

УДК 338.48

JEL L72, L83, Q26

DOI: 10.31471/2409-0948-2022-2(26)-16-25

**Запухляк Іванна Богданівна**  
доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри менеджменту та адміністрування  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
76019, Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15  
E-mail: zapib@ukr.net  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1218-0251>

**Вербовська Леся Степанівна**  
кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри менеджменту і адміністрування  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
76019, Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15  
e-mail: verlesya@gmail.com  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2509-1194>

**Сохан Олег Володимирович**  
аспірант  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
76019, Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15  
e-mail: oleg.sokhan@gmail.com

## **ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ НАФТОГАЗОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

**Анотація.** У статті розглянуто необхідність продукування інноваційних видів туризму, які би поєднували роботу та відпочинок, виконували пізнавальну, навчальну функцію у поєднанні з оздоровчою та відпочинковою. З'ясовано, що для задоволення потреб і вимог сучасного туриста доцільним є формування дестинацій, як окремих територій, привабливих специфічною інфраструктурою та унікальними послугами і продуктами, що можуть задовільнити найрізноманітніші бажання подорожуючого.

Вивчення контенту поняття «туристична послуга» і видів туристичних продуктів стало підґрунтям для формування поняття «нафтогазова туристична дестинація». Наведено основні риси туристичної дестинації та передумови формування нафтогазових туристичних дестинацій.

Розглянуто суб'єкти нафтогазової промисловості України, регіони нафтогазових покладів та можливості розвивати інноваційний вид туризму у межах регіональних туристичних нафтогазових дестинацій. Доведено, що володіючи значною оздоровчо-лікувальною інфраструктурою, маючи різноманітні тренажерні зали, бурові виставки, музеї нафтогазового промислу, площі з макетами верстатів-качалок і т. д., варто говорити про подальший розвиток цієї унікальної інфраструктури у вигляді туристичних дестинацій з метою пропонування широкому колу подорожуючих (учні, студенти, науковці, практики) інноваційних туристичних продуктів; пропагування актуальності інженерних знань та наук про землю; демонстрування сучасних тенденцій в енергетиці загалом, та нафтогазовій галузі, зокрема; формування платформи для здобуття практичного досвіду.

Встановлено, що перевагою створення туристичних destinations нафтогазового комплексу для подорожуючого є поєднання процесу здобуття нових знань і практичних навичок з відпочинком та оздоровленням. Для регіону це принесе розвиток завдяки формуванню нових унікальних туристичних продуктів в межах туристичної destination. Нафтогазовим підприємствам – нові види діяльності, додаткові прибутки, популяризацію нафтогазових професій.

Ключові слова: туризм, туристичний продукт, туристична destination, нафтогазові підприємства.

**Zapukhliak Ivanna Bohdanivna**  
**Doctor of Economic Sciences**  
**Professor at the Department of Management and Administration**  
**Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas,**  
**15 Karpatska Street, Ivano-Frankivsk, Ukraine, 76019**  
**E-mail: [zapib@ukr.net](mailto:zapib@ukr.net)**

**Verbovska Lesya Stepanivna**  
**PhD, Associated professor of the Department of Management and Administration**  
**Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas**  
**76019, Ivano-Frankivsk, St. Carpathian, 15**  
**E-mail: [verlesya@gmail.com](mailto:verlesya@gmail.com)**

**Sokhan Oleh Volodymyrovych**  
**postgraduate**  
**Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas**  
**76019, Ivano-Frankivsk, St. Carpathian, 15**  
**e-mail: [oleg.sokhan@gmail.com](mailto:oleg.sokhan@gmail.com)**

## **PROSPECTS FOR THE FORMATION OF OIL AND GAS TOURIST DESTINATIONS**

**Abstract.** The article considers the need to produce innovative types of tourism that would combine work and rest, perform a cognitive and educational function in combination with health and recreation. It is justified that at the request of the modern tourist and his / her needs it is expedient to form tourist destinations as separate territories that are attractive due to specific infrastructure and opportunities to offer a unique tourist service, product, satisfying a combination of the most diverse needs of the traveler.

The study of the "tourist service" concept content and types of tourist products became the basis for the formation of the concept of "oil and gas tourist destination". The main features of the tourist destination and the prerequisites for the formation of oil and gas tourist destinations are given.

Subjects of the oil and gas industry of Ukraine, regions of oil and gas deposits, and opportunities to develop an innovative type of tourism within regional tourist oil and gas destinations are considered.

It has been proven that having a significant health and medical infrastructure, having various gyms, drilling exhibitions, oil and gas industry museums, squares with rocking machines models, etc., it is worth talking about the further development of this unique infrastructure in the form of tourist destinations with the aim of offering a wide the circle of travelers (students, scientists, practitioners) of innovative tourist products; promoting the relevance of engineering knowledge and earth sciences; demonstration of modern trends in energy in general, and the oil and gas industry in particular; formation of a platform for gaining practical experience.

It was established that the advantage of creating tourist destinations of the oil and gas complex for the traveler is the combination of the process of acquiring new knowledge and practical skills with rest and recovery, for the region - development due to the formation of new unique tourist products within the tourist destination, for oil and gas enterprises - the development of a new type of activity, obtaining additional profits, popularization of oil and gas professions.

**Keywords:** tourism, tourist product, tourist destination, oil and gas enterprises.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі подорожі мають виконувати не тільки лікувально-оздоровчу та відпочинкову функції, а й пізнавальну. Вони повинні збагачувати мандрівника досвідом, давати можливість інтелектуального розвитку, соціальної практики, волонтерства, розширювати комунікативні зв'язки. Підтвердженням цього є формування у світі нових видів туризму, значно відмінних від традиційних. Наприклад, набуває актуальності так званий «сталий туризм», емпіричні подорожі, індустріальний, атомний, науковий, альтернативний туризм тощо. Окрім того, все більш актуальним стає поєднання роботи, навчання і відпочинку, що призводить до потреби формування не просто туристичного продукту, туристичної послуги, а туристичних дестинацій, як окремих територій, привабливих специфічною інфраструктурою та унікальними послугами і продуктами, що можуть задовільнити найрізноманітніші бажання подорожуючого..

Щодо підприємств нафтогазового комплексу України, то володіючи значною оздоровчо-лікувальною інфраструктурою, маючи різноманітні тренажерні зали, бурові виставки, музеї нафтогазового промислу, площі з макетами верстатів-качалок і т.д., варто говорити про подальший розвиток цієї унікальної інфраструктури у вигляді туристичних дестинацій. Їх мета – пропонувати широкому колу подорожуючих (учні, студенти, науковці, практики) інноваційних туристичних продуктів; пропагування актуальності інженерних знань та наук про землю; демонстрування сучасних тенденцій в енергетиці загалом, та нафтогазовій галузі, зокрема; формування платформи для здобуття практичного досвіду. Перевагами створення туристичних дестонацій нафтогазового комплексу є поєднання процесу здобуття нових знань і практичних навичок з відпочинком та оздоровленням.

Саме на основі створених туристичних дестинацій нафтогазового комплексу можливим є розвиток так званого «індустріального туризму». За переконаннями науковців, індустріальний туризм є активним видом туризму, «зосередженим в промислових регіонах, що має за мету споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування працюючих виробничих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів» [1]. Кісь С. Я. та ін., досліджуючи засади розвитку туристичної інфраструктури нафтогазового комплексу, зазначають про значний потенціал цих підприємств не тільки з точки зору забезпечення індустріального туризму (наявність конференц-залів, бурових та інших тренажерних залів, виставок виробничого обладнання, макетів бурових вишок і т.д.), але й санаторно-оздоровчого та сталого туризму [2].

Відтак вважаємо, що формування туристичних дестинацій на територіях нафтогазового промислу з використанням об'єктів оздоровчо-відпочинкової, навчально-наукової та промислово-дослідницької інфраструктури нафтогазових підприємств є перспективою для розвитку інноваційних методів туризму, розвитку регіонів через формування туристичних нафтогазових регіональних дестинацій тощо.

**Аналіз останніх публікацій.** Проблемами розвитку туризму, в тому числі інноваційного розвитку, розвитку зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств займалися Мельник А., Гонтаржевська Л., Грибова Д., Драчук Ю., Горшкова Л., Кифяк В. та ін. Вивченню природних об'єктів промислового туризму присвятили свої роботи Гайко Г., Білецький В., Мікось Т., Хмура Я. та ін. Зокрема,

О. В. Пендерецький досліджував природні об'єкти промислового туризму українських Карпат. С. Я. Кісь розглядав засади розвитку готельно-ресторанної та курортно-рекреаційної інфраструктури нафтогазового комплексу. Г. Горіна вивчала ринок туристичних послуг України в умовах просторової поляризації. Туристичні дестинації досліджували Гайворонська І., Крупа І., Купер К., Ткаченко Т.

Проте залишаються перспективними для дослідження можливості формування в Україні туристичних дестинацій в регіонах нафтогазопромислу на основі поєднання промислової інфраструктури розроблених нафтогазових родовищ та санаторно-оздоровчих закладів підприємств нафтогазового комплексу.

**Метою** дослідження є визначення перспектив формування туристичних дестинацій вітчизняного нафтогазового комплексу.

**Виклад основного матеріалу.** Законом України «Про туризм» [4] визначено поняття «туристичний продукт», «супутні/характерні туристичні послуги та товари», «просування туристичного продукту», проте нічого не сказано про поняття «туристична дестинація».

З'ясуємо насамперед суть «туристичного продукту». Зокрема, в Законі України «Про туризм» туристичний продукт – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [3]. В. Ф. Кифяк розуміє під туристичним продуктом набір речових та неречових споживчих вартостей для задоволення потреб туриста під час його подорожі [4, с.97].

У менеджменті туризму розрізняють продукт туристичної компанії (туроператора) і продукт туристичної території. Існує класифікація туристичних продуктів, наявних сьогодні на ринку, за характерними елементами, які визначають сутність продукту, зокрема продукт-предмет, продукт-послуга, продукт-об'єкт, продукт-маршрут, продукт-місце, продукт-захід, продукт-подія [5, с.294]. Туристичний продукт-місце (регіон, округ, місцевість, національний парк тощо) вважається особливим географічно детермінованим видом туристичного продукту [6, с. 119]. «Це поняття застосовується до складної множини елементів, виділених за ознакою їх конкретної просторової локалізації ...» [5, с.294].

У Міжнародних рекомендаціях зі статистики туризму 2008 [7] обґрунтовано, що туристичний продукт – це комбінація різних аспектів (характеристики відвідуваних місць, види транспорту, види розміщення, конкретні види діяльності у місцях призначення тощо) навколо конкретного центру інтересів, наприклад екскурсії в природні заповідники, проживання на фермах, відвідування історичних і культурних об'єктів, відвідування конкретного міста, заняття конкретним видом спорту тощо.

Для створення і впровадження нового туристичного продукту, туроператору недостатньо створити якісний тур з прийнятною ціною. Формування продукту і його вихід на ринок необхідно ретельно планувати і організувати. Цей складний процес вимагає від фахівців, що працюють в туризмі, професіоналізму, глибоких знань туристичних ресурсів, організаційно-правових особливостей подорожей, психології та мотивацій споживача. Створення туристичного продукту зазвичай починається з виникнення ідеї та прийняття рішення про розробку туру і завершується процесом просування його на ринку з наступними продажами [8, с. 33].

Кожен продукт, в тому числі туристичний, проходить у своєму розвитку чотири послідовні стадії: впровадження, зростання, зрілість і спад. Впровадження – початкова стадія життєвого циклу, на якій створюється ринок для нового продукту. Вона характеризується повільними темпами зростання обсягу продажу і можливими втратами (високі затрати на виробництво і маркетинг). Тривалість стадії впровадження залежить від

якості продукту, його відповідності потребам споживачів, правильно обраної стратегії маркетингу і послідовної її реалізації. Стадія зростання настає з визнанням покупцями продукту і швидким збільшенням попиту на нього. Збут розширюється, а за ним зростає і прибутковість [9].

М. С. Візерська окреслює чотири етапи створення туристичного продукту:

1. Генерування ідей щодо туристичного продукту, його кількісних і якісних властивостей на основі постійного вивчення дійсного і постійного попиту.
2. Розробка концепції нового продукту.
3. Пробний маркетинг – реалізація першої пробної партії нового туристичного продукту.
4. Комерціалізація туристичного продукту [10].

Як бачимо, деякі науковці, визначаючи туристичний продукт, закладають у зміст ознаки дещо ширші, ніж ознаки продукту як такого. Цим діями вони наближають нас до формування у вітчизняній науці підвалин для терміну «туристична дестинація».

Загалом, у перекладі з англійської слово «дестинація» (*destination*) означає «місце призначення»; з латинської (*destino*) – «призначення», «місцезнаходження» [11]. Ніл Лейпер заклав у термін «туристична дестинація» процес взаємодії туриста і туристичної інфраструктури на конкретній території [12]. Туристичну дестинацію також визначено як географічну територію, яка є привабливою для туристів завдяки наявності унікальних або специфічних туристично-рекреаційних ресурсів та відповідної інфраструктури, доведених до споживачів у вигляді готового туристичного продукту з метою задоволення їх найрізноманітніших потреб. Іншими словами, це місце призначення туриста, де він має реалізувати мету своєї подорожі. Європейська Комісія визначила дестинацію як «територію, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування й у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями» [6, с.120; 11].

При розгляді основних рис туристичної дестинації, заслуговує на увагу модель, запропонована вченими з Датської академії туризму О. Йоргенсенем, К. Купером та Д. Флетчером, які запропонували модель «чотири А», згодом трансформовану в модель «шість А». У ній дестинація розглядається як взаємозв'язок наступних компонентів:

- attractions (атракції) – туристичні ресурси природного або штучного походження, що приваблюють туристів;
- accessibility (доступність) – розвиток транспортних та комунікаційних зв'язків;
- amenities (зручності) – наявність підприємств інфраструктури туризму, що пропонують якісні послуги і товари;
- ancillary services (посередники та допоміжні служби) – наявність посередницьких підприємств, що забезпечують виробництво й реалізацію туристичного продукту (рекламні агентства, банки, лікарні т.д.);
- activities (організація діяльності туристів) – наявність підприємств, що забезпечують реалізацію мети подорожі туриста (рекреація, виставки, конференції і т.д.);
- available packages (пропозиція готового туристичного продукту) – наявність підприємств, що пропонують сформований туристичний продукт відповідно до попиту (туристичні оператори, агенти, бюро подорожей та екскурсій, аматори і т.д.).

Саме наявність всіх цих елементів забезпечує пропозицію комплексного туристичного продукту та максимальну реалізацію мети подорожі кожного туриста [13].

Керуючись загальною теорією систем, М. Лейпер розробив модель системи туризму, яка передбачає 5 ключових взаємопов'язаних елементів:

- туристи;
- мінімум один регіон генерування туристів. Це регіон, в якому проживає турист і де починається та закінчується подорож;

- транзитний регіон - територія, через яку турист повинен проїхати, щоб дістатися до місця призначення;
- мінімум одна туристична дестинація, тобто територія, яку вибирає турист для поїздки;
- туристична індустрія, що забезпечує туристичні потоки [12].

Базуючись на системному підході, М. Семенова і М. Гунаре обґрунтовують, що дестинація – це не будь-яка територія, а територія, вибір якої залежить насамперед, від особистої мотивації відвідувача. Існує ряд критеріїв, яким повинна відповідати ця територія: наявність транспортної доступності; наявність комплексу туристичних послуг належної якості для обслуговування відвідувачів; високий рівень розвитку туристичної інфраструктури та ін. [15].

Отже, нафтогазова туристична дестинація – це територія, на якій знаходиться унікальна промислова нафтогазова інфраструктура і лікувально-оздоровчі і культурно-відпочинкові заклади нафтогазових підприємств, покликані задовільнити наукові, навчальні, пізнавальні, ділові інтереси туриста та поєднати їх з відпочинком та оздоровленням.

Повертаючись до життєвого циклу туристичного продукту, зазначимо, що Т. П. Кононенко вбачає основну відмінність життєвого циклу туристичної дестинації від туристичного продукту у «...відсутності стадії загибелі за винятком турбулентних ситуацій.» і вважає, що «...перехід до глобальної стадії життєвого циклу української дестинації виступає першочерговим завданням в розвитку туризму в нашій державі.» [16]. Таким чином, розвиток туристичних дестинацій є сьогодні актуальним і в Україні й у світі.

Новою практикою для вітчизняного туризму є розвиток нафтогазових туристичних дестинацій. Розглянемо детально склад суб'єктів, що функціонують у нафтогазовій галузі та перспективи формування туристичних дестинацій на основі їх інфраструктури та інфраструктури регіону.

Не дивлячись на те, що нафтогазова промисловість України представлена суб'єктами господарювання як державної форми власності, так і приватними, як вітчизняними, так і спільними чи іноземними, основною компанією все ж є і впродовж багатьох років залишається НАК «Нафтогаз України». Вона забезпечує розвідку та видобування вуглеводнів, їх переробку та транспортування.

Роботу НАК «Нафтогаз України» скеровують такі бізнес-одиниці:

1. Розвідка та видобування вуглеводнів. До складу бізнесу входять АТ «Укргазвидобування», ДАТ «Чорноморнафтогаз», ТОВ «Надра Юзівська».

2. Зберігання природного газу. Підрозділи цього напрямку входять до АТ «Укртрансгаз». Бізнес-напрямок управляє одинадцятьма газосховищами, що знаходяться на материковій частині України. Також до його складу входить ще одне ПСГ, що знаходиться на тимчасово окупованій території Луганської області. До складу бізнесу входить АТ «Укртрансгаз».

3. Транспортування нафти. Фокус на збереженні існуючих позицій, зокрема, бізнесу з транзиту нафти та пошуку нових можливостей для завантаження системи і нарощування обсягів транспортування. До складу бізнесу входять такі одиниці: АТ «Укртранснафта», ТОВ «Нафтогаз Ойл Трейдинг», ДП «Укравтогаз», АТ «Укрспецтрансгаз».

4. Трейдинг. Він активно розвиває біржову торгівлю газом та є одним із основних продавців цього ресурсу на Українській енергетичній біржі. Бізнес-напрямок пропонує лінійку газових продуктів на спотовому ринку за договорами на місяць, квартал та рік. Побудовано партнерські відносини із 120 компаніями. Мета – створення потужного трейдингу європейського зразка, збільшення присутності компанії на оптовому ринку природного газу та хеджування видобутку газу, що забезпечує додаткові гарантії окупності новим проектам в цій сфері. До складу бізнесу входять такі одиниці: ТОВ «Газопостачальна компанія «Нафтогаз Трейдинг», Нафтогаз Трейдинг Юроп АГ,

Департамент з операційної діяльності (окрім відділу договірної роботи з ПСО) НАК «Нафтогаз України», Управління трейдингу газу НАК «Нафтогаз України».

5. Роздрібний бізнес. Компанія пропонує чи не найвигідніші ціни на газ для населення. До складу бізнесу входять такі одиниці: ТОВ «Газопостачальна компанія «Нафтогаз України», ДП «Центргаз» ВАТ «Кіровоградгаз», ДП «Нафтогаз-Енергосервіс» НАК «Нафтогаз України», ВАТ «Кіровоградгаз».

6. Теплоенергетика. Забезпечує надійне тепlopостачання, гаряче водopостачання та електропостачання для споживачів. Модернізує та оновлює виробничі потужності, збільшує енергоефективність. До складу бізнесу входить ТОВ «Нафтогаз Тепло», яке управляє Новояворівською та Новороздільською ТЕЦ.

7. Нова енергія. Вона покликана забезпечити «зелений» перехід бізнесу до 2050 року. Основні етапи переходу: 2021 рік – нафтогазова компанія, яка розбудовує нові напрями діяльності; 2030 рік – нафтогазова компанія, яка забезпечує енергетичну незалежність через збільшення видобутку, диверсифікований попит на транзит газу та частку зелених бізнесів у портфелі; 2050 рік – компанії-постачальники сталої енергії з мінімальним впливом на довкілля та клімат ДП «Нафтогаз Біоенергія», ДП «Нафтогаз-Енергосервіс», Центр енергоефективних рішень Нафтогаз.

8. Корпоративний підрядник, який відповідає за впровадження діджитал-технологій в Групі Нафтогаз – ТОВ «Нафтогаз цифрові технології» [17].

Також НАК «Нафтогаз України» у 2021 р. започаткував співпрацю з Музеєм науки задля демонстрації повного циклу видобутку, транспортування, зберігання та доставки газу дітям з відкритими серцями, які шукають себе в світі інноваційних та наукоємних спеціальностей [17].

Зазначимо, що нафтогазовий промисел України сконцентрований у трьох так званих нафтогазових провінціях України:

1) Прикарпатський прогин, або Західно-Українська провінція (Івано-Франківська, Львівська, Чернівецька області) – 41 родовище;

2) Дніпровсько-Донецька западина, або Східно-Українська провінція (Чернігівська, Сумська, Полтавська, Харківська, Дніпропетровська, частково Луганська області) – 76 родовищ;

3) Причорноморсько-Кримський район, або ПівденноУкраїнська провінція (Одеська область і АР Крим) – 10 родовищ [18, с.135].

Також нафтогазові підприємства мають значний потенціал для розвитку об'єктів власної соціальної інфраструктури, головним призначенням яких є надання послуг гостинності, відпочинку, оздоровлення та лікування працівників. Аналізуючи за джерелами доступної інформації, географічні особливості розташування санаторіїв, баз відпочинку, оздоровчих комплексів, тощо, приходимо до висновку, що, по перше, об'єкти соціальної інфраструктури нафтогазового комплексу знаходяться, практично, у третині областей України (Волинська, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Львівська, Сумська, Полтавська, Миколаївська області), по друге, місця їх розташування – це, як правило, гірські рекреаційні зони, морські узбережжя, території національних природних парків [2, с. 21].

Не можна оминати увагою потужний науковий, освітній та дослідницький центр, сформований на базі єдиного в Україні Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Зокрема, варто зазначити, що робота геологічного музею тісно пов'язана з навчальним процесом, максимально сприяє підготовці висококваліфікованих фахівців. Цій меті служить і структура музею, відділи якого представлені систематичними колекціями: мінералогії; петрографії; корисних копалин України; корисних копалин Івано-Франківської обл.; історичної геології; палеонтології. Із метою запровадження для фахівців бурових підприємств України нових освітніх послуг у нафтогазовій сфері за міжнародними стандартами, що відповідають вимогам ISO, в університеті створений тренажерний буровий центр. Також функціонують лабораторії «Бурового обладнання,

гідромашин та компресорів», «Газонафтопромислового устаткування», тренажери, навчально-дослідницькі лабораторії, навчальний полігон [19].

В Карпатському регіоні також функціонує музей історії нафтової, озокеритної і газопереробної промисловості району, що був заснований 1972 року у м. Бориславі при Палаці культури нафтовиків. У 1973 році у ньому налічувалося 502 одиниці музейних фондів, з них 272 – основних. З Палацу культури нафтовиків експонати нафтогазової промисловості перевезли в приміщення колишнього костелу Святої Варвари, що на Волянці, потім – у приміщення міського Меморіалу. При цьому частина експонатів була втрачена. І хоча офіційно музей діяв до 1995 року, там залишилось тільки 182 одиниці музейних зібрань, з них 72 – основних, а решта експонатів перейшли до фондів міського Історико-краєзнавчого музею. У 2003 році розпочала роботу заново створена Музейна кімната нафтової і газової промисловості України [20].

**Висновки.** Формування нафтогазових туристичних дестинацій на територіях нафтогазового промислу з використанням об'єктів оздоровчо-відпочинкової, навчально-наукової та промислово-дослідницької інфраструктури нафтогазових підприємств дозволить розвивати інноваційні види туризму в Україні, сприятиме розвитку регіонів та ефективному використанню навчально-промислової та оздоровчо-відпочинкової інфраструктури підприємств нафтогазового комплексу.

Застосування механізмів просування туристичних дестинацій дозволить перейти до побудови привабливого туристичного іміджу не лише регіонів, а й нафтогазових підприємств.

Створення туристичних дестинацій нафтогазового комплексу для подорожуючого має свої переваги. Це дозволить подорожуючому поєднати навчання з відпочинком і оздоровленням. Регіон почне розвиватися завдяки формуванню нових унікальних туристичних продуктів в межах туристичної дестинації. Нафтогазові підприємства налагодять новий вид діяльності, отримають додаткові прибутки, і почнуть популяризувати нафтогазові професії.

### Література

1. Пацюк В. С. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського. Серія: Географія.* 2008. № 15. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/pacjuk2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/pacjuk2.htm).
2. Кісь С. Я., Гуменюк В. В., Кісь Г. Р., Гречаник Б. В. Концептуальні засади розвитку готельно-ресторанної та курортно-рекреаційної інфраструктури нафтогазового комплексу. *Науковий вісник ІФНТУНГ.* 2018. № 2 (18). С. 18–25.
3. Закону України «Про туризм». Документ 324/95-ВР, чинний, поточна редакція від 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
4. Кифяк В. Ф. Організація туризму. Чернівці : КНИГИ-XXI, 2008. 344 с.
5. Горшкова Л. О. Теоретичні аспекти обслуговування туристичного продукту. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2017. Вип. 20. С. 292–296.
6. Кіпченко В.К. Менеджмент туризму: підручник Київ : Знання, 2010. 502 с.
7. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Series M No. 83/Rev.1. New York, 2010. URL: [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_83rev1e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf).
8. Грибова Д. В. Створення туристичного продукту та інноваційні види туризму. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки.* 2021. Вип. 43. С. 33–37. URL: <http://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/745/722>.
9. Концепція життєвого циклу туристичного продукту. URL: <https://referatss.com.ua/work/koncepcija-zhittievogo-ciklu-turistichnogo-produktu/>
10. Візерська М. С. Використання інноваційних продуктів та технологій як елемент управління життєвого циклу туристичного продукту. *Часопис картографії.* 2019. № 1 (20). С. 69–83.



11. Дестинація. URL: <https://uk.wikipedia.org>.
12. Leiper N. Tourism Management. 3d ed. Sidney: Pearson Education Australia, 2004. 326 p.
13. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ : КНТЕУ, 2006. 537 с.
14. Семенова М., Гунаре М. Правове визначення туристичної дестинації з урахуванням міжнародного законодавства та національного законодавства країн ЄС. URL: <http://semenova-partners.com/2020/02/04/pravove-viznachennya-turistichnoyi-destinatsiyi-z-urahuvannyam-mizhnarodnogo-zakonodavstva-ta-natsionalnogo-zakonodavstva-krayin-yes/>
15. Кононенко Т. П. Туристична дестинація як елемент системи туризму в Україні. 2018. Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції : матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (18–19 травня 2018 року, м. Суми) / Сумська філія Харківського національного університету внутрішніх справ. Суми: Видавничий дім «Ельдорадо», 2018. С. 142–144. URL: <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/13669>.
16. Офіційний сайт НАК «Нафтогаз України». URL: <https://www.naftogaz.com/>.
17. Історія та перспективи нафтогазовидобування : навчальний посібник. Білецький В. С., Гайко Г. І., Орловський В. М. Львів : Новий Світ – 2000, 2019. 302 с.
18. Офіційний сайт ІФНТУНГ. URL: <https://nung.edu.ua/>.
19. Музеї нафтової і газової промисловості України. Борислав. URL: <https://karpaty.rocks/muzey-naftovoyi-i-gazovoyi-promislovosti-ukrayini-borislav>.

#### References

1. Patsiuk, V.S. (2008). Industrialnyi turyzm i perspektyvy yoho rozvytku v Ukraini. Naukovi zapysky Vinnytskoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu im. M. Kotsiubynskoho. Serii: Neohrafiia, 15. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/pacjuk2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/pacjuk2.htm) [in Ukrainian].
2. Kis, S.Ya., Humeniuk, V.V., Kis, H.R., Hrechanyk, B.V. (2018) Kontseptualni zasady rozvytku hotelno-restoranoi ta kurortno-rekreatsiinoi infrastruktury naftohazovoho kompleksu. Naukovyi visnyk IFNTUNH, 2(18). 18-25 [in Ukrainian].
3. Zakonu Ukrainy «Pro turyzm». Dokument 324/95-VR, chynnyi, potochna redaktsiia vid 16.10.2020 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].
4. Kyfiak, V.F. (2008). Orhanizatsiia turyzmu. Chernivtsi : KNYHY-XXI [in Ukrainian].
5. Horshkova, L.O. (2017). Teoretychni aspekty obsluhovuvannya turystychnoho produktu. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky, 20. 292-296 [in Ukrainian].
6. Kiptenko, V.K. (2010). Menedzhment turyzmu: pidruchnyk. K.: Znannia [in Ukrainian].
7. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Series M No. 83/Rev.1. New York, 2010. URL: [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_83rev1e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf) [in English].
8. Hrybova, D.V. (2021). Stvorennia turystychnoho produktu ta innovatsiini vydy turyzmu. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Serii: Ekonomichni nauky, 43. 33-37. URL: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/745/722> [in Ukrainian].
9. Kontseptsiia zhyttievoho tsyклу turystychnoho produktu. URL: <https://referatss.com.ua/work/koncepcija-zhittievogo-ciklu-turistichnogo-produktu/> [in Ukrainian].
10. Vizerska, M.S. (2019). Vykorystannia innovatsiinykh produktiv ta tekhnolohii yak element upravlinnia zhyttievoho tsyклу turystychnoho produktu. Chasopys kartohrafi, 1 (20). 69-83 [in Ukrainian].
11. Destynatsiia. URL: <https://uk.wikipedia.org> [in Ukrainian].

12. Leiper N. (2004) Tourism Management. 3d ed. Sidney: Pearson Education Australia, 326 [in English].
13. Tkachenko, T.I. (2006) Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu: monohrafiia. Kyiv : KNTEU, 537[in Ukrainian].
14. Semenova, M., Hunare, M. Pravove vyznachennia turystychnoi destynatsii z urakhuvanniam mizhnarodnoho zakonodavstva ta natsionalnoho zakonodavstva krain YeS. URL: <http://semenova-partners.com/2020/02/04/pravove-viznachennya-turistichnoyi-destinatsiyi-z-urakhuvanniam-mizhnarodnogo-zakonodavstva-ta-natsionalnogo-zakonodavstva-krayin-yes/>[in Ukrainian].
15. Kononenko, T. P. (2018). Turystychna destynatsiia yak element systemy turyzmu v Ukraini. 2018. Aktualni problemy pravovoi nauky i derzhavotvorennia v Ukraini v konteksti pravovoi intehtatsii : materialy KhI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (18-19 travnia 2018 roku, m. Sumy) / Sumska filiiia Kharkivskoho natsionalnoho universytetu vnutrishnikh sprav. Sumy: Vydavnychy dim «Eldorado», 142-144. URL: <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/13669> [in Ukrainian].
16. Ofitsiinyi sait NAK «Naftogaz Ukrainy». URL: <https://www.naftogaz.com/> [in Ukrainian].
17. Istoriia ta perspektyvy naftogazovydobuvannia : navchalnyi posibnyk. Biletskyi V. S., Haiko H. I., Orlovskiy V. M. (2019). Lviv: Vydavnytstvo «Novyi Svit - 2000», 302[in Ukrainian].
18. Ofitsiinyi sait IFNTUNH. URL: <https://nung.edu.ua/> [in Ukrainian].
19. Muzei naftovoi i hazovoi promyslovosti Ukrainy. Boryslav. URL: <https://karpaty.rocks/muzey-naftovoyi-i-gazovoyi-promislovosti-ukrayini-borislav> [in Ukrainian].