

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
імені проф. В. Ф. Доценка
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»	«До захисту допущено»
В. о. декана факультету	В. о. завідувача кафедри
_____ <u>Віта ЦИРУЛЬНІКОВА</u> _____	_____ <u>Ірина МЕЛЬНИК</u> _____
(підпис) (ім'я та прізвище)	(підпис) (ім'я та прізвище)
« ____ » _____ 2022 р.	« ____ » _____ 2022 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____
(шифр та назва спеціальності)
освітньо-професійна програма «Туризмознавство» _____

на тему: «Удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи ЗТУ-2-4М _____ Тиш Ярина Петрівна
(прізвище та ініціали)

Керівник _____ Примак Тетяна Юхимівна _____
(прізвище та ініціали) (підпис)

Рецензент _____ Кравцов Сергій _____
(прізвище та ініціали) (підпис)

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2022 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) готельно- ресторанного та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

світній ступінь магістр

Спеціальність 242 «Туризм»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма «Туризмознавство»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача

кафедри туристичного та
готельного бізнесу

Ірина МЕЛЬНИК

“ ” 2021 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Тиш Ярини Петрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир

керівник роботи Примак Тетяна Юхимівна, к.ф.м.н., доцент,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “25” листопада 2021 року № 969-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 11.02.2022р.

3. Вихідні дані до роботи: наукова література, статистична звітність з офіційних джерел, інтернет-джерела

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Теоретичні аспекти та практичні особливості формування туристичної

інфраструктури, Аналіз туристичної інфраструктури міста Житомир,

Пропозиції щодо удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир,

Соціально-економічна ефективність удосконалення туристичної

інфраструктури міста Житомир

5. Перелік графічного матеріалу

рисуноків - 31, таблиць – 18.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Доцент Примак Т.Ю.		
II	Доцент Примак Т.Ю.		
III	Доцент Примак Т.Ю.		
IV	Доцент Примак Т.Ю.		

7. Дата видачі завдання 01 жовтня 2021р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір і затвердження теми роботи	01.09.2021-30.09.2021 рр.	
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.10.2021-08.10.2021 рр.	
3.	ВСТУП, РОЗДІЛ 1 Теоретичний	11.10.2021-22.10.2021 рр.	
4.	РОЗДІЛ 2 Аналітичний	25.10.2021-01.11.2021 рр.	
5.	РОЗДІЛ 3 Проектний	05.11.2021-26.11.2021 рр.	
6.	РОЗДІЛ 4 Дослідно – рекомендаційний	29.11.2021-10.12.2021 рр.	
7.	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	13.12.2021-24.12.2021 рр.	
8.	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	28.12.2021-21.01.2022 рр.	
9.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	24.01.2022-03.02.2022 рр.	
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	11.02.2022 р.	
11.	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	21-22.02.2022 р.	

Здобувач

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

(прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ

Магістерська робота складається з 110 сторінок. Кількість розділів – 4, рисунків – 31, таблиць – 18.

Об'єктом дослідження є процес формування туристичної інфраструктури міста Житомир.

Предметом магістерської роботи є теоретико-методологічні та практичні аспекти формування туристичної інфраструктури міста Житомир.

Метою магістерської роботи є розробка пропозицій щодо удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир.

У I розділі магістерської роботи розглянуто теоретичні аспекти та практичні особливості формування туристичної інфраструктури.

У II розділі магістерської роботи проаналізовано туристичну інфраструктуру міста Житомир.

У III розділі магістерської роботи надано пропозиції щодо удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир.

У IV розділі магістерської роботи показано соціально-економічна ефективність удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: туристична інфраструктура, туристичний потенціал, дестинація, Житомир, туризм

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ	9
1.1. Сутність та структура туристичної інфраструктури	9
1.2. Світова практика розвитку туристичної інфраструктури	19
1.3. Стан та напрями розвитку туристичної інфраструктури України	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЖИТОМИР	37
2.1. Характеристика загальної інфраструктури та туристичного потенціалу м. Житомир	37
2.2. Діагностика спеціальної туристичної інфраструктури м. Житомир	47
2.3. Оцінка рівня використання туристичної інфраструктури міста Житомир	56
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЖИТОМИР	68
3.1. Стратегічні напрями покращення туристичної інфраструктури м. Житомир	68
3.2. Програма заходів щодо удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир	78
3.3. Підвищення ефективності інфраструктури Житомира шляхом використання мобільного додатку	83
РОЗДІЛ 4. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЖИТОМИР	92
4.1. Обґрунтування методики визначення ефекту від удосконалення туристичної інфраструктури	92
4.2. Оцінка результату від розвитку туристичної інфраструктури міста Житомир	96
ВИСНОВКИ	103
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	106

ВСТУП

Постановка проблеми. Пропорційна залежність ролі туристичного бізнесу в соціально-економічному зростанні сучасного суспільства не викликає сумніву. Зважаючи на це, навіть у тих країнах, де він ще не посів домінуючого місця в структурі дозвілля, а це стосується і сьогоденної України, туризм привертає до себе увагу як та ланка економічної діяльності, котра здатна забезпечити значний і суттєвий господарський, фінансовий та соціальний ефект. Саме з цієї причини досить актуальним у науковому плані є дослідження феномена інфраструктури туризму, його соціально-економічних чинників, з метою з'ясування шляхів та способів подальшого розвитку та удосконалення індустрії туризму, збагачення її соціокультурного змісту та досягнення високого рівня соціально-економічної ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблеми розвитку туристичної інфраструктури України займалися такі провідні науковці як В.Ф. Буйленко, А.Б. Гайдук, Г.І. Єлистратова, В.К. Кіптенко, Ю.О. Коваленко, Д.А. Корнева, О.О. Любіцева, А.П. Румянцев, К.О. Соколова, І.М. Школа. Вони зосередили свою увагу на з'ясуванні сутності та виявленні головних ознак окремих складових туристичної інфраструктури, на аналізі особливостей функціонування готелів та інших елементах туристичної інфраструктури, тощо. Питання, пов'язані зі з'ясуванням місця і ролі туристичної інфраструктури в функціонуванні туристичної галузі та в соціально-економічній системі суспільства залишаються недостатньо розробленими.

Метою магістерської роботи є теоретичне обґрунтування місця та ролі туристичної інфраструктури у розвитку туризму, аналіз турінфраструктури міста Житомир та розробка пропозицій щодо її удосконалення

Виходячи з поставленої мети визначено та вирішено такі завдання:
дана характеристика сутності та структури туристичної інфраструктури;
розглянуто світову практику розвитку туристичної інфраструктури;

досліджено стан та напрями розвитку туристичної інфраструктури України;

дана характеристика загальної інфраструктури та туристичного потенціалу м. Житомир;

зроблено діагностику спеціальної туристичної інфраструктури м. Житомир;

оцінено рівень використання туристичної інфраструктури міста Житомир;

запропоновано стратегічні напрями покращення туристичної інфраструктури м. Житомир;

розроблено програму заходів щодо удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир;

описано підвищення ефективності інфраструктури Житомира шляхом використання мобільного додатку;

обґрунтовано методику визначення ефекту від удосконалення туристичної інфраструктури;

здійснено оцінку результату від розвитку туристичної інфраструктури міста Житомир.

Об'єктом дослідження є процес формування туристичної інфраструктури міста Житомир.

Предметом магістерської роботи є теоретико-методологічні та практичні аспекти формування туристичної інфраструктури міста Житомир.

Теоретичну основу магістерської роботи складають праці вітчизняних та зарубіжних дослідників, в яких розглянуто питання формування та удосконалення туристичної інфраструктури дестинації.

Інформаційну базу дослідження становлять офіційні статистичні дані Державної служби статистики України про результати туристичної діяльності в місті Житомир, законодавча, нормативна та довідкова література.

Методичною основою магістерської роботи є комплекс загальнонаукових і спеціальних методів: порівняння, узагальнення, аналізу і

синтезу, порівняльного аналізу, комплексного і системного підходів, статистичні методи, методи кількісного та якісного аналізу, SWOT-аналіз, соціологічний.

Наукова новизна одержаних результатів. Елементами наукової новизни в магістерській роботі є таке:

запропоновано алгоритм діагностики туристичної інфраструктури міста; удосконалено методику визначення ефекту від удосконалення туристичної інфраструктури.

В магістерській роботі запропоновано комплекс заходів щодо удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир.

Практичне значення одержаних результатів. Запропонована автором програма удосконалення туристичної інфраструктури Житомира може бути використана міською державною адміністрацією як доповнення до діючої Стратегії розвитку туризму в регіоні.

Апробація результатів дослідження. За матеріалами магістерської роботи опублікована стаття на тему «Оцінка ефективності туристичної інфраструктури міста Житомир» в журналі «Інвестиції: практика та досвід» № 3, 2022.

Структура роботи. Магістерська робота складається із вступу, чотирьох основних розділів, що містять 11 підрозділів, 31 рисунок, 18 таблиць, висновків і списку використаних джерел, що містить 50 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

1.1. Сутність та структура туристичної інфраструктури

Головною метою розвитку курортно-рекреаційного та туристичного комплексу України є формування конкурентоспроможного на міжнародному та національному рівнях туристичного продукту (туристичних та курортних послуг). Це стає можливим завдяки ефективному використанню рекреаційного потенціалу, забезпеченню соціально-економічних інтересів та екологічної стабільності регіонів. Внаслідок перерахованих вище факторів виникає гостра потреба в перегляді філософії підходів до формування державної політики у сфері туризму. Ось чому розроблена Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року передбачає розвиток туристичного потенціалу України та створення сучасного високоефективного та конкуренто-здатного туристичного комплексу, спроможного забезпечити широкі можливості для задоволення потреб українських та іноземних громадян у туристичних послугах.

Вихідною умовою формування ефективної програми розвитку туризму виступають методологічні та правові аспекти організації та функціонування туристичної інфраструктури. До останнього часу в системі наукових досліджень проблем розвитку інфраструктури туризму – економічним та соціокультурним аспектам – не приділялося належної уваги. Вкрай низький рівень використання потужного туристичного потенціалу України пояснюється не лише недоліками державної політики, але й недостатньою теоретичною обґрунтованістю соціально-економічної стратегії його освоєння на національному та регіональному рівнях.

При вирішенні завдання щодо формування оптимальної туристичної інфраструктури слід виходити з того, що ринкова інфраструктура призначена для регулювання взаємодії елементів ринкової системи, оптимізації руху товарногрошових потоків та забезпечення розвитку ринкових взаємовідносин, а

вплив на виробництво через інфраструктуру є найбільш ефективним засобом регулювання економіки.

Редакція Закону України «Про туризм» не дає відповіді на питання про сутність туристичної інфраструктури. Саме тому виникає потреба у вивченні та подальшій розробці понятійного апарату туристичної сфери [1].

Термін «інфраструктура» пройшов тривалий шлях розвитку. На початку ХХ ст. під інфраструктурою розуміли комплекс споруд, які забезпечували дії збройних сил, а саме: склади, військові бази, полігони та ін. Пізніше, у 40-х роках поняття «інфраструктура» почали використовувати для групи галузей, котрі забезпечували функціонування промислового та сільськогосподарського виробництва. З 50-х років цей термін широко застосовують в економічній літературі. Під інфраструктурою стали розуміти сукупність галузей і видів діяльності, які обслуговують і виробничу, і невиробничу сфери економіки. У подальшому розвитку поняття «інфраструктура» все більше уваги вчені приділяють його поділу за сферами діяльності людини. Відповідно до Енциклопедії сучасної України, інфраструктура (латинське словосполучення, що складається з понять «*infra*» (під) та «*structura*» (будова, розташування)) – сукупність специфічних форм, методів і процесів, а також різноманітних споруд та комунікацій, що забезпечують загальні умови і нормальне функціонування економічної, соціальної, екологічної та інших галузей життєдіяльності суспільства, його відтворення і розвиток. Основне завдання інфраструктури – сприяння розвитку народного господарства, інтеграції виробництва, зростанню добробуту населення.

Інфраструктуру туризму варто розглядати як комплекс різноманітних видів діяльності щодо створення умов для реалізації туристичних послуг. Заслуговує на увагу підхід до розуміння туристичної інфраструктури як сукупності різноманітних об'єктів, що використовуються для задоволення потреб туристів. Якщо в першому випадку акцент ставиться на динамічному аспекті, то в другому випадку наголошується на матеріально-технічному, статичному прояві туристичної інфраструктури [2].

На даний момент склалось три основних підходи до трактування сутності інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери (РТС): як особлива сфера застосування праці (теоретико-економічний), як сукупність матеріальних об'єктів (структурний) та як сукупність певних галузей господарювання та видів економічної діяльності (функціональний). В різних підходах вченими вкладається неоднозначний зміст в одні й ті ж дефініції. Дослідження теоретичних підходів до визначення зазначених понять дозволило виявити різні точки зору вчених-економістів, які проаналізовані та систематизовані у вигляді дефініцій, що відображені в табл. 1.1. [3]

Таблиця 1.1

Дефініції щодо визначення поняття «інфраструктура рекреаційно-туристичної сфери»

Підхід	Поняття	Автори	Визначення
Теоретико-економічний	Інфраструктура туризму та гостинності	Д.А.Чудновський, М.А. Жукова, В.С.Сенін	Сукупність загальних умов виробництва туристичного продукту.
	Туристична інфраструктура	В.С. Кравців, Л.С. Гринів, та ін.	Сукупність підприємств й інституцій, які є територіальним, організаційним, матеріальним підґрунтям розвитку туризму.
	Соціальна інфраструктура	С.В.Мочерний	Комплекс об'єктів (підприємств, закладів, організацій та споруд), які забезпечують умови функціонування суспільного виробництва і життєдіяльності населення, формування фізично та інтелектуально розвиненого, суспільно активного індивіда.
Структурний	Інфраструктура туризму	М.І. Школа П.Горішевський, В.Васильєв, Ю.Зінько	Комплекс споруд, інженерних і комунікаційних мереж, у тому числі телекомунікаційного зв'язку, доріг, суміжні індустрії туризму підприємства, що забезпечують нормальний доступ туристів до туристських ресурсів, і їхнє належне використання з метою туризму, а також забезпечення життєдіяльності підприємств індустрії туризму.

Закінчення табл. 1.1

Підхід	Поняття	Автори	Визначення
Структурний	Рекреаційна інфраструктура	Словник законодавчих термінів	Сукупність засобів забезпечення організації та здійснення рекреаційної діяльності, тобто - це шляхи сполучення, заклади/місця розміщення і харчування, транспортні засоби, еколого-освітні центри, елементи рекреаційного благоустрою тощо.
Функціональний	Туристична інфраструктура	В.А Смолій, В.К.Федорченко, В.І. Цибух	Сукупність штучно створених рекреаційних закладів (санаторії, бази відпочинку, готелі, ресторани тощо) та супутніх об'єктів, побудованих для загального користування за рахунок державного інвестування (автомобільні та залізничні дороги (шляхи), пункти пропуску, аеропорти, лікарні тощо).
	Рекреаційна інфраструктура	І.В. Смаль	Сукупність модусів розміщення, закладів оздоровлення, харчування, розваг і реалізації рекреаційно-туристичних послуг, комунікаційних систем життєзабезпечення, зв'язку і транспорту, функціонування і взаємодія яких спрямована на задоволення рекреаційних потреб людини.
	Соціальна інфраструктура	В.А. Жамін	Галузі й підгалузі невиробничої сфери, які опосередковано пов'язані з процесом виробництва і виконують чисельні функції обслуговування всього процесу господарювання.

Джерело: [3]

Отже, узагальненим можна вважати розуміння рекреаційно-туристичної інфраструктури як сукупності видів економічної діяльності, суб'єктів та об'єктів РТС, які створюють умови для виробництва та реалізації рекреаційно-туристичних товарів та послуг. На даний час не існує єдиної думки щодо типології інфраструктури.

Поняття туристичної інфраструктури часто ототожнюють з термінами «інфраструктура туристичного бізнесу», «інфраструктура туристичного ринку» та «туристична індустрія». Інфраструктура туристичного ринку охоплює ту

частину закладів забезпечення туристичної діяльності, що опосередкована економічними ринковими відносинами (надання комерційних послуг, виготовлення та реалізація товарів тощо). Під інфраструктурою туристичного бізнесу розуміють також сукупність організаційних структур і нормативно оформлених процедур, що забезпечують функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності та регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та зовнішнім (соціальним і природним) середовищем.

Зважаючи на різні підходи до типології інфраструктури, проведемо класифікацію за наступними класифікаційними ознаками: за сферами діяльності, за територіальним рівнем, за видами економічної діяльності, за середовищами простору, за ступенем інвестиційної привабливості, за етапом функціонування та поліфункціональністю (табл. 1.2.).

Таблиця 1.2

Класифікація інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери

№	Класифікаційна ознака	Зміст ознаки
1.	За сферами виробництва	рекреаційно-виробнича; рекреаційно-соціальна
2	За територіальним рівнем	глобальний; національний; регіональний
3.	За середовищами простору	сухопутна; водна; повітряна; космічна
4.	За ступенем інвестиційної привабливості	пріоритетних видів економічної діяльності, комплексів, територій; інфраструктура нерозвинених районів і територій; неосвоєна інфраструктура
5.	За етапом функціонування	будівництво нових інфраструктурних об'єктів; реконструкція та ремонт інфраструктурних об'єктів; експлуатація інфраструктури
6.	За поліфункціональністю	явна інфраструктура; неявна інфраструктура

Джерело: [4]

Зазвичай інфраструктура має обслуговуючий, допоміжний характер. При цьому вона впливає не лише на якість туристичних послуг та рівень ефективності туристичної діяльності, але й визначає можливості її здійснення в цілому. Потрібно враховувати пряму залежність між туристичною активністю та параметрами туристичної інфраструктури, функціонування якої завжди є цілеспрямованим.

Інфраструктура складається з трьох частин: інституційної, інформаційної, регламентуючої [5]. Інституційну складову становлять загальні інституції (транспорт, готелі, банки, страхові компанії, митниці, інвестиційні фонди тощо) і спеціалізовані інституції (туристичні фірми, рекламні підприємства, спеціалізовані страхові компанії, служби маркетингу тощо). Інформаційна складова містить такі елементи як:

- розповсюдження інформації (Інтернет, засоби масової інформації);
- інформаційний та рекламний бізнес;
- інформаційно-туристичний ресурс (необхідність створення образу романтичної подорожі, який би приваблював туристів, стимулював туристичну активність і ефективне використання туристичного потенціалу регіону).

Регламентуюча складова туристичної інфраструктури містить в собі нормативно-правові акти, що регулюють відносини в цій сфері життєдіяльності суспільства. Правова регламентація розвитку туристичної інфраструктури здійснюється: на державному рівні - Верховною Радою, Кабінетом Міністрів, Міністерством економіки; на регіональному рівні - місцевими органами влади та самоврядування.

Потреби людини, що подорожує, треба розглядати в контексті суспільних потреб. Туристи є, зазвичай, найбільш динамічною частиною суспільства, і тому можна зі значним ступенем вірогідності стверджувати, що вони мають найрозвиненіші суспільні потреби. Більше того, туристична діяльність сприяє не тільки задоволенню, але й розвитку потреб як її суб'єктів, так і суспільства в цілому, причому ці потреби спрямовані переважно в суспільно корисному напрямку. Отже, в цілому, туристична інфраструктура – це сукупність

соціальних інститутів, організаційних структур та нормативно оформлених процедур, а також стан соціально - політичного клімату і суспільної свідомості в країні, що створюють безпечне функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності, регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та навколишнім (соціальним і природним) середовищем і використовуються для задоволення потреб туристів.

Водночас, специфічною рисою рекреаційно-туристичної інфраструктури є те, що в більшості випадків, окрім туристів, вона задовольняє також суспільні потреби місцевого населення (рекреантів) і також виконує функції забезпечення функціонування та взаємодії суб'єктів РТС та регулювання матеріальних, фінансових і інформаційних потоків [6]. Тому, вчені-економісти аналізуючи складові рекреаційно-туристичної інфраструктури виділяють також загальну (охоплює все національне господарство незалежно від туристичного руху) і туристичну (залучена безпосередньо тільки в туризм) інфраструктури, або явну та неявну (в залежності від базису (ядра) щодо якого інфраструктура реалізує свою допоміжну функцію) [7].

Цілком можливо, наприклад, віднести до неявної інфраструктури виробництво туристичних послуг поліфункціональними об'єктами, такими як: музеї, театри, санаторно-курортні заклади, цирки, стадіони тощо (рис.1.1.)

На явну інфраструктуру рекреаційно-туристичної сфери держава має безпосередній управлінський вплив через органи законодавчої та виконавчої влади, в той час, як функціонування неявної інфраструктури є сполученням та перетинанням інших сфер національного господарства, що викликає труднощі безпосереднього регулюючого впливу у відношенні до їх рекреаційно-туристичних функцій. Це призводить до того, що щорічно катастрофічно зменшуються показники результатів рекреаційно-туристичної діяльності майже у всіх сегментах неявної інфраструктури України.

Правомірною є думка про те, що туристична інфраструктура обумовлена туристичним споживанням. Туристичне споживання у вартісному вимірі формується сукупністю туристичних витрат. До основних туристичних витрат

належать комплексні тури (пакет послуг); послуги розміщення (короткотермінового проживання); харчування та напої; послуги пасажирського транспорту, екскурсійне обслуговування; послуги перекладача; організаційні послуги туроператора, турагента; рекреаційні, культурні, розважальні, спортивні заходи; придбання сувенірної продукції, фототоварів, відвідання магазинів; страхування; інші (у т.ч. фінансові послуги, оренда транспортних засобів тощо) [8].

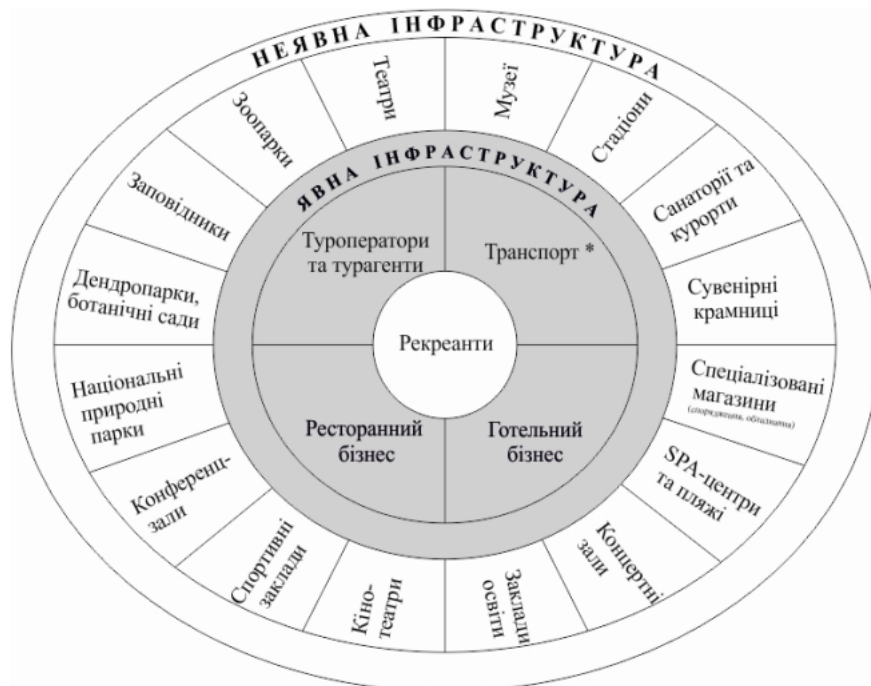


Рис. 1.1. Сегменти інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери

Джерело: [7]

Під туристичними витратами розуміють споживчі витрати відвідувача, які пов'язані з забезпеченням його потреб як туриста, і здійсненні ним перед, протягом та після поїздки та у місцях відвідання. При цьому саме сприяння задоволенню туристичних потреб та можливості здійснити необхідні споживчі витрати туристом має стати головною метою розвитку туристичної інфраструктури. Загальновідомо, що туризм прямо чи опосередковано, через туристське споживання, здійснює стимулюючий вплив на розвиток різних видів

економічної діяльності таких як транспорт, готелі та ресторани, роздрібна торгівля, харчова промисловість, будівництво, зв'язок, страхування, фінансове посередництво, діяльність у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту тощо; стимулює поживлення місцевої економіки та створення додаткових постійних та сезонних робочих місць. Більше того, туристичне споживання підтримує існування та розвиток народних ремесл, національної культурної спадщини.

Туристична інфраструктура виконує функції забезпечення функціонування та взаємодії суб'єктів РТС та регулювання матеріальних, фінансових й інформаційних потоків. Вона також обумовлена перш за все тим специфічним комплексом потреб людини, який задовольняється туризмом і який має достатню мотиваційну силу, щоб спонукати сотні мільйонів людей у світі до туристичних подорожей.

Узагальнюючи наведену вище інформацію, робимо висновок про те, що туристична індустрія охоплює туристичні ресурси, суб'єкти туристичної діяльності, туристичну індустрію, туристичні послуги та туристичний продукт. Тому, поняття «туристична інфраструктура» варто розглядати у площині сукупності галузей та закладів, призначених для обслуговування індустрії туризму та туристичної діяльності загалом. До сукупності її складових належать різноманітні транспортно-комунікативні ланцюги, системи гостинності та комунального обслуговування, а також оточуюче їх соціокультурне середовище. Переважна більшість закладів туристичної інфраструктури спрямована на обслуговування туристів. Але не потребує окремого доведення той факт, що поруч з туристами, вона обслуговує також місцеве населення. Позитивним є те, що розвиток туристичної сфери сприяє удосконаленню місцевої інфраструктури, освоєнню конкретних територій, збільшенню робочих місць. Складові туристичної інфраструктури за напрямками відображені в табл. 1.3.

Туристична інфраструктура – це сукупність установ (організацій), які забезпечують туризм, включаючи надання інформаційних, транспортних,

готельних, розважальних та інших послуг, а також сприяють здійсненню туристичної діяльності. Межі туристичної інфраструктури визначити важко, тому потрібно виокремлювати її «ядро», тобто спеціалізовані туристичні об'єкти і установи, а інше – розглядати за необхідності, враховуючи якісні характеристики.

Таблиця 1.3

Складові туристичної інфраструктури

Напрямок	Складові
Інфраструктура туropolерейтингу	Туристичні підприємства
Інфраструктура гостинності	Готелі, санаторно-курортні та оздоровчі заклади
Транспортно-логістична інфраструктура	Морський, повітряний і наземний транспорт
Торговельна інфраструктура	Забезпечення товарами повсякденного попиту туриста
Наукова інфраструктура	Відділи статистики, аналітичні центри, організації в рамках ділового туризму
Спортивна інфраструктура	Стадіони, спортивні арени, спортивні зали
Культурно-розважальна інфраструктура	Ресторани, клуби, театри, виставки, концерти
Фінансова інфраструктура	Банки, страхові, лізингові, інвестиційні організації
Інформаційна інфраструктура	Інтернет, телефони, відділення зв'язку

Джерело: складено автором на основі даних [8]

Інфраструктура завжди має обслуговуючий, допоміжний характер. При цьому вона значно впливає на якість туристичних послуг та рівень ефективності туристичній діяльності, а інколи визначає можливості її здійснення взагалі. Потрібно враховувати пряму залежність між туристичною активністю і параметрами туристичної інфраструктури, функціонування якої завжди є цілеспрямованим.

Туристична інфраструктура за своєю сутністю характеризується вторинністю і подвійністю. Вторинність проявляється в тому, що вона

забезпечує і допоміжну індустрію, тому результативність інфраструктури завжди визначається кінцевою результативністю туристичної діяльності (послуг, підприємств), для яких вона створена. Двоїстість полягає у тому, що функціонування ТІ, окрім підпорядкованості інтересами суб'єктів, яких вона обслуговує, визначається цілями самих інфраструктурних установ.

Туристична інфраструктура часто розглядається у територіальному аспекті, наприклад, стосовно міста або регіону. Однак правомірним вважаємо розгляд національної туристичної інфраструктури та рідше міжнародно-регіональної (наприклад, стосовно єврорегіонів та субрегіонів світу). Основними компонентами туристичної інфраструктури є: 1) матеріально-технічний; 2) інституціональний; 3) організаційний; 4) інформаційний; 5) логістичний; 6) соціальний. Потрібно зазначити, що серед компонентів туристичної інфраструктури усе частіше доводиться розглядати нематеріальні, неявні, «невидимі» складові.

Туристична інфраструктура визначає певний рівень і порядок туризму і туристичної діяльності. Тому доцільно виокремлювати інфраструктурний аспект, який дозволяє структурувати різні види умов і долати природні і штучні обмеження, підтримуючи справедливі умови, зокрема вільної конкуренції і нормальної життєдіяльності людей. Інфраструктурний аспект у сфері туризму дозволяє цілеспрямовано фокусувати увагу на відповідних складових і показниках туристичної індустрії.

1.2. Світова практика розвитку туристичної інфраструктури

Розвиток туристичної інфраструктури потрібно розглядати з точки зору наступних підходів його розуміння:

- 1) встановлення і досягнення нових цілей;
- 2) еволюція, ускладнення системи;
- 3) адаптація до умов і вимог, що змінюються;

4) розв'язання проблем і протиріч, що виникають всередині системи чи у її взаємодії із зовнішнім простором.

Ці підходи переважно стосуються матеріально-технічного, соціального, організаційного, логістичного компонентів та інформаційних систем, а реалізуються через інституціональний компонент. Це зокрема звертає увагу на глобалізаційній процесі у сфері туристичної діяльності, насамперед щодо логістичного, інформаційного та інституціонального компонентів.

Глобалізація туризму заснована на таких чотирьох процесах:

1) конвергенція, тобто згладжування (стирання) відмінностей і виникнення подібності між системами у структурі, принципах організації і функціонування; взаємне уподібнення систем та їх елементів, протікання схожих і однакових за спрямованістю процесів; змішування і зближення у бік злиття;

2) інтеграція, тобто процес, що веде до стану пов'язаності та об'єднання диференційованих частин у єдине ціле та у єдиний стан; процес зближення, розвитку і диверсифікації зв'язків; взаємне переплетення (при неможливості повного об'єднання) окремих систем;

3) уніфікація, тобто встановлення різних форм (об'єктів) та приведення їх до єдиного зразку; твердження різнобічності і всеосяжного характеру, охоплення всього різноманіття елементів і ознак;

4) гармонізація, тобто взаємне узгодження, зведення у єдину систему, координація, співмірність, упорядкування, забезпечення взаємної відповідності і усунення відмінностей систем, об'єктів, заходів дій тощо [9].

Всі ці процеси безпосередньо стосуються туристичної індустрії. В умовах глобалізації посилюється вплив міжнародних (зовнішніх відносно країни) факторів розвитку туристичної інфраструктури (рис. 1.2).

Глобалізація туризму призводить до появи не лише відповідних загальносвітових тенденцій, а й до нових імперативів та драйверів його розвитку. Основними тенденціями є диверсифікація видів туризму, географічних напрямів в умовах формування єдиного глобального

туристичного простору. Це забезпечується розширенням і посилення інтеграції національних туристичних індустрій, що також пов'язано із посиленням соціальної мобільності.



Рис. 1.2. Міжнародні фактори розвитку туристичної інфраструктури

Джерело: [9]

Головними драйверами є в останні роки стали: готельні та інформаційні (у тому числі соціальні) мережі на основі Інтернету (інформатизація); розвиток логістики; уніфікація стандартів обслуговування (при їх загальному підвищенні); посилення уваги до питань безпеки. Це супроводжується різноманітними глобальними, національними та локальними (точковими) інноваціями. У контексті диверсифікації у сфері туризму підтримується різноманіття, особливо з точки зору нових туристичних продуктів.

Вирішення проблем розвитку ринку туристичних послуг потребує посилення уваги з боку урядових структур. Хоча сфера туристичних послуг як ринкова структура має бути здатною до саморегулювання, сьогодні вона потребує прямого державного втручання. Нажаль, важелі впливу, що використовуються для регулювання туристичної сфери, досить часто не відповідають вимогам сучасності. Ситуація може змінитися на краще за умови вдосконалення системи та механізмів її державного регулювання. Це потребує

врахування досвіду країн, в яких державна політика щодо туризму є успішною та спрямована на забезпечення високого рівня конкурентоспроможності національного туристичного продукту [9].

Розглянемо більш детально результати практичного досвіду ведення туристичного бізнесу у центральних країнах світового туристичного простору.

Насамперед, це країни, що характеризуються функціональною різноманітністю та стабільними пропорційними структурами. До них відносяться економічно розвинуті країни зі сформованою системою міжнародного туризму та комплексною туристичною спеціалізацією. Так, країною-лідером на світовому туристичному ринку являються США. Розвитку туристичної індустрії США сприяє туристичний потенціал цієї країни. США – масштабна держава, розташована відразу у трьох часових поясах. Країна має високорозвинену, транснаціоналізовану, модернізовану індустрію туризму. Стабільний розвиток економіки США передбачає тенденції та напрями розвитку економік інших країн світу. Завдяки діяльності американських туроператорів, турагентів, готелів та ресторанів, системи авіасполучення, відомих компаній по оренді автомобілів, високорозвиненій інфраструктурі стає можливим виробництво та реалізація туристичних продуктів, відомих у всьому світі. Базою для розвитку туристичної індустрії в США є економічне благополуччя громадян, тобто можливість витратити на туризм великі гроші. Статистика свідчить, що американці здійснюють лише 5% туристичних поїздок за кордон, решта – по країні. Державне регулювання туристичного ринку США майже відсутнє не дивлячись на те, що у 1996 році була створена Служба у справах індустрії подорожей та туризму, яка визначає стратегію розвитку американського туризму. Важливу роль у покращенні діяльності туристичної індустрії США відіграє ТІА – некомерційна організація, що проводить дослідження туристичного ринку. Основна перешкода на шляху до розвитку галузі – відсутність централізованого регулювання, координування діяльності туристичних підприємств, яке могло б вплинути на перспективи досягнення економічного зростання.

Туристичний ринок Канади характеризується тим, що має велику різноманітність туристичних послуг, володіє розвинутою структурою міського туризму, масштабними культурними об'єктами. Канадський туризм користується суттєвою підтримкою з боку населення. Найбільшу частку ринку Канади складають безпосередньо канадці, які близько 70% всіх туристичних витрат забезпечує населення Канади. Найбільш потужним сектором канадського туристичного ринку є внутрішній ринок. Туризм входить до списку повноважень міністерства промисловості Канади.

Завдяки Канадській Комісії з туризму формуються передумови для створення динамічної економіки, яка забезпечує велику кількість робочих місць; підтримує великий ріст комерційної діяльності завдяки підвищенню продуктивності праці; забезпечується стабільне економічне, екологічне та соціальне майбутнє Канади.

Важливим кроком у розвитку туристичного бізнесу Японії є прийняття у 1991 році Міністерством транспорту широкомасштабної програми під назвою «Двосторонній туризм XXI», яка зосереджена на досягненні взаємовідносин між народами шляхом розширення туристичних потоків та особистих контактів між громадянами різних країн. Високий ресурсний потенціал, наявність резервів розвитку туризму в Японії позитивно впливають на розвиток туристичної індустрії. В Японії міжнародний туризм почав активно розвиватися з другої половини XX століття.

Виїзний туризм розвивається швидкими темпами, оскільки 90% населення Японії – представники середнього класу, що мають високий рівень доходу. Туристичні потоки із Японії охоплюють країни Європи, Тихоокеанського басейну. В'їзний туризм в Японії представлений переважно за рахунок туристів з Азії, Північної Америки, країн Європи. Державне регулювання туристичної діяльності в Японії направлене на підвищення стандартів якості обслуговування та безпеки в сфері туризму. Тут прийнятий основний закон про туризм, який виступає важливим фактором формування та покращення територіальної структури, регіонального розвитку туризму.

Політика в сфері туризму в Японії визначається Радою з туристичної політики, яка координує діяльність всіх туристичних організацій країни та пропагує туризм на державному рівні [10].

Дещо гірші результати практичного досвіду ведення туристичного бізнесу демонструють країни периферії світового туристичного простору. До їх складу входять середньорозвинені та слаборозвинені країни світу, що характеризуються мультифункціональною системою міжнародного туризму в стадії трансформації, екстенсивним шляхом розвитку міжнародного туризму та внутрішньою орієнтованістю туристичних потоків.

Туристична інфраструктура є важливим фактором для відвідування місця призначення та задоволення туристів на місці. Наприклад, місто Охрид (Північна Македонія) планує покращити туристичну інфраструктуру з метою залучення більше іноземних туристів. Уряд починає будувати магістраль частини дорожнього сполучення E8, яка дуже важлива для туристів, які приїжджають з регіону особливо Сербія, Болгарія та інші країни. Він має бути готовий у 2022 році. Результати дослідження інфраструктури цього міста свідчать про наступні висновки:

- Іноземний турист має сильну спорідненість з Охридом як туристичним напрямком, що є результатом природної та культурної спадщини.
- Повітряне сполучення багатьох балканських міст з різними напрямками через аеропорт є незадовільним і неповно завантажене. Необхідно відкривати нові прямі маршрути до нових напрямків. Позитивним прикладом стало відкриття прямого авіарейсу.
- Підключення Охрида до автомагістралі є більш ніж необхідним [11].

Згідно з центропериферійною структурою міжнародного туризму, Україна належить до країн периферії світового туристичного простору. Будучи потенційно активним суб'єктом загальної системи міжнародного туризму, Україна може успішно долучитись до створення загальносвітового туристичного продукту, до передових систем організації туристичного бізнесу, комунікаційних зв'язків, створення конкурентоспроможного туристичного

продукту та його просування до споживача. Тривалий час в Україні підвищення рівня та покращення якості туристичної інфраструктури не відносились до числа пріоритетних напрямів державної політики.

Проте сьогодні, коли диспропорції туристичних потоків дедалі більше гальмують темпи розвитку туристичної індустрії держави, увага до відповідних проблем поступово зростає. Стає зрозумілим, що вивчення вітчизняного та світового досвіду, пов'язаного із подоланням обмежень, в які замкнена переважна більшість об'єктів туристичної інфраструктури, є важливим та актуальним напрямом прикладання дослідницьких зусиль.

Визначаючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на найближчу перспективу, необхідно відзначити, що сучасний туризм – це сфера економіки та життєдіяльності суспільства, яка певним чином інтегрує майже всі галузі економіки та соціальної сфери. Саме тому, туризм займає провідне місце у світовій економіці. Це повинно стати ключовим фактором при формуванні нового державного підходу до туризму. В його основі має бути розуміння того, що розвиток туристичної галузі може позитивно вплинути на економічний та соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

1.3. Стан та напрями розвитку туристичної інфраструктури України

Розвиток ринку туристичних послуг України ґрунтується на її туристсько-ресурсному потенціалі, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать передумовами розвитку певних видів туризму. Територія України має унікальні передумови формування туристичної галузі. Це, насамперед, сприятливий клімат, чудові ландшафти, печери, водоспади, лікувальні води та грязі, скелі,

заповідники, гори, ріки, моря, що мають пізнавальні й атрактивні властивості [12].

З погляду організації інфраструктурного забезпечення рекреаційно-туристичного господарства, одне з ключових місць належить транспортній системі. Україна має розвинуту мережу автомобільних доріг і залізниць, аеропортів, річкових і морських портів. Авіаційний, автомобільний, залізничний, річковий і морський транспорт здатні забезпечити перевезення туристів з резервом транспортних потужностей на деяких видах транспорту.

На залізничний транспорт України припадає четверта частина усіх перевезень на Євразійському континенті, де першість займають Китай, Індія та Росія. Експлуатаційна мережа залізниць складає 22 тис. км, з яких лише 45 % електрифіковано. Вантажонапруженість вітчизняної залізниці в 3 –5 разів вища за відповідний показник розвинених країн Європи. На нашій території проходить чотири міжнародні залізничні транспортні коридори – № 3, № 5, № 7 та № 9. Довжина транзитних коридорів складає 3162 км. Крім того активно розвивається перевезення за програмою розвитку міжнародного транспортного коридору «Європа– Кавказ–Азія» ТРАСЕКА (з англ. Transport Corridor Europe-Caucasus-Asia), який відомий під назвою «Новий шовковий шлях». Програма була започаткована на Брюссельській конференції у 1993 році, де угоду підписали Вірменія, Азербайджан, Болгарія, Грузія, Казахстан, Киргизстан, Молдова, Румунія, Таджикистан, Туреччина, Україна та Узбекистан [9]. До туристичних залізниць України можна віднести Боржавську вузькоколійку, відому під назвою «Анця Кушницька».

Автомобільний транспорт в Україні розвинений найслабше у порівнянні з країнами Європейського Союзу. Щільність доріг у нашій державі становить 0,28 км на 1 км² у той час, коли у Польщі цей показник становить 1,15 км на 1 км², Франції – 1,65 км на 1 км², Німеччині – 2,0 км на 1 км². Незадовільний стан доріг складає 61 %. Незважаючи на програми президентів України П. Порошенка та чинного президента О. Зеленського для відновлення автомагістралей необхідні значні інвестиції. Сьогодні відновлено лише деякі

основні дороги міжнародного та національного значення загальною протяжністю в 6,4 тис. км із 159462 км. Представимо у вигляді табл. 1.4 [18, 19] дані, які репрезентують основні показники ефективності використання транспортної інфраструктури нашої країни та порівняємо їх з даними розвинених країн Європи (Німеччиною, Польщею та Нідерландами). При обранні країн для аналізу керувались даними, чи країна має подібні географічні умови: вихід до моря, розвинений річковий, авіа- та автомобільний транспорт.

Таблиця 1.4

Порівняльна характеристика елементів транспортної інфраструктури України, Німеччини, Нідерландів та Польщі за 2019 р

Показник	Україна	Німеччина	Нідерланди	Польща
Перевезення залізничним транспортом, млн осіб	0,38905	11,6	5,8	2,2
Протяжність залізничних доріг, тис. км	22,3	43,468	3,223	19,837
Перевезення пасажирів морем, тис. осіб	30,3	987,9	1453,2	128,8
Кількість морських портів	6	3	2	3
Перевезення річковим транспортом, тис. осіб	448,5	2787,9	1764,8	874,9
Кількість річкових портів	27	15	7	15
Перевезення автомобільним транспортом (автобусами), тис. осіб	2024892,9	7648371,7	3849928,9	2384028,9
Довжина доріг із твердим покриттям, тис. км	165,8	6590	5357	420
Перевезення авіаційним транспортом, тис. осіб	9781,0	161098,7	89987,9	39485,9
Кількість аеропортів	171	539	29	15

Джерело: [19]

Дані, представлені у табл. 1.4, свідчать, що Україна суттєво поступається за всіма показниками. Залізничним транспортом у Німеччині в 2019 році скористалось понад 11 млн осіб, у Нідерландах – 5,8 млн осіб, Польщі – 2,2 млн осіб. Німеччина має в два рази більшу протяжність залізничних колій, котрі у

98 % електрифіковані. Така маленька країна, як Нідерланди, котра в 14 разів менша за нашу державу, має 3,223 тис. км прокладених залізничних колій. Показники морських пасажирських перевезень випереджають нашу країну порівняно з Німеччиною у 32,6 рази, порівняно з Нідерландами – в 47,96 рази. Польща, надаючи послуги перевезень морем, обслуговує щорічно 128,8 тис. осіб, що в 4,25 рази більше за Україну. У 2019 році в Україні було перевезено автобусним транспортом 2,02 млн осіб, попри 7,6 млн осіб у Німеччині, 3,8 млн осіб у Нідерландах та 2,3 млн осіб у Польщі. Показник автобусних перевезень свідчить, що в нашій державі більшість населення користується послугами перевізників у зв'язку із відсутністю власного автомобіля.

Авіаційний транспорт у Європі завжди посідав чільне місце. Україна отримавши безвізовий режим із країнами ЄС поступово нарощувала обсяги надання авіаційних послуг, але із початком COVID-19, який призвів до повного призупинення роботи аеропортів, невідомо чи зможе швидко відновити показники 2019 року.

Взаємодія транспортного комплексу з туристичним взаємовигідна. З одного боку, за даними Мінекономіки України, 80 - 90% доходу від пасажирських перевезень на транспорті отримується в туристичному бізнесі, з іншого - завдяки транспорту до обслуговування туристів залучаються периферійні ділянки рекреаційного простору. В умовах високого транзитного потенціалу розвиток транспортної мережі сприяв би прискоренню інтеграції України в міжнародний економічний простір, а також збільшенню потоків іноземних туристів.

До другого блоку туристичної інфраструктури слід віднести організації, які безпосередньо приймають участь у туристичному обслуговуванні. Сюди належать заклади розміщення та харчування. Готельне господарство є основною складовою туристичної інфраструктури нашої держави. Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму значною мірою пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженістю та різноманітністю їх мережі, якістю та обсягом послуг, пропонованих готельним

господарством. Готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів - забезпечують їх житлом і побутовими послугами під час подорожі.

Згідно з функціональною структурою підприємств готельного господарства на території України послуги з тимчасового проживання у 2017 р. надавали 1704 готелів, 137 мотелів, 36 хостелів, 12 кемпінгів, 501 молодіжні турбази та гірські притулки, 214 гуртожитків для приїжджих.

В табл. 1.5 наведено динаміку розвитку колективних засобів розміщення в Україні, Німеччині, Нідерландах та Польщі за період 2011–2019 рр

Таблиця 1.5

Динаміка розвитку колективних засобів розміщення в Україні, Німеччині, Нідерландах та Польщі за період 2011–2019 рр

Рік	Колективні засоби розміщення, од				Кількість місць у КЗР, тис. од			
	Україна	Німеччина	Нідерланди	Польща	Україна	Німеччина	Нідерланди	Польща
2011	5882	13495	3273	8374	567,3	1489,8	243,3	627,6
2012	6041	13384	3429	8862	583,4	1439,1	284,1	714,9
2013	6411	13307	3505	8843	586,6	1392,1	293,6	723,7
2014	4572	13270	3502	9219	406,0	1291,4	309,7	742,5
2015	4341	13193	3510	10293	402,0	1029,8	318,8	772,8
2016	4256	12965	3561	10638	375,6	998,1	327,2	783,6
2017	4115	12962	3525	10943	359,0	992,8	374,9	792,8
2018	4719	12920	3756	11097	300,0	990,3	382,1	812,2
2019	5335	12876	3849	11 251	370,6	987,8	392,6	825, 5

Джерело: [19]

Дані, представлені у табл. 1.5, свідчать, що в Україні за останні дев'ять років спостерігається незначне скорочення закладів готельної справи. Адже, із 5882 од. у 2011 році до 2019 року залишилось 5335 од. Ми можемо припустити, що у зв'язку із пандемією на COVID-19 їх кількість зменшуватиметься надалі. У Німеччині теж спостерігається незначне скорочення кількості закладів

розміщення. Із 13495 од. у 2011 році до 12876 од. у 2019 році, що на 619 од. менше у порівнянні з базовим періодом. Із аналізованих країн лише Польща динамічно розвиває готельну базу.

На жаль, на даний час стан більшості об'єктів готельного господарства залишається на рівні, далекому від світових стандартів, перелік додаткових послуг вітчизняних готелів значно менше, ніж у більшості готелів Європи, які пропонують своїм клієнтам понад 80 найменувань додаткових послуг.

Санаторно-курортна справа в Україні є одним з найдавніших видів рекреації. Вітчизняні кліматичні курорти добре відомі й користувалися попитом, починаючи з XIX ст., однак найбільшого розвитку зазнали в XX ст. В Україні існувала розвинена мережа санаторно-курортних та оздоровчих закладів, але останнім часом в країні зменшується кількість спеціалізованих закладів, персоналу та оздоровлених осіб.

Інфраструктура є важливою складовою туризму, завдяки їй відбувається освоєння туристичних ресурсів, підвищуються їх привабливість, доступність для туристів, збільшується туристська ємність території (без шкоди для навколишнього середовища), компенсується несприятливий вплив природно-кліматичних умов регіону.

Важливою складовою туристичної галузі є заклади харчування, оскільки від їх функціонування залежить організація туристичної діяльності. Національний ринок ресторанних послуг характеризується активним розвитком економічних відносин і господарських зв'язків, що складаються між його учасниками. На сьогодні в Україні ресторанний бізнес представлений майже всіма типами закладів та їх форматами. Ресторанне господарство є особливою складовою сфери гостинності, тому актуальність дослідження тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в Україні у сучасних умовах господарювання пов'язана з високою його ризикованістю і водночас соціальністю, із задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля.

Зараз в Україні діяльність у сфері ресторанного господарства здійснюють як ресторани підприємства, так і підприємства різних видів діяльності, структурними підрозділами яких є заклади ресторанного господарства (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

**Кількість закладів і посадкових місць у рестораних закладах
України 2014-2019 рр**

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість підприємств ресторанного господарства	46226	45028	44744	54343	56147	57712
Загальна кількість закладів ресторанного господарства у складі підприємств юр.осіб різних видів економічної діяльності	30568	24946	23369	21619	20578	26751
Кількість закладів ресторанного господарства у складі підприємств ресторанного господарства	12151	10404	99117	9087	9344	11212
Кількість закладів ресторанного господарства у складі підприємств інших видів економічної діяльності	18417	14542	13452	12532	11234	14043
Питома вага закладів ресторанного господарства у складі підприємств ресторанного господарства у загальній кількості закладів ресторанного господарства, %	39,75	41,71	42,44	42,03	45,41	41,57
Середня кількість закладів ресторанного господарства на 1 підприємство ресторанного господарства	2,33	2,07	2,09	2,09	2,25	2,12
Кількість посадкових місць у всіх закладах ресторанного господарства, тис. од.	1771	1636	1595	1521	1272	1526
Середня кількість посадкових місць на 1 заклад ресторанного господарства	57,9	65,5	68,2	70,4	71,5	65,8

Джерело: побудовано на основі [17]

За станом на 2019 р. в Україні функціонувало 57712 підприємства - юридичних осіб, що на 20,6 % менше порівняно з 2014 р. Протягом цього періоду загальна кількість закладів ресторанного господарства, що здійснюють

свою діяльність у складі підприємств - юридичних осіб усіх видів економічної діяльності, зменшилася з 30568 до 20578 - на 32,7%, а кількість закладів ресторанного господарства, що здійснюють свою діяльність у складі підприємств ресторанного господарства, зменшилась з 12151 до 9344 – на 23,1%.

Зниження купівельної спроможності українців у 2015 році спричинило закриття близько 1500 ресторанів і кафе (без урахування непідконтрольних територій) по Україні. Необхідно зазначити, що економічну кризу не змогли подолати ті заклади, що працювали на межі рентабельності та орендували приміщення.

Станом на 01.12.2020 року в Україні зареєстровано 57712 закладів ресторанного господарства, з них основну кількість становлять приватні заклади (98,3%). У структурі закладів ресторанного бізнесу 52,2% займають ресторани, кафе та бари, майже 21% ринку займають заклади швидкого харчування (фаст-фуди), 7,3% – паби та нічні клуби, 23,6% – заклади з надання кейтерингових послуг, 3,9% – заклади харчування при готелях і 20,3 – заклади харчування при АЗС (рис. 1.3).

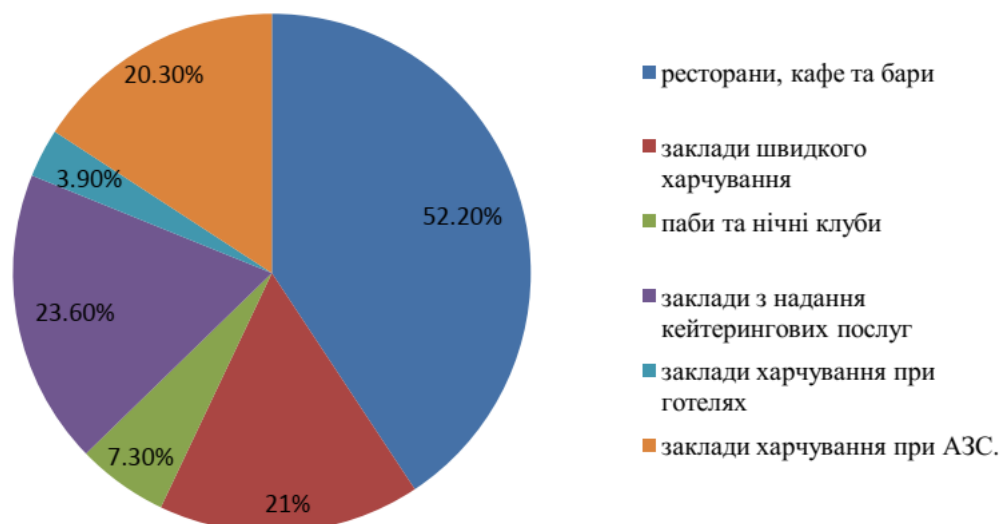


Рис. 1.3. Структура закладів ресторанного ринку в Україні

Джерело: [17]

Проаналізуємо забезпеченість України закладами ресторанного господарства (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Забезпеченість населення України закладами ресторанного господарства станом на 01.01.2020 р. у розрізі областей

№	Область	Кількість закладів, од.	Населення, осіб	Забезпеченість, од./10 тис. осіб
1	Вінницька область	1727	1560 394	11,07
2	Волинська область	1015	1 035 330	9,80
3	Дніпропетровська область	2977	3 206 477	9,28
4	Донецька область	2390	4 165 901	5,74
5	Житомирська область	1142	1 220 193	9,36
6	Закарпатська область	2855	1 256 802	22,72
7	Запорізька область	1830	1 705 836	10,73
8	Івано-Франківська область	2867	1 373 252	20,88
9	Київська область	4505	1 767 940	25,45
10	Кіровоградська область	938	945 549	9,92
11	Луганська область	1134	2 151 833	5,27
12	Львівська область	3606	2 522 021	14,30
13	Миколаївська область	1080	1 131 096	9,55
14	Одеська область	3722	2 380 308	15,64
15	Полтавська область	2135	1 400 439	15,25
16	Рівненська область	1265	1 157 301	10,93
17	Сумська область	1569	1 081 418	14,51
18	Тернопільська область	769	1 045 879	7,35
19	Харківська область	3698	2 675 598	13,82
20	Херсонська область	1271	1 037 640	12,25
21	Хмельницька область	2655	1 264 705	20,99
22	Черкаська область	1518	1 206 351	12,58
23	Чернівецька область	1025	904 374	11,33
24	Чернігівська область	1019	1 005 745	10,13
	Разом	257712	39202382	14,72

Джерело: складено автором на основі аналізу даних державного інфо-сервісу Start Business Challenge

Як видно з наведених даних, забезпеченість закладами ресторанного господарства по Україні в цілому складає 57712 об'єктів на майже 39 млн. осіб. У розрізі областей найбільший показник мають Київська (4505 об'єктів),

найменший – Тернопільська (769 об'єктів). При цьому в чотирьох областях забезпеченість закладами значно перевищує середнє значення по Україні в цілому. За даними державного інфо-сервісу Start Business Challenge в країнах Західної Європи цей показник дорівнює 32 об'єктам на 10 тис. мешканців, що майже на 54 % перевищує значення показника для України.

Україна, володіючи численними історичними та культурними цінностями, унікальними рекреаційними ресурсами, зможе досягти значного економічного ефекту в туристичному бізнесі. Основою такого розвитку є інвестування, яке повинно відбуватися в рамках інвестиційних проектів, як наприклад, - формування транспортної інфраструктури, будівництво крупних об'єктів та споруд, підготовка інфраструктурних систем життєзабезпечення для реалізації проектів освоєння нових рекреаційних територій, тощо.

Головним завданням розвитку туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму є підвищення якісного рівня функціонування всіх елементів на основі запровадження спеціальних інновацій у контексті глобальних тенденцій. У глобальний туристичний простір країні доцільно включатись із високоефективною туристичною інфраструктурою, борючись за власного та іноземного туриста. Це вимагає дотримання глобальних імперативів, враховуючи власний туристичний потенціал. Принципами розвитку туристичної інфраструктури мають бути:

- 1) технологічна і культурна прогресивність;
- 2) комплексність і алгоритмічна замкнутість елементів;
- 3) об'єднання і координація зусиль держави і бізнесу, розвиток державно-приватного партнерства;
- 4) поєднання стимулюючого впливу ринку і провідну роль держави;
- 5) урахування регіональної специфіки;
- 6) підтримка структурної гнучкості та збалансованості;
- 7) створення умов для інноваційної активності та гнучкості;
- 8) підвищення якості функціональної інтеграції всіх елементів (блоків, підсистем) туристичної інфраструктури. Підходи до розвитку національної

туристичної інфраструктури наведені на рис. 1.4.

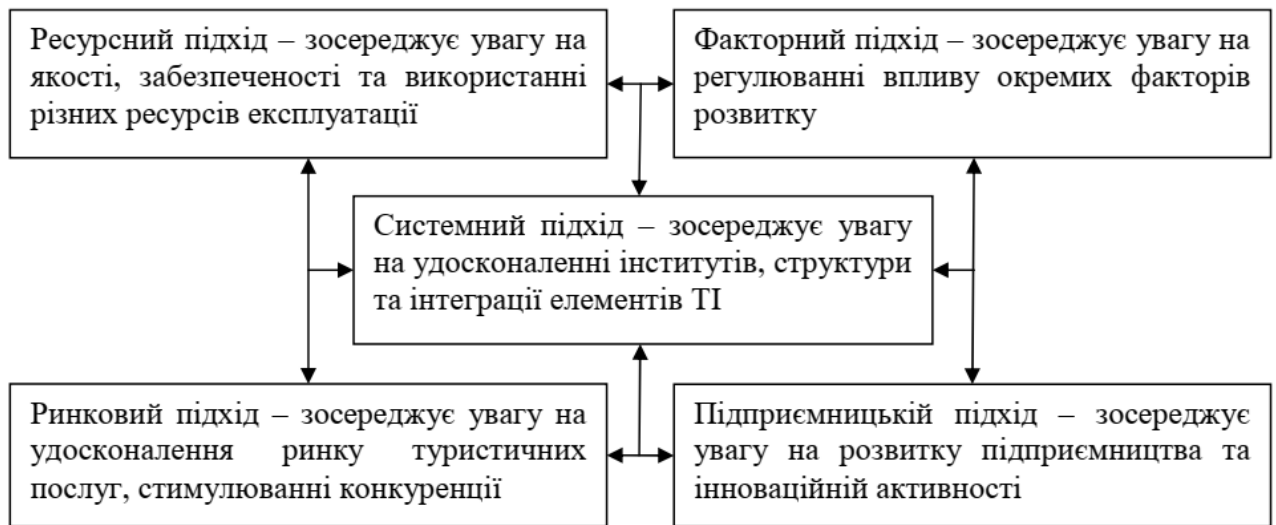


Рис. 1.4. Підходи до розвитку національної туристичної інфраструктури

Джерело: [9]

Основними напрямками розвитку національної туристичної інфраструктури в умовах глобалізації є: 1) формування та розвиток туристичних кластерів; 2) підтримка малого і середнього підприємництва у туристичній сфері; 3) стимулювання інновацій у сфері туризму; 4) підтримка розвитку окремих туристичних зон (територій) у межах країни, зберігаючи їх специфіку. Це вимагає запровадження прогресивних моделей і підходів до розвитку туристичної інфраструктури, погоджуючи національний і регіональний поступ. Особливо потрібно наголосити на ролі держави. У сфері туристичної інфраструктури, як й інших видів інфраструктури, є численні «провали» ринку. Держава повинна не лише ліквідувати їх, але й забезпечити сталість режиму функціонування туристичної інфраструктури. Це стосується не тільки конкурентного порядку, а й соціальних імперативів. В Україні роль держави є особливо важливою, враховуючи зростання туристичної конкурентоспроможності багатьох інших країн, головним чином сусідніх. Тому потрібно акцентувати увагу на необхідності проведенні цілісної політики розвитку туристичної інфраструктури з чіткими міжнародними аспектами. Це

має охоплювати не лише нормотворчу діяльність, а й прогностичний, освітній, інвестиційний, адміністративний аспекти. Держава має сфокусуватись на розвитку туристичної інфраструктури як основі туристичної індустрії та включення України у глобальний туристичний простір.

Висновки за розділом 1

Необхідність розвитку інфраструктури та управління нею розуміється як соціальний процес. Основними властивостями інфраструктури туризму є: цілісність, відносна стійкість, а також залежність показників розвитку туризму від сучасного стану інфраструктури. Для організації мобільного відпочинку, якого прагнуть сучасні туристи, необхідна наявність повноцінної системи інфраструктури туризму, відсутність хоча б однієї ланки в даній системі порушує повну задоволеність у потребах туристів. Для вирішення завдань щодо розвитку сфери туристичних послуг України необхідно ввести відповідні зміни та доповнення до діючого законодавства з питань туризму; здійснити програму створення розгалуженої інфраструктури в галузі, провести реконструкцію матеріальної бази туризму; забезпечити цивілізовані умови щодо перетину кордону (прикордонний, митний контроль); відкрити туристичні представництва в зарубіжних країнах.

Реалізація наведених заходів дозволить посилити темпи розвитку туристичної сфери, надасть можливість проводити активну загальнодержавну політику в цій важливій складовій економіки України, забезпечити дійову координацію заходів центральних та місцевих органів виконавчої влади, громадських організацій, що сприятиме збільшенню туристичних потоків на внутрішньому ринку туристичних послуг, створенню необхідних умов для швидкого розвитку суміжних галузей, організації нових робочих місць, збільшенню надходжень до бюджетів усіх рівнів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЖИТОМИР

2.1. Характеристика загальної інфраструктури та туристичного потенціалу м. Житомир

Житомир – обласний адміністративний, економічний та культурний центр, місто обласного значення, територія якого становить 6083 га, з них 39 км² — забудована територія. За територією км² у зіставленні по містах – обласних центрах України станом на 1 січня 2020 р. Житомир посідав 18 місце, по кількості населення – 13 місце, а за щільністю населення - 6 місце, поступаючись Одесі, Вінниці, Львову, Рівному, Луцьку. Це одне із стародавніх міст України, розташоване у її центрі на межі Лісостепу і Полісся, засноване у 884 році. Станом на 01.01.2020 рік у м. Житомирі проживало 267,6 тисяч осіб, з них 266,4 тис. – постійне населення, що складає близько 1/5 усього населення регіону (Житомирської області). Основна частина населення міста – українці (83%). Крім того, тут проживають росіяни, білоруси, поляки, євреї – усього понад 30 національностей.

Місто Житомир є адміністративним центром обласної, міжрайонної (у складі міст Житомира та Бердичева, та районів: Андрушівського, Бердичівського, Брусилівського, Володарсько-Волинського, Коростишівського, Любарського, Попельнянського, Радомишльського, Руженського, Червоноармійського, Черняхівського, Чуднівського та Житомирського) та районної системи розселення (включає 3 селища міського типу — Озерне, Гуйву та Новогуївинське, а також 87 сіл). Саме місто Житомир безпосередньо не входить у Житомирський район, однак є його адміністративним центром. У місті сформувались 2 адміністративні райони — Корольовський та Богунський, які різняться загальною площею (Богунський — 30 км²; Корольовський — 31 км²), характером та капітальністю забудови, а також кількістю та щільністю населення, яке проживає в цих районах (Богунський — 150 500 осіб;

Корольовський — 117 100 осіб) [20].

Житомир – економічний та науково-технічний центр області. Підприємства міста виробляють третину обласного обсягу промислової продукції. Тут випускають електронні прилади, тканини, меблі, взуття, проте більше половини промислового виробництва міста складають продукти харчування. Житомир не є мономістом, в якому економіка залежить від одного підприємства, або підприємств однієї галузі. Відтак, є резерви для створення нових робочих місць / посад на підприємствах різних видів економічної діяльності і, в перспективі, позиціонування як «розумне місто», завдяки: розвитку економіки, зокрема її третинного сектору – сфери послуг; ефективному менеджменту; інвестиціям в людський капітал; запровадженню креативної індустрії; розвитку інфраструктури за моделлю «Місто для людини». 120 підприємств надають інформаційні послуги та послуги комп'ютерного програмування, консультування. Іноземні інвестиції знаходяться в обігу 135 підприємств міста (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Основні показники підприємств міста Житомир за розмірами компаній за 2019 рік

Показник	Усього	у тому числі			
		великі	середні	малі	з них мікропідприємства
Кількість підприємств:					
Усього, одиниць	2506	2	116	2388	-
відсотків до загальної кількості підприємств по місту	100	0,08	4,63	95,29	-
Кількість зайнятих працівників:					
Усього, осіб	42944	4696	- ^к	13584	5381
відсотків до загальної кількості зайнятих працівників по місту	100	10,94	-	31,63	12,53%
Кількість найманих працівників:					
Усього, осіб	42156	4696	- ^к	12800	4639
відсотків до загальної кількості найманих працівників по місту	100	11,14	-	30,36	11,00%
Фінансовий результат до оподаткування, млн. грн.	-391,4	- ^к	- ^к	48,2	-23,7
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	-527,4	- ^к	- ^к	4,3	-42,0

Джерело: [20]

Протягом 2020 року на території області провадили господарську діяльність 6,6 тис. підприємств, з них 2,5 тис. або 37,9% (як і торік) у місті Житомирі, переважна більшість яких: малі – 2388, середніх налічувалось 116, великих – 2. У їх структурі відбулись несуттєві зміни: на 0,4 в.п. зросла частка малих підприємств у загальній кількості, а частка середніх та великих зменшилась відповідно на 0,3 в.п. та 0,1 в.п. відповідно.

У 2020 році понад 73% підприємств міста отримали 589,9 млн. грн. чистого прибутку, решта – 1117,3 млн. грн. чистого збитку [20]. Чистим фінансовим результатом 2020 господарського року став збиток у 527,4 млн. грн., при цьому внеском малих підприємств у цей показник став прибуток у 4,3 млн. грн., мікропідприємства отримали 42,0 млн. грн. чистого збитку [20]. У 2020 році рівень збитковості всієї діяльності підприємств міста зменшився проти попереднього періоду з 5,5% до 3,4%. Тобто, на 1 гривню витрат, понесених у господарській діяльності, отримано 3,4 коп. збитку (табл. 2.2) [14].

Таблиця 2.2

Попит і пропозиція на ринку праці міста Житомира

Показник	2016	2017	2018	2019	2020
Кількість зареєстрованих безробітних, станом на 31 грудня, осіб	2436	2177	1629	1815	1821
Потреба підприємств в працівниках, одиниць	1027	720	399	635	379

Джерело: [20]

Кількість зареєстрованих безробітних по місту за період скоротилась на 23,8%, потреба роботодавців у працівниках також скоротилась – на 59,1%. За результатами 2020 року по місту потреба роботодавців у працівниках змогла б забезпечувати потребу 20,8% пошукачів роботи (скорочення проти базового періоду на 17,9%).

Якщо розглядати загальну інфраструктуру, то в міста достатньо медичних закладів, аптек. Щодо закладів банківської сфери, то для туристів найбільш

необхідними є банкомат. На рис. 2.1. наведено банкомати, розташовані в місті Житомир, де туристи можуть отримати готівку.

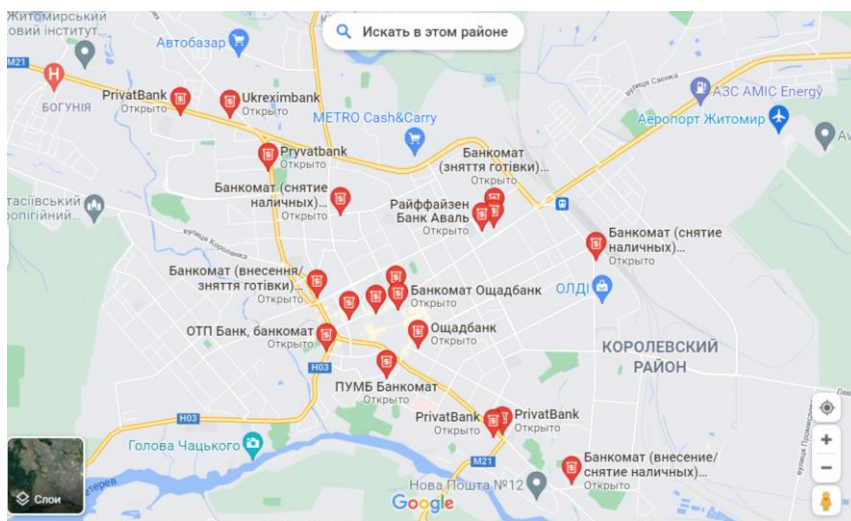


Рис. 2.1. Географія банкоматів в м. Житомир

Джерело: результати пошуку в Google

Місто Житомир має туристичний потенціал, оскільки на території міста наявні як туристичні об'єкти, так й інфраструктура, розрахована на різні категорії туристів. Зокрема, слід виділити наступні ресурси міста та передмістя:

- природні (рельєф, краєвиди, водні об'єкти, радонові мінеральні води тощо);
- історико-культурні (археологічні, історичні, монументального мистецтва, архітектури та містобудування тощо);
- соціально-економічні (об'єкти розміщення туристів, заклади обслуговування, забезпечення транспортом тощо).

На рис. 2.2. наведено природні ресурси, структура ландшафту, зелені й охоронні території, небезпечні та забруднені зони м. Житомир.

До складу природно-заповідного фонду Житомира входять 5 об'єктів:

- а) ботанічний сад Національного агроекологічного університету (35,4 га);
- б) парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва місцевого значення ім. Ю.Гагаріна (36,0 га);
- в) гідрологічна пам'ятка природи місцевого значення «Радонові джерела»

(0,01 га);

г) геологічна пам'ятка природи місцевого значення «Скеля 'Голова Чацького'» (0,01 га);

д) геологічна пам'ятка природи місцевого значення «Скеля 'Чотири брати'» (0,2 га).

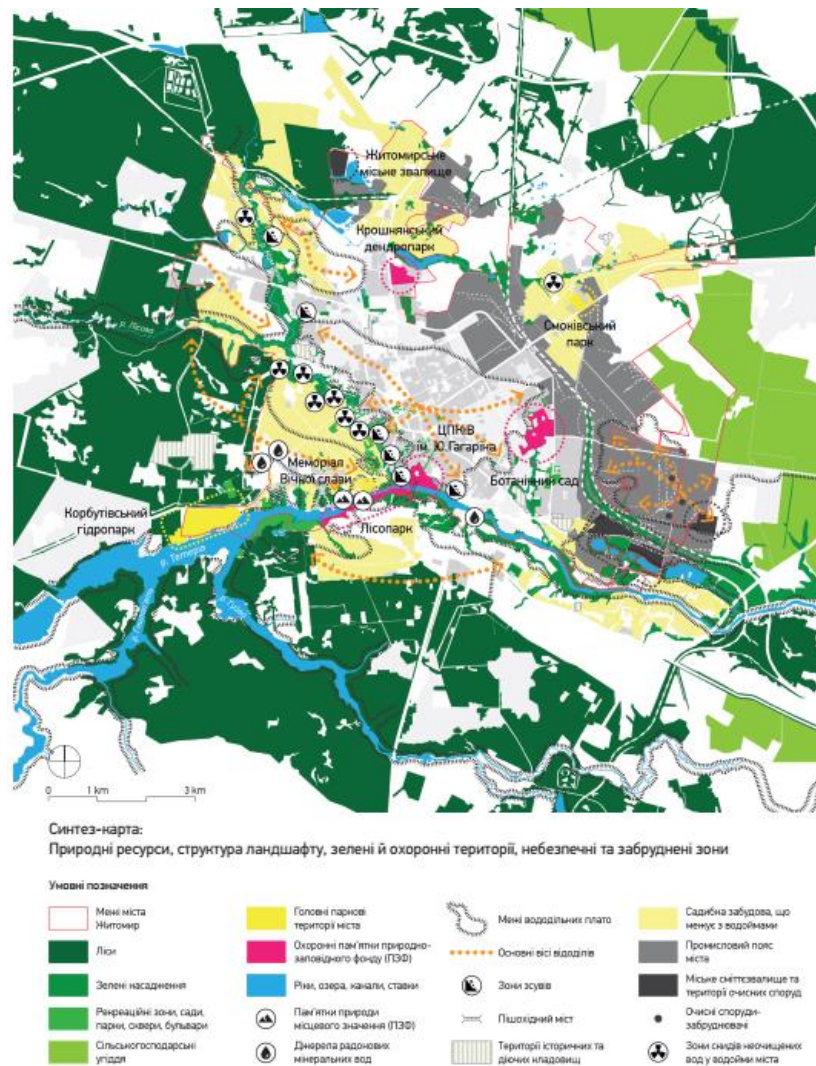


Рис. 2.2. Природні ресурси м. Житомир

Джерело: [20]

Скеля "Чотири брати" – геологічна пам'ятка природи місцевого значення в Україні. Названа вона так тому, що на скелі є чотири виступи, які за своєю формою нагадують людські фігури. Скеля "Чотири брати" знаходиться на околиці Житомира і височіє над річкою Тетерів, біля дамби водосховища.

Ширина скелі становить 150 метрів, а висота – 20 метрів над рівнем моря. Площа узвишся становить 0,2 гектара. Статус геологічної пам'ятки природи місцевого значення скеля отримала 1967 року. Ця місцевість є дуже мальовничою, тому тут часто буває багато відпочиваючих [21].

Під Житомиром, на березі річки Тетерева, стоїть гранітна скеля з вершинним каменем, який має форму людської голови. Скеля Голова Чацького – це пам'ятка природи, що утворилася в результаті вивітрювання гранітних порід.

Зазначені в таблиці об'єкти природно-заповідного фонду створені ще в кінці 1960-х – на початку 1970-х років ХХ століття. Так, у самому центрі міста знаходиться Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва місцевого значення ім. Ю.Гагаріна, що розділений підвісним пішохідним мостом на дві частини. При цьому, інформаційні знаки, що були б направлені на інформування населення щодо меж заповідного об'єкту, категорії його заповідання та режиму і правил поведінки в ньому відсутні. Жителі міста навіть і не знають, яку цінність має дана територія. Парк культури та відпочинку ім. Ю. Гагаріна був заснований у дев'ятнадцятому столітті відомим меценатом і дослідником на Волині – бароном Іваном Максиміліановичем Де Шодуаром. Частина дерев які збереглися мають 300-350 – літній вік. Гінго, платан, горіх медвежий – єдиний екземпляр на Житомирщині. Взагалі територія парку насичена цінною дендрофлорою, вона представлена 80 породами дерев і чагарників, Батьківщиною яких являється Молдавія, Середня Азія, Сибір, Далекий схід.

Окрім належного збереження та охорони вже існуючих об'єктів природно-заповідного фонду, перспективними для заповідання також є лісопаркові зони, що прилягають до території міста.

Основними водосховищами, що забезпечують м. Житомир питною водою, є «Денишівське» (село Дениші) та «Відсічне» (село Тетерівка). Слід зазначити, що значний природний ресурс, наявний в районі — мережа рік Тетерів, Гуйва, Глиноп'ять, Кам'янка, Шийка, Бобрівка, Коднянка — значною мірою нівелюється їх незадовільним станом. Зокрема, екологічно

незбалансована господарська діяльність, значний обсяг забруднення водних ресурсів, залучених у виробничу сферу, безсистемна (у тому числі, незаконна) забудова прибережних територій, відсутність у більшості сільських населених пунктів організованих сміттєзвалищ, скидання забруднених або недостатньо очищених вод внаслідок відсутності очисних споруд та/або незадовільної роботи існуючих призвели до вкрай негативного стану водойм району та їх природно-захисних смуг.

Згідно з «Екологічним паспортом Житомирської області» протягом 2018-2020 років основними забруднювачами атмосферного повітря міста та області в цілому залишаються ТОВ «Обіо» та КП «Житомиртеплокомуненерго», у 2019 році забруднювачем повітряного басейну було також ПАТ «Біомедскло». Найбільше викидів забруднюючих речовин від пересувних джерел надійшло у повітряний басейн міста протягом 2018 року, зменшення викидів спостерігалось протягом 2019-2020 років. Основним забруднювачем у цій категорії є автомобільний транспорт.

Житомир внесений до Державного реєстру історичних міст України. На території міста розташовані численні пам'ятки культурної спадщини, з яких 11 пам'яток національного значення та 168 пам'яток місцевого значення. Туристичні об'єкти та атрактори Житомира мають привабливість для туристів, оскільки деякі з них відзначаються рідкісними колекціями та характеризуються унікальністю. Ключові об'єкти-ідентифікатори сконцентровані у наступних частинах міста, утворюючи своєрідні кластери:

а) в історико-адміністративній частині центру — в межах Замкової гори та вулиць М.Грушевського, Покровської, Михайлівської, Малої Бердичівської та Черняхівського (1 — Єзуїтська Юридика, собор Святої Софії, Свято-Преображенський кафедральний собор, Свято-Михайлівський кафедральний собор, Семінарійський костюл святого Іоанна з Дуклі; 2 — музей ім. Бориса Лятошинського, Житомирський обласний краєзнавчий музей, городище «Замкова гора»; 3 — кінотеатр ім. Івана Франка, кінотеатр «Україна»; 4 — Житомирський академічний музично-драматичний театр ім. І.Кочерги);

б) в районі вул. Пушкінської (2 — водонапірна вежа; 4 — Житомирська обласна філармонія ім. С.Ріхтера);

в) у східній частині центру — уздовж вулиць Коцюбинського, Пушкінської, Шевченка, Святослава Ріхтера, Дмитрівської та Івана Франка (1 — Лютеранська кірха; 2 — Дім української культури, маєток Філіпова, Музей пожежної охорони, Музей космонавтики ім. С.Корольова).

Слід також відзначити окремі об'єкти-атрактори: 1) Літературно-меморіальний музей В.Г. Короленка на однойменному майдані у північно-західній частині центру; 2) кінотеатр «Мультиплекс» в ТРЦ «Глобал UA» по вул. Київській (на в'їзді в місто); 3) кінотеатр «Космос» на Польовому майдані мікрорайону «Східний»; та 4) кінотеатр «Жовтень» на майдані Корольова (поблизу східної межі міста) [20].

В табл. 2.3. наведено повний перелік найбільш значущих культурно-історичних об'єктів м. Житомир.

Таблиця 2.3.

Культурно-історичні об'єкти м. Житомир

№	Назва об'єкта	Опис об'єкта
1.	Музей імені Бориса Лятошинського	Музей Бориса Лятошинського в Житомирі єдиний в Україні.
2.	Житомирський обласний краєзнавчий музей	Один з найстаріших музейних закладів України. Гордість музею – збережене мистецтво Західної Європи XVI ст. - початку XX ст., переважно живопис.
3.	Музей космонавтики імені Сергія Корольова	Кваліфіковані екскурсоводи проводять оглядові та тематичні екскурсії (в тому числі англійською, польською та французькою мовами), враховуючи вікові категорії, інтереси та підготовленість відвідувачів
4.	Літературно меморіальний музей В. Г. Короленка	Експозиція розгорнута у будинку, де пройшли дитячі та ранні юнацькі роки В.Г. Короленка. Основний фонд музею становить понад 10 тис. одиниць.
5.	Пожежна вежа (Музей пожежної охорони)	Побудована в 1894 році. Знаходиться в робочому стані, і разом з тим є архітектурною пам'яткою місцевого значення. У музеї можна ознайомитися з історією розвитку системи пожежогасіння та пожежної техніки.
6.	Літературний музей	У музеї зібрано близько 5 тисяч одиниць речей музейного значення.
7.	Дім української культури	Відвідувачам пропонується 6 виставкових залів, в яких представлено вироби народної творчості, побутові речі, зброя козацької доби; картини житомирських художників.
8.	Водонапірна вежа	Побудована в 1898 році за проектом архітектора К. Енша. Не діє. пам'ятник архітектури місцевого значення

Продовження табл. 2.3

№	Назва об'єкта	Опис об'єкта
9.	Городище “Замкова гора”	Гора на березі річки Кам'янка, на якій до ХІХ століття стояв кам'яний замок, оточений ровами. Зараз на території замку розбитий міський сквер, встановлено пам'ятний знак на честь заснування Житомира.
10.	Масток Філіппова	Двоповерховий будинок в стилі бароко. Є пам'яткою архітектури місцевого значення
11.	Свято Михайлівський кафедральний собор	Пам'ятка архітектури місцевого значення і храм Української Православної Церкви Київського Патріархату в м. Житомирі. Собор побудований у 1856 році на кошти житомирського купця Михайла Хаботіна.
12.	Свято Преображенський Кафедральний собор	Є пам'яткою архітектури і храмом УПЦ МП. Витриманий у російсько-візантійському стилі з характерними рисами древньоросійської архітектури ХІ–ХІІ сторіч.
13.	Семінарійський костьол святого Іоанна із Дуклі	Був збудований у неокласичному стилі в 1838 – 1842 рр. для потреб Луцько Житомирської духовної семінарії. В 1993 році костел був відреставрований та визнаний пам'яткою архітектури національної ваги.
14.	Житомирська обласна філармонія імені Святослава Ріхтера	Одна з унікальних пам'яток Житомира ХVІІІ ст. – філармонія, збудована ще в 1858 році як приміщення для театру.
15.	Єзуїтська Юридика	Історична місцевість в центральній частині Житомира, на березі річки Кам'янка біля Замкової гори. На сьогодні лишилися напівзруйновані келії монастиря
16.	Лютеранська кірха в Житомирі	Споруджена в 1896 році. Автором цього проекту в неготичному стилі був Арнольд Енш. Данило Ріхтер грав на органі в храмі.
17.	Собор Святої Софії в Житомирі	Побудований в стилі бароко та ренесансу. У ХІХ ст. собор відреставрований у класичному стилі. Внутрішнє оздоблення – ліпнина, розпис стін – збереглися до нашого часу. Сьогодні собор діючий, приваблює і віруючих, і туристів. Тут проводяться католицькі богослужіння.

Джерело: розроблено автором на основі [20]

До зазначених в табл. 2.3. об'єктів можна ще додати Монумент Вічної Слави, встановлений на одній з найвищих точок міста і видимий здалеку. Монумент являє собою високу масивну колону циліндричної форми, висічену з житомирського лабрадориту, на якій встановлена скульптурна композиція. Біля монумента горить Вічний вогонь. Від підніжжя монумента відкривається прекрасний вид на місто, ліси, що оточують його та греблю, яка утворює Житомирське водосховище.

На рис. 2.3. Територіальне розташування рекреаційних та туристичних об'єктів м. Житомира

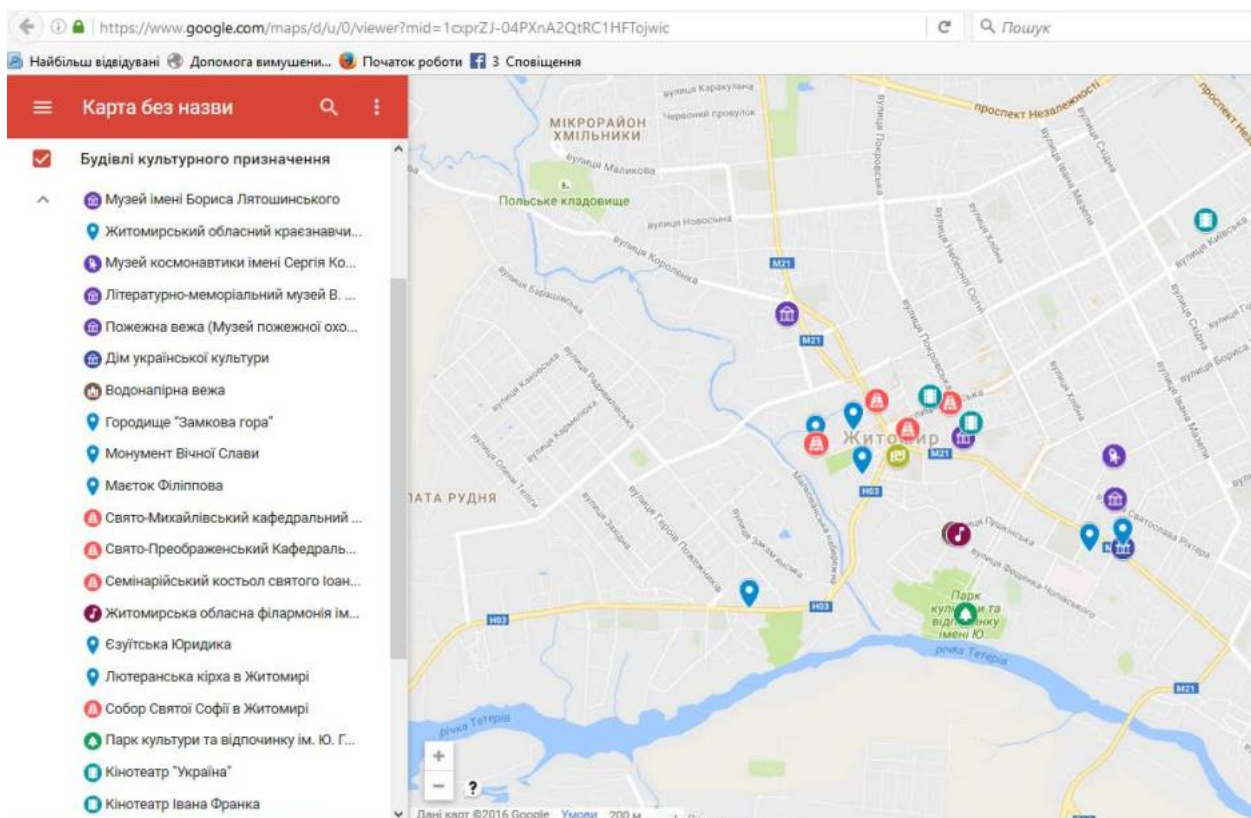


Рис. 2.3. Територіальне розташування рекреаційних та туристичних об'єктів міста Житомира

Джерело: розроблено автором

До нових туристичних об'єктів міста варто додати Приватний музей старовинного інструменту "Ремісничий двір" (вул. Богдана Хмельницького, 42). Ремісничий Двір - історичний музей старовинного інструменту, який існує вже більше 20-ти років, аналогів якому ще немає в Україні. У спеціальних павільйонах та облаштованих музейних зонах "Ремісничого двору" можна не лише оглянути кілька тисяч експонатів, але й дізнатися про історію кожного з них, сферу його використання і потримати в руках інструмент минулого чи навіть позаминулого сторіччя. Усі речі – оригінали, а деякі навіть у робочому стані. Вся музейна колекція розділена на частини, в кожній з яких представлені старовинне обладнання та інструменти, які використовувалися представниками різних професій: від цирульників до стельмахів, теслярів та ковалів; від сокир, жорен до верстатів і машин. Дуже цікава також колекція предметів старовинного побуту: ручний пристрій для обсмажування кавових зерен,

дерев'яна пloyка та інші незвичайні інструменти. Є на території музею і діюча копія старовинної кузні з ковадлом (найстаріша датується 1749р.) [22].

Також варто загадати про Gnatyuk Art Center (вул. Велика Бердичівська, 24) – це найбільший арт-простір Житомира, площа якого – 550 м². Саме тут все частіше проводяться наймасштабніші творчі вечори, виставки, відбуваються презентації та зустрічі однодумців з усієї області. Дуже важливим є те, що практично на всі ці події вхід є абсолютно вільним, і потрапити на будь-який захід може кожен бажаючий. Тренінги, семінари та прес-конференції вже давно стали невід'ємною частиною цього закладу. м. Житомир [23].

Таким чином, можна зробити висновок, що в місті наявний туристичний потенціал, а статус обласного центру сприяє формуванню загальною інфраструктури.

2.2. Діагностика спеціальної туристичної інфраструктури м. Житомир

Послідовно розглянемо спеціальну туристичну інфраструктуру за основними елементами: транспортну, готельну та ресторанну. Почнемо з транспортної туристичної інфраструктури.

Житомир — великий транспортний вузол України, головною особливістю якого є безпосередня близькість до міста Києва: відстань до столиці залізницею складає 165 км, автомобільними шляхами — 131 км (близько 1 год. 35 хв. їзди). Він знаходиться на важливому історичному шляху з Києва на захід — Брест-Литовському. Тепер це дорога європейського значення Київ–Варшава. Крізь місто також проходить дорога Мінськ–Ізмаїл.

На території міста діють залізничний вокзал, два автовокзали (центральна автостанція АС-1, що сполучає Житомир з іншими областями України, та містами Європи, і автостанція АС-2 регіонального сполучення), а також міжнародний аеропорт, що реконструюється.

Місто лежить на перетині п'яти автомобільних доріг державного

значення:

- 1) автомобільна дорога міжнародного значення E40/M-06, сполученням Київ–Чоп (на Будапешт через Львів, Мукачеве, Ужгород);
- 2) автомобільна дорога міжнародного значення M-21, сполученням Житомир–Могилів-Подільський (через Вінницю);
- 3) автомобільна дорога національного значення Н-03, сполученням Житомир–Чернівці;
- 4) автомобільна регіонального значення Р-18, сполученням Житомир–Попільня–Сквира–Воладарка–Ставище;
- 5) автомобільна регіонального значення Р-28, сполученням Виступовичі (на Мозир)–Житомир (через Овруч), а також
- 6) автодорога територіального значення Т-0614, сполученням Глибочиця–Станишівка (через Калинівку та Клітчин) (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Житомир у системі розселення України: транспортні зв'язки (автотраси, залізничні шляхи, основні аеропорти та морські порти)

Джерело: [20]

Одна з найважливіших конкурентних переваг Житомира полягає у тому, що він розташований на лінії майбутнього III пан'європейського автомобільного транспортного коридору, який повинен поєднати п'ять країн — Іспанію, Францію, Німеччину, Польщу та Україну [20].

За даними управління транспорту та зв'язку Житомирської міської ради у місті налічується: трамваїв – 12 одиниць; тролейбусів – 90 одиниць, з них: 6 – призначені для людей із інвалідністю; маршрутки – 230 одиниць, з них: 27 – призначені для людей із інвалідністю. Окреслений вище громадський транспорт обслуговує 23 маршрути у місті. Через місто проходить значна кількість приміських маршрутів, а значить – через місто проїжджає велика кількість приміських автобусів та маршруток. Відповідно до інформації управління промисловості, розвитку інфраструктури та туризму Житомирської обласної державної адміністрації через Житомир проходить 57 приміських маршрутів Житомирського району. На річках та автомагістралях міста споруджено п'ятнадцять мостів і транспортних розв'язок.

На сьогоднішній день безпосередньо у місті існує один аеропорт, що розташований у його східній частині, по вул. Авіаторів 9. Варто зазначити, що частина земель знаходиться в межах міської смуги Житомира, а деякі ділянки — на землях району [20]. Аеропорт має міжнародний статус, однак будівля аеровокзалу знаходиться в незадовільному технічному стані, що гальмує його повноцінну експлуатацію. Ініціатором реставраційних робіт та інвестором проекту виступила авіакомпанія.

Також місто є важливим залізничним вузлом. Залізнична станція «Житомир» розташована на вул. Вокзальній при в'їзді в місто з боку Київського шосе. На рис. 2.5. представлено інфраструктура громадського транспорту м. Житомир.

Треба зазначити, що наразі Управління транспорту та зв'язку м. Житомир виконує 2 цільові програми. «Програма розвитку міського електротранспорту» передбачає оновлення трамвайної та тролейбусної інфраструктури, придбання тролейбусів. В рамках Програми відбувається запуск проекту «Електронний

квиток», ефективність імплементації якого потребує більш ґрунтовної фахової оцінки.

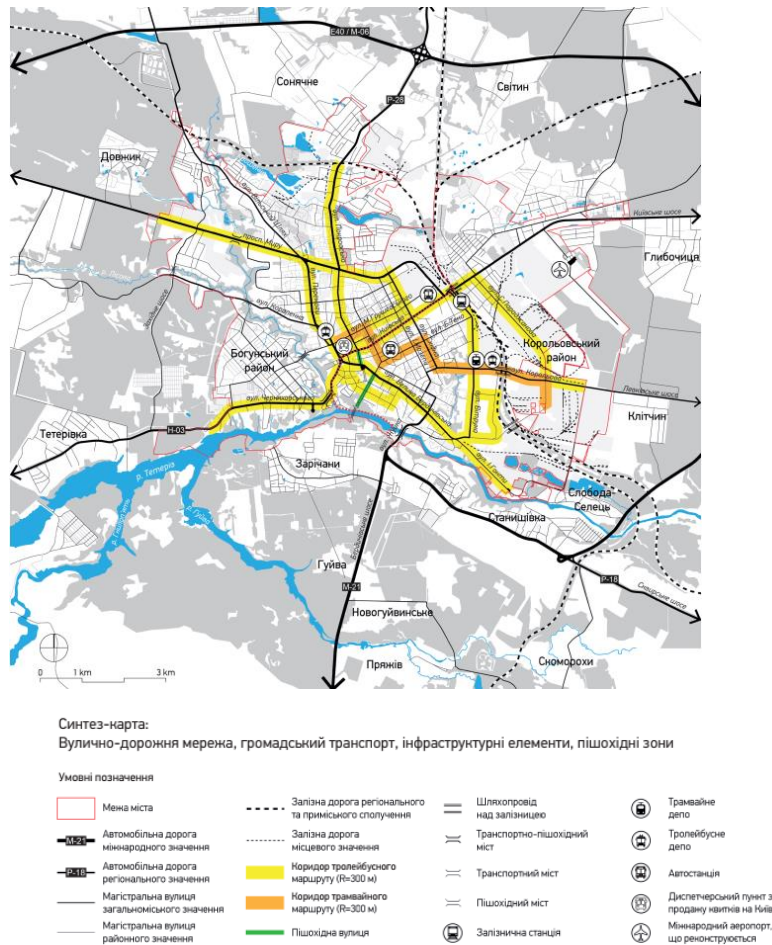


Рис. 2.5. Інфраструктура громадського транспорту м. Житомир

Джерело: [20]

Місто стало першим в Україні і навіть одним із перших у Європі, де в муніципальному транспорті запровадили валідатори і термінали для безготівкового розрахунку за квитки. Міський транспорт обладнали GPS-трекерами. На сучасних зупинках з'явилися табло з інформацією про час прибуття комунальних автобусів і тролейбусів. Приватних перевізників також зобов'язали встановити GPS-трекера [24]. В рамках «Програми організації безпеки руху транспорту та пішоходів» відбувається оновлення світлофорів, організуються паркувальні простори, встановлюються місця для паркування велосипедів. Наразі у Житомирі триває будівництво нової тролейбусної лінії у

мікрорайон Мальованка. Управління розпочинає паспортизацію вулиць, оскільки інформація комплексного технічного опису вуличного простору на сьогоднішній день відсутня.

В Житомирі є також Ретро-трамвай - не просто засіб пересування, а унікальний музей на колесах в місті. Місто стало п'ятим за рахунком в країні, де з'явився власний електричний транспорт, трапилося це 22 серпня 1899 року. Ретро-трамвай в Житомирі входить до числа найстаріших трамваїв в Україні. Великою популярністю ретро-трамвай користується у закоханих [25].

Щодо таксі, то в Житомирі представлені Таксі 838, Bolt, OnTaxi, Uklon [26].

В Житомир також є прокат електросамокатів від компанії Ecoscooter. За посадку (розблокування електросамокату) доведеться віддати 15 гривень. За кожен хвилину катання користувач сплачуватиме по 2,5 грн./хвилину. Чітко видно, що територія міста поділена на три зони. Червона, наприклад, недоступна для поїздок, в жовтій можна лише пересуватися, а в зелені спокійно їздити та залишати електросамокати [27].

Проаналізуємо інфраструктуру готельного господарства м. Житомир. Аналізуючи просторове розташування готелів та готельних комплексів, слід відзначити наступне:

а) 4 готелі розташовані в центральній частині міста (готель «Reikartz Житомир» — на Замковому майдані, 5/8; готель «Україна» — на вул. Київській, 3; готельний комплекс «Гайки» — на вул. Новий Бульвар, 6; готель «Гостинний двір» — на провулку Шодуарівському, 4);

б) 2 готелі — «Домашній» та «Королівська бочка» — неподалік р. Тетерів у південно-західній та південно-східній частинах міста відповідно;

в) 3 готелі знаходяться на перетині транспортних артерій міста: просп. Незалежності та вул. Перемоги (готель «Додо») і просп. Миру та вул. Героїв Базару (Західного шосе) (готель «Ялинка» та мотель «Гульден»);

г) 2 готелі розташовані на півночі: комплекс «Хвиля» (в районі Крошнянського дендропарку) та готель «Золоте руно» (в районі перетину вул. Покровської та автомагістралі Київ–Чоп);

д) 1 готель («Петроград») знаходиться на північному сході — в безпосередній близькості до Київського шосе,

е) 4 готелі знаходяться в сусідніх з Житомиром населених пунктах: у с. Зарічани на півдні (готель-ресторан «Шале»), в селах Кам'янка (комплекс «Дрова») і Вишпіль (хуторок «Чудодієво») — на північному заході та в с. Вереси (готель-ресторан «Стара Губернія») — на північному сході. На рис. 1.5. наведено заклади культури, готельно-туристичні об'єкти, заклади медичного обслуговування в структурі міста. З рис. 1.5 видно, що заклади готельного господарства розміщують близько до визначних місць міста Житомир, що підвищує їх привабливість для потенційних туристів. Також варто дати детальну характеристику найбільш видовим закладам розміщення туристів. В табл. 1.4. дана така характеристика.

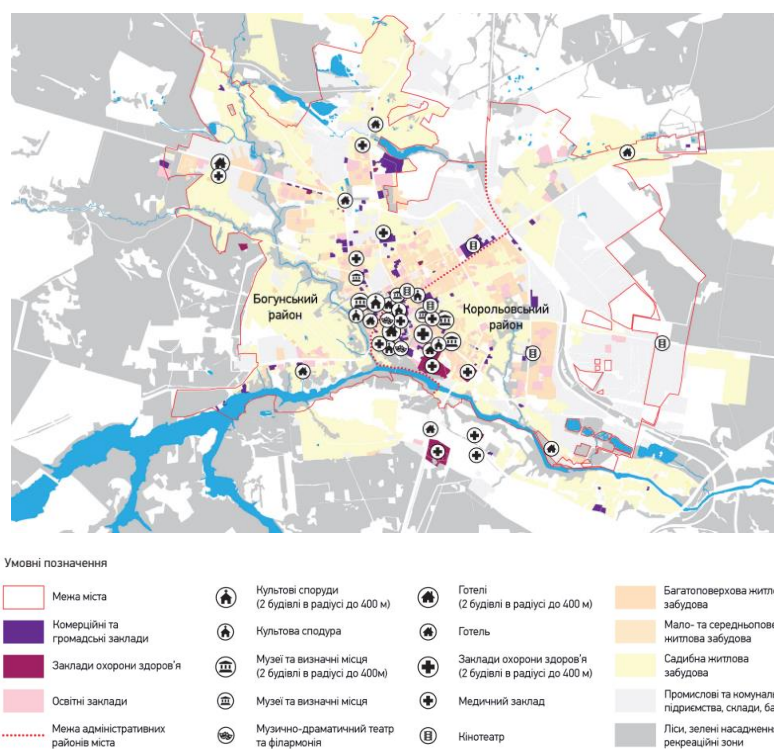


Рис. 2.6. Заклади культури, готельно-туристичні об'єкти, заклади медичного обслуговування в структурі міста Житомир

Джерело: [20]

З табл. 2.4. видно, що готельна база є різноманітною, але ємність готельного господарства відповідає тільки стану розвитку туризму в м. Житомир.

Таблиця 2.4

Характеристика закладів розміщення міста Житомир

Назва готелю	Адреса	Характеристика та вартість	Номерний фонд
Готель «Україна»	вул. Київська, 3	Кафе, два конференц-зали. Від 188,00 за місце в хостелі. Від 368, 00 за стандарт.	50 номерів. Стандарт – 14 однокім., 22 двокімнатні Люкс – 5.
Готель «Reikartz Житомир»	майдан Замковий, 5/8	Розташований в історичному і діловому центрі міста, є ресторан, лобі-бар, кав'ярня в стилі ретро, 2 конференц-зали. Від 510,00 грн.	62 номери: Класик - 14, Стандарт - 37, Суперіор - 8, Люкс - 3.
Готельний комплекс «Хвиля»	вул. Покровська, 130а	Є ресторан, бар, шість саун, більярд, тренажерний зал, конференц-зал, дитячий майданчик, Від 220,00 грн.	27 номерів класу люкс і напівлюкс.
Готель «Петроград»	вул. Саєнка, 152а	Є ресторан, сауна, більярд, інтернет, автостоянка. Від 380,00 грн.	35 номерів стандарт Напівлюкс, люкс
Готель «Додо»	вул. Ватутіна, 13	Є ресторан, бар, більярд, SPA. Від 800,00 грн.	25 номерів: люкс; стандарт
Готельний комплекс «Гайки»	вул. Новий Бульвар, 6	Є ресторан, конференц-зал, салон краси. Від 480 грн.	28 номерів: стандарт, напівлюкс, люкс, люкс комфорт
Готель «Гостинний двір»	Пров. Шодуарівський 4.	Є сауна, room service, ресторан відсутній. Від 350,00 грн.	8 номерів: 4 – номери люкс; 4 – номери стандарт
Готель «Ялинка»	пр. Миру, 50	Вартість: Хостел –100,00 грн.; Стандарт -280 - 330грн.; люкс - 380 -480грн.	44 номери: 38 номерів – класу стандарт, 3 – номери класу люкс, 3 – номери-хостели.
Мотель «Гульден»	пр. Миру, 47-а	Є бар "Гульден" в старосередньовічному стилі	5 одномісний і двомісних номерів
Готель «Домашній»	пров. Піонерських таборів, буд.4	Є вольєр для тварин. Від 250,00 грн.	17 одномісних і двомісних номерів класів економ, стандарт, люкс.
Розважально-оздор. комплекс «Королівська бочка», готель	вул. Івана Гонти, 68	Є бар, ресторан, зали для проведення різноформатних заходів Від 150 грн.	48 номерів: стандарт, люкс.
Готель «Золоте руно»	вул. Сірка, 54	Є дитяче кафе та дитячий майданчик; басейн. Від 400,00 грн.	8 номерів класу стандарт.

Продовження табл. 2.4

Назва готелю	Адреса	Характеристика та вартість	Номерний фонд
Готель-ресторан «Шале»	с. Зарічани, пл. Бердичівська, 10	Є ресторан; конференц-зал; спеціальне дієтичне меню (індивідуально). Від 400,00 грн.	10 номерів: 5 класу «Люкс» та 5 класу «Стандарт»
Готель-ресторан «Стара Губернія»	траса Київ-Чоп, поворот на с. Вереси	Ресторан, організація весіль та дитячих свят, Від 450,00 грн.	4 стилізовані номери
Хуторок «Чудодієво»	Хуторок Чудодієво вул. Лісова, 47, с. Вишпіль,	Є ресторан; баня; відпочинок на пасіці, риболовля, прогулянка верхи. Від 850,00 грн.	24 будиночки. Ємність – 50 осіб
Відпочинковий комплекс «В Дрова»	2-ий пров. Арзамакіна, 27 Житомирській р-н, с. Кам'янка	Прокат квадрациклів, катання верхи, рибалка, купання в чанах, басейн під відкритим небом). Від 250,00 грн.	5 готельних номерів Ємність – 18 осіб.

Джерело: розроблено автором

З метою дослідження географічної конкуренції готельних закладів міста Житомир побудуємо рис. 2.7.

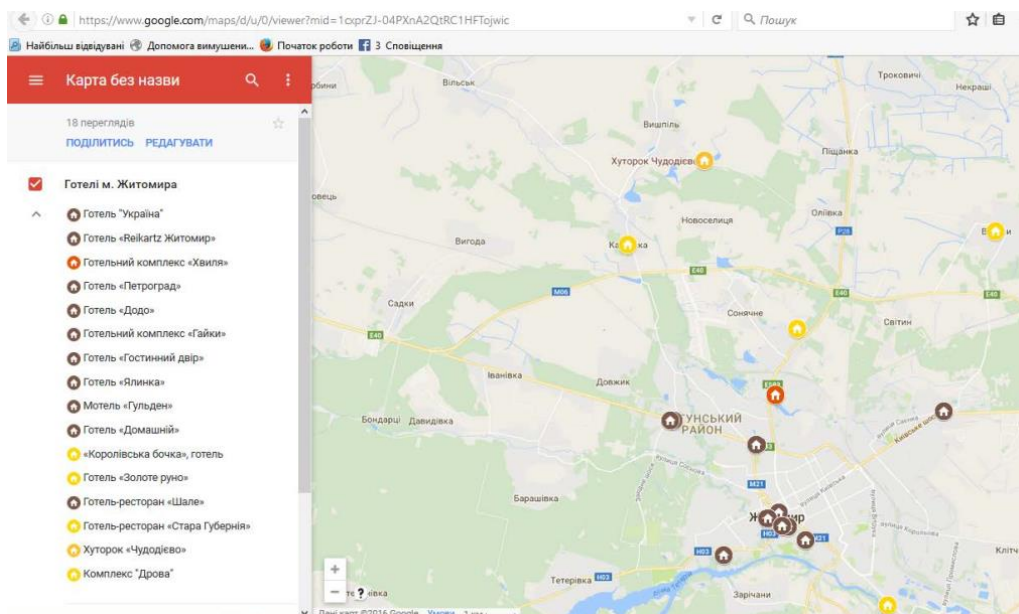


Рис. 2.7. Територіальне розміщення закладів розміщення м. Житомир

Джерело: побудовано автором

З рис. 2.7 видно, що готелі міста Житомир можна розбити на дві групи. Перша група розташована в центрі міста, орієнтується на туристів, для яких є дуже важливим транспортна доступність і конкурують один з одним. Друга група розташована на межі території міста і орієнтована на інший тип туриста.

Наступним кроком є дослідження закладів ресторанного господарства. В місті Житомир нараховується 32 заклади ресторанного господарства, представлені ресторанами, кафе, їдальнями. Для визначення кращих з них на думку споживачів, звернемося до сайту Tripadvisor [28]. Згідно сайту, 10 найкращих ресторанів на думку споживачів виглядає таким чином:

1. Lila Hinkalna
2. Pleasantville BBQ PUB
3. Фамилия
4. Varenichna Zhitomirski Stravi
5. Кафе Львовская Мастерская шоколада
6. PRIMAVERA Ristorante Italiano
7. Ресторан Пан Марципан
8. Дом Трибеля
9. Ice Fashion
10. Кафе "Полісянка"

На рис. 1.7. представлено територіальне розміщення закладів ресторанного господарства

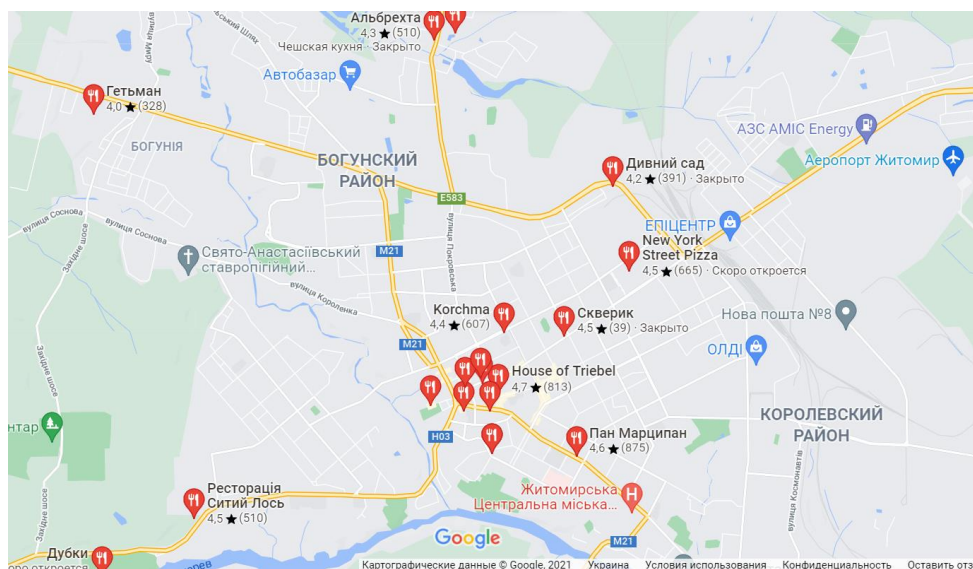


Рис. 2.8. Територіальне розміщення закладів ресторанного господарства

Джерело: результати пошуку в Google Maps

Серед вказаних в списку ресторанів переважає українська, європейська та японська кухні.

Таким чином, в місті Житомир створена спеціальна туристична інфраструктура. Місто має свої переваги щодо транспортної доступності, наявна готельна і ресторанна база.

2.3. Оцінка рівня використання туристичної інфраструктури міста Житомир

Попередній аналіз показав, що в місті Житомир є необхідна туристична інфраструктура, необхідна для задоволення мінімальних вимог туриста. У той же час, туристичний потенціал не є конкурентоспроможним наразі. Місто Житомир відсутнє в рейтингу туристичних міст України. Щодо туристичної діяльності в місті та області, то Згідно з Державним реєстром суб'єктів туристичної діяльності за станом на 01.01.2019 у Житомирській області зареєстровано 22 туристичні підприємства – юридичні особи (6 туроператорів, 14 турагентів, 2 суб'єкти екскурсійної діяльності) та 36 фізичних осіб – підприємців (32 турагенти та 4 суб'єкти екскурсійної діяльності). За звітний період прозвітувалося 58 туристичних підприємств та фізичних осіб - підприємців фахівців туристичного супроводу. Їх доход від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) склав лише 0,07% від даних послуг по Україні. Протягом 2018 року туристичні підприємства та фізичні особи – підприємці забезпечили обслуговування 9,6 тис. туристів та 1,1 тис. екскурсантів (0,3% та 0,2% відповідно від загальних по Україні). Із загальної кількості 75,8% туристів припадає на обслуговування за кордоном, 24,2% - в межах України та 0,02% - обслуговування іноземців [29].

Показовими є фінансовими результати закладів тимчасового розміщення та організації харчування (табл. 1.5). З табл. 2.5. видно, що 2020 рік зазначені підприємства закінчили зі битком. У той же час влада області вчиняє заходи, які мають сприяти розвитку туризму в місті.

**Фінансові результати до оподаткування малих підприємств міста
Житомир за 2020 рік, тис. грн.**

	Фінансовий результат (сальдо)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	Фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	Фінансовий результат
Усього	48216,3	73,8	333205,7	26,2	284989,4
Сільське господарство,	6280,4	57,1	8419,1	42,9	2138,7
Промисловість	47081,8	77,6	66473,5	22,4	19391,7
Тимчасове розміщення й організація харчування	-3532,1	76,9	1895,1	23,1	5427,2
Інформація та телекомунікації	16218,1	70,5	19311,1	29,5	3093,0
Фінансова та страхова діяльність	1434,4	71,4	1758,7	28,6	324,3
Освіта	486,0	91,7	513,0	8,3	27,0
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-292,9	50,0	7,4	50,0	300,3
Надання інших видів послуг	1115,7	76,7	1271,6	23,3	155,9

Джерело: [20]

2 березня 2018 року було розпочато Всеукраїнський закритий архітектурний бліц-конкурс на кращу пропозицію щодо організації внутрішнього простору будівлі Водонапірної вежі та розвитку прилеглої території, замовником якого є Департамент містобудування ЖМР. Метою демонстраційного проекту - надати нове життя Водонапірній вежі, як головному візуальному символу міста, за рахунок концептуальних та планувальних рішень, а також інтегрувати її до мережі публічних просторів, якісно вплинувши на розвиток Житомира. У Водонапірній башті облаштували внутрішні приміщення будівлі під багатофункціональні простори (конференц-зала, виставкові та музейні простори). Демонстраційний проект «Водонапірна

вежа» реалізується КУ «Агенція розвитку міста» Житомирської міської ради за підтримки німецько-швейцарського проекту «Інтегрований розвиток міст в Україні», що виконується німецькою урядовою компанією «Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH». Починаючи з листопада 2019 року Житомир приєднався до Проєкту «Інтегрований розвиток міст в Україні II», який є продовженням першої фази та базується на його результатах [30]. Окрім Концепції інтегрованого розвитку Житомира до 2030 року, в рамках Проєкту було розроблено План сталої міської мобільності із залученням широкого кола експертів та місцевих жителів [31].

Так, в місті діє Житомирський обласний інформаційний туристичний центр. Житомирський обласний туристичний інформаційний центр (ЖОТІЦ) створений для сприяння та реалізації туристичного потенціалу Житомирщини і є основною зв'язуючою ланкою між усіма групами інтересів: учасниками туристичної інфраструктури, обласною владою, громадою та відвідувачами міста.

Основними завданнями ЖОТІЦ є сприяння розвитку туристичного потенціалу області, налагодження якісних та ефективних комунікацій, створення умов та покращення позицій Житомирщини як туристичного регіону через розвиток та просування привабливих туристичних продуктів і послуг, а також формування позитивних туристичних вражень.

У туристичному інформаційному центрі безкоштовно надають детальну інформацію про туристичну інфраструктуру, архітектурну та культурну спадщину, екскурсійні маршрути та можливості міста та регіону. Наприклад, в 2021 р. Житомирський обласний інформаційний туристичний центр випустив серію нових листівок, присвячену шести туристичним містам Житомирської області. Житомир – Батьківщина Сергія Корольова [32].

Також з метою популяризації міста Житомир місцевою владою зроблено ребрендинг лототипу міста. В результаті відкритого збору ініціатив «*Місто, яким бачиш його ти*» Житомир отримав власний логотип: І 20 жовтня 2021 р. у міській раді відбулося нагородження авторів найкращих робіт. Варіант,

поданий рекламною агенцією «Doris Advertising», прийняли як офіційний. Це графічний знак, геометрія якого базується на суміщенні форм літери Ж та широко розповсюдженого елемента поліського орнаменту (рис. 1.8) [33].

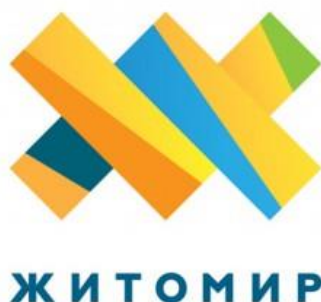


Рис. 2.9. Логотип міста Житомир

Джерело: [33]

Поява у Житомира логотипа стане додатковим стимулом до підвищення його візуальної культури та основою для розвитку сильного бренду міста. Вже зараз адміністрація міста активно впроваджує логотип міста в логотипи установ (рис. 1.9.)



Рис. 2.10. Логотип управління Житомирської міської ради культури

Джерело: [34]

Якщо розглядати рівень залучення туристичних ресурсів та відповідно туристичної інфраструктури міста Житомир в організований туризм, то результати дослідження туроператорів України показав, що Житомир присутній в їхніх туристичних маршрутах.

Згадування Житомир можна знайти на офіційних сайтах провідних туроператорів України, які спеціалізуються на внутрішній туризм: «Kraina UA», «Відвідай», «Anga Travel» (рис. 2.11).

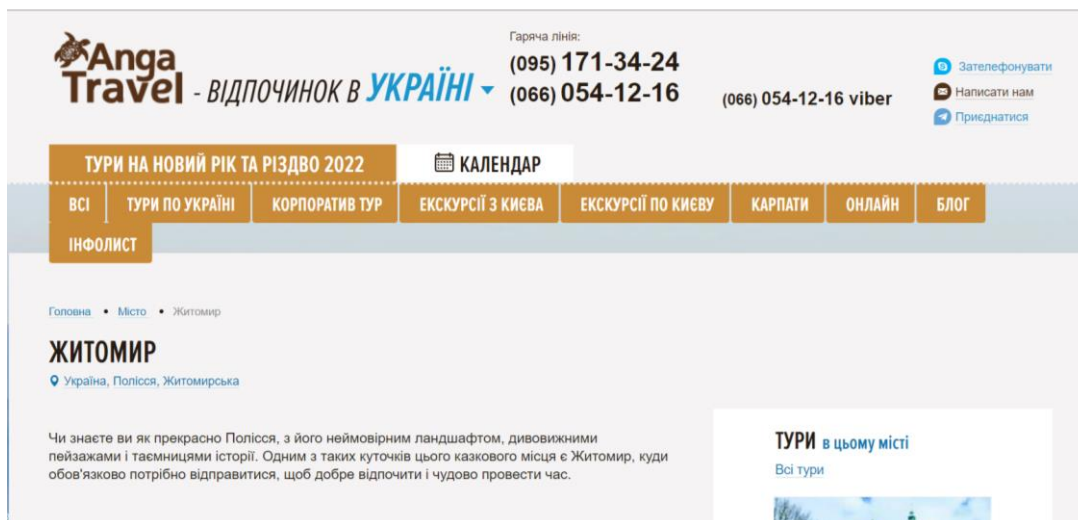


Рис. 2.11. Скріншот офіційної сторінки туроператора «Anga Travel»

Джерело: [35]

Найчастіше туроператори України включають Житомир як один з пунктів маршруту, хоча менеджери туроператора «ТамТур» розробили програму туру, орієнтовану тільки на відвідування міста Житомир. Щодо оцінки цього туру, то на цьому ж сайті можна знайти відгуки клієнтів (рис. 1.12).



Рис. 2.12. Відгук на тур «Житомирські скарби»

Джерело: [36]

Програма туру «Житомирські скарби» від туроператора «ТамТур» наведена на рис. 2.13.


07:00	Збір групи в Броварах (Укртелеком)
07:15	Збір групи в Києві, ст.м «Лісова» (біля виходу з метро в напрямку Києва)
07:45	Збір групи в Києві, ст.м «Шулявська» (біля танку)
10:00	Прибуття в Житомир. Зустріч з екскурсоводом. Оглядова екскурсія міста. Ми побачимо: <ul style="list-style-type: none"> • Центральну частину міста; • Магістрат; • Оглядовий майданчик над р. Кам'янкою; • Свято-Хрестовоздвиженський кафедральний собор; • Торгівельні ряди; • Кафедральний костел Святої Софії; • Вікаріат волинських єпископів; • Унікальний «Будинок-Серце» та багато інших історичних об'єктів
13:00	Смачний обід в кафе міста.
14:00	Відвідування музею космонавтики імені С.П. Корольова. Всім тим, хто в дитинстві мріяв стати космонавтом , буде цікава та корисна екскурсія в Музей космонавтики . Присячений С. П. Корольову та космосу в цілому, він має безліч цікавих експонатів. С.П. Корольов , засновник космічної галузі та видатний конструктор, народився в Житомирі, тож тут є його меморіальний будинок-музей з особистими речами вченого. Ви побачите макети різноманітних ракет, речі, що побували на орбіті, та, навіть, справжній космічний корабель «Союз».
17:00	Збір групи. Переїзд до Коростишівського каньйону . У вас перехопить дух , коли ви побачите це рукотворне чудо – Коростишівський каньйон!

Рис. 2.13. Програма туру «Житомирські скарби» від туроператора «ТамТур»

Джерело: [36]

Як було зазначено, Житомир також в маршрутах виступає як один з пунктів. Приклад подібної програми туру наведено на рис. 2.14.

Програма туру:


 **1 день туру:**

07:45 Зустріч туристів в місті Київ, ст. метро Житомирська. *Посадкою туристів в автобус займається Керівник групи, для реєстрації необхідно підійти до нього та назвати ПІБ, він екаже Ваші місця в автобусі та відповідь на всі Ваші запитання. За 1-2 дні до поїздки в розділі **ІНФОЛИСТИ** буде опубліковано Інформаційний лист з детальною інформацією організаційного характеру щодо виїзду в тур (контакти відповідальної особи, номер та марка автобуса, точне місце та час збору групи).*

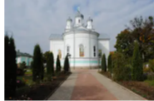
08:00 відправлення з Києва на комфортабельному автобусі (з аудіо, CD, DVD) за маршрутом подорожі. Дорогою гід розповідь про найцікавіші об'єкти, через які будемо проїжджати.

Приїзд в **Житомир**. Оглядова екскурсія містом. Відвідаємо Замкову гору, церкви та Собори міста, найстаріший театр в Україні, символ міста – водонапірну вежу, а також прогуляємось одним з найдовших підвісних мостів в Україні через річку Тетерів. Вільний час на обід

Прибуття до **с. Дениші**. Село розташоване на річці Тетерів, на високому правому березі якого можна побачити руїни колишньої поміщицької садиби із старовинним парком та двоповерховим **палацом**, який збудовано наприкінці 19 ст. на замовлення Федора Артемовича Терещенко. Зруйнований ще в 20-ті роки, палац і зараз вражає міцністю своїх стін у стилі неомодерну. На сьогоднішній день є популярним місцем для фотосесій житомирської молоді



Перейзд в **село Тригир'я**. Огляд **Спасо-Преображенського Тригирського чоловічого монастиря**. Досі достеменно не відомий точний час заснування монастиря. За одними джерелами, він був заснований наприкінці 14 століття, інші стверджують про заснування його в другій половині 16 століття. Монастир ретельно оберігає свої таємниці, а унікальний він чудотворною іконою Тригирської Божої Матері. Подією було, що в архівах монастиря задокументований випадок, коли глухонімиий хлопчик зціпився завдячуючи цій іконі.



Збір групи та виїзд до Києва

21:00 Прибуття до Києва орієнтовно. Прощаємось та ненадовго. До наступних подорожей з ТУРБАЗА!

* – Весь час еказано орієнтовно. Організатор має право вносити корективи щодо подорожі чи змінювати програму на рівноцінну. Компанія не несе відповідальності за погодні умови, стан доріг, непереобданувані несправності транспортного засобу та форс-мажорні обставини.

Рис. 2.14. Програма туру «Маловідома Житомирщина»

Джерело: [37]

Якщо аналізувати неорганізований туризм, то згідно з даних, отриманих завдяки Google Trend, пошук про Житомир як туристичне місто не є в трендах (рис. 2.15).

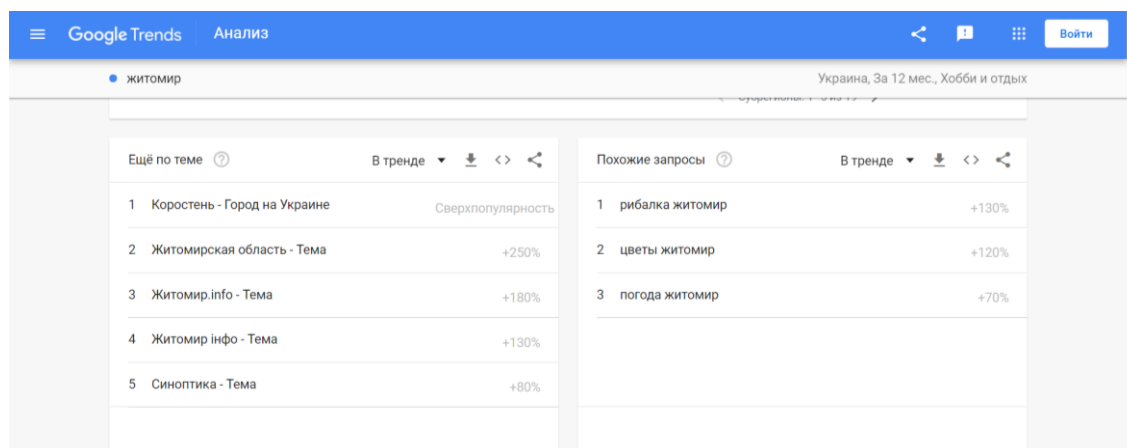


Рис. 2.15. Найбільш популярні пошукові запити про Житомир в Google
Джерело: результати в Google Trends

У той же час, туризм у Житомирі насправді є. З п'ятниці та весь уїк-енд у місті спостерігається маса авто з київськими номерами. Кияни та інші іногородні «стікаються» до житомирських ресторанів (у тому числі й замських, де є невеликі готелі), щоб відсвяткувати день народження, зустрітися з друзями, відпочити на природі подалі від чужих очей та заощадити. Співвідношення ціна-якість цілком влаштовує киян.

За даними TripAdvisor кращі розважальні місця для відвідування у м. Житомир це:

- 60 хвилин Quest Room: 8 квест-кімнат;
- Квест-проект Ключар;
- Quest Zone;
- Квест Кімнати Ізоляція;
- Plaza Sport and Entertainment Complex.

На думку мандрівників Tripadvisor, найпопулярніші розваги для дітей у місті Житомир це: музей космонавтики ім. С. Корольова; Гагарінський Парк; Парк Замкової гори. Також на думку мандрівників Tripadvisor, найкращі

пам'ятки Житомира це: Музей космонавтики ім. С. Корольова, Гагарінський Парк, Спасо-Преображенський собор, Житомирський музей природи, Парк Замкової гори. Музей космонавтики є лідером за рейтингом та кількістю вподобань серед користувачів Google Maps (рис. 2.16) [38].

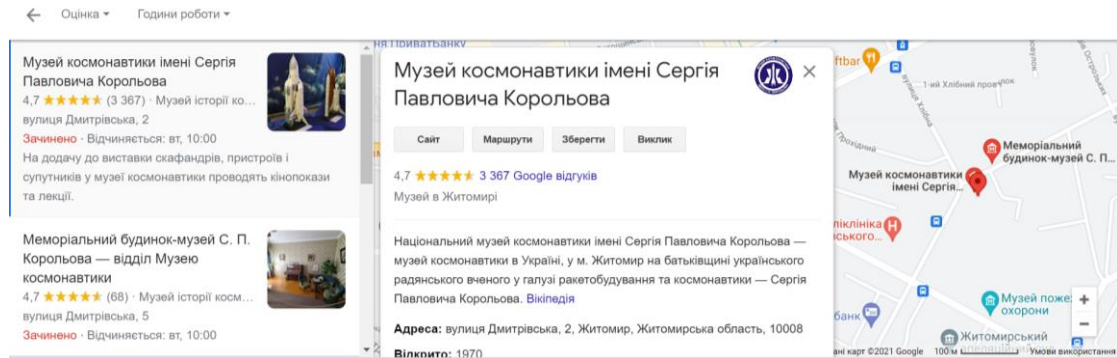


Рис. 2.16. Дані з Google Maps про музей космонавтики ім. Сергій Корольова

Джерело: дані з Google Maps

Житомир — на думку мандрівників Tripadvisor, це найкращі розваги на відкритому повітрі: Гагарінський Парк, Парк Замкової гори, Скалодром, МультиЗоо контактний зоопарк. Ці інфраструктурні об'єкти активно залучають не тільки місцевим, але туристів. Також варто згадати про облаштування вулиць міста, що робить їх привабливим для туристів (рис. 1.16) [38].



Рис. 2.17. Одна з центральних вулиць Житомира влітку

Джерело: [18]

Важливою оцінкою розвитку інфраструктуру міста і багатству туристичного потенціалу міста є думка місцевих мешканців міста Житомир. Вони є головними амбасадорами розвитку міського туризму. Це пов'язано в з тим, що в неорганізованому туризмі наразі надається перевага саме екскурсійним подорожам, на якій спрямований туристичний потенціал міста. Для неорганізованих туристів основним джерелом інформації є місцеві мешканці. В цьому аспекті важливим є результати всеукраїнського муніципального опитування у 24 обласних центрах України, проведеного Міжнародним республіканським інститутом (МРІ) в Україні спільно з Соціологічною групою “Рейтинг” у період з 12 травня по 3 червня 2021 року. Опитування проводились шляхом особистих інтерв'ю у будинках 19 196 постійних жителів України віком від 18 років і старше [39]. На рис. 2.18 наведено індекс задоволеності якістю сфер та послуг жителями обласних центрів України.



Рис. 2.18. Індекс задоволеності якістю сфер та послуг жителями обласних центрів України

Джерело: [39]

З рис. 2.18 видно, що Житомир знаходиться на 15 місці серед 24 обласних

центрів, що показує незадовільну оцінку якістю державних послуг в місті. Рис. 2.19 деталізує ці сфери.



Рис. 2.19. Індекс задоволеності якістю окремих сфер в обласних центрах

Джерело: [39]

З рис. 2.19 видно, що мешканці міста Житомир оцінюють інфраструктуру міста на 2,6 бали, а на останньому серед визначених сфер є навколишнє природне середовище. Важливим питанням є сприйняття міста місцевими мешканцями. На рис. 2.20. результати опитування щодо емоційного сприйняття краси обласних центрах місцевими жителями



Рис. 2.20. Емоційне сприйняття краси обласних центрах місцевими жителями

Джерело: [39]

З рис. 2.20 видно, що мешканці в переважній більшості не вважають Житомир красивим містом. Більш того, згідно рис. 2.21, незважаючи на наявність в місті музею космонавтики, давньої історії міста та інших чинників, мешканці Житомира не вважають своє місто унікальним.



Рис. 2.21. Емоційне сприйняття унікальності обласних центрів місцевими жителями

Джерело: [39]

Таким чином, Житомир залучений в туристичну діяльність, що доводять програми турів українських туроператорів. Також місто відвідують неорганізовані індивідуальні туристи, але не так масово як відомі туристичні центри України, що дозволяє стверджувати про потенціал розвитку туризму в місті. Однак треба проводити активну інформаційну кампанію по корегуванню іміджа міста.

Висновки за розділом 2

Таким чином, Житомир є одним з міст України, який має туристичну привабливість. В місті створена інфраструктура, але є, наприклад, готельна база хоча і є різноманітною, але ємність готельного господарства відповідає тільки сучасному стану розвитку туризму в м. Житомир. Якщо розглядати рівень

залучення туристичних ресурсів та відповідно туристичної інфраструктури міста Житомир в організований туризм, то результати дослідження туроператорів України показав, що Житомир присутній в їхніх туристичних маршрутах. У той же час, туристичний потенціал не є конкурентоспроможним наразі. Місто Житомир відсутнє в рейтингу туристичних міст України, а результати опитування серед мешканців міста показують, що вони необізнані про туристичний потенціал міста.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЖИТОМИР

3.1. Стратегічні напрями покращення туристичної інфраструктури м. Житомир

Незважаючи на позитивні тенденції розвитку сфери туризму та індустрії гостинності, сильні сторони та можливості Житомирської міської територіальної громади, конкурентоспроможність її туристичного продукту залишається низькою, що зумовлює недостатню кількість туристів (зокрема, в міжсезоння), малий розмір надходжень від галузі до бюджету Житомирської міської територіальної громади та інвестицій у галузь. Причиною ж є несформованість туристичного продукту та його недостатня промоція, відсутні або неналежного стану елементи туристичної інфраструктури, рівень сервісу, забезпеченість кадрами та координації дій влади, бізнесу та громадських організацій.

Дослідження показали, що у Житомирі створено владні структури, які відповідають за розвиток туристської сфери, у тому числі інфраструктурного забезпечення та комунікаційних програм. Так функціонує Координаційна рада з розвитку туристичної інфраструктури, до завдань якої входять вирішення наступних питань: розробка пропозицій щодо формування туристичних маршрутів, розвитку туристичної інфраструктури регіону; координація управлінської діяльності учасників підприємницьких структур щодо розвитку регіональної туристичної інфраструктури; розробка науково-практичних заходів щодо формування позитивного іміджу регіону; оцінка інвестиційних проектів, які претендують на реалізацію в рамках туристично-рекреаційного кластеру. У структурі владних структур сформовано та ефективно працює відділ розвитку туристичної сфери, який вирішує наступні завдання: розробка та реалізація інноваційної політики у сфері розвитку нових напрямів залучення інвестицій, у тому числі для розвитку туристичної інфраструктури; розробка та

реалізація інноваційних програм розвитку туризму, готельного інфраструктурного господарства, у тому числі інноваційної складової; створення сприятливих умов, зокрема культурно-освітніх установ, у розвиток туризму. Розвиток туристичної інноваційної інфраструктури регулюється цільовими матричними програмами. З метою вирішення вище поставлених завдань цільових програм реалізується «Інфраструктура розвитку туристичної інфраструктури міста». Підтримкою ефективного розвитку туристичної інфраструктури є нормативи містобудівного проектування.

Житомирська міська влада спільно з приватним бізнесом, що працює в галузі туризму, ресторанного сервісу і транспортування має об'єднатися, для розвитку сервісної інфраструктури (мережі кафе, ресторанів, готелів, прокату, транспортування) з метою формування кластеру туристичних послуг, який допоможе забезпечити належну якість сервісів. Потрібно сприяти розширенню інфраструктури для проведення ділового туризму, конгресів і конференцій. Все це сприятиме також підвищенню туристичної привабливості міста, збільшенню надходжень від туристичної діяльності.

Для системного вирішення поставлених задач, пропонується в місті Житомир створити туристичний кластер. Світовий довід свідчить, що кластерний підхід організації туристичної діяльності в регіоні сприяє створенню та просуванню конкурентоспроможного туристичного продукту на національному та міжнародному рівнях, підвищує та стимулює продуктивність роботи промисловості та інших суміжних із туризмом сфер, створюючи умови для залучення інноваційних технологій для виробництва конкурентоспроможних товарів і послуг туристичного призначення, а також має здатність стимулювати ефективну співпрацю між державним та приватним сектором на основі державно-приватного партнерства. Туристична галузь має тісні взаємозв'язки практично з усіма видами економічної діяльності, зокрема, будівництвом баз відпочинку, оздоровчими комплексами, дитячими таборами, медичними закладами, сільським господарством, промисловістю, торгівлею, страхуванням, банківським сектором.

Треба зазначити, що існують певні проблеми в застосуванні стратегій діяльності кластерів. Це пояснюється такими факторами: - недосконалість нормативно-законодавчої бази по створенню і діяльності кластерів; - відсутність досвіду і достатнього інформаційного забезпечення по створенню і функціонуванню кластерів; - низьке сприйняття підприємствами інновацій; - недостатня зацікавленість малих та середніх підприємств об'єднуватись у великі виробничі системи; - відсутність інвесторів у зв'язку з інвестиційною непривабливістю регіонів; - відсутність державної фінансової підтримки кластерних утворень.

Ризиком при створенні кластера є переоцінка сприятливих умов для господарювання. Уряди держав чи органи місцевої влади при формуванні інфраструктурних переваг та створенні сприятливих умов підприємництва помилково можуть переоцінити і завищити ці показники [42]. Наслідком цього є, по-перше, втрата регіоном і навіть державою потенційних вітчизняних і закордонних інвесторів, оскільки вони перейдуть у регіони із сприятливішою і привабливішою ринковою інфраструктурою. По-друге, ресурси, залучені для створення сприятливих передумов функціонування підприємств, використовуються неефективно і владні органи змушені це компенсувати за рахунок встановлення вищих тарифів за їхнє використання.

Формування рекреаційного кластера передбачає розроблення стратегії співпраці, яка передбачає:

1. Пошук спільних рис господарювання, ознак управління і функціонування, що створює передумови налагодження співпраці між такими сферами, як бізнес, влада, наука для отримання конкурентних переваг і синергетичного ефекту.

2. Розроблення концепції і програми розвитку рекреаційного регіону і вироблення механізмів ресурсного та інституційного забезпечення її реалізації.

Туристичний кластер є ефективним, якщо він забезпечить виконання п'яти умов, які були визначені внаслідок створення та функціонування кластерів України.

По-перше, це ініціатива, адже тільки ініціативні й впливові люди із числа підприємців, представників влади, громадських організацій, навчальних закладів здатні своїм авторитетом, розумом, організаторськими здібностями й знаннями згуртувати, зацікавити і конкретною справою довести корисність кластерів як для самих їхніх членів, так і для регіону.

По-друге, це інновації, тому що тільки новітні технології в організації виробництва, збуту, управління, фінансування здатні відкрити нові можливості в конкурентній боротьбі.

По-третє, це інформація, яка забезпечує доступність, відкритість, обмін знаннями, створення баз даних і WEB-сторінок, що дають змогу одержувати переваги в доступі до ринків постачання предметами праці, збуту продукції, кваліфікованої робочої сили тощо.

По-четверте, це інтеграція - передбачає використання нових технологій співробітництва фірм на галузевому і територіальному рівнях за підтримки науки й органів влади.

По-п'яте, це інтерес, без якого не забезпечується і не реалізується основна умова життєдіяльності підприємницької або суспільної структури. Ця умова обов'язково припускає наявність зацікавленості учасників кластерних об'єднань одержанні ними економічної вигоди

Таким чином, висловлюючи переконання, що туризм має бути однією з ключових рушійних сил підвищення рівня соціально-економічного розвитку регіону; визнаючи необхідність посилення координації зусиль для ефективної реалізації Стратегії розвитку туризму в Житомирській області до 2023 року та розробки і реалізації цільових програм розвитку туризму та інвестиційної діяльності; розуміючи, що створення привабливого й конкурентоспроможного іміджу Житомирської області та її турпродукту є одним з ключових інструментів залучення іноземних інвестицій і розвитку економіки регіону, об'єднані територіальні громади, муніципалітети, сільські ради, компанії, установи, заклади освіти, асоціації, підприємці, громадськість, експертні

організації пропонується укласти Меморандум про створення на території міста Туристичного кластеру «Житомир».

Відносини між учасниками кластери пропонується укласти у формі «пулу». Угоди типу «пул» означають об'єднання туристичних підприємств різних галузей із громадськими партнерами, наприклад з органами місцевого або господарського самоуправління, в організацію, яка має публічний характер. Учасники подібної угоди на однакових умовах зобов'язані зробити свої внески в організацію заходів – предметів цієї угоди – з тим, щоб мати чітко визначену частку для покриття витрат або отримання прибутку. Домовленості між партнерами за угодою типу «пул» укладаються при організації особливо капіталомістких, а через це складних для індивідуального здійснення заходів, а також акцій із сфери лобіювання, успіх яких залежить від солідарності туристичного бізнес-товариства. Підприємства укладають між собою договір про розподіл витрат на їх проведення та про колективну відповідальність за результати. Як приклад можна навести такі заходи, охоплені угодами аналогічного типу:

- проведення довгострокових і витратних наукових досліджень технологій або ринків;
- створення капіталомістких компонентів інфраструктури туризму, що вимагають значних інвестицій (реставрація пам'яток культури);
- впровадження новітніх і капіталомістких інформаційних технологій (електронні карти міста, розробка маршрутів для аудіо гідів);
- лобіювання необхідних правових рішень;
- капіталомісткі рекламні кампанії і компанії щодо просування, організації і проведення закордонних ярмарок, навчання за кордоном тощо (участь у туристичних виставках, створення рекламних роликів та їх демонстрація на телевізійних каналах).

За основу планування етапів організації нового туристичного кластеру в регіоні пропонуємо взяти відомий підхід М. Портера:

1. Наявність фірми-лідера з туризму в регіоні чи концентрація подібних фірм-продуцентів у межах туристичної дестинації як ядра кластера.
2. Ідентифікація організацій вертикального розподілу праці—виробничих, збутових, посередницьких, постачальницьких, які зацікавлені брати участь у процесі виробництва, розподілу, збуту туристично-рекреаційних послуг.
3. Визначення міжгалузевих підприємств горизонтальної кооперації, які здійснюють виготовлення суміжних продуктів чи сервісних, консалтингових інформаційних послуг в туристично-рекреаційному секторі економіки.
4. Організаційно-правове забезпечення, реєстрація кластерного об'єднання, розробка оргструктури управління та побудова органіграми.
5. Узгодження стратегії розвитку кластера з планом розвитку дестинації, регіональними завданнями з урахуванням соціальних, екологічних стандартів на основі співпраці з місцевою владою [42].

До учасників туристичного кластеру «Житомир» можуть увійти: Громадська організація «Житомирська туристична асоціація»; Житомирська обласна державна адміністрація; Агенція регіонального розвитку Житомирської області; Житомирський обласний туристичний інформаційний центр; Житомирська міська рада; Комунальна установа «Агенція розвитку міста» Житомирської міської ради; Туристичне агентство «Патріот»; Державний університет «Житомирська політехніка»; Поліський національний університет; Житомирський державний університет імені Івана Франка, підприємства та установи сфери дозвілля (кінотеатри, театри, виставкові комплекси тощо); колективні засоби розміщення (готелі, хостели, приватні садиби, кемпінги тощо); санаторно-курортні організації; підприємства, що надають послуги з харчування туристів (ресторани, бари, кафе, піцерії тощо); об'єкти туристичних відвідувань: музеї; історичні, культурні пам'ятки; природні ресурси; рекламно-інформаційні підприємства та установи; підприємства транспорту; — інфраструктурні підприємства (водопостачання, енергопостачання, санстанція, вивіз сміття, медичне обслуговування тощо).

Для досягнення поставленої мети координація діяльності учасників буде здійснюватися шляхом обміну інформації між органами місцевого самоврядування, громадськими об'єднаннями, освітніми, науковими закладами та підприємцями про плани діяльності, проекти і програми, що розроблені та / або реалізуються на відповідній території, заходи, які необхідно провести, з метою утворення єдиного інформаційного поля; сприяння у проведенні інформаційної кампанії, «кущових» засідань та «круглих столів» із залученням фахівців відповідної сфери діяльності; спільного просування ініціатив щодо змін законодавства, реалізацію відповідних проектів та програм розвитку територій; сприяння пошуку та залученню фінансових ресурсів для реалізації завдань кластеру.

Найбільш перспективний механізм інвестування у створення кластерів — державно-приватне партнерство. Перелік видів діяльності, які слід провадити у кластері «Житомир»:

1. Колективні інформаційні види діяльності: визначення членів кластеру та їхнього впливу, підвищення обізнаності у галузі, вдосконалення комунікації між учасниками кластеру.

2. Колективне навчання: навчальні програми та програми тренінгів, які фінансуються кластером. Семінари або конференції, щоб можна було дізнатися, де і як отримати ресурси та послуги, навчання з управління якістю та стратегічного планування для створення бачення бізнесу.

3. Колективний маркетинг: спільна діяльність, що просуває продукцію або послуги кластеру на ринку. Всі учасники кластеру організують або беруть участь у спільних рекламних місіях.. Кластер також шукає безоплатні засоби підтримки (від національних, міжнародних донорів та місцевої влади) для розробки стратегії маркетингу.

4. Колективна розбудова економічних фондів: спільна діяльність з розбудови потужних навчальних, фінансових та громадських установ для забезпечення кращої конкурентоздатності.

5. Колективне надання туристичних послуг: використання спільних транспортних засобів, спільної інфраструктури туристичних маршрутів.

Відповідно до Меморандуму учасники Туристичного кластеру «Житомир» беруть на себе низку зобов'язань щодо співробітництва за вище викладеними видами діяльності. І в процесі співробітництва учасники будують свої взаємини на принципах рівності, чесного партнерства та захисту інтересів один одного при одночасному дотриманні всіх норм чинного законодавства України.

Отже, в поєднанні із зручним транспортно-географічним положенням наявний туристично-рекреаційний потенціал створює найкращі передумови для формування портфелю різноманітних турпродуктів у межах громади.

Найбільш перспективною формою розвитку креативних індустрій є креативні кластери, тобто єдиний простір, що об'єднує людей творчих професій і підприємців. Для резидентів кластера є спілкування з однодумцями і обмін ідеями, що підсилює їх потенціал і сприяє подальшому розвитку системи. У кластерах може переважати: виробнича складова, прихована від сторонніх; презентаційна складова, завдяки якій творча діяльність виходить в публічний простір – у вигляді кафе, магазинів дизайнерського одягу або меблів, виставкових залів, концертних і театральних майданчиків і т.д [43].

Як показує британський досвід, створення творчих кластерів в містах є частиною загальної стратегії міського розвитку, однією з ключових її стадій. В кожному графстві Великобританії існують локальні муніципальні програми підтримки творчих індустрій. Успішний розвиток творчих кластерів можливий тільки за умови, що розвиток творчих індустрій є усвідомленим пріоритетом політики міської влади. Для успішної реалізації такого роду міських проектів потрібна продумана система підтримки, що включає пільгову оренду, систему малих кредитів, венчурні інвестиційні фонди, а також постійне консультування невеликих компаній з питань ведення бізнесу. Наприклад, в Лондоні "The London Development Agency" розподіляє між спеціальними агентствами столиці

програми дослідження творчого потенціалу територій, а потім розвитку окремих районів.

Зацікавленість у створенні такого кластеру зумовлена передусім двома причинами: по-перше, він сприятиме активізації бізнес-процесів на туристичному ринку міста, а по-друге, допоможе підвищити інтенсивність появи нових туристичних підприємств на ринку Житомиру. Це забезпечить додаткові надходження до бюджету, поліпшить рівень життя населення за рахунок росту чисельності зайнятих й середньої зарплати в туристичній індустрії, сприятиме підвищенню культурного рівня й патріотичного виховання населення, збереженню історико-культурної спадщини й екосистеми для майбутніх поколінь.

Отже, очікуваними результатами від розробки і впровадження туристичного кластеру Житомиру мають стати:

розширення переліку туристичних та туристично-інформаційних послуг;

збільшення кількості туристів та екскурсантів;

збільшення надходжень до бюджету міста від туристичної галузі;

підвищення якості туристичних послуг;

запровадження сучасних інтерактивних Інтернет-сервісів для підвищення якості інфраструктури та надання інформаційних послуг туристам та мешканцям міста, з можливістю громадянам висловлювати свої відгуки щодо сервісу та якості послуг з використанням Інтернет-ресурсів;

розробка системи аудіогідів різними мовами з можливістю інтерактивного використання;

розробка інформаційних друкованих та електронних матеріалів для просування туристичного продукту міста на ринку;

просування туристичного продукту м. Житомир на міжнародних туристичних виставках «UITT», «Туристичний салон», ін.;

розроблення та впровадження нових туристичних маршрутів з урахуванням історико-краєзнавчої, літературно-мистецтвознавчої, історико-етнічної спадщини;

сприяння розвитку велотуризму, створення відповідних маршрутів та системи прокату транспортних засобів.

Для підвищення ефективності туристичної політики у місті Житомир та активізації просування туристичного продукту міста на ринку України необхідно посилити маркетингові заходи активізації туристичної діяльності. Серед них доцільно виділити:

проведення детального маркетингового дослідження туристичного ринку міста з метою оцінки його рекреаційно-туристичного потенціалу і визначення найпривабливіших для вітчизняних та іноземних туристів туристично-рекреаційних дестинацій;

створення або відновлення технічних, інформаційних та сервісних умов для реалізації визначених туристично-рекреаційних пропозицій на рівні міжнародних стандартів;

розробку нових туристичних маршрутів з урахуванням потреб та інтересів туристів і наявного потенціалу туристичних ресурсів із подальшою промоцією нових турів на туристичних виставках і поданням комерційних пропозицій провідним туроператорам України, Європи і світу;

створення регіональної інформаційної інфраструктури туристичного бізнесу, яка б органічно доповнювала загальнонаціональну і надавала гостям міста Житомир, а також зацікавленим особам більші можливості щодо пошуку інформації, бронювання та резервування туристичних послуг, збору та обробки інформації про розвиток туристичного бізнесу;

створення електронних інформаційних довідників з переліком існуючих туристичних фірм, туристичних маршрутів, їх транспортного забезпечення і вартості послуг;

розробка і проведення регулярних рекламних кампаній у ЗМІ для поширення інформації та популяризації найпривабливіших туристично-рекреаційних пропозицій міста із застосуванням національних і місцевих каналів телебачення, а також спеціалізованих телеканалів Travel Channel, CNN, Eurosport, History, National Geographic, Animal Planet та ін.;

заохочення туристичних фірм та курортно-оздоровчих закладів до розробки тематичних стендів, присвячених найпривабливішим туристично-рекреаційним пропозиціям і туристичним маршрутам, для їх подальшого представлення на національних і міжнародних туристичних виставках;

проведення ярмарок, конференцій, семінарів, презентацій, присвячених проблемам розвитку туристичного бізнесу.

Таким чином, Житомир має перспективи стати туристичним містом України. Необхідною умовою для ефективного розвитку туризму в цьому місті є створення системи координації діяльності різних організацій, від яких залежить якість туристичних послуг та реалізація активної туристичної політики.

3.2. Програма заходів щодо удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир

В попередньому пункті розписано напрями удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир. Деякі з цих напрямів можна реалізувати в тактичній перспективі. Розглянемо ці заходи більш детально.

Першим заходом пропонується створення системи туристичної навігації у місті, в т.ч. організація виготовлення та встановлення туристичних вказівників (туристичних стовпів-показчиків, показчиків різних напрямків, туристичних картосхем, дошок туристичної інформації, інформаційних білбордів та сітілайтів, інші). Це спростить пошук цікавих об'єктів та покаже навіть містянам, скільки цікавого можна побачити в місті. На рис. 3.1. наведено приклад туристичної навігації, яка може бути встановлена в місті Житомир.

Пропонуються такі характеристики інформаційних вказівників туристичних об'єктів та маршрутів (вуличні) у вигляді стрілок: Каркас – труба профільна + стакан труба $d=89\text{мм}$, наконечник – піка, друк з обох сторін. Стійка інформаційного вказівника туристичних об'єктів та маршрутів – це металева

труба (76x3 мм), висота: 2,67 м, основна – труба, що вкопується. Розмір – 200*300мм, матеріал – ПВХ, профіль – багетна рамка.



Рис. 3.1. Приклад туристичної навігації, яка може бути встановлена в місті Житомир

Джерело: [44]

На рис. 3.2. наведено вимоги до каркасу інформаційних вказівників.



Рис. 3.2. Вимоги до туристичного вказівника, який може бути встановлена в місті Житомир

Джерело: [44]

Другим заходом пропонується розміщення QR-кодів з інформацією про об'єкти туристичного огляду у формі інформаційних табличок. Сучасні

технології дозволяють зробити екскурсії напіввіртуальними, і додати архівні фото, відео, оригінальні тексти та занурити туриста у атмосферу об'єкту. Пропонуються такі вимоги до інформаційних табличок [<https://prozorro.gov.ua/tender/UA-2020-11-26-001575-a>]:

1. Розмір: 594 x 420 мм (A2).

2. Матеріал: алюмінієвий композит товщиною 5 мм, з нанесенням зверху одного шару фарби – для основи друку та точково 20 шарів під шрифт Брайля.

3. На табличці мають бути зазначені:

- назва об'єкта (на 2-х мовах: українська та англійська);

- його опис (на 2-х мовах);

- QR-код, який веде на відповідну сторінку на сайті (де інформація про об'єкт подана на 3 мовах: українська, російська та англійська), на сайті також представлені 3-5 фотографії;

- NFC-мітка з коротким англійським текстом для іноземців (де ця технологія широко представлена на ринку);

- заклик до сканування на 6 мовах;

- символіка держави, області, міста та Шевченківського національного заповідника.

Наступною пропозицією є зробити алею зірок (видатних житомирян). Місто народило людей із світовим ім'ям. Подібні алеї вже відкриті в таких містах як Тернопіль, Чернівці, Одеса.



Рис. 3.3. Приклад алеї зірок, яка може бути обладнана в місті Житомир

Джерело: [44]

Обладнання алеї зірок в м. Житомир пропонується зробити в такій послідовності:

Етап 1:

- демонтаж плити гранітної 600/600/60 ручним способом зі збереженням плити для подальшої її обробки, кількість плит - 26шт.

-при втраті плити, її треба замінити новою плитою необхідної якості для подальшого використання з розмірами 600/600/60, полірованою з родовища Лезники.

- повернення каменів обрамлення на місце мощення і заповнення місць демонтажу плит щебнем фракції 10/20 мм в цілях безпеки пішоходів.

Етап 2:

- шліфування гранітних плит до виведення старого малюнку.

- багатоступенева обробка гранітних плит до дзеркального блиску.

Етап 3:

- введення в комп'ютер текстів і малюнків відбитків на гранітних плитах (26 шт).

- компонування відбитків, підбір шрифтів.

- нанесення рельєфного малюнку по поверхні плити. Висота рельєфного малюнку має становити 4мм, шрифти на всіх плитах мають бути однакові.

- малюнки і тексти мають бути виконані струминно-корундовим гравіюванням.

Етап 4:

- монтаж гранітних плит на цементно-піщаний розчин.

- монтаж колотої гранітної шашки обрамлення розміром 50/50/50 мм по периметру гранітних плит.

- прибирання залишків щебню, піску.

Наступною пропозицією для міста Житомир є відкриття пам'ятникам видатним житомирянам. Але це повинні бути сучасні, креативні пам'ятники, які б були цікаві для туристів і вони б захотіли їх сфотографувати, тим самим рекламували Житомир через свої сторінки у соціальних мережах (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Приклад пам'ятника, який пропонується встановити в м. Житомир
Джерело: [44]

Наступною пропозицією є створення туристичних візиток. Всі в Україні знають про житомирське морозиво, житомирські шкарпетки, житомирську горілку. Чому не оформити це у візитівки. Навіть Бердичів вже це зробив і обіграв свої головні візитівки. Попередні пропозиції не потребують особливих вкладень. Натомість, якщо всерйоз розвивати галузь, то необхідно інвестувати у неї.

Також варто додати, що в місті потребують реконструкції:

- оглядовий майданчик на Замковій горі: зрізати зайві дерева та кущі, бо огляд міста обмежений, додати макет замку, скульптуру дружинника Житомира тощо;
- сквер на Замковій горі: щонайменше підтримувати чистоту у вихідні дні, потребує реконструкції;
- Старий бульвар: потребує сучасних фонтанів, пам'ятника Аполло Коженювському (батько класика англійської літератури Джозефа Конрада, був ініціатором заснування Старого бульвару, був найбільшим меценатом при будівництві міського театру (на сьогодні філармонія);

- Шодуарівський парк: потребує реконструкції, можна розмістити візитівки Житомира, потребує нові атракціони, пам'ятника Барону де Шодуару;
- Новий бульвар: потребує реконструкції, варто тут розмістити алею житомирських зірок;
- оглядовий майданчик біля монументу: підтримувати чистоту, зробити безпечним.

Всі перелічені заходи є актуальними для покращення всієї туристичної діяльності міста і спрямовані на: поліпшення якості туристичної пропозиції регіону шляхом розробки спільними зусиллями зацікавлених сторін туристичних маршрутів, основних шляхів його розвитку; проведення інформаційної кампанії з метою приваблення туристів в місто; реконструкцію пам'яток архітектури; рекламування області як туристично привабливого регіону.

3.3. Підвищення ефективності інфраструктури Житомира шляхом використання мобільного додатку

В попередньому пункті запропоновано заходи щодо удосконалення туристичної інфраструктури міста Житомир, і деякі з них не вимагають значних витрат. У той же час, в другому розділі результати оцінки туристичної інфраструктури довели її достатній рівень для прийому туристів. У той же час проблемою залишається низький рівень поінформованості про існуючий туристичний потенціал міста. Навіть місцеві мешканці не відчують унікальності свого міста. Цю проблему можна частково вирішити шляхом використання новітніх інформаційних технологій. Більшість туристів, які відвідують місто – неорганізовані, тобто не використовують послуги туристичних операторів. Джерелом інформації для них виступають різні джерела. Більш того, при пошуку інформації про туристичні можливості міста

вони не знаходять цікаву потрібну інформацію і тому роблять вибір на користь інших destinations. Важливо, щоб інформація була в одному місці. Така ситуація викликає спонукає до розробки мобільного додатку, який би акумулював всю необхідну інформацію і забезпечував комфортний доступ до неї.

Метою використання Мобільного додатку планується надання актуальної, важливої та корисної інформації туристам, які відвідують місто Житомир, і, відповідно, збільшення попиту на туризм і залучення мобільної аудиторії користувачів.

Мобільний додаток повинний мати:

- інструмент для створення маршрутів;
- забезпечення можливості користувача вибирати цікаві локації і будувати маршрути;
- сортування маршрутів за часом проходження, по локаціях;
- можливість користувача вказувати, наявність вільного часу;
- систему автоматичного підбору маршрутів;
- можливість обрання способу проходження маршруту.

Мобільний додаток з пропонованою назвою «Zhytomyr City Travel» на платформі Android та IOS, з функцією мобільного гіда по туристичним маршрутам призначений стати в нагоді не тільки туристам, подорожуючим, гостям - але й мешканцям міста. Основні технічні параметри наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Основні технічні параметри додатку «Zhytomyr City Travel»

Параметр	Характеристика
Вимоги щодо технологій:	ReactNative, PHP, Laravel, OpenStreetMap
Мобільні платформи:	<ul style="list-style-type: none"> • iOS, • Android App
Мова додатку:	<ul style="list-style-type: none"> • Українська • Англійська
Контроль версійності коду:	Bitbucket
Дизайн:	InVision app/PhotoShop/Sketch
Менеджмент проекту:	JIRA/Confluence

Підтримка операційної системи:	<ul style="list-style-type: none"> • iOS OS starting from version #10.0 • Android OS starting from version #5.0
--------------------------------	---

Джерело: розроблено автором на основі [46]

Для роботи додатку необхідно розробити серверну частину, на якій буде розмішуватись всі локації з геомітками та реалізовано:

- інструмент побудови маршруту;
- авторизація через соціальні мережі;
- додавання нових локації користувачем адміністратором через веб сайт;
- додавання нових геоміток з новими заходами, що проводяться;
- інструмент, який пропонує різні маршрути користувачу, в залежності від типу транспорту та вільного часу;
- систему рейтингу відвідування локацій.

Додаток повинний мати самостійну адміністративну панель управління для автоматичного оновлення даних локацій до Мобільної версії та можливістю використати оновлені данні для оновлення версій в Apple Store та Google Play.

Розробник додатку зобов'язаний розробити серверну частину від імені КМ «ТЩ» та передати права користування повністю, всі необхідні доступи та іншу інформацію щодо додатку замовнику.

Мапа додатка має бути міжнародного стандарту з сервісами API та використання картографічних технологій, підтримуватися для міста Житомир за шкалою масштабу [LandSat-7](#) та для пошуку мовами передбаченими додатком.

Мови додатку: українська, англійська. Додаток автоматично повинен визначати мову інтерфейсу телефона (мова, яка встановлена у телефоні користувача), а також в ручному режимі в налаштуваннях користувач може вибрати потрібну йому мову. Тим самим користувач не обмежений у мові інтерфейсу, а також у нього з'являється можливість отримувати всю інформацію зручною для нього мовою з перерахованих вище.

Дизайн повинен бути виконаний відповідно до вимог брендбуку «Основи

візуальної комунікації бренду міста Житомир. Необхідно розробити унікальний стиль додатку, включаючи кольорову гамму, шрифти, графічне відображення основних елементів. Крім того, необхідно адаптувати існуючий логотип Житомира для використання в якості іконки. Дизайн обов'язково має бути адаптивним для пристроїв IOS та Android.

Щодо навігації, то інтерфейс програми повинен забезпечувати інтуїтивно зрозуміле представлення структури додатків, швидкі та легкі переходи до розділів і пунктів меню. Навігаційні елементи повинні забезпечувати однозначність і зрозумілість їх змісту. Меню має забезпечувати навігацію по всім доступним користувачам ресурсам і відображати відповідну інформацію.

Щодо вимоги до побудови обміну даних адміністративної системи управління контентом додатку, то розробник має запропонувати якісний та зручний спосіб оновлення даних по Додатку, включаючи геолокаційні данні на мапі

Додаток має обов'язково мати можливість отримання персональних даних користувачів шляхом видів реєстрації у сервісі, але й надавати можливість користувачу використовувати усі сервіси окрім Zhytomyr City Package. Адміністративна система додатку повинна мати додаткові функції для отримання аналітичних даних, згідно пункту завдання з можливістю імпорту даних у EXML таблиці з обов'язковими даними: електронна пошта, id користувача, географічно-статистичні дані.

Адміністративна панель управління повинна підтримувати формування системи електронного документу за технологією SAAS для реалізації зчитування QR коду з носія типу Apple та Android до розділу Zhytomyr City Package.

Сторінка локації повинна мати:

1. Опис з інформацією щодо типу локації, важливою інформації;
2. Код локації (надалі ID);
3. Графічний контент та можливість додати фото з автоматичним додаванням шляхом прикріплення файлу та відображенням тільки для

користувача в Архіві маршруту.

4. Відображення маршрутів за ID локацією.
5. Відображення актуальних за періодом дії пропозицій Zhytomyr City Package за ID локації.
6. Ідентифікація статусу маршруту за локацією при відображенні пройденого чи ні маршруту;
7. Форми зворотного зв'язку.
8. Поширити інформацію про локацію у соціальних мережах.
9. Рейтинг та редагування опису локації з можливістю додати фото, посилання на відео контент.

Сторінка маршруту повинна мати:

1. Графічне зображення на мапі у масштабі до кількості локацій на маршруті;
2. Опис маршруту с посиланнями на внутрішню сторінку у додатку до кожного з ID локації;
3. Пошукові запити до маршруту в форматі текстового контенту;
4. Функцію Почати маршрут;
5. Складання маршруту від зазначених користувачем параметрів, таких як - загальний час маршруту, спосіб проходження по маршруту, початкова і кінцева точка маршруту;
6. Форми зворотного зв'язку;
7. Поширити інформацію про локацію у соціальних мережах;
8. Рейтинг та додати фото, посилання на відео контент.

Усі сторінки додатку повинні мати наступні функції:

1. Пошук за запитом;
2. Меню додатку;
3. Форму зворотного зв'язку;
4. Реєстрація.
5. Головне меню додатку у багатомовній версії повинно мати наступні розділи:

6. Туристичну інформацію в Житомирі (локації, туроб'єкти);
7. Маршрути;
8. Афіша;
9. Zhytomyr City Package;
10. Зворотній зв'язок;
11. Налаштування.

Такі сторінки як Маршрути, Локації, Афіша, Zhytomyr City Package повинні мати списки з можливістю фільтрації за заданими парламентами:

1. Маршрути за тематикою, тривалістю, рейтингом;
2. Локації типом, кількістю маршрутів, рейтингом, за наявністю діючих пропозицій Zhytomyr City Package
3. Розділ реєстрації має відповідати наступним параметрам:
4. Авторизація шляхом соціальних мереж (fb, google+, twitter, Instagram).
5. Реєстрація за електронною адресою;
6. Акредитація до отримання пропозиції Zhytomyr City Package з обов'язковим заповненням профілю користувача.

Користувач з правами модератора та адміністратора контенту повинен мати додатковий функціонал:

модерування, видалення та додавання контенту щодо локацій, маршрутів та не партнерських розділів *(Туристична інформація, Про Житомир);

можливість змінювати статус електронного документу у профілі користувача для сервісу City Package;

доступ до форм звітів.

Профіль користувача після акредитації має містити додаткові дані відображення:

електронні сертифікати списком City Package з можливістю відкрити для перегляду та сканування з інших носії типу IOS, Android та Windows;

документ типу електронного сертифікату повинен мати статус активного або де-активного для сканування;

надати статус електронному сертифікату повинен мати тільки

адміністратор системи, або виконуватися умови для автоматичної зміни.

Характеристика основних структурних елементів додатку Zhytomyr City Travel наведено а табл. 3.2

Таблиця 3.2

Характеристика основних структурних елементів додатку Zhytomyr City Travel

Розділ	Функціонал
Профіль користувача	код користувача *(надалі ID); логін ім'я; електронну адресу з можливістю змінити або додати додаткову; стать; країну авторизації, яку неможливо змінити; дата народження.
«Маршрути»	відображення місцезнаходження користувача; фільтр локацій на мапі за тематикою; рейтинг користувача з відображенням відсотка відвіданих туристичних об'єктів; самостійне створення маршруту користувачем, по існуючим локаціям; змінити геолокаційні данні щодо адресною програми маршруту до локації без відображення до модерації.
«Налаштування»	можливість змінювати мову; можливість коригувати гучність; можливість вмикати/вимикати голосовий супровід; систему зворотного зв'язку
«Туристичні локації»	повний та окремий для кожної локації текстовий опис об'єкту, його фото, відео; перелік категорій; фільтр по категоріям (у правому верхньому куті); відгуки і рейтинг локацій; контакти локацій; можливість переглянути на карті; прослухати інформацію аудіо; можливість поділитись у соціальних мережах; можливість додати локацію до активного маршруту; можливість залишити відгук, та дати оцінку локації; можливість редагувати інформацію про локацію та додати фото та посиланням відео контент без відображення до модерації.

Джерело: розроблено автором на основі [46]

Статистичні звіти адміністративної системи повинні мати наступні дані: країна авторизації; кількість сесій у періоді з геолокацією на території України; геолокаційні дані користувача з профілю; дата народження (кількість років); стать; електронна адреса; статистика маршрутів; рейтинг маршрутів; рейтинг локації; статистика завантаження електронних документів City Package; статистика використання City Package, кількість завантаження для зчитування, за статусом.

Користувач повинен мати можливість зберегти маршрут та продовжити. Формування нових маршрутів, розділів додатку має бути надано шляхом обміну даними з адміністративною системою додатку. Видалення, редагування графічного, текстового контенту та додавання нових локацій має бути реалізовано у профілі користувача, без необхідності оновлення версії мобільного додатку. Система поширення контенту з унікальним посиланням на розділ, захід або маршрут має підтримуватися у соціальних мережах та можливістю копіювати посилання.

Сервіс «Zhytomyr City Travel» повинен надавати можливість отримати спеціальну пропозицію від локації за умовами публічної оферти додатку за технологію електронного типу документу з унікальним ідентифікаційним реєстром за шляхом QR зчитування даних документа у момент застосування. Сервіс «Zhytomyr City Travel» дає можливість отримувати сплату за товари чи послуги, та надає інформаційні послуги користувачу додатка.

Висновки за розділом 3

Таким чином, незважаючи на створену в місті Житомир туристичну інфраструктуру, яка допомагає використовувати наявний туристичний потенціал, вона є недостатньою для ефективного розвитку туризму. Владі міста Житомир пропонується використати кластерну форму організації туризму в

місті, залучити на умовах державного-приватного партнерства зацікавлених в розвитку туризму в місті. Окрім того в тактичній перспективі рекомендується створення системи туристичної навігації у місті, облаштування алеї зірок (видатних житомирян), відкриття пам'ятникам видатним житомирянам тощо, а також розробки мобільного додатку, який би акумулював всю необхідну туристичну інформацію про Житомир і забезпечував комфортний доступ до неї

РОЗДІЛ 4. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЕФЕКТИВНІСТЬ ВІД УДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА ЖИТОМИР

4.1. Обґрунтування методики визначення ефекту від удосконалення туристичної інфраструктури

Реалізуючи стратегію розвитку інфраструктури та проводячи комплекс рекламно-інформаційних заходів, які спрямовані на досягнення стратегічних цілей та вирішення поставлених завдань розвитку туризму, необхідно оцінювати ефективність діяльності, що проводиться на рівні туристичних дестинацій.

Ефективність розвитку туристичної інфраструктури – економічний показник для оцінки доцільності використання коштів, що виділяються на проекти та у загальному вигляді є співвідношення збільшення туристичного потоку до витрат на рекламу. Останнім часом в умовах кризи традиційного маркетингу на перший план виходять комунікативні аспекти стратегії та відбувається зміщення акцентів із матеріальних показників на споживача та його сприйняття. Дедалі більшу роль аналізі туристичного ринку грає «зворотній зв'язок» зі споживачем.

У випадку з регіоном оцінка ефекту та ефективності діяльності з розвитку туристичної інфраструктури має більш комплексний характер. Така діяльність лише на рівні регіону носить, переважно, іміджевий характер, і спрямовано залучення туристів у регіон загалом. А ці заходи, у свою чергу, ведуть до збільшення завантаження підприємств туристично-рекреаційного сектора, зростання обсягу реалізованих послуг, а також збільшення податкових надходжень від сфери туризму до консолідованого бюджету міста.

Тому оцінюючи економічну ефективність системи просування туристичного продукту Житомира, необхідно розглядати динаміку всіх індикативних показників, що характеризують ефект від рівня розвитку

інфраструктури на рівні регіону:

- 1) динаміку туристичного потоку у регіон;
- 2) динаміку обсягу послуг, наданих туристично-рекреаційним комплексом;
- 3) динаміку податкових надходжень від підприємств туристично-рекреаційного комплексу до консолідованого бюджету.

Досвід розвитку туризму показує, що кожна гривня, витрачена просування туризму, повертається зростанням туристичного потоку, податкових надходжень, доходами місцевих виробників. Причому з урахуванням мультиплікативного ефекту розвиток туризму дає потужний поштовх соціально-економічному розвитку регіону загалом.

Якщо як індикативний показник, що характеризує ефект діяльності з просування міста Житомир на рівні територіальної громади, то розглядатиме динаміку туристичного потоку в регіон.

Оцінити ефект діяльності п розвитку інфраструктури на рівні міста можна через ряд показників прямого та непрямого впливу. До показників прямого впливу реклами можна віднести збільшення туристичного потоку в туристичну дестинацію. До показників непрямого впливу відносять:

- приріст обсягу послуг туристичного комплексу;
- приріст податкових надходжень до консолідованого бюджету;
- приріст інвестицій у основний капітал.

З урахуванням впливу даних показників можна розрахувати коефіцієнт ефективності рекламної діяльності щодо просування туристичного потенціалу міста (формула 4.1).

$$K_{epi} = \frac{TP_n}{BPI_n} \times 1000 \quad (4.1)$$

де K_{epi} – коефіцієнт ефективності розвитку інфраструктури;

TP_n – туристичний потік у звітному році, тис. ос.;

BPI_n – бюджет на розвиток інфраструктури, грн.

Пропонований нами для оцінки ефективності рекламної діяльності на рівні краю показник - ефективності розвитку інфраструктури (K_{epi}) виражається кількістю туристів, які відвідали регіон у звітному періоді для 1 грн бюджету за звітний період. Розраховується в розрахунку на 1000 туристів.

На підставі аналізу теоретичних підходів запропоновано такі методичні рекомендації щодо оцінки економічного ефекту та ефективності рекламної діяльності на рівні міста. До індикативних показників, що характеризують ефективність діяльності з розвитку інфраструктури на рівні дестинації за звітний період, слід зарахувати:

температурі приросту туристичного потоку до дестинації у звітному періоді – формула (3);

температурі приросту обсягу наданих послуг у туристично-рекреаційній сфері у звітному періоді – формула (5);

температурі приросту обсягу податкових надходжень до місцевого консолідованого бюджету у звітному періоді - формула (7)

$$\Delta \text{ТП}_n = \text{ТП}_n - \text{ТП}_m \quad (4.2)$$

де $\Delta \text{ТП}_n$ – приріст туристичного потоку, млн. ос.,

ТП_n – туристичний потік у звітному році, ос.

ТП_m – туристичний потік у попередньому році, ос.

$$\text{Темп } \Delta \text{ТП} = \frac{\Delta \text{ТП}_n}{\Delta \text{ТП}_m} \quad (4.3)$$

$$\Delta \text{ОП}_n = \text{ОП}_n - \text{ОП}_m \quad (4.4)$$

$\Delta \text{ОП}_n$ – приріст обсягу послуг туристичного комплексу (доходи), грн,

ОП_n – обсяг послуг туристичного комплексу (доходи) у звітному році, грн.

ОП_m – обсяг послуг туристичного комплексу (доходи) у попередньому році, грн.

$$\text{Темп } \Delta \text{ОП} = \frac{\Delta \text{ОП}_n}{\text{ОП}_m} \quad (4.5)$$

$$\Delta \text{ПН}_n = \text{ПН}_n - \text{ПН}_m \quad (4.6)$$

де $\Delta \text{ПН}_n$ – приріст податкових надходжень до міського консолідованого бюджету, грн.

$\text{ПН } n$ – податкові надходження до міського консолідованого бюджету, у звітному періоді, грн.

$\text{ПН } m$ – податкові надходження до міського консолідованого бюджету, у попередньому періоді, грн.

$$\text{Темп } \Delta \text{ПН} = \frac{\Delta \text{ПН}_n}{\text{ПН}_m} \quad (4.7)$$

Запропонований для оцінки ефективності рекламної діяльності щодо просування туристично-рекреаційного потенціалу Житомиру коефіцієнт ефективності розвитку туристичної інфраструктури дозволяє наочно простежити динаміку економічного ефекту від рекламної діяльності на рівні дестинації [49].

Запропонована методика дозволяє оцінити ефективність рекламної діяльності загалом, оскільки зростання потоку туристів забезпечується у тому числі й за рахунок комунікативної ефективності рекламної діяльності, що оцінювалась у ході дослідження на підставі опитувань експертів та споживачів щодо впізнаваності бренду Житомира. З урахуванням специфіки оцінки ефективності діяльності з просування на рівні туристичної дестинації надалі слід відстежувати показники комунікативної ефективності від розвитку інфраструктури, у тому числі реклами в мережі Інтернет, яка набуває все більшого значення у комплексі маркетингу. Оцінювати веб-сайт туристично-інформаційного центру міста Житомир можна такими показниками:

- кількість унікальних відвідувачів;
- кількість відвідувань;

- кількість нових користувачів;
- число переглядів сторінок;
- число дій;
- мапа відвідувань сайту;
- частота відвідування;
- глибина перегляду – кількість сторінок, що переглядаються на сайті;
- тривалість відвідування [50].

Вказані показники є додатковими до тих, які вказано вище. Тільки скориставшись економічними показниками, можна оцінити вплив туристичної інфраструктури на розвиток туризму в дестинації.

4.2. Оцінка результату від розвитку туристичної інфраструктури міста Житомир

Для того, щоб скористатися представленою вище методикою, треба спрогнозувати туристичний потік на майбутній період. Для визначення потенційного туристичного потоку було проведене маркетингове дослідження.

В даному опитуванні прийняли участь 50 осіб різного віку (від 17 років і старше) та різних професій. Даний відбір є репрезентативним, тому що його структура відповідає соціальній структурі суспільства (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Результати проведеного опитування за напрямом «Житомир як туристична дестинація»

Аналізовані показники	Респонденти за віковою градацією						співвідношення %
	Разом	17-24	25-35	36-49	50-65	старші 65	
Якому виду туризму Ви віддаєте перевагу при подорожі теренами України							
Вікенд-тури	10			3	4	3	20,00
Лікувально-оздоровчий	18	5	2	3	4	4	36,00
Гірськолижний	12	6	6				24,00
Подієвий	5			3	2		10,00
Екскурсійний	5	3	2				10,00

Продовження табл. 4.1

Аналізовані показники	Респонденти за віковою градацією						співвідношення %
	Разом	17-24	25-35	36-49	50-65	старші 65	
Який об'єкт викликає у Вас зацікавленість							
Музей космонавтики ім. С. Корольова	22	3	4		6	2	44,00
Історичний центр міста Житомир	13	1		4	2	3	26,00
"Ремісничий двір"	8	3	2	3	1	1	16,00
Музей пожежної охорони (Пожежна вежа)	7	4	5	5	1		14,00
Яка вартість туристичної подорожі у середньому є для вас прийнятною (грн)							
Не більш 300	19	7	5	2	3	2	38,00
300-600	16		8	4	4		32,00
600-1000	8		4	4			16,00
Більше 1000	7			6	1		14,00
На скільки Ви знайомі з туристичною дестинацією міста Житомир							
Відмінно	16	1	2	1	1		32,00
Добре	14	2	4	3		3	28,00
Не дуже	5	5	4	4	4	3	10,00
Нічого не знаю	15	1	3	3	4	2	30,00
Що для вас є стримуючим чинником щодо поїздки в Житомир							
Необізнаність щодо туристичного потенціалу	15	2	4	5	2	2	30,00
Слабкий рівень розвитку туринфраструктури	15	3	3	3	3	3	30,00
Віддаленість	5	3	1	1			10,00
Наявність більш цікавих міст в Україні	15	2	4	4	3	2	30,00
З яких джерел Ви найчастіше отримуєте рекламну інформацію про туристичні подорожі							
Сарафанне радіо	10	3	1	3	1	2	20,00
Результати пошуку в Google	5		2	1	1	1	10,00
Соціальні мережі	25	8	8	5	3	1	50,00
Контекстна реклама	10	2	3	2	3		20,00

Джерело: побудовано автором

Перший висновок, який можна зробити з табл. 4.1, так це те, що туристична інфраструктура впливає на туристичний потік туристів. Таким чином, її покращення обов'язково приведе до збільшення туристичного потоку. Другим висновком є те, що треба розвиток інформаційної інфраструктури є дуже важливим чинником в посиленні атрактивності Житомира.

Інформаційний комфорт разом з географічною близькістю до Києва стане запорукою успіху в розвитку туризму в місті.

Використовуючи дані з табл. 4.1, побудуємо рис. 4.4 та 4.5

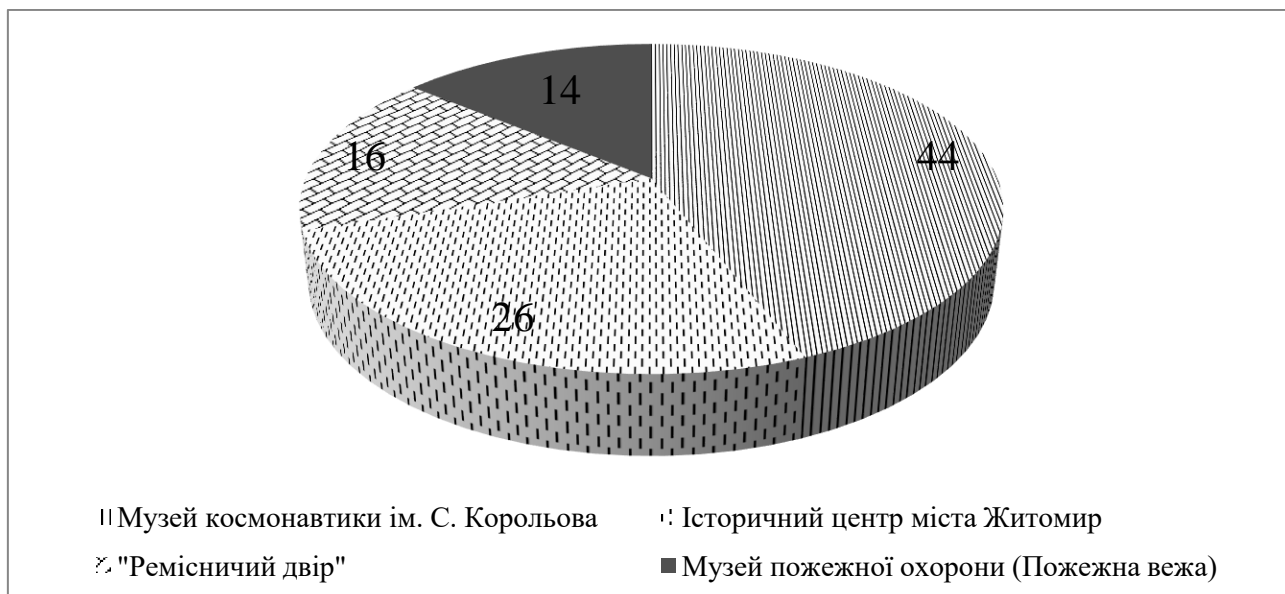


Рис. 4.1. Порівняння зацікавленості туристичними об'єктами

Джерело: побудовано автором

Виходячи з рис. 2.4. найбільш популярними об'єктами є Поле Сорочинської ярмарки в с. Великі Сорочинці та Заповідник «Поле Полтавської битви» в м. Полтава.

Зробимо висновки за проведеним опитуванням:

1. В ході опитування виявлено, що туризм в Житомирі є атрактивним.
2. За цілями відвідування можна зробити висновок, що даний напрям співпадає з бажаннями потенційних клієнтів. Даний напрям має потенціал, який має попит, та має переваги для любителів різних видів туризму, для тих, хто хоче отримати нові враження та розширити свій кругозір.
3. Дуже важливий фактор співвідношення доходів населення та вартості туристичної подорожі.

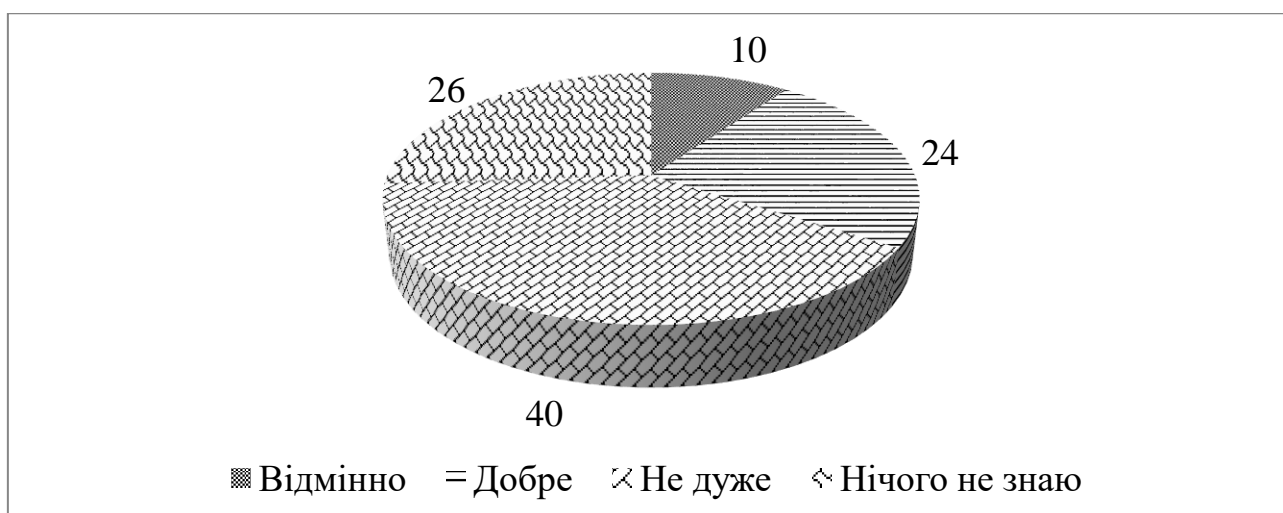


Рис. 4.2. Порівняння за рівнем знання туристичного потенціалу Житомира

Джерело: побудовано автором

Стосовно поінформованості нашого регіону щодо даного напрямку, сьогодні реально можна приймати різноманітні види реклами. Але для даного напрямку, враховуючи всю його специфіку, найбільш актуально буде використовувати рекламу в Інтернеті.

Як висновок можна сказати, що даний туристичний напрямок має досягти достатньо високого рівня попиту серед населення. Важливим є визначення кількості туристів, для яких розвиток туристичної інфраструктури разом з її інформаційної підтримкою є спонукальним чинником здійснити подорож. 10% опитаних вказали, що для саме недостатній рівень інфраструктури є стримуючих фактором щодо подорожі в Житомир. Відповідно, за умови поліпшення інфраструктури, ці 10% можна гіпотетично розглядати, як додатковий туристичний потік в місто Житомир. Ці результати можна використати при прогнозуванні туристичного потоку на 2022 р.

В табл. 4.2 наведено дані, необхідні для розрахунку ефекту від розвитку туристичної інфраструктури. Планові показники на 2022 р. розраховані із врахуванням витрат, спрямованих на розвиток туристичної інфраструктури, а на 2021 рік – з урахуванням тенденцій 2018-2019 років. Обсяг послуг туристичного комплексу в 2022 прогнозується з урахуванням збільшення кількості туристів після впровадження запропонованих рекомендацій.

Таблиця 4.2

Динаміка бюджету на розвиток та просування туристичної інфраструктури та економічних показників туристичного комплексу Житомира

Показники	2018	2019	2020	2021 (прогноз)	2022 (прогноз)
Бюджет на розвиток інфраструктури, млн. грн	3,9	4,3	4,6	4,3	4,6
Податкові надходження, млн. грн	3,4	5,1	4,9	4,9	5,2
Обсяг послуг туристичного комплексу, млн. грн	40,0	48,3	48,7	54,4	58,8
Інвестиції в основний капітал, млн. грн	5,7	7,2	8,8	13,4	20,2

Джерело: побудовано автором на основі [20]

Розрахунок індикативних показників за період із 2018 по 2022 роки. за запропонованою методикою представлений у табл. 4.3.

Таблиця 4.3

Розрахунок показників приросту в період 2018-2022 рр.

Показники	2018	2019	2020	2021 (прогноз)	2022 (прогноз)
Приріст туристичного потоку, %	3,4	3,5	2,1	2,4	4,6
Приріст обсягу послуг туристичного комплексу, %	3,4	3,5	2,1	2,4	4,6
Приріст податкових надходжень, %	3,4	3,5	2,1	2,4	4,6

Джерело: побудовано автором на основі [49]

На основі даних табл. 4.3. зробимо розрахунок коефіцієнту ефективності розвитку туристичної інфраструктури м. Житомир, та представимо результати в табл. 4.4.

**Розрахунок коефіцієнту ефективності розвитку туристичної
інфраструктури м. Житомир**

Показники	2018	2019	2020	2021 (прогноз)	2022 (прогноз)
Туристичний потік, тис. ос.	11,6	12,0	12,0	10,6	12,3
Бюджет на розвиток інфраструктури, млн. грн.	3,9	4,3	4,6	4,3	4,6
Коефіцієнт ефективності розвитку інфраструктури (на 1000 туристів)	2,97	2,79	2,61	2,47	2,67

Джерело: побудовано автором на основі [49]

Практично за всіма показниками спостерігається позитивна динаміка, що характеризує позитивний економічний ефект від заходів, спрямованих на розвиток туристичної інфраструктури міста Житомир.

Висновки за розділом 4

Таким чином, реалізуючи стратегію розвитку інфраструктури м. Житомир та проводячи комплекс рекламно-інформаційних заходів, які спрямовані на досягнення стратегічних цілей та вирішення поставлених завдань розвитку туризму в дестинації, необхідно оцінювати ефективність діяльності, що проводиться на рівні туристичних дестинацій. Тому оцінюючи економічну ефективність системи просування туристичного продукту Житомира, необхідно розглядати динаміку всіх індикативних показників, що характеризують ефект від рівня розвитку інфраструктури на рівні регіону: динаміку туристичного потоку у регіон, динаміку обсягу послуг, наданих туристично-рекреаційним комплексом, динаміку податкових надходжень від підприємств туристично-

рекреаційного комплексу до консолідованого бюджету. Результати опитування та результати розрахунку коефіцієнту ефективності від розвитку туристичної інфраструктури показали доцільність впровадження запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження туристичної інфраструктури на прикладі міста Житомир можна зробити такі висновки:

1. До останнього часу в системі наукових досліджень проблем розвитку інфраструктури туризму – економічним та соціокультурним аспектам – не приділялося належної уваги. На даний момент склалось три основних підходи до трактування сутності інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери (РТС): як особлива сфера застосування праці (теоретико-економічний), як сукупність матеріальних об'єктів (структурний) та як сукупність певних галузей господарювання та видів економічної діяльності (функціональний). В різних підходах вченими вкладається неоднозначний зміст в одні й ті ж дефініції. Дослідження теоретичних підходів до визначення зазначених понять дозволило виявити різні точки зору вчених-економістів. Поняття «туристична інфраструктура» варто розглядати у площині сукупності галузей та закладів, призначених для обслуговування індустрії туризму та туристичної діяльності загалом. До сукупності її складових належать різноманітні транспортно-комунікативні ланцюги, системи гостинності та комунального обслуговування, а також оточуюче їх соціокультурне середовище.

2. Завдяки діяльності туроператорів, турагентів, готелів та ресторанів, системи авіасполучення, відомих компаній по оренді автомобілів провідних країн світу, високорозвиненій інфраструктурі стає можливим виробництво та реалізація туристичних продуктів, відомих у всьому світі. Базою для розвитку туристичної індустрії в провідних країнах світу їх економічне благополуччя громадян, тобто можливість витратити на туризм великі гроші.

3. Розвиток ринку туристичних послуг України ґрунтується на її туристсько-ресурсному потенціалі, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать передумовами розвитку певних видів туризму. Головним завданням розвитку

туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму є підвищення якісного рівня функціонування всіх елементів на основі запровадження спеціальних інновацій у контексті глобальних тенденцій. У глобальний туристичний простір країні доцільно включатись із високоефективною туристичною інфраструктурою, борючись за власного та іноземного туриста. Це вимагає дотримання глобальних імперативів, враховуючи власний туристичний потенціал.

4. Житомир внесений до Державного реєстру історичних міст України. На території міста розташовані численні пам'ятки культурної спадщини, з яких 11 пам'яток національного значення та 168 пам'яток місцевого значення. Туристичні об'єкти та атрактори Житомира мають привабливість для туристів, оскільки деякі з них відзначаються рідкісними колекціями та характеризуються унікальністю. можна зробити висновок, що в місті наявний туристичний потенціал, а статус обласного центру сприяє формуванню загальною інфраструктури.

5. Житомир — великий транспортний вузол України, головною особливістю якого є безпосередня близькість до міста Києва. В місті Житомир нараховується 32 заклади ресторанного господарства, представлені ресторанами, кафе, їдальнями. Готельна база є різноманітною, але ємність готельного господарства відповідає тільки стану розвитку туризму в м. Житомир. Тобто в місті Житомир створена спеціальна туристична інфраструктура. Місто має свої переваги щодо транспортної доступності, наявна готельна і ресторанна база.

6. Туристичний потенціал не є конкурентоспроможним наразі. Місто Житомир відсутнє в рейтингу туристичних міст України. Щодо туристичної діяльності в місті та області, то Згідно з Державним реєстром суб'єктів туристичної діяльності за станом на 01.01.2019 у Житомирській області зареєстровано 22 туристичні підприємства – юридичні особи та 36 фізичних осіб – підприємців. в місті діє Житомирський обласний інформаційний туристичний центр. В місті працює Житомирський обласний туристичний

інформаційний центр (ЖОТІЦ) створений для сприяння та реалізації туристичного потенціалу Житомирщини. З метою популяризації міста Житомир місцевою владою зроблено ребрендинг логотипу міста. Житомир залучений в туристичну діяльність, що доводять програми турів українських туроператорів. Також місто відвідують неорганізовані індивідуальні туристи, але не так масово як відомі туристичні центри України, що дозволяє стверджувати про потенціал розвитку туризму в місті. Однак треба проводити активну інформаційну кампанію по корегуванню іміджа міста.

7. Причиною проблем з розвитку туристичної інфраструктури міста Житомир є незабезпеченість кадрами та координації дій влади, бізнесу та громадських організацій. Для системного вирішення поставлених задач, пропонується в місті Житомир створити туристичний кластер. Світовий довід свідчить, що кластерний підхід організації туристичної діяльності в регіоні сприяє створенню та просуванню конкурентоспроможного туристичного продукту. Окрім того в тактичній перспективі рекомендується створення системи туристичної навігації у місті, облаштування алеї зірок (видатних житомирян), відкриття пам'ятникам видатним житомирянам тощо, а також розробки мобільного додатку, який би акумулював всю необхідну туристичну інформацію про Житомир і забезпечував комфортний доступ до неї

8. Реалізуючи стратегію розвитку інфраструктури та проводячи комплекс рекламно-інформаційних заходів, які спрямовані на досягнення стратегічних цілей та вирішення поставлених завдань розвитку туризму, необхідно оцінювати ефективність діяльності, що проводиться на рівні туристичних дестинацій. Тому оцінюючи економічну ефективність системи просування туристичного продукту Житомира, необхідно розглядати динаміку всіх індикативних показників, що характеризують ефект від рівня розвитку інфраструктури на рівні регіону: динаміку туристичного потоку у регіон, динаміку обсягу послуг, наданих туристично-рекреаційним комплексом, динаміку податкових надходжень від підприємств туристично-рекреаційного комплексу до консолідованого бюджету.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беркова О., Дудник І. Роль туристичної інфраструктури в розвитку соціально-економічної системи. *Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України*. Дніпро : Середняк Т. К., 2021. 162-169
2. Інфраструктура туризму: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / Укладачі: О. В. Поступна, Н. А. Леоненко. Харків : НУЦЗУ, 2020. 233 с.
3. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с
4. Жупаненко А.В. Державне регулювання неявної інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери : дис. ... кандидата економічних наук : 08.00.03. Одеса, 2015. 220 с
5. Мініч І.М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз: Автореф ... дис. канд. соц. наук. // 22.00.04 – економічна соціологія. Інститут соціології НАН України. Київ, 2002. 173 с.
6. Семенов В.Ф. Державне регулювання та управління регіональним розвитком туризму. *Економіка і управління*. Сімферополь : НАПКБ, 2010. № 1. С. 40-45.
7. Жупаненко А.В. Дослідження поліфункціональних сегментів неявної інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери національного господарства. *Технологический аудит и резервы производства*, Харків. 2015. № 1/7 (21). С. 18-22.
8. Слободенюк Е.В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами : автореф. дис. канд. філос. наук: спец. 09.00.03 - соціальна філософія та філософія історії / Інститут філософії ім. Г.С. Сковороди НАНУ. Київ, 2003. 18 с.
9. Білозубенко В. С., Корнєєв М. В., Горб К. М. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму. *Ефективна економіка*.

2018. № 10. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6579> (дата звернення: 05.01.2022).

10. Корнева Д.А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні. *Вісник ДІТБ*. 2011. №15. С.174-180.

11. Blazeska, Daliborka; Strezovski, Zoran; Klimoska, Angela Milenkovska : The influence of tourist infrastructure on the tourist satisfaction in Ohrid, *UTMS Journal of Economics*, University of Tourism and Management, Skopje, 2018. Vol. 9, Iss. 1, pp. 85-93

12. Музиченко-Козловська О. В. Розвиток туристичної інфраструктури – визначальний чинник туристичної привабливості території. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 1. С. 229–237.

13. Зайцева В. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. № 2 (8). С. 55–65.

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

15. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: НУЦЗУ, 2017. 153 с.

16. Лютак О. М. Глобальна інституціоналізація бізнес-діяльності у сфері міжнародного туризму : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.02; Держ. ВНЗ “Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”. Київ, 2018. 573 с.

17. 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>

18. Державна служба статистики України. Вища освіта в Україні у 2020 році URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vysh_osvita/arch_vysh_osvita.htm (дата звернення: 18.01.2022).

19. Кошова Б. Р. Оцінка елементів туристичної інфраструктури України у порівнянні з деякими країнами ЄС. *Вісник Хмельницького національного університету* 2021, № 5, Том 1 С. 52-56

20. Житомир: паспорт міста 2020, URL: <https://2030.zhitomir.ua/upload/iblock/62b/62b30d796a58156de27825cd186b0da2.pdf> (дата звернення: 18.01.2022).

21. Приватний музей старовинного інструменту “Ремісничий двір”, URL: <http://tic.zt.ua/shcho-podyvytyys/mystetsko-kulturni-zaklady/zhytomyrskyi-raion-mystetsko-kulturni/93-pryvatnyi-muzei-starovynnoho-instrumentu-remisnychy-dvir> (дата звернення: 18.01.2022).

22. Gnatyuk Art Center, URL: <http://tic.zt.ua/shcho-podyvytyys/mystetsko-kulturni-zaklady/zhytomyrskyi-raion-mystetsko-kulturni/83-gnatyuk-art-center> (дата звернення: 18.01.2022).

23. Ресторани Житомира, URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g298050-Zhytomyr_Zhytomyr_Oblast.html (дата звернення: 18.01.2022).

24. Транспортна еволюція Житомира: досвід для інших міст <https://cutt.ly/AU3JJTV> (дата звернення: 18.01.2022).

25. Унікальний музей «на колесах» у Житомирі URL: <http://news.dks.ua/index.php/news/kultura/14057> (дата звернення: 18.01.2022)

26. Каталог сервісів таксі м. Житомир. URL: <https://catalog.taxiservice.com.ua/taxi-zhitomir> (дата звернення: 18.01.2022)

27. Екологічний транспорт Ecoscooter. URL: <https://ecoscooter.org/>

28. Ресторани Житомира, URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g298050-Zhytomyr_Zhytomyr_Oblast.html (дата звернення: 18.01.2022)

29. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 18.01.2022)

30. Демонстраційний проект «Водонапірна вежа» URL: <https://2030.zhitomir.ua/zhytomyr-2030/demonstratsiynyy/> (дата звернення: 18.01.2022)

31. Концепція інтегрованого розвитку Житомира до 2030 року. URL: <https://2030.zhitomir.ua/> (дата звернення: 18.01.2022)

32. Про Житомирський обласний туристичний інформаційний центр URL: <http://tic.zt.ua/component/content/article/slaider/327-pro-tic?Itemid=181> (дата звернення: 18.01.2022).

33. У Житомира з'явився офіційний логотип, URL: <https://inspired.com.ua/creative/zhytomyr-logo/> (дата звернення: 18.01.2022).

34. УПРАВЛІННЯ КУЛЬТУРИ Житомирської міської ради. <https://zt-rada.gov.ua/?departments=17> (дата звернення: 18.01.2022).

35. Тури в Житомир, URL: <https://anga.ua/city/zhitomir.html> (дата звернення: 18.01.2022).

36. Автобусний тур “Житомирські скарби”, URL: <https://tamtour.com.ua/tur-do-zhytomyra> (дата звернення: 18.01.2022).

37. Маловідома Житомирщина / тур з Києва на 1 день URL: <https://tourbaza.com/tour/malovidoma-zhitomirshhina-tur-z-kyiva/> (дата звернення: 18.01.2022).

38. Розваги в Житомирі, URL: https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g298050-Activities-c56-Zhytomyr_Zhytomyr_Oblast.html (дата звернення: 18.01.2022).

39. Сьоме всеукраїнське муніципальне опитування: мешканці міст задоволені місцевим самоврядуванням, URL: <https://iri.org.ua/survey/some-vseukrayinske-munitsypalne-opytuvannya-meshkantsi-mist-zadovoleni-mistsevym> (дата звернення: 18.01.2022).

40. Кальченко О. М. Кластеризація в туристичній галузі. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcndtu/ekon/2009_39/22.htm (дата звернення: 08.01.2021)

41. Концепція впровадження кластерної моделі. Матеріали асоціації «Поділля Перший». URL: http://www.ppngo.org/sub_page.php?menu=2&id=53&pid=13. (дата звернення: 20.01.2022)

42. Посібник з кластерного розвитку. Україна: Послуги з підтримки МСП в пріоритетних регіонах. EuropeAid/121495/C/SV/UA. URL:

<http://economy-mk.gov.ua/download/books/ClusterHandbookUkr.pdf> (дата звернення: 10.01.2022)

43. Соколенко С. Як на основі кластерів підняти конкурентоспроможність економіки України. URL: <http://uclus-ter.org/blog/2011/11/yak-na-osnovi-klasteriv-pidnyati-konkurentospromo-zhnist-ekonomiki-ukraini/#comments> (дата звернення: 09.12.2021)

44. Житомир туристичний: що для цього потрібно. URL: https://www.zhitomir.info/post_2703.html (дата звернення: 18.01.2022).

45. Балковська В.В. Сучасний стан та перспективи подальшого розвитку туристичного ринку Житомирської області. *Причорноморські економічні студії* 18. 2017. URL: http://bses.in.ua/journals/2017/18_2017/16.pdf (дата звернення: 18.01.2022).

46. Створення мобільного додатку «Kyiv City Travel» на платформі Android та IOS, з функцією мобільного гіда по туристичним маршрутам URL: <https://prozorro.gov.ua/tender/UA-2020-11-02-001690-b> (дата звернення: 18.01.2022).

47. На выходные в Житомир. URL: <https://travel.tochka.net/16156-na-vykhodnye-v-zhitomir-evgeniy-yanovich-o-glavnykh-dostoprimechatelnostyakh-goroda/> (дата звернення: 18.01.2022).

48. Індивідуальні екскурсії у Житомирі URL: <https://tripvenue.com.ua/uk/ukraine/zhytomyr/experiences> (дата звернення: 18.01.2022).

49. Бочарникова Е.В. Концептуальные подходы к оценке эффективности рекламы туристских услуг. *Актуальные вопросы экономических наук*. 2010. № 17-2. С. 95-100.

50. Дроздова А.В. Коммуникативные стратегии и тактики как способ рекламного воздействия на потребителя. Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, 2011. 388 с.