

recreation and tourism, forms at the national and international level of territorial division of labor.

In order to evaluate the recreational potential of a separate plot or object usually consider not the entire nomenclature of conditions and resources, but only a characteristic or typical combination. Each territory, each object of recreation and tourism has its own set (complex) of resource characteristics. And this circumstance greatly facilitates the procedure for a comprehensive assessment of recreational potential due to elimination (allocation) of a characteristic complex of terms and resources of RTA. A similar situation arises for a functional assessment of recreational potential. The valuation of conditions and resources are not developed for a general list of species and forms of RTA, but for those that are distributed in this area in this locality.

It is determined that among the numerous characteristics and indicators of recreational potential, the concept of recreational and tourist attractiveness is one of the objective indicators of resource potential. Estimation of recreational potential for quantitative indicators of recreation and tourists and their numerical and spatial distributions creates an objective basis for all other characteristics and indicators of RTD.

Another important characteristic of the recreational potential, which forms the population as a factor of RTA is a recreation capacity of territories and objects of RTA. The concept of "recreational capacity" is related to "recreational attractiveness". Attractiveness characterizes recreational territories and objects for their attraction, according to real flows of recreation and tourists. Recreational capacity is intended to set the upper limits of such attractiveness. Attractiveness represents the actual use of a recreational resource, and the capacity indicates its critical level of recreation, which does not lead to degradation of this resource. In recreational geography, tourism and planning of territories, this direction is well known and extremely designed. The indicators of recreational capacities for certain types and recreation forms and recreations - beach baths, short-term rest in green zones, anthropogenic load of resort zones and areas of the natural reserve fund, maximum population density in various functional zones of the big city, etc. At the same time, the zonal principles of assessing the recreational capacity of objects and areas of recreation and tourism have not yet been developed, and this actual problem is waiting for its researchers.

The population forms a so-called anthropogenic load on the territory, and its economic activity is man-made load. Anthropogenic-technogenic load is considered as a factor of recreational and tourist activities, in turn, indicators of anthropogenic-technogenic load are the original characteristics of "anti-resource" of recreation potential. The article has proven that in the context of the study of the prerequisites for the development of recreation and tourist activities of the region also need to analyze both the quality of life of the population, in addition to the assessment of this indicator have a high contrast and diversity in the country.

Key words: population, recreational and tourist potential, attractiveness of recreational territories, anthropogenic-technogenic load, quality of life of the population.

Надійшла 09.11.2021 р.

УДК 338.482 (477)

DOI:<https://doi.org/10.25128/2519-4577.21.2.13>

Ярослав МАРИНЯК, Надія СТЕЦЬКО

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Визначено значення міжнародного туризму як виду бізнесу, що має мультиплікаційний вплив на всі сектори економіки. Проаналізовано основні чинники, що впливають на розвиток туристичної галузі. Встановлено два періоди розвитку туризму ХХ ст: доковідний (допандемічний) та післяковідний (та післяпандемічний). З'ясовано особливості функціонування світового туристичного сектору доковідного періоду із зазначенням усіх чинників впливу на туристичну сферу. Розглянуто темпи надходження від туристичного сектору у реальну економіку України за прогнозами ЮНВТО, який був розроблений для України у 2014 р.. Досліджено глобальні та національні зміни, що впливають на розвиток економіки та визначають стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в країні. Визначено окремі стратегічні напрямки розвитку міжнародного туризму на прикладі України. Розроблено стратегічний напрямок розвитку туризму в Україні. Виокреслено кардинальні зміни, що відбулися в туристичній сфері України з 2018 та 2019 рр. у порівнянні з 2020 р..

Ключові слова. стратегічні напрями, міжнародний туризм, Україна.

Постановка науково-практичної проблеми. Міжнародний туризм як вид бізнесу має мультиплікаційний вплив на всі сектори економіки, тому при ефективній його організації та управлінні стимулюється розвиток економічних систем різного рівня локалізації. Темпи розвитку міжнародного туризму чітко визначалися після другої світової війни. У середньому за рік вони зростали приблизно на 5%. На шляху їх розвитку стояли фактори, які з часом сти-

ралися та втрачали свою актуальність в міру встановлення нових технологічних процесів, але на їх місце приходили інші. Серед таких чинників необхідно зазначити наступні:

1. Природні (гірські системи, водні простори, пустелі та інші несприятливі фізико-географічні процеси та явища);
2. Культурні (мовні, релігійні, побутові відміни тощо);
3. Технічні, пов'язані з доданням відста-

ней (шляхи сполучення, транспортні засоби).

4. Техногенні катастрофи:

4.1. природні чинники: цунамі (о. Палау, Індонезія, січень 2005 р.), урагани, ісландські вулкани, землетруси;

4.2. техногенні чинники: помилки при проектуванні, наслідки впливу природних та ін. (Чорнобиль, землетрус у Японії);

5. Війни та терористичні акти: політичні перевороти, терористичні атаки (теракти: Нью – Йорк 11 вересня 2001 р.; на о. Балі, Індонезія 12 жовтня 2002 р., Берлін 19 грудня, 2016 р.: Лондон 22 березня, 2017 р., Стокгольм 7 квітня 2017 р.), військові конфлікти, нестабільна ситуація (Туніс, Єгипет, Туреччина та ін.);

6. Епідемія грипу (пандемія): іспанського (1918-1920 рр.), «свинячого» (2009 р.), «курячого» (2018-2019 рр.), Корона вірусна інфекція – COVID 19 (2019-2021 рр.);

7. Фінансова криза 2007-2008 рр.

Всесвітня рада з туризму і мандрівництва (WTTC) вважає, що найбільший вплив на розвиток туризму мають: політичні заворушення та стихійні біди.

Багато дослідників дотримуються думки, що слід чітко визначати, COVID 19 (2019-2021 рр.) призупинив позитивні тенденції зростання, а відродяться за одними оцінками у 2022 р. або 2023 р. Таким чином, чітко простежуються два періоди розвитку туризму: доковідний (до пандемічний) та післяковідний (та післяпандемічний). Однак завдяки стрімким темпам росту туризму як сектору економіки вже у двох десятиліттях XXI сторіччя, навіть не зважаючи на світову кризу, ряд природних катаклізмів та загострення політичних конфліктів, за економічною ефективністю вийшов на перше місце у світі, залишивши далеко позаду такі галузі як автомобільна та нафтодобування. Але туризм на думку багатьох українських дослідників слід розглядати як складну соціально-економічну систему, що має ряд тісно взаємопов'язаних складових.

Отже, сучасна динаміка розвитку туризму та економічні здобутки від туристичної діяльності перетворює його на один із найвагоміших секторів світової економіки з точки зору динаміки економічних процесів, поліпшення соціальної складової, збереження довкілля та відновлення культурної спадщини, а також їх трансформації, викликані різноманітними процесами. Міжнародний туризм є індикатором соціально-економічного розвитку країни, а також важливих секторів економіки, таких як транспорт, торгівля, комунікації, будівництво та сільське господарство.

Актуальність і новизна дослідження.

Сучасні глобалізаційні процеси проходять доосить стрімко та вимагають швидкого реагування на них. Міжнародні туристичні потоки входять у систему світового ринку, а саме туристичного. Як показують реальні результати, глобальний світ здатний під впливом докорінного чинника упродовж одного року змінити цей диверсифікований світ. Саме таким виклком стала пандемія COVID 19, зробивши перерву звичним динамічним процесам туристичного сектору економіки багатьох країн світу.

Наслідки і масштаби впливу пандемії COVID 19 досить добре прокоментовані усіма світовими туристичними організаціями, а також відповідно Європейськими та національними окремих країн. Дані не є оптимістичними позаяк вони дуже мало показують перспективи найближчих двох-трьох років. У цьому дослідженні з'ясовано:

- особливості функціонування світового туристичного сектору доковідного періоду із зазначенням усіх чинників впливу на туристичну сферу та визначенням основних;

- темпи надходження від туристичного сектору у реальну економіку України за прогнозами НТВТО, який був розроблений для України у 2014 р.;

- глобальні та національні зміни, що впливають на розвиток економіки та визначають стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в країні;

- окремі стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму на прикладі України;

- стратегічній напрямком розвитку туризму в Україні;

- кардинальні зміни, що відбулися в туристичній сфері України з 2018 та 2019 рр. у порівнянні з 2020 р.;

Зв'язок теми статті з важливими науково-практичними завданнями. Стаття тісно пов'язана із сучасними глобальними змінами. Серед таких змін необхідно відмітити такі:

- відновлення та подолання ряду країн наслідків після глобальної кризи 2007-2008 рр.;

- нейтралізувати спільні виклики, що виникли, проте не всі зможі їх адекватно подолати;

- зміни, що відбуваються у секторі цифровізації економіки країни;

- швидкість поширення інформації та зміни економічних відносин при цьому;

- швидкі докорінні зміни у розвитку автомобільного та авіаційного транспорту;

- швидкість і масштаби падіння економічної активності;

- загроза довготривалої кризи, так як у 2020 р. світова економічна криза пережила

найбільшу рецесію;

- пандемія COVID 19 набула всіх наявних рис політичного та соціально-економічного характеру з усіма безпрецедентними негативними наслідками для національних економік;

- попри локдаун, жорстке управління економікою та інші заходи, необхідно підвищувати якість та рівень життя. Це потрібно здійснити через механізм компенсаційних витрат шляхом збільшення тривалості відпусток та доходів населення, докорінної трансформації стилю життя;

- зміни світової економіки проводити шляхом економічної справедливості, захисту довкілля та збереження надбань культурної ідентичності народів;

- лібералізація режимів в'їзду на території інших країн, включаючи безвізовий режим та антиковідними обмеженнями.

Власне **метою** цієї статті є аналіз можливих стратегічних змін туристичного сектору економіки України через майбутні сценарії розвитку після постковідного періоду. Звичайно, що наслідки не є однозначними, а носять поліфункціональний або багатовимірний характер.

Аналіз останніх публікацій за темою дослідження. Проблеми стратегічного розвитку туристичного сектору економіки знаходилися у центрі уваги світових статистичних та аналітичних центрів ЮНВТО, Євросоюзу, національних туристичних адміністрацій та неурядових установ [18-19, 21-25]. Власне ці матеріали подають повний виклад динамічних процесів та явищ, що відбуваються у туристичній галузі. Загальні проблеми міжнародного туристичного бізнесу знаходимо у працях вітчизняних вчених О.О. Любіцевої [8], Мальської М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. [9]. Теоретико-методологічні й методичні підходи стратегічного розвитку туризму України, формуванню функціонуванню туристичної сфери обґрунтовані О.О. Бейдиком [1]. Окреслено характерні риси туристичної галузі в Україні на фоні розвитку світового туризму; визначена стратегічна місія, цілі і пріоритетні напрями туристичного ринку; запропонована програма поетапного розвитку туристичної галузі на період 2011-2025 рр. у праці Н.М. Сажневої, Арсененко І.А. [13]. Для дослідження територіальної організації ринків збуту в'їзного туризму України застосований факторний аналіз та запропоновано ряд структурно-логічних та картографічних моделей здійснили О.О. Бейдик, Н.О. Новосад [2]. Суспільно-географічним аспектам та геопросторовому розподілу вивчення міжнародних туристичних потоків прис-

вячена монографія О.Д. Короля [7]. Кузишин А. провів аналіз міжнародних туристичних потоків в Україні, а також дослідив потокам туристів в межах країни [20]. Перспективи цифрової трансформації туристичного сектору економіки України висвітлено у праці Я. Мариняк, Н. Стецько [10]. Пріоритети та напрями розвитку національної економіки через призму глобалізаційних викликів розроблені у працях В.М. Геєця [3]. та О.Л. Дронової, Т.В. Нагорного [5].

Викладення основного матеріалу. Туристичний сектор у світовій та вітчизняній практиці, залучає значні інвестиційні засоби, що вирішують ряд проблем безробіття, зростання доходів населення, поповнення дохідної частини бюджету. Наявні національні туристичні ресурси дають змогу розглядати Україну як вагому туристичну дестинацію Європи та констатувати її потужний конкурентний потенціал. Однак наявні статистичні дані ЮНВТО вражають невідповідністю економічних надходжень від туристичної діяльності та обсягом залученого туристичного потоку. Це дозволяє припустити, що туристичний потенціал України розкрито не повною мірою, показовою є вага туристичного сектора України на рівні 2% ВВП країни.

За даними спеціально присвяченого Україні туристичного аналітичного збірника ЮНВТО зазначено: «прямий внесок туризму у ВВП країни у 2013 р. становив 30,8 млрд. грн. (2,3% ВВП), а у 2014 р зріс на 4,9% до 32,3 млрд. грн. Це в першу чергу відображає економічну активність галузей промисловості наприклад, готелі, туристичні агенції, авіалінії та інші послуги з перевезення пасажирів (за винятком приміських послуги). Але це також включає, наприклад, діяльність ресторанного господарства та дозвілля, що підтримується туристами». НВТО також прогнозує на 2024 р., що прямий внесок подорожей та туризму у ВВП зросте на 4,3% до 49,0 млрд грн (2,4% ВВП). Зазначимо, що прогноз виконаний до ковідного стану економіки, і звичайно нині потребує коригування. Зазначені статистичні розрахунки відображено на рис. 1,2. Основні статистичні показники свідчать, про відносно незначне коливання їх від 2004 р. до 2014 р., тобто можна констатувати, що кардинальних змін у цьому секторі економіки України не відбулося попри численні спроби. Вітчизняна практика діяльності туристичної сфери нажалі не вирішила проблеми залучення трудового потенціалу, зростання доходів населення та поповнення дохідної частини бюджету.

При розгляді стратегічних проблем роз-

витку міжнародного туризму галузь потребує комплексного аналізу поточного стану, дослідження перешкод для розвитку та шляхів їхнього подолання з метою генерації якісно нової стратегії розвитку туризму в економічних умовах сьогодення. Важливим при цьому є детальний розгляд регіональної та територіальної

складової. Залучення в'їзного туризму сприяє зростанню конкурентних переваг регіонів, стабілізації їх економіки, припливу іноземних та вітчизняних інвестицій та позитивного іміджу у економічних відношеннях. Майже в усіх регіонах проводиться серйозна робота з розвитку міжнародного туризму.

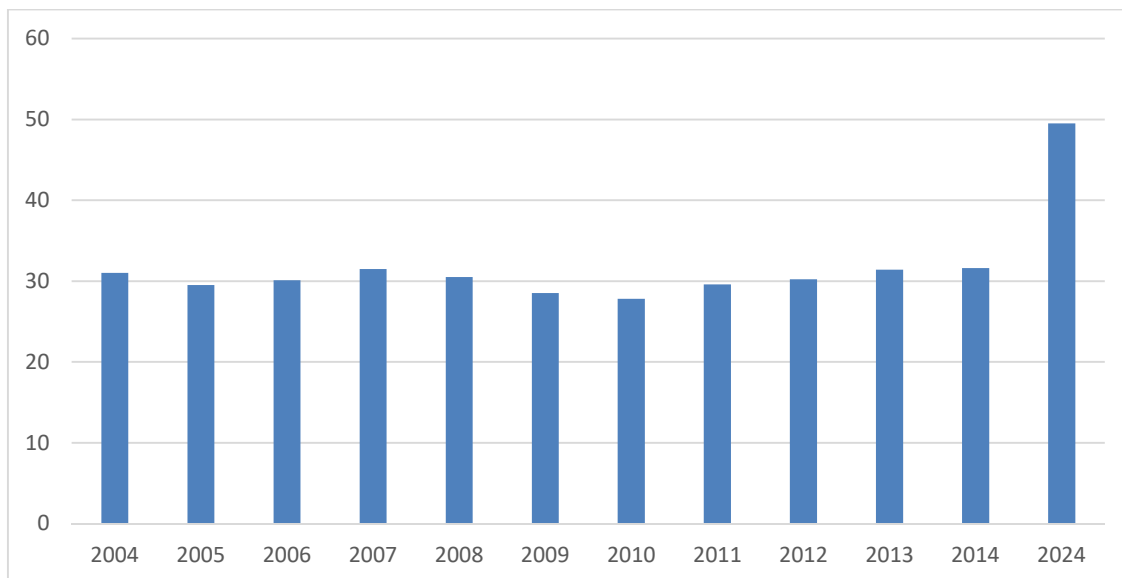


Рис. 1. Україна: надходження від туризму, млрд грн
Побудовано за: [21]

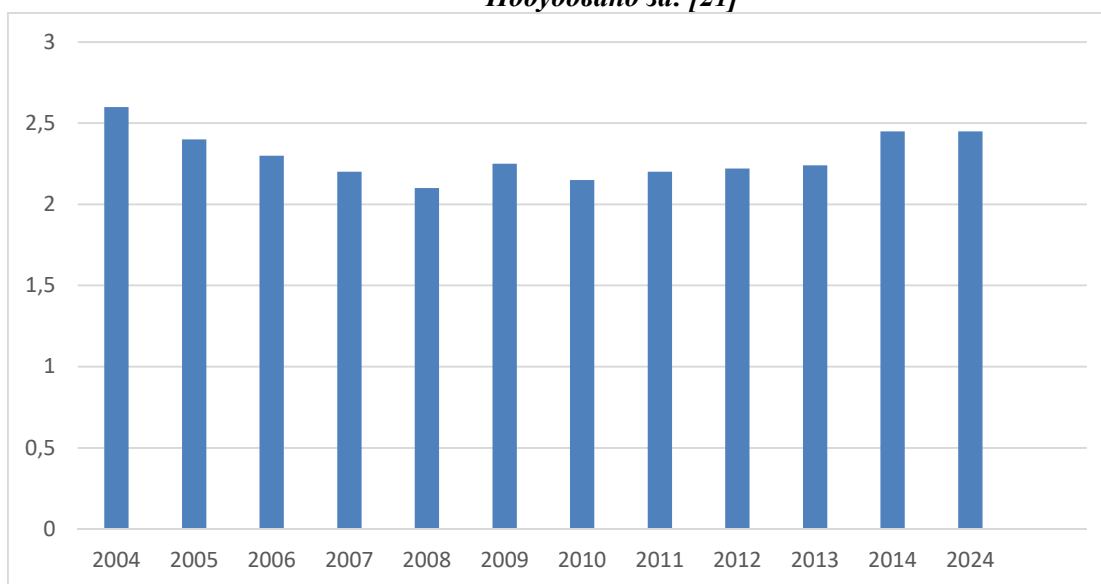


Рис. 2. Україна: надходження від туризму у структурі ВВП у %
Побудовано за: [21]

Однак під час пандемії COVID – 19 в Україні та окремих її регіонах інколи виникають і позитивні непередбачувані обставини. Так, незважаючи на обмеження у зв'язку із пандемією COVID – 19 м. Львів захопили туристи із Саудівської Аравії, які стали найбільш активними «відвідувачами» України.

За даними державного туристичного

агентства [4], у першій половині 2021 р. кількість туристів із Саудівської Аравії, які відвідали Україну, зросла до 14 тис. порівняно з лише 350 за цей же період минулого року.

Напрямок розвитку міжнародного туризму як системний об'єкт піддається впливу внутрішніх та зовнішніх чинників, що діють на глобальному та національному рівнях див. таблицю 1.

Глобальні та національні зміни, що впливають на розвиток економіки та визначають стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в країні

Умови формування	Перелік чинників
Внутрішні	<p><i>Нормативно-правові:</i> політико-правові; охорона довкілля, забезпечення безпеки та охорони; стан охорони здоров'я та гігієни; пріоритети розвитку сфери туризму, державна туристична політика.</p> <p><i>Бізнес клімат та інфраструктура туристичного сектору:</i> туристична інфраструктура, динаміка проникнення цифрового сектора, швидкості поширення туристичної інформації, цінова конкурентоздатність, підвищення динамізму повсякденного життя.</p> <p><i>Ресурсні:</i> туристичні (природні, культурно-історичні, інфраструктурні), людський потенціал.</p>
Зовнішні	<p><i>Економічні:</i> (відновлення туристичного сектору країни від глобальної кризи 2007-2008 рр. та пандемії COVID – 19);</p> <p><i>Соціальні:</i> підвищення якості та рівня життя, збільшення тривалості відпусток та доходів населення, трансформація стилю життя;</p> <p><i>Демографічні:</i> демографічна структура населення, старіння населення.</p> <p><i>Науково-технічні:</i> транспортна революція і особливо швидкий розвиток автомобільних й авіаційних перевезень;</p> <p><i>Міжнародні:</i> лібералізація візового режиму, ліквідація ковідних заборон або їх уніфікація.</p> <p><i>Суспільна думка:</i> привабливість національної сфери туризму, зростання культури та пізнавальних потреб населення.</p>

Складено авторами за: [1,6-10]

За останні роки, все частіше привабливість країни для туристів багато в чому визначається станом довкілля. Це спричиняє необхідність підвищення уваги з боку держави до контролю за використанням природних ресурсів, безпеки промисловості для природного середовища, інспектування екологічного стану.

З іншого боку у світі значно зростає підвищення терористичних загроз, дестабілізації політичної обстановки, виникнення військових конфліктів (притаманне для України), тому необхідно забезпечити безпеку та охорону туристів.

Вище перелічені чинники призводять до ускладнення поведінки споживачів та вимагає введення гнучких та нестандартних стратегічних рішень. У першу чергу власне суб'єкти підприємницької діяльності повинні самі їх запропонувати, а державні органи повинні їх прийняти. У багатьох країнах це проходить шляхом певних компенсаційних виплат або іншими шляхами. Таким чином, констатуємо, що традиційні інструменти управління туристичним сектором себе вичерпало. Тому, необхідні сучасні технології спілкування через прямі або непрямі канали інформування.

Власне соціальні мережі й мобільні технології є рушієм туристичної сфери у якій спостерігається бурхливий розвиток цієї тенденції. Споживачі туристичної продукції все частіше відмовляються від послуг туристичних підприємств, стають самі більш мобільними, регулярно входять й відстежують інформацію в

інтернеті зі свого смартфона й більшість із них зареєстровані більш ніж в одній соціальних мереж. В Україні появилися агентства, що просуваються переважно в соцмережах, а також у співтовариствах туристів. З часом така практика залучатиме ширше коло споживачів та стане звичною практикою для туристів.

Серед зазначених чинників розвитку туризму туристична політика є показовою та відповідальною за розвиток країни, привабливість місць призначення туристичних потоків, гнучкість реагування та швидко змінні умови внутрішнього та зовнішнього середовища. Туристична політика в Україні пройшла свій шлях становлення та вдосконалення. При всій приналежності то тих чи інших міністерств туристична галузь завжди розглядалась як пріоритетною. Власне від стабільності економічних процесів у країні власне залежить стан туристичного сектора, а в стратегічній перспективі високу конкурентоздатність у сфері міжнародного туризму.

При визначенні стратегічного напрямку розвитку міжнародного туризму необхідно враховувати як подібні проблеми вирішують на світовому туристичному ринку країни лідери так і країни, які мають безпосередній вплив на цей вид в Україні.

Розглянемо окремі стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму на прикладі України. До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм - подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та

виїзний туризм - подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни [6].

Розробка ЮНВТО й ООН системи понятійного апарату для характеристики туристичної діяльності, відвідувачів, мети відвідування, умови поїздки і перебування, сприяла розвитку міжнародної статистики. Деякі з цих понять з 2000 р., були введені Державним комітетом статистики України в формі державної статистичної звітності [11,12].

ЮНВТО дає таке визначення туризму: "Туризм охоплює діяльність осіб, які мандрують у будь-яке місце, яке знаходиться за межами його звичного середовища, на термін, що не перевищує 12 місяців підряд, з метою відпочинку, ділові та інші цілі, не пов'язані з діяльністю, що оплачується з джерел у місці перебування"[9].

З часом поняття "міжнародний туризм" трансформувалось у поняття "відвідувач", яке стало визначальним у статистиці туризму, позаяк лише результати його діяльності оцінює статистика туризму на мікро – й макрорівні.

Розв'язок цієї проблеми розпочнемо із вивчення структури наявних туристичних потоків в Україні. На рис. 3. зображено туристичні потоки: в'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну та виїзд громадян за кордон упродовж 2008 -2019 рр., тобто до ковідного періоду та його початку.

Слід зазначити, що до 2013 р. включно показник в'їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну мав чітку тенденцію щодо

зростання, а починаючи з 2014-2015 рр. знизився на 1,9 разів. Це пояснюється певним чином завершенням проведенням Євро-2012 з футболу, подіями Революція гідності (Євромайдану), початком Російської збройної агресії проти України, що призвело до втрати територій. У 2016-2018 рр. простежується тенденція зростання сегменту в'їзду іноземців та осіб без громадянства. У 2019 р. відчутні взнаки пандемії COVID – 19 та спостерігається зниження цього показника туристичних потоків.

Аналізуючи туристичний потік упродовж 2009-2019 рр. слід зазначити тенденцію до зростання показника виїзду громадян України за кордон, попри незначне падіння у 2014 р. порівняно з 2013 р., що становило 6,0 %.

Для України сальдо туристичних потоків за період від 2009 р. до 2019 р. має чітку тенденцію щодо зниження цього показника від додатного із переходом до від'ємного. Тобто до 2014 р. кількість осіб громадян України виїжджало менше чим в'їздило іноземців. Це мало позитивний ефект на економіку нашої держави. Для прикладу, у 2009 р. сальдо складало 5,4 млн. осіб то у 2013 р. вже 0,9 млн. осіб., звідси кількість іноземців, що в'їжджали в Україну поступово зменшувалася, але все таки переважала кількість громадян України, що виїжджали за кордон. Починаючи з 2014 р. сальдо туристичних потоків в Україні має негативний показник (-). Із 2014 р. спостерігається тенденція щодо зменшення кількості осіб від 0,9 млн. до 15,6 млн. осіб для України (див. рис. 4).

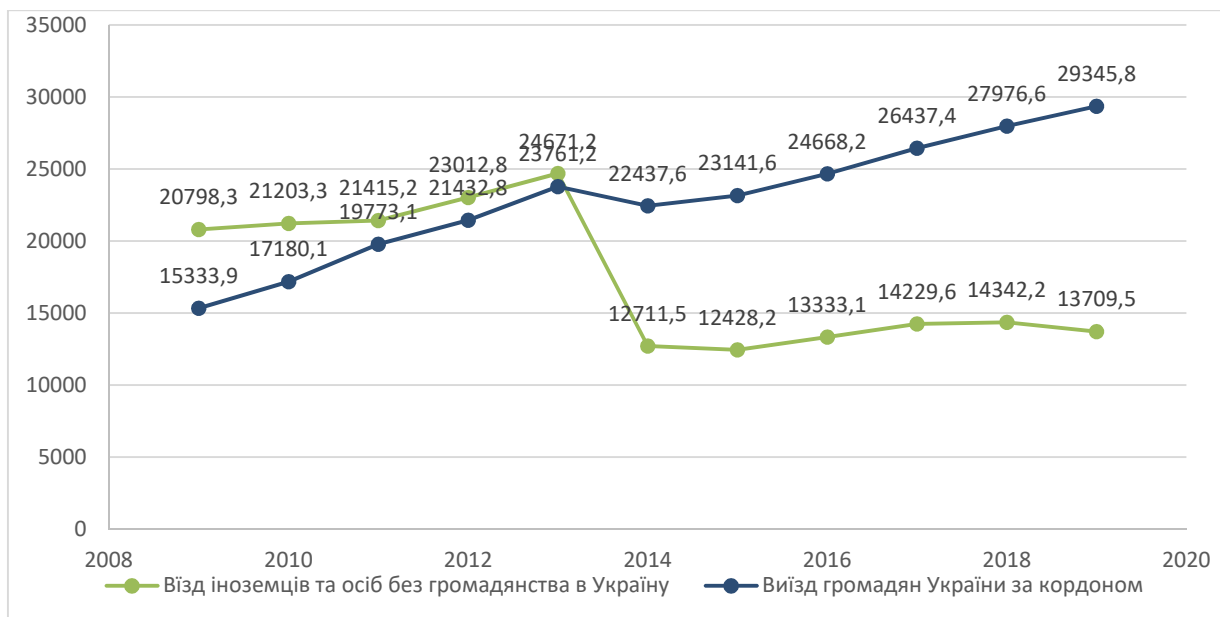


Рис. 3. Україна. Туристичні потоки
Побудовано за: [14-17].



Рис. 4. Україна. Туристичні потоки. Сальдо туристичних потоків
Побудовано за: [14-17].

Отже, стратегічній напрямком розвитку туризму в Україні має дві чіткі тенденції:

1) зменшення кількості в'їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну;

2) збільшення кількості виїзду громадян України за кордон.

Таким чином, у концепції стратегічного напрямку розвитку туризму в Україні головною дилемою є добитися позитивного сальдо туристичних потоків для України.

Прикордонні країни або так звані країни першого порядку географічного положення традиційно є лідерами за кількістю відвідування України: Молдова, Білорусь, Росія, Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина див. таблиця 2, та рис. 5. Слід зазначити, що у всіх за винятком Польщі, де зафіксований додатний приріст 1%, в усіх інших країнах є від'ємним від -0,2%

у Румунії до -14,3% у Словаччині. Відвідування України громадянами Болгарії зменшилося на -16,6%. Одночасно зросла кількість відвідування України громадянами Литви -12,5% та найбільш розвинутих країн Європи та Америки: Німеччини -11,2%, Великої Британії -11,1%, Франції -2,8%, Італії -2,4%, США -1,5%, а також Чехії -2,9% та Грузії -1,7%. Можна стверджувати, що у цих країнах склалося критичне число тих хто любить відвідувати Україну незважаючи на жодні негативні чинники.

Якщо, за підсумками 2018 року можна відзначити незначне збільшення виїзного туристичного потоку на 5,3%, у порівнянні з 2017 роком. Однак співвідношення за аналогічний період між 2019 роком та 2018 роком спостерігається зменшення на 9,7%.

Таблиця 2

ТОП-20 країн, громадяни яких найчастіше відвідують Україну, тис. осіб

№ з/п	Країна	2015	2017	2018	2019	Приріст 2019/2018,%
1.	Молдова	4 739,6	4 548,2	4 436,7	4 200,7	-5,4
2.	Білорусь	1 998,5	2 733,0	2 666,7	2 323,5	-12,9
3.	Росія	1 321,0	1 521,0	1 539,2	1 339,1	-13,0
4.	Польща	1 156,9	1 144,4	1 097,1	1 107,9	1,0
5.	Угорщина	1 072,1	1 059,8	915,8	827,7	-9,6
6.	Румунія	765,0	792,9	740,5	738,7	-0,2
7.	Ізраїль	149,6	261,1	317,8	294,2	-7,4
8.	Словаччина	413,2	366,3	314,0	269,2	-14,3
9.	Німеччина	155,8	210,1	237,9	264,6	11,2
10.	Туреччина	142,9	275,5	279,2	249,2	-11,8
11.	США	108,5	154,1	184,3	187,0	1,5
12.	Велика Британія	54,8	78,8	116,0	128,9	11,1
13.	Литва	35,3	75,6	93,3	117,0	12,5
14.	Італія	63,3	84,6	97,6	99,9	2,4
15.	Азербайджан	75,8	96,1	93,8	90,6	-3,4
16.	Чехія	39,5	67,7	78,6	80,9	2,9
17.	Франція	46,0	61,2	66,8	68,7	2,8
18.	Грузія	37,8	49,3	47,6	48,4	1,7
19.	Казахстан	27,6	41,5	46,9	42,5	-9,4

20.	Болгарія	35,6	47,0	50,7	42,3	-16,6
	Усього	12 886,2	14 421,2	14 206,7	13 259,0	-6,7

Розраховано за: [14-17]

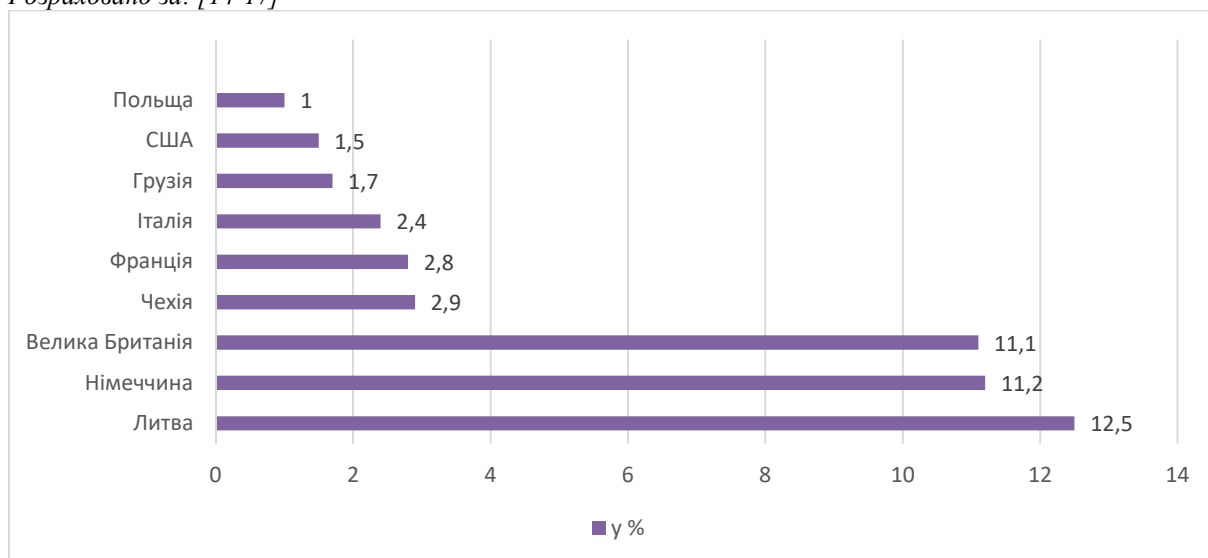


Рис. 5. Країни з позитивним приростом у % громадян яких, відвідували Україну у 2019 р.
Побудовано за: [14-17].

Відбулися кардинальні зміни туристичних потоків у порівнянні з 2018 роком, коли найчастіше громадяни України відвідували прикордонні країни: Молдову, Білорусь, Росію, Польщу, Угорщину, Румунію. У 2019 році відбувається переорієнтація вибору туристів з України у країни де були кращі умови перетину кордону пов'язані із обмеженнями пандемії COVID – 19, а саме Єгипет 28,8 % та Туреччи-

ну – 23,3%. Та найбільше приріст громадян з України спостерігався у країні лідери світового туризму: Австрію – 89,2, Іспанію – 83,3, Грецію – 48,1, Чехію – 37,8, Італію – 36,8, Німеччину – 31,9, Францію – 13,4 відсотки. відповідно. Збереглися позитивні туристичні потоки українців до Грузії – 27,7, ОАЕ – 19,8, Словаччини – 13,7, Кіпру – 15,6, Угорщини – 4,7, Ізраїль – 2,0 відсотки. відповідно див. таблицю 3.

Таблиця 3

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

№ з/п	Країна	2015	2017	2018	2019	Приріст 2019/2018,%
1.	Польща	9 505,7	9 991,0	10 000,5	9 885,6	-2,2
2.	Росія	4 110,0	4 376,4	4 162,7	3 945,3	-5,2
3.	Угорщина	2 442,1	3 118,8	3 219,3	3 369,8	4,7
4.	Молдова	1 727,3	1 680,4	1 665,5	1 484,9	-10,8
5.	Туреччина	510,5	1 185,1	1 192,5	1 469,9	23,3
6.	Єгипет	350,9	733,6	1 131,7	1 450,9	28,2
7.	Білорусь	1 325,5	1 186,5	1 400,1	1 253,7	-10,5
8.	Румунія	678,7	1 045,4	1 236,7	1 207,8	-2,3
9.	Словаччина	755,2	854,7	917,7	1 043,2	13,7
10.	Німеччина	294,8	344,2	533,9	702,5	31,6
11.	Італія	113,4	173,6	287,3	392,9	36,8
12.	Австрія	106,5	115,4	147,3	278,7	89,2
13.	Іспанія	60,7	113,0	146,2	267,7	83,3
14.	ОАЕ	137,4	166,6	184,5	221,0	19,8
15.	Греція	101,3	104,8	134,8	199,7	48,1
16.	Грузія	81,6	112,0	121,1	154,7	27,7
17.	Ізраїль	129,3	155,1	148,9	151,8	2,0
18.	Франція	98,4	106,7	116,7	132,4	13,4
19.	Чехія	52,7	73,5	88,6	122,1	37,8
20.	Кіпр	57,3	58,3	83,5	96,5	15,6
	Усього	23 181,2	26 437,4	27 810,9	28 052,2	

Розраховано за: [14-17]

За підсумками 2019 р. можна стверджува-

ти про незначне збільшення виїзного туристич-

ного потоку на 4,9 %, у порівнянні з 2018 р. Якщо, брати в абсолютних показниках то це становить 27976,6 проти 29345,8 тис. осіб. Більш детальні показники про виїзд українців за кордон у туристичних цілях у 2019 р., у % показано на рис. 6. У структурі виїзду українців за кордон у туристичних цілях 2019 р. майже 90,0 % (88,3%) склала перша десятка країн, до яких найчастіше подорожують громадяни України. Польща та Росія складають майже половину (47,3%) у структурі виїзду українців за кордон.

Таким чином, вибір країн для українських туристів зумовлений значною розвинутою інфраструктурою, доступними цінами, а також високим рівнем сервісу у цих країнах. Більшість українських туроператорів спільно із турецькими та з інших країн працюють на відправлення українців за кордон, лише невелика частина займається залученням туристів до України. Хоч добре відомо, що ціни в період сезону у південному регіоні та в Карпатах є значно вищими ніж закордоном. У підсумку частка капіталу від туристичного бізнесу потрапляє у інші країни.

Висновки та перспективи використання результатів дослідження. Отже, якщо коротко проаналізувати стан сфери міжнародного туризму в Україні, то можна зробити висновки стабільних показників його зростання щодо виїзду за кордон, та зменшення з 2014 р. щодо

в'їзду. Є певні обмежувальні вимоги щодо зростання потоків в'їзного та внутрішнього туризму. Як вже зазначалося, у першу чергу мова йде про неналежний розвиток транспортної інфраструктури та недостатній сервіс, коротким курортним сезоном, високих транспортних тарифах та завищених цін на вітчизняні послуги та готелі.

Розглядаючи моделі розвитку України за різними сценаріями глобалізаційних процесів, можна стверджувати, що вони йдуть декількома шляхами, де в основному вирішується питання про надання переваги місцевому бізнесу або зниження його ролі. Отже, всі економічні процеси тоді переходять на місцевий рівень. Звідси, основною метою є формування Стратегії досягнення стабільного зростання якості життя населення в регіоні на основі збалансованого та узгодженого розвитку регіональної економіки, базованої на інноваціях, ощадливого ставленні до довкілля, збереженні природної системи розселення, з урахуванням стратегічних інтересів держави, тобто на посиленій розвиток місцевих громад.

Отже, узагальнення існуючих проблем, передумов, обмежуючих факторів та тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні необхідно подати у вигляді SWOT-аналізу перспектив розвитку України за різними сценаріями (див. табл. 4).

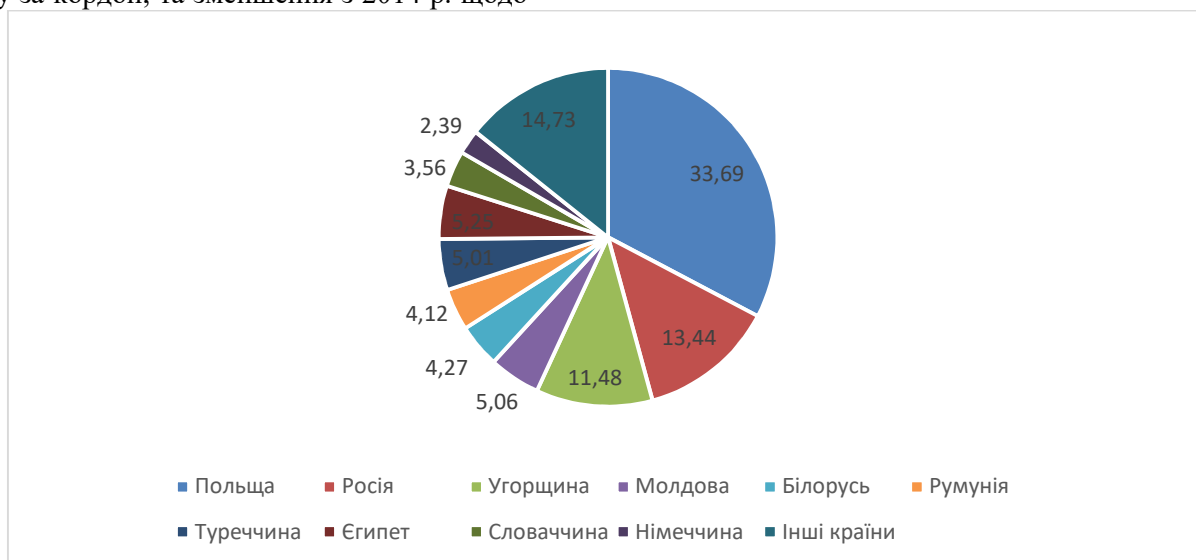


Рис. 6. Виїзд українців за кордон у туристичних цілях у 2019 р., %
Побудовано за: [14-17].

Всі ці заходи спрямовані на розвиток внутрішнього туризму в Україні. Ще однією причиною для туризму є нескінченний потенціал природних ресурсів та краса ландшафтів, низький рівень забруднення довкілля, багатство традицій та гостинність населення. Використання цього потенціалу, розвиток та просуван-

ня нового стилю життя серед населення могло б допомогти в розв'язанні таких проблем у сфері охорони здоров'я, як алкоголізм, захворювання серцево-судинної та дихальної системи.

Розроблення туристичних турів, доступність та надання інформації дозволять поєднувати в пропозиціях туристичні принади та продо-

вжувати тривалість перебування туристів і відвідувачів у регіонах України. Для ефективного розвитку туризму потрібно не лише надавати базові та додаткові послуги, а й просувати та розвивати комплексні туристичні продукти, котрі в більшості випадків мають регіональний або тематичний характер.

В багатьох регіонах України відновленні державні програми реконструкції культурно-історичної спадщини. Тому, проводяться визначення та сертифікація пам'яток історії,

культури, архітектури та природи. Шукають інвесторів для фінансування реконструкції та збереження пам'яток архітектури та історії.

Місцева влада має здійснити інвестиції для забезпечення доступу до природних ресурсів та благоустрій комунальної сфери (стежок, берегів річок та озер) і разом із приватними та некомерційними організаціями, залучати туристів на відпочинок та тривале перебування.

Таблиця 4

SWOT-аналіз перспектив розвитку туристичного сектору України

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> - різноманітність природних, культурно-історичних та інфраструктурних ресурсів; - створення в окремих регіонах сприятливого бізнесового середовища; - розвиток інноваційного та конкурентоспроможного сектору економіки; - удосконалення схем підтримки малого бізнесу та підприємств; - розбудова мереж та ланцюжків постачання (галузевих та територіальних кластерів); - використання потенціалу туристичних ресурсів регіону; - стабілізація макроекономічних показників; - зацікавленість державних структур у досягненні високих показників розвитку туристичного сектору; - розвиток крос-культурних відносин у туризмі. 	<ul style="list-style-type: none"> - інфраструктурні обмеження; - дуже низька конкуренція послуг та товарів; - неможливість країни і регіонів забезпечення населення окремими типами товарів; - відсутність орієнтації на іноземних туристів, тобто відсутність інформації про різні види туризму: бальнеологічного, етнокультурного, спортивного, екстремального, сільського зеленого туризму та інших видів туризму в регіонах України; - недостатньо високий імідж багатьох курортів у порівнянні із закордонними аналогами; - незахищеність прав відпочиваючих у приватному секторі; - загальне зубожіння населення.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - розширення можливостей та реклама туристичних продуктів; - розвиток інституційної підтримки; - розбудова потенціалу сільського та містечкового туризму; - реклама туристичного потенціалу регіону; - використання потенціалу туристичних ресурсів; - нарощування архітектурного, історичного та етнічного потенціалу; - формування нових курортних та туристичних брендів, турпродуктів, орієнтація на мандрівників із азійських (в першу чергу китайців) та інших розвиваючих країн; - розвиток міжнародних зв'язків. 	<ul style="list-style-type: none"> - загальна економічна стагнація; - конкуренція з сторони найбільш популярних країн для українських туристів: Польща, Росія, Угорщина, Молдова, Туреччина, Єгипет, Білорусь, Румунія, Словаччина, Німеччина та інші; - занепад сфери туризму; - конкуренція у використанні туристичного потенціалу; - зростання цін на транспортні послуги, проживання туристів; - орієнтація «середнього класу» та більш заможних туристів сегменту українців на закордонний відпочинок; - продовження або посилення російської збройної агресії проти України.

Важливими є завдання активізації великої різноманітності туристичного потенціалу на регіональному рівні, новостворених адміністративних районів та об'єднаних територіальних громад. Залучення місцевих громад через органи влади та шляхом самоорганізації громад. Приймання туристів та відвідувачів і гостинне ставлення до них є лише однією з передумов підвищення ефективності залучення туристів і забезпечення повторного відвідування регіону ними.

Для регіонів України актуальним залишається питання привабливості історичної

спадщини або екзотичними активними видами відпочинку. Тому, виникає завдання розбудови рекреаційної інфраструктури та транспортної мережі.

Маркетинг і реклама туристичного продукту мають бути впроваджені одразу ж після створення та сертифікації для запобігання затримки в отриманні доходів. Цей захід має на меті загальну рекламу туристичного потенціалу регіону та формування іміджу високоякісного постачальника комплексних послуг. Такий підхід орієнтується на роль і функції органу координації туристичної діяльності на

регіональному рівні та спирається на здатність місцевих громад підтримати цю ініціативу.

Одночасно необхідно проводити масштабну рекламу України на міжнародних

ринках.

Розглянемо сценарії розвитку туризму на прикладі Теребовлянської територіальної громади (таблиця 5).

Таблиця 5

SWOT-аналіз перспектив розвитку туристичного сектору Теребовлянської територіальної громади, Тернопільська область

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> - самостійна місцева спільнота (почуття господаря, працьовитість); - велика кількість сільськогосподарських підприємств, приватних господарств; - наявні природні ресурси (грунти, водні засоби); - автомобільна дорога міжнародного значення: Брест (Білорусь) - Ковель - Теребовля - Чернівці- Бухарест (Румунія); - можливість сезонних заробітків за кордоном; - близькість до обласного центру - Тернополя; - мальовничі краєвиди. 	<ul style="list-style-type: none"> - незадовільна якість дорожньої інфраструктури; - нерозвинута готельна інфраструктура; - слабкий фінансовий стан громади, низький рівень доходів у громаді.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - можливість розвитку історичного туризму (замки, церкви), тематичного та агротуризму; - можливості розвитку виробництва еко продуктів; - розбудова потенціалу сільського та містечкового туризму; - використання можливостей вільної торгівлі з ЄС; - розвиток можливостей для диверсифікації економіки (доходів) сільського населення; - організація сільських громад, збереження та підтримка сільських звичаїв і товарів. 	<ul style="list-style-type: none"> - недосконалість законодавства у сфері функціонування громад; - нестабільна ситуація в економіці, як перешкода залучення інвесторів; - міграція мешканців до великих міст (Тернополя, Львова) та за кордон; - неспроможність місцевих підприємств отримувати користь від обслуговування туристів, нерозумінням туристичного ринку й необізнаністю громад про туризм та його вплив.

Отже, проведемо стратегічний аналіз Теребовлянської територіальної громади, з використанням методу SWOT вказує, що туризм став важливим інструментом розвитку сільських, віддалених та периферійних місцевостей на рівні області. Водночас у багатьох містах туризм так і не приніс очікуваної користі і часто призводив до негативних наслідків. Оселі сільського та зеленого туризму вважаються основними постачальниками послуг під час розблокування природних ресурсів для туризму та їхнього залучення до регіональної туристичної пропозиції.

При розроблені стратегії розвитку туристичного сектору економіки необхідно:

- залучення приватного бізнесу для вирішення державних інтересів країни за кордоном;
- удосконалити організаційно-економіч-

ний механізм розвитку міжнародного туризму, що пов'язано з інтенсифікацією цієї галузі, посиленням конкуренції на світовому ринку, розвитком нових організаційних форм міжнародного туризму, підвищенням мобільності капіталу, розширенням меж ринків та ділових контактів;

- реалізація програми підвищення конкурентоздатності регіональних туристичних кластерів.

Таким чином, успіх країни та її регіонів залежить від глобального середовища при якому різкі зміни можливі лише за різкого зовнішнього фактору природного чи антропогенного характеру. Наявність російської збройної агресії проти України, створює додаткові проблеми. Створення нових бізнес-моделей туризму у яких закладено всі ці передумови є стратегічним завданням країни.

Література:

1. Бейдик О.О. Україна: стратегія розвитку національного туризму: навч. метод. посіб. Київ: ВЛГ "Обрії", 2009. 236.
2. Бейдик О.О., Новосад Н.О. Факторний аналіз формування потоків в'їзного туризму України // Укр. геогр. журн. 2012, №1 С. 44-49.
3. Геєць В.М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: монографія. Частина 2, Київ: ТОВ "Національний підручник", 2008. 420 с.
4. Державне агентство розвитку туризму. <https://www.facebook.com/DARTUkraine>
5. Дронова О.Л., Нагорний Т.В. Напрямки розвитку України за різними сценаріями глобалізаційних процесів // Укр. геогр. журн. 2012, №1 С. 20-30. DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2021/02/020>
6. Закон України "Про туризм" /Офіційний вісник України. Щотижневий збірник актів законодавства. Київ: 2003. №50. С.34-

56.

7. Король О.Д. Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл: монографія. Чернівці: Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2008. 5142 с.
8. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: "Альтерпрес". 2002. 320 с.
9. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.
10. Мариняк Я., Стецько Н. Перспективи цифрової трансформації туристичного сектора економіки України // *Наук. зап. Тернопіль. нац. пед. ун-ту. Сер. геогр.* Тернопіль, ТНПУ. 2021. № 1. С. 102 - 110. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.21.1.12>
11. Національна туристична організація України [Електронний ресурс]. Режим <http://www.ntoukraine.org> . <https://www.facebook.com> » NTOUkraine
12. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. Доступний з <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Сажнева Н.М., Арсененко І.А. Актуальні напрями розвитку конкурентоспроможного ринку туризму в Україні // *Укр. геогр. журн.* 2012, №1 С. 40-43.
14. Статистичний збірник. Регіони України. 2020. (2019). Частина 1. За ред. І.Є. Вернера. Київ: 2020. 276 с.
15. Туристична діяльність у Тернопільській області в 2020 році. Статистичний бюлетень. Тернопіль. 2021. 34 с.
16. Туризм в Україні: статистика найбільшого туристичного порталу України UA.IGotoWorld.com за 2019 рік [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ua.igotoworld.com/projects/stat2019> (дата звернення: 18.10.2021).
17. Туристична діяльність в Україні у 2018 році : стат. зб. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.10.2021).
18. Could COVID-19 Lead to a 30% Fall in International Tourists? [Electronic resource]. Mode of access: <https://www.unwto.org/un-tourism-news-11> (дата звернення: 30.09.2021 р.).
19. COVID-19 and world trade [Electronic resource]. Mode of access : https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/faqcovid19_e.htm (дата звернення: 30.09.2021 р.).
20. Kuzyshyn A. (2021) Pre-covid features of geography of international tourism flows in Ukraine // *Scientific Ternopil National Volodymyr Hnatyuk Pedagogical University. Series: Geography. Ternopil: SMP «Таур».* №1 2021. p. 94-100. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.21.1.11>
21. The Economic Impact of Travel & Tourism 2014. Contents ... Ukraine. MIDDLE EAS. 20 p.
22. UA.IGotoWorld.com — туристичний портал про Україну: сайт. URL: <https://ua.igotoworld.com/ua> (дата звернення: 30.09.2021).
23. World Tourism Organization, UNWTO (2018). International Tourism Highlights. Edition 2018, 23 p.
24. World Tourism Organization, UNWTO (2019). International Tourism Highlights. Edition 2019, 23 p.
25. World Tourism Organization, UNWTO (2020). International Tourism Highlights. Edition 2020, 23 p.

References:

1. Beidyk O.O. Ukraina: stratehiia rozvytku natsionalnoho turyzmu: navch. metod. posib. Kyiv: VLH "Obrii", 2009. 236.
2. Beidyk O.O., Novosad N.O. Faktornyi analiz formuvannia potokiv viznoho turyzmu Ukrainy // *Ukr. heohr. zhurn.* 2012, №1 S. 44-49.
3. Heiets V.M.. Priorytety natsionalnoho ekonomichnoho rozvytku v konteksti hlobalizatsiinykh vyklykiv: monohrafiia. Chastyna 2, Kyiv: TOV "Natsionalnyi pidruchnyk", 2008. 420 s.
4. Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu. <https://www.facebook.com> » DARTUkraine
5. Dronova O.L., Nahorni T.V. Napriamky rozvytku Ukrainy za riznymi stsenariiami hlobalizatsiinykh protsesiv // *Ukr. heohr. zhurn.* 2012, №1 S. 20-30. DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2021/02/020>
6. Zakon Ukrainy "Pro turyzm" /Ofitsiyni visnyk Ukrainy. Shchotyzhnevyyi zbirnyk aktiv zakonodavstva. Kyiv: 2003. №50. S.34-56.
7. Korol O.D. Mizhnarodni turystychni potoky: suspilno-heohrafichni aspekty formuvannia ta heoprostorovi rozpodil: monohrafiia. Chernivtsi: Chernivetskyi natsionalnyi universytet im. Yu. Fedkovycha, 2008. 5142 s.
8. Liubitseva O.O. Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty). Kyiv: "Alterpres". 2002. 320 s.
9. Malska M.P., Antoniyuk N.V., Hanych N.M. Mizhnarodnyi turyzm i sfera posluh: Pidruchnyk. K.: Znannia, 2008. 661 s.
10. Maryniak Ya., Stetsko N. Perspektyvy tsyfrovoyi transformatsii turystychnoho sektora ekonomiky Ukrainy // *Nauk. zap. Ternopil. nats. ped. un-tu. Ser. heohr.* Ternopil, TNPU. 2021. № 1. S. 102-110. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.21.1.12>
11. Natsionalna turystychna orhanizatsiia Ukrainy [Elektronnyi resurs]. Rezhym <http://www.ntoukraine.org> . <https://www.facebook.com> » NTOUkraine
12. Ofitsiyni sait Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy. [Elektronnyi resurs]. Dostupnyi z <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Sazhnieva N.M., Arsenenko I.A. Aktualni napriamy rozvytku konkurentospromozhnoho rynku turyzmu v Ukraini // *Ukr. heohr. zhurn.* 2012, №1 S. 40-43.
14. Statystychnyi zbirnyk. Rehiony Ukrainy . 2020. (2019). Chastyna 1. / Za red. I.Ie. Vernera. Kyiv: 2020. 276 s.
15. Turystychna diialnist u Ternopilskii oblasti v 2020 rotsi. Statystychnyi biuletten. Ternopil. 2021. 34 s.
16. Turyzm v Ukraini: statystyka naibilshoho turystychnoho portalu Ukrainy UA.IGotoWorld.com za 2019 rik [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <https://ua.igotoworld.com/projects/stat2019> (data zvernennia: 18.10.2021).
17. Turystychna diialnist v Ukraini u 2018 rotsi : stat. zb. [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua> (data zvernennia: 15.10.2021).
18. Could COVID-19 Lead to a 30% Fall in International Tourists? [Electronic resource]. Mode of access: <https://www.unwto.org/un-tourism-news-11> (дата звернення: 30.09.2021 р.).
19. COVID-19 and world trade [Electronic resource]. Mode of access : https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/faqcovid19_e.htm (дата звернення: 30.09.2021 р.).
20. Kuzyshyn A. (2021) Pre-covid features of geography of international tourism flows in Ukraine // *Scientific Ternopil National Volodymyr Hnatyuk Pedagogical University. Series: Geography. Ternopil: SMP «Таур».* №1 2021. p. 94-100. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.21.1.11>
21. The Economic Impact of Travel & Tourism 2014. Contents ... Ukraine. MIDDLE EAS. 20 p.
22. UA.IGotoWorld.com — туристичний портал про Україну: сайт. URL: <https://ua.igotoworld.com/ua> (дата звернення: 30.09.2021).

23. World Tourism Organization, UNWTO (2018). International Tourism Highlights. Edition 2018, 23 p.
24. World Tourism Organization, UNWTO (2019). International Tourism Highlights. Edition 2019, 23 p.
25. World Tourism Organization, UNWTO (2020). International Tourism Highlights. Edition 2020, 23 p.

Аннотация:

Я. Марыняк, Н. Стецко. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Развитие Украины как привлекательного места назначения туристских потоков выступает современной и актуальной задачей. Реализация данного приоритета предполагает ряд стратегических направлений развития украинской турдустрии. Определено значение международного туризма как вида бизнеса, который имеет мультипликационное влияние на все секторы экономики. Проанализированы основные факторы, влияющие на развитие туристической отрасли. Установлено два периода развития туризма XX века: доковидный (до пандемического) и послековидный (и после пандемического). Выявлены особенности функционирования мирового туристического сектора доковидного периода с указанием всех факторов влияния на туристическую сферу. Рассмотрены темпы поступления от туристического сектора в реальную экономику Украины по прогнозам НТВТО, который был разработан для Украины в 2014 г. Исследованы глобальные и национальные изменения, влияющие на развитие экономики и определяют стратегические направления развития международного туризма в стране. Определены отдельные стратегические направления развития международного туризма на примере Украины. Разработан стратегический направление развития туризма в Украине. Учтено кардинальные изменения, произошедшие в туристической сфере Украины с 2018 и 2019 по сравнению с 2020 г.

Ключевые слова: стратегические направления, международный туризм, Украина.

Abstract:

Ya. Maryniak, N. Stetsko. STRATEGIC DIRECTION OF DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL TOURIST UKRAINE

Development of Ukraine as an attractive destination of tourism flows is modern and urgent task. The implementation of priority involves a number of strategic of development of local tourism.

The importance of international tourism as a type of business that has a multiplier effect on all sectors of the economy is determined. The main factors influencing the development of the tourism industry are analyze. Two periods of tourism development of the XXI century have been established: pre-covid (pre-pandemic) and post- covid (and post-pandemic). The peculiarities of the functioning of the world tourism sector in the reference period are clarify, indicating all the factors influencing the tourism sector. The tourism sector in world and domestic practice attracts significant investment funds that solve a number of problems of unemployment, income growth, replenishment of the revenue side of the budget. The available national tourist resources make it possible to consider Ukraine as an important tourist destination in Europe and to state its strong competitive potential. However, the available UNWTO statistics are striking for the mismatch between economic revenues from tourism and the volume of tourism flow. This suggests that the tourism potential of Ukraine is not fully disclosed, indicative of the weight of the tourism sector of Ukraine at 2% of GDP.

It should be noted that until 2013 y. inclusive, the entry rate of foreigners and stateless persons in Ukraine had a clear upward trend, and since 2014-2015 years, it has decreased by 1.9 times. This is partly due to the end of Euro 2012 y. football and the events of the Revolution of Dignity (Euromaidan) and the beginning of the Russian armed aggression against Ukraine, which led to the loss of territories. In 2016-2018 years, there is a growing trend in the segment of entry of foreigners and stateless persons. In 2019 y, the signs of the COVID-19 pandemic are noticeable, and there is a decrease in this indicator of tourist flows. Thus, if we briefly analyze the state of international tourism in Ukraine, we can conclude that it has stable growth rates in terms of travel abroad, and a decrease since 2014 in terms of entry. There are some restrictive requirements for the growth of inbound and domestic tourism flows. As already mentioned, this is primarily due to improper development of transport infrastructure and insufficient service, short holiday season, high transport tariffs and inflated prices for domestic services and hotels. Thus, the success of the country and its regions depends on the global environment in which drastic changes are possible only with a sharp external factor of natural or anthropogenic nature. The presence of Russian armed aggression against Ukraine creates additional problems. Creating new business models of tourism in which all these prerequisites are laid down is a strategic task of the country.

The article point out the need for active promotion of domestic tourism, the structuring of image components of tourist areas, the expansion of promising kinds of tourist services and improving their and urban tourism.

Key words. strategic directions, international tourism, Ukraine.

Надійшла 27.10.2021 р.