

Н.Г. Виговська, д.е.н., проф.

Житомирський державний технологічний університет

І.В. Саух, д.е.н., проф.

Житомирський державний університет ім. І.Франка

Стратегічний розвиток туристичної галузі в Житомирській області

Присвячено оцінці можливостей стратегічного розвитку туристичної сфери Житомирської області. Авторами доведено, що сьогодні існує невідповідність між складністю зовнішнього середовища, в якому функціонують туристичні підприємства, та простою організаційно-правових форм, в якій існує більшість туристичних підприємств, що породжує невідповідність між уніфікацією методів стратегічного управління та їх унікальністю для кожного окремо взятого підприємства. Визначено, що стратегічний розвиток туристичної сфери необхідно досліджувати через призму використання методів стратегічного аналізу, який передбачає ідентифікацію зовнішніх факторів впливу на підприємства. Об'єктом дослідження у статті визначено стратегічний розвиток туристичної галузі в Житомирській області. Виходячи з цього, метою статті є оцінка проблем функціонування туристичної галузі в Житомирській області за допомогою сучасної методології досліджень (зокрема, методів стратегічного аналізу зовнішнього середовища) та формування напрямів стратегічного розвитку місцевого туризму. Визначено, що об'єктивними причинами зменшення туристів у регіоні протягом останніх років є проведення АТО на Сході України, недосконалість нормативно-правового забезпечення, що регламентує ведення туристичного бізнесу, недостатні рекламні заходи щодо просування вітчизняного туристичного продукту як на території Житомирської області, так і за кордоном. За допомогою використання методу стратегічного аналізу (SWOT-аналізу) виявлено сильні та слабкі сторони туризму даного регіону, загрози його функціонування та можливості їх усунення. На підставі оцінки наявної місцевої стратегії розвитку Житомирської області до 2020 року запропоновано напрями подальшого розвитку регіонального туризму в контексті законодавчої, інформаційно-маркетингової, інфраструктурної, науково-навчальної, кадрової та фінансових складових, реалізація яких сприятиме збільшенню інвестиційної привабливості Житомирщини та її туристичного іміджу.

Ключові слова: стратегічний розвиток; туризм; туристичні потоки; SWOT-аналіз.

Постановка проблеми. Сучасний туризм як окрема система має такі особливості: висока чутливість до змін зовнішнього середовища; високий рівень конкуренції в галузі, динамічність, недоцільність застосування «далекоглядних» стратегій у чистому вигляді, недостатність інформаційного забезпечення для застосування традиційних західних моделей та матричних методів розробки стратегії; розрив у часі між придбанням послуги та її споживанням; значна кількість посередників; сезонні коливання попиту тощо. Крім того, важливим фактором є неочікувана зміна зовнішнього середовища під впливом циклічності, глобалізації, політичних рішень окремих країн тощо.

Сьогодні існує невідповідність між складністю зовнішнього середовища, в якому функціонують туристичні підприємства, та простою організаційно-правових форм, в якій існує більшість туристичних підприємств, що породжує невідповідність (конфлікт) між уніфікацією (універсалізацією) методів стратегічного управління та їх унікальністю для кожного окремо взятого підприємства. Ця невідповідність вирішується шляхом поєднання існуючих класичних методів оцінки зовнішнього галузевого середовища, детально розроблених західними науковцями, та простих інтуїтивних аналітичних методів, побудованих на основі врахування специфіки кожного окремого туристичного підприємства та позбавлених складних математичних розрахунків. Стратегічний розвиток туристичної сфери необхідно досліджувати через призму використання методів стратегічного аналізу, який передбачає ідентифікацію зовнішніх факторів впливу на підприємства (в першу чергу, галузевих). Об'єктом нашого дослідження обрано стратегічний розвиток туристичної галузі в Житомирській області.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичним засадам ефективного функціонування туристичної сфери присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Г.Александрової [1], Р.І. Балашової [2], О.Височана [3], М.М. Костриці [4] та багатьох інших. Однак аналіз зазначених праць підтверджує відсутність єдиних підходів до формування напрямів стратегічного розвитку місцевого туризму, що потребує проведення додаткових наукових досліджень.

Метою статті є оцінка проблем функціонування туристичної галузі в Житомирській області за допомогою сучасної методології досліджень (зокрема, методів стратегічного аналізу зовнішнього середовища) та формування напрямів стратегічного розвитку місцевого туризму.

Викладення основного матеріалу дослідження. Визначено, що основні фактори прямої дії галузевого зовнішнього середовища на туристичні підприємства визначаються в залежності від суб'єктів, з якими у них формуються взаємовідносини, а саме: клієнти (споживачі туристичних послуг), конкуренти, посередники. Тому визначальними факторами впливу прямої дії на фінансовий потенціал туристичного підприємства є: інфраструктура регіонального ринку надання туристичних послуг, платоспроможний попит, діяльність конкурентів, регіональна політика в сфері туризму.

Уточнення виділених факторів дозволяє сформувати напрями стратегічного аналізу галузевого середовища: 1) аналіз стану ринку туристичних послуг Житомирської області (інфраструктурної складової та туристичних потоків); 2) аналіз конкурентного середовища туристичних підприємств Житомирщини; 3) аналіз регіональної політики в сфері туризму.

У 2008 році проведена робота по вивченню туристичного потенціалу за об'єктами туристичної інфраструктури міста Житомира та Житомирської області. Туристична інфраструктура була розбита на 6 основних об'єктів дослідження (табл. 1)

Таблиця 1

Складові об'єкти туристичної інфраструктури Житомирської області*

№ з/п	Об'єкти туристичної інфраструктури Житомирської області	Складові інфраструктури
1	Об'єкти екскурсійного туризму	Музеї м. Житомира: меморіальний будинок-музей С.П. Корольова; музей космонавтики ім. С.П. Корольова; музей природи та мінералогії; краєзнавчий музей та картинна галерея; меморіальний будинок-музей В.Г. Короленка; музей пожежної охорони, курган могили гайдамаків (с. Кодня) Музеї м. Коростеня: краєзнавчий музей; залишки Іскоростеня, Ольжині купальні, могила князя Ігора (с. Немирівка). Музеї м. Бердичіва: краєзнавчий. Музеї м. Овруча: Олегова могила. Музеї м. Володарськ-Волинського: музей дорогоцінного та декоративного каменю
2	Об'єкти екологічного туризму	Природні заповідники: Поліський природний заповідник (с. Селезівка Овруцького району), Словечансько-Овруцький кряж, геологічний заказник «Кам'яне село», лісовий державний заказник «Туганівський», ботанічний заказник «Городницький», ландшафтний заказник «Плотниця», зоологічний державний заказник «Казява» (м. Новоград-Волинський), урочище «Модрина», «Криниченька», «Корнісв». Парки: Ботанічний сад Агроєкологічної академії; Парк культури і відпочинку ім. Ю.Гагаріна, Верхівнянський, Городницький, Івницький, Трощанський парки, Андрушівський, Бондарецький, Високівський, Грабчаковий ліс, Кмитівський, Коростишівський, Турчинівський, Ушомирський, парк ім. Кутузова (м. Володарськ-Волинський)
3	Об'єкти лікувально-оздоровчого туризму:	Туристична база «Лісовий берег»; санаторії: «Дениші», «Іршанськ», «Тетерів»
4	Об'єкти спортивного і пригодницького туризму:	Полювання і рибальства (приміські мисливські господарства, туристичні походи різної категорії, туристичні табори, пішохідні марафони, гірський туризм на скелях «Голова Чацького» та в Денишах)
5	Об'єкти літературного туризму:	Музеї м. Житомира: В.Г. Короленка; літературний музей. Літературно-меморіальний музей О. де Бальзака (с. Верхівня Ружинського р-ну)
6	Об'єкти паломницького туризму:	м. Житомира: Преображенський кафедральний собор; Михайлівська церква; Кафедральний костел св. Софії; Семінарійський костел; Німецька кірха; Хрестовоздвиженська церква, Троїцький монастир (с. Тригир'я). м. Бердичіва: монастир Босих кармелітів, костел Святої Варвари. м. Овруча: Василівський монастир. Миколаївська церква (сmt Олевськ), церква Різдва Богородиці (с. Кодня)

Довідка*: узагальнено автором за даними [6]

Таким чином, зроблено висновок, що в Житомирській області на державному обліку перебувають визначні пам'ятки археології, історії, монументального мистецтва, архітектури, працюють туристичні агентства. Проте кожне з агентств не вважає пріоритетним для себе внутрішній і в'їзний туризм. Недостатня увага приділяється формуванню місцевого туристичного продукту, що могло б створити додаткові робочі місця, в першу чергу для молоді, а в перспективі – сприяти поповненню місцевого бюджету.

Важливим показником стану туристичної галузі в Житомирській області виступає обсяг туристичних потоків в розрізі основних груп туристів. Динаміку туристичних потоків Житомирської області протягом 2000–2016 рр. представлено в таблиці 2.

Таблиця 2

Динаміка туристичних потоків Житомирської області протягом 2000–2016 рр.*

Рік	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності Житомирської області	Абсолютний приріст, од.		Темп зростання, %		Темп приросту, %	
		Базисний	Ланцюговий	Базисний	Ланцюговий	Базисний	Ланцюговий
2000	8044	X	X	X	X	X	X
2001	8639	595	595	107	107	7	7
2002	13260	5216	4621	164	153,4	64	53,4
2003	16006	7962	2746	198	120,7	98	20,7
2004	7206	-838	-8800	89,5	450	-10,5	350
2005	9997	1953	2791	124,2	138,7	24,2	38,7
2006	11991	3947	1994	149,0	119,9	49,0	19,9
2007	12857	4813	866	159,8	107,2	59,8	7,2
2008	15472	7428	2615	192,3	120,3	92,3	20,3
2009	14700	6656	-772	182,7	95,0	82,7	-5
2010	15875	7831	1175	197,3	107,9	97,3	7,9
2011	10694	2650	-5181	132,9	67,3	32,9	-32,7
2012	12878	4834	2184	160,1	120,4	60,1	20,4
2013	9613	1569	-3265	119,5	74,6	19,5	-25,4
2014	6060	-1984	-3553	75	63,03	-25	-36,97
2015	6283	-223	1761	78	103,6	-22	3,6
2016	8615	2332	2555	107	137,1	7	37,1

Довідка*: складено автором на підставі узагальнення даних управління культури Житомирської обласної державної адміністрації [6], починаючи з 2011 року – даних ГУС у Житомирській області [7–11]

Аналіз динаміки туристичних потоків протягом 2000-2016 рр. свідчить, що найбільша кількість туристів спостерігалась у 2003 та 2010 рр. (16006 та 15875 туристів відповідно). Це відповідає найбільшому темпу приросту порівняно з 2000 р. + 98% та 97,3 %. Найменший абсолютний приріст склав 1984 осіб у 2014 році порівняно з 2000 р. Це означає, що маємо негативний темп приросту (-25 %) проти 2000 р та -36,97 % проти 2013 р.

Об'єктивними причинами зменшення туристів протягом останніх років є проведення АТО на Сході України, недосконалість нормативно-правового забезпечення, що регламентує ведення туристичного бізнесу, недостатні рекламні заходи щодо просування вітчизняного туристичного продукту як на території Житомирської області, так і за кордоном. Не менш важливим є факт неефективного державного регулювання сфери з боку місцевої влади, недостатньої поінформованості населення про природно-рекреаційний потенціал Житомирщини тощо. В ході аналізу туристичних потоків визначено також зміни у співвідношенні в'їзного та виїзного туризму (табл. 3).

Як свідчать дані табл. 3, для останніх років є характерною тенденція перевищення туристів-громадян України, які виїжджали за кордон, над кількістю іноземних туристів, які відвідували область. Особливо відчутною є ця тенденція, починаючи з 2005 року. Це означає, що туристичний потенціал Житомирської області залишається досі невикористаним.

Таблиця 3

Туристичний баланс Житомирської області*

Роки	Іноземні туристи, обслуговані суб'єктами туристичної діяльності Житомирської області	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон, обслуговані суб'єктами туристичної діяльності Житомирської області	Туристичний баланс Житомирської області
2000	640	464	+176
2001	626	387	+239
2002	1520	387	+1133
2003	1467	647	+820
2004	958	535	+423
2005	295	1280	-985
2006	13	2734	-2721
2007	-	3774	-3744
2008	56	5702	-5646
2009	10	4483	-4473
2010	-	5474	-5474
2011	9	6079	-6070
2012	30	7242	-7212

Закінчення таблиці 3

Роки	Іноземні туристи, обслуговані суб'єктами туристичної діяльності Житомирської області	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон, обслуговані суб'єктами туристичної діяльності Житомирської області	Туристичний баланс Житомирської області
2013	2	7290	-7288
2014	3	4693	-4690
2015	-	3771	-3771
2016	-	5101	-5101

Довідка*: розраховано автором за 2000-2010 рр. – за даними управління культури Житомирської обласної державної адміністрації [6], починаючи з 2011 року – за даними ГУС у Житомирській області [7-11]

На стратегічний розвиток туристичної галузі в Житомирській області значний вплив спричиняє і неефективна регіональна політика місцевих органів влади. Для повної оцінки туристичного потенціалу Житомирської області є доцільним здійснити SWOT – аналіз (табл. 4).

Таблиця 4

Розширена SWOT – матриця туристичного потенціалу Житомирської області*

<i>Сильні сторони розвитку туризму (S)</i>	<i>Слабкі сторони розвитку туризму (W)</i>
<ol style="list-style-type: none"> Наявність потенціалу (ресурсів) для розвитку таких видів туризму: сільський, екологічний, спортивний; Наявність міжнародних транспортних сполучень; Наявність колективних засобів розміщення; Стратегічне географічне положення Житомирщини; Різноманітний природно-ресурсний потенціал; Сприятливі кліматичні умови; Значна кількість об'єктів культурно-історичної спадщини, в т.ч. пам'яток археології; Наявність розвинутої інфраструктури харчування; Наявність рекреаційних ресурсів; Наявність водних ресурсів для екологічного туризму 	<ol style="list-style-type: none"> Висока ціна туристичного продукту на національному та міжнародному ринках; Невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам якості; Несприятлива екологічна обстановка в деяких районах області; Сезонність туристичних послуг; Низька якість колективних засобів розміщення; Низька якість автомобільних шляхів; Відсутність ефективної інформаційної політики місцевої влади щодо туристичного потенціалу Житомирщини (недостатній брендинг області); Несприятливі демографічні процеси; Низький платоспроможний попит на туристичні продукти; Недостатньо розвинута інфраструктура на автомагістралях Житомирщини; Недостатність кваліфікованих спеціалістів в туристичній галузі; Недостатність інвестиційних ресурсів; Недостатнє просування народних промислів; Необхідність реконструкції об'єктів туризму; Відсутність рекламних матеріалів про ринок туристичних послуг Житомирщини на міжнародному рівні; Недостатня взаємодія Житомира та його окремих районів з питань туризму
<i>Можливості (O)</i>	<i>Загрози (T)</i>
<ol style="list-style-type: none"> Наявність міжнародних зв'язків Достатній потенціал для розвитку кількох видів туризму Розвиток ринку сфери послуг (готельного бізнесу, сфери харчування) Удосконалення транспортної індустрії Розвиток фінансових інститутів Децентралізація влади Розвиток громадянського суспільства Реалізація ЗУ «Про туризм», Стратегії розвитку Житомирської області до 2020 р. 	<ol style="list-style-type: none"> Конфлікт на Сході України Складна політична та економічна ситуація Недосконалість нормативно-правової бази у сфері туризму Відсутність державної підтримки туристичних підприємств Високий рівень конкуренції у туризмі Подальше погіршення стану інфраструктури області

Довідка*: складено автором

На підставі проведеного SWOT-аналізу виділено основні фактори, які перешкоджають розвитку в'їзного та внутрішнього туризму Житомирської області, а саме: незадовільний стан об'єктів туризму Житомирської області на фоні нерозвиненості пов'язаної з ним інфраструктури; низька якість туристичних послуг, обумовлена низьким рівнем підготовки персоналу у туристичному бізнесі; відсутність цілісної маркетингової політики Житомирської області з просування туристичного продукту; низька якість транспортної інфраструктури; перевищення обсягів виїзного туризму над виїзним;

недостатнє фінансування туризму на місцевому рівні; недостатня інвестиційна привабливість Житомирської області.

Проведений SWOT-аналіз дозволяє зробити висновок, що при цілеспрямованій політиці місцевих органів влади є можливим нейтралізувати більшість слабких сторін туристичного потенціалу Житомирської області. Розвитку туризму як напряму діяльності управління культури Житомирської області надається невелике значення, про що свідчать такі факти: недостатність інформаційного представлення туристичного та рекреаційного бізнесу на сайтах Житомирської обласної ради, зокрема: відсутність планів розвитку туристичної сфери в області та звітів про здійснену діяльність; недостатня реклама привабливих для туризму об'єктів; відсутність ефективної підтримки з боку обласної ради підприємств туристичного бізнесу; неефективне використання та недостатня охорона історичних пам'яток; недостатнє розуміння розвитку туристичного бізнесу як важливого джерела наповнення місцевого бюджету та державного бюджету; майже відсутність уваги до функціонування соціального туризму. Крім законодавчих актів, прийнятих на державному рівні, на регіональному рівні діють стратегії розвитку регіонів, в яких повинно приділятися увага і туристичній сфері. В Житомирській області прийнято Стратегію розвитку Житомирської області до 2020 р. [12], де стратегічними напрямами розвитку туризму прийнято (табл. 5).

Таблиця 5

*Пріоритетні стратегічні напрями розвитку туристичної сфери Житомирської області**

№ з/п	Стратегічні напрями	Стратегічні завдання	Очікувані результати від реалізації стратегічних напрямів та індикатори
1	Розвиток екологічних видів туризму, у т.ч. зеленого сільського туризму	Сприяння розвитку сільського зеленого туризму шляхом проведення навчальних семінарів для підприємців-початківців у сфері сільського туризму та власників сільських садиб; встановлення туристичних позначень, знаків, показників навколо туристичних об'єктів; дистанційне навчання та консультування кадрів у сфері сільського туризму; організація курсів іноземних мов для туристичних операторів; створення мережі туристсько-екскурсійних маршрутів та реалізація заходів з розвитку мережі пішохідних туристських маршрутів; запровадження та популяризація турів вихідного дня, екскурсійних турів у міжсезонний період	Очікувані результати: розширення використання наявного туристичного потенціалу та підвищення привабливості об'єктів та поселень, які мають туристичний потенціал; формування регіонального Інтернет-ресурсу про туристичну Житомирщину; створення на базі веб-порталу облдержадміністрації єдиної туристичної інформаційної системи регіону; збільшення чисельності внутрішніх туристів; збільшення обсягів продажу регіональних туристичних продуктів; розробка нових комплексних туристичних продуктів, інфраструктури та сфери послуг навколо об'єктів та пам'яток культури; сертифікація та маркетинг об'єктів туризму та туристичного продукту; створення системи інформування туристів; створення нових робочих місць; збереження та примноження історико-культурної спадщини. Індикатори: кількість туристичних маршрутів; кількість об'єктів туризму; динаміка чисельності туристів та екскурсантів; кількість власників садиб сільського туризму; обсяги надходжень до бюджету від туристичної діяльності; кількість зайнятих у сфері туризму; кількість проведених навчань для працівників галузі
2	Сприяння розвитку внутрішнього туризму і реклама місцевих туристичних продуктів	Створення карти туристичних маршрутів Житомирщини; проведення спеціалізованих заходів для реклами туристичного потенціалу; створення туристичної веб-сторінки на сайті облдержадміністрації; реклама місцевих традицій та звичаїв Житомирщини; розробка та розміщення на авто- та залізничних вокзалах туристичних картосхем; розробка та встановлення інформаційних щитів про туристичні об'єкти області вздовж основних туристичних маршрутів; представлення області на національних та міжнародних туристичних виставках в Україні та за кордоном	
3	Покращення екологічного стану та використання рекреаційних зон	Облаштування відпочинкових, оздоровчих, паркових зон та об'єктів природного середовища; впровадження заходів щодо поліпшення екологічного стану річок, підготовка інвестиційної пропозиції щодо створення бальнеологічного оздоровчого центру на базі родовищ радонових мінеральних вод; дослідження стану водних об'єктів та рекреаційних зон на них, встановлення на місцевості водноохоронних зон та прибережних смуг; спорудження та облаштування зупинок туристичних автобусів для забезпечення відпочинку водіїв та пасажирів вздовж туристичних маршрутів	

Довідка*: складено за Стратегією розвитку Житомирської області до 2020 р. [12]

Безумовним недоліком запропонованої Стратегії є визначення виключно індикаторів як результатів, очікуваних від її реалізації. Однак для підвищення конкретики та створення умов для реалізації стратегії є необхідним визначення чисельних показників (наприклад, кількості туристів, обсягу прогнозованих доходів, отриманих від діяльності туристичних підприємств тощо).

Для розвитку туристичної сфери в Житомирській області є необхідним максимально використовувати сильні сторони, виділені у матриці SWOT-аналізу, що надає можливість сформулювати напрями подальшого розвитку місцевого туризму в контексті таких складових: 1) законодавча складова: удосконалення нормативно-правового забезпечення туристичної галузі як на центральному, так і на місцевому рівнях (зокрема, розробити Концепцію та Стратегію розвитку туристичної галузі Житомирщини як окремих нормативних документів місцевого рівня, в яких передбачити розвиток внутрішнього туризму та в'їзного туризму); 2) інформаційно-маркетингова складова: надання туристичним підприємствам інформаційної підтримки з просування та реалізації туристичного продукту, зокрема створення туристичного Web-сайту Житомирської області з детальним описом об'єктів туризму в розрізі його видів; 3) інфраструктурна складова: а) покращити фінансування транспортної інфраструктури (зокрема, здійснити капітальний ремонт автомобільних шляхів, які цього потребують); б) налагодити співпрацю та взаємодію районів Житомирської області та м. Житомира з питань розвитку туризму; в) посилити охорону об'єктів туристичної сфери; 4) науково-навчальна та кадрова складова: покращити якість надання туристичних послуг, зокрема, передбачити навчання персоналу туристичних підприємств шляхом проведення методичних семінарів, конференцій, «круглих столів». Це є можливим при інтеграції практики та науки туризму шляхом залучення академічних працівників для участі у підвищенні кваліфікації практиків туризму; 5) фінансова складова: а) розробка інвестиційних проектів з розвитку туристичної сфери регіону із залученням коштів вітчизняних та іноземних інвесторів; б) збільшення фінансування системи туризму з місцевого бюджету; в) надання податкових пільг туристичним підприємствам.

Висновки та перспективи подальших наукових досліджень. Вважаємо, що реалізація запропонованих заходів сприятиме: збільшенню інвестиційної привабливості Житомирщини та її туристичного іміджу; збільшенню обсягів туристичних потоків у розрізі різних видів туризму, що сприятиме зростанню надходжень до бюджетів; підвищенню рівню надання послуг туристичними підприємствами; підвищенню зайнятості населення шляхом створення додаткових робочих місць; підвищенню рівню доходів мешканців Житомирської області. Житомирська область не є «туристичним регіоном». Така ситуація пояснюється слабо розвинутою туристичною інфраструктурою. Водночас у області є стратегічний туристичний потенціал для розвитку внутрішнього туризму. Основною метою розвитку туризму Житомирщини слід визнати формування й розвиток високоефективного і конкурентноздатного екскурсійно-туристичного комплексу, що забезпечує широкі можливості для задоволення потреб громадян у різноманітних туристичних послугах.

Список використаної літератури:

1. *Александрова А.Ю.* Международный туризм / *А.Ю. Александрова.* – М. : Аспект Пресс, 2004. – 470 с.
2. *Балашова Р.І.* Розвиток методів оцінки ефективності діяльності туристичних підприємств / *Р.І. Балашова* // Вісник ДІТБ. – 2008. – № 12. – С. 99–108.
3. *Височан О.С.* Розвиток теорії та методології обліку у суб'єктів туристичної діяльності : дис. д.е.н. : спец. 08.00.09 / *О.С. Височан.* – Житомир : ЖДТУ, 2015.
4. *Костриця М.* Сільський туризм: теорія, методологія, практика : монографія / *М.Костриця.* – Житомир : ЖДТУ, 2006. – 196 с.
5. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» : станом на 15 січня 2015 : № 124-VIII / Верховна Рада України. – 2015. – № 14.
6. Офіційний сайт управління культури Житомирської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukt.zhitomir-region.gov.ua/>.
7. Офіційний сайт Головного управління статистики у Житомирській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zt.ukrstat.gov.ua>.
8. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2010-2014 роках» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
9. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2014 році». – Київ, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
10. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2015 році». – Київ, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
11. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2016 році». – Київ, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
12. Офіційний сайт Житомирської обласної ради «Стратегія розвитку Житомирської області до 2020 р.» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zt-rada.gov.ua/pages/p1778>.

References:

1. Aleksandrova, A.Yu. (2004), *Mezhdunarodnyy turizm*, M., 470 p.
2. Balashova, R.I. (2008), «Rozvitok metodiv otsinki efektyvnosti diyal'nosti turistichnikh pidpriemstv» // *Visnik DITB*, No. 12, pp. 99–108.
3. Visochan, O.S. (2015), «Rozvitok teorii ta metodologii obliku u sub'ektiv turistichnoi diyal'nosti», abstract of diss. d.e.n., spec. 08.00.09, Zhitomir, ZhDTU.
4. Kostriysya, M. (2006), *Sil's'kiy turizm: teoriya, metodologiya, praktika*, monografiya, ZhDTU, Zhitomir, 196 p.
5. Verhovna Rada Ukrainy (2015), *Zakon Ukrainy «Pro vnesennya zmin do Zakonu Ukraini «Pro turizm»*, stanom na 15 sichnja, No. 124-VIII, Vidomosti Verkhovnoi Radi Ukrainy, No. 14.
6. Ofitsijnyj sayt upravlinnja kul'tury Zhytomys'koi' oblasnoi' derzhavnoi' administracii', available at: <http://ukt.zhitomir-region.gov.ua/>
7. Ofitsijnyj sayt Golovnoho upravlinnja statystyky u Zhytomys'kij oblasti, available at: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua>
8. Statystychnyj bjuleten' (2015), «Turystychna dijal'nist' v Ukraini», 2010–2014 rokah», available at: <http://ukrstat.gov.ua>
9. Statystychnyj bjuleten' (2015), «Turystychna dijal'nist' v Ukraini u 2014 roci», Kyi'v, available at: <http://ukrstat.gov.ua>
10. Statystychnyj bjuleten' (2016), «Turystychna dijal'nist' v Ukraini u 2015 roci», Kyi'v, available at: <http://ukrstat.gov.ua>
11. Statystychnyj bjuleten' (2017), «Turystychna dijal'nist' v Ukraini u 2016 roci», Kyi'v, available at: <http://ukrstat.gov.ua>
12. Ofitsijnyj sayt Zhytomys'koi' oblasnoi' rady «Strategija rozvytku Zhytomys'koi' oblasti do 2020 roku, available at: <http://zt-rada.gov.ua/pages/p1778>

Виговська Наталія Георгіївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів і кредиту Житомирського державного технологічного університету.

Наукові інтереси:

- державний фінансовий контроль;
- земельні відносини; фінансова санація і банкрутство підприємств;
- кредитоспроможність підприємства.

E-mail: vygng@ukr.net.

Саух Ірина Василівна – доктор економічних наук, професор Житомирського державного університету імені І.Франка.

Наукові інтереси:

- фінансовий потенціал підприємства;
- стратегічний аналіз;
- туристична діяльність.

E-mail: irina_saukh@ukr.net.

Стаття надійшла до редакції 18.04.2018.