

УДК 338.486

**Любов Григорівна КВАСНІЙ**

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та менеджменту, Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка, Україна, e-mail: lg\_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5248-544X>

**Ореста Ярославівна ЩЕРБАН**

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри фінансів, обліку і аналізу, ІППТ НУ «Львівська політехніка», Україна, e-mail: mppjavir@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5422-4032>

**Василина Василівна ФЕДИШИН**

аспірант кафедри економіки та менеджменту, Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка, Україна, e-mail: vas\_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7649-6573>

**АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ПРИКАРПАТТЯ**

Квасній, Л. Г., Щербан, О. Я., Федішин В. В. Аналіз та оцінка чинників впливу на розвиток підприємств туристичної індустрії Прикарпаття // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 87–94.

**Анотація.** У статті проаналізовано основні чинники розвитку підприємств туристичної індустрії України на прикладі Прикарпаття. Доведено, що нинішня ситуація в Україні та військовий конфлікт на Сході країни не лише дестабілізують загальну ситуацію в державі, але й сприяють посиленню впливу дестабілізуючих чинників, котрі негативно позначаються на розвитку туристичних підприємств в Україні та в Прикарпатському регіоні. Проаналізовано динаміку туристичних потоків Львівської області за 2006–2016 рр. та колективних засобів розміщення. Розроблено пропозиції для успішного просування вітчизняної туристичної продукції в контексті створення маркетингових і сервісних мереж на пріоритетних зарубіжних ринках, торгових домів, бізнес-центрів, технічних центрів на акціонерних засадах за допомогою створення мережі власних представництв, філій, дочірніх компаній.

**Ключові слова:** підприємства туристичної індустрії; Прикарпаття; позитивні чинники впливу; негативні чинники впливу; розвиток; стратегії розвитку.

**Любовь Григорьевна КВАСНИЙ**

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента, Дрогобычский государственный педагогический университет им. И. Франко, Украина, e-mail: lg\_k@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5248-544X>

**Ореста Ярославовна ЩЕРБАН**

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов, учета и анализа, ИППТ НУ «Львовская политехника», Украина, e-mail: mppjavir@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5422-4032>

**Василина Васильевна ФЕДИШИН**

аспирант кафедры экономики и менеджмента, Дрогобычский государственный педагогический университет им. И. Франко, Украина, e-mail: vas\_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7649-6573>

**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ ПРИКАРПАТЬЯ**

Квасний, Л. Г., Щербан, О. Я., Федичин, В. В. Анализ и оценка факторов влияния на развитие предприятий туристической индустрии Прикарпатья // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 87–94.

**Аннотация.** В статье проанализированы основные факторы развития предприятий туристической индустрии Украины на примере Прикарпатья. Доказано, что нынешняя ситуация в Украине и военный конфликт на востоке страны не только дестабилизируют общую ситуацию в государстве, но и способствуют усилению влияния дестабилизирующих факторов, которые значительно влияют на развитие туристических предприятий в Украине и в регионе Прикарпатья. Проанализирована динамика туристических потоков в Львовской области в 2006–2016 гг. и коллективных средств размещения. Разработаны предложения для успешного продвижения отечественной туристической продукции в контексте создания маркетинговых и сервисных сетей на приоритетных зарубежных рынках, торговых домов, бизнес-центров, технических центров на акционерных началах посредством создания сети собственных представительств, филиалов, дочерних компаний.

**Ключевые слова:** предприятия туристической индустрии; Прикарпатья; положительные факторы влияния; негативные факторы влияния; развитие; стратегии развития.

### **Liubov KVASNII**

*PhD in Economics, Associate Professor, Department of Economics and Management, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Ukraine, e-mail: lg\_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5248-544X>*

### **Oresta SHCHERBAN**

*PhD in Economics, Senior lecturer, Department of Finance, Accounting and Analysis, Institute of Entrepreneurship and Perspective Technologies National University «Lviv Politechnic», Ukraine, e-mail: mppjavir@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5422-4032>*

### **Vasylyna FEDYCHYN**

*Postgraduate student, Department of Economics and Management, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Ukraine, e-mail: vas\_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7649-6573>*

## **ANALYSIS AND ESTIMATION OF FACTORS THAT INFLUENCE THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES OF TRAVEL INDUSTRY IN PRECARPATHIAN REGION**

Kvasnii, L., Shcherban, O., Fedychyn, V. (2018). Analysis and estimation of factors that influence the development of enterprises of travel industry in Precarpathian region. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Analiz ta otsinka chynnykiv vplyvu na rozvytok pidpriemstv turystychnoi industrii Prykarpattia; za red.: M.I. Zveryakova (gol.red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Вісник соціально-економічних досліджень (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 87–94.

**Abstract.** The article analyzes the main factors of enterprises development of Ukrainian tourism industry on the example of Precarpathian region. It is proved that the current situation in Ukraine and the military conflict in the East of the country do not only destabilize the general situation in the country, but also serve to increase the influence of destabilizing factors that negatively affect the development of tourism enterprises in Ukraine and in the Carpathian region. The dynamics of tourist flows in the Lviv Oblast in 2006–2016 and collective accommodation are analyzed. The authors develop proposals for successful promotion of domestic tourism products in the context of creating of marketing and service networks on priority foreign markets, trading houses, business centers, technical centers on a joint stock basis with the help of creation of network of own representative offices, branches, subsidiary companies.

**Keywords:** enterprises of the tourist industry; Precarpathian region; positive influencing factors; negative influencing factors; development; development strategies.

**JEL classification:** O100; L830

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** На сьогоднішній час в Україні туризм визнано однією із галузей, що потребує негайного і пріоритетного розвитку. Для ефективного функціонування підприємств на ринку туристичних послуг в Україні необхідне здійснення об'єктивної оцінки впливу чинників зовнішнього середовища. Вітчизняна практика доводить, що на більшості українських туристичних підприємств не сформовано комплексний підхід до вибору та обґрунтування стратегічних напрямів розвитку, визначених з урахуванням впливу як позитивних, так і негативних чинників зовнішнього середовища, а при виборі стратегій не враховуються організаційно-економічні особливості туристичних підприємств, що належать до різних їх типів та відповідно до сучасних вимог часу і туристів, як споживачів туристичних послуг.

**Аналіз досліджень і публікацій останніх років.** Проблеми досягнення ефективності функціонування та розвитку підприємств туристичної індустрії, оцінки туристичних ресурсів, організації туристичних кластерів та напрямів розвитку туристичних підприємств розглядалися у працях відомих учених-економістів: О. Ігнатенка, І. Іртишевої, Г. Михайліченко, П. Петриченка, Т. Ткаченко, О. Сарапіної, Т. Пінчук, В. Ткач, О. Третьякова, Л. Шульгіної та ін. Проте питання аналізу та оцінки впливу як позитивних, так і негативних чинників, спричинених розвитком кризової економічної ситуації в Україні в умовах посилення глобальних впливів, нестійкого фінансово-економічного стану значної частини підприємств туристичної індустрії, нестабільного платоспроможного попиту населення висвітлені недостатньо і потребують подальшого дослідження.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Аналіз теперішньої ситуації в туристичній сфері показує, що з розвитком туризму на Прикарпатті є можливість повернення основних потоків капіталу в Україну, що супроводжуватиметься утвердженням її державності в Європейському просторі та зміцненням суверенітету. Оскільки за наявним туристичним потенціалом Прикарпаття не поступається жодній з країн Європи, то залишається стверджувати, що розвиток туристичних підприємств в Прикарпатті потребує подальшого дослідження і розвитку.

На основі викладеного можна сформулювати мету дослідження, яка полягає в проведенні аналізу стану туристичних підприємств Прикарпаття і виявленні основних чинників, що впливають на їх розвиток.

**Постановка завдання.** Метою статті є проведення аналізу та оцінка впливу позитивних та негативних чинників на розвиток підприємств туристичної індустрії України на прикладі Прикарпаття. У цьому зв'язку основними напрямками при проведенні дослідження стану туристичних підприємств Прикарпатського регіону можна вважати наступні:

- відповідність наявної бази для розвитку туризму реальним потребам в наданні туристичних послуг, їх спроможність задовольняти попит споживачів;
- розрахунок економічної доцільності функціонування та розвитку туристичних об'єктів різних типів;
- враховуючи вразливість природи українських Карпат і Прикарпаття до впливу антропогенних чинників, доцільним є врахування рівня екологічної безпеки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Як свідчить світова і вітчизняна практика, туристична галузь завжди виступала одним із головних наповнювачів бюджету як на місцевому, так і на національному рівнях. Туристична активність підприємств в регіонах країни значно змінює суспільство та його культурні орієнтири, сприяє задоволенню потреб населення у змістовному проведенні дозвілля.

На сьогоднішній день на розвиток туристичних підприємств в Україні і на Прикарпатті, зокрема, особливий вплив проявляють дестабілізуючі чинники, а саме:

- складна економічна ситуація в країні;
- військові події на Сході країни;
- нестабільність фінансової системи;
- зменшення припливу іноземного капіталу;
- занепад фермерських підприємств;

- відсутність чітко прописаних законів, орієнтованих на перспективу;
- занепад сфери виробництва матеріальних благ;
- низький рівень заробітної плати працівників регіону;
- зростання податкового тягаря для фізичних осіб-підприємців;
- недостатність фінансування нововведень та інновацій у сфері туризму тощо.

Статистика показує, що окремі райони Прикарпаття достатньо наповнені туристичними об'єктами, проте залишається на низькому рівні якості обслуговування і їх освоєння. Не відповідають новим світовим стандартам й інші сервісні умови. У цьому зв'язку лише комплексний підхід до аналізу та оцінки рівня розвитку туристичних підприємств Прикарпаття може дати об'єктивну інформацію.

Практика доводить, що туризм на Прикарпатті можна охарактеризувати, за виключенням кількох кризових років, позитивною та сталою динамікою. Він стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію, набуває все відчутнішого значення для місцевого господарства. Стратегічно важливим культурним, політичним та економічним регіоном України, який, водночас, є найбільшим туристично-відпочинковим та курортним регіоном Західної України є Львівщина. Загальна динаміка туристичних потоків у Львівській області протягом 2006–2016 рр. наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка туристичних потоків у Львівській області в 2006–2016 рр. [1]

Показники	Роки										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість туристів, які скористались послугами (осіб)	91209	117064	143610	111366	153939	166534	168367	188520	92128	112472	181827
Іноземних туристів (осіб)	8370	9478	14061	9621	9894	11320	16309	16162	2015	3057	8370
Туристів, які виїжджали за кордон (осіб)	38971	58290	76851	60138	102340	114944	113691	131530	61465	60830	74877
Туристів, охоплених внутрішнім туризмом (осіб)	43868	49296	52697	41607	41705	40270	38367	40828	28648	48585	98580

Аналізуючи динаміку туристичних потоків, можна стверджувати, що на Львівщині впродовж 2006–2016 рр. спостерігалось збільшення кількості всіх категорій туристів. Кількість іноземних туристів за 2006–2016 рр. була найменшою у 2014 р. і становила 2015 осіб. Кількість туристів-громадян України, що виїжджали за кордон впродовж 2006–2016 рр., була найбільшою у 2013 р. і становила 131530 осіб. У 2016 р. відбулося збільшення кількості туристів за всіма категоріями, причому більшою мірою збільшилася кількість іноземних громадян, які відвідували Україну (порівняно з 2015 р. їх кількість збільшилася в 2,74 рази). Кількість внутрішніх туристів у 2016 р. становила 98580 осіб, що є найвищим показником за аналізовані роки.

Таблиця 2

Коллективні засоби розміщення у Львівській обл. [1]

Коллективні засоби розміщування – усього						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість закладів, од.	317	328	342	340	331	343

Продовження табл. 2

Кількість ліжок (місць)	30295	31579	32003	32746	33626	30869
Кількість розміщених, осіб	627246	680955	717829	620007	715333	861250
із них іноземці	123166	143334	146317	56018	75428	106830

Аналізуючи дані табл. 2, можна стверджувати, що загальна кількість засобів розміщення в 2016 р. збільшилася порівняно з попереднім 2015 р. на 12 од. Що ж стосується кількості місць, розташованих у КЗР, то у 2016 р. їх було на Львівщині – 30869 місця (на 2757 од. менше порівняно з попереднім роком). У 2016 році на Львівщині діяли 287 готельних закладів та 56 спеціалізованих (санаторно-курортних та відпочинкових) засобів розміщування. Упродовж року їх послугами скористалися 861,3 тис. осіб, у тому числі 106,8 тис. іноземців. У готельних закладах налічувалося 17,9 тис. місць, у спеціалізованих закладах розміщування – 12,9 тис. місць. Упродовж року в готелях та аналогічних засобах розміщення зупинилися 749,9 тис. приїжджих. Порівняно з 2015 роком їх кількість збільшилася на 158,6 тис. осіб (на 26,8%). Натомість кількість гостей, що оздоровилися та відпочили у спеціалізованих закладах, скоротилася на 12,6 тис. осіб (на 10,2%) і становила 111,4 тис. осіб [1]. Кількість іноземних громадян, які скористалися послугами готельних закладів, порівняно з 2015 роком зросла на 46,9%, спеціалізованих закладів – на 12,9%. Найбільша кількість іноземних громадян, що зупинилися у готелях та аналогічних засобах розміщування, прибули з Польщі (27,1 тис.), Туреччини (9,8 тис.) та Німеччини (7,4 тис.). Серед іноземців, оздоровлених у санаторно-курортних закладах, переважали громадяни з Молдови (3,6 тис.), Польщі та Білорусі (по 3,0 тис.).

Упродовж 2016 року в області діяли 272 суб'єкти туристичної діяльності. Їх послугами скористалися 181,8 тис. осіб (у 2015 році – 112,5 тис. осіб), із яких 95,4% – громадяни України. За сприяння туристичних організацій області наші співгромадяни відвідали 67 країн світу, найбільша кількість – Туреччину (17 тис. осіб), Єгипет (11 тис.), Болгарію (8,7 тис.), Польщу (8, 5 тис.), Грецію (6,2 тис.), в межах держави подорожували 98,6 тис. осіб – громадян України (54,2% від загальної кількості обслужених туристів). У 2016 році туристичні підприємства Львівщини надали послуги іноземним туристам із 35 країн світу, серед яких переважали громадяни Азербайджану, Білорусі та Польщі. Суб'єктами туристичної діяльності у 2016 році обслуговано 17,6 тис. екскурсантів, що на 17,6% більше, ніж у попередньому році [1].

Аналіз свідчить про те, що жителями Прикарпаття, як і України в цілому, найбільш затребуваними послугами туристської діяльності є послуги виїзного туризму, переважно міжнародного: у 2016 р. послуг міжнародного туризму на Прикарпатті було надано у 2,5 рази більше порівняно з послугами українського туризму. Протягом 2015–2017 рр. відбувалося зростання виручки від реалізації туристичними підприємствами регіону послуг населенню як в цілому, так і в розрахунку на одну організацію. Приріст виручки в період з 2015 по 2016 роки загалом склав 30,2%, а в розрахунку на одну організацію – 8,4%. З початку XXI століття і по сьогоднішній час прогнозування розвитку туристичних підприємств ускладнюється невизначеністю зовнішнього середовища, зокрема й тим, що туристичні підприємства перебувають під негативним впливом комплексу чинників мега-, макро- та мезосередовища, непередбачуваних за своїм характером. «Усе це вимагає постійного моніторингу ситуації, вивчення методологічних основ і запровадження заходів з формування передумов зменшення впливу негативних чинників, ринкових досліджень змін геопросторових векторів туристських потоків з метою швидкого реагування щодо задоволення відкладеного платоспроможного попиту споживачів, розроблення стратегічних заходів відновлення і розвитку туристичної діяльності підприємств на засадах сталого розвитку» [2, с.36].

Недосконалість перекладу терміну «sustainable development» (сталій, збалансований, зрівноважений, підтримуючий розвиток) в поєднанні парадигми сталого розвитку з

системним та процесуальним підходами призвела до того, що під розвитком підприємств туристичної індустрії розуміємо такий розвиток, який забезпечує стабільність туристичної діяльності, незалежно від умов та динаміки ведення туристичного процесу, з метою досягнення заданих економічних, екологічних та соціальних параметрів.

«Подальший розвиток туризму буде визначатися технологічними рішеннями, в першу чергу розвитком Інтернету і мобільних технологій» [3]. «Існує низка інших інновацій, які істотно трансформують туристичну індустрію і визначають подальший розвиток туризму: динамічне пакетування і ціноутворення турів; автоматизовані системи контролю за туристами; стандарти соціальної відповідальності туристичного бізнесу; інтерактивне обслуговування туристів; торгівля приватністю туристів; штучний туристичний інтелект; інтерфейси для туристів «мозок-комп'ютер»; комплексні системи управління туристичними центрами; розвиток самокерованих транспортних засобів; голографічний супровід туристів. Наведений список не є вичерпним, однак, в цілому характеризує вектор розвитку світового туризму [4, с.48].

Негативними чинниками розвитку підприємств туристичної індустрії вважаємо такі:

- безробіття, оскільки до фінансової кризи додалася ще й політична;
- військові дії на Сході країни;
- скорочення заходів зі стимулювання ринку;
- зростання вартості туристичних послуг, що призводить до додаткового тиску на сімейні бюджети;
- досвід попередніх пандемій;
- значні сезонні коливання експорту туристичних послуг;
- невідповідність окремих статистичних даних;
- незначна питома вага міжнародних туристів, що були обслуговані суб'єктами туристичної діяльності;
- зростання цін на енергоносії.

Позитивними чинниками є:

- зростання впевненості бізнесу та споживачів в економічних реформах, які послаблять податковий тиск;
- відновлення відкладеного попиту, яке настає після різкого спаду та перехід на новий життєвий цикл за «новими» правилами ведення бізнесу (перехід на інший рівень розвитку, що супроводжується «духом співробітництва та партнерства, породжених кризою і збережені зацікавленими сторонами» (за Меншем);
- гнучкість реагування на швидкі зміни попиту (запровадження логістичних концепцій «just in time» та «quick response» з метою здешевлення вартості туристичного обслуговування);
- нестабільність кон'юнктури ринку.

Стосовно туристичних підприємств Прикарпаття, погоджуємося з думкою Г. І. Михайліченко, що «найближчими перспективами розвитку є:

- прогнозоване зростання економічної активності, і, як наслідок, попиту на ділові подорожі, медичний та курортний туризм;
- туристичні дестинації макрорегіонів активно включаються у боротьбу за право проведення мегаподій, які підвищують імідж регіону;
- збережеться тенденція до формування нових брендів у туризмі;
- стабілізація темпів розвитку економік розвинених країн світу, Єврозони, проведення політики, спрямованої на бюджетні скорочення» [5, с.43].

Практика засвідчує, що існує необхідність посилення уваги з боку держави до проблем розвитку підприємств туристичної індустрії. На сьогоднішній день в Україні сформована інфраструктура державного регулювання туризму, зокрема створено спеціально уповноважений орган державної влади – Державне агентство України з туризму та курортів і його регіональні представництва (в структурі місцевих органів виконавчої влади), а також прийнято засадничі акти: Закони України «Про туризм» та «Про курорти», інші законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти. Проте, не існує цільового програмного документу, який би визначав конкретні напрями реформування підприємств туристичної галузі в цілому

та індикатори його ефективності, що сукупно мало б забезпечити стійкий та прогнозований розвиток підприємств туристичної індустрії України.

В основі маркетингової стратегії доцільним є здійснення ділових контактів одночасно як на рівні державних установ, так і серед потенційних замовників та виконавців, з урахуванням пріоритетів інноваційного розвитку партнерів. Умовою успіху українських туристичних компаній, які хочуть працювати на міжнародному ринку, є знання його специфіки, зокрема, ступеня монополізації ринків, непрозорість тендерних механізмів, наявність відпрацьованих корупційних схем тощо.

Для успішного просування вітчизняної туристичної продукції необхідним є створення маркетингових і сервісних мереж на пріоритетних зарубіжних ринках, торгових домів, бізнес-центрів, технічних центрів на акціонерних засадах за допомогою створення мережі власних представництв, філій, дочірніх компаній.

Тому для ознайомлення зарубіжних споживачів з прикарпатським туристичним продуктом вважаємо за доцільне активніше застосовувати такі заходи, як участь у міжнародних виставках, ярмарках, проведення конференцій, презентацій, симпозіумів тощо. Для активізації та поживлення розвитку туристичного сектора в Прикарпатті необхідні значні інвестиційні капіталовкладення у модернізацію як загальної, так і рекреаційної інфраструктури для підвищення їхньої якості. «Інтернет як платформа презентації власного туристичного підприємства здатне інформувати своїх користувачів про акційні програми чи ціни, використовуючи не лише текстові повідомлення, але й фотографії та відео. Майже кожна туристична фірма має власний веб-сайт, для зручності інформування та комунікацій, де міститься інформація про режими роботи, контакти, необхідні документи та інші послуги компанії. Інтернет як рекламна площа має певні переваги серед інших засобів масової інформації, а саме: ціна на рекламну компанію та кількісна аудиторія. За відносно невисоку ціну туристична фірма розміщує рекламні оголошення, які можуть побачити різні користувачі за запитом слів, контекстною рекламою або використовуючи електронну розсилку [6, с.52]. Як показує світова практика, вектор розвитку ринкових відносин за багатьма ознаками збігається і в Україні, і в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Тому вибір напрямів розвитку підприємств туристичної індустрії Прикарпаття може бути забезпечений не тільки наявністю оптимальної системи управління та ефективного менеджменту, але й тим, щоб одержати інновацію у вигляді нового продукту, технології, методів організації та надання туристичних послуг, що може бути результатом інноваційного процесу.

**Висновки і перспективи подальших розробок.** Вищезазначене дозволяє зробити наступні висновки. Загострення політичної та економічної кризи, військові дії на Сході України на тлі загальносвітової кризи призвели до значного зміщення вектора розвитку підприємств туристичної сфери в Україні. Стосовно Прикарпаття, то ситуація певною мірою покращилася у зв'язку зі збільшенням кількості приїжджих зі східних областей.

Споживчі витрати на послуги туристичних підприємств в регіоні безпосередньо корелюють з доходами населення і тому економічні спади, зазвичай, мають найбільш широкий і тривалий вплив на всі зміни попиту на туристичні послуги. Тому загалом, очікування підприємств туристичної індустрії щодо перспектив їх ділової активності має негативне значення. Без стабілізації політичної та соціально-економічної ситуації, припинення військових дій, вкрай складно утриматися на ринку та отримувати позитивний економічний результат від господарської діяльності. Але на Прикарпатті відбувається певна адаптація ринку до турбулентних умов, що проявляється в трансформаційних змінах та запровадженні антикризових дій, що в середньо- та довгостроковій перспективі принесе очікувані позитивні результати.

Таким чином, подальший розвиток туризму на Прикарпатті потребує активного пошуку засобів подолання кризових явищ, інтенсифікації виробництва регіональних туристичних продуктів високої якості, розробки та впровадження ефективних заходів регіональної туристичної політики при обов'язковому залученні інвестицій для розбудови наявної інфраструктури, що сприятиме створенню в Україні конкурентоспроможного ринку туристичного бізнесу.

**Література**

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 16.02.2018).
2. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: від теорії до реалій // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовтня 2014 р.). К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 418 с. URL: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> (дата звернення: 28.01.2018).
3. Петриченко П. А. Мобильные технологии в путешествии. URL: [http://novostiturbiznesa.info/article/mobilnye\\_tehnologii\\_v\\_puteshestvii.html](http://novostiturbiznesa.info/article/mobilnye_tehnologii_v_puteshestvii.html) (дата звернення: 28.01.2018).
4. Петриченко П. А. Інноваційні складові розвитку світового туризму // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовтня 2014 р.). К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 418 с. URL: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> (дата звернення: 28.01.2018).
5. Михайліченко Г. І. Напрями стабілізації попиту на туристичний продукт // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовтня 2014 р.). К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 418 с. URL: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> (дата звернення: 28.01.2018).
6. Третьяков О. В. Інформаційно-комунікаційна трансформація туристичних підприємств // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовтня 2014 р.). К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 418 с. URL: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> (дата звернення: 28.01.2018).

**References**

1. Official website of the State statistics services of Ukraine [Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhbu statystyky Ukrainy], available at: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) [in Ukrainian]
2. Tkachenko, T. I. (2014). Sustainable tourism development: from theory to realities [Stalyi rozvytok turyzmu: vid teorii do realii], *Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, Kyiv, Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 23–24 Oktiabria 2014, 418 s., available at: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> [in Ukrainian]
3. Petrichenko, P. A. (2014). Mobile technology in the traveling [Mobilnye tekhnologii v puteshestvii], available at: [http://novostiturbiznesa.info/article/mobilnye\\_tehnologii\\_v\\_puteshestvii.html](http://novostiturbiznesa.info/article/mobilnye_tehnologii_v_puteshestvii.html) [in Russian]
4. Petrytshenko, P. A. (2014). Innovative components of the development of world tourism [Innovatsiini skladovi rozvytku svitovoho turyzmu], *Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, Kyiv, Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 23–24 Oktiabria 2014, 418 s., available at: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> [in Ukrainian]
5. Mikhailichenko, H. I. (2014). Directions of stabilization of demand for a tourist product [Napriamy stabilizatsii popytu na turystychnyi produkt], *Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, Kyiv, Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 23–24 Oktiabria 2014, 418 s., available at: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> [in Ukrainian]
6. Tretiakov, O. V. (2014). Information and communication transformation of tourism enterprises [Informatsiino-komunikatsiina transformatsiia turystychnykh pidpriemstv], *Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, Kyiv, Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 23–24 Oktiabria 2014, 418 s., available at: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 28.02.2018.