

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-3-24>**Фурдак М.М.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва
Херсонського державного університету***Furdak Margarita***PhD in Economics,
Associate Professor of Finance, Accounting and Entrepreneurship Department
Kherson State University*

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ 2020

WAYS OF DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF CHALLENGES 2020

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано показники функціонування туристичної галузі України в динаміці за низку років: кількість туристичних потоків, обсяг зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами, та її питома вага в загальному обсязі зовнішньої торгівлі України, експортно-імпорتنний баланс зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами з деякими країнами світу. Зроблено висновок, що Україна є державою з не розкритим повною мірою та не задіяним туристично-рекреаційним потенціалом. Окреслено стратегічні напрями для підняття рівня якості вітчизняних туристичних послуг до європейських стандартів, якнайшвидшого виведення галузі з кризи, заподіяної глобальним поширенням пандемії, спричиненої вірусом COVID-19, прискорення подальшого поступального розвитку вітчизняного туризму і підвищення його конкурентоспроможності. Розглянуто роль внутрішнього туризму країни в посткарантинний період.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, туристична послуга, виноробство, винний туризм, сільський зелений туризм.

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы показатели функционирования туристической отрасли Украины в динамике за ряд лет: количество туристических потоков, объем внешней торговли услугами, связанными с путешествиями, и ее удельный вес в общем объеме внешней торговли Украины, экспортно-импортный баланс внешней торговли услугами, связанными с путешествиями, с некоторыми странами мира. Сделан вывод, что Украина является государством с не раскрытым полной мере и незадействованным туристско-рекреационным потенциалом. Определены стратегические направления для поднятия уровня качества отечественных туристических услуг к европейским стандартам, скорейшего вывода отрасли из кризиса, причиненного глобальным распространением пандемии, вызванной вирусом COVID-19, ускорения дальнейшего поступательного развития отечественного туризма и повышения его конкурентоспособности. Рассмотрена роль туризма страны в посткарантинный период.

Ключевые слова: туризм, туристическая отрасль, туристическая услуга, виноделие, винный туризм, сельский зеленый туризм.

ANNOTATION

Tourism as an industry has significant potential to stimulate the growth of national economies. Ukraine, having all the conditions for the proper development of the economy through domestic tourism, lags far behind the world's leading countries in the level of development of tourist infrastructure and quality of tourist services. The article analyzes the functioning of the tourism industry

of Ukraine in the dynamics over a number of years: the number of tourist flows, the volume of foreign trade in travel-related services and its share in total foreign trade of Ukraine, export-import balance of foreign trade in services related to with travels with some countries of the world. Based on the study, it was concluded that Ukraine today is a country with not fully disclosed and not used tourism and recreational potential. The global spread of the pandemic, caused by the COVID-19 virus, has provoked severe financial consequences for both the global tourism industry and domestic tourism. In these conditions, the Ukrainian tourism industry must find such new approaches and mechanisms of organization and management that could keep it in conditions of even fiercer competition for the consumer of tourism services. In particular, domestic tourism needs further development as an alternative to external tourism in a pandemic and post-quarantine period. As one of the ways out of the crisis situation, it is proposed to immediately intensify activities on the organization of thematic tourism services, in particular – rural green tourism and wine tourism. The wine-making and recreational-resort potential of some regions of Ukraine, in particular of Kherson region, for further development of green and wine tourism is substantiated. Conclusions were made on strategic directions to raise the level of quality of domestic tourist services to European standards, get out of the crisis as soon as possible and accelerate further progressive development of domestic tourism, increase the attractiveness of Ukraine as a tourist object – for both domestic and foreign tourists in increasing the competitiveness of domestic tourism in the post-quarantine period.

Key words: tourism, tourist branch, tourist service, winemaking, wine tourism, rural green tourism.

Постановка проблеми. Теоретично Україна є туристично привабливою країною і має всі можливості для розвитку вітчизняного туризму як пріоритетної галузі економіки. У Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 року сфера туризму визначена однією з основних галузей, що впливають на загальний стан і тенденції світової економіки. Тому можливість прискорення економічного зростання країни завдяки туристичній галузі підтверджено світовим досвідом. «Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує

рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг» – зазначено в Стратегії розвитку туризму і курортів України на період до 2026 року [1]. Оскільки в умовах світової кризи і пандемії, пов'язаної з поширенням вірусу COVID-19, конкурентна боротьба за споживача туристичного продукту стає ще більш жорсткою, це спонукає суб'єктів галузі переглянути підходи та інструменти щодо якості та наповнюваності своїх туристичних послуг, знайти нові дієві форми та способи зацікавленості туриста в інноваційній, сучасній, конкурентоспроможній, такій, що відповідає вимогам сьогодення дня туристичній послугі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням аналізу, виявлення основних тенденцій, проблем та перспектив подальшого розвитку туристичної галузі України як частини національної економіки присвячено чимало робіт науковців та аналітиків: Д. Басюк, О. Гальцової, Г. Горіної, С. Грабовенської, В. Дятлової, В. Зайцевої, М. Кабушкіна, В. Кицяка, Н. Коржа, О. Любіцевої, В. Мацуки, Н. Моїсєєвої, О. Покатаєвої, Г. Скляра, Т. Ткаченко, О. Трохимець, Н. Ушенко, І. Черниш, Н. Щербакової та ін. Чимало економістів різного часу досліджували проблеми управління розвитком туризму та впровадження зарубіжного досвіду в розбудову вітчизняної туристичної галузі, порядок формування механізмів управління розвитком туризму як на державному, так і на місцевому рівнях: І. Андриченко, М. Барна, О. Бартошук, І. Безуглий, Л. Богадьорова, В. Братюк, В. Герасименко, Г. Горбань, А. Гришук, А. Гуменюк, З. Іванова, Є. Козловський, М. Мальська, І. Маркіна, В. Семенов, Д. Стеченко, І. Чучка, І. Школа та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Пандемія, спричинена вірусом COVID-19, додала нових викликів та ще більше ускладнила процес формування вітчизняного туризму як високоефективної, конкурентоспроможної галузі. На перший план

вийшли питання утримання галузі в умовах кризи, недопущення її падіння до тих позначок, які унеможливають саме існування вітчизняного туризму, не тільки міжнародного, а й внутрішнього.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою роботи є дослідження стану української туристичної галузі в динаміці за ряд років, виявлення існуючих проблем та визначення стратегічних шляхів розбудови вітчизняного конкурентоспроможного туризму в нових умовах кризи, спричиненої світовою пандемією.

Виклад основного матеріалу дослідження. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10 відсотків. Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 відсотків. У 2015 році частка міжнародних туристичних прибуттів збільшилася на 4,4 відсотка і становила 1184 млн туристів [1]. Український бюджет у 2017 році отримав від туризму та послуг, пов'язаних з подорожами (отелі, харчування, транспорт тощо) 39,6 млрд грн. Інвестиції до туристичного сектору за підсумками 2017 року становили 7,9 млрд грн [2].

Як зазначалося вище, у світовому ВВП частка туризму становить близько 10%, в той час як за офіційними статистичними джерелами питома вага туристичної галузі в Україні в 2018 році становила лише 1,5% ВВП, поступово зменшуючись протягом останніх 15 років (рис. 1).

Як свідчать результати дослідження, упродовж 2015–2018 років в Україні спостерігається загальне збільшення туристичних потоків (табл. 1).

В той же час досить незначна частка в'їзних туристів зменшилась з 6,7% в 2013 році до 1,7% в 2018 році, тобто майже в 4 рази, а доля внутрішніх туристів від загальної кількості туристичних потоків з цей же час скоротилась більше ніж вдвічі, поповнивши нішу в'їзних туристів, кількість яких збільшилась з 2519 тис. осіб в 2013 році до 4023 тис. осіб в 2018 році. Загалом же в 2018 році в Україну віхало лише 1,7% туристів від загальної кількості туристичного потоку. Динаміка співвідно-

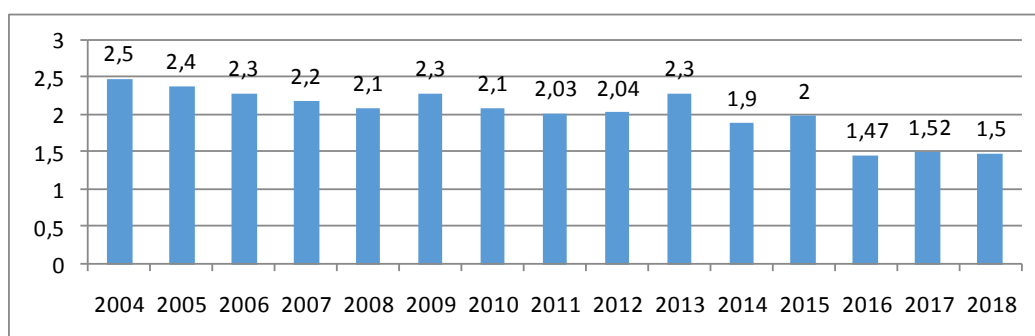


Рис. 1. Частка прямих надходжень від туризму у ВВП України, %

Джерело: [3]

Таблиця 1

Туристичні потоки в Україні, тис. осіб

Роки	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	3454	2425	2019	2550	2806	4557
З них:						
візних (іноземних) туристів	232	17	15	35	39	76
доля із загальної кількості, %	6,7	0,7	0,7	1,4	1,4	1,7
виїзних туристів	2519	2085	1647	2061	2290	4023
доля із загальної кількості, %	72,9	86,0	81,6	80,8	81,6	88,3
внутрішніх туристів	703	323	357	454	477	457
доля із загальної кількості, %	20,4	13,3	17,7	17,8	17,0	10,0
Співвідношення кільк. виїзних туристів до внутрішніх	3,6	6,4	4,6	4,5	4,8	8,8

Джерело: [4]

шення кількості виїзних туристів до кількості внутрішніх має стійку тенденцію до збільшення і досягає в 2018 році показника 8,8 в порівнянні з 3,6 в 2013 році, тобто збільшення становить 2,4 рази. Особливо стрімко цей показник зріс в 2018 році. Це свідчить про занепад внутрішнього туризму в Україні. Негативна тенденція стану вітчизняної туристичної галузі простежується і на рис. 2.

Як видно з рис. 2, кількість громадян України, які виїжджали за кордон значно перевищує кількість іноземців, які відвідали Україну. Крім того, кількість українців, які виїжджали закордон, з року в рік збільшується. Це свідчить про те, що Україна дедалі більше стає непривабливою як для зовнішніх, так і для внутрішніх туристів. Дається взнаки неспроможність вітчизняного туристичного продукту на рівних конкурувати з країнами-лідерами туристичних послуг. Найбільшою популярністю серед громадян України у 2017 році користувалася Польща, Угорщина, Молдова, Туреччина, Румунія, Словаччина, Єгипет, Німеччина, Італія та Ізраїль. Серед іноземців, які відвідали нашу країну, переважали громадяни Молдови, Республіки Білорусі, Польщі, Туреччини, Ізраїлю, Німеччини, США та Азербайджану [5].

При цьому частина іноземних туристів, які подорожували в туристичних групах, є доволі незначною, – трохи більше 1%. Більшість гро-

мадян, які за існуючою класифікацією розглядаються як іноземні туристи, фактично такими не є, а відвідували Україну зі службовими або приватними цілями, а вищезазначені статистичні показники надані включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Державної прикордонної служби України). Все це свідчить про низький рівень розвитку організованого туризму в Україні.

У структурі зовнішньої торгівлі України питома вага послуг, пов'язаних із подорожами, має досить стаке значення – від 3,2% в 2005 році до 2,1% в 2010, 2011, 2015, 2016, 2019 роках, про що наочно свідчать дані табл. 2.

Це означає, що за досить довгий період – з 2005 по 2019 рік – галузь не наростила обсягів, тобто не розвивалась. Показники зовнішньої торгівлі України послугами, пов'язаними з подорожами в 2019 році, з деякими країнами, наведені в таблиці 3.

Як видно з таблиці, сальдо зовнішньої торгівлі з країнами – найбільшими експортерами-імпортерами послуг, пов'язаних із подорожами, є від'ємним, тобто імпорт таких послуг значно перевищує експорт.

Проведене дослідження наочно свідчить, що Україна сьогодні є державою з не розкритим повною мірою туристично-рекреаційним потенціалом. В той же час країна має вагомі об'єктивні передумови, щоб зайняти достойне місце серед

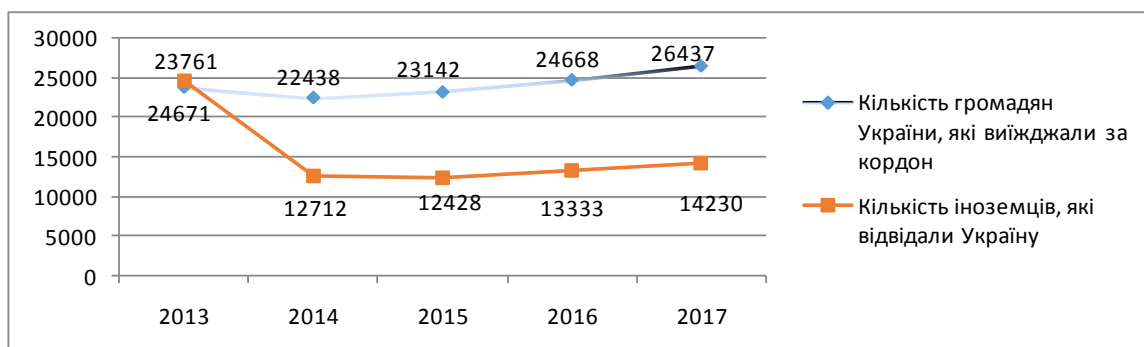


Рис. 2. Динаміка зміни кількості громадян, що виїжджають в Україну та виїжджають із неї

Джерело: [4]

Таблиця 2
Динаміка зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами, млн дол. США

	Усього	Послуги, пов'язані з подорожами	Питома вага послуг, пов'язаних з подорожами
2005	6443,2	207,0	3,2
2010	11936,3	253,1	2,1
2011	14180,3	301,9	2,1
2012	14096,2	392,5	2,8
2013	14233,2	358,1	2,5
2014	11520,9	228,0	2,0
2015	9736,7	200,9	2,1
2016	9868,0	205,2	2,1
2017	10714,4	242,7	2,3
2018	11638,0	298,9	2,6
2019	15628,9	335,0	2,1

Джерело: розраховано автором на підставі ukrstat.gov.ua

Таблиця 3
Зовнішня торгівля послугами, пов'язаними з подорожами, України з деякими країнами світу в 2019 році

	Експорт		Імпорт		Сальдо (+,-)	
	Обсяг, тис. дол. США	Питома вага у % до загального обсягу країни	Обсяг, тис. дол. США	Питома вага у % до загального обсягу країни		
Усього	15628855,9	100,0	6942150,2	100,0	8686705,7	
З них:						
Албанія	усього	988,7	100,0	1730,3	100,0	-741,7
	послуги, пов'язані з подорожами	255,1	25,8	1596,7	92,3	-1341,6
Болгарія	усього	44866,7	100,0	28014,8	100,0	16851,9
	послуги, пов'язані з подорожами.	1469,6	3,3	10882,9	38,8	-9413,3
Греція	усього	24811,8	100,0	38710,2	100,0	-13898,4
	послуги, пов'язані з подорожами.	1659,8	6,7	27673,9	71,5	-26014,1
Іспанія	усього	86694,4	100,0	55874,1	100,0	30820,3
	послуги, пов'язані з подорожами.	1525,7	1,8	21497,1	38,5	-19971,3
Італія	усього	135363,2	100,0	72158,1	100,0	63205,1
	послуги, пов'язані з подорожами.	5515,4	4,1	20904,3	29,0	-15388,9
Чорногорія	усього	2752,5	100,0	7575,6	100,0	-4823,1
	послуги, пов'язані з подорожами.	32,8	1,2	5979,3	78,9	-5946,5
Кіпр	усього	357134,9	100,0	409220,8	100,0	-52085,9
	послуги, пов'язані з подорожами.	5763,8	1,6	161122,0	39,4	-155358,2
Мальдіви	усього	389,0	100,0	8588,9	100,0	-8199,9
	послуги, пов'язані з подорожами	233,6	60,1	8585,1	100,0	-8351,5
Туреччина	усього	197429,1	100,0	567525,6	100,0	-370096,6
	послуги, пов'язані з подорожами	10756,5	5,4	409683,9	72,2	-398927,4

Джерело: [4]

найрозвиненіших туристичних країн світу. Маючи вигідне геополітичне розташування, Україна завжди була і є перехрестям транспортних та людських потоків з Півночі на Південь та із Заходу на Схід. Значний туристсько-рекреаційним потенціал України базується на спри-

ятливих кліматичних умовами, переважно рівнинному ландшафті, багатстві флори і фауни, розвиненій мережі транспортних сполучень, наявності культурно-історичними пам'ятками, широкій індустрії подорожей та туризму. В умовах необхідності виходу економіки України із

кризи, спричиненої санітарно-епідеміологічною ситуацією в світі та країні, та враховуючи потенційні збитки туристичної галузі в 2020 році, спричинені світовою пандемією, нагальною потребою стає всебічне вивчення, упорядкування та розвиток усіх наявних в нашій державі місць та ресурсів туристичного призначення, що мають стати фокусами регіональних центрів вітчизняної туристичної індустрії, сприяти подальшому соціально-економічному розвитку як зовнішнього, так і внутрішнього туризму. Внаслідок глобального поширення пандемії 2020 року очікується «дві хвили» важких фінансових наслідків для світової туристичної індустрії. З однієї сторони, брак вільних ресурсів на фінансових ринках суттєво обмежив подальший розвиток туристичних об'єктів. З другої сторони, зростання безробіття і скорочення доходу населення викликало «ефект оптимізації витрат домогосподарств», що очікувано буде супроводжуватися скороченням витрат на дозвілля, вагома частка яких приходилася на туризм. В зв'язку із цим тенденції спаду у світовому туризмі очікувано будуть випереджати динаміку спаду сукупного ВВП, як це було в період фінансової кризи 2008 року.

Оскільки в умовах світової кризи і пандемії, пов'язаної з поширенням вірусу COVID-19, конкурентна боротьба за споживача туристичного продукту стає ще більш жорсткою, це спонукає суб'єктів галузі переглянути підходи та інструменти щодо своїх продаж. Відтак, в сьогоднішніх умовах для туристичної галузі, яка найбільше постраждала від пандемії, особливо посилюються позиції внутрішнього туризму. В цьому сенсі, на нашу думку, слід задуматись над розбудовою в країні тематичного туризму. На конференції Всесвітньої туристичної організації в Ліссабоні за результатами дослідження «Tourism 2020 Vision» проголошені 5 перспективніших туристичних напрямків XXI століття, один з яких – саме тематичний туризм.

Зокрема, актуальним є сільський зелений туризм та його різновиди. Взагалі, 2020 рік в Україні проголошений Роком розвитку туризму в регіонах і на сільських територіях. В цьому зв'язку для утримання вітчизняною туристичною галузю своїх позицій необхідно як можна оперативніше вивчити попит на туристичний продукт, переформатувати пропозиції, забезпечити сучасне інфраструктурне облаштування, ефективно задіяти рекламу, і, звичайно, налагодити якісний спектр сервісу за помірними цінами.

В квітні 2020 року стартував Всеукраїнський молодіжний конкурс інноваційних проєктів розвитку туризму на сільських територіях, що передбачає врахування кризових явищ, пов'язаних із пандемією COVID-19. Його мета – залучити молодь до розроблення та впровадження проєктів місцевого економічного розвитку, підтримати підприємницьку та інноваційну проєктну діяльність і популяризувати сільський туризм не тільки як дієву форму соціаль-

но-економічного розвитку сільських територій, а й як перспективний напрямок розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Одним із регіонів, що має достатній потенціал та всі можливості для успішного й сталого розвитку сільського зеленого туризму, як то унікальний природний комплекс, сприятливий клімат, щедрість землі, гостинність місцевих жителів, численні об'єкти відпочинку у сільській місцевості (зелені садиби, селянські і фермерські господарства, комплекси для риболовлі тощо), є Херсонщина. Наприклад, за результатами моніторингу, проведеного Херсонською ОДА ще в 2014 році питома вага кількості туристів, що прибули до регіону на відпочинок та оздоровлення біля моря, складала 75%, сільський зелений туризм зайняв 19%, історико-культурний та інші різновиди туризму – 6%. За офіційною інформацією Департаменту з туризму та курортів ХОДА, в 2019 році Херсонську область відвідало 3 млн 920 тис туристів, з них 58 тис 197 іноземців. Переважна кількість відпочиваючих прибули з Дніпропетровської, Київської, Миколаївської, Запорізької, Одеської, Вінницької, Харківської, Львівської, Хмельницької, Житомирської областей. Країни-лідери за туристичними відвідуваннями Херсонщини – Польща, США, Білорусь, Німеччина, Італія. Згідно з офіційною інформацією, впродовж сезону 2019 року туристів приймали 227 закладів відпочинку та оздоровлення (державної, комунальної та колективної власності), 46 дитячих оздоровчих таборів, 15 спеціалізованих санаторних закладів, 1186 мініготелів і пансіонатів приватного сектору, а також 65 баз та комплексів зеленого туризму, 54 цілорічні готельні комплекси [6].

До послуг туристів на Херсонщині діють 20 садіб сільського зеленого туризму, найбільш популярними з яких є «Зелені Хутори Таврії» в Голопристанському районі. На території області розроблено більше 90 туристичних маршрутів та створено і розповсюджено єдиний реєстр маршрутів внутрішнього туризму, серед яких науково-пізнавальні маршрути по біосферному заповіднику «Асканія-Нова», пішохідні маршрути по єдиній в Європі пустелі – «Олешківські піски», відвідування святині українського козацтва, пам'ятника історії національного значення – Кам'янської Січі, екологічні маршрути по островам Бірючий та Джарилгач; екскурсії по об'єктах винного та сільського зеленого туризму. Також простежується цілеспрямований потік туристів на Лемурійське озеро у Чаплинському районі. Відтак, аналіз передумов та тенденцій розвитку туризму Херсонської області дозволяє стверджувати, що область має значні можливості та переваги, щоб увійти до найбільш розвинутих у туристичному відношенні регіонів Європи, зокрема зайнявши нішу сільського зеленого туризму: вигідне геополітичне розташування, комфортні мікрокліматичні умови, різноманітний ландшафт, унікальну

флору і фауну, історико-культурну, архітектурну спадщину, розвинуту мережу транспортного сполучення, достатні людські, матеріальні, у тому числі природно-оздоровчі ресурси. В той же час, відновлення вітчизняної туристичної галузі від катастрофічних наслідків світової пандемії потребує застосування нових, нетрадиційних інноваційних підходів до організації та управління галуззю як на державному рівні, так і на рівні суб'єктів туристичних послуг. Для забезпечення відродження та поступального розвитку туристичної галузі України в посткарантинних умовах посилення конкуренції, потрібно розуміння щодо необхідності більш енергійного впровадження саме внутрішнього туристичного продукту, на фоні зростання вимог споживачів до наповнення, різноманітності та якості туристично-рекреаційних послуг. Зокрема, незважаючи на потужний туристично-рекреаційний потенціал, кате-горію «зірок» на Херсонщині на сьогодні мають лише 4 заклади: готелі Опті-ма*** та Greenstone** (Херсон), Ревлан* (Нова Каховка), Прем'єра** (Залізний Порт Голопристанського району). Сертифікати відповідності послуг проживання є у 68 закладів. Звісно, цього недостатньо в умовах підвищення вибагливості туристів до якості наданих туристичних послуг та з огляду на конкурентні переваги зарубіжних готелів.

Також, відпочивальники незадоволені якістю умов транспортних перевезень в країні. Стан автошляхів катастрофічний практично у всіх регіонах країни, у т.ч. і в найбільш затребуваних туристами. При цьому значна частка внутрішніх туристичних перевезень здійснюється автомобільним транспортом, в той час, як технічний стан автомобільних доріг негативно впливає на безпечність та комфортність подорожі.

Навіть відсутність банкоматів в місцях активного відпочинку туристів (зокрема, в Херсонській області на Арабатській Стрілці – узбережжя Азовського моря, яке вибирають відпочивальники з дітьми) різко знижує комфортність та якість відпочинку і, відповідно, знижує конкурентоспроможність туристичної галузі конкретного регіону.

Ще одним перспективним, і на наш погляд необхідним напрямком вітчизняної туристичної галузі має стати винний туризм як різновид внутрішнього тематичного туризму. Зокрема, сьогодні у всіх виноробних регіонах світу вважається за доцільне розвивати і підтримувати такий вид тематичного туризму, як винний, з метою популяризації місцевої виноробної продукції – з одного боку, і підвищення рівня конкурентоспроможності туристичної галузі – з іншого боку. Відомі європейські виноробні регіони Італії, Франції, Іспанії, Португалії, Угорщини, а також країни «Нового Світу вина», такі як Австралія, Аргентина, Чилі, США і Південна Африка проводять тактику рекламування продукції місцевих виробників алкогольних напоїв і просування місцевого туристичного продукту,

отримуючи додаткові економічні та соціальні вигоди від туристів – цінителів вина. Поєднуючи два сектори економіки – виноградарсько-виноробну галузь і туризм, та надаючи певні вигоди для розвитку туризму, винний туризм є також і формою маркетингу винограду і вина, та в той же час може співіснувати з усіма видами діяльності, які є супутними при вирощуванні винограду та виробництві вина. Винний туризм сприяє просуванню виноградної сировини і виноматеріалів від сільськогосподарських товаровиробників та виноробних підприємств до кінцевих споживачів, підвищує ефективність маркетингових комунікацій та брендингу як господарюючих суб'єктів на внутрішньому і зовнішніх ринках виноградно-виноробної продукції, так і суб'єктів туристичної діяльності України. Крім того, поширення спеціалізованих послуг винного туризму дасть змогу збільшити тривалість туристичного сезону в регіонах, підвищити туристичний імідж місцевості, збільшити кількість туристичних потоків, збагатити і диференціювати місцевий туристичний продукт за рахунок впровадження різноманітних додаткових заходів, як то: винних фестивалів, екскурсій, дегустацій, презентацій тощо.

В Україні існують всі передумови для успішного розвитку винного туризму, оскільки держава входить у двадцятку світових лідерів виробництва вина. Ключовими фігурами в розвитку ринку винного туризму в Україні є підприємства і структури, пов'язані з виробництвом і продажем вина. Адже їхня частка в роздрібно-му продовольчому товарообігу України – в межах 20%, що є досить високим показником для економіки, в той час як внесок туризму у ВВП України становить близько 1,5% [7].

Серед європейських найкращих практик винного туризму можна виділити кластер Бордо. До нього входять підприємства виробництва винограду, вина, добрив, засобів захисту рослин, розплідники і селекційні господарства, виробники машин і устаткування для виноградарства і виноробства, пакування та тари, компанії із забезпечення сертифікації продукції, мережі дистрибуції та торгівлі, а також мережа готелів та закладів громадського харчування, що забезпечують до 50% доходів винно-туристичного кластера, Інститут енології, Винна школа, Школа винного бізнесу і громадські організації інтелектуальної власності, захисту прав споживачів тощо. Серед учасників кластера також присутні підприємства з надання юридичних послуг, маркетингові, друкарські, дизайнерські підприємства, які забезпечують рух інформаційних потоків у кластері [8].

За даними аналітичних досліджень та учасників ринку, середній показник споживання вина українцями становить 3–5 л на особу на рік. Для порівняння у «традиційних винних країнах» Європи цей показник становить: у Франції – 44,2, у Португалії – 41,0, в Італії – 37,5 літра на особу [9]. Низький рівень споживання вина в порів-

Таблиця 4

Кількість підприємств виноробної промисловості та обсяг виробництва вина в Україні та Херсонській області

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість підприємств виноробної промисловості, од.								
Україна	43	43	45	46	47	52	59	61
Херсонська обл.	6	6	7	9	9	9	9	9
Обсяг виробництва вина, тис. дал								
Україна	29611	38039,8	45409,7	51169,6	34730,3	40656,3	42119,0	20722,5
Херсонська обл.	345,3	299,5	307,2	275,4	783,1	320,2	108,1	860,1

Джерело: [10; 11; 12]

Таблиця 5

Суб'єкти винного туризму в Україні

Підприємство	Місце розташування	Вид діяльності	Туристичний продукт
Херсонська область			
Виноробне господарство князя П.М. Трубецького	Бериславський район, село Веселе.	Вирощування винограду, виробництво вина, зберігання у винних підвалах.	Тут можна в буквальному сенсі зануритися в історію, адже 8 винних підвалів зберігають більше 10 000 пляшок, серед яких близько 7 000 вин – рідкі екземпляри. Пропонується екскурсія виноробнею, екскурсія на збір урожаю, історична екскурсія, етнотур, еногастрономічний тур, дегустація, продаж вина власного виробництва.
Будинок марочних коньяків «Таврія»	м. Нова Каховка	Виробництво вин та коньяків.	Екскурсії щодо вирощування винограду, технології виробництва коньяку, зберігання та витримки у галереях, дегустація та основи етикету, продаж продукції власного виробництва.
Одеська область			
Винарня «Колоніст»	Болградський район, село Криничне.	Сімейна виноробня. Виробництво вин.	Екскурсії по виноградниках, виноробних цехах і винних підвалах, дегустація вин та страв болгарської кухні, продаж продукції власного виробництва.
Винзавод «Шабо»	Білгород-Дністровський район, село Шабо.	«Центр культури вина Шабо». Виробництво вин та коньяків.	Екскурсії (історія вина, структура підприємства, винні підвали, пам'ятник Виноградній лозі, мультимедійна скульптура «Фонтан Діоніса»), дегустація, продаж продукції власного виробництва.
Винарня Grande Vallee	Овідіопольський район, селище Великодолинське.	Завод «Винтрест». Виробництво винограда та вин.	Екскурсії по заводу і виноградниках, дегустація вин у супроводі сомельє, відпочинок на літній терасі, продаж продукції власного виробництва.
Миколаївська область			
Винарня «Бейкуш»	Очаківський район, село Чорноморка.	Сімейне господарство. Виробництво вин.	Екскурсії, дегустація вин, продаж вина власного виробництва, участь у гастрономічних фестивалях.
Закарпатська область			
Виноробний комплекс «Чизай»	м. Берегове, урочище Чизай.	Виробництво вина.	Екскурсії (вирощування винограду, виробництво вина, вино сховища, Музей виноградарства та виноробства, підйом на вершину виноградних пагорбів), дегустація вина та їжі, продаж вина власного виробництва.
Винзавод «Леанка»	Ужгородський район, селище Середне.	Виробництво сухих, десертних та марочних сухих вин.	Екскурсії (Середнянські винні підвали, зберігання вина), дегустація, продаж вина власного виробництва.
Дегустаційний підвал «Старий підвал»	м. Берегове.	Виробництво вина.	Екскурсії щодо технології виробництва та в винний підвал, дегустація, продаж вина власного виробництва.
Винарня Олександра Ковача	м. Ужгород.	Виробництво вина.	Дегустаційний винний зал «Шардоне». Дегустація, продаж вина власного виробництва, участь у конкурсах і фестивалях, свято молодого вина «Закарпатське боже».

Джерело: самостійно систематизовано автором

нянні з іншими країнами зумовлений низькою купівельною спроможністю вітчизняного споживача та відсутністю культури споживання вина в Україні. Водночас, за даними Державної служби статистики, кількість виноробних підприємств має тенденцію до збільшення, як в Україні, так і в Херсонській області, як виноградарсько-виноробному регіоні. В той час, як показник виробництва вина в Україні в 2017 році зменшився в порівнянні з попереднім роком більш ніж вдвічі, Херсонщина наростила виробництво вина майже в 9 разів (табл. 4).

У своїй виробничій діяльності передові виноробні підприємства Херсонської області поєднують як сучасні європейські технології (ручний збір винограду, обмеження врожайності виноградників для забезпечення високої якості вина, сучасне обладнання тощо), так і особливості ґрунту Херсонської області (вирощування районуваних сортів винограду, виготовлення автентичних вин і т.ін.).

Це позитивно впливає на індивідуальний імідж Херсонських вин на ринку України і формування конкурентних переваг. Зокрема, «Виноробне господарство князя П.М. Трубецького» – це єдине історичне шато України, де протягом 124 років виробляють якісні українські вина з винограду, вирощеного на власних виноградниках і зібраного руками. У 2013 році завершено реконструкцію історичної будівлі виноробні 1900 року з вежею та оглядовим майданчиком, де обладнано дегустаційні зали, встановлено 8 галерей винних підвалів часів Трубецького, що використовуються для витримки та зберігання вин. Підприємство є достойним об'єктом винного туризму в Херсонській області. Крім «Виноробного господарства князя П.М. Трубецького», в Україні вже започатковано практику винного туризму і в інших регіонах (табл. 5).

Виноробство є невід'ємною частиною соціально-культурної спадщини будь-якої нації, автентичним надбанням етносу. Тому інструменти та механізми організації винного туризму вирішують не тільки економічні задачі наповнення бюджету, а й в повній мірі відповідають соціально-гуманітарним завданням туристичної діяльності будь-якої країни, як найважливішого чинника діалогу культур, світогляду і традицій народів.

Висновки. Розвиток туризму в Україні є однією із перспективних галузей для національної економіки, яка дозволить забезпечити значний внесок у ви-гляді нових робочих місць, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності та поповнення державного бюджету через сплату податків. Протягом багатьох років туристична галузь України розвивається дуже повільними темпами. Основною проблемою розвитку туризму в Україні є неефективне та нерациональне використання природних ресурсів, якими багата країна, а також недостатність чіткої стратегії розвитку індустрії туризму та її регулювання і державної підтримки. Пандемія 2020 року, спричинена поширенням вірусу

COVID-19, додала нових викликів туристичній галузі. Вважаємо, що внутрішній туризм в умовах пандемії та в посткарантинний період стає пріоритетним та потребує якнайшвидшого розвитку в Україні, що дозволить вітчизняним суб'єктам туристичної діяльності збагатити свою туристичну пропозицію та залучити до свого бізнесу різні верстви населення.

І в цьому сенсі вважаємо за необхідне виділити такі стратегічні напрями щодо підняття рівня якості вітчизняних туристичних послуг до європейських стандартів, прискорення розвитку вітчизняного туризму та приваблення більше туристів як з України, так і із зарубіжжя:

- удосконалення туристичної інфраструктури та транспортних шляхів сполучення;
- врегулювання та вдосконалення нормативно-правової бази у сфері туризму;
- активний розвиток внутрішнього тематичного туризму, зокрема, сільського зеленого та винного туризму.

Тільки така взаємодія усіх елементів туристичної індустрії може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого в якості зростання конкурентоспроможності сфери вітчизняного туризму. Конкурентоздатними будуть ті оператори туристичного ринку, які раніше за інших додадуть своєму туристичному продуктові нові споживчі якості і властивості і зуміють зацікавити споживача новаціями.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення: 30.05.2020).
2. Туристична галузь в Україні 2017 року принесла 1,5% ВВП. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2442359-turistica-galuz-v-ukraini-2017-roku-prinesla-15-vvp.html> (дата звернення: 31.05.2020).
3. Шелеметьєва Т. В. Управління розвитком туризму в Україні в умовах трансформації національної економіки [автор. дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук 08.00.03 – економіка та управління національним господарством]. URL: http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/sites/default/files/aref%20Shelemetieva_0.pdf (дата звернення: 02.06.2020).
4. Статистичний щорічник України за 2018 рік (за ред. І. Є. Вернера). Житомир : ТОВ «БУК-ДРУК», 2019. 482 с. С. 161. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2019/zb/11/zb_yearbook_2018.pdf (дата звернення: 02.06.2020).
5. Статистичний щорічник України за 2017 рік. (за ред. І.Є. Вернера). Київ, 2018. 541 с. С. 172. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2018/zb/11/zb_seu2017_u.pdf (дата звернення: 02.06.2020).
6. На Херсонщині цього літа відпочили майже 60 тисяч іноземців. URL: <https://glavcom.ua/news/na-hersonshchinico-go-lita-vidpochili-mayzhe-60-tisyach-inozemciv-629917.html> (дата звернення: 29.05.2020).
7. Карташова О.Г Соціально-економічні умови розвитку туристичних винних кластерів в Україні. Бізнес-навігатор. 2017. Вип. 4-2(43). С. 58–63. 168 с.

8. Нездоймінов С.Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 8. Частина 1. 2014. 217 с. С. 137–141.
9. Офіційний веб-сайт Продовольчої та сільськогосподарської організації Об'єднаних Націй. FAOSTAT. URL: <http://faostat.fao.org/> (дата звернення: 01.06.2020).
10. Головне управління статистики у Херсонській області. URL: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 30.05.2020).
11. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 30.05.2020).
12. Федорова Н. Є. Адаптація комунікативної складової комплексу маркетингу підприємств харчової галузі до сучасних ринкових умов. [автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)]. URL: <http://kntu.net.ua/ukr/content/download/58818/350542/file/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82.pdf> (дата звернення: 03.06.2020).
4. Statystychnyy shchorichnyk Ukrainy za 2018 rik (za red. I. Ye. Vertera). Zhytomyr: TOV «BUK-DRUK», 2019. 482 s. S. 161. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publitsat/kat_u/2019/zb/11/zb_yearbook_2018.pdf (accessed 02.06.2020).
5. Statystychnyy shchorichnyk Ukrainy za 2017 rik (za red. I.Ye. Vertera) Kyiv, 2018. 541 s. S.172. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publitsat/kat_u/2018/zb/11/zb_seu2017_u.pdf (accessed 02.06.2020).
6. Na Khersonshchyni ts'oho lita vidpochyly mayzhe 60 ty-syach inozemtsiv. URL: <https://glavtsom.ua/news/na-her-sionshchyni-tsogo-lita-vidpochyli-mayzhe-60-tisyach-inozemt-siv--629917.html> (accessed 29.05.2020).
7. Kartashova O.H Sotsial'no-ekonomichni umovy rozvytku turystychnykh vynnykh klasteriv v Ukraini. Biznes-navigator. 2017. Vyp. 4-2(43). S. 58–63. 168 s.
8. Nezdoymynov S.H. Rehional'ni kontury klasternoho rozvytku vynnoho turyzmu. Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnogo universytetu Vypusk 8. Chastyna 1. 2014 217 s. S. 137–141.
9. Ofitsiynyy veb-sayt Prodovol'choyi ta sil'skohospodars'koyi orhanizatsiyi Ob'yednanykh Natsiy. FAOSTAT. URL: <http://faostat.fao.org/> (accessed 01.06.2020).
10. Holovne upravlinnya statystyky u Khersons'kiy oblasti. URL: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua> (accessed 30.05.2020).
11. Ofitsiynyy sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 30.05.2020).
12. Fedorova N. Ye. Adaptatsiya komunikativnoyi skladovoyi kompleksu marketynhu pidpryyemstv kharchovoyi haluzi do suchasnykh rynkovykh umov. [avtoref. dysertatsiyi na zdobuttya naukovoho stupenya kandydata ekonomichnykh nauk spetsial'nis' 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy (za vydamy ekonomichnoyi diyal'nosti)]. URL: <http://kntu.net.ua/ukr/tcontent/download/58818/350542/file/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82.pdf> (accessed 03.06.2020)

REFERENCES:

1. Rozporyadzhennya KMU vid 16 bereznya 2017 r. # 168-r «Pro skhvalennya Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (accessed 30.05.2020).
2. Turystychna haluz' v Ukraini 2017 roku prynesla 1,5% VVP. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubrics-tourism/2442359-turistsna-galuz-v-ukraini-2017-roku-prinesla-15-vvp.html> (accessed 31.05.2020).
3. Shelemeť'yeva T. V. Upravlinnya rozvytkom turyzmu v Ukraini v umovakh transformatsiyi natsional'noyi ekonomiky [avtoref. dysertatsiyi na zdobuttya naukovoho stupenya doktora ekonomichnykh nauk 08.00.03 – ekonomika ta upravlinnya natsional'nym gospodarstvom]. URL: <http://virtuni.edutsation.zp.ua/>