

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

©2021 МАЦУКА В. М.

УДК 338.48(477)
JEL Classification: L83

Мацука В. М.

Сучасні тенденції розвитку туристичного бізнесу в регіонах України

Мета статті полягає у дослідженні тенденцій розвитку туризму в регіонах України. Аналізуючи, систематизуючи й узагальнюючи наукові праці багатьох учених, статистичні дані, було розглянуто стан і визначено тенденції розвитку туристичного бізнесу в регіонах України, виявлено проблеми регіонального розвитку туризму, обґрунтовано напрями розвитку туристичного бізнесу в Україні та її регіонах. У результаті дослідження було окреслено сучасні тенденції розвитку туризму в регіонах України: поживлення туризму чергується зі спадами; у світовій ринковій кон'юнктурі імідж України залишається ще невизначеним; домінують тенденції перевищення виїзного туристичного потоку над в'їзним; у структурі туристичних потоків домінують країни-сусіди; найбільше туризм розвинений у таких регіонах України: м. Київ, Київська, Львівська, Дніпропетровська, Одеська та Запорізька області; найменше – у Луганській, Кіровоградській, Житомирській, Тернопільській, Рівненській, Сумській областях. Проведене дослідження дозволило виявити проблеми розвитку туризму в регіонах України: проблеми логістичного характеру; ігнорування екологічних, санітарно-епідемічних питань; непрозорість ведення туристичного бізнесу; соціальна та політична нестабільність; світова пандемія коронавірусу; відсутність платоспроможного попиту тощо. Наукове дослідження дало змогу визначити перспективи розвитку туристичного бізнесу в регіонах України: досягнення європейських і світових стандартів співвідношення якості послуг і цін на туристичні послуги; адаптацію нормативно-правових і законодавчих актів туристичної галузі до стандартів, прийнятих у європейському та світовому співтоваристві; залучення інвестицій в туристичний бізнес; створення привабливого туристичного іміджу регіонів і просування регіональних турпродуктів на національний та міжнародний туристичний ринки; розвиток інфраструктури регіональних туристичних ринків тощо.

Ключові слова: регіон, індикатор економічних настроїв, туристичний бізнес, туроператори, турагенти, туристичний потік (виїзний, в'їзний, внутрішній), колективні засоби розміщення.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2021-3-56-64>

Рис.: 3. Табл.: 6. Бібл.: 8.

Мацука Вікторія Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, Маріупольський державний університет (просп. Будівельників, 129а, Маріуполь, 87500, Україна)

E-mail: v.matsuka@mdu.in.uaORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0953-8769>

Scopus Author ID: 85073748817

UDC 338.48(477)
JEL Classification: L83

Matsuka V. N. Current Trends in Developing Travel Industry in the Regions of Ukraine

The article is aimed at studying the trends in tourism development in the regions of Ukraine. By analyzing, systematizing and generalizing statistical data and research works of many scientists, the author considers the state and trends of travel industry development in various regions of Ukraine, reveals problems in regional tourism development, substantiates areas of travel industry development in Ukraine, in general, and its regions, in particular. As a result of the study, current trends in tourism development in the regions of Ukraine are outlined, namely: the revival of tourism alternates with recessions; Ukraine's image remains uncertain in the global market environment; the outbound tourist flow prevails over the inbound one; the private tourism share is the largest one in the structure of tourist flows both from Ukraine and to Ukraine; the neighboring countries share is the largest one in the geographical structure of tourist flows; tourism is most developed in the following regions of Ukraine: the city of Kyiv and Kyiv, Lviv, Dnipropetrovsk, Odesa and Zaporizhzhia regions; tourism is least developed in Luhansk, Kirovohrad, Zhytomyr, Ternopil, Rivne, and Sumy regions. The study reveals such problems of tourism development in the regions of Ukraine: logistics imperfection; ignoring environmental, sanitary and epidemiological issues; non-transparency of tourism business; social and political instability; global coronavirus pandemic; lack of effective demand, etc. The research in question has made it possible to determine such prospects for developing travel industry in the regions of Ukraine: the achievement of European and world standards for the ratio of service quality and prices for tourism services; adaptation of regulatory and legislative acts of the travel industry to the standards accepted in the European and world community; attracting investment in the tourism business; creation of an attractive tourist image of the regions and promotion of regional tourist products in the national and international tourist markets; development of the infrastructure of regional tourist markets, etc.

Keywords: region, economic sentiment indicator, tourism industry, tour operators, travel agents, tourist flow (outbound, inbound, domestic), collective accommodation facilities.

Fig.: 3. Tabl.: 6. Bibl.: 8.

Matsuka Viktoriia N. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Mariupol State University (129a Budivelnikiv Ave., Mariupol, 87500, Ukraine)

E-mail: v.matsuka@mdu.in.uaORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0953-8769>

Scopus Author ID: 85073748817

Вступ. Розвиток туристичного бізнесу впливає на підвищення конкурентоспроможності й інноваційності України та її регіонів на світовому ринку. Загострення кризових явищ у світовому туристичному бізнесі свідчить про необхідність впровадження ефективних механізмів розвитку туризму в Україні та її регіонах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми регіонального розвитку туристичного бізнесу знайшли своє відображення в наукових працях багатьох учених, таких як: К. І. Азарової, М. Г. Бойко, С. А. Горбаченка, Н. І. Кабушкіна, В. А. Квартальнова, В. Ф. Кифяка, Н. Й. Конішевої, О. П. Радченка, Т. І. Ткаченко, Дж. К. Холлоуей. Одночасно питання особливостей регіонального туристичного бізнесу різноманітні і багатопланові, а тому вимагають подальших досліджень.

Метою статті є дослідження тенденцій розвитку туризму в регіонах України, що передбачає такі наукові завдання: оцінити стан і визначити тенденції розвитку туристичного бізнесу в регіонах України, виявити проблеми регіонального розвитку туризму, обґрунтувати напрями розвитку туристичного бізнесу в Україні та її регіонах.

Теоретичну та методологічну основу дослідження складають наукові праці вітчизняних і закордонних учених у галузі туризму, офіційна інформація Державної служби статистики України, Державної податкової служби України, а також методи загальнонаукового пізнання, статистичного та математичного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна не здобула серйозних досягнень у забезпеченні національної конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості галузей економіки, в тому числі і туризму.

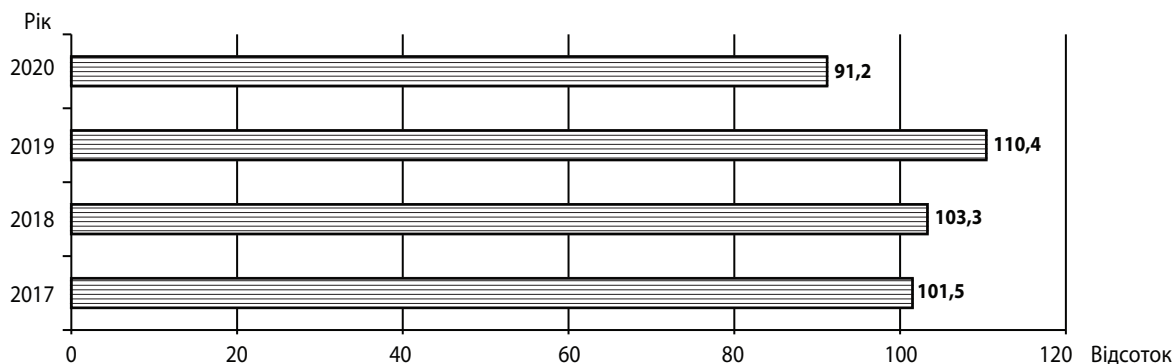


Рис. 1. Індикатор економічних настроїв в Україні за 2017–2020 рр. (IV квартал)

Джерело: побудовано автором за даними Держстату [1]

Результати цього індикатора свідчать, що бізнес продовжує позитивно оцінювати подальше економічне зростання в Україні, а прогнози щодо розвитку власних підприємств залишаються на високому рівні.

Рівень ділової активності зберігається завдяки високим оцінкам щодо загальних обсягів реалізації продукції власного виробництва, фінансово-економічного стану підприємств, а також інвестиційних видатків на машини, обладнання та інвентар [2].

Загалом можна зробити висновок, що, попри певне послаблення позитивних очікувань, індикатори економічних настроїв демонструють збереження позитивних очі-

розглянемо індикатор економічних настроїв, який відображає очікування суб'єктів економічної діяльності щодо змін економічного стану і перспектив розвитку ринків в Україні за останні п'ять років.

Індикатор економічних настроїв складається з таких компонентів: індикатор ділової впевненості в переробній промисловості; індикатор ділової впевненості в будівництві; індикатор ділової впевненості в роздрібній торгівлі; індикатор ділової впевненості у сфері послуг; індикатор споживчої впевненості.

Залежно від сектора індикатори оцінюють на основі опитувань за останні три місяці. Найбільшим у визначенні індикатора економічних настроїв є внесок індикатора ділової активності в промисловості – 40 %, за ним сфера послуг – 30 %, будівництво з роздрібною торгівлею – по 5 %. Вага споживчих настроїв становить 20 % [1].

З часів першої публікації цього індексу економічні настрої стрімко покращувались (101,5 % – IV квартал 2017 року; 103,3 – IV квартал 2018 року). А в IV кварталі 2019 року індикатор економічної активності сягнув свого історичного максимуму (110,4 %). У IV кварталі 2020 року відбувся відкат до показника 91,2 %. Ймовірно, це пов'язано з падінням промислового випуску в останні місяці минулого року.

Найбільше погіршились очікування в роздрібній торгівлі та споживчій впевненості. Насамперед відбувся перегляд очікувань у більш консервативну сторону стосовно особистого доходу, розвитку економіки у найближчий рік і доцільності робити великі покупки [2]. Вже в III кварталі 2021 року індикатор економічної активності досяг 99,2 % (рис. 1).

кувань як бізнесу, так і населення, на рівні значно вищому, ніж у попередні роки. Однак для збереження і покращення очікувань бізнесу необхідно продовжувати турборежим за всіма ключовими стратегічними напрямками – розвивати ефективні ринки, впроваджувати інвестиційні стимули, забезпечувати сприятливий бізнес-клімат [2; 3].

Важливим напрямом розвитку бізнесу в Україні має стати піднесення туристичного бізнесу. Розглянемо детальні результати туристичного бізнесу України за останні п'ять років (табл. 1).

Протягом 2015–2019 рр. в Україні продовжувалися позитивні тенденції щодо кількості суб'єктів туристичної

Таблиця 1

Кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами України у 2016–2020 рр., од.

| Регіон | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. | 2019 р. у % до 2018 р. |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------------|
| Україна | 3182 | 3506 | 3469 | 4293 | 4664 | 108,64 |
| Вінницька | 63 | 68 | 69 | 87 | 87 | 100,00 |
| Волинська | 68 | 69 | 66 | 74 | 89 | 120,27 |
| Дніпропетровська | 294 | 322 | 325 | 416 | 429 | 103,13 |
| Донецька | 23 | 33 | 42 | 93 | 94 | 101,08 |
| Житомирська | 47 | 56 | 47 | 63 | 66 | 104,76 |
| Закарпатська | 67 | 65 | 63 | 91 | 84 | 92,31 |
| Запорізька | 140 | 161 | 160 | 188 | 146 | 77,66 |
| Івано-Франківська | 83 | 107 | 105 | 128 | 117 | 91,41 |
| Київська | 90 | 119 | 116 | 217 | 223 | 102,76 |
| Кіровоградська | 46 | 47 | 43 | 54 | 68 | 125,93 |
| Луганська | 11 | 19 | 17 | 29 | 44 | 151,72 |
| Львівська | 221 | 272 | 282 | 342 | 359 | 104,97 |
| Миколаївська | 60 | 69 | 63 | 87 | 84 | 96,55 |
| Одеська | 245 | 268 | 264 | 270 | 261 | 96,67 |
| Полтавська | 91 | 88 | 93 | 155 | 150 | 96,77 |
| Рівненська | 59 | 66 | 60 | 93 | 107 | 115,05 |
| Сумська | 53 | 57 | 58 | 79 | 104 | 131,65 |
| Тернопільська | 43 | 53 | 45 | 63 | 85 | 134,92 |
| Харківська | 264 | 225 | 263 | 266 | 253 | 95,11 |
| Херсонська | 53 | 72 | 67 | 80 | 73 | 91,25 |
| Хмельницька | 78 | 89 | 90 | 89 | 78 | 87,64 |
| Черкаська | 75 | 86 | 92 | 101 | 110 | 108,91 |
| Чернівецька | 65 | 66 | 65 | 77 | 77 | 100,00 |
| Чернігівська | 55 | 51 | 51 | 58 | 57 | 98,28 |
| м. Київ | 888 | 948 | 923 | 1093 | 1196 | 109,42 |

Джерело: складено автором за даними Держстату [1]

діяльності, і лише у 2017 році тенденції були негативними. Так, за досліджуваний період кількість суб'єктів туристичної діяльності збільшилася з 3182 одиниць до 4664 одиниць, або на 46,57 %. У 2019 році з 4664 одиниць суб'єктів туристичної діяльності – 1867 одиниць (40,03 %) – це юридичні особи, а 2797 (59,97 %) – це фізичні особи. У структурі юридичних осіб 28,82 % належить туроператорам, 67,43 % – турагентам, 3,75 % – суб'єктам, що здійснюють екскурсійну діяльність. У структурі фізичних осіб 94,53 % належить турагентам, 5,47 % – суб'єктам, що здійснюють екскурсійну діяльність. У 2020 році кількість суб'єктів туристичної діяльності без суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, складала 3867 одиниць, що на 12,93 % менше, ніж 2019 році.

Щодо регіонального розміщення суб'єктів туристичної діяльності, то станом на кінець 2019 року найбільше їх зосереджено у м. Києві (25,64 %), Дніпропетровській (9,20 %), Львівській (7,70 %), Одеській (5,60 %), Харківській (5,42 %) та Київській (4,78 %) областях, а найменше – у Лу-

ганській (0,94 %), Чернігівській (1,22 %), Житомирській (1,42 %), Кіровоградській (1,46 %), та Херсонській (1,57 %) областях.

Туристичний бізнес України у 2020 році отримав близько 60 млрд грн збитків через пандемію коронавірусу. У світі втрати туристичного бізнесу у 2020 році становили близько \$800 млрд, а в Україні – близько 60 млрд грн [4].

Так, низький попит задав значних збитків туристичному ринку.

Протягом 2000–2020 рр. кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами України, мали як позитивні, так і негативні тенденції. Негативні тенденції спостерігалися переважно у 2004, 2005, 2009, 2010, 2011, 2014, 2015, 2020 роках (рис. 2).

Загалом по Україні на в'їзний туризм припадає 0,51 % туристів (станом на кінець 2020 р.). Протягом 2000–2013 рр. в Україні також продовжувалися позитивні тенденції розвитку в'їзного туризму, хоча темп приросту потоків уповільнився. Так, протягом 2000 року Україну

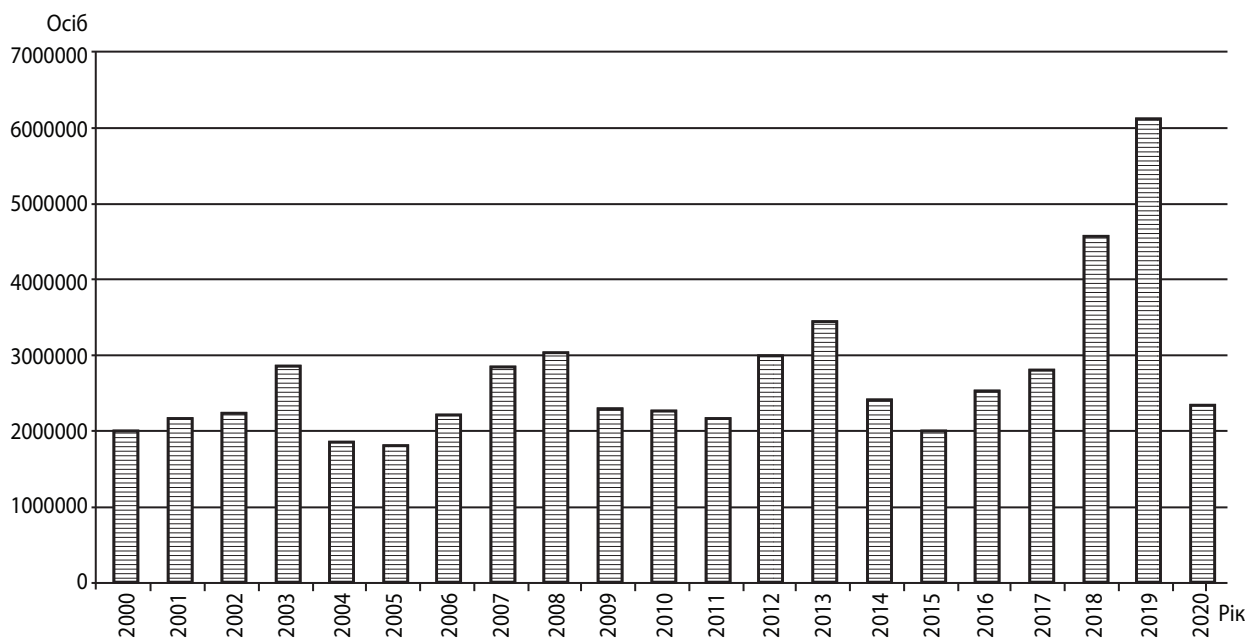


Рис. 2. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України за 2000–2020 рр.

Джерело: побудовано автором за даними Держстату [1]

Таблиця 2

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України, за видами туризму у 2000–2020, осіб

| Рік | Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього | У тому числі | | |
|-------|--|---------------------------|----------------|-------------------|
| | | в'їзні (іноземні) туристи | виїзні туристи | внутрішні туристи |
| 2000 | 2 013 998 | 377 871 | 285 353 | 1 350 774 |
| 2001 | 2 175 090 | 416 186 | 271 281 | 1 487 623 |
| 2002 | 2 265 317 | 417 729 | 302 632 | 1 544 956 |
| 2003 | 2 856 983 | 590 641 | 344 332 | 1 922 010 |
| 2004 | 1 890 370 | 436 311 | 441 798 | 1 012 261 |
| 2005 | 1 825 649 | 326 389 | 566 942 | 932 318 |
| 2006 | 2 206 498 | 299 125 | 868 228 | 1 039 145 |
| 2007 | 2 863 820 | 372 455 | 336 049 | 2 155 316 |
| 2008 | 3 041 655 | 372 752 | 1 282 023 | 1 386 880 |
| 2009 | 2 290 097 | 282 287 | 913 640 | 1 094 170 |
| 2010 | 2 280 757 | 335 835 | 1 295 623 | 649 299 |
| 2011 | 2 199 977 | 234 271 | 1 250 068 | 715 638 |
| 2012 | 3 000 696 | 270 064 | 1 956 662 | 773 970 |
| 2013 | 3 454 316 | 232 311 | 2 519 390 | 702 615 |
| 2014* | 2 425 089 | 17 070 | 2 085 273 | 322 746 |
| 2015* | 2 019 576 | 15 159 | 1 647 390 | 357 027 |
| 2016* | 2 549 606 | 35 071 | 2 060 974 | 453 561 |
| 2017* | 2 806 426 | 39 605 | 2 289 854 | 476 967 |
| 2018* | 4 557 447 | 75 945 | 4 024 703 | 456 799 |
| 2019* | 6 132 097 | 86 840 | 5 524 866 | 520 391 |
| 2020* | 2 360 278 | 11 964 | 2 125 702 | 222 612 |

Джерело: за даними Держстату (2011–2020 рр.) [1]; за даними Міністерства інфраструктури України (2000–2010 рр.) [5]

*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

відвідали 377871 в'їзних (іноземних) туристів, 2004 р. – 436311, 2013 р. – 232311 (табл. 2). Звичайно, високий рівень небезпеки у зв'язку з військовим конфліктом на сході України негативно вплинув на статистичні показники починаючи з 2014 року. У 2014 році Україну відвідали лише 17070 в'їзних (іноземних) туристів, а це у 13,6 разу менше, ніж у попередньому році. Оцінюючи в'їзний туристичний потік протягом 2015–2019 років, слід зазначити тенденцію до зростання. За результатами 2020 року через пандемію коронавірусу показник в'їзного туризму знизився до 11964. Прикордонні країни традиційно є лідерами за кількістю відвідування України: Молдова, Білорусь, Росія, Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина.

Згідно з даними табл. 2, очевидними є туристичні уподобання українців – виїзні туристичні продукти, обсяг реалізації яких збільшився майже вдвічі за останні десять років. Найчастіше громадяни України відвідують прикордонні країни: Польщу, Росію, Угорщину, Молдову, Білорусь, Румунію, Словаччину. У 2020 році частка кількості українських громадян, які подорожують за кордон до прикордонних країн, складає близько 90,06 % туристичного потоку, із зменшенням відвідувань Росії та Молдови. З неприкордонних країн зростання кількості подорожей відбулося до Італії, Німеччини, Єгипту, Кіпру, Іспанії, Греції, Австрії, Туреччини. Аналізуючи статистичні дані, зазначимо що кількість громадян України, які виїжджають за кордон протягом 2000–2020 рр., як збільшувалася, так і зменшувалася. У 2000 році частка кількості українських громадян, які подорожують за кордон до неприкордонних країн, складала близько 18,76 % туристичного потоку. За аналізований період цей показник збільшився майже в 7,4 разу. Найбільше значення виїзний туристичний потік досяг у 2018 р. – 4024703 осіб та 2019 р. – 5524866 осіб. Вже у 2020 році цей показник зменшився в 2,60 разу порівняно з попереднім роком і склав 2125702 осіб. На жаль, більшість населення країни виїжджає за кордон з метою здійснення фінансової діяльності або в приватних цілях. Туристичні потоки укра-

їнців до Польщі та Росії, насамперед, зумовлені трудовою міграцією. Більша частка громадян України виїжджають на роботу за кордон не на підставі трудової візи, а використовуючи туристичні візи чи запрошення. Здебільшого після завершення строку дії візи «туристи» не афішують свою присутність за кордоном, оскільки стають нелегалами. Слід наголосити, що Польща у багатьох випадках грає роль транзитного пункту, звідки «туристи» вже їдуть до Італії, Іспанії, Португалії та Австрії [6, с. 198].

Всього протягом 2020 року туристичними підприємствами обслуговано 222612 внутрішніх туристів (9,43 % туристичного потоку України). У 2000 році частка кількості внутрішніх туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, складала близько 67,07 % туристичного потоку. За період з 2000 по 2020 роки цей показник зменшився майже в 6,1 разу. Тобто в структурі туристичних потоків стали домінувати виїзні туристичні потоки. Але упродовж останніх років під час пандемії коронавірусу в Україні внутрішні потоки залишаються досить поширеними. Вони здебільшого представлені сільським зеленим туризмом.

Проаналізуємо структуру туристичного потоку за регіонами України. За період з 2015 по 2019 роки спостерігалось збільшення кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами практично у всіх регіонах України. За останні два роки цей показник найбільшими темпами збільшувався у Тернопільській (на 87 %), Луганській (на 65,79 %), Кіровоградській (на 60,62 %), Сумській (на 60,21 %), Черкаській (на 48,37 %) областях України. Темпи зменшення показника спостерігалися лише у Чернівецькій області (на 8,00 %).

У 2019 році найбільше туристів обслуговувало туроператорами та турагентами в таких регіонах України: м. Київ (79,29 %), Львівська (4,07 %), Дніпропетровська (2,51 %), Одеська (1,63 %) та Київська (1,42 %) області. Найменше – у Луганській (0,17 %), Кіровоградській (0,30 %), Житомирській (0,35 %), Тернопільській (0,40 %) та Миколаївській (0,41 %) областях (табл. 3).

Таблиця 3

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України за 2015–2019 рр., осіб

| Регіон | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. | 2019 р. у % до 2018 р. |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Україна | 2019576 | 2549606 | 2806426 | 4557447 | 6132097 | 134,55 |
| Вінницька | 22748 | 27485 | 38634 | 42178 | 51790 | 122,79 |
| Волинська | 15620 | 26526 | 17047 | 21807 | 27403 | 125,66 |
| Дніпропетровська | 46121 | 57770 | 75526 | 116981 | 154215 | 131,83 |
| Донецька | 3297 | 10874 | 9231 | 28425 | 32930 | 115,85 |
| Житомирська | 6283 | 8615 | 9516 | 17957 | 21594 | 120,25 |
| Закарпатська | 10656 | 11601 | 14652 | 25348 | 28044 | 110,64 |
| Запорізька | 30922 | 40376 | 47675 | 56374 | 56838 | 100,82 |
| Івано-Франківська | 65885 | 79973 | 73309 | 55781 | 63545 | 113,92 |
| Київська | 11560 | 25008 | 36983 | 66385 | 86926 | 130,94 |
| Кіровоградська | 7830 | 8854 | 84306 | 11556 | 18561 | 160,62 |
| Луганська | 939 | 1896 | 2825 | 6261 | 10380 | 165,79 |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| Львівська | 112472 | 181827 | 175150 | 182255 | 249442 | 136,86 |
| Миколаївська | 7464 | 9023 | 11805 | 19002 | 25107 | 132,13 |
| Одеська | 45809 | 59077 | 72302 | 81381 | 99764 | 122,59 |
| Полтавська | 9497 | 14608 | 19032 | 32007 | 36847 | 115,12 |
| Рівненська | 6640 | 9022 | 11168 | 22027 | 31425 | 142,67 |
| Сумська | 7567 | 8819 | 11185 | 16178 | 25919 | 160,21 |
| Тернопільська | 6668 | 7536 | 9558 | 13103 | 24599 | 187,74 |
| Харківська | 31233 | 40429 | 51929 | 62232 | 76211 | 122,46 |
| Херсонська | 11720 | 16584 | 20278 | 26130 | 28113 | 107,59 |
| Хмельницька | 25426 | 19885 | 26829 | 25738 | 27613 | 107,28 |
| Черкаська | 8520 | 11684 | 20953 | 26383 | 39145 | 148,37 |
| Чернівецька | 15662 | 19415 | 20341 | 29562 | 27198 | 92,00 |
| Чернігівська | 7052 | 11698 | 15974 | 22306 | 26359 | 118,17 |
| м. Київ | 1501985 | 1841021 | 2006088 | 3550090 | 4862129 | 136,96 |

Джерело: складено автором за даними Держстату [1]

Проаналізуємо кількісні та вартісні показники діяльності туроператорів і турагентів в Україні протягом 2017–2019 рр. (табл. 4). Кількість реалізованих туристичних пакетів за цей період стало зростала. У 2019 році порів-

няно з 2017 роком вона зросла у 2,1 разу, а з 2018 роком – в 1,4 разу. За аналізований період також зростала і вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ).

Таблиця 4

Кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами України туристичних пакетів у 2017–2019 рр.

| Показник | 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. | 2019 р. у % до 2018 р. |
|--|------------|------------|------------|------------------------|
| Кількість реалізованих туристичних пакетів, од | 1568945 | 2406139 | 3345172 | 139,03 |
| Вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), тис. грн | 27715937,7 | 51077643,0 | 69760685,8 | 136,58 |
| Кількість туроднів за реалізованими туристичними путівками | 19677732 | 29076197 | 32295035 | 111,07 |
| Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, тис. грн | 18391564,5 | 22759370,0 | 32404332,1 | 142,38 |

Джерело: складено автором за даними Держстату [1]

У 2019 році порівняно з 2017 роком вона зросла у 2,5 разу, а з 2018 роком – в 1,4 разу. Що стосується кількості туроднів за реалізованими туристичними путівками, то вони також зростали. За період з 2017 по 2019 роки вони зросли майже в 1,6 рази. Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, за аналізований період також підвищилися в 1,8 разу. Але вже у 2020 році кількість і вартість реалізованих туристичних пакетів зменшилися в 0,4 та 0,5 разу відповідно.

Україна має великий інвестиційний потенціал. Цьому сприяють наявні курортно-рекреаційний, історико-культурний і природний потенціал, вигідне географічне розташування, ринкова економіка, спрямованість України

до євроінтеграції, наявність значного земельного потенціалу, який може використовуватися інвесторами для розвитку туристичної інфраструктури. Кількісні показники щодо наявності колективних засобів розміщування в Україні за 2011–2019 рр. наведено на рис. 3.

Кількість колективних засобів розміщування в Україні (з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців) за період з 2011 по 2013 роки збільшилася з 58882 до 6411 одиниць (або на 9,00 %), з 2014 по 2017 роки зменшилася з 4572 до 4115 одиниць (або на 10,00 %), з 2018 по 2019 роки збільшилася з 4719 до 5335 одиниць (або на 13,05 %) (табл. 5).

Кількість місць у колективних засобах розміщування в Україні за період з 2011 по 2019 роки зменшилася

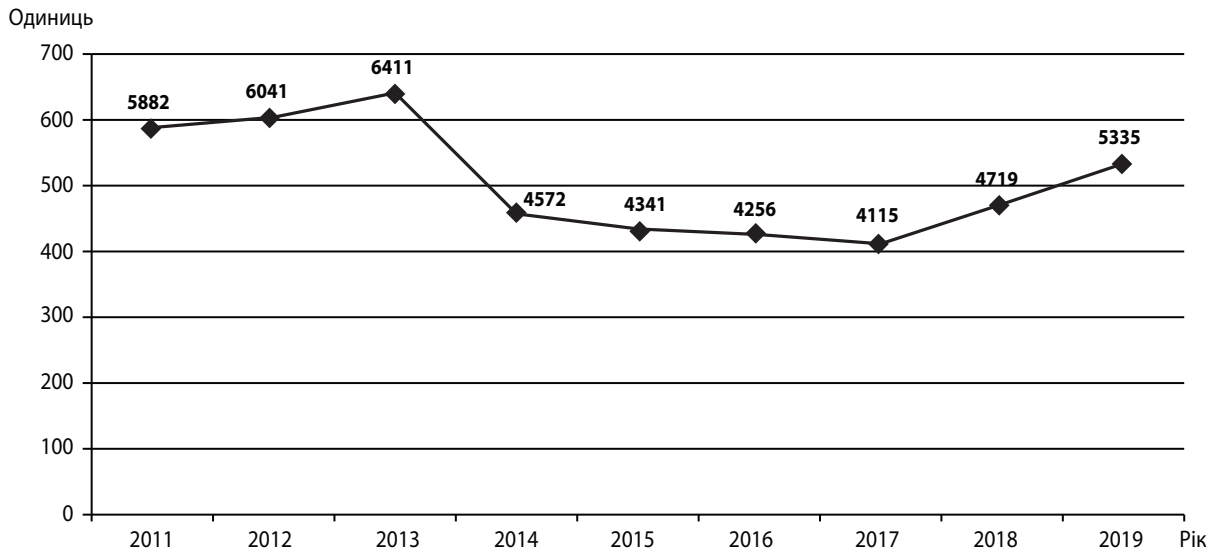


Рис. 3. Кількість колективних засобів розміщення в Україні у 2011–2019 рр.

Джерело: побудовано автором за даними Держстату [1]

Таблиця 5

Колективні засоби розміщення в Україні за 2011–2019 рр. (з урахуванням діяльності фізичних осіб – підприємців)

| Рік | Кількість колективних засобів розміщення, од. | Кількість місць у КЗР, тис. од. | Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис. | |
|--------|---|---------------------------------|---|----------------|
| | | | усього | з них іноземці |
| 2011 | 5882 | 567,3 | 7426,9 | 1427,7 |
| 2012 | 6041 | 583,4 | 7887,4 | 1554,8 |
| 2013 | 6411 | 586,6 | 8303,1 | 1665,1 |
| 2014* | 4572 | 406,0 | 5423,9 | 551,5 |
| 2015* | 4341 | 402,6 | 5779,9 | 665,8 |
| 2016* | 4256 | 375,6 | 6544,8 | 863,7 |
| 2017* | 4115 | 359,0 | 6661,2 | 824,5 |
| 2018** | 4719 | 300,0 | 7006,2 | 917,9 |
| 2019** | 5335 | 370,6 | 6960,9 | 959,4 |

Джерело: дані Держстату (2011–2020 рр.) [1]; дані Державної податкової служби [7]

* Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

** Розрахунок показників щодо фізичних осіб-підприємців здійснено на підставі адміністративних даних Державної податкової служби.

з 567,3 тис. од. до 370,6 тис. од. (або на 34,67 %). Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення, найвищих значень досягла у 2011–2013 рр., 2018–2019 рр., найменшим цей показник був у 2014 році. У 2019 році з 6960,9 тис. осіб, які перебували у колективних засобах розміщення України, 959,4 тис. осіб (13,78 %) – іноземці.

Розглянемо статистичні дані щодо колективних засобів розміщення за регіонами України (табл. 6). У 2019 році в регіональній структурі колективних засобів розміщення найбільшу частку займали Одеська – 187 одиниць (11,5 %), Запорізька – 133 одиниць (8,18 %), Львівська – 130 одиниць (8,00 %), Київська – 129 одиниць (7,93 %), Дніпропетровська – 106 одиниць (6,52 %) – області. Найменшу

частку займали Луганська – 11 одиниць (0,68 %), Чернівецька – 13 одиниць (0,80 %), Тернопільська – 15 одиниць (0,92 %), Рівненська – 18 одиниць (1,12 %) та Житомирська – 19 одиниць (1,17 %) – області.

Стосовно кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщення, то найбільше їх було зафіксовано у таких регіонах України: м. Київ – 1226,4 тис. осіб (26,63 %), Львівська – 533,9 тис. осіб (11,59 %), Дніпропетровська – 377,3 одиниць (8,19 %), Київська – 319,7 тис. осіб (6,94 %), Одеська – 306 тис. осіб (6,65 %) – області. Найменш у регіонах: Луганська – 20 тис. осіб (0,43%), Рівненська – 35,5 тис. осіб (0,77 %), Житомирська – 40,3 тис. осіб (0,88 %), Тернопільська – 43,7 тис. осіб (0,95 %), Сумська – 13 тис. осіб (0,97 %) – області.

Коллективні засоби розміщування за регіонами України у 2018–2019 рр.

| Регіон | Кількість колективних засобів розміщування, од. | | | Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування, тис. | | |
|-------------------|---|---------|------------------------|--|---------|------------------------|
| | 2018 р. | 2019 р. | 2019 р. у % до 2018 р. | 2018 р. | 2019 р. | 2019 р. у % до 2018 р. |
| Україна | 1591 | 1626 | 102,20 | 4826,3 | 4604,9 | 95,41 |
| Вінницька | 22 | 21 | 95,45 | 78,4 | 83,9 | 107,02 |
| Волинська | 72 | 61 | 84,72 | 55,7 | 46,0 | 82,59 |
| Дніпропетровська | 93 | 106 | 113,98 | 383,9 | 377,3 | 98,28 |
| Донецька | 78 | 88 | 112,82 | 215,1 | 131,8 | 61,27 |
| Житомирська | 17 | 19 | 111,76 | 34,3 | 40,3 | 117,49 |
| Закарпатська | 54 | 59 | 109,26 | 114,6 | 102,4 | 89,35 |
| Запорізька | 123 | 133 | 108,13 | 162,3 | 172,7 | 106,41 |
| Івано-Франківська | 67 | 64 | 95,52 | 168,7 | 166,8 | 98,87 |
| Київська | 86 | 96 | 111,63 | 374,9 | 319,7 | 85,28 |
| Кіровоградська | 30 | 37 | 123,33 | 43,7 | 52,8 | 120,82 |
| Луганська | 9 | 11 | 122,22 | 22,9 | 20,0 | 87,34 |
| Львівська | 129 | 130 | 100,78 | 572,2 | 533,9 | 93,31 |
| Миколаївська | 102 | 103 | 100,98 | 117,9 | 116,3 | 98,64 |
| Одеська | 177 | 187 | 105,65 | 289,9 | 306,5 | 105,73 |
| Полтавська | 43 | 44 | 102,33 | 164,5 | 162,7 | 98,91 |
| Рівненська | 17 | 18 | 105,88 | 39,5 | 35,5 | 89,87 |
| Сумська | 21 | 21 | 100,00 | 43,5 | 44,7 | 102,76 |
| Тернопільська | 14 | 15 | 107,14 | 46,1 | 43,7 | 94,79 |
| Харківська | 67 | 73 | 108,96 | 218,5 | 187,2 | 85,68 |
| Херсонська | 107 | 88 | 82,24 | 129,7 | 104,0 | 80,19 |
| Хмельницька | 33 | 31 | 93,94 | 119,9 | 121,0 | 100,92 |
| Черкаська | 54 | 55 | 101,85 | 105,2 | 114,0 | 108,37 |
| Чернівецька | 11 | 13 | 118,18 | 53,3 | 48,9 | 91,74 |
| Чернігівська | 25 | 24 | 96,00 | 56,7 | 46,4 | 81,83 |
| м. Київ | 140 | 129 | 92,14 | 1214,9 | 1226,4 | 100,95 |

Джерело: складено автором за даними Держстату (2011–2020 рр.) [1]

Так, готельний ринок України, зокрема, розвивається повільно, що обумовлюють як об'єктивні чинники в цілому, так і суто локальні, продиктовані реаліями українського ринку (специфіка розвитку готельних проєктів, необхідні обсяги інвестицій і показники фінансової віддачі).

Можна визначити сучасні тенденції розвитку туристичного бізнесу в регіонах України:

- пошавлення туристичної діяльності чергується із спадами, як на внутрішньому, так і на світовому туристичному ринку, де імідж України ще не визначено;
- домінують тенденції перевищення виїзного потоку над в'їзним у структурі туристичних потоків, тобто зменшується потік іноземних туристів до України;
- у структурі туристичних потоків як з України, так і до України за мотивами більша частка належить приватному туризму;

- в географічній структурі туристичних потоків як з України, так і до України домінують країни-сусіди;
- найбільше туристичний бізнес розвинений у таких регіонах України: м. Київ, Київська, Львівська, Дніпропетровська, Одеська та Запорізька області; найменше – у Луганській, Кіровоградській, Житомирській, Тернопільській, Рівненській, Сумській областях.

Проведене дослідження дозволяє визначити за очевидності та наявності необхідного потенціалу безліч чинників, які гальмують розвиток туристичного бізнесу в регіонах України: проблеми логістичного характеру; ігнорування екологічних, санітарно-епідемічних питань; непрозорість ведення туристичного бізнесу в регіонах України; соціальна та політична нестабільність в Україні, анексія АР Крим, воєнні дії на сході країни [8]; світова пандемія коронавірусу; відсутність стратегічних орієнтирів систем-

ної державної підтримки розвитку туристичного бізнесу; низький рівень інформаційної підтримки туристичного бізнесу; повільні темпи зростання інвестицій у розвиток інфраструктури туризму; відсутність платоспроможного попиту.

Висновки. Таким чином, сучасний стан розвитку туристичного бізнесу в регіонах України можна охарактеризувати як складний і водночас перспективний. Перспективи розвитку туристичного бізнесу в регіонах України повинні враховувати: досягнення європейських і світових стандартів співвідношення якості послуг і цін на туристичні послуги; адаптацію нормативно-правових і законодавчих актів туристичної галузі до стандартів, прийнятих у європейському та світовому співтоваристві; залучення інвестицій до реалізації програм регіонального розвитку туризму; створення привабливого туристичного іміджу регіонів і просування регіональних турпродуктів на національний та міжнародний туристичний ринки; розвиток інфраструктури регіональних туристичних ринків; доведення до міжнародного рівня підприємства ресторанного бізнесу та сервісу; забезпечення раціонального використання та охорони туристичного потенціалу регіонів; забезпечення підготовки професійних кадрів для сфери туризму; створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, пригодницького та ін.); створення інформаційно-аналітичної бази туризму в регіонах України тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. zPost.me. URL: <https://zpost.me/post/372-shcho-nam-govoryt-indyikator-ekonomichnyh-nastrov>
3. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>
4. Інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна». URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/717448.html>
5. Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua>
6. Шамара І. М., Азарова К. І. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2018. Вип. 8. С. 196–203. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2018_8_25
7. Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua>
8. Радченко О. П., Горбаченко С. А. Стратегія розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності. *Економіка та суспільство. Туризм*. 2021. Вип. 24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/204>

REFERENCES

- Derzhavna podatкова sluzhba Ukrainy. <https://tax.gov.ua>
 Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. <http://www.ukrstat.gov.ua>
 Informatsiine ahentstvo «Interfaks-Ukraina». <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/717448.html>
 [Legal Act of Ukraine] (2017). <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>
 Ministerstvo infrastruktury Ukrainy. <https://mtu.gov.ua>
 Radchenko, O. P., and Horbachenko, S. A. "Stratehiia rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy v umovakh nevyznachenosti" [Strategy for the Development of the Tourism Industry of Ukraine in Conditions of Uncertainty]. *Ekonomika ta suspilstvo. Turyzm*. 2021. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/204>
 Shamara, I. M., and Azarova, K. I. "Suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku rynku turystychnykh posluh Ukrainy" [Current State, Problems and Prospects of Development of the Market of Tourist Services of Ukraine]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya : Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm*. 2018. http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2018_8_25
 zPost.me. <https://zpost.me/post/372-shcho-nam-govoryt-indyikator-ekonomichnyh-nastrov>

Стаття надійшла до редакції 04.08.2021 р.