

**Почерніна Н.В.**

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,  
м.Мелітополь*

**Оцінка інтенсивності туристичних потоків між Україною та країнами ЄС**

nataliia.pochernina@tsatu.edu.ua

Розвиток сектору подорожей та туризму є важливим напрямом підвищення конкурентоспроможності країни на світовій арені, виходячи з пріоритетності сфери послуг в контексті реалізації Цілей Сталого Розвитку. Тому аналіз умов розвитку туристичної діяльності є доцільним і актуальним.

Мета даного дослідження полягає в порівняльній оцінці інтенсивності потоків організованого туризму між Україною та Європейським Союзом за період 2006-2017 років. Основою порівняння обрано індекс інтенсивності туристичних потоків, розрахований за формулою:

$$I = \frac{\text{кількість осіб, що виїхали/вїхали з метою туризму}}{\text{кількість осіб, що виїхали за кордон /вїхали із-за кордону}} \times 10 \text{ тис.} \quad (1)$$

Результати обрахунку наочно представлені на рис. 1.



Рис. 1 Динаміка інтенсивності міжнародного туризму України, осіб на 10 тис. подорожуючих

*Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків за даними [1]*

Рисунок відображає спадну динаміку інтенсивності туристичних потоків, обумовлену негативним впливом фінансових криз (2009, 2012 років) та «шоками» соціально-політичного розвитку і Європейського Союзу, і України. Однак, зниження інтенсивності туристичних поїздок не применшує значимості сфери туризму для розвитку економіки. Зокрема, загальний внесок сфери подорожей та туризму у ВВП для Європейського Союзу коливався в межах 9,3 – 10,05%, а для України 5,37 – 8,38%, а загальний внесок у зайнятість для ЄС змінювався від 10,7 до 11,7%, для України від 4,8 до 7,48% за період 2006-2017 років [2]. Тому виявлення «якорів стабілізації» інтенсивності туристичних потоків між державами ЄС та Україною є важливим завданням планування розвитку економіки та міжнародної співпраці на найближчу перспективу.

Розрахунок показника інтенсивності туристичних потоків у розрізі країн дозволив розподілити їх на групи за критерієм сталості туристичних потоків. При цьому кількісним параметром сталості обрано чисельність років за період 2006-2017, в яких мав місце

нульовий показник виїзду / в'їзду з метою туризму. Результати класифікації представлені у таблиці 1.

Як демонструють дані таблиці, Україна залишається привабливою туристичною дестинацією для країн Європейського Союзу, оскільки в'їзд іноземних туристів в Україну носив стабільний чи переважно стабільний характер у 2006-2017 роках.

Таблиця 1

**Класифікація країн за критерієм сталості туристичних потоків «Україна – ЄС»**

		Виїзд українських туристів за кордон			
		стабільний	переважно стабільний	переважно нестабільний	нестабільний
В'їзд іноземних туристів в Україну	стабільний	Австрія, Болгарія, Греція, Німеччина, Польща	Естонія, Іспанія, Італія, Латвія, Литва, Португалія, Франція	Бельгія, Данія, Ірландія, Нідерланди, Словенія, Швеція	Фінляндія
	переважно стабільний	Румунія	Кіпр, Словаччина, Чехія	Мальта, Угорщина, Хорватія	Люксембург
	переважно нестабільний				
	нестабільний				

*Джерело: складено автором на основі власних розрахунків за даними [1]*

Натомість, інтенсивність виїзду українських туристів в країни Європейського Союзу відрізняється набагато вищою волатильністю. Зокрема, можна виділити ТОП-5 країн, що найбільше приваблювали громадян України своїми туристичними об'єктами та умовами надання туристичних послуг. Серед них: Австрія, Болгарія, Греція, Німеччина, Польща. Саме ці країни можна вважати «якорями стабілізації» інтенсивності виїзних туристичних потоків між Україною та державами ЄС. Розрахункові значення інтенсивності туристичних відносин України з цими країнами наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Інтенсивність виїзду громадян України з метою організованого туризму, осіб на 10 тис.

	Австрія	Болгарія	Греція	Німеччина	Польща	В цілому по ЄС
2006	2859,501	3794,094	4672,772	2644,035	135,057	861,4329
2007	3875,061	4959,766	5158,842	3567,186	985,8219	1095,011
2008	4633,589	3463,517	3848,676	3772,659	1180,359	1156,409
2009	3082,32	5024,451	6179,237	2536,543	379,9981	927,956
2010	1969,95	6300,722	5362,945	976,143	214,0888	742,3722
2011	2535,596	3348,04	4888,052	1265,037	222,5996	804,2131
2012	759,9291	1723,258	905,9867	395,8177	120,6865	299,4639
2013	1252,847	1330,515	875,7654	142,5929	45,63217	149,3353
2014	1202,264	1680,918	1201,83	189,1178	14,20657	89,8226
2015	1039,727	2472,64	1882,564	359,9087	10,88398	89,27541
2016	859,5439	1497,729	1173,524	326,0661	9,332331	91,06692
2017	448,3302	2091,404	497,2608	140,2586	5,063568	45,72573

Водночас, звертає на себе увагу ситуація, коли на протязі 5 або більше років інтенсивність відвідування країни з метою туризму громадянами України дорівнювала нулю для таких держав як Бельгія, Данія, Ірландія, Нідерланди, Словенія, Швеція, Фінляндія, Мальта, Угорщина, Хорватія, Люксембург. Отже, при формуванні стратегії розвитку туризму на середньострокову перспективу виходить із необхідності застосовувати нові маркетингові стратегії та запроваджувати практику активного інформування про туристичні об'єкти даних країн. Також потребує активізації міжмуніципальне співробітництво з партнерами означених держав у сфері подорожей та туризму, оскільки ситуація тривалої нульової інтенсивності туристичних поїздок для приймаючих країн означає втрачені можливості реалізації туристичного потенціалу, а для України – звуження території отримання туристичних послуг, що при свідомо обраному європейському векторі розвитку країни є алогічним. Особливої уваги потребує практика транскордонного співробітництва, оскільки з 11 означених країн одна має спільний кордон з Україною – Угорщина, тому п'ятирічна нульова інтенсивність виїзду українських туристів у дану країну свідчить про системні проблеми у співпраці в галузі туризму.

Аналіз в'їзних туристичних потоків дозволив виявити країни, які можна вважати «якорями уваги» до туристичної України, тобто для яких чисельність в'їзду іноземних громадян в Україну перевищував чисельність виїзду українських громадян в означену країну з метою туризму. Серед країн, що на протязі 2006-2017 років демонстрували вищу активність іноземних туристів порівняно з українськими, є Бельгія, Ірландія та Швеція. Ще чотири країни на протязі останніх шести років забезпечували таке перевищення, серед них: Іспанія, Нідерланди, Фінляндія, Франція. Отже, для реалізації стратегічного завдання активного брендингу України у сфері міжнародного туризму можна використовувати досвід співпраці з суб'єктами туристичного бізнесу означених країн і залучати їх для проведення спільних інформаційних кампаній на партнерських засадах. За сучасних умов це завдання переводиться у площину активного використання інформаційно-комп'ютерних технологій.

**Висновок.** В умовах наростання пандемії COVID-19 проблема «виживання» сфери подорожей та туризму є надзвичайно актуальною для усіх країн світу. За цих умов дуже важливо утримати набутий досвід ефективної міжнародної співпраці у туристичній галузі, а також зберегти наявні ресурси, здатні відновити її роботу у майбутньому. Нові виклики змушують суб'єктів господарювання шукати нові форми реалізації туристичних потреб населення, у тому числі на базі інтернет-ресурсів. Виявлення «якорів стабілізації» туристичних потоків має практичну цінність для розробки антикризових заходів у сфері подорожей та туризму, а також слугує орієнтиром для поглиблення партнерських взаємовідносин з тими країнами, де потенціал туристичної співпраці з України не реалізований повною мірою.

### **Література**

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Джерело доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Статистична інформація з сайту Knoema <https://knoema.ru/atlas/topics/D1%8F-percent>



*Міністерство охорони здоров'я України  
Міністерство освіти і науки України  
Всеукраїнська громадська організація  
«Українська Асоціація Логістики»  
Національний фармацевтичний університет  
Кафедра управління, економіки та забезпечення  
якості у фармацевції*

## **МАТЕРІАЛИ**

**VIII науково-практичної internet-конференції з міжнародною участю  
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕВОЇ  
ЕКОНОМІКИ ТА ЛОГІСТИКИ»**

*(12 листопада)*

## **MATERIALS**

**of VIII scientific and practical internet-conference  
with international participation  
«ACTUAL PROBLEMS OF INDUSTRIAL ECONOMY AND  
LOGISTICS DEVELOPMENT»**

*(12 november)*

**Харків**

**2020**

**УДК 330.101:615.1:658.7**

**Редакційна колегія:**

Головний редактор: проф. **Посилкіна О.В.**

Члени редакційної колегії: проф. **Літвінова О.В.**, доц. **Лісна А.Г.**

**Реєстр з'їздів, конгресів, симпозіумів та науково-практичних конференцій:  
реєстраційне свідоцтво № 393 від 16.09.2020 р.**

**Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики:** матер. VIII міжнарод. наук.-практ. internet-конференції з міжнар. участю, Харків, 12 листопада 2020 / ред. кол.: О.В. Посилкіна, О.В. Літвінова, А.Г. Лісна. – Харків : НФаУ, 2020. – 314 с.

**Actual problems of industrial economy and logistics development:** materials of VIII scientific and practical internet-conference with international participation. November 12, 2020 / ed. board. : O.V. Posilkina, O.V. Litvinova, A.G. Lisna. Kharkiv : NUPh, 2020. – 314 p.

Збірник містить матеріали VIII науково-практичної конференції: обговорення наукових та практичних проблем активізації соціально-економічних процесів на рівні галузі, у т.ч. фармацевтичної, розвитку логістичного потенціалу на макро-, мезо- та мікрорівнях національної економіки, актуальних проблем управління якістю та виробництвом у фармації, формування професійних компетентностей майбутніх фахівців та ін., із залученням вчених, фахівців-практиків, викладачів навчальних закладів та дослідників, докторантів, аспірантів, підприємців із України, Республіки Казахстан, Польщі.

*Матеріали подаються мовою оригіналу*

*За достовірність матеріалів відповідальність несуть автори*

## ЗМІСТ

ТЕЗИ	
<b>Секція 1 Сучасні механізми активізації соціально-економічного розвитку і підвищення конкурентоспроможності на рівні галузі, регіону, підприємства</b>	
<b>Bakina T., Tkachuk U.</b> <i>Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University, Melitopol</i> <b>Tourists Generation Z: Features of Perception of Marketing Incentives and Advertising</b>	<b>17</b>
<b>Posylkina O.V., Zarichkova M.V.</b> <i>Institute for Advanced Training of Pharmacy Specialists (IATPS) is a structural unit of the National University of Pharmacy (NUPh), Kharkiv</i> <b>Application of SNW-approach for the strategic analysis of the internal environment of a pharmacy to determine its strengths and weaknesses</b>	<b>18</b>
<b>Voskoboynikova G.L., Dovzhuk V.V., Konovalova L.V.</b> <i>Bogomolets National Medical University, Kyiv</i> <b>Priority directions and dominants in the development of the pharmaceutical market of Europe and the world</b>	<b>21</b>
<b>Бакіна Т.В., Краснодєд Т.Л.</b> <i>Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного, м. Мелітополь</i> <b>Особливості маркетингової діяльності санаторно – курортного підприємства</b>	<b>24</b>
<b>Гринів Н.Т., Наконечна Т.В., Кучменда М.Р.</b> <i>Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів</i> <b>BIG DATA як інструмент персоніфікованого підходу в дослідженні та обслуговуванні споживачів</b>	<b>27</b>
<b>Кальченко С.В.</b> <i>ТДАТУ ім. Дмитра Моторного, м. Мелітополь</i> <b>Інституційна сутність рекреаційної діяльності</b>	<b>29</b>
<b>Котляров Є. І.</b> <i>Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України, м. Харків</i> <b>Дослідження регіональних і місцевих програм реформування системи теплопостачання</b>	<b>30</b>
<b>Кузьменко А.А., Світлична К.С.</b> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> <b>Основні результати соціального розвитку колективу підприємства</b>	<b>33</b>
<b>Макуха Д.Е.</b> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків,</i> <b>Аналіз проблем при управлінні персоналом в фармацевтичних організаціях</b>	<b>34</b>
<b>Мырзагалиев А.Т., Жакипбеков К.С.</b> <i>НАО «Казахский национальный медицинский университет им. С.Д. Асфендиярова», г. Алматы, Республика Казахстан</i> <b>Анализ оптимизации лекарственного обеспечения населения, подготовка аптечных учреждений во время чрезвычайной ситуаций</b>	<b>35</b>
<b>Паламар А. О., Ключко А. А.</b> <i>Буковинський державний медичний університет, м. Чернівці</i> <b>Вплив конкуренції на розвиток фармацевтичного ринку</b>	<b>37</b>

<b>Почерніна Н.В.</b> <i>Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, м. Мелітополь</i> <b>Оцінка інтенсивності туристичних потоків між Україною та країнами ЄС</b>	<b>38</b>
<b>Ткаченко Н. О., Демченко В. О., Чернявська Т. К.</b> <i>Запорізький державний медичний університет, м. Запоріжжя</i> <b>Вивчення думки споживачів щодо місця аптеки у системі фармацевтичної допомоги</b>	<b>41</b>
<b>Секція 2 Перспективи подальшої інтеграції менеджменту, маркетингу та логістики</b>	
<b>Dorokhova L.P., Chernyshenko A.S.</b> <i>National University of Pharmacy, Kharkiv</i> <b>Mobile technologies, individual body monitoring devices and health conditions</b>	<b>43</b>
<b>Dorokhova L.P., Tykhonchuk S.M.</b> <i>National University of Pharmacy, Kharkiv</i> <b>Internet technologies in healthcare and pharmaceutical service</b>	<b>44</b>
<b>Litvinenko V.O.</b> <i>National University of Pharmacy, Kharkiv</i> <b>Strategic management of the company in crisis conditions</b>	<b>45</b>
<b>Абдрахманова Б.Р., Жакипбеков К.С.</b> НАО «Казахский национальный медицинский университет им. С.Д. Асфендиярова» г. Алматы, Республика Казахстан <b>Актуальные вопросы совершенствования внедрения стандарта надлежащей дистрибьюторской практики (GDP) в фармацевтических организациях города Алматы</b>	<b>46</b>
<b>Білоус М. В., Шматенко О. П., Галан О. В.</b> <i>Українська військово-медична академія, м. Київ</i> <b>Доцільність розробки та подальшого використання оптимізаційної моделі логістичної мережі в організації медичного постачання закладів і медичних підрозділів Збройних Сил України, задіяних у проведенні операції Об'єднаних сил</b>	<b>47</b>
<b>Громовик Б. П.<sup>1</sup>, Корольов М. В.<sup>2</sup></b> <sup>1</sup> <i>Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького, м. Львів</i> <sup>2</sup> <i>Одеський національний медичний університет, м. Одеса</i> <b>Вербальне моделювання взаємозв'язку якості фармацевтичної допомоги та логістичного обслуговування пацієнта</b>	<b>48</b>
<b>Довгань Ю.В.</b> <i>Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, м. Вінниця</i> <b>Маркетингова та логістична складові діяльності олійно-жирових підприємств</b>	<b>50</b>
<b>Загородня Ю.В.</b> <i>Азовський морський інститут «Національного університету»</i> <i>Одеська морська академія, м. Маріуполь</i> <b>Проблеми менеджменту транспортно-логістичних послуг в період світової епідемії</b>	<b>52</b>
<b>Захарко Н.В., Сагайдак-Нікітнюк Р.В.</b> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> <b>Формування організаційно-економічного механізму управління логістикою зовнішньоекономічної діяльності виробничого фармацевтичного підприємства</b>	<b>54</b>