

УДК 656.224.072.44

DOI 10.33111/sedu.2020.46.181.188

*Опанащук Юрій Якович****ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ:
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Анотація. У статті проведено аналіз поточного стану та визначено тенденції розвитку української туристичної галузі. Розглянуто роль і значення туристичного бізнесу в економіці, проведено аналіз чинників впливу на розвиток туристичної галузі України. Досліджено основні проблеми, що стосуються розвитку українського туристичного бізнесу. Проаналізовано динаміку розвитку туристичних організацій. Проведено аналіз туристичних потоків України за допомогою статистичних методів, показано динаміку відповідних показників за останні 9 років. Встановлено основні недоліки, проблеми та означено пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі України. Обґрунтовано перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні, наведено імовірні шляхи вирішення проблем туристичної галузі.

Ключові слова: туризм; туристичний бізнес; туристична галузь; інфраструктура; туристичні потоки.

Вступ. На сьогоднішній день у більшості країн світу туризм є однією з найбільших, високоприбуткових і найдинамічніших галузей економіки, що відіграє важливу роль у стимулюванні соціально-культурного, політичного і фізичного розвитку, сприяє підвищенню економічного добробуту громадян своєї країни, підпорядковуючи цій меті виділення ресурсів на залучення різних сегментів туристичного ринку.

У багатьох державах і регіонах туризм стає важливою сферою діяльності і робить благотворний вплив на розвиток інших секторів економіки, включаючи готельне господарство, транспорт і комунікації, будівництво, сільське господарство, роздрібну торгівлю, виробництво і торгівлю сувенірами та ін., будучи каталізатором їх розвитку.

Розвинений ринок туристичних послуг сприяє збільшенню надходжень валюти в країну, а також доходів через податки. У багатьох країнах ринок туристичних послуг знаходиться під пильною увагою держави як одна з найефективніших і найперспективніших галузей народного господарства, що за економічними показниками випередила навіть автомобільну промисловість і посіла друге місце після комп'ютерної.

*Опанащук Юрій Якович — канд. екон. наук, доцент кафедри регіоналістики та туризму, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Президент Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України, Заслужений працівник сфери послуг України, ORCID 0000-0002-5258-5907, ukrhotelua@ukr.net

Ефективна інтеграція України в глобальну економічну систему передбачає вдосконалення ринку туристичних послуг. Будучи одним з джерел підвищення конкурентоспроможності країни, а також точкою зростання національної економіки, ринок туристичних послуг здатний інтенсифікувати всі процеси соціально-економічного розвитку, підвищити рівень життя населення і сприяти економічній модернізації. Однак, сучасний стан ринку туристичних послуг в Україні свідчить про те, що він ще не займає такого становища в економіці, як в розвинених країнах. Саме тому вдосконалення ринку туристичних послуг в Україні є важливим та актуальним.

Незважаючи на швидкі темпи розвитку туризму в світі, зарубіжні та вітчизняні дослідження специфіки розвитку ринку туристичних послуг ще не отримали достатнього поширення. Серед досліджень вітчизняних учених у цій галузі, слід виділити роботи Л. Кизим, О. Любіцевої, В. Луцишин, А. Філіпенко, І. Гаврилишина, О. Сущенко, котрі акцентують свою увагу, головним чином, на проблематиці розвитку туристичної галузі та туристичного бізнесу в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження ролі та значення туристичного бізнесу в економіці України, аналіз чинників впливу на розвиток туристичного бізнесу та розроблення рекомендацій щодо вдосконалення розвитку ринку туристичних послуг України.

Результати. Розвиток туристичної галузі як високоприбуткового сектора економіки є важливим фактором соціального розвитку та культурного піднесення України [1, с. 42]. За останні роки в країні відбулися значні зміни в туристичній інфраструктурі, збільшилася кількість організацій, що займаються туристичною діяльністю.

Кількість українських підприємств, що надавали туристичні послуги, протягом 2015-2019 років зросла на 70,8 %. Протягом 2015-2019 рр. було обслуговано 7,89 млн туристів. Саме у цей період спостерігається зростання внутрішнього туризму (на 131,18 %) та в'їзного туризму (на 15,53 %). У структурі підприємств туристичної галузі, порівняно з 2011 роком, відбулися зміни у зв'язку з перерозподілом суб'єктів ринку та виділенням окремого напрямку спеціалізації — екскурсійної діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

**ВИДОВА СТРУКТУРА СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ
У ДИНАМІЦІ ЗА 2010–2018 рр., %**

Показник	Рік									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Туроператори	38,0	18,3	16,7	16,5	17,2	15,7	15,7	14,4	12,3	12,8
Турагенти	62,0	73,3	74,9	75,1	79,0	80,0	79,9	80,8	83,0	83,1
Екскурсійна діяльність		8,4	8,5	8,4	3,8	4,2	4,3	4,9	4,6	4,1

Джерело: наведено за [2].

Частка туристичних операторів обох форм власності скоротилася з 38,0 % у 2010 р. до 12,8 % у 2019 р., не значного коливання зазнала частка туроператорів на українському ринку.

За статистичними даними за 2010-2019 рр. стан на туристичному ринку стабілізувався (табл. 2).

Таблиця 2

ДИНАМІКА ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ В УКРАЇНІ ЗА 2010-2019 РР., млн осіб

Рік	Кількість громадян, які виїжджали за кордон	Кількість іноземців, що відвідали Україну	Кількість туристів, обслуговуваних туристичними підприємствами України	Кількість екскурсантів
2010	16,45	17,63	1,83	1,71
2011	16,88	18,94	2,21	1,77
2012	17,34	23,12	2,86	2,39
2013	15,49	25,45	3,04	2,41
2014	15,33	20,80	2,29	1,91
2015	17,18	21,20	2,28	1,95
2016	19,77	21,42	2,34	0,82
2017	21,43	23,01	3,00	0,87
2018	23,76	24,67	3,45	0,66
2019	24,11	25,11	3,56	0,66

Джерело: наведено за [2].

Аналіз даних, поданих в табл. 2, дозволяє зробити висновок про збільшення обсягів державних капіталовкладень у сферу туризму, зростання туристичної привабливості держави та зростання кількості іноземних туристів в Україні.

Дохід від надання туристичних послуг суб'єктами підприємницької діяльності представлено на рис. 1.

Аналізуючи дані, наведені на рис. 1, слід зазначити, що попри скорочення кількості суб'єктів туристичної діяльності, у 2017 р. спостерігалось суттєве підвищення доходів юридичних осіб, що займаються наданням туристичних послуг, понад 60 % порівняно з 2016 р. Також позитивним зрушенням характеризувалися і доходи фізичних осіб (які здійснюють екскурсійну діяльність), що зросли на понад 25 % у порівнянні з 2016 р.

В Україні туризм стає важливою сферою діяльності, з кожним роком обсяг туристичного експорту зростає, а державне управління туризмом направлене на формування конкурентоспроможного туристичного комплексу, розвиток в'їзного та внутрішнього туризму як доходної складової економіки.

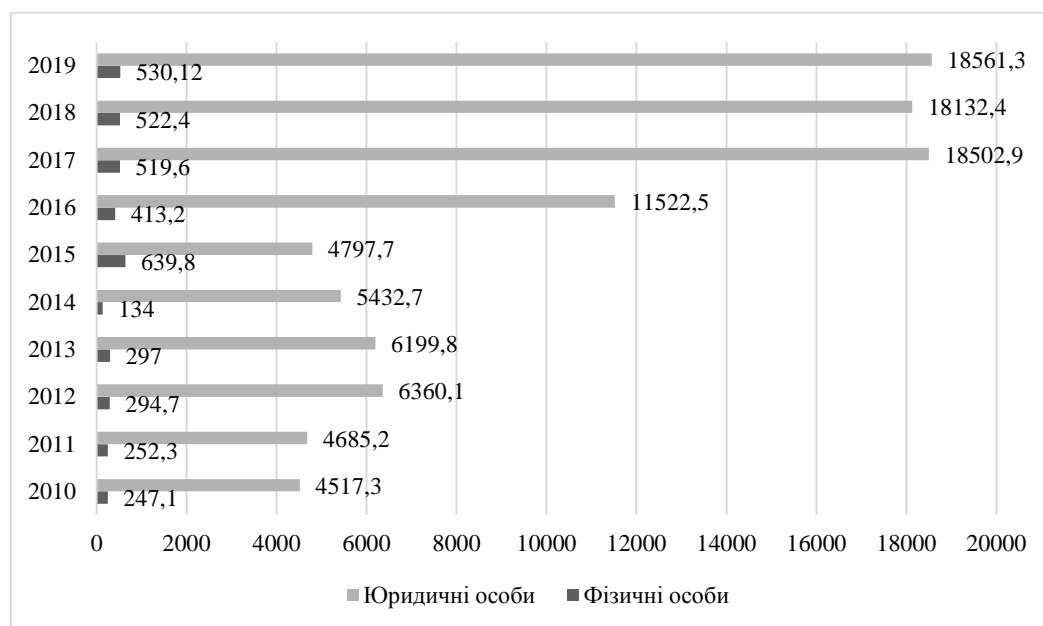


Рис. 1. Дохід від надання туристичних послуг в Україні за 2010–2019 рр., млн. грн.

Джерело: наведено за [2].

Рівень розвитку національного туристичного сектора визначається по його частці у внутрішньому валовому продукті — індикаторі стану національної економіки. Вплив будь-якого з секторів економіки вважається значним і відчутним при перевищенні частки в 10 %. В Україні частка туристичного сектора в національному ВВП у 2019 р. склала 1,5 % при середньосвітовому в 5,2 % — це 144-а позиція в рейтингу зі 184 країн [3].

До факторів, що гальмують розвиток внутрішнього і в'їзного туризму в Україні, можна віднести:

- недостатньо розвинена туристична інфраструктура в більшості регіонів країни;
- нерозвиненість транспортної інфраструктури (низькі якість доріг і рівень природоохоронного обслуговування, незадовільний стан залізничних та автовокзалів);
- дефіцит і високий ступінь зносу транспортних засобів, що використовуються для перевезення туристів (сучасних туристичних автобусів, поїздів тощо);
- застаріла і недостатньо ефективно використовувана ресурсна база в сфері санаторно-курортного, оздоровчого та медичного туризму (пансіонати і санаторії), гостра нестача установ дитячо-юнацького туризму;
- поганий екологічний стан і засміченість прибережних зон водойм і природних територій у місцях активного розвитку туризму, в тому числі самодіяльного;

- невідгідні економічні умови для залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру, відсутність готових інвестиційних майданчиків і типових інвестиційних проектів;
- недостатня підприємницька активність населення у сфері туризму;
- висока сезонна циклічність попиту на більшість туристичних програм, велика тривалість «низького сезону» в регіонах традиційного пляжного туризму, високі середні постійні витрати туристичних підприємств;
- традиційність підходів до формування туристичних програм, низька різноманітність асортименту турів по Україні, здатних задовольнити динамічний і вимогливий попит сучасного споживача.

Подальший розвиток ринку туристичних послуг України потребує удосконалення системи державного регулювання діяльності готельних підприємств, розроблення єдиних правових норм, а також встановлення мінімальних параметрів якості засобів розміщення, послуг, що надаються.

Головне завдання стандартизації — досягнення оптимального (з точки зору соціальної, технічної і економічної необхідності і прийнятності) ступеня впорядкованості і рентабельності в цій сфері [4, с. 128]. З метою підвищення конкурентоспроможності галузі необхідно застосувати кластерний підхід: об'єднання, в тому числі з підприємствами малого і середнього підприємництва в сфері ресторанного та готельного бізнесу, проведення єдиної цінової і маркетингової політики, розширення обсягу виробництва туристичних товарів і послуг, спільне планування впровадження сучасних технологій обслуговування, постачання та ін.

Розвиток маркетингу туристичних послуг має бути направлений на реалізацію комплексу заходів по формуванню, просуванню і позитивному розвитку привабливого туристичного іміджу України, в тому числі:

- підвищення ролі інтернет-технологій у просуванні туристичних послуг;
- розвиток мережі туристичних інформаційних центрів (на бюджетній і позабюджетній основі) як основи об'єднання в єдину світову туристичну мережу;
- розширення співпраці на міжнародній арені, в першу чергу, з міжнародними організаціями та міжурядовими утвореннями.

Висновки. Отже, основними напрямками інтеграції ринку туристичних послуг України в світовий туристичний ринок є:

- 1) кадрове, наукове та навчально-методичне забезпечення у сфері туризму, спрямоване на забезпечення якісного обслуговування в туристичній індустрії, формування сучасного ефективного та конкурентоспроможного туристичного ринку з професійними управлінськими і педагогічними кадрами;
- 2) маркетинг туристичних послуг спрямований на реалізацію комплексу заходів по формуванню, просуванню і позитивному розвитку привабливого туристичного іміджу України, в тому числі: підвищення ролі інтернет-технологій, розвиток мережі туристичних інформаційних центрів, розширення співробітництва на міжнародній арені;
- 3) розвиток об'єктів туристичної індустрії у напрямі розвитку таких видів туризму, як транзитний і транскордонний туризм, діловий туризм, культурно-

пізнавальний туризм, спортивний туризм; рекреаційний і оздоровчий туризм; агро-екотуризм і водний туризм.

Виконання зазначеного комплексу заходів дозволить ефективніше використовувати туристичні ресурси, інтегруватися в світове туристичне співтовариство, підвищити доступність експортного туристичного потенціалу України. Одним з пріоритетних завдань є залучення інвестицій у туристичну індустрію, у тому числі при будівництві об'єктів придорожнього сервісу, а також колективних та індивідуальних засобів розміщення в адміністративних районах країни. Створення необхідних умов для становлення туризму в Україні як високоприбуткової галузі економіки сприятиме не тільки розвитку туристичної індустрії, а й успішнішому реформуванню всієї економічної системи.

Сьогодні пріоритетними напрямками розвитку туристичної галузі України повинно бути не збільшення кількості об'єктів і їхніх потужностей, а становлення конкурентоспроможного ринку комплексних туристичних послуг шляхом модернізації наявної матеріально-технічної бази.

Література

1. Мірошник Р. О., Щир І. В. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2013. № 754. С. 41-46.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.03.2020)
3. Орлова В. В. Особливості розробки прогнозів розвитку туристичної галузі. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2012. Вип. 8. Т. 1. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/orlova2.htm (дата звернення: 20.04.2019).
4. Фаринюк Н. В., Наумова М. А. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2017. Т. 1. № 9. С. 127–131.
5. Сущенко О. А., Касенкова К. В. Територіальний брендинг як інструмент розвитку туристично-рекреаційного комплексу. *Економічні інновації*. 2019. Том 21. Вип. 2 (71). С. 139-149.

References

1. Miroshnyk, R. O., and I.V. Shchyr «Rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy: osoblyvosti ta problem» [«Development of the tourism industry in Ukraine: peculiarities and problems»]. *Visnyk natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»* 754 (2013): 41–46.
2. The official site of State Statistics Service of Ukraine. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Orlova, V. V. «Osoblyvosti rozrobky prohnoziv rozvytku turystychnoi haluzi» [«Features of development of forecasts of tourism industry development»] *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*. 8 tom 1 (2012): 123–145.
4. Faryniuk, N. V., and M. A. Naumova «Statystychnyi analiz rynku turystychnykh posluh Ukrainy» [«Statistical analysis of the tourist services market in Ukraine»] *Visnyk student-skoho naukovoho tovarystva DonNU imeni Vasylia Stusa* vol. 1, no. 9 (2017): 127–131.
5. Sushchenko, O., and K. Kasenkova «Territory branding as a tool of a tourist-recreational complex development» *Economic innovations* Vol. 21. No 2(71) (2019): 139-149.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС В УКРАИНЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Опанащук Юрий Яковлевич,

канд. экон. наук,

доцент кафедры регионалистики и туризма,
ГВУЗ «Киевский национальный экономический
университет имени Вадима Гетьмана»

ORCID 0000-0002-5258-5907

Аннотация. В статье проведен анализ текущего состояния и определены тенденции развития украинской туристической отрасли. Рассмотрены роль и значение туристического бизнеса в экономике, проведен анализ факторов влияния на развитие туристической отрасли Украины. Исследованы основные проблемы, касающиеся развития украинского туристического бизнеса. Проанализирована динамика развития туристических организаций. Проведен анализ туристических потоков Украина с помощью статистических методов, показано динамику соответствующих показателей за последние 9 лет. Выявлены основные недостатки, проблемы и обозначены приоритетные направления развития туристической отрасли Украины. Обоснованы перспективы развития туристического бизнеса в Украине, приведены возможные пути решения проблем туристической отрасли.

Ключевые слова: туризм; туристический бизнес; туристическая отрасль; инфраструктура; туристические потоки.

TOURIST BUSINESS IN UKRAINE: STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Yurii Y. Opanashchuk

PhD in Economics, Associate Professor,
Department of Regional Studies and Tourism,
SHEI «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman»
ORCID0000-0002-5258-5907

Abstract. The purpose of the article is to study the role and importance of tourism business in the Ukrainian economy, to analyze the factors influencing the development of tourism business and to develop recommendations for improving the socio-economic development of Ukraine.

The main scientific results of the study were obtained using a set of general scientific and special methods, namely: abstract-logical (in determining the main tendencies and directions of optimization of international tourist flows in Ukraine), statistical method (for processing and analysis of information on the number of participants of international inbound and outbound tourism), systematic analysis and synthesis (to establish features of development of tourist flows in Ukraine), abstract-theoretical method (for theoretical generalization) and forming conclusions).

The article investigates the main publications of domestic and foreign scientists on the tendency of development of the Ukrainian tourist industry.

The role and importance of tourism business in the economy is considered, the factors of influence on the development of the tourism industry of Ukraine are analyzed. The main problems related to the development of the Ukrainian tourism business are investigated. The dynamics and structure of tourist organizations are considered. The analysis of tourist flows of Ukraine using statistical methods is conducted, the dynamics of relevant indicators over the past 9 years are presented in tables. The main shortcomings, problems and priority directions of development of the tourist industry of Ukraine have been identified. Prospects of tourism business development in Ukraine are substantiated, probable ways of solving problems of tourism industry are given.

The implementation of the set of measures in the article will allow to use tourism resources more effectively, integrate into the world tourist community, increase the accessibility of Ukraine's export tourism potential. One of the priorities is to attract investments in the tourism industry, including the construction of roadside service facilities, as well as collective and individual accommodation facilities in the administrative regions of the country. Creating the necessary conditions for the development of tourism in Ukraine as a highly profitable sector of the economy will contribute not only to the development of the tourism industry, but also to a more successful reform of the entire economic system.

Keywords: tourism; tourism business; tourism industry; infrastructure; tourist flows.

Стаття надійшла до редакції 10.05.2020

УДК 314.15:378

DOI 10.33111/sedu.2020.46.188.200

Семенчук Ірина Миколаївна*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ СФЕРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню розвитку франчайзингу як чинника розвитку торгової галузі України. На основі актуальних статистичних даних охарактеризовано вплив франчайзингових угод на економіку країни в цілому. Сформульовано проблеми поширення франчайзингу в економіці України та пропонуються заходи щодо їх усунення. Доведено, що попри широкого запровадження франчайзингу на міжнародній арені, для економіки України це все ще відносно нове явище. Спираючись на результати вивчення досвіду країн з розвинутою еконо-

* Семенчук Ірина Миколаївна — канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та підприємництва, Чорноморський національний університет імені Петра Могили, ORCID 0000-0002-6192-5483, irina.semenchuk@chnu.edu.ua