

СТРУКТУРА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ЗА ВИДАМИ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

STRUCTURE OF THE TOURISM MARKET BY COMPANIES IN UKRAINE: TRENDS AND PERSPECTIVES

У статті розглянута структура туристичного ринку України за видами підприємств. Розкрито реальний стан із цієї проблематики. Розглянуто поняття «ринок туристичних послуг». Визначено нормативно-правові аспекти діяльності суб'єктів туристичної діяльності, здійснено їхню класифікацію та визначено роль туристичних операторів і агентств у наданні комплексного кінцевого туристичного продукту. Проведено аналіз діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг України та підприємств продуцентів туристичної галузі, а саме аналіз загальної характеристики підприємств тимчасового розміщення та організації харчування; підприємств наземного, водного, авіаційного транспорту. Досліджено діяльність підприємств-виробників і дистриб'юторів комплексного туристичного продукту. Наведено основні проблеми розвитку туристичного ринку в Україні та окреслено перспективи і тенденції розвитку підприємств туристичної сфери країни.

Ключові слова: туризм, структура туристичного ринку, послуги, перспективи, ринок, аналіз, турагентство, туроператор.

В статье рассмотрена структура туристического рынка Украины по видам пред-

приятий. Раскрыто реальное состояние по данной проблематике. Рассмотрено понятие «рынок туристических услуг». Определены нормативно-правовые аспекты деятельности субъектов туристической деятельности, осуществлена их классификация и определена роль туристических операторов и агентств в предоставлении комплексного конечного туристского продукта. Проведен анализ деятельности субъектов рынка туристических услуг Украины и предприятий-производителей туристической отрасли, а именно анализ общей характеристики предприятий временного размещения и организации питания; предприятий наземного, водного, авиационного транспорта. Исследована деятельность предприятий-производителей и дистрибьюторов комплексного туристического продукта. Приведены основные проблемы развития туристического рынка в Украине и намечены перспективы и тенденции развития предприятий туристической сферы страны.

Ключевые слова: туризм, структура туристического рынка, услуги, перспективы, рынок, анализ, турагентство, туроператор.

УДК 338.48: 338.1

Бошота Н.В.

к.е.н., старший викладач
кафедри фінансів
Мукачівський державний університет

In the modern world, tourism belongs to the most powerful and most dynamic sectors of the economy, which draws considerable attention from the state to intensify its development. This fact determines the relevance of the article, which considers the structure of the tourist market of Ukraine by types of enterprises. The real state of this problem is revealed. The article considers the necessity of an adequate search for a system of effective functioning of tourist firms that can increase the competitiveness of the industry through the construction of a single complex that will allow the tourism business to compete globally. The role of tourist enterprises for the development of the economy of the country is determined, the essence of the subject of tourism activity as a component of the economic system of the country is studied. The concept of "market of tourist services" is considered. The normative-legal aspects of activity of subjects of tourist activity are defined, their classification is carried out and the role of tour operators and agencies in providing a complex final tourist product is determined. The influence of factors on functioning and development of domestic subjects of tourist activity is investigated. The analysis of activity of subjects of the market of tourist services of Ukraine and enterprises of producers of tourism industry, namely, analysis of the general characteristics of enterprises of temporary accommodation and organization of food; enterprises of ground, water, aviation transport. The activity of enterprises of producers and distributors of integrated tourist product is investigated. The main problems of the development of the tourist market in Ukraine, in particular, the lack of hotels and other tourist accommodation establishments, are not always consistent with the level of services provided to the client, a small number of tourist centers, insufficient indicators, poor transport infrastructure, highways, etc. On the basis of the conducted research, the prospects and trends of development of enterprises of the tourist sphere of the country are outlined.

Key words: tourism, structure of the tourist market, services, prospects, market, analysis, travel agency, tour operator.

Постановка проблеми. Є значна кількість суб'єктів туристичної діяльності, зацікавлених у наданні туристичних послуг, чисельність та різноманітність яких вимагає проведення відповідної систематизації та класифікації за основними класифікаційними ознаками.

Залучення великої кількості суб'єктів ринку туристичних послуг у створення комплексного кінцевого туристичного продукту актуалізує та обґрунтовує необхідність комплексного дослідження всіх груп підприємств інфраструктури туризму, а саме підприємств, які безпосередньо виробляють туристичні послуги та обслуговують туристів та подорожуючих (продуцентів туристичних послуг), виробників та дистриб'юторів туристичного продукту.

Необхідно провести аналіз туристичного ринку за видами підприємств, простежити на

основі отриманих результатів тенденцію останніх років та зробити висновки стосовно подальших перспектив.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Провівши аналіз наукових праць із проблеми дослідження, можна дійти висновку, що вчені зробили значний внесок у її розв'язання. Зокрема, визначили зміст поняття «туристичні підприємства» та «ринок туристичних послуг», запропонували моделі визначення цих понять.

Дослідження щодо суб'єктів ринку туристичних послуг наведені у працях В. Брич [2], В. Мазур [2], І. Зоріна [3], Т. Каверіної [3], В. Квартальнова [3], О. Любіцевої [4], О. Лютак [5], М. Мальської [6], Н. Опанасюка [7], Г. Горіної [8], Н. Сагалакової [9], а також західних дослідників – Р. Бартона, Д. Боуена, Р. Браймера, Г. Гана, Ф. Котлера, А. Маршала,

Д. Мейкенза, М. Портера, Н. Реймерса, Ч. Робінсона, В. Сміта, Д. Холловея та ін.

Однак визначення їх суперечні, не досить розкрито питання по щодо туристичного ринку України. Тому важливо розглянути це питання та визначити перспективи розвитку туристичного ринку за видами підприємств.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні ринку туристичних послуг України та аналізі підприємств виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту, а також визначенні перспектив та тенденцій туристичного ринку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначення таких понять, як туристична діяльність, суб'єкти туристичної діяльності, туристичні оператори, туристичні агенти, подаються в Законі України «Про туризм» [1], яким і визначено туристичних операторів та туристичних агентів як суб'єктів туристичної діяльності.

Згідно з цим законом туристичні оператори (далі – туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність.

Туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність із реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг.

Також Закон України «Про туризм» визначає й інших суб'єктів туристичної діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг.

Туроператори, турагенти та інші суб'єкти туристичної діяльності створюють туристичний ринок України. Проаналізувавши трактування сутності поняття «ринок туристичних послуг» [9], можна зробити акумулятивне визначення цього поняття: це сукупність економічних відносин між учасниками ринку з приводу купівлі-продажу специфічного товару – послуг у галузі туризму та руху грошей, що відображає інтереси суб'єктів ринкових відносин у межах певного регіону (міста, області, країни).

Узагальнюючи, можна стверджувати, що згідно із Законом України «Про туризм» до суб'єктів туристичної діяльності України відносять [1]:

– туроператорів;

– турагентів;

– інших суб'єктів підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

– гідів-перекладачів, екскурсоводів, спортивних інструкторів, провідників та інші фахівців туристичного супроводу – фізичних осіб, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

– фізичних осіб, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Як бачимо центральна роль у наданні туристичних послуг належить саме туристичним операторам та агентствам.

Водночас, оскільки специфіка роботи цих суб'єктів туристичної діяльності різниться, а також функції, які вони виконують, теж відрізняються, не можна стверджувати, що ці суб'єкти є подібними.

Ми спостерігаємо слабе конкурентне середовище в державі, тому тут діють незалежні туристичні підприємства. Незалежні вони основним чином фінансово, адже не здатні здійснювати туристичну діяльність без взаємодії з готелями, закладами харчування, підприємствами транспорту та ін.

На ринку туристичних послуг є також приватні підприємства, які надають туристичні послуги:

– бюроекскурсій (організує і проводить екскурсії);

– бюро подорожей (займається організацією турів і транстурів);

– бюро подорожей і екскурсій (організовує тури, транстури і екскурсії);

– бюро реалізації туристсько-екскурсійних послуг (здійснює реалізацію туристських і екскурсійних путівок).

Також є некомерційні організації: туристичні клуби, туристичні союзи, туристські гуртки, клуби самодіяльного туризму та інші. Їхня діяльність забезпечується державним фінансуванням, мета їхньої діяльності не спрямована на отримання прибутку.

Невід'ємним складником ринку туристичних послуг є санаторії та пансіонати з лікування, будинки і пансіонати відпочинку, санаторії-профілакторії, бази та інші заклади відпочинку.

За даними державної служби статистики України кількість підприємств готельного типу за період 2013–2017 рр. зменшилася на 30,94%, що було викликано в першу чергу відсутністю даних у 2014–2015 рр. з тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції [10].

У 2011 р. було внесено зміни до методології складання статистики туризму, у зв'язку з цим ста-

тистична інформація щодо показника «Кількість підприємств готельного типу» було замінено на показник «Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування».

У структурі санаторно-курортних та оздоровчих закладів України традиційно лідируючі позиції займають бази та інші заклади відпочинку. Так, у 2017 р. їхня кількість перевищила кількість санаторіїв та пансіонатів з лікування на 715,1% (рис. 1).

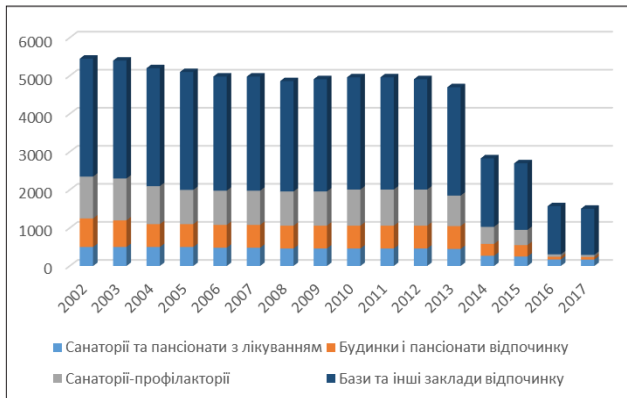


Рис. 1. Динаміка кількості санаторно-курортних та оздоровчих закладів України, 2002–2017 рр. [10]

Загальною визначальною тенденцією розвитку сектору санаторно-курортних та оздоровчих закладів України стало різке скорочення їхньої кількості. Так, кількість санаторіїв та пансіонатів із лікуванням зменшилася на 66,2%, санаторіїв-профілакторіїв – на 95%, будинків і пансіонатів відпочинку – на 90,8%, баз та інших закладів відпочинку – на 60,9%.

У зв'язку з цим доцільним буде проаналізу-

вати тенденцію, яка склалася до 2014 р. У 2013 р. порівняно з 2002 р. кількість санаторіїв та пансіонатів з лікуванням зменшилася на 50 одиниць, що становило 10%, кількість санаторіїв-профілакторіїв – на 296 одиниць (27,2%), кількість баз та інші закладів відпочинку – на 247 одиниць (8%), кількість будинків і пансіонатів відпочинку – на 148 одиниць (19,9%).

Загальна кількість підприємств із забезпечення стравами та напоями за період 2013–2017 рр. скоротилася на 27,49%, що становило 2108 одиниць, у тому числі зменшилася кількість ресторанів та підприємств із надання послуг мобільного харчування на 26,69% (1618 одиниць), підприємств із постачання готових страв – на 29,88% (176 одиниць), підприємств із обслуговування напоями – на 30,87% (314 одиниць) [10].

Кількість зайнятих працівників на підприємствах із забезпечення стравами та напоями за період 2013–2017 рр. скоротилася на 26,68% (20,8 тис. осіб), із них кількість зайнятих працівників ресторанів та підприємств із надання послуг мобільного харчування – на 24,47% (15 тис. осіб), підприємств із постачання готових страв – на 30,18% (6,7 тис. осіб), підприємств із обслуговування напоями – на 36,84% (2,1 тис. осіб) [10].

Загальна кількість підприємств транспорту за період 2012–2017 рр. зменшилася на 87 суб'єктів, що становило 1,11% (табл. 1).

Зменшення загальної кількості підприємств транспорту на 87 одиниць відбулося за рахунок зменшення кількості наземного транспорту – на 39 одиниць, авіаційного транспорту – на 5 оди-

Таблиця 1

Кількість підприємств транспорту в Україні [10]

Показники	2012 р.		2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.		2017 р.	
	Одиниць	У загальній кількості, %	Одиниць	У загальній кількості, %	Одиниць	У загальній кількості, %	Одиниць	У загальній кількості, %	Одиниць	У загальній кількості, %	Одиниць	У загальній кількості, %
Загальна кількість підприємств транспорту, з них:	7833	100	8486	100	7495	100	7651	100	6917	100	7746	100
– наземний;	7556	96,4	8163	96,1	7251	96,7	7399	96,7	6703	96,9	7523	97,1
– водний;	159	2,03	188	2,22	123	1,64	137	1,79	114	1,6	120	1,5
– авіаційний	118	1,51	135	1,59	121	1,61	115	1,5	100	1,4	103	1,3

Таблиця 2

Динаміка доходу та кількості суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність [10]

Показник	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Темпи росту в порівнянні з 2013 р.
Загальна кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність	477	149	135	148	169	-305
Юридичні особи, од.	115	58	57	64	73	-42
Фізичні особи, од.	362	91	78	84	96	266
Дохід даних суб'єктів, тис. грн.	24517	13762	20887	20988	33473	8956

Кількість підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України [10]

Показники	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Абсолютне відхилення
Загальна кількість суб'єктів туристичної діяльності	5234	3736	3047	3355	3300	-1934
Юридичні особи, у тому числі:	2744	2140	1728	1774	1670	-1074
– туроператори	945	667	500	552	498	-447
– турагенти	1799	1473	1228	1222	1172	-627
Фізичні особи, у тому числі:	2490	1596	1319	1581	1630	-860
– туроператори	--	--	--	--	--	--
– турагенти	2490	1596	1319	1581	1630	-860

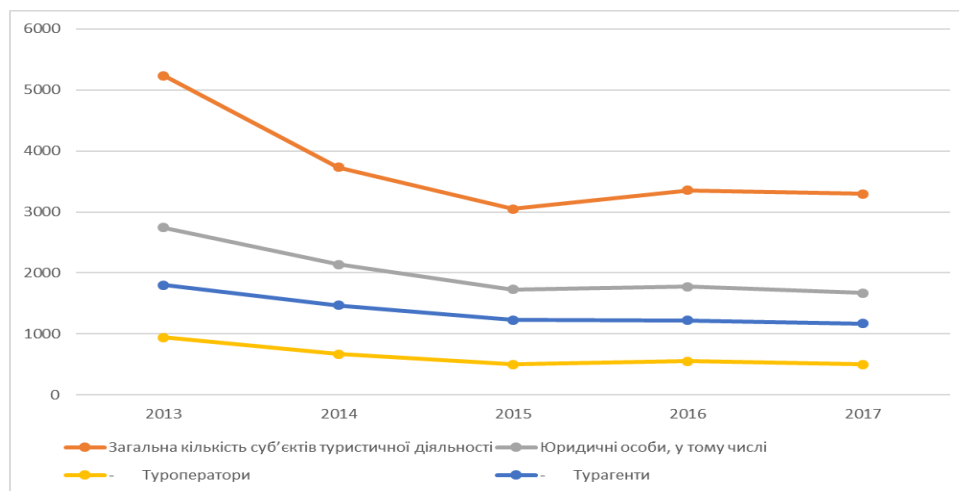


Рис. 2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності (юридичні особи) в Україні [10]

ниць, водного – на 39 одиниць. Найбільша кількість підприємств як наземного, так і водного та авіаційного транспорту спостерігалась у 2013 р. – 8163 одиниць, 188 одиниць, 135 одиниць відповідно. Станом на 2015 р. найбільш затребуваним є автомобільний транспорт, загальний пасажиропотік якого становить 2 243 734,9 тис. пасажирів, на другому місці – залізничний транспорт – 389 794,1, авіаційний транспорт займає третє місце – 6302,7 тис. пасажирів, на четвертому – річковий транспорт – 550,8 тис. пасажирів, на останньому морський – 25,5 тис. пасажирів [10].

Кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність за період 2013–2017 рр., скоротилася на 64,57% з 477 до 169 одиниць, це зменшення торкнулося як юридичних, так і фізичних осіб та становило 36,5% та 73,48% відповідно [10].

Найвищий дохід суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, від надання туристичних послуг спостерігався у 2017 р. та становив 33473 тис. грн., тоді як їх найбільша кількість у 2013 р. – 477 одиниць (табл. 2).

За аналізований період дохід суб'єктів збільшився на 8956 тис. грн. Зазначена позитивна тенденція є результатом як покращення соціально-економічного становища у державі за 2016–2017 рр.,

так і збільшення попиту з боку туристів на екскурсійне обслуговування, починаючи з 2015 р. Аналіз динаміки кількості підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України за 2013–2017 рр. свідчить про наявність від'ємної тенденції, яка бере свій початок з 2014 р.

Так, загальна кількість аналізованих підприємств знизилася на 1934 одиниці, або 63%, та становила у 2017 р. 3300 підприємств, однак у 2016 та 2017 роках спостерігається тенденція до збільшення загальної кількості підприємств (табл. 3).

Зобразимо кількість суб'єктів туристичної діяльності графічно, щоб візуалізувати тенденцію (рис. 2).

Визначена тенденція є результатом двох складників – по-перше, політична нестабільність, проведення АТО, зменшення платоспроможності населення спричинили об'єктивну передумову зниження туристичних потоків та туристичної активності населення держави та туристичної привабливості країни для іноземних відвідувачів, що привело до підвищення конкуренції серед підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України, перевищення пропозиції над споживанням туристичних послуг.

По-друге, скорочення пов'язано з відсутністю вірогідних даних з АР Крим та частин Донецької та Луганської областей. Однак у зв'язку з незначною, проте все ж таки стабілізацією політичної та економічної ситуації в країні спостерігається ріст загальної кількості підприємств, які займаються туристичною діяльністю.

Хотілося б відмітити введення безвізового режиму. Отримавши біометричний паспорт, громадяни можуть самостійно, без задіяння суб'єктів туристичної діяльності, подорожувати за кордон. Раніше самостійно отримати візу було складно. Тому туроператорам і турагентам потрібно розвивати сферу своїх послуг з метою зацікавлення туристів. Водночас державі потрібно працювати над розвитком транспортної сфери, авіатранспорту зокрема. Адже самостійно подорожуючі туристи повинні отримувати належні послуги. Традиційно дохід туроператорів від надання туристичних послуг значно перевищує дохід турагентів від аналогічної діяльності.

З огляду на вищевикладене, до основних проблем розвитку вітчизняної туристичної галузі, які потребують усунення, доцільно віднести:

1. Наскільки можна судити з проведеного аналізу, Україна має недостатню кількість готелів та інших закладів розміщення туристів, а також дуже складно відкрити нові заклади цього типу.

2. Рівень цін не завжди відповідає рівню наданих клієнту послуг.

3. Практично відсутні туристичні центри, особливо у невеликих і нетуристичних містах, недостатньо вказівників, а ті, що є, не мають перекладу на англійську мову, що негативно впливає не тільки на розвиток іноземного туризму в Україні, а й на розвиток внутрішнього туризму.

4. За кордоном відсутні представництва України туристичного характеру, які б могли просувати серед місцевого населення туристичні місця нашої держави, доносити інформацію стосовно місць, які варто відвідати, готелів, культурних традицій тощо.

5. Недостатньо коштів вкладає держава у відновлення історичних пам'яток, цікавих, проте не «розкручених» місць для туризму.

6. Не досить якісні транспортні послуги, автомагістральні шляхи та дороги зокрема.

7. Недостатній рівень благоустрою у містах.

Висновки з проведеного дослідження.

Як бачимо з проведеного дослідження, тенденції в туризмі до 2016 року були досить негативного характеру, кількість підприємств значно знижувалася. Однак із деякою стабілізацією в державі зросли і перспективи в туристичному бізнесі, адже ця сфера діяльності на пряму залежить від доходів населення. Отже, туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про Туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 12.02.2019).
2. Брич В.Я., Мазур В.С. Управління якістю туристичних послуг в сучасних умовах господарювання. *Стратегія економічного розвитку України*. 2014. № 35. С. 161–172.
3. Зорин І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности : учебник. М., 2005. 288 с.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг : навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.
5. Лютак О.М. Туристичний продукт як основний елемент забезпечення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного кластера. *Економічні науки*. Сер.: Облік і фінанси. 2013. Вип. 10 (2). С. 141–150.
6. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2014. 272 с.
7. Опанасюк Н.А. Конституційно-правові основи туризму в Україні : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.02. Київ, 2005. 27 с.
8. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія. Кривий Ріг: Чернявський Д.О., 2016. 305 с.
9. Сагалакова Н.О. Характеристика туристичного продукту як специфічного об'єкту ціноутворення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 17. С. 27–33.
10. Державна служба статистики : веб сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.02.2019).