

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА  
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ  
Кафедра публічного управління та адміністрування

## БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: «*Шляхи удосконалення туристичної інфраструктури  
регіону*»

**Виконала:** студентка  
Чорна Анастасія  
Русланівна  

---

(прізвище імя та по-батькові)

**Керівник:** к.е.н. Сем'янчук П.М.  
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

**Рецензент:** д.н.держ.упр., доцент  
Щепанський Е.В.  
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

Чорна А.Р. Шляхи удосконалення туристичної інфраструктури регіону. – Рукопис.

Робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра за спеціальністю 242 Туризм. – Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, Хмельницький, 2022.

У бакалаврській роботі розкрито сутнісну характеристику і представлено нормативне трактування туристичної інфраструктури як визначального бізнесоутворюючого фактора успішного функціонування туристичної агенції, зокрема, і сфери туризму, загалом. З'ясовано властивості туристичної інфраструктури. Висвітлено структурні компоненти туристичної інфраструктури.

Охарактеризовано діяльність, ключові аспекти господарювання і розмаїття послуг «Центру подорожей «TRAVELCITY». Здійснено оцінку туристичної інфраструктури України. Окреслено базові проблеми формування туристичної інфраструктури в Україні. Проаналізовано вплив туристичної інфраструктури регіону на чисельність туристичних потоків.

Запропоновано шляхи удосконалення туристичної інфраструктури регіонів України в контексті активізації внутрішнього туризму. Визначено організаційно-управлінські аспекти поліпшення туристичної інфраструктури регіонів України. Вдосконалено регіональну концепцію покращення туристичної інфраструктури. Розроблено «променеву» модель активізації внутрішнього туризму в регіональному розрізі на основі поетапного формування туристичної інфраструктури. Надано великої ваги зміцненню екологічної безпеки, що якісно покращить динаміку туристичних потоків.

*Ключові слова:* туризм, туристична інфраструктура, регіон, туристична фірма, туристична послуга, туристичний тур, туристичний продукт.

## ANNOTATION

Chorna A.R. Ways to improve the tourist infrastructure of the region. – Manuscript.

Work to obtain a bachelor's degree in 242 Tourism. – Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law, Khmelnytskyi, 2022.

The essential characteristics of the tourist infrastructure are revealed. The activity of the TRAVELCITY Travel Center is described. The quality of tourist infrastructure in Ukraine is analyzed and its assessment is carried out. Ways and the concept of improvement of tourist infrastructure are offered and improved.

*Key words:* tourism, tourist infrastructure, region, tourist firm, tourist service, tourist tour, tourist product.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ Й НОРМАТИВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ.....	7
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	12
2.1. Загальна характеристика діяльності «Центру подорожей «TRAVELCITY».....	12
2.2. Оцінка туристичної інфраструктури регіонів України.....	21
2.3. Вплив туристичної інфраструктури регіону на чисельність туристичних потоків.....	28
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ АКТИВІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ.....	31
3.1. Організаційно-управлінські аспекти поліпшення туристичної інфраструктури регіонів України.....	31
3.2. Регіональна концепція покращення туристичної інфраструктури.....	37
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50
ДОДАТКИ.....	57

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Індустрія туризму своїми динамічними нарощуваннями туристичних потоків і позитивними темпами прибутковості починає займати чільне місце серед перспективних сфер не тільки міжнародного економічного розвитку, але й континентального економічного простору. Таким чином туризм перекроює не тільки національну, але й регіональну економічну карту і здійснює істотний вплив на економічний розвиток. Проте успішний і стабільний розвиток туризму залежить від туристичної інфраструктури.

Вищесказане дає відповідь на численні питання про слабкий розвиток українського внутрішнього туризму на сучасному етапі. Відтак, розвиток туристичної інфраструктури України стає нагальною потребою для глибокого дослідження та вивчення як у наукових колах, так і для діючих практиків і представників публічного управління на місцевому, районному, обласному й загальнодержавному рівнях.

Слід зазначити, що за умов значного туристичного потенціалу та всіх передумов для успішного розвитку туризму, в Україні виникає доволі парадоксальна ситуація – майже відсутній внутрішній туризм у його класичному розумінні з причини відсутності туристичної інфраструктури на більшості території на мінімальному рівні. Все це доволі негативно впливає на розвиток туристичної діяльності в Україні. Натомість світові обсяги внутрішнього і зовнішнього туризму набирають усе більших обертів, що дозволяє навіть країнам з низьким рівнем економіки розвиватись та ставати передовими туристичними макрооператорами. Таким чином, значна різниця між зарубіжним та вітчизняним туризмом дорівнює величині відставання української туристичної інфраструктури від зарубіжної. Саме дослідженню цієї проблеми присвячена наша бакалаврська робота.

**Рівень висвітлення досліджуваної проблеми в науковій літературі.** Питаннями туристичної інфраструктури у своїх дослідженнях займалися такі вчені як: Г.Батьковець, Г.Бернадська, В.Білозубенко, В.Буторіна, К.Горб,

М.Корнеєв, О.Ланда, О.Лендел, П.Ляшкевич, В.Підгірна, Н.Погуда, Л.Нещадим, О.Розметова, А.Слащук, Х.Стрілковська й інші. Проте дослідження проблеми туристичної інфраструктури в Україні потребує нових підходів, зокрема у площині розвитку національного внутрішнього туризму.

**Метою роботи** є вивчення сучасного стану та проблем туристичної інфраструктури України, а також розробка заходів щодо покращення стану вітчизняної туристичної інфраструктури з урахуванням наявного національного й регіонального туристичного потенціалу.

Для досягнення мети дослідження у бакалаврській роботі поставлені такі **завдання**:

- розкрити теоретичні й нормативні аспекти формування туристичної інфраструктури;
- охарактеризувати діяльність «Центру подорожей «TRAVELCITY»;
- здійснити оцінку туристичної інфраструктури регіонів України;
- проаналізувати вплив туристичної інфраструктури регіону на чисельність туристичних потоків;
- запропонувати організаційно-управлінські аспекти поліпшення туристичної інфраструктури регіонів України;
- удосконалити регіональну концепцію покращення туристичної інфраструктури.

**Об'єкт дослідження:** туристична інфраструктура України.

**Предмет дослідження:** теоретичні та практичні питання з розвитку туристичної інфраструктури України.

**Методи роботи.** При написанні бакалаврської роботи використовувалися такі методи дослідження: логіко-теоретичний (при вивченні сутності та класифікації туристичної інфраструктури); історичний (при систематизації основних понять розвитку туристичної інфраструктури); статистичні методи.

**Інформаційною основою роботи** є нормативні документи, статистичні матеріали, аналітичні та прикладні праці українських та зарубіжних вчених.

**Практичне значення дослідження** полягає у їх врахуванні під час розробки стратегії розвитку туристичної інфраструктури України.

**Апробація.** За результатами дослідження опубліковано тези і статтю у співавторстві.

**Обсяг та структура роботи.** Бакалаврська робота має загальний обсяг 54 сторінки і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, та містить список використаних джерел із 50 найменувань.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ Й НОРМАТИВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Туристична інфраструктура – це важливий елемент, без якого неможливий стабільний розвиток туризму в Україні. Разом із тим, туристична інфраструктура є одним із головних чинників підвищення конкурентоспроможності України в міжнародному туристичному ринку.

Основним фактором ефективного використання рекреаційних ресурсів є наявність в межах туристичних дестинацій туристичної інфраструктури.

А.Філіпенко, О.Рогач, О.Шнирков та О.Веклич презентують коротеньку ретроспективу зародження наукових поглядів на категорію «інфраструктура»: «...В першій половині ХХ століття, першими хто почав описувати термін інфраструктура і першу самостійну теорію інфраструктури були А.Маршалл та Д.Кларк. Науковці описували у своїх працях термін «інфраструктура» як: сукупність галузей і видів діяльності, які обслуговують виробництво (виробнича інфраструктура – транспортне сполучення, зв'язок, шляхи, лінії електропередач, тощо) і населення – (соціальна інфраструктура – заклади охорони здоров'я, торгівлі, тощо) [34].

У Законі України «Про туризм» одним із важливих завдань у галузі туризму є створення ефективної туристичної інфраструктури [9]. У Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року до об'єктів інфраструктури віднесені «...готелі та інші об'єкти, що надають послуги з розміщення; заклади харчування; курортні заклади тощо. ...Україна досить сильно відстає за рівнем розвитку туристичної інфраструктури від провідних держав світу. Саме тому її розвиток визнається стратегічним завданням, зокрема для підвищення якості туристичних послуг» [37].

Формування та розвиток туристичної інфраструктури є базовим для сталого розвитку туризму в регіоні. Варто підкреслити, що туристична інфраструктура підтримує розвиток рекреаційних ресурсів. До її завдань

також слід віднести створення умов для становлення і розвитку туризму й туристичних дестинацій.

Відмінною особливістю туристичної інфраструктури є те, що вона обслуговує місцеве населення і туристів. Таким чином, сприяє розвитку місцевого туризму, покращує якість та умови життя населення й підвищує привабливість регіону для відвідувачів і туристів.

Під туристичною інфраструктурою варто мати на увазі комплекс різних технічних та організаційно-господарських об'єктів, що забезпечують постійне функціонування туристичної сфери. До неї входять: заклади харчування, заклади розміщення, заклади відпочинку, санаторно-курортні заклади, оздоровчі заклади, організації, що забезпечують транспортні послуги у сфері туризму, спеціальні інженерні мережі та інформаційні системи. Ці об'єкти представляють різних суб'єктів туристичної діяльності. За певними видами туризму до туристичної інфраструктури можуть бути віднесені спортивні об'єкти, заклади культури, університети, медичні заклади тощо.

Туристична інфраструктура – це сукупність підприємств, установ (організацій), що забезпечують належний розвиток туризму, сприяють здійсненню туристичної діяльності, а також надають такі послуги: транспортні, інформаційні, розважальні, послуги з розміщення і харчування туристів та гостей.

Виходячи зі складу туристичного продукту, інфраструктура завжди має другорядний характер. Проте вона несе значний вплив на якість туристичних послуг та рівень ефективності туристичної діяльності, а інколи навіть визначає можливості її здійснення взагалі. Необхідно враховувати прямий зв'язок між туристичною діяльністю та параметрами туристичної інфраструктури, робота якої завжди доцільна [3].

Розглядаючи специфіку розвитку туристичної інфраструктури окремих територій, вважаємо за необхідне враховувати нормативно-правову складову діяльності, спрямованої на розвиток даної сфери. Процес створення та

розвитку нормативно-правової бази туризму був досить тривалим і насамперед пов'язаний зі зміною соціально-економічних та суспільно-політичних умов життя.

По-перше, викликає занепокоєння той факт, що існує безліч нормативно-правових положень та програм, що втратили чинність, а нові ще розробляються. Необхідність правового регулювання виникає через особливо постійне зростання туристичних потоків.

По-друге, деякі довгострокові регіональні та місцеві програми не узгоджені одна з одною із основним правовим актом, що регулює сферу туризму в країні.

По-третє, ідея про те, що перехід розвитку туризму на якісно новий рівень також у сфері правового регулювання можливе лише при правильному вирішенні проблеми до підготовки висококваліфікованих робітників у сфері туризму.

Окремо слід наголосити на ролі держави. У сфері туристичної інфраструктури, як і в інших видах інфраструктури, існує численна кількість «провалів» ринку. Держава має не лише їх усунути, а й забезпечити стійкість режиму туристичної інфраструктури. Це стосується не лише конкуренції, а й соціальних імперативів. Роль держави в Україні є особливо важливою, враховуючи зростаючу конкурентоспроможність багатьох інших країн, переважно сусідніх. Тому необхідно наголосити на необхідності цілісної політики розвитку туристичної інфраструктури із яскраво вираженими міжнародними аспектами. Це має включати не лише регулюючу діяльність, а й прогностичні, освітні, інвестиційні та адміністративні аспекти. Держава має зосередитись на розвитку туристичної інфраструктури як основи індустрії туризму та включенні України до світового туристичного простору.

А.Слащук і Г.Бернадська у своїх дослідженнях виокремлюють «...основну туристичну інфраструктуру (заклади розміщення та харчування, шляхи сполучення, туристичні підприємства), додаткову (заклади дозвілля та

розваг, центри надання туристичної інформації, спеціалізовані торговельні заклади) та обслуговуючу (пропускні пункти, автозаправні станції, банківські установи, страхові агенції, заклади охорони здоров'я та житлово-комунального обслуговування) туристичну інфраструктуру» [35].

Щодо завдань інфраструктури туризму, то до потрібно віднести забезпечення технологічної інтеграції транспортних, туристичних, культурних послуг, ресторанного господарства та інших допоміжних видів діяльності. Якість послуг забезпечується належним рівнем освіти, використанням сучасних технологій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємств на туристичному ринку та доступом до державних послуг. Масштаб туристичного потоку на території України потребує впровадження інтегрованих технологій і стандартів та контролю якості, що дасть змогу відповідати світовим тенденціям у сфері послуг.

Г.Батьковець та О.Ланда підкреслюють, що властивостями туристичної інфраструктури України є:

- а) ієрархія цілей функціонування компонентів і елементів;
- б) складність внутрішньої побудови;
- в) різноманітність зовнішніх та багаторівневість внутрішніх виробничо-технологічних, інформаційних, організаційно-управлінських, фінансово-економічних комплексують зв'язків;
- г) поетапність споживання та організації обслуговування [2].

Отже, туристична інфраструктура не є найголовнішим компонентом туристичного продукту, але вона є невід'ємною частиною туристичної діяльності. Туристична інфраструктура, що характеризується численною кількістю послуг та об'єктів з метою якомога кращого, зручнішого й комфортнішого обслуговування туристів, умовно поділяється на три функціональні групи:

Перша або основна, до якої ми відносимо заклади розміщення (готелі, мотелі, хостели, кемпінги, бунгало тощо), заклади харчування (ресторани, їдальні, кав'ярні, піцерії, кафе, бари, закусочні тощо), вбиральні, дороги,

транспортне сполучення, види і якість транспорту, умови розвитку туристичного бізнесу;

Друга або додаткова, яка охоплює об'єкти відпочинку, розважальні заклади, туристично-інформаційні центри, заклади торгівлі (в тому числі народні промисли й виготовлення пам'ятних сувенірів);

Третя або сервісна (обслуговуюча), до якої входять автозаправні станції, страхові компанії, банківські й небанківські фінансові установи, заклади охорони здоров'я, житлово-комунальні комплекси.

За рівнем розвитку туристичної інфраструктури Україна значно поступається провідним країнам Світу. Розвиток туристичної інфраструктури в Україні й запозичення міжнародного досвіду у вітчизняний туристичний ринок зумовить зростання рівня конкурентоспроможности національного внутрішнього туризму. Розвиток туризму та використання існуючих ресурсів у дестинаціях істотно залежить від розвитку інфраструктури. Роль держави для туристичної діяльності і туристичної інфраструктури відіграє доволі важливу роль. Також вагомим є здійснення правового регулювання в царині туристичної інфраструктури.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

### 2.1. Загальна характеристика діяльності «Центру подорожей «TRAVELCITY»

Туристична фірма «Центр подорожей «TRAVELCITY» – це багатопрофільне туристичне агентство, що займає лідируючі позиції на ринку. Туристична фірма була заснована, згідно свідоцтва про реєстрацію (Додаток А.), 08.09.2009 року, номер запису в Єдиному реєстрі юридичних осіб та фізичних-осіб підприємців 26730000000033694.

Форма господарювання – фізична-особа підприємець

23 вересня 2009 року туристична агенція отримала ліцензію від Державної служби туризму та курортів при Міністерстві культури і туризму України, оскільки на момент створення туристичної фірми відповідно до Закону України «Про туризм» турагентська діяльність підлягала обов'язковому ліцензуванню. Ліцензія була видана терміном на 5 років та закінчилася 18 вересня 2014 року. Ліцензію не продовжили через зміни в законодавстві, які скасували ліцензування діяльності тур агентства.

З початку своєї діяльності офіс фірми знаходився за адресою: м.Хмельницький, вул. М.Рибалко 2А, ТРЦ «Оазис». У 2014 році договір з торгово-розважальним центром був розірваний через високі орендні плати і компанія переїхала в інше орендоване приміщення. На сьогоднішній день фактична адреса фірми: м.Хмельницький, вул.Володимирська 105.

Офіс знаходиться в центрі міста, неподалік Майдану Незалежності, в житловому будинку, на першому поверсі, має окремий вхід, зручні під'їзні шляхи та паркінг для клієнтів. Поруч розташовані різні державні організації та установи. В офісі є три повністю обладнані робочі місця з оргтехнікою. Кожне робоче місце оснащено власним ноутбуком з доступом до Інтернету. Також є місце біля акваріуму, де можна відпочити при очікуванні. В офісі є куточок споживача, який необхідний у кожному бізнесі.

Одним з елементів фірмового стилю є логотип фірми (Додаток Б). При створенні логотипу, було обрано земну кулю, оскільки вона асоціюється з подорожами, та має вдале поєднання кольорів. Так синій колір сприяє фізичному і ментальному розслабленню, створює атмосферу безпеки і довіри. Зелений колір символізує надію, радість, достаток, свободу, здоров'я. Таке поєднання кольорів підсилює довіру туристів. Також фірмовий логотип містить назву фірми, що дозволяє асоціювати подорожі саме з даною туристичною фірмою.

Впродовж 12 років діяльності ця туристична фірма має своїх постійних клієнтів, а також користується великою популярністю в місті та за його межами. За роки існування набула великого досвіду і завоювала симпатії своїх партнерів та клієнтів.

Звертаючись в туристичне підприємство ФОП Тригуба Т.В. – «Центр подорожей «TRAVELCITY», перш за все, клієнту роз'яснюється, які послуги він купує та як ними користуватися, а також про гарантії та зобов'язання агентства та його права.

При зверненні клієнта до «Центру подорожей «TRAVELCITY» йому пропонують переглянути «Інформаційний листок до туру», який містить наступну інформацію:

- а) опис маршруту по днях;
- б) характеристика умов туру;
- в) інформацію про країни перебування;
- г) правила забезпечення безпеки.

Технологія обслуговування клієнтів і процес продажу туристичного продукту тісно пов'язані. Чим краще співробітники компанії обслуговують клієнта і продають йому товар (послугу), тим більше шансів, що він придбає його і прийде наступного разу. Технологія обслуговування клієнтів у «Центрі подорожей «TRAVELCITY» проходить в кілька етапів:

- Встановлення контакту з клієнтом по телефону.
- З'ясування мотивації вибору турпродукту.

- Пропозиція різних турів.
- Спілкування з клієнтом в офісі турфірми,
- Вибір відповідного для клієнта туру.
- Оформлення правовідносин і розрахунків з клієнтом,

«Центр подорожей «TRAVELCITY» спеціалізується на туристичних послугах за кордоном, але може надавати послуги внутрішнього туризму лише в рамках продуктів, які пропонують туроператори.

До послуг, які пропонує туристична фірма входять:

- бронювання авіаквитків,
- візовий супровід (виключно при туристичній візі),
- бронювання готелю,
- бронювання трансферних послуг,
- підготовка документів в консульство,
- круїзні тури.
- орендування яхт,
- прокат спеціального туристичного спорядження (гірськолижного, мисливського, рибальського тощо).

Характеристика умов туру містить наступну інформацію:

- Умови розміщення в кожному пункті (тип будівлі, обладнання, характеристика номерного фонду, санітарно-гігієнічне обладнання);
- Інформацію про розміщення батьків з дітьми;
- Характеристику транспортних засобів;
- Перелік послуг, які отримуються за додаткову плату.

В рамках інформації про країни перебування надають наступну інформацію:

- Особливості в'їзду і виїзду в країну;
- Візовий режим;
- Санітарні правила (страховка, щеплення);
- Митні правила;

- Специфіка поведінки в кожній країні, особливі обмеження в зв'язку з переважаючою релігією;
- Місцеві традиції та звичаї (правила пристойності, одяг, чайові та інше);
- Магазины, дозвілля, розваги, нічне життя;
- Гроші, обмін;
- Пошта, телеграф, телефон;
- Пам'ятки, в т.ч. за маршрутом;
- Інша необхідна інформація.

Слоган фірми: «Відпочинок з «Центр подорожей «TRAVELCITY» завжди комфортний та безпечний». Це підтверджується незмінно високим рівнем обслуговування та наданням послуг.

Щодо нормативно-правового регулювання, туристична діяльність як і інші галузі, повинна підпорядковуватись, керуватись певним правилам та законам. В основному туристична сфера керується Законом України «Про туризм». Стосовно туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVELCITY» в період реєстрації туристичну фірму було зареєстровано у відповідних органах – Державній податковій службі України. З моменту створення і до 01.01.2012 року туристичне підприємство знаходилося на загальній системі оподаткування, та здійснювало діяльність за КВЕД 63.30.0 – Послуги з організації подорожувань.

У 2012 році було прийнято рішення про перехід на спрощений режим оподаткування і підприємству було видано Свідоцтво платника єдиного податку.

Персонал туристичної фірми має відповідати певним вимогам, таким як: професійна підготовка, уміння чітко відповідати на запитання, що цікавлять клієнтів, володіти інформацією, знати закони та нормативні акти та ін. Структуру та склад персоналу фірми наведено у таблиці 2.1. Спостерігаючи за структурою та динамікою складу персоналу, можна побачити, що з 2019 до 2020 року чисельність працівників туристичної фірми поступово збільшувалась, тільки в 2021 році бачимо, що на одного

працівника стало менше, а саме менеджера з туризму. В 2021 році порівняно з 2019 чисельність працівників становить 6 працівників, що на 2 працівники більше ніж 2019 році. Всього працівників на даний момент нараховується 6.

Таблиця 2.1.

Таблиця 2.1. Структура та склад персоналу туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVELCITY»

Посада	Кількість, осіб			Абсолютне відхилення (+) (-), осіб	
	2019	2020	2021	20/19	21/20
Директор	1	1	1	-	-
Менеджер з туризму	1	1	0	-	-1
Менеджер-фрілансер	2	3	4	+1	+1
Маркетолог-фрілансер	0	1	1	+1	-
Всього	4	6	6	+2	-

Примітка. Складено авторкою за даними звітності

Стосовно визначення організаційної структури підприємства, можна сказати, що це певна побудова компанії, її стратегія для досягнення цілей, структура розподілу обов'язків між працівниками та вповноваженими особами. Організаційну структуру туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVELCITY» наведено на рис.2.1.

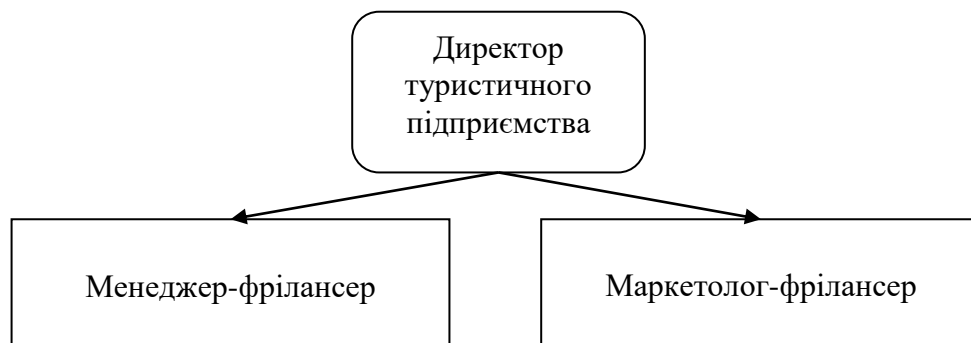


Рис.2.1. Організаційна структура туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVEL CITY»

Примітка. Створено авторкою за даними звітності

З рисунку видно, що головним є директор туристичного підприємства в обов'язки якого входить: керівництво діяльністю підрозділів, контроль за

результатами роботи, організація роботи колективу. Директору підпорядковуються менеджер-фрілансер, а до кола його обов'язків входить: купівля квитків, організація трансферів, бронювання житла, оренда автомобіля, пошук найкращих екскурсій. Макретолог-фрілансер також є підлеглим директора і займається задоволенням потреб споживачів з максимальною вигодою для туристичного підприємства, аналізує незадоволені потреби потенційної цільової аудиторії, розробляє турпродукт, який буде максимально відповідати за своїми характеристиками клієнтові туристичної фірми, тобто туристу.

Головні функції менеджменту – організація розробки продукції й управління нею. В туризмі, як і в інших галузях діяльності, реалізуються функції планування, організації, мотивації й контролю. Туристична фірма «Центр подорожей «TRAVELCITY» також має певні функції менеджменту для злагодженості і покращення діяльності в підприємстві. Їх наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Виконання функцій менеджменту в туристичній фірмі «Центр подорожей  
«TRAVELCITY»

Функція	Зміст функції	Виконавець функції
Планування	Планування діяльності фірми, узгодження планів.	Директор
Організація	Підбір фахівців та делегування їм повноважень для виконання завдань.	Директор
Мотивація	Підбір інструментів мотивації, та здійснення мотивації працівників для найкращого виконання делегованих їм завдань.	Директор
Контроль	Контроль за виконанням делегованих завдань, виявлення відхилень.	Директор

Примітка. Створено авторкою за даними звітності

В таблиці показано, що виконанням основних функцій менеджменту, а саме: плануванням, організацією, мотивацією, контролем, займається директор туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVELCITY». Він

займається плануванням діяльності, підбором фахівців, контролем за виконанням делегованих завдань.

Туристична діяльність, як і будь-яка інша, не може існувати без отримання прибутку, а суб'єкти, тобто туроператори, турагенти та інші не можуть функціонувати без позитивних результатів своєї діяльності.

Дохід туристичних підприємств формується переважно за рахунок прибутку від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим і неорганізованим поодиноким туристам або туристичним групам. Показники доходів розглянемо у таблиці 2.3. на прикладі туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVEL CITY».

Таблиця 2.3

Динаміка фінансових результатів туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVEL CITY» у 2019-2021 роках

Показник	Дані по роках			Темпи зростання (падіння), %	
	2019	2020	2021	20/19	21/20
Дохід від реалізації послуг	6223,5	1607,1	4293,8	-74%	167%
Собівартість наданих послуг	5725,6	1 462,4	3907,4	-74.4%	167%
Валовий прибуток	497,9	144,7	386,4	-71%	167%
Умовно-постійні витрати	48,0	43,0	45,0	-10,4%	4,7%
Фінансовий результат від операційної діяльності до оподаткування	449,9	101,7	341,4	-77%	235,7%
Розмір податкових зобов'язань	22,4	6,9	13,1	-69,1%	90%
Чистий прибуток ( збиток)	427,5	144,3	380,2	-66%	163%
Підсумкова рентабельність, розрахована з прибутку	6,9%	9%	8,8%	30%	-2%

Примітка. Складено авторкою за даними звітності туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVEL CITY»

Спостерігаючи на показники по роках, можна дійти висновку, що до 2019 року фірма отримувала досить непогані доходи, але у зв'язку з пандемією COVID-19, за 2020 рік спостерігаємо значне зменшення доходів по всіх показниках. У 2021 році ситуація трохи покращилась. Темпи зростання/падіння доходів зазначено у відсотках в таблиці.

Подорожі і туризм, є досить важливими для країни, оскільки туристична діяльність несе за собою прибутки, які покращують економічне становище країни. Але також подорожі і туризм є досить важливими для самої людини. Оскільки за допомогою туризму чи подорожі людина може відновити свої сили та покращити здоров'я як фізичне так і духовне. Також людина може на меті службову поїздку, для налагодження і вирішення певних питань чи проблем в роботі. Тобто мета поїздки залежить від особистих цілей людини. В таблиці 2.4 наведено динаміку туристів за метою поїздки, які звертались до туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVELCITY» .

Таблиця 2.4  
Розподіл туристів за метою поїздки в динаміці за 2019-2021 рр.

Мета поїздки	Дані по роках					
	2019		2020		2021	
	Кількість туристів, осіб	Питома вага, %	Кількість туристів, осіб	Питома вага, %	Кількість туристів, осіб	Питома вага, %
Службова поїздка	1	0	0	0	0	0
Дозвілля та відпочинок	2003	97	287	70	479	70
Лікування	28	1,5	28	7	64	9
Спортивний туризм	11	0,6	22	5	40	6
Спеціалізований туризм	18	0,9	73	18	102	15
Всього	2060	100	410	100	685	100

Примітка. Складено авторкою за даними звітності туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVEL CITY»

Спостерігаючи за даними цієї таблиці можна зробити висновок, що найбільш розповсюдженою метою поїздки з 2019 по 2021 роки було дозвілля та відпочинок, лікування, спеціалізований туризм та спортивний туризм займають середню нішу, а найменше було службових поїздки.

Туристична фірма «Центр подорожей «TRAVELCITY» на договірних відносинах співпрацює з такими туроператорами як :TUI Ukraine, AnexTour,

Travel Professional Group, CoralTravel, KOMPAS Touroperator, JoinUp. Туроператори зі спеціалізованого туризму :представлені таким списком:

1. NordicTravel, компанія спеціалізується на Фінляндії, Швеції, Норвегії, Ісландії та Данії і пропонує тури на риболовлю, полювання та дайвінг-тури в перелічених країнах.

2. СІТА. Компанія працює на ринку туризму 26 років та пропонує унікальний подієвий продукт до усіх країн Світу.

3. ВВ Yachting, оператор займається організацією яхтингів Хорватії, Чорногорії, Франції, Італії, Сейшелах, Канарах та у країнах Карибського басейну.

4. Магонія, яка якісно організовує дайвінг-тури.

5. Албіз, що також організовує дайвінг-тури.

6. WestTravelGroup, основними напрямками якої є: Китай, Тайвань, Японія, Південна Корея, В'єтнам, Камбоджа, Лаос, Таїланд, Сінгапур, Індонезія, Малайзія, Індія, Непал, Бутан, ОАЕ, Філіппіни, Мадагаскар, Марокко, Австралія, Нова Зеландія, Фіджі, Мальдіви, Сейшельські острови. Компанія пропонує усі види відпочинку в цих країнах а саме: пляжний відпочинок; огляд культурних та історичних пам'яток; бізнес-тури на виставки; екстрим-тури: дайвінг, рафтинг, серфінг; круїзи; шоп-тури, подієві тури, медичний туризм.

7. ChinaTourClub– оператор, який активно покликаний сприяти розвитку китайсько-українських відносин і залученню уваги до Китаю. Компанія пропонує: лікувальні тури, подієві тури, екстрим-тури, гірськолижні тури, шоппінг-тури, екскурсійні та паломницькі тури до Китаю.

Продаж туристичного продукту є основною метою діяльності будь-якого туристичного підприємства. Система реалізації до- та післяпродажного супроводу в туристичній фірмі «Центр подорожей «TRAVELCITY» має дев'ять послідовних стадій: формування запиту та підбір туру → інформаційний супровід → бронювання → підтвердження заброньованих послуг → укладення договору та оплата послуг → підготовка документів до

подачі на візу (за необхідністю) → підготовка та видача документів → інформаційний супровід → опитування клієнта та аналіз інформації.

Спостерігаючи за реалізацією продукції в туристичній фірмі «Центр подорожей «TRAVELCITY», можна сказати що наведена послідовність є ефективною, оскільки в туристичній фірмі реалізація туристичного продукту здійснюється успішно.

## **2.2. Оцінка туристичної інфраструктури регіонів України**

Протягом багатьох років індустрія туризму розвивається доволі швидкими темпами, оскільки вона є однією із найперспективніших і найприбутковіших галузей національної економіки. Туризм не лише стимулює економіку на загальнодержавному рівні, а й суттєво впливає на економічне зростання окремих регіонів (областей) країни. Незважаючи на світову фінансову кризу, галузь займає важливе місце у світовій економіці, випереджаючи більшість секторів за рівнем доходів і зайнятості.

Індустрія туризму сприяє покращенню соціально-економічного рівня певного регіону чи країни в цілому, також стають більшими фінансові надходження, зростає попит на послуги і товари, розбудовуються об'єкти туризму, оснащення готельного та ресторанного бізнесу.

Х.Стрілковська вважає, що у вітчизняній туристичній галузі є багато проблем. Цьому спричиняє низка причин, а саме недосконалість законодавчої бази, незадовільний стан туристичної інфраструктури, занедбаність пам'яток історії та культури тощо. Водночас, якщо в Україні є всі умови для успішного розвитку різних галузей туризму [38].

О.Лендел доходить висновку, що регіональна ринкова інфраструктура туристичних послуг має у своєму складі сукупності підприємств, які забезпечують умови для успішного функціонування туристичних організацій, – виробнича інфраструктура, і підприємств, які несуть безпосередній вклад у задоволенні різноманітних потреб туристів, – інфраструктура сфери послуг [14].

Розвиток інфраструктури туризму є досить вагомим етапом планування процесу використання туристичних ресурсів. Крім того, активний масовий туризм наполягає на дуже комфортних умовах в місці свого відпочинку.

Туристичний потенціал України відображають показники прямого й загального внеску туризму у валовий внутрішній продукт, зайнятість, частку доходів і витрат на туризм в експорті та імпорт України.

Дивлячись на попередню інформацію виділяємо топ-5 областей України за найбільшими обсягами надходжень від сплати туристичного збору, які надійшли до місцевих бюджетів у 2018 році. Отже, до них потрібно віднести:

- м. Київ, що мав 14,7 млн. грн. (36,4% від загальної суми туристичного збору);
- Львівську область, що мала 13,4 млн. грн. (14,8%);
- Одеську область, що мала 11,6 млн. грн. (12,7%);
- Закарпатську область, що мала 3,8 млн. грн. (4,2%);
- Івано-Франківську область, що мала 3,7 млн. грн. (4,1%).

Щоб підтвердити це, акцентуємо увагу на тому, що найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності знаходиться у м.Києві, Одеській,Львівській областях. Київ серед інших міст є найбільшою туристичною дестинацією, найулюбленішим місцем відвідування туристів, провідним за діловою метою поїздки серед іноземних громадян.

Також потрібно додати, що безпосередні учасники ринку туристичних послуг, які з гордістю представляють Україну на міжнародній туристичній арені є туроператори. Погоджуючись із опитуванням, що проводилось Українською асоціацією туристичних агентств) з 18 березня по 14 квітня 2019 року, лідерами серед туристичних операторів, що маючи розгалужену мережу агентств по всій Україні та за її межами, визначено такі, як «JoinUP» «TEZTour», «PegasTouristik», «CoralTravel» «TUI». Опитування проводилося серед директорів та менеджерів українських туристичних компаній, які мають власні чартерні програми в найпопулярніших напрямках [42].

На жаль, незважаючи на розвиток туризму в деяких містах, туристична сфера не досягає бажаного рівня порівняно із світовими тенденціями. Згідно з дослідженням, існує пряма кореляція між рівнем доходів туристів і доходами туристичних компаній, що виражається в тому, що при зростанні доходів від туризму на 2,5% витрати туристичної діяльності зростають на 4%. Однак щодо співвідношення між рівнем економічного розвитку України та рівнем туризму така тенденція не спостерігається [15].

Однією з основних труднощів формування, функціонування та розвитку туристичного комплексу є виникнення природних протиріч: «туризм вимагає розвиненої інфраструктури → розвиток інфраструктури вимагає інвестицій → інвестиції вимагають забезпечення їх повернення і можливість приросту їх величини, а також усунення ризику» [36]. Інвестиції в туризм без зміни періоду доходу, туризм у короткостроковій перспективі є збитковим, тому необхідно вказати джерело фінансування інвестицій. Ресурси використовуються нетрадиційним способом. Фінансові надходження в туризм не приносять прямих доходів. Туризм у короткостроковій перспективі є збитковим, тому важко визначити джерела інвестицій та фінансування. Вищезазначені протиріччя та пов'язані з ними труднощі стають практично нездоланими, що робить туристичну галузь неефективною при розподілі туристичних ресурсів. Підсумовуючи, можна констатувати, що ефективний розвиток індустрії туризму в цілому залежить від оптимальної організації управління та координації всіх елементів туристичної привабливості, тобто туристичних ресурсів та інфраструктури, з метою залучення інвестицій у їх розвиток та якості послуги. Усе це потребує пошуку варіантів не лише покращення стану окремих елементів туристичної привабливості, а й виявлення необхідності комплексного пошуку заходів щодо їх покращення, а також максимальної співпраці та координації всіх туристичних суб'єктів [27].

Аналізуючи сучасний стан туристичної інфраструктури України, констатуємо, що вона охоплює:

1. Туристичні ресурси – сукупність природних, історичних, культурних, соціально-економічних та інших ресурсів території країни, що задовольняють різноманітні потреби туристів;

2. Суб'єкти туристичної діяльності – суб'єкти господарювання, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку, і мають ліцензію або дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної із наданням туристичних послуг та внесені до Державного реєстру суб'єктів туристичної діяльності. Такий суб'єкт туристичної діяльності як туроператор безпосередньо й регулярно здійснюють діяльність щодо створення турпродукту, реалізації і надання туристичних послуг, а також посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх послуг.

3. Туристичну індустрію – сукупність суб'єктів туристичної сфери, організаційні структури закладів харчування, організацій транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, що забезпечують надання послуг, виготовлення та використання туристичного продукту, що задовольнить потреби туристів;

4. Туристичні послуги – послуги, що надають проживання, харчування, інформаційно-рекламне обслуговування, а також послуги закладів культури, побуту спорту, розваг тощо, що задовольняють потреби туристів;

5. Туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс, який поєднує такі послуги, що реалізуються або пропонуються до реалізації за єдиною ціною. Сюди входять:

а) послуги перевезення;

б) послуги проживання;

в) інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і проживанням.

Можна зробити висновок, що основою туристичної інфраструктури сьогодні є готельна індустрія, яка матеріально забезпечує функціональну гостинність. Мережа готельних підприємств активно формувалася в період масового туризму наприкінці 1970-х – початку XXI століття. Більшість

готелів, кемпінгів, мотелів, баз відпочинку побудовані за проектами, що не відповідають сучасним світовим критеріям оцінювання.

За територіальним розподілом готельного господарства основою матеріально-технічної бази України є великі адміністративні центри: м.Одеса, м.Київ, м.Дніпро, м.Львів і регіони, важливі з точки зору туризму, зокрема Карпати та Чорноморсько-Азовське побережжя. Найбільша кількість наданих послуг, зафіксованих у 2016 році припадає на м.Київ, Закарпатську, Одеську, Львівську та Івано-Франківську області.

Основою побудови бази для зростання доходів готелю є будівництво нових готелів, що враховували б фінансові можливості різних ланок населення і типів туризму. Сучасна інфраструктура матеріальної бази готельних компаній не повністю відповідає вимогам міжнародних стандартів. Кількість готелів в Україні дуже мала порівняно з іншими країнами .

Основні елементи інфраструктури повинні виконувати не лише рекреаційну функцію, а й бути важливими для покращення загального соціально-економічного життя населення в країні. Зокрема, це має бути громадська інфраструктура, яка відповідає міжнародним стандартам і адресована всім жителям України та їхнім гостям. Тут одне з провідних місць належить транспортній системі України [13].

Основні елементи інфраструктури повинні виконувати не тільки виключно рекреаційну функцію, а й служити провідним фактором поліпшення всього соціально-економічного життя країни. Зокрема, це має бути інфраструктура загального користування, що відповідає світовим стандартам і зорієнтована на всіх мешканців України та її гостей. Тут одне з лідируючих місць належить транспортній системі України.

Україна має розвинену автомобільну та залізничну мережу, аеропорти, річкові та морські порти. Повітряний, автомобільний, залізничний, річковий і морський транспорт здатні перевозити туристів із резервів пропускної спроможності деякими видами транспорту. Тому транспортні маршрути України мають відповідати міжнародним вимогам та забезпечувати

можливості швидкого, безпечного, надійного та зручного транспортування. В Україні прийнято Програму функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів. Її реалізація дозволить вирішити проблему будівництва доріг та створити сприятливі умови для розвитку туристичної галузі.

Не менш важливим елементом інфраструктури України, є існуюча мережа прикордонних переходів із сусідніми державами, її розвиток та система обслуговування.

Інфраструктура авіаційного транспорту налічує 33 аеропорти, з яких 17 відносяться до міжнародних. Найбільші аеропорти розташовані у містах Київ, Харків, Одеса, Дніпро, Львів, Запоріжжя, Вінниця. Міжнародні лінії пов'язують Україну з країнами Європи, Америки, Азії та Африки. У контексті зазначеного необхідно врегулювати питання Ужгородського аеропорту [13].

Розвиток туризму в Україні неможливий без системи зв'язку, функціонування різноманітних служб із комунікацій, розвитку громадського харчування та побутового обслуговування населення, організації культурно-розважального обслуговування. Також для регіону залишається актуальною проблема водопостачання та водовідведення житлових масивів, особливо баз відпочинку.

Туристична інфраструктура України виражається сукупністю матеріальних об'єктів, діяльність яких націлена на задоволення туристичних потреб населення. Також туристична інфраструктура, що визначено деякими українськими дослідниками, охоплює туристичні об'єкти природного походження, пам'ятники, музеї тощо. Рекреаційні ресурси туристичної інфраструктури займають вагомe місце в розвитку всієї туристичної сфери. До ресурсів туристичної інфраструктури належать:

1. Склад природних об'єктів;

2. Набір штучних об'єктів, які мають комфортні властивості і придатні для виготовлення туристичного продукту. Їх наявність, зазвичай, визначає розвиток туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні.

Можемо виокремити такі об'єкти історико-культурного значення:

1. Музеї;

2. Пам'ятки та пам'ятні місця, які мають зв'язок з певними подіями з історії, життям і діяльністю відомих представників техніки, культури, науки;

3. Об'єкти, які показують сучасні досягнення країни в будівництві, промисловості, спорті, культурі, сільському господарстві, медицині, науці.

4. Особливі етнографічні та архітектурні об'єкти;

Туристична інфраструктура України має власну структуру, яка потребує постійного розвитку та осучаснення.

До факторів головної туристичної інфраструктури належать:

1. Об'єкти розташування;

2. Заклади харчування;

3. Об'єкти транспортування туристів.

Супутня інфраструктура включає:

1. Заклади спортивної діяльності;

2. Розважальні місця;

3. Заклади культури;

4. Заклади охорони здоров'я, що надають додаткові послуги туристу.

Таким чином, зазначаємо, що в останні роки в Україні спостерігається стрімкий розвиток елементів туристичної інфраструктури. Важливу роль в останньому розвитку відіграє приватний сектор та фінансування. Державні інвестиції мають стосуватися великих інвестиційних проєктів, зокрема:

1. Велике будівництво об'єктів та споруд;

2. Формування транспортної інфраструктури;

3. Підготування інфраструктури для використання проєктів освоєння нових рекреаційних дестинацій.

Проблема інфраструктурного облаштування території окремих областей України може бути вирішена лише завдяки інвестуванню в їх розбудову великих коштів, у тому числі з боку центральної та місцевих влад, а її розв'язання можливе лише у контексті практичних дій з економічного піднесення країни [13]. Саме це повинні взяти на озброєння органи публічного управління.

### **2.3. Вплив туристичної інфраструктури регіону на чисельність туристичних потоків**

Збільшення потоку туристів до України залежить спектру питань, насамперед, звичайно, створення належної інфраструктури, яка відіграє важливу роль у приверненні уваги туристів з різних країн.

Розвиток туризму є відносно помірним і потребує певної модернізації, вдосконалення та створення належних умов для туристичної діяльності. У зв'язку з розвитком туризму у світі та збільшенням потоку туристів і доходів від нього, туризм як такий в Україні почав розвиватися та набирати обертів, але через брак коштів та повне розуміння туризму розвиток не йде так, як хотілося б вітчизняним та іноземним туристам.

Перший аспект – це інфраструктура, і важливо, що покращення авіаліній, авіасполучення та шляхів сполучення є однією з найсерйозніших проблем сучасного туризму, адже хороші дороги та шляхи сполучення дозволяють туристам без зайвих проблем і витрат дістатися до туристичної зони, також важливу роль відіграють місця для харчування, проживання туристів: готелі, хостели, ресторани тощо. Але є протилежні обставини, що можуть негативно вплинути на вибір іноземного туриста, оскільки він через брак належної інфраструктури може не наважитись їхати в подорож до країни. Але для того, щоб країна була успішна з точки зору туристичних потоків потрібно оновити, побудувати, модернізувати й удосконалити туристичну інфраструктуру, але це вимагає багатьох зусиль.

Розвиток туризму завжди вимагає особливої уваги з боку держави. У країнах, які розуміють його важливість, частка сектору у ВВП становить близько 7-10%. Не враховуючи країну, де туризм є економічною базою цілих регіонів. Однак розвиток сфери залежить не лише від реклами та розвитку туристичних маршрутів. Потрібно мати певну базу для роботи. Або навіть повноцінних туристичних об'єктів. Розвиток туризму залежить від багатьох проблем, які потребують вирішення. У першу чергу мова йде про відповідну інфраструктуру.

Мається на увазі готелі з хорошим сервісом не лише у великих містах, а й ті, які є туристично привабливими, тобто , курорти, міські музеї, оздоровчі центри. Багатьом регіонам є чим похвалитися, але проблема в тому, що вони не мають класичної інфраструктури, завдяки їй вони могли стати перлинами чи «магнітами» в туристичній дестинації.

Наявність готелів для будь-якого бюджету, ресторанів, кафе, розваг поблизу туристичних точок. Також створення якісного туристичного продукту, який би включав у себе всі нюанси разом із концепцією та створенням додаткових атракцій як аквапарки, розважальні проекти тощо.

В Україні – брак даних, через які складно розрахувати сезонність, кількість туристів в окремі регіони, популярність міст. Враховуючи це, необхідні масштабні опитування та статистика щодо сфери задля комплексного дослідження зон, аналізу земель, інфраструктури, завантаженості аеропортів.

Побуває ідея створення спеціальних туристичних зон. Де могли б діяти відповідні умови, наприклад: зниження ПДВ до 5-7% та звільнення від сплати податку на прибуток протягом 5 років з моменту утворення СТЗ; спеціальні тарифи на довгострокову оренду землі; додаткові можливості з перенесення збитків минулих періодів на майбутнє; звільнення від місцевих податків для підприємств, які інвестували в бізнес на цій території; створення сприятливих валютно-фінансових умов терміном на 5 років. До СТЗ застосовуватиметься державна цільова програма «Мандруй Україною», яка

включатиме і просторове планування, й облаштування інфраструктури, і навчальні програми в колаборації з міжнародними вишами, і створення центрів розвитку туризму й інше [40].

Отже, виходячи з даної інформації можна сказати, що туристична інфраструктура знаходиться на етапі розвитку. Для того щоб Україна змогла без проблем приймати іноземних туристів, розвивати внутрішній туризм та загалом збільшити туристичний потік потрібно перш за все вирішити ряд питань та проблем. І однією із найбільших проблем постає недостатньо розвинена інфраструктура, тобто, недостатня кількість готелів та закладів харчування, що могли б відповідати бажанням туристів, недосконалість транспортних перевезень, шляхів сполучень, та несправність багатьох доріг, не розвинені туристичні території. Але Україна прагне стрімко розвиватися, що може її зробити однією з найуспішніших країн з точки зору туризму, оскільки в Україні є всі умови для цього.

## **РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ АКТИВІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ**

### **3.1. Організаційно-управлінські аспекти поліпшення туристичної інфраструктури регіонів України**

Механізм організації туристичної діяльності слід розглядати як сукупність умов, які мають забезпечити розвиток туризму та факторів, що на нього впливають. Розвиток туристичної діяльності вимагає певних умов і міцної технічної бази. Оцінка конкурентоспроможності країн на туристичному ринку, досліджують та розглядають:

- стан політико-правової бази регулювання туризму в країні;
- тенденції розвитку бізнес-середовища та розвитку туристичної інфраструктури;
- ресурсний потенціал.

Важливою умовою розвитку туристичної галузі є політико-правова база, яка забезпечує конкретну правову основу, забезпечує стійкість та захист навколишнього середовища, забезпечує належний рівень безпеки, здоров'я та гігієни, які визнаються пріоритетними для розвитку туризму на державному рівні. Тому політико-правове середовище країни має забезпечувати належні умови для ведення підприємницької діяльності, відповідати системі регулювання міжнародного та внутрішнього туризму відповідно до існуючих міжнародних стандартів та спрощувати візові, митні та прикордонні формальності; забезпечення чесних умов конкуренції.

Останнім часом природне середовище багато в чому визначило туристичну привабливість країни. Це змушує приділяти більше уваги державному контролю за використанням природних ресурсів, охороні праці для довкілля та екологічній інспекції.

З огляду на зростання терористичних загроз, дестабілізації політичної ситуації у країні, виникнення військових конфліктів та повномасштабної війни. З метою забезпечення безпеки та захисту туристів повинні посилити роль держави та удосконалити систему безпеки туризму.

Функціонуюча система охорони здоров'я, високий рівень комфорту та гігієни в туристичній галузі є важливим фактором конкурентоспроможності країни на туристичному ринку.

Необхідною умовою розвитку міжнародного туризму в країні є державне регулювання та наявність програм, які б визначали пріоритети галузі. Ефективність туристичної сфери залежить від забезпечення відповідними ресурсами, зокрема людськими, фінансовими та матеріальними.

Необхідною умовою розвитку туризму в країні є державне регулювання та наявність програм, які б визначали пріоритети розвитку галузі. Від їх забезпеченості належними ресурсами, зокрема людськими, фінансовими, матеріальними, залежить ефективність функціонування сфери туризму [39].

Туризм – це різноманітна і складна галузь з різноманітними взаємопов'язаними видами діяльності. Тому про стан міжнародного туризму свідчить розвиток туристичної інфраструктури, важливими елементами якої є транспортна інфраструктура, туристично-готельна індустрія, послуги.

Доступність територій і швидкість пересування туристів значною мірою визначаються розвитком наземного, повітряного та водного транспорту. Швидкому розвитку туризму наприкінці 20 століття сприяв інтенсивний розвиток повітряного транспорту, що збільшило як кількість, так і відстань подорожей. Авіакомпанії, аеропорти та повітряний транспорт визначають потенціал повітряного транспорту, який виражається в кількості та дальності рейсів, кількості перевезених пасажирів. Саме розвинена повітряна транспортна інфраструктура визначає розвиток туризму в регіоні. Інфраструктура наземного транспорту також має важливе значення, оскільки визначає діапазон і якість перевезень в країні та закордоном.

Розвиток туристичної сфери в країні визначається туристичною інфраструктурою, яка складається переважно з туристичних операторів і турагентств, а також готелів та інших місць розміщення, ресторанних, розважальних закладів. Без туроператорів індустрія туризму не може існувати. Вони є учасниками туристичного ринку, які створюють туристичний продукт і забезпечують його збут, надають інші туристичні послуги. Комфортність умов проживання зумовлена розвитком індустрії розміщення, в основі якої лежить готельне господарство. Рівень матеріально-технічної бази готельного господарства, розгалуженість і різноманітність мережі, якість обслуговування, забезпечення туристів сучасним житловим та побутовим обслуговуванням – важлива умова розвитку міжнародного туризму. Фінансові установи, особливо банки, є важливими елементами сучасної туристичної інфраструктури; автомобільне транспортне підприємство тощо [39].

Своєрідним поштовхом до розвитку міжнародного туризму стали процеси інформатизації суспільства та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Інфраструктура ІКТ, розвиток Інтернету та доступу до нього, розробка та впровадження програмного забезпечення та розвиток електронної комерції мають особливе значення для конкурентоспроможності країни на туристичному ринку.

Доступна вартість стала ключовою для більшості мандрівників. Загальна вартість путівок, зокрема ціни на проживання, проїзд та користування окремими видами послуг, визначають цінову конкурентоспроможність країни на туристичному ринку. Важливим завданням є пошук шляхів зниження цін в приклад наведемо, шлях оптимізації податкової політики тощо, забезпечення розумного рівня ціни-якості туристичних послуг.

Ще одним фактором розвитку туризму є відкритість кордонів. Доступ до ринків, належна ефективність митного адміністрування та імпортно-експортних процедур, адміністративна прозорість кордонів, розвинена

інфраструктура цивільної авіації та наземного транспорту, наявність та якість транспортних послуг, інформаційно-комунікаційна інфраструктура, політико-правове забезпечення руху, рівень безпека та охорона, відкритість країни для міжнародної торгівлі та розвиток міжнародного туризму [39].

Потрібні значні інвестиції для покращення туристичної інфраструктури та інновацій у туризмі. Особливу увагу варто приділити інвестиційному сприянню туризму в країні. Інвестиції в туристичну діяльність сприяють збільшенню місткості ринку, збільшенню кількості потоку туристів і відвідувачів, покращенню іміджу країни та її конкурентоспроможності на світовому ринку туристичних послуг [39].

На перешкоді розвитку туристичної діяльності в Україні стоїть багато не вирішених проблем. До них відносять:

- недостатньо розвинена або відсутня інфраструктура в багатьох регіонах та місцевих органах влади;
- відсутність достатніх ресурсів і людської волі для проведення ресурсних досліджень, консерваційних, реставраційних та ремонтних робіт;
- офіційне декларування та фактична незацікавленість, занедбаність та бездіяльність у розвитку туризму;
- низький рівень конкурентоспроможності українських туристичних груп порівняно із іноземними;
- надання переваги туристичним поїздкам закордон, ніж в Україну

Тому, враховуючи всі ці проблеми, що наведені вище, з ціллю популяризувати саме туризм в середині України пропонується «Променева» модель його організації в Україні.

Суть «Променевої» моделі є доволі простою і дозволяє її використовувати в кожній області й районі і певним чином обійти низку проблем і незручностей. Для цього потрібно централізовано організувати роботу із внутрішніми подорожами й турами в обласному центрі чи в іншому місті обласного підпорядкування, чи в іншому великому населеному пункті

чи районному центрі. Враховуючи кількість туристичних компаній, громадських організацій, що сприяють туризму, офіційних представництв, відомств у сфері туризму на різних рівнях державного управління. До цього проєкту можуть долучитися коледжі, інститути й університети, які готують фахівців для індустрії туризму та гостинності.

Важливим кроком у розвитку внутрішнього туристичного бізнесу в Україні є виокремлення Державним агентством розвитку туризму (ДАРТ) привабливих для туристів туристичних дестинацій та туристичних маршрутів у розрізі всіх регіонів. Звернемо увагу, що цей перелік далеко не повний, а запропонована «Променева» модель організації внутрішніх туристичних турів і подорожей в Україні передбачає детальний облік і характеристику усіх об'єктів природної та культурно-історичної спадщини, а також сучасних пам'яток у кожному місті й селі. При цьому необхідно скомплектувати нову й упорядковувати існуючу інформацію про звичаї, традиції, фольклор, релігію. Необхідно створювати нові музеї з предметами минулого або збагачувати вже існуючі.

Наступним етапом «Променевої» моделі організації внутрішнього туристичного бізнесу в регіонах України є розробка туристичних маршрутів з обласного центру чи з іншого міста («Центру») до територіяльних туристичних об'єктів («Вузликів»). Якщо в останніх (у територіяльних туристичних «Вузликах») немає місць для проживання – то поїздки, відповідно будуть одноденними, які повернуться назад до «Центру», а якщо є місця для проживання то тоді – це можуть бути дводенні поїздки в інші туристичні напрямки, а потім назад до «Центру». Таким чином щодня буде новий туристичний маршрут («Промінь») із поверненням назад до «Центру», де є комфортабельне розміщення або туристична база. Дводенними і тривалішими можуть бути сплави по річках з відповідними палатковими чи кемпінговими ночівлями (рис. 3.1).

Перевагами «Променевої» моделі організації внутрішнього туристичного підприємництва в Україні є:

- бюджетний варіант для туристів і можливість подорожі всією родиною;
- краще знайомство з власним краєм та інтерес до його природної, культурної, історичної, побутової та народної спадщини;
- додатковий прибуток місцевої влади, частина якого може спрямовуватися на вдосконалення та розвиток туристичних об'єктів, створення та зміцнення туристичної інфраструктури.

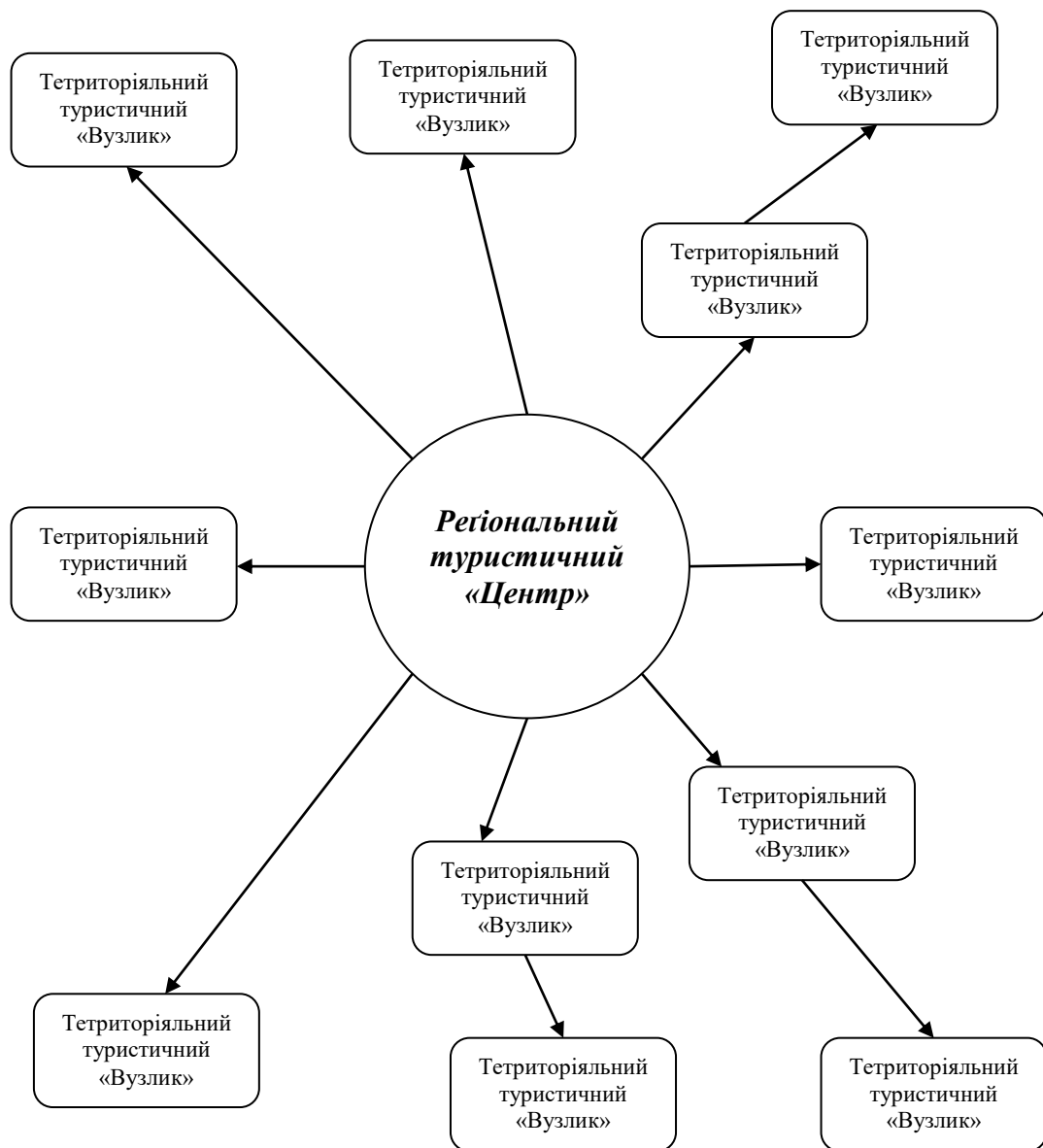


Рис. 3.1. Схематичне зображення «Променевої» моделі організації внутрішнього туризму

Примітка. Створено авторкою

Тому для активізації розвитку внутрішнього туризму необхідно, щоб компанії, аматори та державні органи діяли спільно у поєднанні з якісною, продуманою маркетинговою політикою. Впровадження та вдосконалення «Променевої» моделі організації національного туристичного бізнесу в Україні протягом кількох років суттєво покращить ситуацію в національному туристичному та готельному господарстві. Населення України зможе побачити не лише пам'ятки свого краю, а й інших. Тому не виключається можливість залучення іноземних туристів [45, с 611-612].

### **3.2. Регіональна концепція покращення туристичної інфраструктури в Україні**

Вирішення інфраструктурного розвитку регіонів України є дуже важливим питанням, оскільки Україна зараз на шляху впровадження кількох важливих та необхідних реформ, спрямованих насамперед на підвищення добробуту українського населення. Найважливішими є складові інфраструктурного комплексу є елементи, які можуть вивести нашу країну на новий етап розвитку й оновлення.

При розвитку інфраструктури слід враховувати такі елементи: транспорт, шляхи сполучень, житлово-комунальне господарство, освіту, система медицини та відпочинку, соціальне забезпечення, культура, екологія тощо. Дані елементи є одні з найважливішими для розвитку країни та її регіонів.

Дослідження інфраструктури регіонів України на сучасному етапі виявив нерівномірність та певні дисбаланси в їх розвитку. Проблема складна і поєднує в собі кілька посилянь. Але основним недоліком є не правильне розподілення і використання наявних інвестицій.

Пришвидшений доступ до інформаційних ресурсів, розвиток сучасних телекомунікаційних систем, збільшення інтенсивності вантажних перевезень на всіх видах транспорту, планування комунікаційних коридорів, розвиток транзитного потенціалу, поява логістичних платформ є потужним

каталізатором модернізації не тільки національного господарства, а й регіонів.

Для результативного розвитку туристичної інфраструктури кожного з регіонів України з подальшою активізацією внутрішнього туризму необхідно комплексно реалізувати Концепцію, яка охоплює чотири пріоритетні завдання, а саме:

- конкурентоспроможна регіональна економіка в межах національного господарства України;
- активна розбудова регіональної транспортної інфраструктури, що за пазловим принципом повинна сформувати ефективну і якісну транспортну інфраструктуру України;
- підтримка, збереження, охорона і розвиток регіонального туристичного потенціалу;
- посилена активна регіональна екологізація України.

Перейдемо до детальнішої характеристики кожного з пріоритетів Концепції.

Перший і базовий пріоритет – конкурентоспроможна регіональна економіка в межах національного господарства України. Зазначмо, що економічний розвиток регіону – це процес, спрямований на забезпечення зростання економічного добробуту населення регіону шляхом ефективного використання всіх наявних регіональних ресурсів.

Економічне зростання – це досягнення вищих порівняно з попередніми періодами показників, що пояснюють соціальні й економічні процеси в регіоні та є результатом позитивної динаміки економічного розвитку регіону.

При цьому економічний розвиток областей відбувається шляхом розширення діючих та створенням нових підприємств різних розмірів і форм власності, об'єктів ринкової інфраструктури, соціально-культурних та інших організацій та установ, що створюють робочі місця в регіоні.

Враховуючи, що економічний розвиток окремих регіонів країни відрізняється один від одного, а ступінь диверсифікації економічної політики

держави дуже високий, метою регіонального економічного розвитку є пошук шляхів зменшення економічних диспропорцій між регіонами (областями), зменшення та сприяння розвитку економіки найменш забезпечених регіонів, що в підсумку приведе до:

- збалансування економічного розвитку регіонів;
- усунення розриву між найбіднішими та найбагатшими регіонами країни.

Звісно, орієнтуючись на регіональний розвиток, варто окреслити фактори, що формують специфіку кожного регіону.

До таких факторів належать:

- географічне положення та кліматичні умови регіону, які дуже різняться навіть на відносно невеликій території України;
- економічні ресурси регіону, тобто, як природні, так і трудові;
- економічна структура економіки регіону (галузева структура виробничого комплексу; структура виготовлення і переробки продукції аграрної промисловости, переважання сільського господарства чи промислового виробництва, рівень розвитку сфери нематеріального виробництва регіону тощо);
- розвиток регіональної фізичної інфраструктури, такої як: наявність мережі сучасних автомобільних доріг, сучасних систем зв'язку тощо;
- потенціал політичних інституцій, розташованих у регіоні.

Успішний регіональний розвиток є функцією багатьох змінних, наслідки яких варто враховувати при підготовці як поточних планів розвитку, так і стратегічних програм регіонального розвитку.

У свою чергу, реалізація програм економічного розвитку регіону (області) відбувається шляхом забезпечення ефективного функціонування всіх видів підприємств різних форм власности, а саме:

- створення кліматичних умов для розвитку бізнесу із зазначенням усіх елементів, які сприяють виникненню та розвитку нових і корисних змін на користь малого та середнього бізнесу;
- розвитку і функціонування великих підприємств державної та акціонерної форми власності, що знаходяться на території регіону;
- ефективного використання майна комунальних підприємств та коштів місцевих бюджетів як фінансової основи місцевого самоврядування.

Підсумовуючи вищенаведене, роль ефективного економічного розвитку, що забезпечує економічне зростання в регіоні, а регіон, в свою чергу, є частиною держави і це великою мірою сприяє економічному зростанню в державі, покращуючи добробут як населення території, так і держави в цілому.

Таким чином, регіональна економічна політика є продовженням економічної політики держави, її невід'ємною частиною і розробляється з урахуванням регіональних уподобань і специфіки. Узагальнюючи успішний розвиток економіки кожного регіону і в цілому України, можна сказати, що це дозволить регіонам та Україні в цілому бути конкурентоспроможними між країнами, з точки зору економічного становища [10].

Другий ґрунтовний пріоритет – активна розбудова регіональної транспортної інфраструктури, що за пазловим принципом повинна сформувати ефективну і якісну транспортну інфраструктуру України. Цей пріоритет цілком справедливо названий ґрунтовним, адже важливою умовою туристичної привабливості країни є саме успішний розвиток і якісна характеристика транспортної інфраструктури. Крайніми роками Україна досягла успіхів у цьому напрямку. Однак це стає ще більш помітним після прийняття низки законодавчих змін, що стосуються транспортної галузі.

Досить поглянути на карту світу, щоб побачити, наскільки вигідне географічне положення України щодо торговельних потоків між Заходом і Сходом. Ми знаходимося на перехресті шляхів зі Східної Європи та Азії до

Центральної та Західної Європи та від Скандинавії та країн Балтії до Східного Середземномор'я та Чорноморського регіону.

Україну перетинають сухопутні та повітряні шляхи між Східною та Центральною Європою, нашу територію перетинає трансконтинентальний газопровід, у нас є морські шляхи в Чорному та Азовському морях. Транзитний потенціал України невичерпний.

Однак через недостатню кількість державних та приватних інвестицій транспортна інфраструктура все ще недостатня для забезпечення основних потреб економіки.

Такі речі, як якість і сервіс, ефективність транспортування, енергоефективність, безпека, дотримання екологічних вимог не відповідають сучасним вимогам.

За підсумками 2021 року інтегральний показник індексу дорівнював 2,76 балів із 5-ти можливих (2,58 балів у 2020 році).

У травні 2018 року Кабмін схвалив Національну транспортну стратегію України до 2030 року «Drive Ukraine 2030», розроблену Міністерством інфраструктури України разом з лідируючими європейськими експертами в галузі транспорту.

Результатами стратегії заплановано: створення нових автомагістралей і скорочення часу в дорозі в усіх напрямках, збільшення кількості летовищ і пасажирських перевезень, капітальний ремонт залізничної тяги та рухомого складу, значне збільшення середньої швидкості, зниження тарифів та полегшення оформлення багажу в морських портах і багато інших позитивних зрушень.

Але на заваді цим планам стала пандемія COVID-19, що досить сильно вдарила по транспортній сфері не лише в нашій країні, а й в усьому Світі.

У квітні 2021 року уряд затвердив «План заходів із реалізації Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року» [29].

Документ містить низку кроків, спрямованих на виконання зобов'язань України на шляху до європейської інтеграції у сфері транспорту.

Йдеться про запуск Європейського «зеленого курсу», модернізацію громадського транспорту, покращення пасажирських перевезень тощо.

Фінансувати інфраструктурні проєкти мають як компанії, так і держава з вітчизняними та іноземними інвесторами [7].

Підсумовуючи сказане, спостерігаємо повільний рух України до розбудови і розвитку якісної транспортної інфраструктури шляхом урізноманітнення форм інвестування. Шлях до якісної транспортної інфраструктури одночасно є покращенням регіональної та національної туристичної інфраструктури, що автоматично зумовлює туристичну привабливість України, в цілому, та кожної з областей, зокрема.

Третій пріоритетний елемент і сугубо професійний напрям реалізації Концепції – підтримка, збереження, охорона і розвиток регіонального туристичного потенціалу.

Україна дуже приваблива з туристичної точки зору країна. Це пов'язано з наявністю в національних туристичних об'єктах різноманітних туристичних ресурсів – природно-рекреаційних, історико-культурних та соціально-економічних. Туристична дестинація — це конкретна географічна територія в межах країни чи регіону, яка має певний набір туристичних ресурсів.

Україна має важливі об'єктивні умови для того, щоби реалізувати себе однією з найбільш розвинених і перспективних країн за критерієм туристичної привабливості. Геополітичне положення природно дозволяло Україні цілими століттями виконувати роль важливого комунікаційного вузла з численними потоками людей з усіх частин світу. Наявність в Україні великого туристично-рекреаційного потенціалу, що органічно складається зі сприятливого клімату, переважно рівнинного ландшафту, багаті флори, різноманітної фауни, добре розвиненої мережі комунікацій, культурно-історичних об'єктів – є хорошою передумовою для якісної і потужної туристичної індустрії з організацією цікавих поїздок, затишного відпочинку, захоплюючих екскурсій, корисних для здоров'я і багатих на емоції турів,

іншого рекреаційного, освітнього, релаксаційного, оздоровчо-лікувального, екологічного, комунікаційного, виховного, холістичного, економічного, соціального, культурно-пізнавального, пригодницького, подієвого, містичного, ностальгічного, екстремального, релігійного, ділового, транзитного, екзотичного розмаїтого дозвілля різної тривалості.

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення продукту, який може стати рівноправно конкурентоспроможним на світовому ринку, що відзначатиметься максимальною потужністю у площині цілковитого задоволення туристичних потреб. Саме у цьому напрямі в Україні потрібна абсолютна консолідація органів публічного управління та населення країни, області, району і територіяльної громади з метою якомога швидшого досягнення загального повноцінного розвитку територій, повного забезпечення їх соціально-економічних інтересів, підтримки на належному й цілковито безпечному рівні екологічної ситуації, а також обліку, збереження, реставрації і консервації об'єктів української історико-культурної спадщини.

Розвиток індустрії туризму та інтерес іноземних споживачів не можливий без потужних матеріально-технічних засобів, тобто, готелів та інших закладів розміщення, ресторанів та інших закладів громадського харчування, баз відпочинку. Унікальним сучасний етап розвитку туристичної діяльності в Україні робить те, що він значно впливає на певні галузі економіки, а це: транспорт та шляхи сполучення, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво продукції для повсякденного споживання. Відтак, туристична сфера є однією з найбільш перспективних господарських ліній розвитку економіки.

Окреслюючи перспективи розвитку туристичної галузі в Україні, перш за все, слід наголосити, на тому, що сучасний туризм є саме тією сферою економіки і, певною мірою, життя суспільства в цілому, що в тій чи іншій мірі об'єднує майже всі сектори національного, регіонального й територіального господарювання. Цей чинник має бути основним для формування нового підходу правління та населення України до туризму як

галузі з лідерськими позиціями. Додамо, що розвиток індустрії туризму може позитивно вплинути на економічну та соціальну ситуацію країни в цілому та скорегувати перелік важливих секторів національної, регіональної і територіяльної економіки, що призведе до формування і зміцнення нового позитивного іміджу України на світовому ринку.

Туристична галузь України перебуває на етапі створення кращих варіантів для розвитку туристичної галузі України. Цьому також сприяє поява нових і комбінованих туристичних напрямків і різновидів. Для цього варто використовувати комплексний підхід, що обов'язковим чином передбачає створення необхідної інфраструктури. Для ефективної реалізації крайнього мети потрібно щонайшвидше активізувати співпрацю та ділове партнерство бізнесу і влади на усіх рівнях територіяльних громад, районів, областей і країни в цілому. Слід усвідомити, що розвиток національного внутрішнього туризму в Україні – це вигода для всіх і кожного. Саме тому, на практиці повинні формуватися ефективні й реально діючі регіональні економічні програми з пріоритетним акцентом на розвитку внутрішнього регіонального туризму.

Не можливо не погодитися з думкою, яку висловлює Л.Нещадим: «...стратегічна мета туристичної галузі в Україні визначається як – створення конкурентного ринку туристичного продукту, що приносить туристу найбільше задоволення, забезпечення комплексного розвитку дестинацій та їх соціально-економічні інтереси при збереженні історико-культурного балансу і навколишнього середовища, а також розвиток певної нормативної бази туризму» [21].

Четвертий важливий пріоритет – посилена активна регіональна екологізація України. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище збільшується і з'являється у міру розвитку промисловости. Відтак, у свою чергу, постає необхідність узагальнити й систематизувати механізми здійснення посиленої регіональної екологічної підтримки суб'єктів та об'єктів туристичної діяльності.

Для зменшення впливу на туристичні об'єкти діють регулювальні механізми місткості території, встановлення меж і кордонів діяльності підприємства, які надають послуги туристам, встановлюючи екологічні норми допустимих шкідливих викидів та небезпечних скидів у навколишнє середовище та процедури проведення оцінки впливу на ближнє і дальнє біосферне оточення туристичної сфери.

Екологічні нормативи є єдиними та обов'язковими для всіх галузей, не виключаючи, туристичні підприємства. Останні також забруднюють природне середовище, здійснюючи викиди та скиди різного ступеня шкідливості й небезпеки.

Встановлення лімітів та меж, які мають прямий та опосередкований стосунок впливів на навколишнє середовище та на об'єкти туристичної справи, вважається доволі дієвим механізмом забезпечення і зміцнення екологічної безпеки територій безпосереднього здійснення туристичної діяльності, що науково пояснюються та юридично контролюються.

Головні економічні механізми забезпечення екологічної безпеки туристичних територій полягають у фінансовому мотивуванні та фінансових винагородах, матеріальній допомозі екологічним проєктам, збалансованій податковій політиці та процедурах субсидування екологічних проєктів, що мають прямий зв'язок з туризмом, а також система штрафів стосовно порушення природоохоронного законодавства.

З цього приводу Я.Коробейнікова правильно зазначає: «...механізми забезпечення екологічної безпеки територій, на яких здійснюється туристична діяльність, в більшості мають нормативно-правову основу та процедури забезпечення. Їх узагальнене використання дозволить зменшити впливи об'єктів туристичної інфраструктури та потоків туристів на навколишнє середовище туристичних дестинацій» [11].

Україна повинна розвивати свій внутрішній туризм, а державна влада і влада на місцях повинні сприяти реалізації цієї мети [47, с. 582].

Отже, для того щоб удосконалити туристичну інфраструктуру в регіонах України та активізувати внутрішній туризм потрібно докласти величезні зусилля. Україна, як було вищенаведено, є досить багатою країною на ресурси та є досить привабливою з точки зору туризму. Проте, це все не може використовуватись значною мірою, тому що, наша країна має недостатньо розвинену туристичну інфраструктуру, що заважає стрімкому потоку українських та іноземних туристів. Але якщо цілком і повністю та у відносно короткі терміни реалізувати запропоновану Концепцією для покращення туристичної інфраструктури, то ситуацію з часом можна змінити в позитивне та потрібне для розвитку національного внутрішнього туризму русло.

## ВИСНОВКИ

Отже, туристична інфраструктура – це базова бізнесоутворююча компонента організації туристичної справи й, водночас, це невід’ємна частина створення й реалізації туристичного продукту. Туристична інфраструктура охоплює численну кількість послуг та об’єктів, які забезпечують та сприяють якіснішому, кращому, повноціннішому, зручнішому й комфортнішому обслуговуванню туристів. Туристична інфраструктура умовно поділяється на три функціональні групи.

Перша або основна функціональна група, до якої ми відносимо заклади розміщення (готелі, мотелі, хостели, кемпінги, бунгало тощо), заклади харчування (ресторани, їдальні, кав’ярні, піцерії, кафе, бари, закусочні тощо), вбиральні, дороги, транспортне сполучення, види і якість транспорту, умови розвитку туристичного бізнесу.

Друга або додаткова функціональна група, яка охоплює об’єкти відпочинку, розважальні заклади, туристично-інформаційні центри, заклади торгівлі (в тому числі народні промисли й виготовлення пам’ятних сувенірів).

Третя або сервісна (обслуговуюча) функціональна група, до якої входять автозаправні станції, страхові компанії, банківські й небанківські фінансові установи, заклади охорони здоров’я, житлово-комунальні комплекси.

За рівнем розвитку туристичної інфраструктури Україна значно поступається провідним країнам Світу. Варто зазначити, що дослідження нами діяльності туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVELCITY» цілком віддзеркалює негативну картину зі станом і розвитком туристичної інфраструктури в Хмельницькій області, зокрема, і в Україні, загалом. Турагенція левову частку своїх турів організовує за межами Хмельниччини й України. Саме тому, «Центр подорожей «TRAVELCITY» завжди знаходиться у додатній динаміці основних мікроекономічних вимірників господарювання, адже зарубіжні туристичні подорожі, на відміну від хмельницьких та

українських, відзначаються добре налагодженою і високорозвиненою надійною туристичною інфраструктурою.

Враховуючи проблеми й негаразди, пов'язані з туристичною інфраструктурою регіонів України, та виношуючи мету популяризації внутрішнього туризму в Україні, пропонується реалізація «Променевої» моделі організації внутрішньо-регіональних туристичних турів, подорожей та екскурсій.

Суть запропонованої «Променевої» моделі полягає у її відносно малій витратності, дієвості та простоті. Це дозволяє використовувати її в кожному районі, області й водночас можна уникнути цілої низки проблем і незручностей. Для цього слід у великому населеному пункті (обласний чи районний центр, тощо) зосередити внутрішньо-туристичну організаційну базу. Остання, в першу чергу, повинна здійснити детальне вивчення, облік та опис усіх вартих уваги та забутих і занедбаних об'єктів природної та культурно-історичної спадщини і їхній реальний стан, а також сучасних об'єктів туризму в кожній територіальній громаді. Разом із тим, внутрішньо-туристична база «Центру» укомплектовує нову й упорядковує наявну інформацію про обряди, звичаї, традиції, фольклор, творчість, побут, перекази, легенди і релігію кожного туристичного «вузлика». Водночас необхідно звернути увагу на всі будинки культури («клуби»), музеї, галереї, бібліотеки – за можливості створювати нові музеї і галереї, а також збагачувати вже існуючі предметами минулого й сучасності. Опісля потрібно узгодити й розробляти туристичні маршрути з туристичного «Центру» до територіального туристичного «Вузлика».

Якщо в територіальних туристичних «вузликах» в неналежному стані або цілком відсутні заклади розташування й гостинності – такі поїздки, на період вирішення відповідних проблем, будуть одноденними і туристи повертатимуться до «Центру». Якщо заклади розташування й гостинності є в належній кількості і стані – тоді внутрішньо-регіональні туристичні тури будуть тривалішими за один день, а туристичні маршрути («проміння») –

довшими. Таким чином щоденно, за умови короткого туристичного «проміння», або з тривалішими часовими проміжками, за умови довгого туристичного «проміння», з регіонально-туристичного «Центру» здійснюється новий тур. Дводенними і тривалішими можуть бути сплави по річках з відповідними палатковими чи кемпінговими ночівлями. У результаті «Променева» модель забезпечуватиме зручність подорожей, краще пізнання та зацікавленість до свого рідного регіону, появу нових робочих місць, збільшення фінансування територіяльних громад і прибутковості усіх суб'єктів реалізації туристичного ланцюга, а разом появу коштів для реставрації, ремонту й охорони туристичних об'єктів.

Для результативного розвитку туристичної інфраструктури кожного з регіонів України з подальшою активізацією внутрішнього туризму необхідно комплексно реалізувати Концепцію, яка охоплює чотири пріоритетні завдання, а саме:

- 1) конкурентоспроможна регіональна економіка в межах національного господарства України;
- 2) активна розбудова регіональної транспортної інфраструктури, що за пазловим принципом повинна сформувати ефективну і якісну транспортну інфраструктуру України;
- 3) підтримка, збереження, охорона і розвиток регіонального туристичного потенціалу;
- 4) посилена активна регіональна екологізація України.

Впровадження вищесказаного в реальній дійсності дасть поштовх розвитку туристичної інфраструктури в Україні. Окрім того, розбудова та вдосконалення туристичної інфраструктури в регіонах України, з метою активізації внутрішнього туризму, потребує величезних згуртованих зусиль влади, бізнесу, установ, організацій і населення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева Г.П. Аналіз основних видів діяльності територіальних туристично-рекреаційних комплексів щодо виробництва і реалізації туристичного продукту. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. № 10. Ч. 1. С. 23–27.
2. Батьковець Г. А., Ланда О. О. Розвиток туристичної інфраструктури Львівщини. *Торгівля, комерція, підприємництво*. Львів, 2013. № 15. С. 108-110. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg\\_2013\\_15\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2013_15_26) (дата звернення: 05.06.2022).
3. Білозубенко В.С., Корнєєв М.В., Горб К.М. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму. *Ефективна економіка*. URL: <http://212.1.86.13/jspui/bitstream/123456789/3859/1/9.pdf>. (дата звернення: 29.01.2022).
4. Буторіна В.Б. Взаємовплив підприємств туристичної інфраструктури і національного туризму в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 12. URL: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/46.pdf> (дата звернення: 06.05.2022).
5. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг: навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім.О.М.Бекетова, 2013. 202 с.
6. Гаврилюк А.М., Плещан Х.В. Тайм-менеджмент як складова успішної комунікативної взаємодії в індустрії туризму України. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2016\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_1_9) (дата звернення: 25.01.2022).
7. Гмирін А. Розвиток транспортної інфраструктури України вимагає нових підходів. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/28/681863/> (дата звернення: 10.06.2022).
8. Годящев М.О. Управління персоналом підприємства як фактор підвищення його ділової активності. *Інтелект XXI*. 2017. № 3. С. 74–79

9. Про туризм: Закон України від 05.09.1995 р. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 31. (Із змінами, внесеними згідно із Законами № 124-VIII (124-19) від 15.01.2015 р.) URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 28.05.2022).

10. Київський міський центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій. *Економічний розвиток регіону як складова економічного розвитку держави*. URL: [http://cpk.org.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=139](http://cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=139) (дата звернення: 05.05.2022).

11. Коробейнікова Я.С. Екологічна безпека територій туристичних дестинацій: визначення, механізми та проблеми забезпечення. *Науково-технічний журнал* 2021. № 1 (23). URL: <file:///C:/Users/User/Doctor%20Web/Downloads/taraskachala,+%D0%95%D0%91%D0%97%D0%A0-1-23-2021+new-124-134.pdf> (дата звернення: 12.05.2022).

12. Кулич І.Б. Туристична індустрія як складна система міжгалузевих відносин. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 11, Част. 1. С. 115–117

13. Корсак Р.В. Сучасний стан розвитку та шляхи удосконалення туристичної інфраструктури в Україні на прикладі Закарпаття. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/19546/1/C%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%20%D1%82%D0%B0%20%D1%88%D0%BB%D1%8F%D1%85%D0%B8%20%D1%83%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%20%D0>

%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96.d  
осх (дата звернення: 07.05.2022).

14. Лендел О.Д. Напрямки розвитку інфраструктури ринку туристичних послуг регіону. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. Мукачево. 2018. Випуск 1(9). С. 110–116.  
URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/912709.pdf>  
(дата звернення 05.06.2022).

15. Ляшкевич П. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку. *Освіта України*. 2014. № 85. С. 178.

16. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник*. 2015. № 3. С. 76–82.

17. Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2012. № 1. Національна бібліотека України і ім. В. І. Вернадського НАН України.  
URL: <https://bit.ly/3qd9HyX> (дата звернення: 02.06.2022).

18. Маховка В. М. Особливості розвитку туристичної індустрії України. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2013. № 2 (39), Ч. 1. С. 167–171.

19. Мозолев О.М., Хмара М.А. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі України в умовах пандемії COVID-19. *The I International Science Conference on Multidisciplinary Research, January 19-21, 2021, Berlin, Germany*. С. 1097–1090.

20. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери: наукове видання / В.С.Кравців та ін. Львів: ІРД НАН України, 1999. 78 с.

21. Нецадим Л. М. Туристичний потенціал України як частини світового центру туризму. Умань, 2013. URL: <http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/1444/1/Туристичний%20потенціал%20України%2020.10.13.%20Умань.pdf> (дата звернення: 09.06.2022).

22. Омелян В. Національна транспортна стратегія до 2030 року «Drive Ukraine 2030». *Міністерство інфраструктури України*. URL: <https://mtu.gov.ua/news/29923.html> (дата звернення: 01.06.2022).

23. Основи рекреації (економіко-екологічний та маркетинговий аспект): навчальний посібник / І.О. Гродзинська та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 264 с.

24. Острянюк Т.С. Критерії, показники та рівні сформованості часової компетентності майбутніх соціальних працівників. *Збірник наукових праць Херсонського державного університету. Серія “Педагогічні науки”*. 2017. Вип. 80 (1). С. 235–239. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn\\_2017\\_80\(1\)\\_\\_49](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn_2017_80(1)__49) (дата звернення: 19.04.2022).

25. Панчук А. П., Панчук І. В. Туристична індустрія України. *Інноватика у вихованні*. 2017. Вип. 5. С. 154–161. Національна бібліотека України і ім. В. І. Вернадського НАН України. URL : <https://bit.ly/3H1Du3F> (дата звернення: 09.05.2022).

26. Петрушенко М.М., Бондар Т.В. Управління часом як засіб досягнення стратегічного розвитку підприємства. *Вісник Сумського державного університету. Серія “Економіка”*. 2009. № 1. С. 10–18.

27. Підгірна В.Н. Інфраструктура ринку характеристика географічних особливостей розвитку ринку туристичних послуг України. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 42 URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/42\\_2020\\_ukr/20.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/20.pdf) (дата звернення: 06.06.2022).

28. Підручна І.Б. Психологічні особливості часової компетентності особистості. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія “Психологія”*. 2012. № 1009. Вип. 49. С. 49–52.

29. План заходів з реалізації Національної транспортної стратегії України до 2030 року. *Центр транспортних стратегій*. URL: [https://cfts.org.ua/blogs/plan\\_zakhodiv\\_z\\_realizatsi\\_natsionalno\\_transportno\\_strategi\\_ukrani\\_do\\_2030\\_roku\\_587](https://cfts.org.ua/blogs/plan_zakhodiv_z_realizatsi_natsionalno_transportno_strategi_ukrani_do_2030_roku_587) (дата звернення: 09.06.2022).

30. Погуда Н., Розметова О. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL:[http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2018/59.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf) (дата звернення: 05.06.2022).
31. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Шадурська Б. О., Петрович Й. М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2020. Т. 4, № 1. С. 72–82.
32. Проценко В.М. Напрями підвищення ефективності менеджменту в туризмі. *Глобальні та національні проблеми в економіці*. 2017. Вип. 18. С. 129–132. URL: <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/27.pdf> (дата звернення: 15.02.2022).
33. Публічне управління: термінол. слов. / уклад.: В.С.Куйбіда, М.М.Білинська, О.М.Петроє та ін. К.: НАДУ, 2018. 224 с.
34. Світова економіка: підруч. для студ. вищ. нав. закл. / А.С.Філіпенко, О.І.Рогач, О.І.Шнирков, О.О.Веклич та ін. Київ: Либідь, 2001. 582с.
35. Слащук А., Бернадська Г. Наукові підходи до концептуалізації та класифікації туристичної інфраструктури. *Економічна та Соціальна Географія*. 2019, №81. С.12-17. URL: <https://doi.org/10.17721/2413-7154/2019.81.12-17>. (дата звернення 04.06.2022).
36. Сокол Т. Основи туризмознавства: навчальний посібник. Київ: ЗАТ «Слов'янський дім», 2006. 76 с.
37. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#n9>
38. Стрілковська Х. Розвиток туристичної інфраструктури як один із чинників популяризації замкового туризму. *Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку*. 2017. С.

213-214. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/20990/1/213-214.pdf> (дата звернення 06.06. 2022).

39. Темник. О. І. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. *Ефективна економіка*. 2011. № 3. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=499> (дата звернення: 07.06.2022).

40. Ткаченко О. Для зростання кількості туристів необхідно створити належну інфраструктуру. *Укрінформ – актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3295493-dla-zrostanna-kilkosti-turistiv-neobhidno-stvoriti-naleznu-infrastrukturu-tkacenko.html> (дата звернення: 7.05.2022).

41. Трегубов О. С. Особливості туристичної індустрії та її роль в економіці. *Економіка і організація управління*. 2016. № 1 (21). С. 190–200.

42. Українська маркетингова група. URL: <https://www.marketing-ua.com/uk> (дата звернення: 03.06.2022).

43. Управління персоналом: підручник / О.М.Шубалий та ін. ; за заг. ред. О.М. Шубалого. Луцьк: Луцький НТУ, 2018. 404 с.

44. Федішин В.В. Особливості управління розвитком туристичних підприємств. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2018. Вип. 5. С. 174–177. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu\\_2018\\_5\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2018_5_30) (дата звернення: 15.02.2022).

45. Чорна А.Р., Сем'янчук П.М. «Променева» модель організації внутрішнього туристичного підприємництва в Україні. *Матеріали Другої Міжнародної науково-практичної конференції «Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці» (7 Грудня 2021 року)*. К.: ДУІТ, ХНУРЕ, 2021. С. 610-612.

46. Щепанський Е. В. Методологічна сутність і класифікаційні ознаки туризму. *Державне будівництво*. 2010. № 1. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського НАН України. URL: <https://bit.ly/3СТХВhН>. (дата звернення: 15.03.2022).

47. Chorna A., Semyanchuk P., Chaplinska V. Les aspects théoriques du développement du tourisme intérieur en Ukraine. *The XII International Science Conference «Topical tendencies of science and practice», December 07-10, 2021*, Edmonton, Canada. pp. 582-591.


48. L'Ukraine touristique: comment la décentralisation stimule le tourisme. URL: <https://uacrisis.org/fr/67072-tourist-ukraine-decentralization-promotes-domestic-tourism>. (дата звернення: 19.03.2022)

49. Stratégies de développement des compétences dans le secteur du tourisme. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/tour-2012-5-fr.pdf?expires=1637709344&id=id&accname=guest&checksum=76F2E91DEE1F0FD6D58921EFDC086106>. (дата звернення: 29.03.2022)

50. Walker R., Harding K. *Tourism 3: Student's Book*. Oxford University Press, 2009. 144 p.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Серія В02	<b>СВІДОЦТВО</b>	№ 742570
<b>ПРО ДЕРЖАВНУ РЕЄСТРАЦІЮ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ-ПІДПРИЄМЦЯ</b>		
<b>ТРИГУБА ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА</b>		
Ідентифікаційний номер фізичної особи-платника податків та інших обов'язкових платежів або номер та серія паспорта	<b>3281216822</b>	
Місце проживання фізичної особи-підприємця	<b>29000, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛ., МІСТО ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ, ВУЛИЦЯ МОЛОДІЖНА, БУДИНОК 17/1, КВАРТИРА 15</b>	
Місце проведення державної реєстрації	<b>ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ</b>	
Дата проведення державної реєстрації	<b>08.09.2009</b>	
Номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців	<b>2 673 000 0000 033694</b>	
Державний реєстратор		<b>БАБІЙ О. М.</b>
М.П.		

## Додаток Б

Витяг зі статуту.

**TRAVELCITY****Центр подорожей**

29000 м.Хмельницький вул.Володимирська 105

т. 0382 659850, 097 060 55 06

ФОП Тригуба Т.В. ліц.:ДСТКУ АВ 467768 від 18.09.2009 р.

**МІСІЯ ТА ЦІЛІ**

1. Задоволення туристів. «Центр подорожей «TRAVEL CITY» прагне дати можливість подорожувати якомога більшій кількості туристів та перевищити їх очікування від якості нашого обслуговування.

2. Надання можливості для повної самореалізації наших співробітників. Ми несемо відповідальність за визнання людської гідності працівників, їх долі в нашому успіху, відбір з їх числа талановитих менеджерів, належного рівня матеріального забезпечення тих, хто створює наш імідж.

3. Отримання прибутку. Однак ми не ставимо собі за мету отримання прибутку заради прибутку. Нам необхідний прибуток для власного розвитку і реалізації наших цілей.

4. Принесення користі суспільству, в якому ми працюємо. Ми реалізуємо це шляхом створення високих стандартів високопрофесійного бізнесу, наполегливої праці заради задоволення запитів наших партнерів - операторів, а також шляхом надання допомоги тим сферам суспільного життя, які цього потребують, зокрема допомоги дитячим будинкам.

*ВІДПОЧИНОК З «ЦЕНТР ПODOPOЖЕЙ «TRAVEL CITY» ЗАВЖДИ КОМФОРТНИЙ ТА БЕЗПЕЧНИЙ.*

*ПОДОPOЖУЙТЕ РАЗОМ З НАМИ!!!*

08.09.2009 рік

Директор

Т.В.Тригуба

## Додаток В



м. Київ, Україна, 04073  
пр-т Степана Бандери,  
буд.21, корпус В, офіс 1  
тел.: (044) 229-58-29  
код ЄДРПОУ 40224607  
info@PayLater.com.ua

№ Г-200709-3 від 09.07.2020 р.

### ГАРАНТІЯ

Товариство з обмеженою відповідальністю "ІЗІ ФІНАНС", свідоцтво ФК №761 від 09.06.2016 р. (далі – Гарант) в особі директора Борозенця Миколи Васильовича, який діє на підставі статуту, на прохання фізичної особи – підприємця Тригуба Тетяна Вікторівна, код за ЄДРПОУ 3281216822 (далі – Принципал), згідно договору про надання гарантії № Г-200709-3 від 09.07.2020 р., укладеного між Гарантом і Принципалом (далі – Договір про надання гарантії) приймає на себе наступні зобов'язання:

1. Гарант зобов'язується сплатити на користь кожної фізичної особи – туриста (далі – Бенефіціар, у множині разом – Бенефіціари), що є стороною укладеного з Принципалом Договору про надання туристичних послуг (далі – Основне зобов'язання), визначену Договором грошову суму у випадку настання одночасно таких обставин:
  - 1.1. настання неплатоспроможності Принципала та/або порушення у встановленому чинним законодавством порядку процесу про визнання Принципала банкрутом;
  - 1.2. невиконання Принципалом своїх зобов'язань перед Бенефіціаром за Основним зобов'язанням.
2. Зобов'язання Гаранта за Гарантією перед Бенефіціарами обмежуються сумою у розмірі 60 859 (Шістдесят тисяч вісімсот п'ятдесят дев'ять) грн 00 коп., що становить еквівалент 2000,00 Євро за курсом НБУ на день укладення Договору про надання Гарантії. Розмір грошової суми, що підлягає виплаті Бенефіціару складається з документально підтвердженої вартості ненаданих послуг, передбачених Основним зобов'язанням, але в будь-якому випадку не більше суми, на яку видано Гарантію.
3. Гарантія не поширюється на відшкодування будь-яких інших збитків, витрат і вимог Бенефіціарів, що виникли внаслідок невиконання чи неналежного виконання Принципалом Основного зобов'язання.
4. Гарантія надається на наведених нижче умовах.
  - 4.1. Надане Бенефіціару право вимоги за цією Гарантією не може бути передане третім особам.
  - 4.2. Гарантія є умовною і відкритою.
  - 4.3. Гарантія видається на строк один рік і діє до 09.07.2021 р. Вимога Бенефіціара про сплату Гарантом грошової суми за цією Гарантією (далі – Вимога за гарантією) повинна бути надана Гаранту в строк не пізніше 30 (тридцяти) календарних днів з моменту виникнення однієї з обставин, передбачених п. 1.1 Гарантії. В Вимозі за гарантією вказується номер і дата Гарантії та платіжні реквізити Бенефіціара. До Вимоги за гарантією додаються:
    - 4.3.1. оригінал Основного зобов'язання;
    - 4.3.2. оригінали документів, що підтверджують невиконання Принципалом Основного зобов'язання;
    - 4.3.3. розрахунок суми вимоги, підписаний Бенефіціаром;
    - 4.3.4. оригінали документів, які підтверджують розмір вимог Бенефіціара;
    - 4.3.5. оригінал документу, що підтверджує сплату Бенефіціаром вартості послуг Принципала згідно Основного зобов'язання;
    - 4.3.6. оригінали або належним чином засвідчені копії документів, що підтверджують неплатоспроможність Принципала чи порушення у встановленому чинними законодавством порядку справи про банкрутство Принципала.
    - 4.3.7. посвідчена підписом уповноваженої посадової особи та печаткою Принципала копія цієї гарантії;
    - 4.3.8. документи, що посвідчують особу Бенефіціара.
5. Гарант має право відмовити Бенефіціару в задоволенні Вимоги за гарантією у випадку, якщо:
  - 5.1. Вимога за гарантією не відповідає умовам цієї Гарантії;
  - 5.2. до Вимоги за гарантією не додано всіх обов'язкових документів згідно п. 4.3.1- п. 4.3.8 цієї Гарантії;
  - 5.3. Вимогу за гарантією подано після закінчення строків, визначених п. 4.3. Гарантії.
6. У випадку перевищення загальної суми заявлених відповідно до цієї Гарантії вимог Бенефіціарів граничного розміру зобов'язань Гаранта, визначеного п. 2 Гарантії, обов'язок Гаранта перед кожним з Бенефіціарів обмежується сумою в розмірі, визначеному пропорційно до вимог кожного окремого Бенефіціара.
7. У випадку здійснення Гарантом гарантійного платежу за Гарантією, сума зобов'язань Гаранта за Гарантією зменшується на суму гарантійного платежу.
8. Гарантія припиняється у зв'язку з:
  - 8.1. сплатою Бенефіціарам суми, на яку видано Гарантію;
  - 8.2. закінченням строку, на який видано Гарантію.
9. Гарантія повинна бути повернута Принципалом Гаранту протягом 3 (трьох) календарних днів після закінчення строку її дії. Неповорнення оригінального примірника Гарантії не є підставою для продовження строку її дії.
10. У випадку здійснення Гарантом гарантійного платежу Бенефіціару за Гарантією, Гарант у будь-якому випадку і без обмежень має право на зворотню вимогу (регрес) до Принципала.
11. З усіх інших питань, що не передбачені цією Гарантією, Гарант, Принципал і Бенефіціар керуються чинним законодавством України.

Директор ТОВ "Ізі Фінанс"



М. В. Борозенець