

Ярослав МАРІНЯК, Надія СТЕЦЬКО

ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Визначено пріоритетність туристичного сектору для економіки України. Проаналізовано основні положення сучасного стану туристичної галузі у світі. Встановлено, що в усьому світі економічне значення туризму є значним і зростаючим. Міжнародні організації та національні уряди однаково сприймають туризм як рушій економічного зростання та майбутнього розвитку. Основними методами дослідження були компаративний аналіз та широкий спектр статистичних методів із застосуванням прийому збору інформації та їх оцифровізації. Розроблено рекомендації щодо конкретних проектів та основних напрямків, де співпраця держави буде представляти особливу цінність і визначити потенційні організаційні структури для співпраці. Найпоширенішою темою цієї співпраці є набутті знання та обмін інформацією як природне місце для співпраці.

Ключові слова. туристична політика, цифрова економіка, туристична статистика.

Постановка науково-практичної проблеми. Туристична сфера України тривалий час не розглядалася як галузь, що здатна вплинути на формування економіки країни. Незважаючи на перешкоди (світові кризи, ряд природних катаклізмів та загострення політичних конфліктів), що виникали на шляху розвитку туризму, за економічною ефективністю та темпами зростання галузь була на передових позиціях. Сучасні виклики Пандемія коронавірусу COVID-19 — це найбільше випробування, з яким зіткнувся світ сьогодні. Власне через неї туризм, ресторанний бізнес, спорт та транспорт зазнали найбільших втрат. Ще однією важливою місією туризму є кроскультурна та іміджева. Імідж держави залежить від змісту, характеру і координації дій її державних органів та суспільства як на міжнародній арені, так і в середині країни. Приватний та державний бізнес багатьох країн отримують великі доходи від надання туристичних послуг, а в державний бюджет їх частка є вагомою при формуванні податків та зборів. Мультиплікаційний вплив туризму полягає у процесі його функціонування та залучення інших суміжних галузей різних секторів економіки. Інформаційний ресурс країни на міжнародному рівні повинен бути ефективним. Тому його розвиток, може значно вплинути на імідж України, зробити її більш відомою, зрозумілою та цікавою. Здійснення на національному рівні комплексу заходів з поліпшення іміджу України можливий шляхом пропаганди її туристичного потенціалу, зокрема, створення бренду України як туристичної держави. Використання свого великого туристично-рекреаційного потенціалу країна може увійти до числа найбільш розвинених щодо туризму країн світу. Однак за обсягами туристичного обміну, які дають змогу Україні посідати за цими показниками чільні місця у Європі, наша

державна має мізерні (навіть у порівнянні із нашими сусідами) надходження від туризму. Якщо, у світі ВВП туризм займає близько 10%, то в Україні за різними розрахунками 3-4%. На регіональному рівні простежується пряма залежність показників розвитку інфраструктури від стану туристичної галузі, що в умовах України є дуже важливим.

Сучасна економічна та політична ситуація в Україні повинна чітко реагувати на зміни, що відбуваються як на зовнішніх, так і внутрішньому ринку держави, а також орієнтації українців на споживання національних товарів та послуг. Очевидно, що відсутність державної підтримки розвитку туристичної галузі та недосконалість системи управління нею є головним негативним чинником розвитку туризму. Доповнюють цей перелік і незадовільний стан туристичних об'єктів природної та культурної спадщини. Однак найбільшого покращення вимагає його суттєвого низький рівень інформаційного супроводу туристичної діяльності.

З початку 2020 р. туристична галузь та супутні його види послуг зазнали істотного впливу. У цих умовах український споживач туризму поступово переорієнтовується на внутрішній туризм. Відсутність єдиної системи статистичної обліку та аналізу аналітичного апарату оцінки рівня параметрів функціонування та росту туризму дуже ускладнює не лише аналіз, але і, як наслідок, прогнозування розвитку цієї сфери.

Актуальність і новизна дослідження. В Україні статистичний облік у сфері туризму, як інших галузей економіки, здійснює статистична служба України. Деякі додаткові дані про результати діяльності туристичних підприємств здійснює Державне агентство розвитку туризму, а також займається формуванням нових стандартів статистичного обліку в туризмі, у тому числі сателітних розрахунків.

Система сателітних розрахунків лише починає діяти. Інформацію щодо відвідування України іноземцями та виїзду громадян України за кордон надає Адміністрація Державної прикордонної служби. Сплату туристичного збору фіксує Державна податкова служба. До найважливіших результатів та новизною цього дослідження є:

- обґрунтування необхідності запровадження цифрової економіки як платформи розвитку національної економіки України на прикладі туристичного сектору;

- формування стратегічного бачення щодо побудови моделі інклюзивного зростання економіки країни на засадах використання можливостей ключових глобальних трендів цифрової трансформації економіки та інших сфер життєдіяльності;

- з'ясувати основні проблеми на сучасному етапі цифрової трансформації як нового економічного явища, що передбачає перехід від традиційної економіки до цифрової, яка базується на електронній інфраструктурі, електронному бізнесі, електронній комерції, електронних грошах та електронному уряді;

- розроблено рекомендації щодо введення цифровізації для обліку статистичної інформації для туризму.

Зв'язок теми статті з важливими науково-практичними завданнями. Стаття виконана згідно з планами науково-дослідницьких робіт кафедри географії України і туризму Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. В публікації розглядаються такі основні завдання: а) з'ясувати особливості стратегічного напрямку розвитку туризму через призму туристичної політики держави; б) визначити стан статистики міжнародного туризму на глобальному, регіональному та національному рівні; в) проаналізувати системи статистичного обліку у сфері туризму у світі та в Євросоюзі та можливості застосування їх для розробки основ статистичного обліку сфери туризму в Україні; г) запропонувати визрілу необхідність формування сучасної ефективної системи статистичного обліку та аналізу української туристичної галузі, необхідно розглянути методи статистичного обліку, розроблені й застосовані на рівні регіону; д) розглянути рекомендації щодо введення цифровізації для обліку статистичної інформації для туризму.

Аналіз останніх публікацій за темою дослідження. Методологічною основою дослідження є праці зарубіжних та вітчизняних вчених економістів, туризмологів, географів суспільників. Головним та вихідним є поло-

ження інституційних установ тобто органів, що забезпечують діяльність туристичної сфери світу, Європи та національної економіки. Проблеми розвитку цифрової економіки та трансформаційним процесам, що відбуваються в суспільстві під впливом цифровізації, значну увагу приділяли вітчизняні вчені. У суспільно-географічні дослідження ця ідея проникла завдяки працям М.В. Багорова, В.С. Грицевича, К.О. Немца, О.І. Шабля [1,2,12,17]. В економічній літературі: В.С. Куйбіда, С.В.Коляденко, Д. Лайон, В.І. Ляшенко, А.О.Маслов, Л.О. Матвейчук, К.А. Семячков, Піжук О.І. та ін. [4,5,8,9,13] Однак бачення концепції цифровізації економіки, дефініції «цифрова економіка», напрямів її розвитку залишаються недостатньо розкритими. Проблеми статистики туризму знаходять своє відображення у працях Я.О. Мариняка [6,7].

Основними методами дослідження були компаративний аналіз та широкий спектр статистичних методів із застосуванням прийому збору інформації та їх оцифровізації. Цей аналіз включав дослідження існуючих літературних та інших джерел про туризм: національна політика та законодавство, академічні звіти, галузевий аналіз та інша інформація, що стосується туристичного сектору.

Викладення основного матеріалу. Доконаним фактом є те, що стратегічний напрям розвитку туризму залежить від стану туристичної політики держави. Тобто створення необхідної нормативної бази забезпечення туристичної діяльності, яка могла активно впливати та створювати умови для бізнесового середовища, а також доступна інформація про вказані чинники є необхідною умовою її реалізації.

За даними Світової туристичної організації UNWTO частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4 % та близько 0,9 % в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності [20, С. 7]. Ці дані свідчать про значний розрив між ефективністю української туристичної сфери та рівнем використання наявних туристичних ресурсів. Одночасно можна стверджувати про відсутність адекватної системи статистичного аналізу туризму в Україні, що призвело до багатьох погрішностей його оцінки та економічного значення. З іншого боку це зумовлено використанням різних методологічних баз обліку, а також значною тіннізацією галузі. У 2020 р. за даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства рівень тіншової економіки в Україні склав 31 % ВВП, а в період 2010 – 2020 рр. мав такий

варіаційний розмах: максимальний – 34%, а мінімальний – 20%. Слід нагадати, що суб'єктами підприємницької діяльності у сфері туризму є підприємства, які за розміром основному малі та середні, де рівень тінізації становив в окремі роки більше 80%. Тобто можна стверджувати, що точно визначити ємність туристичного ринку нині є не можливою. Так для прикладу, проілюструємо це твердження статистичними даними за 2010 р., де обсяги споживання забезпечені туристичними потоками становлять близько 3,8 млрд. дол. США в рік (з яких лише 1,1 млрд. дол. США припадає на ліцензованих операторів ринку) [20 с 3], тобто рівень тінізації становить 69%. Як, відомо туристична галузь в Україні окремо не розглядається. У публікаціях з цієї тематики є спроби оцінити туристичний сектор економіки за кодами КВЕДу.

Однак виходячи із складених обставин спостерігається певний перегляд розвитку туристичної галузі шляхом поступового перегляду відношень до неї, не як допоміжної, а саме самостійної, та також переоцінки її ролі та вкладу у ВВП. Одночасно необхідно визнати, що економіка неможлива без реальних цифр, які ґрунтуються на статистичних спостереженнях та аналізі, власне це вимагає формування адекватної відповідно до сучасних вимог методики збору даних для проведення дослідження стану туризму, відповідно до загальноприйнятих міжнародних систем статистичного обліку. Для цього необхідно застосувати самостійну систему обліку на основі зарубіжного досвіду.

На міжнародному рівні статистичного обліку в туризмі є сателітні розрахунки. Вони дозволяють чітко визначити внесок туризму в економіку та є порівняльними статистичними показниками його розвитку в різних країнах світу, що є основним чинником міжнародної інтеграції.

Нині на міжнародному рівні оцінка туризму в різних країнах світу проходить під впливом таких організацій: Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), Організації економічного розвитку та співробітництва (ОЕПР), Статистичного відділу Організації Об'єднаних Націй (ООН), Статистичного бюро Європейського співтовариства (Євростат). У них вміщені зібрані, оброблені й аналізовані дані про стан туристичної галузі [18,19,21-23].

За останні роки на міжнародному рівні оцінка стану туризму в різних країнах світу здійснюється на основі Системи національних рахунків (СНР), та різноманітними рейтингами міжнародних організацій, а саме:

- Всесвітнього економічного форуму

(ВЕФ) за рівнем конкурентоздатності мандрівок та туризму;

- Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) за даними барометра міжнародного туризму.

Державною службою статистики України (СНР) визначається як сукупність макроекономічних показників, що використовуються для послідовного та взаємопов'язаного опису найважливіших процесів і явищ економіки: виробництва, доходів, споживання, нагромадження капіталу, фінансів. Національні рахунки України відповідають міжнародному стандарту СНР, що прийнятий міжнародними організаціями у 1993 році з подальшими доповненнями [7].

У світі СНР, прийнято ООН понад 50 років. Зміст, завдання, теоретичні засади побудови СНР. Зміст СНР можна розглядати як макроекономічну модель національної економіки, в якій з допомогою зведених рахунків відображені відносини між національною економікою та іншим світом, а також внутрішні відносини між секторами економіки та взаємозв'язки між відповідними показниками. Завдяки СНР можна порівняти показники національного доходу, простежити тенденції розвитку, виміряти обсяги виробництва за визначений проміжок часу. Макроекономічні показники такої інформації повинні відповідати Системі національних рахунків ООН 2012 р. (СНР - 2012).

ЮНВТО – організація ООН займається розвитком стійкого та загальнодоступного туризму. Розрахований нею барометр міжнародного туризму враховує розвиток туризму в короткостроковому періоді для забезпечення сектора сучасною інформацією. Вона складається з трьох складових [21-24]:

1. Огляд даних з туризму з країн прибуття та вибуття.

2. Ретроспективна та перспективна оцінка з туризму, яка складається групою експертів ЮНВТО.

3. Збір додаткових економічних даних, необхідних для оцінки стану й розвитку туризму.

Збір статистичних даних ЮНВТО здійснюється через національні туристичні організації з туризму та власних експертів, які реєструють дані про міжнародні туристичні прибуття, доход від міжнародного туризму та міжнародних туристичних втрат, а також залучають дані відносно польотів повітряного транспорту та його розміщення. Одночасно проводяться прогнози на наступний період на основі аналізу цих даних та думок експертів.

ВЕФ відомий рейтинговими даними країн світу за рівнем конкурентоздатності мандрівок та туризму. Цей індекс складається кожні два роки та включає у свій перелік 141 країну [26].

Подальший розвиток статистики туризму залежить від досвіду конкретної країни, лідерів за параметрами розвитку туризму, свідчить про те, що успішний розвиток туризму на пряму залежить від стану туристичного сектору та наскільки користується підтримкою держави.

Євростат видає щорічні статистичні щорічники, де у 10 розділі вміщені дані про туризм Європи. Більш детальні характеристики туристичної сфери доповнюють статистичні щорічники конкретної країни.

В Україні працюють над розробкою методики оцінки мультиплікаційного ефекту розвитку індустрії туризму та гостинності. Згідно рекомендацій Статистичної комісії ООН мультиплікаційний ефект туризму у по-над 60 країнах світу оцінюється за допомогою сателітних розрахунків, які дозволяють розраховувати частку туризму у ВВП, зайнятості,

інвестиціях, доходах бюджету.

Сателітні розрахунки туризму дозволяють проаналізувати всі аспекти попиту на туристичні товари та послуги, пов'язані з економічною активністю відвідувачів; визначити й описати взаємодію туризму з іншими видами економічної діяльності; сприяють оперативній взаємодії суб'єктів туристичної діяльності [18].

Отже, можна стверджувати, що всі вищезазначені світові організації вже декілька років працюють над побудовою сателітних рахунків, до яких долучаються національні статистичні служби та науковці цієї галузі.

Сателітні розрахунки передбачають такі макроекономічні агрегати:

- додаткова вартість туристичного сектору;
- туристична додана вартість;
- туристичний валовий внутрішній (регіональний) продукт.

Всі ці агрегати є важливими позаяк вони забезпечують міжнародні порівняння статистичних показників. З'ясуємо основні вище зазначені показники подані у таблиці 1.

Таблиця 1.

Тлумачення обов'язкових показників статистики туризму [18]

Обов'язкові показники	Тлумачення
додаткова вартість туристичного сектору	характеризує додану вартість віднесених до туристичної індустрії видів економічної діяльності, створеної у результаті обслуговування споживачів
туристична додана вартість	складається із тієї частини додаткової вартості туріндустрії, яка зумовлена туристичним споживанням та неспецифічних видів діяльності, створеної у результаті обслуговування споживачів
туристичний валовий внутрішній (регіональний) продукт.	туристичний валовий внутрішній (регіональний) продукт визначається як сума додаткової вартості, створеної туріндустрії та іншими видами діяльності, зайнятими обслуговуванням туристів, і податків на продукти та імпорт, що включені в ринкову оцінку цього споживання

У методології сателітних розрахунків важливими є розрахунки :

- зайнятості в туризмі;
- інвестиції в основні засоби (валове нагромадження);
- туристичне колективне споживання (неринкові послуги уряду);
- сукупний туристичний попит.

Ці показники дуже часто доповнюються ще такими:

- розрахунки виробництва в туризмі;
- попит на туристичний продукт;
- виробництво доданої вартості в туризмі;
- характеристика відвідувачів;
- інвестиції в туризмі;
- основний капітал в туризмі та інше.

Туризм є міжгалузевим видом діяльнос-

ті, рівень якого залежить від стану інших галузей економіки, тому особливістю статистичної інформації у туризмі є різноманітність джерел інформації її отримання.

Основними джерелами інформації у туризмі в Україні є:

- статистична звітність національного й регіонального спостереження за галузями економіки: готелі й ресторани, транспорт і зв'язок, оренда й надання послуг, охорона здоров'я й надання соціальних послуг, надання інших комунальних, соціальних і персональних послуг;

- звітність Міністерства економіки, дані Адміністрації Державної прикордонної служби, Державної податкової служби, Державного агентства розвитку туризму;

- вибіркові обстеження, які проводить

Державна служба статистики України.

Державна служба статистики України видає статистичні щорічники [14], у яких подано дані про туризм у розділі 8. Культура, відпочинок, спорт і туризм, де відображені такі показники:

- колективні засоби розміщування у 2019 році.;

- кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування у 2019 році за регіонами;

- дитячі заклади оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку 2019 році за регіонами;

- кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму;

- кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у 2019 році, за регіонами [14].

Показники про ВВП, надходження до бюджету та інше вміщує Статистичний збірник Державної служби статистики України. Національні рахунки [11]. Він складається з шести розділів, у яких містяться дані:

1. Основні показники за 2010-2019 роки. Валовий внутрішній продукт за категоріями кінцевого використання; експорт та імпорт товарів і послуг за 2013-2019 роки.

2. Категорії кінцевого використання ВВП за цілями та функціями.

3. Показники за видами економічної діяльності та інституційними секторами економіки.

4. Зведені національні рахунки для економіки в цілому та іншого світу за 2019 рік.

5. Рахунки інституційних секторів (підсекторів) економіки.

6. Інтегрована таблиця національних рахунків за 2019 рік.

Державна служба статистики України випускала статистичні збірники з туризму [15]. Статистичний збірник складається з трьох розділів, у яких містяться дані:

1. Туристична діяльність у 2011-2017 роки.

2. Суб'єкти туристичної діяльності-юридичні особи у 2017 році.

3. Суб'єкти туристичної діяльності-фізичні особи у 2017 році.

Державна служба статистики України видавала статистичні збірники колективні засоби розміщення [3]. Статистичний збірник складається з чотирьох розділів, у яких містяться дані:

1. Колективні засоби розміщування у 2011-2017 рр.

2. Основні показники діяльності колективних засобах розміщування у 2017 році.

3. Показники діяльності колективних засобах розміщування за регіонами у 2017 році.

4. Оздоровлення дітей у спеціалізованих засобах розміщування у 2017 році.

У зв'язку з створенням Державного агентства розвитку туризму та прийнятим 29 квітня 2021 року Верховною Радою України законопроектом № 4162 про внесення змін до Закону України «Про туризм». Визначено внутрішній та в'їзний туризм пріоритетними напрямками. Також передбачено створення Єдиного туристичного реєстру (ЄТР) як інструменту для ефективної комунікації з суб'єктами туристичної діяльності та запровадження комплексної статистики. ЄТР передбачатиме зручну електронну взаємодію і прозорий механізм онлайн-реєстрації. Будь-хто матиме змогу перевірити інформацію про стан діяльності турагента, туроператора, перевізника або готелю [6].

Цей Закон розроблений з метою забезпечення виконання рекомендацій ЮНВТО та імплементації положень Директив та Регламентів Європейського Союзу в сфері туризму. Він, зокрема, передбачає виконання Угоди між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії, їхніми державами-членами, з іншої сторони.

На офіційній Фейсбук-сторінці Державного агентства розвитку туризму час від часу подаються нові дані про розвиток туризму в Україні, а також стверджується, що 2021 р. буде переломним у статистиці туризму. Власне ДАРТ у минулому минулого року передали від Мінекономіки до Міністерства культури та інформаційної політики.

Такий аналіз дає усі підстави стверджувати, що реалізація державної політики України в галузі туризму ґрунтується на таких основних принципах: законності, демократизму, справедливості, пріоритетності розвитку туристичної галузі тощо. Враховуючи те, що Закон [6]. регулює відносини між суб'єктами туристичної діяльності, державою, та фізичними особами — споживачами туристичних послуг, можна дійти висновку, що принципи господарського, цивільного, адміністративного та інших галузей права, повною мірою мають застосовуватися при регулюванні суспільних відносин, що складаються в галузі туристичної діяльності.

Розпочатий процес реформування покращення умов для функціонування туристичної галузі є ключовим питанням у проведенні

реформ, з метою збільшення конкурентоспроможності, інновації та стійкості в межах сектору.

Створення національної туристичної організації (НТО) є продуктом цієї політичної політики та розстановкою пріоритетів. Мандат відповідно до проекту UNWTO, мета - скласти дорожню карту та проаналізувати сучасні юридичні норми, рамкові умови та інші відповідності громадської діяльності, а також визначити виклики та напрямки подальшого розвитку туристичного співробітництва.

Проблема забезпечення туристичної галузі надійною статистичною інформацією є головним викликом для цієї сфери. Спільно з Урядом України у 2017 р. відбулася Міжнародна конференція щодо вдосконалення методів статистики у сфері туризму та впровадження рекомендованої UNWTO системи сателітного рахунку, за участі першого заступника Міністра економічного розвитку і торгівлі України Максима Нефьодова, старшого офіцера інституту Європи UNWTO Века Jakeli, директора по статистиці, тенденціям та політиці програм UNWTO.

Уряд В. Гройсмана ухвалив Концепцію розвитку цифрової економіки до 2020 року ухвалили без конкретики. Вважалося, що перехід України на цифрову економіку допоможе залучити нові інвестиції. Лейтмотивом цієї програми було, що завдяки розвитку цифрової економіки до 2021 року можна забезпечити додаткові 5% до ВВП України.

Однак до сьогодні немає чіткого тлумачення, або доступного пояснення, що це за «цифрова економіка», як вона відрізняється від традиційної та що взагалі дає Україні?

Не вдаючись до глибинного аналізу цієї проблематики відмітимо її найбільш актуальні питання, а саме:

- для доступного розуміння «цифрова економіка» є новим рівнем цифрових сервісів, коли в онлайн переходять оплати комунальних платежів, через смартфон ми реєструємося в черзі, оплачуємо покупки тощо. А для промислових підприємств перехід в цифрову економіку отримав визначення в світі як Industry 4.0 - четверта індустріальна революція;

- цифрова економіка як будь-яка діяльність, пов'язана з інформаційними технологіями.

- головним простором є мережа Інтернет. Тому часто можна почути замість «цифрова економіка» - економіка на вимогу (on-demand economy).

Які власне нові потужні можливості для держави, суспільства та громадян відкриває

цифрова економіка? У цьому можна легко переконатися на викликах, які поставила перед освітнім простором, Пандемія коронавірусу COVID-19 — це найбільше випробування, з яким зіткнувся світ сьогодні. За цей період у освітньому секторі поступово відбувається технологізація процесу навчання: масові онлайн-курси, вебінари, онлайн-конференції та інтернет-тестування - всі ці формати вже стали невід'ємною частиною самовдосконалення українців. Про локальні цифрові рішення можна говорити довго, але основним тестом для нашої держави на шляху до успішного майбутнього має стати система електронного управління. Власне тотальна бюрократія і корупція - це основи вороги «цифрової економіки».

З введенням цифрової економіки туристичні підприємства стануть більш конкурентоспроможними на зовнішньому ринку. Проте у туристичній галузі вже досить успішно діють сучасні інформаційні технології щодо бронювання у готельних комплексах, транспортних перевезеннях, туроператорській та турагентській діяльності.

Якщо ми хочемо, щоб Україна не відставала Заходу - потрібно забезпечити розвиток власної наукової цифрової інфраструктури, тим більше, що передумов, приміром, для розробки сучасних технологій діяльності фінансових, податкових, митних служб, а також нові сервіси, нові можливості для розвитку власного бізнесу онлайн, простий доступ до товарів і послуг за допомогою гаджета тощо. Цифрова інфраструктура буде розвиватися, а це нові робочі місця, поступовий перехід на лише на електронний облік, а й на електронне управління, доєднання до міжнародного онлайн-бізнесу. Така дорожня карта цифрової трансформації економіки України необхідна, а для запровадження потрібно ще розробити і прийняти багато законів та постанов.

Для діяльності туристичного сектору необхідно виконати такі рекомендації:

- для того, щоб туризм реалізував зростання обіцяні новими технологіями, потрібно продовжувати надавати пріоритет цифровим технологіям та інновації в туризмі. Мудра державна політика у т. ч. туристична є необхідною для полегшення вирівнювання регулювання, транскордонне співробітництво та реалізація політики, яка заохочує більший обмін інформацією та даними;

- з метою сприяння більш швидкому цифровому розвитку українського туризму, ініціативно взятися для об'єднання ресурсів та побудови оцифрування статистичних матеріа-

лів;

- форум нових і руйнівних ідей всередині цифровий туризм, з акцентом на розумний напрямки, ефективна мобільність та зв'язок, слід створити. Це можливість спиратися на досвід та роботу компаній ключових учасників туристичного сектору;

- необхідно опиратись на міжнародний досвід.

Викає запитання для кого призначені ці рекомендації у першу чергу для мережі керівників установ регіональної та місцевої влади, туристичним компаніям та НТО про те, як ними розумно користуватися, спираючись на цифрові засоби та дестинації розвитку.

Спільний проект з туризму статистики та мобільних даних вже є запропонованим Державним агентством розвитку туризму України (ДАРТ) та компанією Google підписаний Меморандум про співпрацю у розвитку туристичної галузі та діджитал трансформації України. Це важливий крок на шляху до розвитку туристичної галузі та діджитал трансформації України. Діджиталізація туристичної галузі - один із пріоритетних напрямків роботи ДАРТ, саме тому є важливою кооперація із провідними світовими цифровими компаніями.

Меморандум передбачає співпрацю у таких напрямках:

- обмін досвідом щодо організації та реалізації програм, спрямованих на розвиток та просування України як цікавої туристичної дестинації (як в'їзного, так і внутрішнього туризму);

- організація та проведення семінарів, лекцій, тематичних досліджень для подальшого вдосконалення знань в контексті туристичних відносин;

- співпраця та допомога у різних туристичних заходах;

- обмін інформацією щодо участі у великих українських та міжнародних форумах;

- обмін досвідом у галузі впровадження інноваційних інформаційних технологій.

ДАРТ вважають, що саме робота над діджиталізацією сприятиме залученню іноземного потоку туристів до країни.

При широкому доступі до інтернету по всій території України досі прослідковується тенденція, що локальні туристичні офіси не вміють правильно працювати з цифровими інструментами, зокрема і всі можливості Google, тому важливо організувати цифрові навчання (насамперед для працівників туристичної галузі). Проект є важливим це лише перший крок і подальша співпраця буде під-

тримуватися.

Приклади кращих практик розумних та ефективних для використання цифрових технологій за напрямками туристичного бізнесу надає компанія Київстар. Наприкінці весни та влітку 2020 року 7,3 млн абонентів Київстар подорожували Україною. Це на 17% менше, ніж за аналогічний період 2019 року. Щоб з'ясувати це та допомогти покращити туристичний потенціал регіонів України, Київстар провів аналіз знеособлених даних мобільності різних груп абонентів з травня по серпень 2020 року. Аналітика побудована на машинних алгоритмах Big Data, яку в Київстарі постійно вдосконалюють та на її основі розробляють аналітичні продукти для бізнесу. Big Data – це один зі стратегічних напрямків у Київстар. Потенціал у нього величезний, адже аналітика допомагає в розвитку різних smart-екосистем, в тому числі міст та регіонів з точки зору туристичного потенціалу або покращення інфраструктури.

У трійку міст з населенням понад 500 тис. осіб, жителі яких подорожували найактивніше, увійшли Київ, Львів та Запоріжжя. Цей рейтинг міст складено на основі відсотка абонентів Київстар, які проживають у цих містах та їздили країною. Наприклад, у Києві це 40%, у Львові – 38%, а в Запоріжжі – 35%.

Лідером за кількістю прибуттів туристів також виявився Київ, за чотири місяці його відвідало понад 450 тис. гостей. На другому місці опинилося місто Одеса, тут побувало майже 400 тис. подорожуючих. А Білгород-Дністровський район Одеської області опинився на третьому місці, з 370 тисячами туристів. У цілому українці у 2020 році віддавали перевагу відпочинку саме на морських курортах Одеської, Запорізької, Херсонської та Миколаївської областей.

Дана мережа, повинна бути функціональною. Вона може стати платформою, за допомогою якої можна ідентифікувати та активувати співпрацю державного та приватного сектору, розробників технологій та інвесторів.

Висновки та перспективи використання результатів дослідження. Проведений аналіз статистичного обліку дає лише частину досвіду, який був нагромаджений у світі та в Україні. Туристичний сектор пронизує економічні, соціальні, культурні та екологічні умови на всіх рівнях. Взаємодія глобального впливу туризму та масштаби його проникнення на місцевий фон робить його важливим драйвером змін. Це означає, водночас величезні можливості і виклики. Туристичний сектор має великий потенціал для створення економічно-

го зростання та розвитку, водночас ставить реальні виклики для громад, культури та довкілля. Хоча туризм може мати величезний і руйнівний характер вплив на місцеві громади та економіку, одночасно сектор сприйнятливий до змін і тенденцій; це оскаржується різноманітною зацікавленістю одних на другого.

Отже, можна стверджувати, що для якісної характеристики цих показників замало. Якщо методологія розрахунку показників валової доданої вартості туристичного сектору, та його частки ВВП України є близькими до міжнародних стандартів, то детальні дані споживання, розрахунки виробництва суміжних галузей відсутні. Відсутність детальної методології побудови регіональних розрахунків для збору достатнього масиву даних.

Керуючий орган, який відповідає за туристичну галузь, дуже часто проходить реорганізацію структури управління нею, яка затяглася майже на весь 2018-2020 рр., що негативно позначається на процесі формування позитивного туристичного іміджу України. Новоутворений орган державного управління у

галузі туризму має очолити цілеспрямовану та наполегливу роботу щодо створення бренду туристичної України, залучивши до цього не лише широкі кола туристичного бізнесу та громадських організацій, але й представників інших сфер українського життя, включно із українським політикумом.

Основні світові тенденції у цей час формуються і змінюють світову туристичну галузь. Хоча їх вплив може відрізнитися в різних регіонах, але світові тенденції є найважливішими рушіями змін в українському туризмі. Серед найбільш очевидними тенденціями є зміна демографічних показників серед мандрівників і поява нових ринків, оцифрування та нові руйнівні бізнес-моделі, а також соціальні, культурні та екологічні проблеми. Будь-яка політика щодо туризму, або рамки для співпраці повинні мати можливість мати справу зі складністю сектору та багатьма і часто суперечливими інтересами всередині туризму. У всіх країнах цей сектор збільшив своє політичне значення через його зростаючу течію та майбутні економічні наслідки.

Література:

1. Багров Н.В. География в информационном мире. Симферополь: 2004. 420 с.
2. Грицевич В. Сучасна інформаційна діяльність у світлі суспільно-географічних досліджень // Часопис соціально-економічної географії, №5(2.). Харків: 2008. С40-45.
3. Колективні засоби розмішування в Україні. Статистичний збірник / відп. за вип. О.О. Кармазіна. Київ: Державна служба статистики України, 2017. 142 с.
4. Лайон Д. Інформаційне суспільство: проблеми та ілюзії. Сучасна зарубіжна соціальна філософія. Київ, 1996. С.362-380.
5. Ляшенко В.І., Вишневецький О.С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія. Київ: НАН України, Ін-т економіки пром-ті, 2018. 252 с.
6. Мариняк Я. Статистичні стандарти України у галузі туризму: стан та проблеми становлення // Наук. зап. Тернопіль. нац. пед. ун-ту. Сер. геогр. Тернопіль, ТНПУ. 2016. № 2. С. 129-138
7. Мариняк Я.О. Статистика туризму. Навч. – метод. посіб. Тернопіль: Вектор. 2016. 106 с.
8. Маслов А.О. Інформаційна економіка : становлення, структура та теоретичне осмислення: монографія. Київ: Аграр Медіа Гр., 2012. 432 с.
9. Матвейчук Л.О. Цифрова економіка: теоретичні аспекти // Економічні науки. Вісник Запорізького національного університету. №4(40), 2018. С. 119-127.
10. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/sp/sp_03.pdf
11. Національні рахунки України 2019. Статистичний збірник. Державна служба статистики / за ред. І. Нікітіною. Київ: 2021. 226 с.
12. Немець К.А. Информационное взаимодействие природных и социальных систем. Харьков: 2005. 417 с.
13. Піжук О.І. Цифрова трансформація економіки України: обмеження та можливості : моногр. Ірпінь : Ун-т держ. фіск. служби України, 2020. 504 с.
14. Статистичний збірник «Регіони України» 2019. Частина 1. / за ред. І. Вернера. Київ: Державна служба статистики України, 2012. 276 с.
15. Туристична діяльність в Україні у 2017 році. Статистичний бюлетень. / відп. за вип. О.О. Кармазіна. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 88 с.
16. Туристичний портал України [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту : <http://www.stejka.com/ukr/vinnickaja/xmelnik/sanatoriy/radon/>
17. Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії. Підручник. Львів: Видавничий центр ім. Івана Франка. 2003. 444с.
18. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 [Електронний ресурс] // United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.28. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf
19. Eurostat region yearbook 2020 edition. Statistical books. 2021. / <https://ec.europa.eu/eurostat/>
20. OECD (2018). OECD Tourism Trends and Policies 2018, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en>, 27–28.
21. World Tourism Organization, UNWTO, (2017). Tourism Highlights. 2. / <http://www.unwto.org>
22. World Tourism Organization, UNWTO, (2017). Tourism Highlights. 15. / <http://www.unwto.org>
23. World Tourism Organization, UNWTO (2018). Annual Report 2017, 9–16. / <http://www.unwto.org>
24. The World Tourism Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www2.unwto.org>.

25. The World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.wttc.org>.
26. The World Economic Forum [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.weforum.org/world-economic-forum>

References:

1. Bagrov N.V. Geografiya v informatsionnom mire. Simferopol': 2004. 420 s.
2. Hrytsevych V. Suchasna informatsiyna diyal'nist' u svitli suspil'no-heohrafichnykh doslidzhen' // Chasopys sotsial'no-ekonomichnoyi heohrafiyi, #5(2.). Kharkiv: 2008. S40-45.
3. Kollectyvnі zasoby rozmishchuvannya v Ukraini. Statystychnyy zbirnyk / vidp. za vyp. O.O. Karmazina. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2017. 142 s.
4. Layon D. Informatsiyne suspil'stvo: problemy ta ilyuziyi. Suchasna zarubizhna sotsial'na filosofiya. Kyiv, 1996. S.362-380.
5. Lyashenko V.I., Vyshnevs'kyi O.S. Tsyfrova modernizatsiya ekonomiky Ukrainy yak mozhlyvist' proryvnoho rozvytku: monohrafiya. Kyiv: NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-ti, 2018. 252 s.
6. Marynyak Ya. Statystychni standarty Ukrainy u haluzi turyzmu: stan ta problemy stanovlennya // Nauk. zap. Ternopil. nats. ped. un-tu. Ser. heohr. Ternopil', TNPU. 2016. # 2. S. 129-138
7. Marynyak Ya.O. Statystyka turyzmu. Navch. – metod. posib. Ternopil': Vektor. 2016. 106 s.
8. Maslov A.O. Informatsiyna ekonomika : stanovlennya, struktura ta teoretychne osmyslennya: monohrafiya. Kyiv: Ahrar Media Hr., 2012. 432 s.
9. Matveychuk L.O. Tsyfrova ekonomika: teoretychni aspekty // Ekonomichni nauky. Visnyk Zaporiz'koho natsional'noho universytetu. #4(40), 2018. S. 119-127.
10. Metodyka rozrakhunku obsyahir turystychnoyi diyal'nosti [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu do resursu: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/sp/sp_03.pdf
11. Natsional'ni rakhunky Ukrainy 2019. Statystychnyy zbirnyk. Derzhavna sluzhba statystyky / za red. I. Nikitinoyu. Kyiv: 2021. 226 s.
12. Nemets' K.A. Informatsionnoe vzaimodeistvie prirodnykh i sotsial'nykh sistem. Khar'kov: 2005. 417 s.
13. Pizhuk O.I. Tsyfrova transformatsiya ekonomiky Ukrainy: obmezheniya ta mozhlyvosti : monohr. Irpin' : Un-t derzh. fisk. sluzhby Ukrainy, 2020. 504 s.
14. Statystychnyy zbirnyk «Rehiony Ukrainy» 2019. Chastyna 1. / za red. I. Verneru. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2012. 276 s.
15. Turystychna diyal'nist' v Ukraini u 2017 rotsi. Statystychnyy byuletен' / vidp. za vyp. O.O. Karmazina. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2018. 88 s.
16. Turystychnyy portal Ukrainy [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu do saytu : <http://www.stejka.com/ukr/vinnickaja/xmelnik/sanatoriy/radon/>
17. Shabliy O.I. Osnovy zahal'noyi suspil'noyi heohrafiyi. Pidruchnyk. L'viv: Vydavnychyy tsentr im. Ivana Franka. 2003. 444s.
18. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 [Електронний ресурс] // United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.28. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf
19. Eurostat region yearbook 2020 edition. Statistical books. 2021. / <https://ec.europa.eu/eurostat/>
20. OECD (2018). OECD Tourism Trends and Policies 2018, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en>, 27–28.
21. World Tourism Organization, UNWTO, (2017). Tourism Highlights. 2. / <http://www.unwto.org>
22. World Tourism Organization, UNWTO, (2017). Tourism Highlights. 15. / <http://www.unwto.org>
23. World Tourism Organization, UNWTO (2018). Annual Report 2017, 9–16. / <http://www.unwto.org>
24. The World Tourism Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www2.unwto.org>.
25. The World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.wttc.org>.
26. The World Economic Forum [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.weforum.org/world-economic-forum>

Аннотация:**Я. Марыняк, Н. Стецко. ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ**

Определена приоритетность туристического сектора для экономики Украины. Проанализированы основные положения современного состояния туристической отрасли в мире. Установлено, что во всем мире экономическое значение туризма является значительным и растущим. Международные организации и национальные правительства одинаково воспринимают туризм как двигатель экономического роста и дальнейшего развития. В Украине большое внимание уделяется разработки методики оценки мультипликативного эффекта развития туристического сектора экономики. Сателлитные счета представляют собой набор статистических показателей, которые предназначены для углубленного изучения какой-либо отдельной экономической проблемы. Основными методами исследования были компаративный анализ и широкий спектр статистических методов с применением приема сбора информации и их оцифровки. Выявлено, что на сегодняшний день в практике статистического учёта в Украине отсутствует единый подход к сбору данных о результатах функционирования субъектов туристской сферы, что осложняет проведение объективного анализа параметров, оценивающих реальное состояние туристской сферы. Разработаны рекомендации по конкретным проектам и основным направлениям, где сотрудничество государства будет представлять особую ценность и определить потенциальные организационные структуры для сотрудничества. Самой распространенной темой этого сотрудничества является приобретение знания и обмен информацией как естественную для сотрудничества.

Ключевые слова: туристическая политика, цифровая экономика, туристическая статистика.

Abstract:

Ya. Maryniak, N. Stetsko. PERSPECTIVES OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE TOURIST SECTOR OF THE ECONOMY OF UKRAINE

The role and meaning of tourism in development of national economy are estimated. Today in practice of the statistical accounting of Ukraine is absent the common approach to data collection of results of functioning of subjects of the tourist sphere. This reason complicates carrying out the objective analysis of the parameters estimating a real condition of a tourist industry.

The impossibility of tracking of values of the specific indicators estimating a tourism status in dynamics and space, leads to the fact that planning of development of tourist sphere at the level of regions and all country usually perform verbally. Such approach complicates planning of all national economy due to the lack of a comparability of data with the main macroeconomic indicators accepted and used around the world. The reasons for need of forming the common system of the statistics and analysis of tourism in the Ukraine, conforming to requirements of modern macroeconomic accounting and the analysis, created prerequisites for a system research of the international experience accumulated and approved in this sphere by the international organizations and the certain countries.

Nowadays Ukraine pays much attention to the development of methodology for the estimation of the multiplier effect of tourism and hospitality industry. Satellite accounts represent a set of statistics which are intended for profound studying of any separate economic problem. Tourism satellite accounts allow calculating the share of tourism in GDP, employment, investment, government revenues and supposing calculation of the following specific macroeconomic aggregates: value added of the tourism industry, tourism value added, and tourism gross domestic (regional) product. Indicators of satellite accounts allow calculating the multiplier effect of tourism development. In foreign practice the tourist multiplier is divided into three main types - the multiplier output, employment and income.

In conducted research are revealed the main approaches to forming the system of the statistics and the analysis used in world practice, capable to be adapted and fragmentary implemented in the Ukraine statistics system.

The article revealed that now at the level of specific regions are already developed and implemented the own systems of collection and handling of the statistical data of tourism sphere. Observed statistics systems are allow carrying out the multidimensional and deep analysis of a status and development of regional tourism and corresponding to the researched approaches of modern international methods of statistics and analysis of the tourist sphere. Authors offered the alternative methods of calculation of number of tourists, which can be added to approve systems of the regional tourism statistics.

Key words: tourism policy, digital economy, tourism statistics.

Надійшла 13.05.2021р.

УДК 338.483:504:621.039.586

DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.21.1.13>

Володимир ХУДОБА, Роман СКАБАРА, Марія САМАРЦЕВА

ЧОРНОБИЛЬСЬКА ЗОНА ВІДЧУЖЕННЯ ЯК УНІКАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ НАПРЯМОК

У публікації висвітлено особливості Чорнобильського туристичного продукту. Охарактеризовано та виокремлено найбільш атрактивні об'єкти в зоні відчуження, розглянуто основні проблеми розвитку туризму досліджуваної території. Проаналізовано основні фактори, що вплинули на розвиток туризму в Чорнобильській зоні відчуження та досліджено динаміку і структуру туристичного потоку. Розглянуто діючі туристичні та екскурсійні маршрути, розроблено авторський туристичний маршрут. Проведені дослідження у вигляді анкетування потенційних туристів щодо встановлення портрету споживача цього туристичного продукту.

Ключові слова: туризм, Чорнобильська зона відчуження, атрактивність, туристичні ресурси.

Постановка науково-практичної проблеми. На сьогодні все більшого зацікавлення у туристів викликають нові види туризму, які тяжіють до унікальних туристичних дестинацій, в тому числі пов'язаних із техногенними катастрофами. Однією із найбільших техногенною катастрофою в історії людства є аварія 1986 р. на Чорнобильській АЕС наслідки якої відчутні і до наших днів. Проте, охочих побачити на власні очі і відчути атмосферу наслідків цієї страшної катастрофи стає дедалі більше. Чорнобильський туристичний напрямок є по-

пулярним як серед іноземних так і вітчизняних туристів.

Актуальність і новизна дослідження. Необхідність вивчення сучасного стану розвитку туризму в Чорнобильській зоні відчуження та факторів, що впливають на його формування, прогнозуванні подальших перспектив, оцінці попиту і пропозиції на даний туристичний продукт є актуальним завданням.

Зв'язок теми статті з важливими науково-практичними завданнями. Чорнобильська туристична дестинація користується