

Прокopenко Тетяна Петрівна

ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», Київ, Україна, e-mail: irina_pravo@ukr.net

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ

Мета - здійснення комплексного дослідження щодо особливостей теоретичних та економічних аспектів розвитку туристичної галузі в Україні.

Методика. Складність і специфіка досліджуваної проблематики обумовили використання сукупності методологічного інструментарію, зокрема загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, що спираються на діалектичні принципи об'єктивності та послідовності, обґрунтованості та всебічності, логічності й критичності. Описовий (монографічний) метод дав можливість висвітлити дискурсне поле обраної проблематики. Структурно-функціональний метод дозволив розкрити провідні чинники, фактори та складові формування швидкого розвитку туризму в Україні. Компаративний метод надав можливість порівняти статистичні дані щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон.

Результати. Автором, у рамках зазначеної тематики, було здійснено комплексний аналіз статистичних даних Міністерства економічного розвитку і торгівлі України та визначено, що є тенденція до зростання туристичного потоку за межі України, що зумовлено введенням безвізового режиму для в'їзду до країн ЄС та зменшенням потоку іноземних громадян до України через внесення змін до Митного кодексу України, що значно ускладнює безмитний перетин товарів через кордон. Обґрунтовано, що ринок туристичних послуг вважається доволі гнучким, тому що він здатен гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища (економічні, соціально-демографічні, політичні фактори), на зміну туристичного попиту та пропозиції. Туристична сфера є однією з найефективніших сфер економіки України тому, що не тільки сприяє розвитку регіонів, а й прискорює процес формування середнього класу у нашій державі. Також, туристична індустрія передбачає збільшення доходів населення та підвищення добробуту нації, в цілому, через залучення іноземних інвестицій. Це, в свою чергу, збільшує частину надходжень до бюджету за рахунок прямих та непрямих податків (податок на додану вартість, мито на імпорт), обсяг яких є одним із визначальних індикаторів для наявних умов ведення підприємницької діяльності. Для того, щоб задовольнити вимоги клієнтів, які стають все вибагливішими, туристичні оператори та агенти мають постійно досліджувати ринок. Маркетингове дослідження ринку туристичних послуг та корекція напрямку туристичної діяльності має проводитися за багатьма напрямками.

Наукова новизна роботи полягає у тому, що удосконалено систематизацію наукових досліджень досвіду формування потенціалу туристичної галузі, що відрізняється виокремленням чотирьох основних різновидів туристичних продуктів, а саме: екскурсії, спортивні змагання, культурно-масові заходи та фестивалі мистецтв, розвиток яких сприятиме реалізації економічних, культурних, сімейно-родинних, моральних, етнічних і правових зв'язків ведення туристичного бізнесу в Україні.

Практична значимість роботи полягає у можливості подальшого використання запропонованих розробок автора для швидшого відтворення трудових ресурсів за допомогою відпочинку, покращення здоров'я громадян та гостей країни, а також, для перетворення курортного бізнесу у значне джерело надходження коштів до державного та місцевого бюджетів.

Ключові слова: географія туризму, розвиток туристичної галузі, туристична індустрія, соціально-економічна діяльність, міжнародний і вітчизняний туризм.

Прокopenко Татьяна Петровна

ООО «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», Киев, Украина, e-mail: irina_pravo@ukr.net

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В УКРАИНЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Цель – осуществление комплексного исследования особенностей теоретических и экономических аспектов развития туристической отрасли в Украине.

Методика. Сложность и специфика исследуемой проблематики обусловили использование совокупности методологического инструментария, в том числе, общенаучных и специальных методов исследования, опирающихся на диалектические принципы объективности и последовательности, обоснованности и всесторонности, логичности и критичности. Описательный (монографический) метод дал возможность осветить дискурсное поле выбранной проблематики. Структурно-функциональный метод позволил раскрыть ведущие факторы и составляющие формирования быстрого развития туризма в Украине. Компаративный метод дал возможность сравнить статистические данные о посещении Украины иностранными туристами и выезде граждан Украины за границу.

Результаты. Автором в рамках указанной тематики, был осуществлен комплексный анализ статистических данных Министерства экономического развития и торговли Украины и определено, что существует тенденция к росту туристического потока за пределы Украины, что обусловлено введением

безвизового режима для въезда в страны ЕС и уменьшением потока иностранных граждан в Украину через внесение изменений в Таможенный кодекс Украины, что значительно усложняет беспошлинный сечение товаров через границу. Обосновано, что рынок туристических услуг считается довольно гибким, так как он способен реагировать на изменения внешней среды (экономические, социально-демографические, политические факторы) и на смену туристического спроса и предложения. Туристическая сфера есть одной из наиболее эффективных сфер экономики Украины, потому что не только способствует развитию регионов, но и ускоряет процесс формирования среднего класса в нашей стране. Также, туристическая индустрия предусматривает увеличение доходов населения и повышение благосостояния нации, в целом, путем привлечения иностранных инвестиций. Это, в свою очередь, увеличивает часть поступлений в бюджет за счет прямых и косвенных налогов (налог на добавленную стоимость, пошлина на импорт), объем которых есть одним из основных индикаторов для имеющихся условий ведения предпринимательской деятельности. Для того чтобы удовлетворить требования клиентов, которые становятся все требовательнее, туристические операторы и агенты должны постоянно исследовать рынок. Маркетинговое исследование рынка туристических услуг, коррекция направления туристической деятельности должны проводиться по многим направлениям.

Научная новизна работы заключается в том, что усовершенствовано систематизацию научных исследований опыта формирования потенциала туристической отрасли, которая отличается выделением четырех основных разновидностей туристических продуктов, а именно: экскурсии, спортивные соревнования, культурно-массовые мероприятия и фестивали искусств, развитие которых будет способствовать реализации экономических, культурных, семейно-родственных, нравственных, этнических и правовых связей ведения туристического бизнеса в Украине.

Практическая значимость работы заключается в возможности дальнейшего использования предложенных разработок автора для быстрого воспроизводства трудовых ресурсов с помощью отдыха, улучшения здоровья граждан и гостей страны, а также, для преобразования курортного бизнеса в значительный источник поступления средств в государственный и местный бюджеты.

Ключевые слова: география туризма, развитие туристической отрасли, туристическая индустрия, социально-экономическая деятельность, международный и отечественный туризм.

UDC: 339.92

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.53.16-26>

Prokopenko Tetiana Petrivna

CORAL TRAVEL LLC, Kyiv, Ukraine, e-mail: irina_pravo@ukr.net

DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE: THEORETICAL AND ECONOMIC ASPECTS

The purpose of the article is to carry out a comprehensive study on the peculiarities of theoretical and economic aspects of tourism industry development in Ukraine.

Methodology. The complexity and specificity of the problems under study led to the use of a set of methodological tools, including general scientific and specific research methods, based on dialectical principles of objectivity and consistency, validity and comprehensiveness, logic and criticality. The descriptive (monographic) method made it possible to illuminate the discourse field of the chosen problems. The structural-functional method allowed to reveal the leading factors, factors and components of the formation of rapid tourism development in Ukraine. The comparative method made it possible to compare statistics on the visit of foreign tourists to Ukraine and the departure of Ukrainian citizens abroad.

Results. The author also carried out a comprehensive analysis of the statistics of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine and determined that there is a tendency to increase the tourist flow outside Ukraine due to the introduction of a visa-free regime for entry into the EU and a decrease in the flow. foreigners to Ukraine due to amendments to the Customs Code of Ukraine, which significantly complicates the duty-free crossing of goods across borders. It is justified that the market for tourist services is considered to be quite flexible because it is able to respond flexibly to changes in the external environment (economic, socio-demographic, political factors) and to changes in tourist demand and supply. The tourism sphere is one of the of the most effective sphere of Ukraine's economy because it not only contributes to the development of regions, but also accelerates the process of formation of the middle class in our country. Also, the tourism industry envisages an increase in the incomes of the population and an increase in the welfare of the nation, as a whole, through attracting foreign investment. This, in turn, increases part of the budget revenues through direct and indirect taxes (value added tax, import duty), the volume of which is one of the determining indicators for the existing business environment. In order to meet the growing demands of clients, travel agents and agents need to constantly research the market. Marketing research of the tourist services market and correction of the direction of tourist activity should be conducted in many directions.

The scientific novelty of the work is that the systematization of scientific researches of the experience of forming the potential of the tourism industry, which distinguishes four main varieties of tourism products, namely: excursions, sports competitions, cultural and mass events and cultural festivals, the development of which promote economic development, is improved. , family-related, moral, ethnic and legal ties in conducting tourism business in Ukraine.

The practical importance of the work lies in the possibility of further use of the proposed developments of the author for faster reproduction of labor resources through rest, improving the health of citizens and guests of the country, as well as for turning the resort business into a significant source of funds for the state and local budgets.

Keywords: tourism geography, tourism industry development, tourism industry, socio-economic activities, international and domestic tourism.

Постановка проблеми. У світлі подій, які мають місце у нашій державі в останні 5 років та, які пов'язані із різким бюджетним дефіцитом через відсутність акумульованих коштів на рівні міст та регіонів для активного інвестування у різні сфери виробництва, важливо взяти курс на формування позитивного іміджу України в очах світової спільноти. Одним із способів цього є закріплення позицій України на світовому ринку. У даній статті розглянемо, які кроки підйому економіки нашої держави можна здійснити за допомогою однієї з найприбутковіших галузей в світі. Адже, туристична індустрія входить в список найдоходніших галузей світової економіки. Поза тим, розвиток туризму стимулює підвищення ефективності суміжних сфер економіки, а саме: торгівлі, промисловості, будівництва, транспорту, малого і середнього бізнесів (виробнича, комерційна, фінансова, страхова діяльності) і, тим самим, прискорює соціально-економічний розвиток країни. Активізація туристичної діяльності в Україні є надзвичайно важливим завданням, яке не може бути вирішене за сучасних обставин без ефективного втручання держави.

Не секрет, що майже кожна родина хоча б один раз подорожувала в межах країни, або поза нею. Рекреаційні ресурси України можуть надати потужний поштовх розвитку вітчизняного та міжнародного туризму з метою оздоровлення та відпочинку населення. Наявні можливості можуть надати змогу виділити цілі для швидшого відтворення трудових ресурсів за допомогою відпочинку та покращення здоров'я громадян та гостей країни, а, разом із тим, і перетворивши курортний бізнес в значне джерело надходження коштів до місцевого та державного бюджетів [1].

Специфіка географічного положення, унікальність рельєфу, м'який клімат, багатий природний потенціал та багатотисячолітня культурна спадщина України свідчить про те, що наша держава має усі передумови для швидкого розвитку туризму. На сьогоднішній день, ця галузь розвивається недостатньо швидко через певні фактори, зумовлені поточною політикою держави. Л. Ладонько [2] виділяє такі проблемні аспекти розвитку туризму:

- кризова соціально-економічна ситуація у країні;
- нерегульовані механізми заохочення туристичної індустрії;
- відсутність стратегії розвитку туризму на національному рівні.

Поточний стан туристичної галузі в Україні є досить дуальним: з одного боку ми бачимо кризу галузі, пов'язану зі швидким падінням купівельної здатності населення, а з іншого – швидко розбудову туристичних об'єктів із відповідністю світовим стандартам та збільшення кількості туристичних організацій. Але не лише економічна, а і політична криза негативно вплинули на розвиток туризму в нашій державі. Тому, зараз існує нагальна потреба у заохоченні суспільства сприяти розвитку галузі та у розвитку маркетингової стратегії для суб'єктів туристичної діяльності, згідно наявних статистичних даних.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перед тим як досліджувати економічні аспекти розвитку туристичної галузі в Україні, важливо розібратися з теоретичною базою. Теоретико-методологічні аспекти туристичної галузі вивчали такі відомі вітчизняні вчені як: Н. Бунтова [4], А. Бутим [1], О. Ільїна [3], Л. Ладонько [2], Я. Олійник [10] та інші. Для вивчення питання ролі та значення туризму в економіці важливо звернутися до наукових досліджень таких українських вчених як: Л. Антошкіна, В. Євдокименко, О. Ігнатенко, В. Кифяк, В. Куценко, О. Любіцева, М. Мальська, В. Пазенок, П. Пуцентейло, О. Сарапіна, Г. Скляр, І. Смаль, Т. Сокол, Т. Ткаченко, В. Шкарупа, В. Худо, В. Цибух та ін.

Формулювання цілей статті (Постановка завдання). Метою статті є здійснення комплексного дослідження щодо особливостей теоретичних та практичних економічних аспектів розвитку туристичної галузі в Україні.

Виклад основного матеріалу. Соціально-економічне значення туризму в умовах сьогодення визначається його сприянням розвитку економіки. Форсування розвитку туризму розвиває такі галузі економіки як: будівництво, торгівля, сільське господарство, сприяє зайнятості населення та зростанню валового внутрішнього продукту у країні. Поза тим, розвиток туристичної сфери став вагомим фактором формування іміджу країни в очах світової спільноти.

Вчені по-різному пояснюють визначення терміна «туризм». На думку Ю. Миронова [5], поняття «туризм» стало формуватися тоді, коли значна кількість людей поставила собі за мету змістовно проводити дозвілля та почала періодично масово переміщуватися територіями. Автор наголошує на тому, що людині, як біологічній істоті, завжди було притаманне подорожування. На нашу думку, таке визначення автора виглядає досить спрощеним і не зовсім точним. Якщо

звернутися до прадавньої історії, то племена первісних людей переміщувалися не задля розваги, а з метою пошуку їжі та випасу худоби, тобто їхнє переміщення носило життєзабезпечуючий характер. Натомість, у сучасному світі люди займаються туризмом швидше для відпочинку, і, в якості похідної від такої діяльності, туризм одних груп людей перетворився на спосіб заробітку інших груп людей.

М. Мальська^[6] визначає «туризм» як різновид рекреації, який зумовлений культурно-розважальними, спортивними, пізнавальними або оздоровчими цілями та пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання людини. Погоджуємося з такою думкою автора, тому що дане визначення відповідає нашому досвіду вивчення туризму.

Варто звернутися до визначення Закону України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР [7], у якому мова йде про те, що туризм – це короткостроковий виїзд особи з місця проживання в професійно-ділових, оздоровчих, пізнавальних, або інших, цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає. Також погоджуємося з таким визначенням і, особливо, з наголошенням на той факт, що особа не має працювати і отримувати зарплатню там, куди подорожує.

Отже, серед основних функцій туризму можна виділити соціальну, рекреаційну, екологічну, культурну, просвітницьку та економічну. Така мультифункціональність туризму зумовлює комплексний характер мотивації туриста до подорожі, а персонал – до комплексного обслуговування та організації подорожі.

Також, Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР [7] надає правильні і логічні положення, які мають визначати загальні організаційні, соціально-економічні та правові засади реалізації політики держави у туристичній галузі та забезпечувати право громадян на відпочинок, охорону здоров'я та безпечне для життя і здоров'я довкілля при здійсненні туристичних подорожей. У ньому сказано про те, що державна політика в галузі туризму прямує до:

- забезпечення становлення туризму як високодохідної галузі економіки України;
- залучення іноземних та національних інвестицій до розвитку туристичної галузі;
- утвердження позицій України на світовому туристичному ринку;
- створення сприятливих умов для розвитку туризму через спрощення різних видів регулювання туристичної галузі (прикордонного, митного, валютного, податкового тощо);
- розвиток в'їзного та внутрішнього туризму тощо [8].

Не можемо не погодитися із положеннями Закону України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР [7], адже туристична галузь дійсно може бути провідною галуззю економіки України, зважаючи на те, що існують країни, у яких туризм складає основу господарської діяльності. Більш ніж в 40 країнах світу туристична галузь – це основне джерело надходжень коштів до бюджету, а в 70 – туризм входить в трійку найдохідніших галузей. Наприклад, на Гаїті частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг складає більш ніж 70%, в Панамі та на Кіпрі – понад 50%, в Іспанії – 35% [9].

У продовження даної теми розглянемо статистичні дані щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон (за I півріччя 2016-2019 рр.).

У порівнянні з аналогічним періодом 2018 р. (-5,6 %), помітно невелике зменшення кількості в'їздів іноземних громадян до України у I півріччі 2019 р., що обумовлено зменшенням туристичного потоку з прикордонних країн. Історично, лідерами, за кількістю в'їздів іноземців до України, так і залишаються прикордонні країни. Але, з 2016 року їх частка поступово зменшилася майже на 5% (з 85,5% у 2016 р. до 80,7% у 2019 р.), (див. Рис.1). Серед іншого, така тенденція пояснюється введенням змін до Митного кодексу України, що значно ускладнює безмитний перетин товарів через кордон.

Щодо в'їзного туризму, то, протягом 2017-2019 рр., потік туристів поступово зростає у зв'язку із введенням з 11 червня 2017 року безвізового режиму з країнами Європейського Союзу. За підсумками I півріччя 2019 р. приріст в'їзного потоку українських туристів (порівняно з аналогічним періодом 2018 р.) становить 5,6%, в той час, як у I півріччі 2018 р. приріст становив 3,3% (див. Рис. 2). Також, варто зазначити, громадяни яких саме країн найчастіше відвідують Україну (див. Рис. 3).

Розглянувши дану інфографіку, ми можемо помітити, що лідерами відвідувань України є громадяни прикордонних країн, таких як: Білорусь, Молдова і Росія. Лідерство у списку по в'їзду в Україну з неприкордонних країн очолюють Німеччина, США та Великобританія.

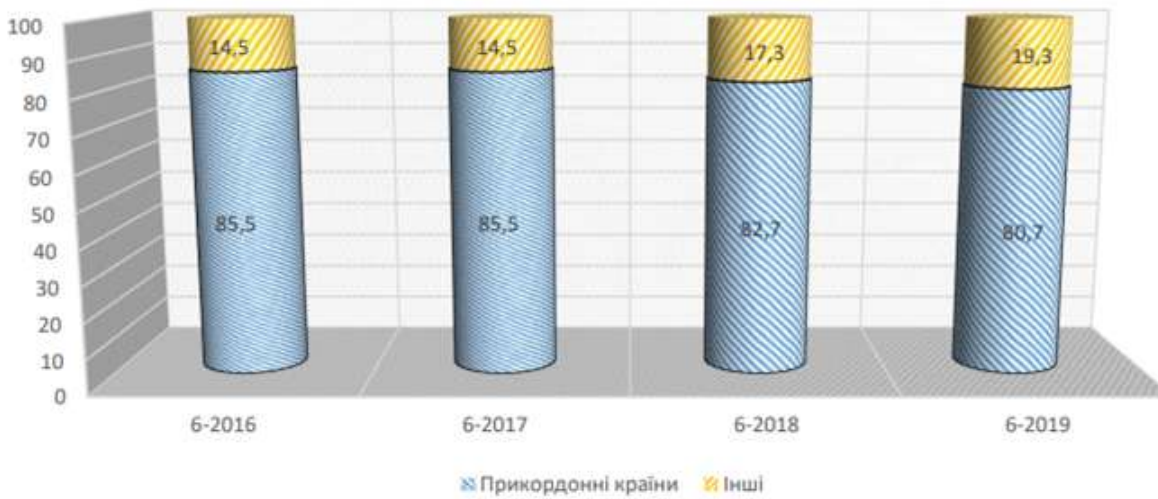


Рис. 1 Структура в'їзного туристичного потоку, %

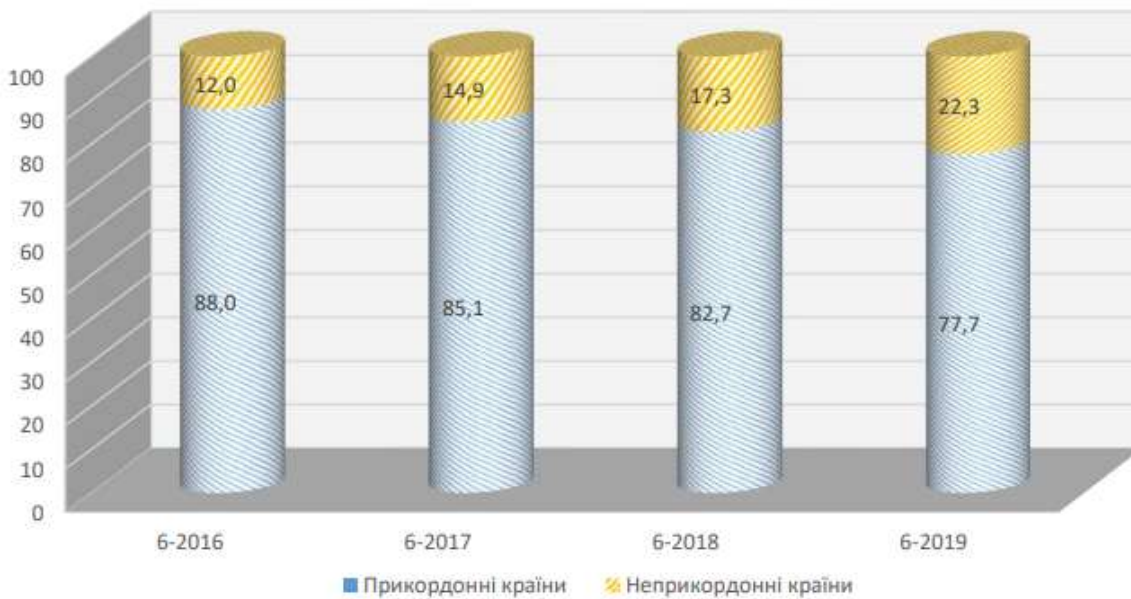


Рис. 2 Структура виїзного туристичного потоку, %

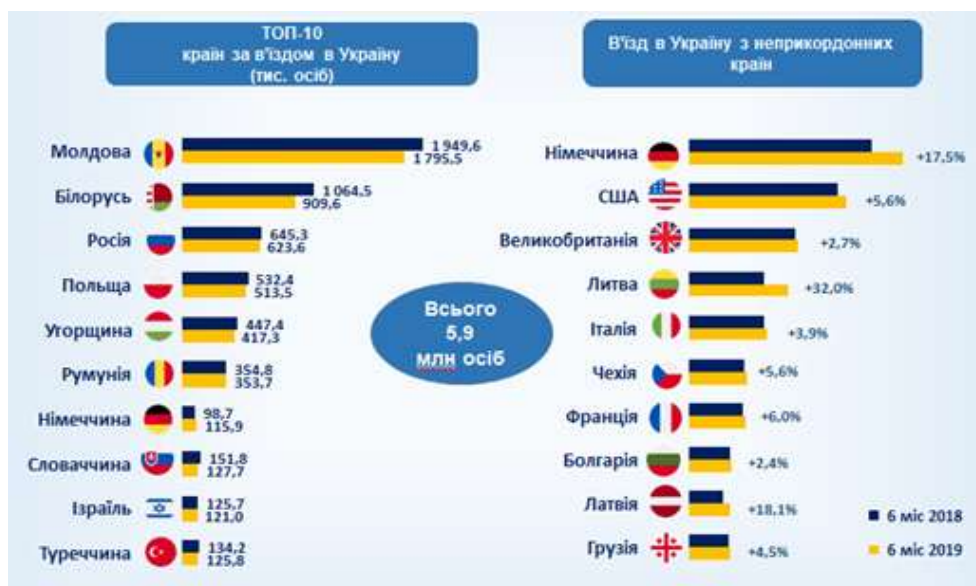


Рис. 3 В'їзд іноземців в Україну

За даними Ліцензійного реєстру суб'єктів туropераторської діяльності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [10], станом на 01 січня 2019 р. було видано 2 737 ліцензій організаціям, які здійснюють туристичну діяльність. Протягом 2018 р., послугами туropераторів скористалися 3 376,4 тис. туристів, у тому числі: 3 334,4 тис. – громадян України (з них 571,8 тис. – діти віком до 17 років); 42,0 тис. – іноземних громадян. На Рис. 4 діаграма відображає кількість українських туристів, які виїжджали закордон та подорожували Україною, відповідно за останні три роки. Можна оцінити тенденцію наступним чином: загальна кількість туристів зростає, але кількість громадян, які подорожують Україною – зменшується.

За 2018 р. туropераторами було реалізовано 1 560,7 тис. путівок (організаціям та безпосередньо населенню) загальною вартістю близько 37 766,0 млн гривень. Нижче представлена статистика країн, куди найчастіше подорожували українці протягом 2018 р. (див. Рис 4).



Рис. 4. Статистика щодо подорожей українцями закордон та Україною

Із Рис. 5 бачимо, що лідерами серед курортів для відвідування є Єгипет та Туреччина. Така статистика сумно вражає, адже, сьогодні українці є своєрідними інвесторами для економік іноземних країн – в особливості курортів Туреччини та Єгипту, в той час як територія нашої держави омивається двома морями на півдні країни. Тобто, для розвитку курортного туризму в Україні важливо вивчити, які саме фактори впливають на вибір громадян під час придбання путівки, що приваблює і, що відштовхує туристів, на які критерії вони звертають увагу, яка категорія громадян виїжджає закордон і, які умови для них потрібно створити на локальних курортах, аби привабити потік туристів до побережжя Азовського і Чорного морів та застосувати отримані результати на практиці. Адже, кошти, які українці мимоволі «інвестують» закордон, натомість надходять до місцевих та державного бюджетів, тим самим підіймаючи економіку окремих регіонів зокрема та держави в цілому.

У таблиці нижче розглянемо ТОП-10 туropераторів за кількістю обслугованих українських туристів, що подорожували Україною (див. Табл. 1). Для подорожі в межах України туropераторами безпосередньо населенню було продано 28,8 тис. путівок загальною вартістю близько 216 633,0 тис. грн. Кількість внутрішніх туристів склала 186,2 тис. осіб, з яких 16,7 тис. осіб – діти віком до 17 років. У 2018 р. загальний дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку і аналогічних обов'язкових платежів) склав 16 935,3 млн грн. Це вагомий внесок до бюджетів, поза тим, що туристичні оператори забезпечують робочі місця, надають високий рівень послуг громадянам та створюють конкурентне середовище у туристичній сфері.

Нижче розглянемо чарт ТОП-10 туropераторів за загальною кількістю обслугованих туристів (див. Табл. 2). Також, при виборі туристом подорожі, не можна виключати такого іміджевого фактору, що впливає на рівень довіри до туropератора, як його «величина». Нижче надаємо ТОП-10 найбільших туropераторів за кількістю штатних одиниць (див. Табл. 3).

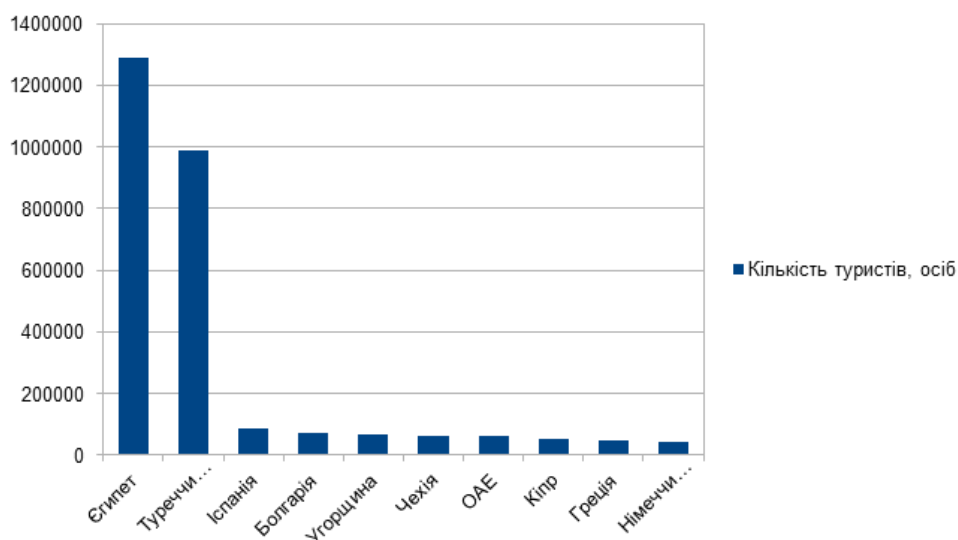


Рис. 5 ТОП-10 країн, до яких найчастіше подорожували туристи з України у 2018 р.

Джерело: складено автором за даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [10]

Таблиця 1

ТОП-10 туроператорів за кількістю обслужованих українських туристів, що подорожували Україною

Найменування	Кількість туристів, осіб
ТОВ «АККОРД-ТУР»	36 701
ПАТ «ОБРІЙ ІНК.»	23 295
ТОВ «ТЕЛЕХАУС-КИЇВ МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ»	22 473
ТОВ «ДЖОІН АП»	7 704
ПП «КАНДАГАР ТРЕВЕЛ»	7 582
ТОВ «ТТН БІЗНЕС ТРЕВЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ»	7 429
ТОВ «ВІДВІДАЙ»	5 720
ТОВ «РЕЙКАРЦ ТРЕВЕЛ УКРАЇНА»	4 511
ПП «НАВКОЛО СВІТУ ПЛЮС»	3 753
ТОВ «ТРЕВЕЛ ЦЕНТР «ГРАЙМ»	3 687
Всього за даними туроператорів	186 233

Таблиця 2

ТОП-10 туроператорів за кількістю обслужованих туристів

Найменування	Кількість туристів, осіб
ТОВ «ДЖОІН АП»	902 600
ТОВ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «АНЕКС ТУР»	515 582
ТОВ «АККОРД ТУР»	297 744
ТОВ «ТЕЗ ТУР»	284 956
ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»	234 729
ТОВ «ГТВК»	230 462
ТОВ «ТРЕВЕЛ ПРОФЕШЕНЛ ГРУП»	229 484
ТОВ «ПЕГАС ТУРИСТИК»	115 887
ТОВ «ГТО»	66 400
ПАТ «ОБРІЙ ІНК.»	41 576
Всього за даними туроператорів	3 376 350

Для того, щоб задовольнити вимоги клієнтів, які стають все вибагливішими, туристичні оператори та агенти мають постійно досліджувати ринок. Маркетингове дослідження [11] ринку туристичних послуг та корекція напряму туристичної діяльності має проводитися за багатьма напрямами, серед основних пропонуємо виділити:

- дослідження попиту та пропозиції;
- оптимізація співвідношення попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг;

- проведення туристичної політики щодо зменшення територіальних та сезонних диспропорцій між попитом та пропозицією;
- покращення системи збуту та комунікаційної діяльності як факторів стимулювання попиту та пропозиції тощо.

Таблиця 3

ТОП-10 найбільших туроператорів за кількістю штатних одиниць

Найменування підприємства	Кількість працівників, осіб
ПАТ «КИЙ АВІА»	325
ТОВ «ДЖОІН АП»	305
ТОВ «ТРЕВЕЛ ПРОФЕШЕНЛ ГРУП»	253
ТОВ «ТТВК»	197
ТОВ «АККОРД ТУР»	132
ТОВ «ТЕЗ ТУР»	120
ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»	112
ТОВ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «АНЕКС ТУР»	99
ПАТ «ОБРІЙ ІНК.»	92
ТОВ «ТУРИСТИЧНА ФІРМА «ЯНА»	58

Отже, ми бачимо, що дослідження попиту – це основний напрям маркетингового дослідження. Формуючи напрями вдосконалення маркетингової діяльності, суб'єкти туристичної діяльності мають досліджувати не тільки екологічні, соціальні та економічні особливості урбаністичної структури країни, але й потреби споживачів, зокрема, цілі їх поїздки [12].

В Україні, у 2018 р. найбільша кількість туристів здійснювала подорожі з метою [10]:

- культурно-пізнавальною – 1 731,1 тис. осіб;
- службовою – 110,1 тис. осіб;
- лікувально-оздоровчою – 17,2 тис. осіб;
- круїзною – 11,0 тис. осіб.

З метою міського туризму подорожі здійснили близько 10,7 тис. осіб; гірського – 8,9 тис. осіб; пригодницького – 6,5 тис. осіб; екологічного – 4,4 тис. осіб; іншого – 1 476,15 тис. осіб.

Беручи до уваги те, що найбільша кількість туристів здійснює подорожі з культурно-пізнавальною метою, важливо розглянути саме цей напрям туристичної діяльності для перспективи подальшого розвитку в Україні поза розвитком приморських курортів. Послуги заради розваг є невід'ємною частиною туристичного продукту для подорожуючих на курортах. Розважальні послуги впливають на загальне враження туристів про якість відпочинку та сучасність курорту. Адже після повернення туристи, як правило, згадують приємні враження, отримані під час розваг, діляться відчуттями, отриманими під час якої-небудь забави, а не про умови перевезення, розміщення та харчування.

Морські курорти України здатні дарувати відпочинок туристам протягом літнього періоду. Для того, щоб зробити нашу державу привабливою для туристів протягом усього року, важливо звернути увагу на розвиток розваг, які можуть бути доступними у містах, не розташованих на узбережжях морів.

Для тих груп туристів, які бажають отримати враження від відвідування України протягом усього року, пропонується розвивати наступні туристичні продукти [8]:

– *екскурсії*. Мається на увазі відвідування протягом екскурсії об'єктів туристичного інтересу, таких як: історичні пам'ятки, картинні галереї, музеї, релігійні святині, тощо. Вважаємо, що такий вид туристичної діяльності може бути прибутковим в Україні, тому що культурна спадщина нашої держави багата на історичні події та місця історичного інтересу.

– *спортивні змагання*: автогонки, морські регати, чемпіонати світу по різних видах спорту. Проведення таких заходів значно підвищить рівень іміджу нашої держави в очах світової спільноти та збільшить надходження до бюджетів усіх рівнів. Наразі, в Україні існують усі передумови для проведення таких заходів – розвинені морські та річкові шляхи, побудовані стадіони світових рівнів та велика кількість молоді, які можуть здійснювати волонтерську роботу на таких заходах.

– *культурно-масові заходи*: перегляд фільмів у кінотеатрах, спектаклі у театрах, операх, концерти у філармоніях. За даними Державної служби статистики України [13] на 2017 рік у країні діяло 113 театрів, які прийняли 6,2 млн. глядачів.

– *фестивалі мистецтв*. До переліку таких входять: карнавали, маскаради, різноманітні шоу та конкурси. Останнім часом, наша країна та її окремі регіони, працюють над організацією заходів, які можуть зацікавити не лише українського, а й іноземного туриста. Україна стала більш помітною на світовому ринку туристичних послуг завдяки проведенню таких заходів як: «Євро 2012», Одеського міжнародного кінофестивалю (ОМКФ), «Євробачення».

Це не повний перелік усіх видів розваг, які можна розвивати у нашій державі. Окрім того, варто мати на увазі, що такі заходи не можуть приваблювати усіх туристів однаково. Тому, потрібно проводити маркетингові дослідження щодо того, які вікові групи туристів, з яких країн та у який період року в'їжджають до України. Проаналізувавши дослідження нашої статті, можна зробити висновок, що розвиток туризму в нашій державі можливий, а разом з тим і підйом економіки.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Провівши комплексне дослідження щодо особливостей теоретичних та економічних аспектів розвитку туристичної галузі в Україні можна зробити наступні висновки:

1. Туристична галузь в Україні має тенденцію до поступового розвитку, але в сучасних соціально-демографічних, політичних умовах він значно уповільнюється кризовою соціально-економічною ситуацією в країні, нерегульованими механізмами заохочення туристичної індустрії та відсутністю стратегії розвитку туризму на національному рівні. Разом з тим, на сьогодні, ринок туристичних послуг є доволі гнучким, тому що він здатен адаптивно реагувати на зміни зовнішнього середовища (економічні, соціально-демографічні, політичні фактори) та туристичного попиту та пропозиції.

2. Обґрунтовано тезу про те, що одним із важливих аспектів реалізації іміджу України на ринку туристичних послуг є проведення маркетингових досліджень, які передбачають підготовку, прийняття та реалізацію управлінських рішень щодо товарної, цінової, маркетингової та комунікаційної політик. Це створює основу не тільки для отримання необхідної інформації у процесі прийняття управлінських рішень, а й для виявлення важливих проблем, що перешкоджають ефективному веденню туристичного бізнесу, для детермінування причин їх виникнення та можливих варіантів рішень, а, також, для визначення майбутніх тенденцій розвитку ринку туризму, що постійно змінюються. Відзначено, що під час здійснення своєї діяльності не всі суб'єкти туристичного ринку забезпечують реалізацію повного спектру маркетингового комплексу, наприклад, маркетингові програми не розробляються індивідуально для кожної цільової групи туристів.

3. Поточний стан туристичної галузі в Україні є досить дуальним: з одного боку ми бачимо кризу галузі, пов'язану зі швидким падінням покупної здатності населення, а з іншого – швидку розбудову туристичних об'єктів із відповідністю найвищим світовим стандартам та збільшення кількості туристичних організацій. Щоб активно залучати іноземні інвестиції у розвиток туристичної індустрії в Україні необхідно стабілізувати економічне середовище і, перш за все, привести у відповідність до норм європейського законодавства сукупність нормативно-правових актів, які регулюють туристичну діяльність, включаючи механізми стимулювання процесів залучення інвестиційного капіталу у дану сферу.

4. Із попереднього пункту витікає те, що зараз існує нагальна потреба у розвитку інвестиційної стратегії держави для цільового підходу до вироблення й реалізації інноваційного механізму структурування відносин суб'єктів туристичної діяльності, згідно наявних статистичних даних, шляхом інтеграції наукової та виробничої сфер формування прогресивних тенденцій інноваційно-структурної модернізації економіки, посилення державної підтримки інновацій, розвитку ефективного високотехнологічного внутрішнього ринку інновацій, розробки фінансової системи та ринкових інститутів її регулювання, встановлення пріоритетів туристичного розвитку у регіонах тощо.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці наукових досліджень з питань формування сприйняття іноземними громадянами іміджу України, тому що специфіка географічного положення, унікальність рельєфу, м'який клімат, багатий природний потенціал та багатотисячолітня культурна спадщина України свідчить про те, що наша держава має усі передумови для швидкого розвитку туризму.

Список використаних джерел

1. Бутим А. С. Вдосконалення механізму ефективного управління туристичної сфери в Черкаській області [Текст] / А. С. Бутим, К. О. Шіковець, Г. М. Квіта // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. - 2014. - № 6 (81) : Серія "Економіка і вища освіта". - С. 9-14.

2. Ладонько Л. С. Організаційні механізми результативності функціонування туристичного комплексу України в умовах інтеграційного вибору держави / Л. С. Ладонько // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2014. - № 2. - С. 121-124. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>
3. Ільїна О. В. Туристичний бренд як інструмент підвищення іміджу і туристичних можливостей України / О. В. Ільїна, Л. П. Бояр, Т. В. Ткачук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Географічні науки. - 2017. - Вип. 7. - С. 185-191. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ksuhsgs_2017_7_294.
4. Бунтова Н. В. Потенціал України на міжнародному ринку туристичних послуг / Н. В. Бунтова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2016. - Вип. 17(2). - С. 21-24. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_17%282%29__6
5. Миронов Ю. Б. Туризм як чинник економічного розвитку країни / Ю. Б. Миронов, І. І. Свидрук // Науковий вісник НЛТУ України. - 2016. - Вип. 26.6. - С. 255-262. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvntu_2016_26.6_41
6. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
7. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. – <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
8. Герасименко В.Г. - Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л.Михайлюк. — К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. — 332 с.
9. Мірошник Р.О., Щир І.В., Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2013. - №754. -С. 41-46
10. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abccdd6&tag=Analitika>
11. Косар Н. С. Дослідження розвитку туризму в Україні в умовах кризи / Н. С. Косар, Н. Є. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. - 2016. - № 2. - С. 115-125. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_2_15.
12. Олійник Я. Б. Парадигма регіонального соціуму в суспільній географії / Я. Б. Олійник // Географія та туризм. -2015. - Вип. 32. - С. 106-120. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2015_32_13
13. Заклади культури, фізичної культури та спорту України у 2017 році [Електронний ресурс] : статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К. : ДССУ, 2018. 95 с. URL:<http://www.ukrstat.gov.ua/>

Список использованных источников

1. Бутим А. С. Совершенствование механизма эффективного управления туристической сферы в Черкасской области [Текст] / А. С. Бутим, К. А. Шиковец, Г. М. Квит // Вестник Киевского национального университета технологий и дизайна. - 2014. - № 6 (81) Серия «Экономика и высшее образование». - С. 9-14.
2. Ладушки Л. С. Организационные механизмы результативности функционирования туристического комплекса Украины в условиях интеграционного выбора государства / Л. С. Ладушки // Вестник Житомирского государственного технологического университета. Серия: Экономические науки. - 2014. - № 2. - С. 121-124. - Режим доступа: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>
3. Ильина О. В. Туристический бренд как инструмент повышения имиджа и туристических возможностей Украины / В. Ильина, Л. П. Бояр, Т. В. Ткачук // Вестник Херсонского государственного университета. Серия: Географические науки. - 2017. - Вип. 7. - С. 185-191. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ksuhsgs_2017_7_294.
4. Бунтова Н. В. Потенциал Украины на международном рынке туристических услуг / В. Бунтова // Вестник Херсонского государственного университета. Сер. : Экономические науки. - 2016. - Вип. 17 (2). - С. 21-24. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_17%282%29__6
5. Миронов Ю. Б. Туризм как фактор экономического развития страны / Ю. Б. Миронов, И. И. Свидрук // Вестник НЛТУ Украины. - 2016. - Вип. 26.6. - С. 255-262. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvntu_2016_26.6_41
6. сайт для женщин Основи туристического бизнеса: учебное пособие / М.П. Мальская, В.В. Худо, В.И. Чубук. - М. : Центр учебной литературы, 2004. - 272 с.
7. Закон Украины «О туризме» от 15.09.1995 № 324/95-ВР [Электронный ресурс]. - <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
8. Герасименко В.Г. - Государственное регулирование сферы туризма Украины в контексте процессов евроинтеграции / Под общ. ред. В. Герасименко, О.Л.Михайлюк. - М. : ФЛП Гуляева В.М., 2019 - 332 с.
9. Мельник Р.А., Щир И.В., Вестник Национального университета «Львовская политехника». Проблеми економіки и управления. - 2013. - №754. -С. 41-46
10. Министерство экономического развития и торговли Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abccdd6&tag=Analitika>
11. Косарь Н. С. Исследование развития туризма в Украине в условиях кризиса / Н. С. Косарь, Н. Е. Кузе // Актуальные проблемы экономики. - 2016. - № 2. - С. 115-125. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_2_15.
12. Олейник Я. Б. Парадигма регионального социума в общественной географии / Я. Б. Олейник // География и туризм. -2015. - Вип. 32. - С. 106-120. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2015_32_13
13. Учреждения культуры, физической культуры и спорта Украины в 2017 году [Электронный ресурс]: статистический бюлетень / Государственная служба статистики Украины. - М.: ДССУ, 2018. 95 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

References

1. Butim A. S. Vdoskonalennya mehanizmu effektivnogo upravlinnya turistichnoyi sferi v Cherkaskij oblasti [Tekst] / A. S. Butim, K. O. Shikovec, G. M. Kvita // Visnik Kiyivskogo nacionalnogo universitetu tehnologij ta dizajnu. - 2014. - № 6 (81) : Seriya "Ekonomika i visha osvita". - С. 9-14.
2. Ladonko L. S. Organizacijni mehanizmi rezultativnosti funkcionuvannya turistichnogo kompleksu Ukraini v umovah integracijnogo voboru derzhavi / L. S. Ladonko // Visnik Zhitomirskogo derzhavnogo tehnologichnogo universitetu. Seriya : Ekonomichni nauki. - 2014. - № 2. - S. 121-124. - Rezhim dostupu: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>
3. Ilyina O. V. Turistichnij brend yak instrument pidvishennya imidzhu i turistichnih mozhlivostej Ukraini / O. V. Ilyina, L. P. Boyar, T. V. Tkachuk // Naukovij visnik Hersonskogo derzhavnogo universitetu. Seriya : Geografichni nauki. - 2017. - Vip. 7. - S. 185-191. - Rezhim dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ksuhsgs_2017_7_294.
4. Buntova N. V. Potencial Ukraini na mizhnarodnomu rinku turistichnih poslug / N. V. Buntova // Naukovij visnik Hersonskogo derzhavnogo universitetu. Ser. : Ekonomichni nauki. - 2016. - Vip. 17(2). - S. 21-24. - Rezhim dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_17%282%29__6
5. Mironov Yu. B. Turizm yak chinnik ekonomichnogo rozvitku krayini / Yu. B. Mironov, I. I. Svidruk // Naukovij visnik NLTU Ukraini. - 2016. - Vip. 26.6. - S. 255-262. - Rezhim dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvntu_2016_26.6_41
6. Malska M.P. Osnovi turistichnogo biznesu: navchalnij posibnik / M.P. Malska, V.V. Hudo, V.I. Cibuh. – K.: Centr navchalnoyi literaturi, 2004. – 272 s.
7. Zakon Ukraini «Pro turizm» vid 15.09.1995 № 324/95-VR [Elektronnij resurs]. – <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>

8. Gerasimenko V.G. - Derzhavne reguluvannya sferi turizmu Ukraini v konteksti procesiv yevrointegraciyi / Za zag. red. V.G. Gerasimenko, O.L.Mihajlyuk . — K.: FOP Gulyayeva V.M., 2019. — 332 s.
9. Miroshnik R.O., Shir I.V., Visnik Nacionalnogo universitetu «Lvivska politehnika». Problemi ekonomiki ta upravlinnya. – 2013. - №754. -S. 41-46
10. Ministerstvo ekonomichnogo rozvitku i torgivli Ukraini [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcd6&tag=Analitika>
11. Kosar N. S. Doslidzhennya rozvitku turizmu v Ukraini v umovah krizi / N. S. Kosar, N. Ye. Kuzo // Aktualni problemi ekonomiki. - 2016. - № 2. - S. 115-125. - Rezhim dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_2_15.
12. Olijnik Ya. B. Paradigma regionalnogo sociumu v suspilnij geografiji / Ya. B. Olijnik // Geografiya ta turizm. -2015. - Vip. 32. - S. 106-120. - Rezhim dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2015_32_13
13. Zakladi kulturi, fizichnoyi kulturi ta sportu Ukraini u 2017 roci [Elektronnij resurs] : statistichnij byuleten / Derzhavna sluzhba statistiki Ukraini. – K. : DSSU, 2018. 95 s. URL:<http://www.ukrstat.gov.ua/>

Надійшла до редколегії 08.11.2019.