

УДК 338.48(477)(045)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2018-5-7>**Шевченко А.В.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу

Національного авіаційного університету

Сава Є.В.

студент

Національного авіаційного університету

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

У статті визначено вплив туристичного сектору на економіку країни в цілому. Проведено аналіз сучасного стану розвитку ринку туристичних послуг України. Показано динаміку основних показників діяльності туристичної галузі у період 2014–2017 рр, охарактеризовано фактори, які впливають на розвиток туристичного ринку України та визначено перспективні напрямки розвитку туристичного ринку.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, споживач, сфера послуг, туризм, туристичний продукт.

В статье определено влияние туристического сектора на экономику государства в целом. Проведен анализ развития рынка туристических услуг Украины. Показана динамика основных показателей деятельности туристической отрасли в период 2014–2017 гг., охарактеризованы факторы, которые влияют на развитие туристического рынка Украины и определены перспективные направления развития туристического рынка.

Ключевые слова: рынок туристических услуг, потребитель, сфера услуг, туризм, туристический продукт.

The article determines that the tourism business as a component of the economic complex of the country is characterized by certain properties and functions. The main feature of tourism is its ability to influence the development of the economy of the region, the country and the world. The tourist market is considered rather flexible and one that quickly restores after the influence of unfavorable factors. But despite this, he reacts acutely to any changes in society and external factors that have a direct impact on him. It is these changes that largely determine the state of the tourist market – the state of demand and supply of tourist products in the area for a specified period of time. The article describes the factors influencing the development of the tourist market of Ukraine and identifies the perspective directions of the development of the tourist market of services and tourism business. The analysis of the current state of the market of tourist services of Ukraine is carried out. The dynamics of the main indicators of the tourism industry activity in the period 2014–2017 is shown. The results of the analysis showed that during this period the growth rate of the number of inbound tourists exceeded the number of outbound tourists. During the analyzed period, the outbound tourist flow increased from 23.76 million in 2014 to 24.66 million in 2017, while during this same period, the inflow of tourists decreased from 24.67 million people in 2014 to 13.33 million people in 2017. The issue of motivation of travel of citizens and directions of their trips in the first half of 2018 are also researched. It is determined that the main problem of tourism development is weak financing by the state and lack of necessary investments for tourism development – both domestic (due to long economic crisis) and foreign ones (due to unfavorable investment climate).

Keywords: market for tourist services, consumer, service sector, tourism, tourist product.

Постановка проблеми. На початку XXI ст. туристична індустрія набула великих розмірів та приносить високі прибутки країнам, які її розвивають. Туристичний ринок набуває рис висококонкурентного середовища, де кожна країна намагається стати першою щодо просування туристичного продукту, адже прибутки від туристичної індустрії з кожним роком займають все більші показники у бюджетах країн світу. Ось чому розвиток туристичної індустрії в

Україні є такою важливою темою дослідження. Сфера туризму, якщо її правильно просувати, може приносити високі прибутки підприємцям та країні в цілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Важливість дослідження розвитку туристичної сфери та її значення проаналізована в працях іноземних та вітчизняних вчених. Наукові дослідження відображають багато проблем та особливостей туристичної сфери: організація

діяльності в ринкових умовах – Любіцева О.О., особливості становлення туристичної індустрії в Україні – Шепелюк С.І. [2], багатьма вченими проаналізовано загальний стан туристичної сфери – Оленічева Ю.О., Корнева Д.А. Також досліджено дані про особливості розвитку туризму в Україні та у світі за інформацією Всесвітньої туристичної організації [3].

Мета статті – дослідження сучасного стану ринку туристичних послуг України та визначення перспективних напрямків його подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Туристичний ринок вважається досить гнучким і таким, що швидко відновлюється після дії несприятливих чинників. Але незважаючи на це, він гостро реагує на будь-які зміни у суспільстві та на зовнішні чинники, які мають безпосередній вплив на нього. Саме ці зміни значною мірою визначають кон'юнктуру туристичного ринку – стан попиту і пропозиції на туристичний продукт на даній території за визначений проміжок часу. Відомо, що кон'юнктура туристичного ринку досить мінлива і залежить, зокрема, від політичних, економічних, соціальних та інших процесів [9].

У найближче десятиліття туризм залишиться одним з найбільших джерел створення нових робочих місць у ряді регіонів світу. За прогнозами експертів, протягом наступних п'яти років рівень щорічного зростання цієї галузі становитиме 5%, що дасть можливість створити 2 млн. нових робочих місць. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), питома вага туризму у створенні валового національного продукту (ВНП) країн світу в 2016 р. сягнула 11-12%. Крім того, результати проведених досліджень ВТО передбачають, що туристичний потік до 2020 р. зросте до 1,6 млрд. туристів за рік, які витратять 2 трлн дол. США, тобто 5 млрд. на день. Разом із телекомунікаційною індустрією, інформаційними технологіями туризм забезпечуватиме економічне зростання у XXI ст. Ця галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки може стати найбільш важливим сектором підприємницької діяльності [3].

Просування туристичного продукту до споживача відіграє досить значну роль у туристичному бізнесі, адже воно охоплює комплекс заходів, які в свою чергу спрямовані на підготовку та формування до реалізації туристичного продукту або окремих туристичних послуг. До таких заходів відносяться: реклама в засобах масової інформації, реклама на телебаченні, директ-мейл, зовнішня реклама, ярмарки тощо.

На ринку туристичних послуг споживачеві пропонується товар у вигляді конкретного

туру, який включає в себе попередньо розроблений комплекс туристичних товарів і послуг, які безпосередньо необхідні при подорожі за певним маршрутом. Формування цільової спрямованості туристичного продукту в складі туру є базовою функцією туроператорів, які готують цей продукт для реалізації в скомплектованому вигляді.

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується певними властивостями і функціями:

- має власну індустрію виробництва і надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює їх реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- є сферою, в якій дешево створюються робочі місця і забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;
- виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя населення;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі.

Головною ознакою туризму є його здатність впливати на розвиток економіку регіону, країни і світу. Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне положення, Україна має безліч переваг у сфері туризму, а саме: володіння туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, культурно-історичними пам'ятками та туристичною індустрією, яка розвивається досить швидкими темпами.

Розвиток туризму в Україні безпосередньо залежить від таких секторів економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку і туристичного призначення. Туризм розглядають як одну з провідних галузей в сфері структурної перебудови економіки.

Результатом виконання програми розвитку туризму на території України стало перевищення темпів зростання кількості в'їзних туристів над виїзними. Протягом періоду 2014–2017 рр. виїзний туристичний потік збільшився з 23,76 млн. осіб у 2014 р. до 24,66 млн. осіб у 2017 р., тоді як за цей же період в'їзний потік туристів зменшився із 24,67 млн. осіб у 2014 р. до 13,33 млн. осіб у 2017 р. На рис. 1 представлено графічно динаміку туристичних потоків України за період 2014–2017 рр.

Протягом 2014–2017 рр. в Україні спостерігається зростання та спади в динаміці розвитку

туристичної галузі, що відображено в табл. 1.

Проаналізувавши дані таблиці бачимо, що протягом 2014–2017 рр. мали місце негативні тенденції щодо розвитку туризму, а саме, спостерігався спад в'їзного туристичного потоку, який призвів до створення негативного сальдо туристичних потоків протягом 2015–2017 рр.

За даними Адміністрації Державної прикордонної служби [4], за I півріччя 2018 року до України в'їхало 6 360 тис. туристів, що на 0,5% більше, ніж в аналогічному періоді 2017 року, хоча у I півріччі 2017 року зростання становило 8,7% (табл. 2).

Головною мотивацією у I півріччі 2018 року є приватні подорожі, на які припадає 93,7% усіх подорожей. З метою «туризм» кількість в'їзних іноземців збільшилась на 24,3% у порівнянні з аналогічним періодом 2017 року.

Найбільше іноземних громадян, які прибули до України у I півріччі 2018 року були з Молдови, Білорусі, Росії, Польщі, Угорщини, Румунії, Туреччини, Словаччини, Ізраїлю,

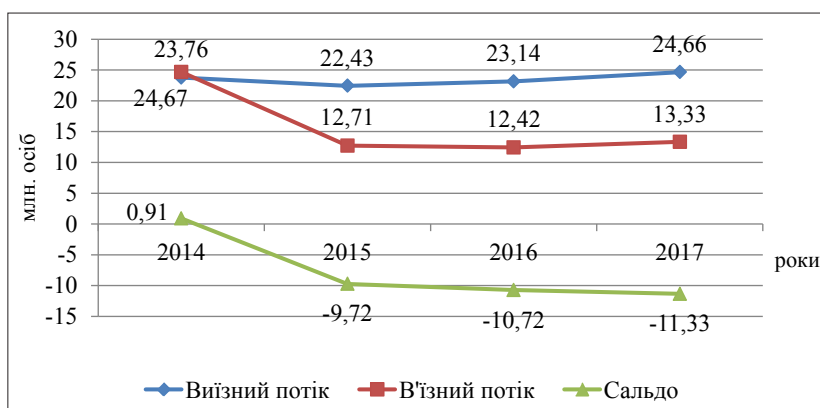


Рис. 1. Динаміка туристичних потоків в Україні

Німеччини [4]. Топ-10 країн, громадяни яких в'їхали до України у I півріччі 2018 року наведено у табл. 3.

У I півріччі 2018 року з метою «туризм» найбільше іноземних громадян прибули до України з Білорусі (1,35 млн осіб, що на 29% більше ніж у I півріччі 2017 року), Туреччини (136 тис. осіб, що на 18% більше аналогічного періоду 2017 року), Польщі (на 17% – 647 тис. осіб) [4].

Протягом I півріччя 2017 року подорожувало по світу 12,5 млн. українських туристів, а у I півріччі 2018 року на 4,5% більше – 13,04 млн. осіб.

Таблиця 1

Показники розвитку туристичної галузі України за 2014–2017 рр.

Показники, осіб	Роки			
	2014	2015	2016	2017
Кількість туристів, що обслуговані суб'єктами туристичної діяльності України	3454316	2425089	2019576	2549606
Іноземні туристи, які відвідали Україну	232311	17070	15159	35071
Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	2519390	2085273	1647390	2060974
Внутрішні туристи	702615	322746	357027	453561

Таблиця 2

Мотивація туристичних поїздок громадян світу до України за I півріччя 2016–2018 років

Мета	I півр. 2017 р.		I півр. 2017 р.		I півр. 2018 р.		Приріст I півр. 2018/ I півр. 2017
	осіб	частка	осіб	частка	осіб	частка	
службова	20787	0,36%	11735	0,19%	13242	0,21%	12,84%
ділова	115	0,00%	4256	0,07%	4593	0,07%	7,92%
туризм	65895	1,13%	19233	0,30%	23909	0,38%	24,31%
приватна	5578693	95,85%	5956264	94,12%	5959701	93,70%	0,06%
навчання	1993	0,03%	193	0,00%	214	0,00%	10,88%
релігійна	8	0,00%	215	0,00%	218	0,00%	1,40%
культурний та спортивний обмін	54	0,00%	43	0,00%	49	0,00%	13,95%
транзит	142060	2,44%	95230	1,50%	96887	1,52%	1,74%
інша	10452	0,18%	241469	3,82%	261685	4,11%	8,37%
Всього	5820057	100%	6328638	100%	6360498	100%	0,50%

Таблиця 3

ТОП 10 країн, громадяни яких в'їхали до України у I півріччі 2016–2018 рр.

Назва країни	I півр. 2016 р.		I півр. 2017 р.		I півр. 2018 р.		Приріст I півр.2017 / I півр.2016	Приріст I півр.2018 / I півр.2017
	осіб	частка, %	осіб	частка, %	осіб	частка, %		
Молдова	1 986 845	34,1	2 013 179	31,8	2 041 364	32,5	1,30%	1,4%
Білорусь	674 856	11,6	1 048 037	16,6	1 351 968	21,5	55,30%	29,0%
Росія	596 202	10,2	620 280	9,8	642 610	10,2	4,00%	3,6%
Угорщина	581 299	10	608 009	9,6	638 409	10,2	4,60%	5,0%
Польща	555 484	9,5	552 983	8,7	646 990	10,3	-0,50%	17,0%
Румунія	374 799	6,4	400 612	6,3	432 661	6,9	6,90%	8,0%
Словаччина	206 732	3,6	168 854	2,7	167 630	2,7	-18,30%	-0,7%
Туреччина	87 827	1,5	115 451	1,8	136 232	2,2	31,50%	18,0%
Ізраїль	76 486	1,3	99 852	1,6	114 830	1,8	30,50%	15,0%
Німеччина	70 497	1,2	87 564	1,4	107 704	1,7	24,20%	23,0%

Таблиця 4

Мотивація виїзного туристичного потоку по світу за I півріччя 2016–2018 рр.

Мета	I півр. 2016 р.		I півр. 2017 р.		I півр. 2018 р.		Приріст I півр. 2017 / I півр.2016	Приріст I півр. 2018 / I півр. 2017
	осіб	частка	осіб	частка	осіб	частка		
службова	63 029	0,5%	39 100	0,3%	40078	0,31%	-38,0%	2,5%
туризм	97 563	0,8%	99 973	0,8%	104972	0,80%	2,5%	5,0%
приватна	11 607 705	98,6%	12 348 222	98,9%	12903892	98,89%	6,4%	4,5%
Всього:	11 768 297	100%	12 487 295	100%	13048941	100%	6,1%	4,5%

Таблиця 5

ТОП 10 країн, до яких виїжджали громадян України у I півріччі 2016–2018 рр.

Назва країни	I півр. 2016 р.		I півр. 2017 р.		I півр. 2018 р.		Приріст I півр.2018 / I півр.2017
	осіб	частка, %	осіб	частка, %	осіб	частка, %	
Польща	5 129 355	43,6	4 341 786	34,8	4 550 192	37,6	4,8%
Росія	1 712 249	14,5	2 673 601	21,4	2 785 892	23,0	4,2%
Угорщина	1 356 166	11,5	1 447 143	11,6	1 480 427	12,2	2,3%
Молдова	769 647	6,5	753 942	6	774 298	6,4	2,7%
Білорусь	539 061	4,6	570 715	4,6	591 261	4,9	3,6%
Туреччина	349 403	3	510 294	4,1	526 623	4,4	3,2%
Румунія	412 826	3,5	460 463	3,7	479 342	4,0	4,1%
Словаччина	434 301	3,7	384 986	3,1	398 845	3,3	3,6%
Єгипет	167 986	1,4	350 067	2,8	356 368	2,9	1,8%
Німеччина	143 331	1,2	151 733	1,2	156 588	1,3	3,2%

Найбільша кількість громадян України виїхала до Польщі (4,55 млн. осіб), Росії (2,78 млн. осіб), Угорщини (1,48 млн. осіб), Молдови (774 тис. осіб), Білорусії (591 тис. осіб), Туреччини (526 тис. осіб), Румунії (479 тис. осіб), Словаччини, Єгипту, Німеччини (табл. 5).

В Україні велика кількість туристичних фірм акцентують увагу саме на виїзному туризмі, тобто відправляють українців відпочивати на закордонні курорти. Через це кількість людей, що від'їжджають з країни значно перевищує кількість тих, що відвідують нашу країну, це

один із факторів, що має негативний вплив на формування бюджету нашої країни.

Сьогодні в Україні налічується понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів та відпочиваючих на 620 тис. місць, але вони потребують кардинальних змін, які будуть відповідати міжнародним стандартам. Крім того, забезпечення належного стану також потребують рекреаційні зони, пам'ятки культури та архітектури України.

За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно подорожує більше 800 млн. осіб. Примітним є той факт, що більш ніж в 40 кра-

їнах світу туризм є основним джерелом надходжень національного бюджету. Наприклад, в Іспанії частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг складає 35%, на Кіпрі та в Панамі – понад 50%, на Гаїті – більш як 70% [3].

Туризм через мультиплікаційний ефект здійснює стимулюючий вплив на розвиток транспорту, готелів та ресторанів, роздрібної торгівлі, харчової промисловості, будівництва, зв'язку, страхування, діяльності у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту тощо. А також розвиток туризму стимулює поживлення місцевої економіки та створення додаткових постійних та сезонних робочих місць.

На розвиток ринку туристичних послуг також впливає низка факторів, а саме: демографічні зміни, матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість тощо. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком та особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже відчутний до змін в економіці. За стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5% збільшує витрати на туризм на 4%, а зростання особистого споживання на 5% збільшує ці витрати на 10%. Проаналізувавши

демографічну структуру населення України за віковою групою, можна спостерігати, що в країні найбільш активна частина населення, яка подо-рожує, це особи віком від 30 до 40 років.

Перспективи розвитку та створення туристичної сфери України є надзвичайно великими, адже практично кожна область має свої особливості, які зможуть стати візитною картою країни в завоюванні іноземних туристів. Але багато проблем та негативних факторів стоять на заваді розвитку туристичної галузі в Україні [7] (табл. 6).

Отже, на шляху реалізації туристичного потенціалу України також стоять певні економічні, соціальні, екологічні та інші чинники. Негативним є локальний інформаційний вакуум щодо діяльності міжнародних організацій і запроваджених проектів у туристичній сфері. Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії України є створення конкурентоспроможного туристичного продукту, який максимально зміг би задовольнити потреби споживачів, та на основі якого можна б забезпечити комплексний розвиток територій та їхніх соціально – економічних інтересів. Також надзвичайно б сприяло виведенню туризму на якісно кращий рівень PR компанії наших туристич-

Таблиця 6

Фактори, які впливають на розвиток туристичного ринку України

Позитивні фактори	Негативні фактори
Велика кількість туристичних ресурсів.	Неефективне та нераціональне використання природних туристичних ресурсів.
Зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку.	Відсутність чіткої стратегії розвитку індустрії туризму та чіткого його регулювання.
Сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності.	Низька якість соціальної складової туризму в структурі зайнятості.
Представлення України на міжнародному рівні як демократичної європейської країни.	Недостатньо розвинена інфраструктура, система транспортного обслуговування стають на заваді швидкому піднесенню туристичної слави країни.
Наявність кваліфікованої робочої сили.	Відсутність комплексної стратегії розвитку туризму.
Наявність великої кількості туристичних атракцій для інвестування.	Неефективний менеджмент та приференціювання територій.
Розвиток комунікацій.	Недостатня представленість країни в міжнародних туристичних заходах.
Позитивна екологічна ситуація більшої частини країни, що може в майбутньому стати поштовхом до розвитку зеленого туризму.	Пошкодження, занедбання чи навіть знищення туристичних об'єктів та культурної спадщини України.
Сучасні технології обслуговування.	Недостатнє фінансування об'єктів культурної спадщини.
Міжрегіональна співпраця та представлення бренду Україна.	Значна «тінізація» туристичного ринку.
Наявність транскордонного співробітництва.	Недостатні інвестиції, як іноземних, так і внутрішніх інвесторів.
Велика історична, культурна та архітектурна спадщина України, що можна використовувати для розвитку туристичної галузі країни.	Високі податкові ставки.

тичних об'єктів, адже багато туристів можливо навіть не знають, що в комплексі може запропонувати їм Україна. Тобто недостатня інформованість про туристичні заклади відпочинку, тури по країні, туристичні послуги також є негативним фактором у розвитку туризму. Не менш важливим залишається якість наданих туристичних послуг, за цим показником Україна поступається багатьом країнам.

Висновки. Туристичний бізнес є найбільш прибутковим сектором економіки багатьох країн. Україна розпочала активну діяльність спрямування своїх зусиль на розвиток туризму: як внутрішнього, так і зовнішнього. На сучасному етапі більш прибутковим та перспективним є саме зовнішній туризм. Також значно сприяє розвитку економіки в'їзний туризм. У багатьох країнах саме такий вид туризму займає основну частку національного ВВП, і Україна також цілком може досягти таких показників, якщо держава докладе

певних зусиль у сферу розвитку туристичної діяльності.

Отже, одними з найголовніших зовнішніх факторів, які гальмують розвиток туризму в Україні, є несприятливість існуючих економічних умов для підприємництва взагалі та туристичного зокрема, недосконалість та застарілість інфраструктури. Значною проблемою розвитку туризму є слабке стимулювання з боку держави та відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму – як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так й іноземних (через несприятливий інвестиційний клімат).

На державному рівні необхідно розробити комплекс заходів, який буде спрямований на розвиток туристичного бізнесу і виходу України на міжнародний ринок туристичних послуг, він безпосередньо повинен включати такі елементи, як створення цільових фондів, надання фінансових пільг, виконання діючих програм щодо розвитку місцевого туризму.

Список використаних джерел:

1. Travel & Tourism 2014 / World Travel & Tourism Council. London, 2014. 44 p.
2. Шепелюк С.І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. Вісник ДІТБ. 2013. № 17. С. 262–268. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/shepeljuk2.htm.
3. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації – WorldTravelandTourismCouncil. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-research/>.
4. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <http://www.dpsu.gov.ua>.
5. Офіційний сайт Державної статистичної служби України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Пестушко В.М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. Географія та основи економіки. 2015. С. 257.
7. Січка І.І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України. Електронне наукове фахове видання Мукачівського державного університету «Економіка та суспільство». Випуск № 7. 2016. С. 158–162. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/7_2016.pdf.
8. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрями потрібно розвивати. URL: <http://expres.ua/news/2017/10/05/265404-turyzm-ukrayini-kudy-yidut-nauybilshe-napryamypotribno-rozvyvaty>.
9. Пестушко В.Ю. Туристичний ринок України як індикатор суспільних процесів. URL: <http://er.nau.edu.ua:8080/bitstream/NAU/19654/1/>.
10. Цибух В. Туризм в Україні. Економіст. 2014. № 6 (June). С. 35–37.