

*Секція 1. Економіка, фінанси, страхування і банківська справа:  
інноваційно-інвестиційні стратегії*

**Ольшанська Олександра Володимирівна**

*доктор економічних наук, професор,  
декан факультету економіки та бізнесу  
Київський національний університет технологій та дизайну  
м. Київ, Україна*

**Григорчук Дарина Вікторівна**

*аспірант кафедри бізнес-економіки та туризму  
Київського національного університету технологій та дизайну  
м. Київ, Україна*

## **КОНКУРЕНТНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Туризм є однією з найбільш перспективних галузей національної економіки країни в контексті євроінтеграції, в умовах, коли кордони для внутрішніх і зовнішніх туристів практично є відкритими. Унікальність туризму полягає в комплексному характері впливу та поєднанні різних видів економічної діяльності та сфер впливу, у яких зміни іноді навіть неможливо порівняти та дослідити зміни як економічні, так соціокультурні.

Регіональні особливості розвитку туристичної індустрії для України є основною тенденцією, які формують туристичний бренд регіону та країни в цілому. Регіоналізація надає можливості розвитку за рахунок унікальності та неповторності місцевих особливостей (рекреаційних, історичних, природних, ділових тощо), що в подальшому позитивно відображається й на динаміці розвитку країни в цілому [5]. За останні 5 років можна прослідкувати тенденцію створення туристичних брендів регіонів, в яких відображена унікальність їх місцевості, на яку звертають

увагу туристи як вітчизняні, так і іноземні. Такими прикладами можуть слугувати Львів та Буковель. Якщо у Львів туристи ідуть на культурне просвітництво, каву та шопінг, то у Буковель - за краєвидами та екстремальним дозвіллям. Слід відзначити, що раніше ці два міста розглядались як регіон Прикарпаття. І такі приклади сформованих туристичних брендів в Україні сьогодні можна навести практично у кожному регіоні або, навіть місті.

З 2012 року Україна вперше потрапила до низки міжнародних авторитетних туристичних рейтингів таких, як Globe Sports, Trip Advisor, The National Geographic traveler, The Lonely Planet. Але лише у 2014 році в рамках популяризації України відбулась презентація нового туристичного бренду України. Тобто можна сказати, що сьогодні туристична індустрія тільки на початку в нашій країні.

За даними Державного комітету статистики України найбільш популярними для відвідування регіонами серед європейських туристів в останні роки стали Київ, Київська, Львівська та Одеська області. Звичайно це обумовлено й тим, що це є найбільші та одні з найцікавіших туристичних візитівок нашої країни, інтерес до яких іноземців з кожним роком збільшується, про що свідчить їх подальший позитивний розвиток. А це в свою чергу призводить до збільшення інвестицій у суміжні галузі та розвитку якісної туристичної інфраструктури [3].

Найпопулярнішими видами поїздок до України є приватні, транзитні та туристичні. В умовах подальшої євроінтеграції України її вигідне географічне положення, природні рекреаційні ресурси, багата й різноманітна культурна спадщина, палацово-паркові ансамблі та інші архітектурні об'єкти, що входять до списку Всесвітньої природної та культурної спадщини ЮНЕСКО, є основою для подальшого стрімкого розвитку туристичної індустрії, яка сьогодні має великі перспективи.

У цілому дослідження довели, що програми розвитку туризму різних країн мають багато спільного у принципах, завданнях і базових орієнтирах, але сам процес вирішення завдань багато в чому залежить від досягнутого рівня розвитку туризму в певній країні. Саме тому в умовах сучасного фінансового стану нашої країни глобальне оновлення туристичного сервісу, на наш погляд, має відбуватися поступово, і першим етапом його розвитку має стати актуалізація та популяризація внутрішнього туризму [1].

З огляду на це фундаментальне переформатування вітчизняної туристичної галузі повинно починатися з алгоритму формування Програми розвитку внутрішнього туризму в Україні, який умовно включає вісім поступових етапів:

- моніторинг сучасного стану розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- виявлення основних груп факторів середовища, які впливають на туристичну діяльність;
- визначення основних стейкхолдерів, їх градація та алгоритм взаємодії;
- побудова ефективної моделі внутрішнього туризму в Україні та визначення потенційних резервів його подальшого розвитку;
- структурно-логічна схема побудови моделі внутрішнього туризму;
- ключові цілі, драйвери і ресурси формування «дорожньої карти»;
- створення «дорожньої карти» розвитку внутрішнього туризму;
- формування інноваційної структури управління розвитком туристичного бізнесу в Україні, яка включатиме всіх учасників туристичного бізнесу, державні структури, науку й освіту.

Отже, для України, як і для багатьох країн світу, туризм є вагомим та дієвим чинником вдосконалення суспільних відносин, становлення неформальних соціальних інститутів, прискорення соціально-економічного

розвитку регіонів, створення нових робочих місць та стимулювання розвитку економіки в цілому.

### **Література**

1. Економіка України в глобальному і внутрішньому вимірі: монографія / В. Г. Федоренко, І. М. Грищенко, О. Ф. Новікова та ін.; за ред. В. Г. Федоренка, І. М. Грищенко, Т. Є. Воронкової. – К.: ТОВ «ДКС центр», 2017. – 344 с. 2. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2017 році [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Концептуальні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні [Електронний ресурс] / Ю. Ю. Юрченко // Економіка України. - 2016. - № 6. - С. 29-39. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk\\_2016\\_6\\_](http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_6_)
3. Криховецький І.З. Туристична індустрія України: стан, проблеми та перспективи / І.З. Криховецький. Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університет права ім. Короля Данила Галицького. – 2011. – №3. – С. 158-166.
4. Кожухівська Р. Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку / Р. Б. Кожухівська // Інноваційна економіка. – 2012. – № 29.3. – С. 43–49.
5. Ольшанська О. В. Регіон як просторова соціально-економічна система / О. В. Ольшанська // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 117 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/3731/1>
6. Трегубов О.С. Особливості туристичної індустрії України та її роль в економіці / О.С. Трегубов // Економіка та організація управління. – 2016. – № 1(21). – С. 190-200.