

**УДК 338.001.36**

**Білецька Н. В.**

*tykviynat@ukr.net*

*к.е.н., доцент кафедри оподаткування, фінансів і підприємництва,  
Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва, м. Вінниця*

**Транченко Л. В.**

*lydatranch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-0900-5484*

*д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,  
Уманський національний університет садівництва, м. Умань*

**Яворська В. В.**

*yavorskaya@onu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0001-8611-9712*

*д.г.н., професор, заступник декана геолого-географічного факультету,  
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, м. Одеса*

**Транченко О. М.**

*lvladislav@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-0639-5109*

*к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,  
Уманський національний університет садівництва, м. Умань*

**Мазур Г. О.**

*mazurgalina1404@ukr.net*

*к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та аналізу,  
Вінницький кооперативний інститут, м. Вінниця*

## **РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ**

**Анотація.** Сьогодні в умовах глобальних перебудов і переорієнтації галузей економіки важливим є зростання потреб і мотивів людей до туристичної діяльності. Туризм як галузь економіки поступово займає лідерські позиції в багатьох країнах світу, а також у перспективі і в Україні. Отже, маємо значний нереалізований людський, природно-ресурсний, історико-культурний, туристично-рекреаційний та науково-технічний потенціал, вдале географічне розміщення, сприятливий клімат. Також особливості ситуації в країні, економічна та політична нестабільність, умови військового конфлікту підштовхують до подальшої розбудови нашої держави, яка обов'язково повинна включати створення умов для розвитку туристичної галузі. При цьому формування високорозвинутої індустрії туризму та її інтеграція у світовий ринок туристичних послуг пов'язані з необхідністю вирішення гострих соціально-економічних проблем і залучення міжнародного досвіду. У статті розкрито, що феноменом XXI ст. визначають сьогодні індустрію гостинності, що стала одним із провідних напрямів соціально-економічної діяльності. Доведено, що це бізнес XXI ст., який сприяє створенню нових робочих місць, пошуку методів підвищення конкурентоспроможності підприємств на світовому рівні, популяризації країни на міжнародному ринку послуг та, як наслідок, підвищенню рівня національної економіки. Проте впродовж останніх років індустрія гостинності в Україні перебуває у стані стагнації, тому визначення факторів впливу на розвиток індустрії є актуальним, адже за допомогою отриманих знань можна запобігти деградації однієї з найперспективніших галузей міжнародного бізнесу. У статті розглянуто вплив чинників на розвиток індустрії гостинності, економічні дослідження потенційних можливостей цієї галузі в межах загальної стратегії соціально-економічного розвитку світу загалом та України зокрема.

**Ключові слова:** туризм, туристична фірма, управління, конкуренція, конкурентне середовище.

**Biletska N. V.**

*tykviynat@ukr.net*

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Taxation, Finance and Entrepreneurship, Vinnytsia Institute of Clothing Design and Entrepreneurship, Vinnytsia*

**Tranchenko L. V.**

*lydatranch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-0900-5484*

*Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel&Restaurant Business,  
Uman National University of Horticulture, Uman*

**Yavorska V. V.**

yavorskaya@onu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0001-8611-9712

Doctor of Geographical Sciences, Professor, Deputy Dean of the Faculty of Geology and Geography, Odesa National I.I. Mechnikov University, Odesa

**Tranchenko O. M.**

16vladislav@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-0639-5109

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance, Uman National University of Horticulture, Uman

**Mazur G. O.**

mazurgalina1404@ukr.net,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Analysis, Vinnytsia Cooperative Institute, Vinnytsia

## DEVELOPMENT OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY IN UKRAINE

**Abstract.** Today, in the context of global restructuring and reorientation of economic sectors, it is important to increase the needs and motivations of people for tourism. Tourism, as an economic sector, is gradually occupying a leading position in many countries of the world, as well as in the future and in Ukraine. Therefore, we have significant unrealized human, natural-resource, historical-cultural, tourist-recreational and scientific-technical potential, good geographical location, favorable climate. Also, the peculiarity of the current situation in the country, economic and political instability, conditions of military conflict, insist on further development of our state, which must necessarily include creating conditions for the development of the tourism industry. At the same time, the formation of a highly developed tourism industry and its integration into the world market of tourist services are connected with the need to solve acute socio-economic problems and attract international experience. The article revealed that the phenomenon of the XXI century. define today – the hospitality industry, which has become one of the leading areas of socio-economic activity. It is proved that this is the business of the 21st century. which helps to create new jobs, find ways to improve the competitiveness of enterprises at the global level, promote the country in the international market for services and, as a consequence, increase the level of the national economy. However, in recent years, the hospitality industry in Ukraine has been stagnant, so determining the factors influencing the development of the hospitality industry is relevant, because the knowledge gained can prevent the degradation of one of the most promising areas of international business. The article deals with the influence of factors on the development of the hospitality industry, economic studies of the potential of this industry within the overall strategy of socio-economic development of the world in general and Ukraine in particular.

**Key words:** tourism, tourism firm, management, competition, competitive environment.

**JEL Classification:** O15, P52, Q26, L83

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-02>

**Постановка проблеми.** Розвиток індустрії туризму і гостинності в Україні має високий туристично-рекреаційний потенціал. На її території зосереджені унікальні природні та рекреаційні ресурси, об'єкти національної і світової культурної та історичної спадщини, відбуваються важливі економічні, культурні, громадські та спортивні події. У багатьох регіонах є широкий спектр потенційно привабливих туристських об'єктів і комплексів, які користуються великою популярністю серед українців та іноземних туристів. Наявність різноманітних туристсько-рекреаційних ресурсів країни дає змогу розвивати практично всі види туризму, в тому числі рекреаційний (пляжний), культурно-пізнавальний, діловий, активний, оздоровчий та екологічний туризм, а також морські та річкові круїзи, сільський туризм тощо.

На території України знаходиться величезна кількість культурних і природних пам'яток. Україна володіє величезною і різноманітною культурною спадщиною, в якій відобразилася її складна, драматична історія, різнобарвна палітра спрямованих на неї в різні часи цивілізаційних впливів. На державному обліку знаходиться понад

140 тис. пам'яток. Працюють 63 заповідники, близько 5 тис. музеїв, у тому числі 546 державних та комунальних, 1117 на правах філіалів та відділів, в яких зберігаються майже 12 млн експонатів. Близько 9400 населених пунктів України мають понад 70 тис. об'єктів культурної спадщини, що потребують дослідження та взяття на облік. 401 населений пункт включено до Списку історичних населених місць України [11].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Багатьох вітчизняних учених і практиків цікавить питання управління та розвитку індустрії туризму і гостинності, адже нині цей напрям є перспективним. Зокрема, теоретико-методологічні засади були розроблені у працях В. В. Абрамова [10], В. В. Александрова [11], М. Барановського [1], Л. Д. Божка [2], М. В. Грабар, В. А. Бігорі [3], О. В. Гривківської [4], Т. В. Грицько [5], О. Давидової [6], А. Матвієнко [7] С. Г. Нездоймінова [8], Т. І. Ткаченко [9] та інших. Відомі роботи наведених вище вчених мають велику значущість із погляду вирішення проблем туризму у конкурентному середовищі. Насамперед вони є науково-теоретичною базою для подальшого розвитку теоретичних

і методологічних засад, що додає туристичному менеджменту цілеспрямованого характеру. Все це зумовлює необхідність і актуальність дослідження цієї проблеми.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте окремі важливі питання досі залишаються поза увагою вчених, вимагаючи зосередження на чинниках, які впливають на розвиток індустрії гостинності, економічних дослідженнях потенційних можливостей цієї галузі в межах загальної стратегії соціально-економічного розвитку світу загалом та України зокрема. У дослідженні ми розкриваємо тенденції та показники розвитку індустрії гостинності в Україні та світі. Відповідно до цього сформовано та виконано такі завдання, як визначення тенденцій та значення індустрії гостинності у світовій економіці, аналіз сучасного стану індустрії гостинності у світі загалом та в Україні зокрема, визначення рушійних показників індустрії гостинності для України та заходів їх покращення задля підвищення ефективності впливу на розвиток галузі.

**Метою дослідження** є прогнозування можливих варіантів розвитку індустрії туризму та гостинності в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Однак, незважаючи на такий колосальний туристичний потенціал, Україна є країною-донором, тобто активним постачальником туристів у зарубіжні країни. В'їзний туризм розвинений дуже слабо, на нього припадає лише 2,2% світового туристського ринку, що, звичайно, є вкрай низьким показником для країни з таким туристично-рекреаційним потенціалом [7].

Мережа суб'єктів туристичної діяльності України у 2018 р. – юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців – становила 3182 одиниці (табл. 1). У структурі мережі за типами суб'єктів туристичної діяльності найбільш численною категорією є турагенти – 80% від загальної кількості суб'єктів.

Кількість туристів – громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом року, становила понад 2 млн осіб, іноземних туристів – 15 тис. осіб. Для більшості туристів (84%) основною метою подорожі була організація дозвілля та відпочинку. Дохід юридичних осіб від надання туристичних послуг становив 4797,7 млн грн, фізичних осіб-підприємців – 639,8 млн грн (рис. 1).

Нині на практиці застосовують різні методи прогнозування: методи експертних оцінок, статистичні методи прогнозування, системно-структурні, метод прогнозування на основі коефіцієнта еластичності попиту, економіко-математичне моделювання тощо. Вибір методу прогнозування залежить від мети і тривалості періоду дослідження (короткостроковий, середньостроковий, довгостроковий), від вихідних даних, необхідної точності, від характеру обробки вихідної інформації.

У нашому разі зібрані статистичні дані 2014–2018 рр. про кількість міжнародних туристів, що відвідали Україну, доходи, отримані Україною від індустрії туризму, кількість українців, які виїхали за кордон. Ці динамічні ряди дають змогу використовувати регресійний аналіз для короткострокового і середньострокового горизонту прогнозування. Одним із найбільш доступних програмних продуктів для рішення подібного роду завдань є MS Excel, який дає можливість додавання вибраних регресій (ліній тренду) в діаграму, побудовану на основі таблиці даних, а також продовжити лінію тренду в діаграмі за межі реальних даних для прогнозування майбутніх значень. Лінії тренду дають змогу наочно показати тенденції зміни даних і допомагають аналізувати завдання прогнозу. Тип лінії тренду (лінійний, логарифмічний, поліноміальний, степеневий, експоненціальний, лінійної фільтрації) слід вибирати залежно від типу даних. Для точнішого прогнозу бажано мати більше

Таблиця 1

Суб'єкти туристичної діяльності України, 2018 р.

	Усього	У тому числі		
		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
<b>Юридичні особи</b>				
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1785	500	1228	57
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	8086	4131	3799	156
з них				
мають спеціальну освіту в галузі туризму	3735	1806	1862	67
жінки	5835	2915	2824	96
особи до 30 років	2517	1462	1027	28
Дохід від надання туристичних послуг, млн грн <sup>2</sup>	4797,7	4233,7	549,8	14,2
<b>Фізичні особи-підприємці</b>				
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1397	x	1319	78
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	1502	x	1438	64
з них мають спеціальну освіту в галузі туризму	694	x	661	33
Кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей), осіб	668	x	632	36
Дохід від надання туристичних послуг, млн грн <sup>2</sup>	639,8	x	633,1	6,7

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

<sup>2</sup> Без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів.

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

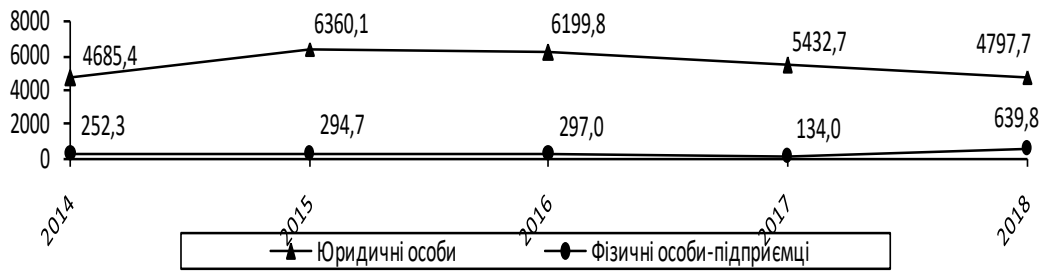


Рис. 1. Дохід від надання туристичних послуг, млн грн<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

10 вибірок контрольованого параметра. Розглянемо більш докладно можливість трендового прогнозування для зібраних статистичних даних.

Численні дослідження про потенційні можливості української туристської індустрії дають змогу зробити висновок про те, що наявний значний туристський потенціал країни використовується далеко не повною мірою. Для прогнозування можливих варіантів розвитку індустрії туризму і гостинності в Україні проведено аналіз поточного стану туристського ринку. У 2018 році Україну відвідали 12,4 млн іноземних громадян [1], у 2017 році – 12,7 млн, а в 2016 – 24,7 млн, кількість громадян України, які виїжджали за кордон, 2 – 23 млн (табл. 2).

За два останні роки кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, скоротилася в 15 разів. Так, у 2018 році цей показник становить 15 519 тис., у 2017 р. – 17,7 тис. осіб. Зазначимо, що за останні 15 років найбільша кількість іноземних туристів зафіксована у 2003-му – 590 тис. 641 особа. Побудуємо рисунок співвідношення кількості іноземних туристів за роками (рис. 2).

З рис. 2 видно, що необхідно використовувати лінійну тренду з лінійною фільтрацією. Загалом же аналіз лінії тренду дає змогу зробити висновок про те, що динаміка міжнародних туристських прибуттів в Україні характеризується як стійко поступальна. Різке скорочення кількості іноземних туристів у 2017 р. поясню-

ється нестабільною ситуацією, як наслідок, спостерігаємо відкладений попит на туристичні товари і послуги.

З доповіді Всесвітньої туристської організації випливає: витрати іноземних туристів в Україні за вісім місяців 2018 року зросли на 16%. Таким чином, країна опинилася на восьмому місці за зростанням доходів від туризму в світі. Найбільше доходи від туризму зросли в Японії (на 48%), Швеції (на 26%), Південній Африці (на 26%), Республіці Корея (на 26%), Індії (на 23%), Гонконгу (на 17%), Таїланді (на 17%) і в Росії (+16%) [2]. Аналіз лінії тренду з лінійною фільтрацією дає змогу зробити висновок про те, що динаміка доходів, отриманих Україною від індустрії туризму, досить нестабільна і характеризується нестійкими коливаннями (табл. 3).

Аналізуючи туристичний потік протягом 2015–2018 рр., слід зазначити тенденцію до спаду в'їзного туризму у I та зростання у III кварталі минулих років. У I кварталі 2018 р. іноземців в'їхало на 3,2% менше, ніж за відповідний період минулого року. У III кварталі частка кількості іноземних туристів становить близько 33% від загальної кількості іноземних туристів, які в'їхали протягом року, що пояснюється літнім сезоном і періодом відпусток, у I кв. – 17–18%.

Прикордонні країни традиційно є лідерами за відвідуванням України: Молдова, Білорусь, Росія, Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина.

Таблиця 2

Туристичні потоки

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього <sup>2</sup>	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, – усього <sup>2</sup>	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, – усього <sup>3</sup>	Із загальної кількості туристів:3			Кількість екскурсантів <sup>3</sup>
				іноземні туристи	туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2013	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299	1953497
2014	19773143	21415296	2199977	234271	1250068	715638	823000
2015	21432836	23012823	3000696	270064	1956662	773970	865028
2016	23761287	24671227	3454316	232311	2519390	702615	657924
2017 <sup>1</sup>	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746	1174702
2018 <sup>1</sup>	23141646	12428286	2019576	15159	1647390	357027	125471

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

<sup>2</sup> Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України).

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

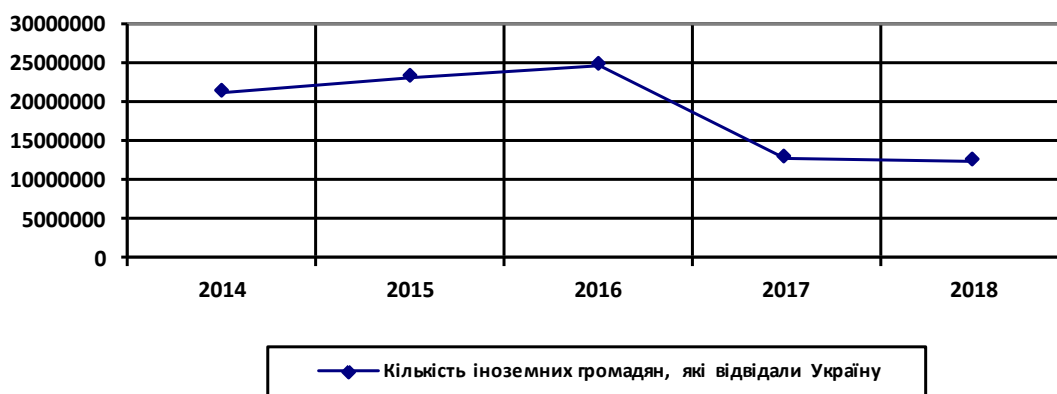


Рис. 2. Кількість міжнародних туристів, що відвідали Україну в 2014–2018 роках (млн осіб)

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

З огляду на те, що громадяни прикордонних країн, які входять до першої сімки за кількістю відвідувань України, становлять 83% загальної кількості всіх іноземців, що в'їхали до України, коливання показників туристичних потоків в основному залежить саме від цих країн.

Відвідування України громадянами прикордонних країн зменшилося, водночас неприкордонних – зросло: Великобританії – на 61,8%, Ізраїлю – на 25,9%, Литви – на 20,3%, Туреччини – на 16,2%, Чехії – на 15,6%, Італії – на 13,9%, Німеччини – на 12,7%, США – на 12,5%, Франції –

Таблиця 3

Показники роботи суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році за регіонами, фізичні особи-підприємці (тис. грн)

Країна/область	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів)		
	усього	у тому числі	
		турагентів	суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність
<b>Україна</b>	<b>519654,3</b>	<b>497002,4</b>	<b>22651,9</b>
Вінницька	19828,0	19575,5	252,5
Волинська	7127,8	6914,7	213,1
Дніпропетровська	42703,5	42703,5	–
Донецька	28781,8	28781,8	–
Житомирська	4142,8	4110,3	32,5
Закарпатська	6049,0	5769,0	280,0
Запорізька	17143,1	16203,7	939,4
Івано-Франківська	10159,0	7673,0	2486,0
Київська	15329,7	13647,5	1682,2
Кіровоградська	6116,4	5721,4	395,0
Луганська	1841,2	1841,2	–
Львівська	32155,1	29201,0	2954,1
Миколаївська	5417,9	5062,2	355,7
Одеська	21123,0	16583,0	4540,0
Полтавська	9657,5	9648,5	9,0
Рівненська	6528,6	6067,0	461,6
Сумська	3720,5	3720,5	–
Тернопільська	4621,9	4621,9	–
Харківська	31904,4	30406,7	1497,7
Херсонська	167153,7	166977,1	176,6
Хмельницька	6958,0	6613,9	344,1
Черкаська	10357,0	10245,0	112,0
Чернівецька	12502,8	9154,4	3348
Чернігівська	5990,9	5990,9	–
м. Київ	42340,7	39768,7	2572,0

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

Таблиця 4

## Інформація щодо кількості іноземних громадян, що приїхали до України, осіб

Показник	2015 р.	2016 р.	2016/2015, %	2017 р.	2017/2016, %	2018 р.	2018/2017, %
I квартал	2 864 847	2 427 303	-15,3	2 631 508	8,4	2 547 740	-3,2
II квартал	3 214 002	3 392 754	5,6	3 697 130	9,0	3 673 406	-0,6
I півріччя	6 078 849	5 820 057	-4,3	6 328 638	8,7	6 221 146	-1,7
III квартал	3 733 156	4 559 522	22,1	4 769 511	4,6		
IV квартал	3 074 226	3 226 337	4,9	3 323 092	3,0		
Всього	12 886 231	13 605 916	5,6	14 421 241	6,0		

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

Таблиця 5

## ТОП-20 країн, громадяни яких найчастіше відвідують Україну, осіб

Показник	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Приріст 2018/2017, %
Молдова	2 204 161	1 986 845	2 013 179	1 949 567	-3,2
Білорусь	889 116	674 856	1 048 037	1 064 451	1,6
Росія	637 354	596 202	620 280	645 294	4,0
Польща	557 718	555 484	552 983	532 432	-3,7
Угорщина	514 601	581 299	608 009	447 384	-26,4
Румунія	393 396	374 799	400 612	354 823	-11,4
Словаччина	203 617	206 732	168 854	151 836	-10,1
Туреччина	81 199	87 827	115 451	134 163	16,2
Ізраїль	50 581	76 486	99 852	125 698	25,9
Німеччина	65 357	70 497	87 564	98 679	12,7
США	46 608	61 707	71 621	80 542	12,5
Великобританія	22 889	29 917	35 366	57 206	61,8
Азербайджан	36 485	43 120	42 045	42 532	1,2
Литва	15 255	21 093	34 029	40 947	20,3
Італія	26 961	32 419	35 590	40 540	13,9
Чехія	15 223	18 378	25 594	29 596	15,6
Франція	19 809	22 939	26 936	29 110	8,1
Болгарія	17 062	18 301	20 951	22 351	6,7
Грузія	19 113	21 411	23 274	21 705	-6,7
Іспанія	5 361	7 644	9 625	19 679	104,5
Всього	6 078 849	5 820 057	6 328 638	6 221 146	-1,7

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

на 8,1%, Азербайджану – на 1,2%. За підсумками I півріччя 2018 року можна відзначити, що кількість туристів, які подорожували до України, залишилася практично на рівні I півріччя 2017 року. Зменшення в'їзду іноземців відбулося з: Угорщини – на 26,4%, Румунії – 11,4%, Словаччини – 10,1%, Польщі – 3,7%, Молдови – 3,2%.

Протягом 2015–2018 рр. виїзний вітчизняний туристичний потік зберігає тенденцію, подібну до в'їзного, тобто спад у I та зростання у III кварталі, у літній період. За підсумками I півріччя 2018 р. приріст виїзного потоку українських туристів порівняно з аналогічним періодом 2017 р. становить 3,3% (I півріччя 2017 р. – 6,1%, I півріччя 2016 р. – 11,5%) (табл. 6).

Найчастіше громадяни України відвідують прикордонні країни: Польщу, Росію, Угорщину, Молдову, Білорусь, Румунію, Словаччину.

За підсумками I півріччя 2018 року можна відзначити незначне збільшення виїзного туризму на 3,3% порівняно з аналогічним періодом 2017 року. Враховуючи, що частка кількості українських громадян, що подорожують за кордон до прикордонних країн,

становить близько 83% всього туристичного потоку, коливання показників виїзного туризму відбувається переважно за рахунок подорожей до цих країн. Відвідування прикордонних країн українськими громадянами зросло, крім Росії (-30,9%), неприкордонних – зросло до: Єгипту – на 43,7%, Німеччини – на 35,5%, Італії – майже в 2 рази, Іспанії – на 50,5%, Франції – на 15%, Австрії – на 3,9%.

Сьогодні швидкими темпами відбувається диференціація туристського продукту за сегментами і нішами. Слід зазначити, що не всі з них активно розвиваються в Україні. Тим не менше є низка видів туризму, які зростають швидкими темпами і які можуть отримати широкий розвиток індустрії туризму в Україні. До таких видів туризму, на наш погляд, належать:

- бізнес-тури (бізнес-подорожі);
- екскурсійний і пізнавальний туризм;
- активні види відпочинку;
- розважальні тури;
- екологічний туризм;
- подієвий туризм.

Таблиця 6

Інформація щодо кількості українських громадян, що виїхали до інших країн, осіб

Показник	2015 р.	2016 р.	2016/2015, %	2017 р.	2017/2016, %	2018 р.	2018/2017, %
I квартал	4 811 339	5 283 386	9,8	6 916 604	30,9	5 844 486	-15,5
II квартал	5 741 194	6 484 911	13,0	5 570 691	-14,1	7 055 292	26,7
I півріччя	10 552 533	11 768 297	11,5	12 487 295	6,1	12 899 778	3,3
III квартал	6 824 834	6 904 101	1,2	7 790 874	12,8		
IV квартал	5 793 884	5 995 835	3,5	6 159 244	2,7		
Всього	23 171 251	24 668 233	6,5	26 437 413	7,2		

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

Таблиця 7

ТОП-20 країн, до яких найчастіше подорожують громадяни України, тис. осіб

	Показник	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Приріст 2018/6–2017, %
1	Польща	4 151,0	5 129,4	4 341,8	4 813,6	10,9
2	Росія	2 046,3	1 712,2	2 673,6	1 847,3	-30,9
3	Угорщина	1 095,4	1 356,2	1 447,1	1 539,4	6,4
4	Молдова	806,8	769,6	753,9	793,4	5,2
5	Білорусь	649,1	539,1	570,7	627,8	10,0
6	Румунія	270,4	412,8	460,5	564,0	22,5
7	Єгипет	149,2	168,0	350,1	503,0	43,7
8	Туреччина	198,2	349,4	510,3	500,4	-1,9
9	Словаччина	371,5	434,3	385,0	485,7	26,2
10	Німеччина	144,4	143,3	151,7	205,6	35,5
11	Італія	64,7	56,7	71,4	138,5	94,0
12	ОАЕ	65,7	78,3	90,3	87,6	-3,0
13	Ізраїль	57,5	64,4	71,3	70,0	-1,9
14	Іспанія	26,3	33,0	43,4	65,3	50,5
15	Франція	44,3	48,4	48,6	55,9	15,0
16	Австрія	51,4	51,3	52,5	54,6	3,9
17	Грузія	30,2	41,5	50,2	50,6	0,9
18	Греція	47,1	42,6	40,8	49,1	20,4
19	Нідерланди	41,1	47,7	54,1	45,2	-16,6
20	Чехія	27,4	20,8	29,6	37,1	25,0
	Всього	10 552,5	11 768,3	12 487,3	12 899,8	3,3

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

Для України в'їзний бізнес-туризм сьогодні відіграє найважливішу роль: 52% туристів, які прибувають до України, має метою поїздки бізнес. Рівень бізнес-контактів із різними країнами, звичайно, різний. Але з високою часткою впевненості можна говорити, що інтерес до України як засобу для інвестицій та реалізації спільних бізнес-проектів у найближчі роки продовжить зростати. Таким чином, бізнес-туризм – важливий сегмент ринку з погляду стратегії збільшення в'їзного туризму. Відповідно, це важливо враховувати під час складання карт інвестиційної привабливості регіонів, стратегій розвитку та інших програмних документів регіонального значення.

**Екскурсійний та пізнавальний туризм.** Цей вид туризму орієнтований на максимальне охоплення аудиторії за рахунок залучення туристів з інших туристичних ніш: пляжного, релаксаційного, активного і навіть ділового. Характерною рисою цього виду туризму та його можливих відгалужень є мобільність туристів, які в короткий проміжок часу прагнуть побачити максимальну кількість нових об'єктів.

**Активні види туризму.** До цих видів належать як звичні для України полювання, рибалка, так і всі екс-

тремальні види подорожей: рафтинг, дайвінг, трекінг, велоподорожі, альпінізм, гірські лижі та ін. В Україні ці види в'їзного туризму розвинені слабо (за винятком турів на полювання і риболовлю, що становлять малий відсоток від загального числа подорожей).

**Розважальні тури.** Цей вид туризму передбачає подорожі з метою відвідування розважальних місць (таких як нічні клуби, казино, ресторани, концерти та ін.). Поки що такого роду туризм розвинений у Києві, Одесі, Харкові серед менеджерів іноземних компаній, що мають ділові контакти з Україною. Однак очевидно, що по мірі інтеграції України у світове економічне співтовариство та змін візового режиму ці види турів набуватимуть популярності.

**Екологічний туризм.** Для України цей напрям може бути вельми привабливим, враховуючи природний потенціал країни. Але важливо враховувати, що статус і соціальний стан людей, що віддають перевагу цьому виду відпочинку, передбачають дуже високий рівень сервісу, що надається їм на території. Крім того, зважаючи на розвиненість у більшості країн власних природних ресурсів, заманити туристів виключно при-

родною компонентою сьогодні вкрай складно. Цим пояснюється те, що сьогодні частка таких туристів, що приїжджають до України, вкрай мала.

**Подієвий туризм.** Україна у плані подієвого туризму має, безумовно, позитивний потенціал. Однак слабкорозвинена інфраструктура не дозволить країні в найближчі роки стати лідером у цьому сегменті. Але з погляду подієвого бізнес-туризму перспективи дуже великі, враховуючи мінливий геополітичний ландшафт і велику кількість запланованих політичних і бізнес-заходів.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** Загалом проведений аналіз свідчить про позитивну тенденцію розвитку індустрії туризму з незначними кон'юнктурними коливаннями, що викликані змінами у зовнішньому середовищі. На основі проведеного аналізу можна сформулювати низку рекомендацій для згладжування кон'юнктурних коливань розвитку ринку туристських послуг і комплексної реалізації наявних можливостей для розвитку індустрії:

- визначення цільового ринку. Потрібно чітко визначити, на кого спрямований процес маркетингового просування країни, хто є потенційним споживачем турпродукту «Україна». Необхідно розробляти декілька альтернативних національних турпродуктів, орієнтованих на різні цільові аудиторії, що буде сприяти зниженню виробничих і підприємницьких ризиків;

- розроблення системи позиціонування. Позиціонування території передбачає вибір тих особливостей країни, які мають для споживачів високу споживчу цінність. Тому, перш ніж проводити позиціонування, національні влади й органи, відповідальні за просування країни як туристичного напрямку, повинні визначитися з його напрямом;

- використання найбільш популярних видів туризму (бізнес-туризм та екскурсійний) як зонтичних брендів для розвитку перспективних туристичних напрямів (екологічний, подієвий і активний туризм);

- активізація використання маркетингових технологій у процесі розроблення і просування національних туристичних продуктів;

- активне використання інструментів ДПП як найбільш перспективного механізму розвитку індустрії туризму;

- розроблення і проведення масштабної національної рекламної кампанії, спрямованої на формування позитивного туристичного образу України;

- залучення інвестицій у туристичну галузь;

- розвиток туристичної інфраструктури.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Барановський М. Туризм як форма активізації розвитку сільських депресивних територій. *Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Міжнар. відносини*. 2008. Вип. 24. С. 13–21.

2. Божко Л. Д. Інтернет як засіб соціальних комунікацій у туризмі. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2011. Вип. 32. С. 245–254. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak\\_2011\\_32\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2011_32_30)

3. Грабар М. В., Бігори В. А. Системний підхід в управлінні розвитком сферою туризму та рекреації. *Економічний простір*. 2013. № 72. С. 35–45. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2013\\_72\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_72_6)

4. Гривківська О. В. Оцінка існуючих підходів до бізнес-планування господарської діяльності туристичних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 9 (трав.). С. 47–49.

5. Гринько Т. В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери. *Економіка. Фінанси. Право*. 2013. № 5. С. 13–15.

6. Давидова О. Особливості інноваційних процесів у сфері туристичних послуг. *Проблеми науки*. 2011. № 5. С. 16–21.

7. Матвієнко А. Державна політика у сфері туризму: документальне забезпечення. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2011. Вип. 31. С. 312–323. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv\\_2011\\_31\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv_2011_31_28)

8. Нездойминов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку. *Методологічний аспект та практичний досвід*: монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 304 с.

9. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / [2-ге вид., випр. та доповн.]. Київ: КНТЕУ, 2009. 463 с.

10. Абрамов В. В., Андренко І. Б., Александрова С. А., Влащенко Н. М., Колесников О. М. Туризм і місто: аналіз проблем, тенденцій та моделювання розвитку: монографія / [ред.: І. М. Писаревський]; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків: ХНАМГ, 2012. 208 с.

11. Александров В. В., Вишневецька О. О., Волкова І. І. та ін. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: монографія / Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 268 с.

## REFERENCES

1. Baranovskiy M. (2008), Turyzm iak forma aktyviziatsii rozvytku sil'skykh depresyvykh terytorij, *Visn. L'viv. un-tu. Ser. Mizhnar. Vidnosyny*, vyp. 24, s. 13–21.

2. Bozhko, L. D. (2011), Internet iak zasib sotsial'nykh komunikatsij u turyzmi, *Visnyk Kharkiv's'koi derzhavnoi akademii kul'tury*, vyp. 32, s. 245–254, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak\\_2011\\_32\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2011_32_30)

3. Hrabar, M. V. and Bihori, V. A. (2013), Systemnyj pidkhid v upravlinni rozvytkom sferoiu turyzmu ta rekreatsii, *Ekonomichnyj prostir*, № 72, s. 35–45, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2013\\_72\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_72_6)

4. Hryvkiv's'ka, O. V. (2012), Otsinka isnuuichykh pidkhodiv do biznes-planuvannia hospodars'koi diial'nosti turystrychnykh pidpriemstv [Tekst], *Investytsii: praktyka ta dosvid*, № 9 (trav.), s. 47–49.

5. Hryn'ko, T. V. (2013), Udoskonalennia upravlinnia pidpriemstvamy turystrychnoi sfery [Tekst], *Ekonomika. Finansy. Pravo*, № 5, s. 13–15.

6. Davydova O. (2011), Osoblyvosti innovatsijnykh protsesiv u sferi turystrychnykh posluh [Tekst], *Problemy nauky*, № 5, s. 16–21.

7. Matviienko A. (2011), Derzhavna polityka u sferi turyzmu: dokumental'ne zabezpechennia, *Naukovi pratsi Natsional'noi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernad's'koho*, vyp. 31, s. 312–323, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv\\_2011\\_31\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv_2011_31_28)

8. Nezdojminov, S. H. (2009), Turyzm iak faktor rehional'noho rozvytku. Metodolohichnyj aspekt ta praktychnyj dosvid: monohrafiia, Astroprynt, Odessa, 304 s.

9. Tkachenko, T. I. (2009), Stalyj rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu: monohrafiia, 2 nd. ed., KNTU, K., 463 s.

10. Abramov, V. V. Andrenko, I. B. Aleksandrova, S. A. Vlaschenko, N. M. and Kolesnykov, O. M. (2012), Turyzm i misto: analiz problem, tendentsij ta modeliuвання rozvytku: monohrafiia; red.: I. M. Pysarev's'kyj; MONMS Ukrainy, Khark. nats. akad. mis'k. hosp-va, KhNAMH, Kharkiv, 208 s.

11. Turyzm v systemi priorytetiv rehional'noho rozvytku: monohrafiia, V. V. Aleksandrov, O. O. Vyshnev's'ka, I. I. Volkova ta in. (2010), Khark. nats. un-t im. V. N. Karazina, KhNU im. V. N. Karazina, Kharkiv, 268 s.

*Стаття надійшла до редакції 11 червня 2020 р.*