування для міжнародних туристів. | Покращення репутації України як гостинної та дружньої країни, що призведе до збільшення лояльності та повторних візитів туристів. |
| Партнерство з громадськістю | Залучення місцевих громад у розвиток туризму через спільні проекти та ініціативи, спрямовані на збереження культурної та природної спадщини. | Підтримка сталого розвитку та збереження природно-культурних цінностей за участю активної участі місцевих громад. |

Джерело: сформовано автором на основі [15]

Згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 року, схвалено та затверджено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Стратегія розвитку туризму та курортів України

| Напрями реалізації Стратегії | Основні завдання |
|--|---|
| «Безпека туристів» | <ul style="list-style-type: none"> – Надання невідкладної допомоги туристам, які опинились у надзвичайній ситуації та/або постраждали під час подорожі – Створення «гарячої лінії» для прийому і ведення обліку звернень та скарг туристів |
| «Нормативно-правова база сфери туризму та курортів» | <ul style="list-style-type: none"> – Розроблення законопроектів щодо запровадження інституту саморегулювних організацій у сфері туризму та курортів – Скасування ліцензування туроператорської діяльності і впровадження альтернативного механізму ефективного регулювання діяльності туроператорів – Скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних засобів розміщення |
| «Розвиток туристичної інфраструктури» | <ul style="list-style-type: none"> – Проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури в регіонах – Участь інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів у міжнародних ярмарках інвестиційних проектів – Регулювання інтенсивності туристичних потоків |
| «Розвиток людських ресурсів» | <ul style="list-style-type: none"> – комплексного дослідження ринку праці у сфері туризму та курортів з метою визначення потреб у фахівцях – затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу |
| «Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України» | <ul style="list-style-type: none"> – розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту – створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу «Відвідай Україну» («Visit Ukraine») – презентації туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах, тощо |

Джерело: сформовано автором на основі [27]

Отже, ефективне управління туристичною галуззю в Україні в умовах невизначеності передбачає застосування як відомих, так і нових підходів, серед яких

можна виділити: комплексне удосконалення методів управління туризмом, створення сприятливого середовища для розвитку галузі, розробку та оцінку моделей розвитку туристичної сфери в контексті державного та регіонального економічного розвитку, формулювання економічної політики для різних типів туристичних підприємств [1]. Також важливими є впровадження автоматизованих інформаційно-аналітичних систем, організація мережевих баз даних, систем електронного маркетингу та бронювання послуг, а також визначення стратегій розвитку та оцінка потенційних можливостей ресурсів.

Серед основних способів використання інноваційного потенціалу туристичної галузі для отримання конкретних переваг можна виділити наступні напрямки [22]:

1. Розробка та випуск нових якісних видів туристичного продукту і готельних послуг.
2. Застосування та використання нових інформаційних технологій у наданні готельних, транспортних та фінансових послуг.
3. Вивчення та розвиток абсолютно нових туристичних ресурсів.

Незважаючи на перелічені проблеми та усвідомлюючи важливу роль, яку туризм відіграє в економіці України, наша основна мета в розвитку цієї галузі полягає у створенні сприятливого організаційно-правового та економічного середовища [3]. Дана стратегія розвитку туристичної галузі передбачає розробку комплексної державної політики, яка визначить туризм як один із пріоритетних напрямків в розвитку національної культури, традицій та економіки. Впровадження цієї стратегії має сприяти зростанню туристичної активності в Україні і зміцнити взаємозв'язок між туризмом та іншими сферами соціального, економічного і культурного розвитку окремих регіонів і країни в цілому.

Висновок до розділу 1

Туристична індустрія в світі дуже стрімко розвивається, вона займає одне з провідних місць у розвитку економіки. Туристичний сектор може стимулювати розвиток різних

сфер економіки. Індустрія гостинності охоплює велику кількість підприємств та видів бізнесу, тому це важливий сектор економіки.

Важливим фактором у розвитку сфери туризму є правильно обрана стратегія. Існує декілька підходів до визначення поняття «стратегії», але в основі кожного є складання довгострокового плану дій для розвитку будь-якої сфери діяльності. Стратегія – є сукупністю намірів та плану дій, в результаті успішного виконання яких є активний розвиток сфери діяльності. Підприємство може обрати одну або дві стратегії розвитку і слідувати виконанню їх цілей. Активний розвиток туристичної індустрії вимагає використання класичних або інноваційних стратегій.

I. Ансофф відокремив чотири основні стратегії для розвитку бізнесу, їх активно використовують в туристичній сфері. Стратегія проникнення на ринок, розвиток продукту, розвиток нових ринків та диверсифікація – спрямовані на розвиток продукту будь-якої сфери діяльності.

Розвиток туристичного бізнесу в Україні велике значення у розвитку економічного потенціалу країни. Він є невід’ємною частиною розвитку економіки, тому що залучає велику кількість малого та середнього бізнесу у свою діяльність. Туризм сприяє розвитку інфраструктури, збільшення транспортних перевезень, розвитку готельного бізнесу, збереженню культурних та історичних пам’яток, створенню робочих місць, а також активному розвитку роздрібною торгівлі.

В Україні є затверджені Кабінетом Міністрів план заходів для розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Вони передбачають стратегічні дії для розвитку туристичної індустрії, збільшення прибутків, а також залучення нових інвесторів та іноземних туристів.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

2.1 Загальні тенденції розвитку туризму в Україні та Житомирській області

Туризм є ключовою сферою як у в Україні, так і в світі загалом, оскільки він відіграє значну роль у соціальному та економічному зростанні країни. Україна має значний потенціал для розвитку туризму. По-перше, її вигідне географічне розташування сприяє привабливості для відвідувачів з усього світу. По-друге, різноманітність кліматичних умов і рельєфу створюють ідеальні умови для різних видів відпочинку. Популярність нових туристичних маршрутів, розвиток готельної бази і покращення рівня обслуговування також сприяють збільшенню туристичного попиту. Такі фактори разом сприяють активному розвитку туристичного бізнесу в Україні, що підтверджується зростанням туристичних потоків [9] (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Туристичні потоки в Україні, 2018 – 2021 рр., осіб

| Роки | К-сть іноземних осіб, що відвідали Україну | К-сть українських туристів | Загальна к-сть туристів, яких обслуговано суб'єктами туристичної діяльності в Україні | Із загальної кількості туристів | | |
|------|--|----------------------------|---|---------------------------------|--------------------|-------------------|
| | | | | Іноземні туристи | Українські туристи | Внутрішні туристи |
| 2018 | 21 415 296 | 19 773 143 | 2 199 977 | 234 271 | 1 250 068 | 715 638 |
| 2019 | 23 012 823 | 21 432 836 | 3 000 696 | 270 064 | 1 956 662 | 773 970 |
| 2020 | 24 671 227 | 23 761 287 | 3 454 316 | 232 311 | 2 519 390 | 702 615 |
| 2021 | 12 711 507 | 22 437 671 | 2 425 089 | 17 070 | 2 085 273 | 322 746 |

Джерело: сформовано автором на основі [22]

Аналізуючи дані про туристичні потоки в Україні з 2018 по 2021 роки, можна визначити наступні тенденції: загальна кількість іноземних туристів, що відвідали Україну, зростає з 21,4 мільйонів у 2018 році до 24,7 мільйонів у 2020 році, але

знизилися до 12,7 мільйонів у 2021 році. Кількість громадян України, які виїжджали за кордон, збільшилася з 19,8 мільйонів у 2018 році.

Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, збільшилася з 2,2 мільйонів у 2018 році до 3,5 мільйонів у 2020 році, після чого знизилися до 2,0 мільйонів у 2021 році. Щодо розподілу туристів, зауважується, що у 2018 році 234 тисячі іноземних туристів та 1,25 мільйона громадян України виїжджали за кордон, в той час як 715 тисяч внутрішніх туристів відвідали інші міста України.

У 2019 році ці цифри зросли відповідно до 270 тисяч, 1,96 мільйона та 773 тисячі осіб. У 2020 році ці цифри складають 232 тисячі, 2,52 мільйона та 703 тисячі осіб. У 2021 році кількість іноземних туристів значно зменшилася до 17 тисяч, громадяни України, які виїхали за кордон, становили 2,08 мільйона, а внутрішні туристи – 322 тисячі осіб.

Аналіз тенденцій у розвитку галузі туризму у всьому світі підтверджує, що ефективність туристичної індустрії в кожній країні залежить від різних факторів, що включають наявність привабливих туристичних об'єктів, стан довкілля, рівень розвитку інфраструктури та розважальних послуг, а також якість обслуговування.

Розвиток туризму в Україні зокрема має важливе значення для країни, оскільки він допомагає стимулювати економічний зріст та розвиток різних галузей. Він сприяє зростанню інфраструктури, розширенню мережі транспортних зв'язків, створює робочі місця та стимулює підприємництво у туристичному секторі [6]. Крім того, туризм є важливим фактором у збереженні національних традицій, розвитку народних промислів та збереженні природних ресурсів.

В аналізованому періоді з 2018 по 2021 рік в Україні спостерігався активний розвиток в'їзного туризму, що свідчить про зростання кількості іноземних відвідувачів країни. Також відзначалося збільшення виїзного туризму, що свідчить про зростання зацікавленості українців у подорожах за кордон. Крім того, внутрішній туризм також залишався на стабільному рівні, що свідчить про постійний інтерес мешканців України до подорожей по власній країні. Зазначені тенденції свідчать про те, що Україна

набуває більшої конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку та продовжує приваблювати як іноземних туристів, так і власних громадян до відвідування своїх туристичних атракцій [15].

Починаючи з 2022 року, виникла нова складна ситуація в країні внаслідок військового вторгнення, що ще більше загостило економічну та політичну нестабільність. Військові події призвели до подальшого скорочення туристичних потоків і зміни у виїзних пріоритетах громадян України. Крім того, зменшення кількості громадян України, що виїжджали за кордон, також було помітним (порівняно з 2020 роком їх кількість скоротилася з 23,76 мільйонів до 22,43 мільйонів осіб у 2021 році) (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Країни-лідери, з яких приїжджали іноземні громадяни до України у 2023 році (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)

| Країна | Кількість іноземних туристів, осіб | Мета подорожі | | | | |
|-------------|------------------------------------|------------------|--------|-----------|----------|--------------------------------|
| | | Ділова, службова | Туризм | Приватна | Навчання | Культурний та спортивний обмін |
| Ізраїль | 216 638 | 143 | 10 752 | 200 054 | - | 5 624 |
| Молдова | 4 296 409 | 4 910 | 190 | 4 289 184 | - | 1 914 |
| Німеччина | 171 118 | 299 | 2 978 | 166 169 | 267 | 1 287 |
| Польща | 1 195 163 | 96 | 132 | 1 194 097 | 1 | 255 |
| Румунія | 774 585 | 58 | 35 | 742 710 | - | 31 778 |
| Словаччина | 410 508 | 13 | 5 | 410 064 | - | 423 |
| США | 138 006 | 11 | 5 701 | 132 012 | 1 | 276 |
| Таджикистан | 163 881 | 4 | 4 | 163 286 | - | 586 |
| Туреччина | 199 618 | 11 188 | 12 192 | 175 939 | 9 | 48 |
| Угорщина | 1 269 653 | 133 | 3 | 1 184 730 | - | 84 787 |

Джерело: сформовано автором на основі [26]

У 2023 році до України прибуло значна кількість іноземних туристів з різних країн. Найбільше туристів прибуло з Молдови – більше 4 мільйонів осіб. Інші значні потоки туристів були з Угорщини (понад 1 мільйон осіб), Польщі (близько 1,2 мільйона осіб) та Румунії (приблизно 774 тисячі осіб). Ізраїль також займає значне місце у списку, з більш ніж 200 тисячами туристів. Загалом, велика кількість людей

приїхала в Україну з різних метою, включаючи туризм, приватні візити, а також для ділових та навчальних цілей.

Українські громадяни у 2023 році здійснили значно більше поїздок за кордон порівняно з попереднім роком, їхня загальна кількість становила 24,66 мільйони. Це на 1,5 мільйони більше, ніж у 2022 році [20]. Згідно з даними Державної служби статистики України, українські туристи активно відвідували сусідні країни, такі як Польща, Молдова, Угорщина, а також віддалені напрямки, такі як Єгипет, Туреччина, Словаччина, Грузія та інші, як це зазначено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

**Країні-лідери, куди виїжджали українські туристи у 2023 році
(за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)**

| Країна | Кількість громадян України, які виїжджали за кордон, усього осіб | Мета подорожі | | |
|------------|--|------------------|----------------------|------------------|
| | | Службова поїздка | Організований туризм | Приватна поїздка |
| Грузія | 104 517 | 3 677 | 2 753 | 98 087 |
| Єгипет | 417 949 | 481 | 23 351 | 394 117 |
| Молдова | 16 557 75 | 790 | 2 806 | 165 2179 |
| Польща | 101 11 086 | 105 072 | 9 436 | 9 996 578 |
| Словаччина | 886 120 | - | - | 886 120 |
| Туреччина | 930 657 | 9 377 | 93 698 | 827 582 |
| Угорщина | 2 893 370 | - | - | 2 893 370 |

Джерело: сформовано автором на основі [21]

Аналізуючи дані про подорожі українських туристів у 2023 році, можна відзначити, що українські туристи активно вибирають Грузію, Єгипет, Молдову, Польщу, Туреччину та Угорщину як свої основні напрямки подорожей. Що цікаво, попри те, що приватні поїздки переважають серед усіх мет подорожей, службові та організовані туристичні поїздки також мають свою частку.

Головними масовими напрямками для приватних поїздок є Єгипет та Туреччина, можливо, через їхню доступність та привабливість для відпочинку. У той же час, інші країни, такі як Грузія та Польща, привертають увагу українських туристів не лише для

відпочинку, а й для службових поїздок чи організованого туризму. Це може свідчити про різноманітність інтересів та потреб українських подорожуючих.

Багато українців, які подорожують до Польщі, роблять це переважно для здобуття робочих можливостей. Вони користуються туристичними, гостьовими візами, ваучерами або запрошеннями, а не спеціальною робочою візою. Після закінчення терміну дії таких віз багато з них залишаються в Польщі, переходячи на нелегальний статус, не офіційно реєструючись у країні [23].

Точно визначити обсяги трудової міграції в окремій країні неможливо через те, що не всі мігранти працюють у країні, куди спочатку планували переїхати. Наприклад, багато українців, що їдуть до Польщі, можуть подальше переїхати до інших країн Шенгенської зони. Таким чином, Польща часто виступає як тимчасова база, звідки мігранти продовжують свою подорож (рис. 2.1).



Рис.2.1. Динаміка туристичних потоків в Україні, 2018 – 2023 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [12]

Аналіз туристичних потоків підкреслює важливість в'їзного та внутрішнього туризму як основного чинника у покращенні якості життя в Україні. Це сприяє створенню нових робочих місць, збільшенню валютних резервів та підвищенню авторитету країни на міжнародній арені. Крім того, цей напрямок позитивно впливає на зростання надходжень до державного бюджету від туристичної діяльності.

Таблиця 2.4

Загальний вклад туризму до ВВП України в період з 2018-2021 роки

| Роки | Прямий вклад туризму до ВВП України, млрд. грн | Зміни, % | Від загального числа ВВП, % | Зміни, % |
|------|--|----------|-----------------------------|----------|
| 2018 | 93,1 | 13,25 | 7,2 | -5,97 |
| 2019 | 105,1 | 12,84 | 7,5 | 4,43 |
| 2020 | 111,3 | 5,90 | 7,6 | 1,52 |
| 2021 | 86,6 | -22,19 | 5,5 | -28,16 |

Джерело: сформовано автором на основі [25]

Аналізуючи дані табл. 2.4, видно, що прямий вклад туризму до ВВП України постійно зростав у період з 2018 по 2021 рік. Зміни в цьому вкладі коливалися від року до року, але в цілому вони показували позитивну динаміку. Також відносний вклад туризму до загального числа ВВП постійно збільшувався, хоча був нестійким у деякі роки. Зміни у відносному вкладі туризму до загального ВВП також варіювалися, але в цілому також відображали позитивну тенденцію. Ці дані свідчать про важливість туризму як складової економіки України протягом розглянутого періоду і підтверджують значний потенціал туристичної галузі країни.

Отже, хоча туристична галузь в Україні має значний потенціал, вона також стикається зі своїми проблемами, які потребують негайного вирішення для покращення перспектив розвитку у найближчому майбутньому. Аналізуючи перспективи туристичного бізнесу в Україні, варто підкреслити, що сучасний туризм є сферою, яка інтегрує практично всі аспекти економіки та суспільства. Саме це має бути основою для формування нового державного підходу до туризму як галузі,

пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний розвиток країни, підтримати ключові сектори економіки та зміцнити позитивний імідж України на міжнародній арені [24].

Україна зіткнулася зі складною соціально-економічною ситуацією та воєнним конфліктом на своїй території, що впливає на ринок туристичних послуг. Зазначені фактори пригнічують інтерес іноземних туристів до відвідування України, що призводить до віддачі переваги іншим країнам. Проте, наявні й інші проблеми, такі як відсутність чіткої стратегії розвитку туризму на національному та регіональному рівнях, недостатня розвиненість інфраструктури, неефективна просування інформації про Україну на міжнародних ринках, а також несправна система транспортного обслуговування туристів і мешканців. Ці проблеми ускладнюють швидке піднесення та поширення туристичної репутації країни, і часто ставлять потенційних відпочиваючих перед вибором [29].

Одна з основних проблем розвитку туризму в Україні полягає в неефективному та неоптимальному використанні природних ресурсів. Крім того, відсутність чіткої стратегії розвитку туристичної індустрії та її адекватного регулювання є також значущою проблемою. Якість надання туристичних послуг також є важливим аспектом. У порівнянні з багатьма іншими країнами з аналогічним туристичним потенціалом, Україна відстає у цьому показнику. Це призводить до того, що багато українців віддають перевагу відпочинку за кордоном, отримуючи більш високий рівень обслуговування та комфорту за ті ж самі гроші [22].

2.2 Аналіз туристичної привабливості Житомирської області

Рекреаційні можливості Житомирщини визначаються сприятливим кліматом, значними лісовими масивами та наявністю мінеральних джерел, зокрема радонових вод у районах Житомира та села Денишів. На півночі області знаходяться родовища лікувальних грязей (торфових у селі Зарічани та сапропелевих у селі Вілька). У області

функціонує значна кількість санаторіїв, пансіонатів, баз відпочинку та оздоровчих дитячих таборів. Бальнеологічний курорт у селі Дениші, розташований на березі річки Тетерев, пропонує лікування радоною мінеральною водою [25].

Житомирська область має значну кількість природно-заповідних територій та об'єктів – 102 усього, з них 5 парків, ботанічний сад ім. Житомирського сільсько-господарського інституту та скеля "Кам'яний гриб". Область багата на природні ресурси, зокрема відома своїми корисними копалинами, такими як мармур, самоцвіти, тощо. Тут також видобувається напівдорогоцінне каміння, таке як берил, топаз і кварц.

Житомирщина має значний потенціал для туризму та рекреації, з численними лісами та зонами відпочинку. Зелені зони та лісопарки, які займають площу понад 16 тис. га, роблять її привабливою для відпочинку. Є також 47 зон масового короткочасного відпочинку та 69 рекреаційних пунктів. Загальна площа лісових земель перевищує 1 млн. га, що робить область однією з найлісистіших в Україні. Саме тому, правильне використання рекреаційних ресурсів області є перспективним для розвитку зеленого туризму.

Овруцький та Олевський райони відзначаються найвищою площею лісів у Житомирській області, яка становить відповідно 59% та 63%. Лісові ресурси є важливим елементом економіки та екосистеми регіону. Ліси відіграють ключову роль у підтримці здоров'я та лікуванні респіраторних захворювань, зокрема, облаштовано два санаторії, які спеціалізуються на туберкульозі органів дихання та позалегеневих формах хвороби [5].

У Житомирській області знаходиться 316 архітектурних пам'яток, серед яких 255 мають місцеве значення, а 61 – національне. Серед об'єктів національної спадщини можна виділити музей-садибу Е. Ганської у селі Верхівня Ружинського району, будинок Лесі Українки у місті Звягель та братську могилу учасників повстання Коліївщини 1767 року у селі Кодня Житомирського району.

Також на території області розташовано 23 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, загальна площа яких становить 364,0 гектара. Більшість з них були створені

у минулі століття навколо панських маєтків за участю української, польської та російської аристократії. Ці парки знаходилися в мальовничих ландшафтах і природних лісових масивах та відігравали важливу роль у культурному житті суспільства. На жаль, межі сучасних парків не завжди відповідають колишнім мемам садиб [29].

Мережа заповідних територій у Житомирській області включає 221 об'єкт, які займають загальну площу 136,5 тис. гектарів. Це включає в себе такі заповідники, як Поліський природний заповідник і природний заповідник «Древлянський», а також 95 заказників різного значення. Крім того, є багато інших об'єктів, що охороняються законом. Ця мережа заповідних територій становить потужну базу для розвитку екологічного туризму, включаючи різноманітні види активного відпочинку, такі як кінний, вело- і пішохідний туризм (додаток Б).

Зростання популярності мисливських та рибальських турів також робить заповідно-мисливські угіддя важливим рекреаційним ресурсом. У області надається понад 2 мільйони гектарів мисливських угідь, включаючи лісові, польові та водно-болотні території [7].

Водні ресурси регіону – важлива складова для відпочинку. Є 221 річка, у тому числі Тетерів. Тут популярні сплави на байдарках і катамаранах. Береги ідеальні для скелелазів. Після Чорнобильської аварії скасували деякі маршрути. Є й великі озера, як Чорне. Ці ресурси мають великий потенціал для розвитку відпочинку.

Бальнеологічні ресурси області включають мінеральні води та лікувальні грязі. Курорт "Дениші" відомий своїми радоновими водами, що стимулюють імунну систему та покращують обмінні процеси. Торф'яні лікувальні грязі, зокрема Зарічанське родовище, також популярні. Однак, рівень забезпеченості цими ресурсами на даний момент низький. Регіон має завдання модернізувати санаторно-курортні заклади та розробити екскурсійні маршрути для використання природного та історико-культурного потенціалу [24].

Житомирщина славиться своїми культурними та природними скарбами, які пов'язані з народженням і життям різних видатних особистостей, таких як барони,

революціонери, авіаконструктори та письменники. На території Житомирської області можна знайти 588 сакральних споруд, включаючи 14 архітектурних пам'яток, більшість з яких - православні храми (414). Вивчення та включення цих сакральних споруд у паломницькі тури або туристичні маршрути різних типів (екологічні, культурно-пізнавальні, краєзнавчі тощо) має велике значення. Одне з таких місць - Хорошів, який згадується вже з 1565 року під назвою Александрополь. Це місто відоме не лише в Україні, а й за її межами завдяки Державному музею коштовного та декоративного каміння, що належить Міністерству фінансів.

Незважаючи на багатство туристичних можливостей, Житомирська область стикається з рядом проблем. Перш за все, це пов'язано з неефективним використанням наявних ресурсів, складною екологічною ситуацією, оскільки значна частина території внаслідок катастрофи на Чорнобильській АЕС фактично непридатна для масового відпочинку. Необхідно звернути увагу на потенціал рекреаційних можливостей лісового масиву на Житомирщині.

Також існують проблеми з туристичною інфраструктурою. Позитивні зміни в розвитку туризму та відпочинку в області пов'язані з необхідністю удосконалення підготовки кадрів для рекреаційної сфери, покращенням обслуговування в санаторіях і курортах, розширенням асортименту туристичних послуг (створення нових екскурсійних маршрутів та тематичних екскурсій, екологічних навчальних стежок, організація екологічних таборів для дітей та молоді, розвиток сільського зеленого туризму).

Для подальшого розвитку рекреаційного комплексу області необхідно провести реконструкцію та модернізацію існуючих санаторіїв і курортів з метою наближення їх до міжнародних стандартів, а також створити сучасну і розвинену інфраструктуру, що сприятиме зростанню обсягів туристичних послуг.

Основними документами, що регламентують інфраструктурне життя Житомирської області є наступні:

1. Програма залучення інвестицій в економіку Житомирської області на 2016-2023 роки. Доступ до документу за посиланням: <http://oda.zt.gov.ua/images/golovna/oblasni-galuzevi-programu/programazaluchennya-investiczij-v-ekonomiku-zhitomirskoi-oblasti-na-2016-2020-roki.pdf>
2. Обласна програма сприяння культурно-мистецькому розвитку області на 2015-2023 роки. Документ доступний за посиланням: <http://oda.zt.gov.ua/images/golovna/oblasni-galuzevi-programu/prspriyannya-kulturno-mistezkomu-rozvitku-oblasti.pdf>
3. «Програма розвитку туризму Житомирської міської об'єднаної територіальної громади на 2022 – 2024 роки». Документ доступний за посиланням: https://zt-rada.gov.ua/?doc_id=34543

Ці документи визначають стратегічні напрями розвитку інфраструктури області на визначений період часу і включають в себе заходи, спрямовані на поліпшення економічного, культурного та інфраструктурного середовища Житомирської області.

Інфраструктура Житомирської області займає четверте місце серед усіх областей України. Однак існують проблеми, які перешкоджають подальшому розвитку. Єдиний туристично-інформаційний центр у місті Коростень активно працює з 2008 року і проводить Міжнародний фестиваль дерунів, на який з'їжджаються тисячі людей з усієї країни та навіть з-за кордону. Це свідчить про великий потенціал розвитку туризму в регіоні. Тому важливо, щоб органи влади та місцеве самоврядування спрямовували свою діяльність на подальше вдосконалення інфраструктури, залучення державних та приватних інвестицій, реалізацію спільних проєктів з європейськими партнерами, а також впровадження інноваційних підходів у розвитку соціальної та виробничої сфер.

Туристична інфраструктура може бути розділена на 6 основних об'єктів дослідження, які включають в себе такі елементи, як засоби розміщення, заклади харчування, транспортні засоби, визначні місця та пам'ятки, розважальні заклади та інші об'єкти, які можуть впливати на привабливість регіону для туристів та підняти його конкурентноспроможність (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Компоненти туристичної інфраструктури в Житомирській області

| № з/п | Заклади для туристів у Житомирській області | Компоненти інфраструктури |
|-------|---|--|
| 1 | Екскурсійні місця | Експозиції музейного комплексу Житомирського міста включають: Музей космонавтики імені С.П. Корольова; Краєзнавчий музей та картинна галерея; Музей пожежної охорони; Меморіальний будинок С.П. Корольова; Історичні пам'ятки: залишки Іскоростеня та курган могили гайдамаків у с. Кодня. У Коростені та Бердичеві діють краєзнавчі музеї. У Хорошеві – Музей дорогоцінного та декоративного каменю |
| 2 | Екологічні резервати | Поліський природний заповідник у селі Селезівка Овруцького району, геологічний заказник «Кам'яне село», Словечансько-Овруцький кряж. Серед парків є Ботанічний сад Поліського національного університету, Парк ім. Барона де Шодуара, також парки Коростишівський, Верхівнянський, Городницький та Івницький. |
| 3 | Курортні заклади | Готель "Лісовий берег" та курортні заклади "Дениші", "Іршанськ" та "Тетерів" |
| 4 | Спортивні та пригодницькі маршрути | Мисливські клуби та рибальські споруди у передмістях, організація туристичних експедицій різного рівня складності, проведення туристичних таборів, організація пішохідних змагань, гірський туризм у місцях, таких як скеля "Голова Чацького" і Дениші |
| 5 | Локації літературних подій | Музеї у місті Житомирі включають Музей В.Г. Короленка та Літературний музей. Також є Літературно-меморіальний музей О. де Бальзака у селі Верхівня Ружинського району |
| 6 | Святині та місця поклоніння | У місті Житомирі можна відвідати Преображенський кафедральний собор, Михайлівську церкву, Кафедральний костел св. Софії, Семінарійський костел, Німецьку кірху, Хрестовоздвиженську церкву та Троїцький монастир у селі Тригир'я. У місті Бердичів є монастир Босих кармелітів та костел Святої Варвари. У місті Овруч знаходиться Василіївський монастир. Також варто відвідати Миколаївську церкву у смт Олевськ та церкву Різдва Богородиці у селі Кодня. |

Отже, в Житомирській області зареєстровано значну кількість культурних та історичних пам'яток, які є об'єктами археології, історії, монументального мистецтва та архітектури. Також діють туристичні агентства, але жодне з них не надає переваги розвитку внутрішнього або зовнішнього туризму. Мало уваги приділяється

формуванню місцевого туристичного продукту, який може створити нові робочі місця, зокрема для молоді, і сприяти збільшенню місцевого бюджету.

Висновок до розділу 2

Розвиток туристичної сфери є важливим для будь-якої країни, оскільки він допомагає розвивати економіку та різні галузі діяльності. Туризм є важливим фактором у збереженні культурних та історичних пам'яток, національних традицій, збереженні природних ресурсів та охорони довкілля.

Україна має потенціал для розвитку сфери туристичних послуг. Важливу роль відіграє її вигідне географічне положення, яке дозволяє активно приймати туристів з усього світу. Клімат та рельєф України є дуже зручним та поблажливим для подорожей і заняттями різними видами туризму. Україна має багату історію та культуру, багато пам'яток історії збереглися і сьогодні. Ці фактори дають можливість збільшити туристичні потоки в Україну.

Туристичну привабливість будь-якої країни також визначають стан довкілля, якість надання послуг, рівень розвитку інфраструктури та розважальних послуг, а також рівень безпеки на території країни.

Аналізуючи туристичні потоки в Україну, можна зробити висновок що до 2021 року Україна активно розвивала туристичну індустрію та мала великий попит серед іноземних туристів. Внутрішній туризм також активізувався, що свідчить про зацікавлення українців у пізнанні власної країни. Проте, після початку пандемії туристичні потоки різко зменшились, чим загальмували розвиток туризму в Україні.

Туристична індустрія опинилась в нових складних умовах з початку 2022 року, після повномасштабного військового вторгнення, яке ще більше загостило економічну та політичну ситуацію в Україні. Кількість іноземних туристів зменшилась, та виїзний туризм не був активним.

Туристичний потенціал Житомирської області визначається її сприятливим кліматом, лісовими масивами, мінеральними джерелами та рекреаційними зонами. Мережа заповідних територій у Житомирській області включає 221 об'єкт, вони

становлять потужну базу для розвитку екологічного туризму та різних видів активного відпочинку.

РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

3.1 Розробка пропозицій з удосконалення стратегічного планування туристичної діяльності в Україні

Потенціал у розвитку туристичної індустрії в Україні, зокрема в Житомирській області, є значним. Проте, незважаючи на потенціал в Україні, існує значна нестача ефективної державної політики, яка б сприяла розвитку туризму в умовах ринку. Ця сфера потребує прискорених заходів з покращення економічної ефективності та підвищення цінності туристичних послуг.

Аналіз SWOT туризму в Україні дає змогу оцінити переваги та недоліки, можливості та загрози розвитку туристичного сектору країни (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Передумови розвитку туризму в Україні

Джерело: сформовано автором на основі[29]

Наразі Україна стикається з численними проблемами, які потрібно вирішувати негайно, якщо ми хочемо, щоб туризм став стратегічним напрямком розвитку держави.

Основними завданнями розвитку туристичного сектору в Україні є збільшення потоку зарубіжних відвідувачів, підтримка внутрішнього туризму, зростання валютних надходжень та доходів до бюджету. Головною проблемою у цій сфері є недостатня увага з боку держави, яка має впливати на створення сприятливих умов для інвестицій у розвиток туризму. Необхідна збалансована та стимулююча політика уряду, що сприяє створенню необхідних умов для приваблення інвестицій, розвитку інфраструктури та створенню нових робочих місць у сфері туризму [25].

Держава повинна активно втручатися у конкурентну боротьбу в туристичній сфері, застосовуючи протекціоністські заходи через впровадження державних програм та стимулюючої фіскальної політики на різних рівнях управління. Це сприятиме розвитку туристичної промисловості та подоланню негативних тенденцій, що існують. Підвищення рівня життя населення і забезпечення сталого розвитку країни стають основними цілями цього підходу.

На основі аналізу даних Державної служби статистики можна зробити висновок, що протягом наступних п'яти років прибуття іноземних туристів до України ймовірно будуть зменшуватися [26]. Коефіцієнт апроксимації в цьому випадку складає 62%, що свідчить про достатню точність прогнозу на середньому рівні. Проте важливо зауважити, що цей результат не є абсолютно точним і може бути піддається уточненню.

Зокрема, Україна стикається з численними проблемами у сфері туризму. Невідповідність міжнародним стандартам, недоцільне використання ресурсів, відсутність розвинутої інфраструктури та низький рівень обслуговування – все це призводить до того, що український туризм не може конкурувати на світовому ринку. Матеріально-технічний комплекс застарілий, інфраструктура потребує оновлення, а рівень сервісу не відповідає міжнародним стандартам. Крім того, сфера розваг не розвинена, а пам'ятки культури знаходяться в занедбаному стані. Український туризм

все ще ґрунтується на радянських підходах, орієнтованих на внутрішній ринок та лікувально-реабілітаційну сферу.

Багато перешкод заважають розвитку туризму в Житомирській області, відлякуючи потенційних відвідувачів. Деякі з цих перешкод є загальними для всієї України, а інші стосуються саме цього регіону. Рельєф відіграє важливу роль у розвитку туризму. Навіть при рівнинній місцевості, Житомирська область має привабливі рельєфні особливості, зокрема Словечансько-Овруцький кряж, який нагадує краєвиди Закавказзя. Інші цікаві місця для відвідування включають скелі «Голова Чацького», «Баранячі лоби», «Велетенські котли», та «Ольжині купальні» біля Коростеня.

Враховуючи всі позитивні сторони, потенціал розвитку туристичного ринку України та її теперішнє складне становище, можна спрогнозувати розвиток ринку на основі показників вкладу туризму до ВВП України. Рис. 3.2. включає прямий прогноз вкладу туризму до ВВП України, а також пропонує можливі відхилення до вищого та нижчого показника.

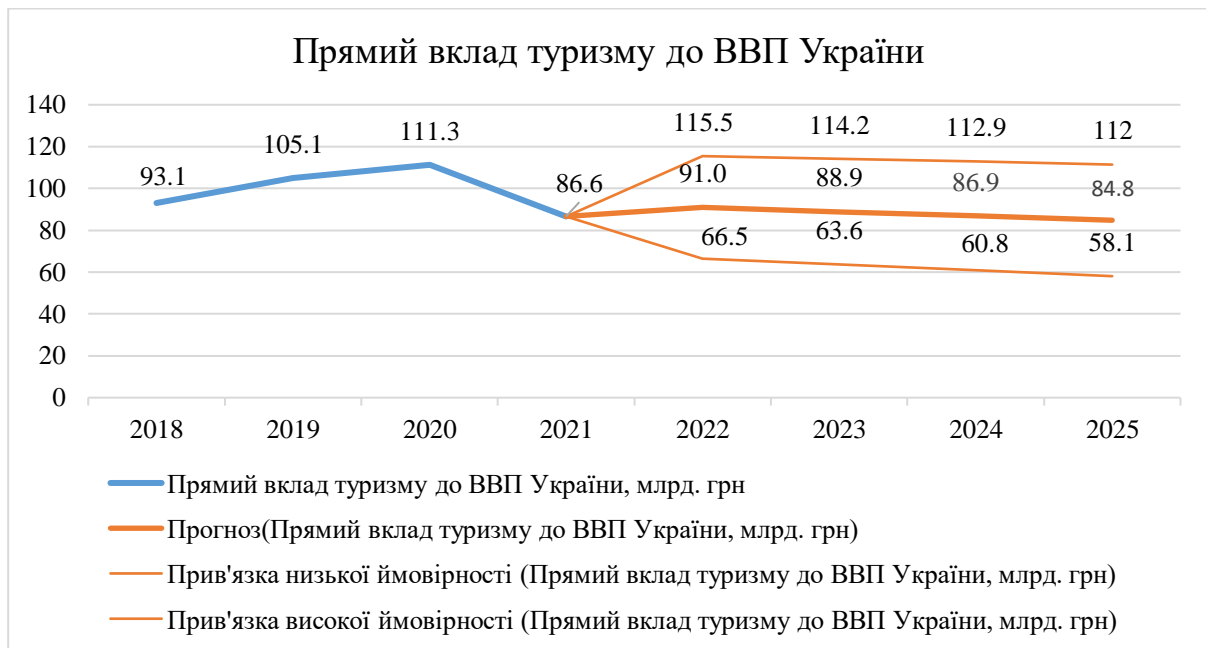


Рис. 3.2. Прямий вклад туризму до ВВП України, млрд. грн.

Джерело: сформовано автором на основі [25]

Аналізуючи прогноз можна зробити висновок, що несприятливі умови для туристичної діяльності в Україні впливають на вклад туризму до ВВП України. Неєфективна державна політика в туристичній сфері, політичні конфлікти та нерозвинена туристична сфера активно знижують прибутки туристичної індустрії.

3.2 Формування стратегічних пропозицій розвитку сфери туризму в Житомирській області

Неєфективна політика місцевих органів влади у Житомирській області значно впливає на стратегічний розвиток туристичної галузі. У стратегії розвитку Житомирської області до 2025 року визначені пріоритетні напрями розвитку туризму, спрямовані на збільшення інвестиційної привабливості регіону, покращення туристичного іміджу, збільшення обсягів туристичних потоків та надходжень до бюджетів, підвищення якості туристичних послуг, створення нових робочих місць та підвищення рівня доходів мешканців.

Незважаючи на те, що Житомирська область не є відомим туристичним регіоном через слабо розвинуту туристичну інфраструктуру, відсутність чіткої та дієвої стратегії розвитку туристичної сфери, відсутність інвестицій, у ній є потенціал для розвитку внутрішнього туризму. Головною метою розвитку туризму в області є створення ефективного та конкурентоспроможного екскурсійно-туристичного комплексу, який задовольнятиме потреби громадян у різноманітних туристичних послугах. Важливим завданням також є навчання та залучення спеціалістів до розвитку туризму в регіоні, щоб підняти рівень послуг туристичної сфери.

Навіть за наявності значного потенціалу, Житомирщина не є лідером серед областей України за показниками розвитку туризму. Після глибокого аналізу проблем і факторів, що спонукають до дії у регіоні, ми склали SWOT-аналіз для розвитку індустрії туризму Житомирської області з метою зробити його конкурентоспроможним на світовому ринку (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

SWOT-аналіз туристичної індустрії Житомирської області

| Сильні сторони | Слабкі сторони |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Місцезнаходження прикордонного району. 2. Вигідне розташування на міжнародних транспортних шляхах. 3. Залізнична інфраструктура транспортного зв'язку. 4. Регіон багатий на корисні копалини та родючі землі. 5. Велика частина області – лісиста місцевість. 6. Присутні природні заповідники заказники. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Недорозвинута інфраструктура, зокрема на основних автотрасах області, яка включає в себе нестачу готельно-ресторанного та авторемонтного сервісу. 2. Слабка якість обслуговування клієнтів у сфері послуг. 3. Значна частина дорожньої мережі потребує реконструкції та ремонту, щоб відповідати європейським стандартам безпеки та якості. 4. Недостатньо використані можливості міжнародного співробітництва між областю, її районами та містами. 5. Обмежена різноманітність підприємств у сфері туризму. 6. Мала активність у сфері інновацій. |
| Можливості | Загрози |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток транспортних і прикордонних інфраструктур. 2. Зміцнення міжнародної співпраці в економічних і культурних аспектах. 3. Створення необхідних інституційних умов для розвитку територій та їхніх громад. 4. Інтеграція областей у Єврорегіон "Дніпро". 5. Розвиток фінансової та туристичної інфраструктур. 6. Розширення мережі природно-заповідних територій. 7. Реалізація інвестиційних проектів за умов спільного фінансування з державного бюджету. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Зниження уваги центральних виконавчих органів до втілення державної стратегії розвитку регіонів та міст. 2. Зростання централізації управління державною владою. 3. Нестабільний економічний стан в країні. 4. Зниження інвестицій в охорону навколишнього середовища та екологію. 5. Нестійка політична ситуація в державі. |

Зі SWOT-аналізу, який поданий у табл. 3.2, випливає, що основною проблемою, що ускладнює повноцінну інтеграцію Житомирського регіону у світовий туристичний простір, є відсутність загально визнаних стандартів туристичного сервісу. Це може пояснити статистичну закономірність різкого спаду кількості іноземних туристів в Україну, зокрема, Житомирщину, протягом 1990-х років, а також обмежений приріст їхньої кількості протягом останніх років. Це стосується переважно організованих груп

туристів, а не індивідуальних туристів, які є більш поширеними у розвинених країнах і зазвичай витрачають у країні значно більше коштів.

Разом з цим, залишається ряд невирішених проблем у сфері інвестицій, інновацій та інформаційно-промоційних заходів, що стримують розвиток туристичного комплексу регіону в напрямку гнучкої ринкової моделі та самоорганізації на основі синергетичної взаємодії всіх елементів сервісної інфраструктури.

Для розбудови ефективного регіонального міжгалузевого туристичного комплексу необхідне широке залучення зовнішніх інвестиційних потоків, реалізація державних інвестиційних проектів та активізація внутрішнього інвестиційного капіталу. Без такого фінансового підґрунтя неможливо створити інфраструктуру, необхідну для приваблення туристів та забезпечення комфортного перебування. Також важливо впровадження туристичних інновацій та перехід на європейські стандарти гостьового та рекреаційного сервісу. Це стане ключовим фактором для розвитку конкурентоспроможного туристичного сектора регіону на міжнародному ринку. Інноваційність та відповідність європейським стандартам привернуть увагу та довіру туристів з усього світу. Без комплексного підходу, що включає в себе фінансову підтримку, впровадження інновацій та маркетингові заходи, розвиток туристичного сектора регіону стає неможливим.

Табл. 3.3 містить стратегічні пропозиції для формування розвитку сфери туризму в Житомирській області. Кожна стратегія ретельно розглядає ключові аспекти, необхідні для привертання туристів та створення привабливого туристичного продукту. Зокрема, обговорюються питання рекламних кампаній, інфраструктури, розвитку туристичних маршрутів, організації культурних заходів, заохочення екологічно чистого та зеленого туризму, використання цифрових технологій, навчання та підняття кваліфікації працівників в сфері туризму, підвищення якості обслуговування та співпраця з громадськістю. Ці стратегії можуть стати основою для подальшого розвитку туристичної галузі в області та сприяти зростанню туристичного потенціалу регіону .

Таблиця 3.3

Стратегії розвитку туризму в Житомирській області

| Стратегія | Опис |
|--------------------------------|---|
| Рекламні кампанії | Розроблення та впровадження рекламних кампаній для просування туристичних пам'яток, культурних подій та природних крас Житомирської області на рівні регіону та міжнародному рівні. |
| Інфраструктура | Покращення туристичної інфраструктури, зокрема, реконструкція та модернізація готелів, розвиток транспортної мережі, створення туристичних маршрутів та інших зручностей для відвідувачів. |
| Розвиток туристичних маршрутів | Створення нових туристичних маршрутів та розширення існуючих для охоплення різних аспектів культурної, історичної та природної спадщини Житомирської області. |
| Культурні заходи | Організація та підтримка різноманітних культурних заходів, фестивалів, ярмарків та інших подій, які привертають увагу місцевих та міжнародних туристів. |
| Природні резервати та екопарки | Заохочення екологічно чистого туризму шляхом розвитку природних резерватів, екопарків та екотуристичних маршрутів, спрямованих на збереження біорізноманіття та природної краси регіону. |
| Цифрові технології | Використання цифрових інструментів та інновацій, таких як мобільні додатки для навігації, віртуальні тури та інтерактивні екскурсії, для покращення туристичного досвіду та зручностей для відвідувачів. |
| Навчання персоналу | Організація навчальних програм та сертифікація персоналу в сфері обслуговування для підвищення якості обслуговування та створення гостинного середовища для туристів. |
| Партнерство з громадськістю | Залучення місцевих громад та громадських організацій до розвитку туризму шляхом спільних проєктів, ініціатив та заходів, спрямованих на збереження культурної та природної спадщини, а також підтримку туристичної індустрії в області. |

Запровадження цілеспрямованих маркетингово-промоційних заходів є ще однією важливою складовою успішної інтеграції регіону у глобальний ринок туристичних послуг. Ефективна реклама та просування дозволять привернути увагу цільової аудиторії, зробити регіон привабливішим для подорожей та забезпечити стабільний потік туристів. Тільки шляхом спільних зусиль держави, бізнесу та місцевих громад можна досягти успіху в цій галузі та зробити регіон конкурентоспроможним на міжнародному ринку туризму.

Висновок до розділу 3

Потенціал у розвитку туристичної індустрії в Україні є значним. Проте, є нестача ефективної державної політики, яка б сприяла розвитку туризму. Стримуючими

факторами в розвитку туристичної сфери є геополітичний конфлікт, конкуренція з іншими країнами та економічна нестабільність.

Для того, щоб туризм став стратегічним напрямом розвитку держави, потрібно негайно вирішити політичні конфлікти та налагодити економіку України. Також слід звернути увагу на вирішення питання з розвитком інфраструктури, маркетинговою діяльністю та просуванням туристичного продукту.

Якщо не вирішити ці проблеми, та не налагодити спокійну та безпечну атмосферу в країні, туристичні потоки будуть зменшуватись. Це ще більше пригальмує розвиток туристичної сфери. Україні потрібно слідувати обраним стратегіям розвитку туристичної сфери, та створювати сприятливі умови для її розвитку.

Серед інших областей України, Житомирська область не є лідером з показників розвитку туризму. Область має багато проблем, які стримують розвиток туристичної діяльності. Недорозвинена інфраструктура, низька якість надання послуг туристам, незадовільний стан дорожньої мережі є недоліками у розвитку туристичної індустрії. Потрібно звернути увагу на збільшення інноваційних підходів у розвитку туристичного потенціалу.

Стратегічно важливими є проведення рекламних кампаній, покращення туристичної інфраструктури, розвиток туристичних маршрутів, навчання персоналу та організація та проведення культурних заходів. Отже, без комплексного підходу, що включає в себе фінансову підтримку, впровадження інновацій та маркетингові заходи, розвиток туристичного сектора регіону стає неможливим. Житомирська область має великий потенціал у розвитку екологічного, рекреаційного та бальнеологічного туризму. Це є можливістю привернути увагу як іноземних туристів, так і українських. Важливо отримувати державні та іноземні інвестиції для стабілізації та розвитку не тільки туристичної сфери, але й всіх економічних сфер.

ВИСНОВКИ

Аналіз показує, що туристична галузь в Житомирській області є недорозвиненою, оскільки обсяг туристсько-екскурсійних послуг становить лише 0,3% від загального обсягу платних послуг. Це відчутно менше, ніж інші види послуг, такі як утримання дітей в дошкільних закладах (0,7%), культурні послуги (0,8%), охорона здоров'я (0,8%) та санаторно-курортні послуги (1,0%). Аналіз рекреаційних ресурсів показує, що їх використання в регіоні дуже обмежене і не сприяє його національно-культурному відродженню.

Житомирщина має потенціал для розвитку екологічного туризму через свою різноманітність природних і антропогенних ландшафтів. Цей регіон має довгу історію господарського освоєння, де взаємодія людини з природою була визначена місцевими традиціями та досвідом, накопиченим протягом століть.

На території Житомирщини є різноманітні об'єкти природоохоронного значення, включаючи як традиційні заповідні території з великою привабливістю, так і унікальні зони, наприклад, зона відчуження навколо Чорнобильської АЕС. Це створює можливості для розробки різноманітних екологічно-туристичних маршрутів, які відображають наслідки недбалого або недозволеного впливу на природу.

Місцеві влади повинні сприяти інвестиціям у сферу туризму, створюючи сприятливі умови для підприємств, організацій та бізнесменів. У регульованих ринкових умовах підтримка підприємництва має сприяти зростанню малого бізнесу, який може активізувати перебудову туристичної індустрії шляхом раціонального використання природних ресурсів, вивчення попиту на туристичні послуги та оперативної реакції на його зміни.

Для розвитку туристичної індустрії регіону необхідно розробити різноманітні маршрути, які об'єднують пам'ятки природи та живописні ландшафти. Ці маршрути можуть бути спрямовані на різні аудиторії, такі як художники, історики, архітектори, мистецтвознавці та археологи, і включати історичні, археологічні та ландшафтні

об'єкти. У початковій стадії впровадження нових маршрутів слід звертати увагу на специфічний сегмент споживачів, які зацікавлені у природних цінностях і готові сплачувати за це.

Іноземні туристи, включаючи представників єврейської, польської, французької, німецької та англійської спільнот, які показують інтерес до історії Волині й Поділля, мають можливість відвідати цей регіон. Тут також знаходяться етнічні українці, розселені у багатьох країнах світу, а також представники іноземних посольств, місій та організацій. Для інформування цільової аудиторії слід залучати діаспору, громадські організації та фонди, разом з рекламними заходами. Крім того, молодь також має бути зацікавлена в вивченні свого рідного краю шляхом організації туристичних та екскурсійних заходів. З часом, з підвищенням соціально-економічного рівня та культурно-освітнього статусу населення, туризм стане невід'ємною частиною їхнього життя.

Отже, можна підсумувати, що у Житомирській області існує великий потенціал для розвитку туризму в регіоні. Проте, на жаль, існують певні проблеми, які ускладнюють цей процес та гальмують його перспективи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрієць О.С. Цільове використання пам'яток історико-культурної спадщини Житомирщини як передумова розвитку туризму в регіоні. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Житомир, 2022. С. 173-176.
2. Андрущенко В. Ю. Значення та розвиток територіально-рекреаційної системи завдяки туризму. Розвиток економічної системи в умовах глобалізації: Матеріали міжн. Наук.-практ. Конф. Вінниця, 2019. С.87-90.
3. Бакурова А.В. Оцінка рекреаційної привабливості регіону. Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Вип 183. Том III. Дніпропетровськ: ДНУ, 2023. С. 617-622.
4. Биркович В. І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України. Статистика України. 2018. № 3 (34). С. 83-86.
5. Виговська Н.Г. Стратегічний розвиток туристичної галузі в Житомирській області. Вісник ЖДТУ. 2018. №2 (84). С. 118-124.
6. Головне управління статистики у Житомирській області. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua>
7. Давиденко І. В. Основні компоненти туристично-рекреаційного потенціалу. Соціально-економічні проблеми сучасності та концепція сталого розвитку в Україні та світі: матеріали міжнар. Наук.-практ.конф. Дніпропетровськ: НО «Перспектива», 2019. Ч. 2. С. 49-52.
8. Дунаєвська О.Ф. Перспективи розвитку релігійного туризму на Житомирщині. URL: http://www.geolgt.com.ua/images/stories/zbirnik/vipusk18/v_1825.pdf
9. Екологічний паспорт Житомирської області. URL: <http://www.menr.gov.ua/docs/>
10. Жук І. З. Нормативно-правове регулювання діяльності суб'єктів туристичної галузі в Україні. Економіка. Управління. Інновації. 2020. Вип. № 2 (10). С. 23-31.

- 11.Кифяк В.Ф. Методи та принципи формування територіальних рекреаційних систем. Вісник ДІТБ. 2023. №17. С.51-54.
- 12.Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Херсон, 2019. Вип. 8. Ч. 3. С. 75-79.
- 13.Копач М. В. Методичні підходи до оцінки рекреаційних територій. Економічний механізм природокористування і охорони навколишнього природного середовища в умовах переходу економіки України до ринкових відносин: Тези доповідей республіканського семінару. Львів, 2020. С. 88-89.
- 14.Корнева Д. А. Проблеми розвитку інфраструктури туризму. 2020. URL: <http://www.nbu.gov.ua>
- 15.Кравчук М.С. Інформаційні технології в туристичному бізнесі: роль та призначення. Географія та туризм: Науковий збірник. Ред. Кол.: Я.Б. Олійник (відпов. Ред.). К.: Альтерпрес, 2022. Вип. 23. С. 30-37.
- 16.Надієнко О.І. Правове регулювання сфери туризму: становлення та розвиток вітчизняного законодавчого інституту. Порівняльно-аналітичне право. 2018. №3. С. 110-113.
- 17.Офіційний сайт управління культури Житомирської обласної державної адміністрації. URL: <http://ukt.zhitomir-region.gov.ua/>
- 18.Положення про департамент туризму та курортів. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі від 22.07.2016 №1202. URL: <http://docs.dtkk.ua/doc/1022.14391.1>
- 19.Природно-ресурсний потенціал Житомирщини. URL: <https://tourism-book.com/books/book-31/chapter-1361/>
- 20.Про внесення змін до Закону України “Про туризм”: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2004. №13. Ст. 180.
- 21.Про курорти. Закон України. URL: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/dp_20010711_805.html

22. Про схвалення Концепції розвитку санаторно-курортної галузі: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 231-р від 23.04.2003 р. Офіційний вісник України. 2003. №17. С. 122.
23. Рябова Т.А. Маркетингове забезпечення розвитку рекреаційно-туристичної системи. Економіка. Управління. Інновації. 2022. №1 (7). С. 45-49.
24. Стратегія розвитку Житомирської області на період до 2027 року. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/regional-dev/derzhavnarehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/materialivseukrayinskoyi-naradi-z-aktualnih-pitan-formuvannya-tarealiztsiyi-derzhavnoyi-regionalnoyi-politiki-19-20-grudnya-2019-roku-mlviv/strategiya-rozvitku-zhitomirskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/>
25. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>
26. Сучасний стан законодавчого забезпечення туризму в Україні: проблеми та шляхи вирішення: Звернення учасників Всеукраїнських громадських слухань. Туристична Асоціація України. URL: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=322>
27. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2016 р. №168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
28. Осіпчук А.С., Толочкіна Є.П. Удосконалення стратегії розвитку туризму на регіональному рівні. Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів: матеріали Всеукр. наук.-практ. конференція (м. Житомир, 1 лютого 2024р.). Житомир: Поліський національний університет, 2024. С. 419-422.
29. Осіпчук А.С., Толочкіна Є.П. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали Всеукр. наук.-практ. конференція (м. Житомир, 10-11 квітня 2024р.). Житомир: Поліський національний університет, 2024. С.190-192.

ДОДАТКИ

Додаток А

Чисельність населення в районах і містах Житомирської області, 2023 р.

| Назва міста | Площа, км ² | Щільність наявного населення, тис. осіб/ км ² |
|---------------------------------|------------------------|--|
| Міста обласного підпорядкування | | |
| м. Житомир | 61 | 4,321 |
| м. Бердичів | 36 | 2,083 |
| м. Коростень | 34 | 1,867 |
| м. Малин | 18 | 1,450 |
| м. Новоград - Волинський | 27 | 2,086 |
| Усього | 176 | 11,807 |
| Райони | | |
| Андрушівський | 956 | 0,033 |
| Баранівський | 1000 | 0,039 |
| Бердичівський | 865 | 0,032 |
| Брусилівський | 626 | 0,023 |
| Житомирський | 1441 | 0,048 |
| Коростенський | 1735 | 0,014 |
| Коростишівський | 974 | 0,040 |
| Лугинський | 994 | 0,016 |
| Любарський | 757 | 0,035 |
| Малинський | 1467 | 0,012 |
| Народицький | 1284 | 0,007 |
| Новоград - Волинський | 2098 | 0,021 |
| Овруцький | 3221 | 0,017 |
| Олевський | 2247 | 0,018 |
| Попільнянський | 1037 | 0,029 |
| Пулинський | 853 | 0,026 |
| Радомишльський | 1297 | 0,028 |
| Романівський | 928 | 0,029 |
| Ружинський | 1002 | 0,026 |
| Хорошівський | 870 | 0,040 |
| Черняхівський | 850 | 0,032 |
| Чуднівський | 1037 | 0,032 |
| Усього | 29651 | 0,612 |

Структура природно-заповідного фонду Житомирської області, 2023 р.

| Назва категорії заповідності | Кількість об'єктів | Площа, га |
|---|---------------------------|------------------|
| Національні природні парки | - | - |
| Природні заповідники | 2 | 50976,84 |
| Біосферні заповідники | - | - |
| Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва | 5 | 119,80 |
| Заказники | 10 | 6757 |
| Пам'ятки природи | 2 | 51 |
| Ботанічні сади | 1 | 35,4 |
| Зоопарки | - | - |
| Дендропарки | - | - |
| Разом | 20 | 57940,04 |
| Території та об'єкти природно-заповідного фонду місцевого значення | | |
| Заповідні урочища | - | - |
| Заказники | 145 | 78304,16 |
| Пам'ятки природи | 35 | 93,69 |
| Ботанічні сади | - | - |
| Зоопарки | - | - |
| Дендропарки | 3 | 14,9 |
| Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва | 18 | 228,67 |
| Регіональні ландшафтні парки | - | - |
| Разом: | 201 | 78647,92 |
| Усього | 221 | 136581,96 |