

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
МУКАЧІВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ

СЕРІЯ «ЕКОНОМІКА»

Збірник наукових праць

Випуск 1(13) 2020

МУКАЧЕВО
2020

Видання Мукачівського державного університету

Науковий вісник Мукачівського
державного університету.
Серія «Економіка»
Випуск 1(13) 2020 рік

Збірник наукових праць
Заснований у 2014 році

Збірник входить до переліку фахових видань у
галузі економічних наук
(Наказ Міністерства освіти і науки України
№ 1643 від 28.12.2019 р.)

Збірник представлено у 12 міжнародних
наукометричних базах даних, репозиторіях та
пошукових системах: Російський індекс
научного цитування (РИНЦ) (Росія),
Research Bible (Японія), Scientific Journal
Impact Factor (SJIF) (Марокко), CiteFactor
(США), Академія Google (США), InfoBase
Index (Індія), Index Copernicus (Польща),
Genamics JournalSeek, ACNP Catalogue
(Італія), DRJI (Індія), Academic Keys
(США), CNPIEC (CNPIE Link Service)
(Китай).

Рекомендовано до друку та поширення через
мережу Інтернет Вченою радою
Мукачівського державного університету,
протокол № 8 від 23.04.2020 р.

Рецензенти:

Готра В. В., д.е.н., професор
Хрущ Н. А., д.е.н., професор

Адреса редакції: 89600, Закарпатська обл.,
м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26
Мукачівський державний університет,
Редакція Наукового вісника МДУ,
тел. (03131) 2-11-09, (03131) 2-15-32,
e-mail: nvemsu@gmail.com
<https://www.msu.edu.ua/visn/>

Усі права захищені. Передрук і переклади
дозволяються лише зі згоди автора та
редакції. Редакція не завжди поділяє думку
автора й не відповідає за фактичні помилки,
яких він припустився.

Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»: зб. наук. пр. / Ред.
кол.: Черничко Т. В. (гол. ред.) та ін. – Мукачево: Вид-во МДУ, 2020. – Випуск 1(13). – 228 с.

Головний редактор

Черничко Тетяна Володимирівна – д.е.н.,
професор (Україна)

Заступник головного редактора

Проскура Володимир Федорович – д.е.н.,
професор (Україна)

Відповідальний секретар

Ігнатишин Марія Василівна – к.е.н., доцент
(Україна)

Редакційна колегія:

Буркинський Борис Володимирович – д.е.н.,
професор (Україна)

Гоблик Володимир Васильович – д.е.н.,
професор (Україна)

Даниленко Анатолій Іванович – д.е.н.,
професор (Україна)

Денінс Андріс – Doctor of Economix, професор
(Латвія)

Іщук Світлана Олексіївна – д.е.н., професор
(Україна)

Лендел Михайло Андрійович – д.е.н.,
професор (Україна)

Мікловда Василь Петрович – д.е.н., професор
(Україна)

Мікула Надія Анатоліївна – д.е.н., професор
(Україна)

Мілашовська Ольга Іванівна – д.е.н., професор
(Україна)

Папп Василь Васильович – д.е.н., професор
(Україна)

Пітюлич Михайло Іванович – д.е.н., професор
(Україна)

Реслер Марина Василівна – д.е.н., професор
(Україна)

Саксонова Світлана – Doctor of Economix,
професор (Латвія)

Стуглік Джоанна – Doctor of Economix,
професор (Польща)

Товканець Ганна Василівна – д.пед.н.,
професор (Україна)

Щербан Тетяна Дмитрівна – д.психол.н.,
професор (Україна)

Екабсоне Сандра – PhD, доцент (Латвія)

Ровт Алекс – к.е.н. (США)

ЗМІСТ

Економіка та управління національним господарством

<i>Буй Ю. В.</i> ПРО ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	11
<i>Гринчишин І.М.</i> ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРІЙ ДОБРОБУТУ У ПОСТУЛАТАХ ЕКОНОМІЧНИХ ШКІЛ ТА КОНЦЕПЦІЙ	17
<i>Ищук С. О., Созанський Л.Й.</i> ІМПОРТОЗАЛЕЖНІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ І ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	23
<i>Кучер Л. Р., Замрій О. М.</i> РОЛЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ОСОБИСТОСТІ МЕНЕДЖЕРА В УПРАВЛІННІ	32
<i>Пенькова О. Г., Харенко А. О., Цимбалюк Ю. А.</i> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КРУП'ЯНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ	38
<i>Пітюлич М. І., Гоблик В. В.</i> СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ СУТНОСТІ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	45
<i>Пугачевська К. С.</i> ТОРГОВЕЛЬНІ ОБМЕЖЕННЯ В КОНТЕКСТІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ	51
<i>Редько К. Ю., Фурс О. С.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ»	55
<i>Рубіш М. А., Чорій М. В., Зеленська Л. В.</i> ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ АКТИВІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	61
<i>Черничко Т. В., Ігнатишин М. В.</i> АНАЛІЗ ЗАХОДІВ З ПІДТРИМКИ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	67
<i>Чорна Н. М.</i> ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРИЗЬ ПРИЗМУ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	73

Економіка та управління підприємствами

<i>Жигуц Ю. Ю., Лазар В. Ф., Хом'як Б. Я.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ВІД ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРЕСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЛИВАРНЬОМУ ВИРОБНИЦТВІ	80
<i>Задорожнюк Н. О., Малиш І. О., Мінеєва Я. Д.</i> СПЕЦИФІКА МАРКЕТИНГУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	86
<i>Копчикова І. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ДЕФІНІЦІЇ «ОПЕРАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ»	92
<i>Королович О. О., Респер М. В., Пігош В. А.</i> КОРПОРАТИВНЕ ПРАВО ТА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ КОРПОРАЦІЙ	97
<i>Пігош В. А.</i> КОДЕКС КОРПОРАТИВНОЇ ЕТИКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ	104
<i>Пугачевська К. Й., Гомба А. В., Смочко В. Ю.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР	108
<i>Пугачевська К. Й., Гомба М. В.</i> ГЕНЕЗИС СУТНОСТІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА	113
<i>Товканець Г. В.</i> НАУКОВО-ДОСЛІДНА ДІЯЛЬНІСТЬ У РОЗВИТКУ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ В УМОВАХ СОЦІАЛІЗАЦІЇ	118
<i>Урусова З. П., Зубачова В. І.</i> ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ	123

Чорна Наталія Миколаївна,
доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРИЗЬ ПРИЗМУ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку туристичного ринку України, в урахуванням взаємопов'язаних чинників впливу. Мета даної статті – проаналізувати стан та тенденції розвитку туристичного ринку України, з'ясувати місце туристичних операторів у забезпечення його функціонування. Досягненню мети підпорядковані завдання дослідження: дослідити сучасний стан розвитку туристичного ринку України; проаналізувати основні показники діяльності туристичних підприємств; з'ясувати лідерів туристичної галузі України; зробити спробу прогнозу функціонування туристичного ринку України на найближчу перспективу, з урахуванням сьогоденних викликів. Увагу зосереджено на діяльності туристичних операторів, які займаються формуванням та просуванням туристичних маршрутів, напрямків і видів туризму, а тому здійснюють серйозний вплив на функціонування туристичної галузі. З використанням офіційної статистичної інформації та публікацій авторитетних Інтернет-видань проаналізовано показники діяльності туристичних операторів на ринку України, виокремлено та увагу зосереджено на діяльності найбільш потужних із них. Відзначено найбільш відвідувані українцями країни. Констатовано, що туристичні оператори – лідери туристичної галузі спеціалізуються на організації відпочинку за кордоном, відтак, є підстави прогнозувати, що у перспективі гроші українців надалі працюватимуть на економіку інших держав, а вітчизняний туризм чекатиме кращих часів. Задля того, щоб підвищити привабливість відпочинку в Україні, необхідно є серйозна злагоджена робота органів державної влади, туристичних підприємств, бізнесових структур та громадських активістів. Зазначено, що у зв'язку з пандемією коронавірусу та економічною кризою будь-які прогнози робити зарано. Разом з тим, наявними є підстави прогнозувати у поточному році збільшення попиту на відпочинок українців у середині держави, адже зарубіжні країни, особливо ті, що найбільше постраждали від епідемії Covid-2019, не поспішатимуть відкривати свої кордонів для туристів. В умовах сьогоденних викликів дослідження аспектів розвитку туристичної галузі України, безперечно, залишатиметься на часі, особливо в аспекті розробки практичних рекомендацій щодо оптимізації її функціонування.

Ключові слова: туризм, туристичний ринок, туристичні підприємства, туристичні оператори, туристичні агенти.

ВСТУП

Постановка проблеми. В умовах активізації глобалізаційних процесів туризм стає однією з провідних галузей національних економік багатьох країн світу. Так, за підсумками 2017 р., частка туризму в світовому ВВП склала 10,4% (8,3 трлн. дол.). У Мальдів, які є найбільш туризмозалежним регіоном світу, ця частка становить 39,6%, значним є внесок туризму у ВВП Мальти (15,0%), Хорватії (15,0%), Таїланду (9,3%), Ісландії (9,2%), водночас у Німеччині туризм додає до ВВП 4,5%, Великобританії – 3,7%, США – 2,6%.

В Україні ж, попри колосальний туристично-рекреаційний потенціал та стрімкий розвиток туризму, галузь продовжує залишатися недостатньо конкурентоспроможною, а прямий її внесок у ВВП становить 1,54%. У зв'язку з нестачею кадрового забезпечення галузі, високою вартістю готельних послуг, невідповідністю сервісу міжнародним стандартам, занедбаністю пам'яток історико-культурної спадщини, проблемами економічного, соціального, політичного характеру Україна традиційно виступає в якості «донора» туристів, а сальдо туристичного балансу залишається від'ємним. Вже звично, більша частина українців вибирає для себе

відпочинок за кордоном, і допомагають їм його організувати туристичні підприємства. Правильно вибудована маркетингова та цінова політика, пропозиція, асортимент якої постійно оновлюється та підлаштовується під споживчий попит, спричинили до того, що такі імені, як «Join Up», «Anex Tour», «TEZ Tour», «TUI Ukraine», «Coral Travel», є відомими навіть тим, хто ще жодного разу не бував за кордоном, не говорячи вже про тих, кого можна назвати «туристами з досвідом».

Аналіз актуальних досліджень і публікацій. Виходячи з важливості туристичної сфери для економіки України, а водночас наявності низки серйозних проблем, які утруднюють її розвиток, зумовлюють низьку конкурентоспроможність попри колосальний туристично-рекреаційний потенціал, аспекти проблеми досліджувалися багатьма українськими науковцями (В. Кицяк, О. Любіцева, М. Мальська, А. Парфіненко, Т. Сокол, Т. Ткаченко, Л. Шульгіна, ін.). Водночас, попри значну кількість публікацій з даної проблематики, окремі теоретичні і практичні аспекти розвитку туризму в Україні потребують подальшого поглиблення.

Мета статті (постановка завдання). Мета даної статті – проаналізувати стан та тенденції розвитку туристичного ринку України, з'ясувати місце

туристичних операторів у забезпечення його функціонування. Досягненню мети підпорядковані завдання дослідження: дослідити сучасний стан розвитку туристичного ринку України; проаналізувати основні показники діяльності туристичних підприємств; з'ясувати лідерів туристичної галузі України; зробити спробу прогнозу функціонування туристичного ринку України на найближчу перспективу, з урахуванням сьогоденних викликів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Подібно іншим сферам підприємницької діяльності, туристичний ринок представлений суб'єктами, діяльність яких спрямована на надання споживачам широкого асортименту послуг, та характерний гострою конкурентною боротьбою. Основними учасниками туристичної галузі є туристичні оператори та туристичні агенти, які різняться між собою спектром професійних спрямувань, функціональним розмаїттям та відповідною систематизацією обов'язків і видів виконуваних робіт. На відміну від турагентів, які обмежуються здійсненням посередницької діяльності з реалізації туристичного продукту, характерних та супутніх туристичних послуг, туроператори, відповідно до Ст. 5 Закону України «Про туризм» [1], займаються створенням туристичного продукту і саме від них залежить загальна картина формування та просування туристичних маршрутів, напрямків і видів туризму. Таким чином, туристичні оператори шляхом створення туристичного продукту, формування і розповсюдження стандартів обслуговування туристів здійснюють серйозний вплив на туристичний ринок.

У загальному розумінні туристичний продукт є будь-якою послугою (згідно українського законодавства, сукупністю щонайменше 2-ох послуг), що слугує задоволенню базових потреб туристів. Основним туристичним продуктом є тур – комплексне обслуговування, яке включає в себе базовий перелік послуг [2, с. 75]. Формування туристичного продукту, як одна з основних функцій роботи туристичного оператора, передбачає укладання чималої кількості договірних та партнерських угод з третіми особами: закладами розміщення, закладами харчування, транспортними перевізниками, закладами, що забезпечують заходи активного відпочинку, дозвілля та оздоровлення тощо. Крім формування турів, туристичні оператори займаються також інформаційним їх супроводом, просуванням – безпосередньо споживачеві або посередництвом співпраці з туристичними агентами, організацією обслуговування туристів впродовж усієї подорожі тощо.

Прискорений розвиток туристичного ринку спричинив до посилення конкуренції між туристичними підприємствами, вплинув на їх діяльність, позиції на ринку, способи та методи боротьби за споживачів. У випадку туристичних операторів, їх конкурентоспроможність значно залежить від спроможності формувати, просувати та реалізовувати туристичний продукт, обґрунтованості

цінової пропозиції, доступності в обслуговуванні клієнтів, забезпечення однаково високого рівня якості і безпеки усіх туристичних товарів і послуг [3, с. 31].

Кожен з туроператорів є фахівцем у створенні конкретного туристичного продукту, формуванні маршрутів за тим чи іншим напрямком, є упізнаним на ринку і має, таким чином, сформований профіль. Профільна ознака туристичного оператора – це домінуючі різновиди відпочинку, туристичні маршрути та географічні напрямки, обсяг продажів яких у туроператора є максимальним та забезпечує йому одержання основного прибутку, а також є свідченням професіоналізму та особливості майстерності штату працівників, завдяки яким туристи визначають туристичного оператора як найкращого з-поміж діючих в межах конкретного регіону та звертаються до нього неодноразово. Профіль туристичного оператора, як відомо, створюється завдяки ряду принципів, серед яких – сформована маркетингова стратегія, продумана цінова політика та доступність для споживачів, конкурентоспроможність, здатність прогнозувати дії «суперників» на туристичному ринку, підпорядкованість діяльності впливу факторів зовнішнього середовища [4, с. 152].

З огляду на зростаючу конкуренцію, діяльність туристичному ринку вимагає від туристичних операторів наявності у їх працівників неабияких професійних навичок, високої кваліфікації та сучасних знань. Успіх туроператорів, крім того, значно залежить від того, наскільки рішучими й вмотивованими є їх кроки на ринку, наскільки політика, що реалізується, відповідає існуючій ринковій ситуації, наскільки затребуваною серед туристів є сформована ними пропозиція тощо.

Як свідчить офіційна статистика, на вітчизняному туристичному ринку впродовж 2014–2018 рр. (Рис. 1) мала місце доволі неоднозначна ситуація: кількість туристичних операторів коливалася від 667 у 2014 р. до 529 у 2018 р., мінімального значення сягнувши у 2017 р. – тоді потреби туристів задовольняли 498 туроператори, та вже у 2018 р. їх кількість збільшилася на 31 (6,3%). Кількість туристичних агентів (юридичних та фізичних осіб), постійно зростала – з 2547 у 2015 р. до 3565 у 2018 р. (приріст склав трохи менше 40%).

Моніторинг динаміки кількості туристів, що їх обслужили туристичні підприємства України (Рис. 2), засвідчив лідируючі позиції туроператорів, що є цілком виправданим, оскільки саме вони є виробниками туристичної продукції та виступають надійними гарантами з продажу послуг. Протягом 2014–2018 рр. найбільшого показника з кількості обслужених туристів туроператори досягнули у 2018 р., організувавши відпочинок для 2351338 осіб. Загалом, у 2018 р. суб'єкти туристичного ринку України (туроператори та турагенти) обслужили рекордну кількість туристів – 4557447 осіб. При цьому частка туроператорів склала 51,6 % (2351338 осіб), частка турагентів – юридичних осіб – 35,2 % (1606285 осіб), турагентів – фізичних осіб – 13,2 % (599824 осіб). Порівняно з 2017 р., сукупний приріст склав 62,4% (1751021 осіб).



Рис. 1. Динаміка кількості туристичних підприємств в Україні у 2014-2018 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [5]; починаючи з 2014 року не врахована інформація по тимчасово окупованій території АР Крим, м. Севастополь, тимчасово окупованих територіях Донецької та Луганської областей

Подібний стан справ, безсумнівно, виявився можливим у зв'язку з підвищенням купівельної спроможності громадян, а також триваючим формуванням «культури відпочинку», зростаючою

доступністю відпочинку за кордоном, а саме йому належить «лева частина» у структурі відпочинку українців за географічною ознакою.

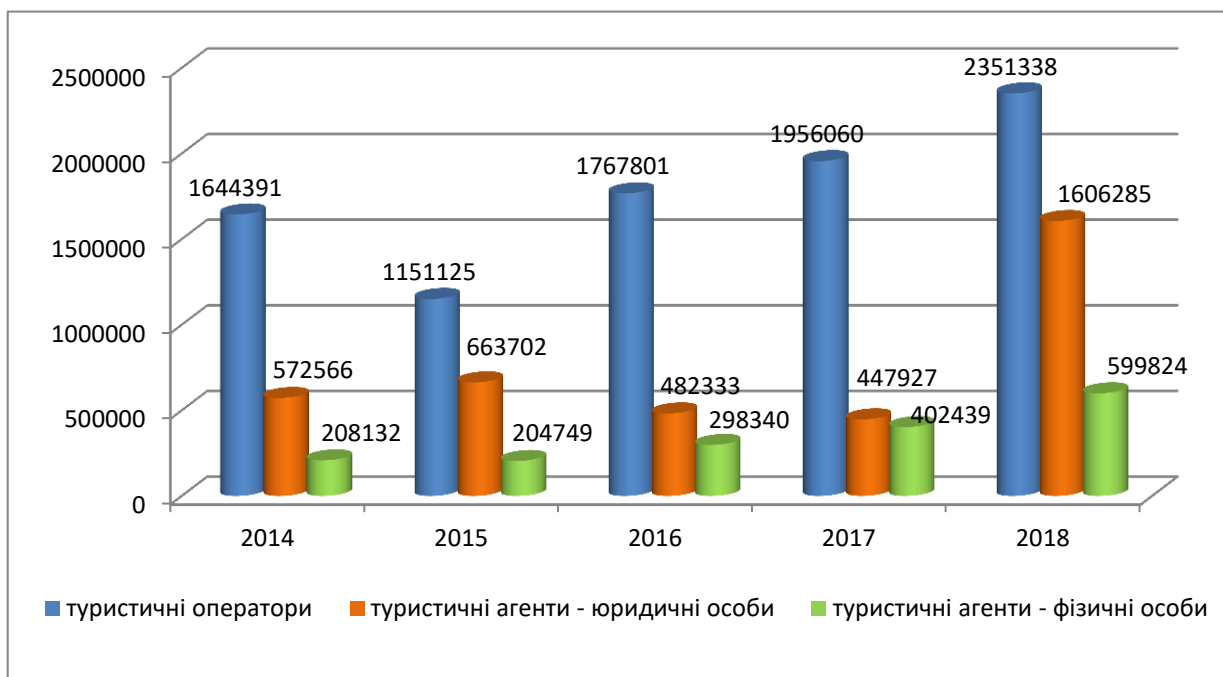


Рис. 2. Динаміка кількості обслугованих туристів туроператорами та туристичними агентами України у 2014-2018 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [5]; починаючи з 2014 року не врахована інформація по тимчасово окупованій території АР Крим, м. Севастополь, тимчасово окупованих територіях Донецької та Луганської областей

У цілому позитивну динаміку засвідчив аналіз доходів туристичних підприємств (Рис. 3). Так, впродовж 2014–2018 рр. стрімко зростали доходи туристичних операторів – з 4233,7 млн. грн. у 2015 р. до 2 0307,5 млн. грн. у 2018 р., при цьому найбільший

приріст доходів мав місце у 2016 р.: порівняно з попереднім роком, він становив 6749,4 млн. грн. (159,4 %). Постійною виявилася позитивна динаміка зростання доходів туристичних агентів – фізичних осіб: з 210,9 млн. грн. у 2015 р. до 501,1 млн. грн. у

2018 р. Що ж до туристичних агентів – юридичних осіб, у 2016 р., порівняно з попереднім періодом, їх доходи скоротилися, проте вже в 2017 р. намітилася позитивна тенденція, яка збереглася і наступного року. Так, у 2017 р. доходи туристичних агентів – юридичних осіб зросли на 33,8 млн. грн., у 2018 р. – на

4,1 млн. грн. Таким чином, основним «гравцем» на туристичному ринку залишалися туристичні оператори, їх доходи зростали найбільш стрімко і саме на них припадала «левова» їх частка: станом на 2018 р. доходи туроператорів склали 94,3 % від загальних доходів туристичного ринку України.



Рис. 3. Динаміка доходів туристичних підприємств України у 2014-2018 рр., млн. грн.

Джерело: побудовано автором на основі [5]; починаючи з 2014 року не врахована інформація по тимчасово окупованій території АР Крим, м. Севастополь, тимчасово окупованих територіях Донецької та Луганської областей

Згідно з інформацією Міністерства економічного розвитку та торгівлі України (станом на тепер – Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України), станом на 1 січня 2019 р. в Україні працювали 2737 ліцензованих туристичних операторів [6]. Відповідно до рейтингу, складеного фахівцями Інтернет-видання turprofi.com.ua за результатами 2019 р., до трійки лідерів (за кількістю обслугованих туристів) увійшли компанії «Join Up» (1015475 осіб), «Anex Tour» (821730 осіб) та «TUI Ukraine» (450000 осіб) [7]. Порівняно з 2018 р., у трійці лідерів відбулася своєрідна ротація – компанія «TPG», яка попередньо була третьою, у 2019 р. здала позиції і опустилася на сходинку нижче, тоді як «TUI Ukraine», яка раніше була п'ятою, суттєво зміцнила свою присутність на туристичному ринку. Крім трьох зазначених операторів, до десятки лідерів туристичного ринку увійшли також «TEZ Tour», «Coral Travel», «Pegas Touristik», «Аккорд-тур», «Компас» та «Альф». Варто зазначити, що про результати своєї діяльності перед Міністерством звітують далеко не всі туроператори (у 2018 р., приміром, інформацію подали лише 537 (19,6%) компаній), не володіє подібною звітністю і Державна служба статистики України, відтак, рейтинг туристичних операторів, сформований Інтернет-виданням turprofi.com.ua, хоча вже і встиг стати традиційним, залишається дещо умовним.

Вартує уваги рейтинг туроператорів, складений

Асоціацією туристичних агентств України. Беручи до уваги такі критерії, як дотримання заявленої чартерної програми, переноси та затримка рейсів, частота непоселень у заброньовані готелі, оцінка робота гідів тощо, за результатами 2018-2019 рр. у п'ятірку найбільш надійних туристичних операторів потрапили «TEZ Tour», «Pegas Touristik», «TUI Ukraine», «Coral Travel», «Компас». Водночас лідер ринку «Join Up» залишився далеко позаду, через неодноразові затримки рейсів [8].

Що ж до найбільш відвідуваних українцями країн, у 2018-2019 рр. першість була за Єгиптом, друге місце посіла Туреччина, щоправда, попит на відпочинок на турецьких курортах у 2019 р. збільшився у більше, ніж два рази (з 13,0 до 26,07%), тоді як популярність серед українців відпочинку у Єгипті суттєво зменшилася (з 71,0 до 48,28 %) (Табл. 1-2). Той факт, що Туреччина займає лише другу позицію пояснюється сезонністю відпочинку, водночас на відпочинок до Єгипту українські туристи літають впродовж року. Як свідчать дані, у «трійці лідерів» залишилися також ОАЕ (3,59% відправлень у 2019 р.). «Відкриттям року» став Китай: його відвідали 3,15% українських туристів [9].

У 2019 р. лідерами за напрямком Єгипту виявилися «Join Up», «Anex Tour» та «TEZ Tour» – на них припало 76,1 % туристичних відправлень [10]. «Трійку лідерів» за напрямком Туреччини сформували

«Апex Tour», «TUI Ukraine», «TEZ Tour», з сукупною часткою 61,4% (за результатами літнього сезону),

одночас такий лідер ринку, як «Join Up», посів четверту сходинку (11,4%) [11].

Таблиця 1

Відправлення українських туристів по країнах у 2018 р., %

	країна	%		країна	%
1	Єгипет	71,0	6	Іспанія	1,8
2	Туреччина	13,0	7	Італія	1,7
3	ОАЕ	3,0	8	Греція	1,5
4	Шрі-Ланка	2,5	9	Болгарія	1,1
5	Таїланд	2,3	10	Кіпр	1,1

Таблиця 2

Відправлення українських туристів по країнах у 2019 р., %

	країна	%		країна	%
1	Єгипет	48,28	6	Греція	2,25
2	Туреччина	26,07	7	Туніс	1,84
3	ОАЕ	3,59	8	Іспанія	1,24
4	Китай	3,15	9	Чорногорія	1,16
5	Кіпр	2,35	10	Шрі-Ланка	1,14

Слід зазначити, що затребувані в Україні туроператори спеціалізуються на організації відпочинку за кордоном, водночас вітчизняний туризм, який потребує особливої промоції та підтримки для розвитку, залишається поза їх увагою. За умови збереження ситуації, що склалася, лідери туристичної галузі у перспективі нарощуватимуть свою доступність на ринку України, і все більше українців виїжджатимуть відпочивати за кордон. Відтак, гроші українських громадян працюватимуть на економіку інших держав, а вітчизняний туризм надалі чекатиме кращих часів.

Що ж до відпочинку у 2020 р., зроблені напередодні прогнози втратили свою актуальність у зв'язку з пандемією коронавірусу та економічною кризою, справжні масштаби яких на сьогодні важко оцінити. Але те, що кількість туристів суттєво зменшиться, а туристична галузь зазнає катастрофічних втрат, сумнівів не викликає. Вже в середині березня, фактично одразу з оголошенням офіційним Києвом карантину, українці почали масово повертати попередньо придбані путівки, водночас бронювання на травневі свята та літній період

відбувається на рівні 10 % від продажів аналогічного періоду попереднього року.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Упродовж аналізованого періоду туристичний ринок України стрімко розвивався, про що свідчить як збільшення кількості туристичних підприємств, так і збільшення кількості туристів, для яких вони організовували відпочинок, зростання доходності галузі. Виходячи з того, що українці здебільшого вибирають для відпочинку інші країни, можна було б прогнозувати наступне зміцнення присутності на ринку України туристичних операторів, зокрема тих із них, які вже встигли надійно на ньому закріпитися, водночас, у зв'язку з пандемією коронавірусу та економічною кризою будь-які прогнози робити зарано. В умовах сьогоденних викликів дослідження аспектів розвитку туристичної галузі України, безперечно, залишатиметься на часі, особливо в аспекті розробки практичних рекомендацій щодо оптимізації її функціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Про туризм»: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: https://kodeksy.com.ua/pro_turizm.htm.
2. Жукова, М. А. Маркетинг в туристском бизнесе. Москва : КноРус, 2015. 470 с.
3. Агафонова, Л. Г., Агафонова, О. Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. Київ: Знання України, 2012. 358 с.
4. Безуглий, І. В., Рябов, І. Б. Наукові аспекти формування туристичного бренду. Науковий вісник ЧДІЕУ. 2013. № 3 (19). С. 148-157.
5. Туристична діяльність в Україні: Статистичний бюлетень. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm.
6. Где отдыхают украинцы и у каких туроператоров покупают туры. URL: <https://nv.ua/biz/markets/krupneyshie-turisticheskie-operatoriy-ukrainy-i-naibolee-populyarnye-strany-dlya-otdyha-sredi-ukraincev-50028355.html>.

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
МУКАЧІВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
СЕРІЯ «ЕКОНОМІКА»**

Збірник наукових праць

Випуск 1(13) 2020

Заснований у 2014 р. Виходить двічі на рік
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія КВ № 20842-10642Р від 14.07.2014 р.

Оригінал-макет видання виготовлено
у редакційно-видавничому відділі Мукачівського державного університету

Технічний редактор: Лендел О. Д.

Адреса редакційно-видавничого відділу:
Мукачівський державний університет, вул. Ужгородська, 26,
м. Мукачево, Закарпатська обл., 89600,
тел./факс: (03131) 3-13-43, 2-11-09. E-mail: nauka@msu.edu.ua

Підписано до друку 23.04.2020 р. Формат 60*84/8.
Умовн. друк. арк. 26,3 Зам. 80 Тираж 300 примірників.

Адреса видавництва:
Мукачівський державний університет, вул. Ужгородська, 26,
м. Мукачево, Закарпатська обл., 89600,
тел./факс: (03131) 3-13-43, 2-11-09. E-mail: nauka@msu.edu.ua
<https://msu.edu.ua/>

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготовлювачів та
розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4916 від 16.06.2015 р.