

УДК 339.5:339.9

DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V30\(2021\)-11](https://doi.org/10.31521/modecon.V30(2021)-11)

Глубоченко К. О., кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів, Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, м. Миколаїв, Україна

ORCID: 0003-1490-0643

e-mail: e.glubochenko@gmail.com

Дорошенко О. М., магістрант кафедри економіки, менеджменту та фінансів, Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, м. Миколаїв, Україна

ORCID: 0003-1490-0643

e-mail: dorosh21a@gmail.com

Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні

Анотація. У статті розглядається сучасний стан та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України. Виявлено, що для розвитку туристичної галузі в Україні існують усі передумови. Встановлено, що маючи вигідне геополітичне розташування, Україна володіє значним рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, різноманітним рельєфом, мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною. Розглянуто особливості українського ринку туристичних послуг. Виявлені основні проблеми, що стримують розвиток туристичної індустрії в країні та потребують подальшого розв'язання. Для реалізації виявлених перспектив туристичного ринку в Україні запропоновано впровадження таких заходів як розробка державних стратегій розвитку туризму; створення належних умов для розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму; створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури; забезпечення дотримання безпечних умов для в'їзних туристів; якісне медичне обслуговування; здійснення контролю за збереженням та раціональним використанням природних територій туризму; забезпечення доступності туристичних послуг для людей з особливими потребами; сприяння розвитку готельного бізнесу, підвищення якості послуг, що надаються місцевими виробниками туристичного продукту.

Ключові слова: туризм; туристичний ринок в Україні; ринок туристичних послуг; туристичні послуги.

Glubochenko Kateryna, PhD in Public Administration, Associate Professor of the Department of Economics, Management, and Finance, V.O. Sukhomlynskyi Mykolaiv National University, Mykolaiv, Ukraine

Doroshenko Olena, graduate student of the Department of Economics, Management, and Finance, V.O. Sukhomlynskyi Mykolaiv National University, Mykolaiv, Ukraine

The Analysis of the Current Market State and Prospects of Tourist Services in Ukraine

Abstract. Introduction. Tourism is one of the most prospective current economic industries. It ensures the sustainable development of many countries and their regions. Ukrainian experience of the tourist industry development is rather uneven and inconsistent.

Purpose. The purpose of the article is to analyze the current state of the touristic industry in Ukraine and to define the prospects of their development in dynamics.

Results. The article revealed that in order to fulfill the prospects of the touristic industry development it is necessary to implement the actions as follows. It is recommended to develop the public strategies of the tourism development; to create the appropriate conditions for the development of domestic and foreign tourism; to provide the appropriate conditions for investing in the development of the tourist infrastructure; to ensure security and safety for foreign tourists; to provide qualitative medical health care; to control the rational use of the touristic territories; to provide the opportunity to use touristic products for people with special needs; to foster the development of hotel business; to improve quality of touristic products provided by domestic touristic companies.

Conclusions. The authors concluded that tourism as an industry is extremely important for social and economic development in Ukraine. The touristic market obtains the development prospects related to realization of resource and recreational potential of many Ukrainian regions, its cultural and historical heritage, and optimum price policy. At the same time, the main obstacles to implement the strategy in Ukraine are the issues of touristic infrastructure, unsatisfactory conditions of touristic services, and discrepancy between Ukrainian touristic products and their international standards.

Keywords: tourism; tourist market in Ukraine; tourist market analysis; tourist services.

¹Стаття надійшла до редакції: 03.11.2021

Received: 03 November 2021

JEL Classification: M310; L830.

Постановка проблеми. У сучасній економічній науці туризм вважається одним із найбільш перспективних напрямів соціально-економічного розвитку країни та окремих регіонів. Сучасний стан формування та реалізації наявного туристичного потенціалу, з огляду на ринок туристичних послуг в Україні, можна схарактеризувати як нерівномірний та непослідовний. Така ситуація зумовлена концентрацією на ринку туристичних послуг декількох ефективних туристичних регіонів, де передумови розвитку туризму досить поверхові, а єдине місто вважається інфраструктурним туристичним центром. Водночас навколишні території не розглядаються у якості об'єктів туризму через їхнє географічне та адміністративне розташування та нерозвинуту туристичну інфраструктуру. Однак, типовою також є ситуація в середніх та малих містах України, де туристичний потенціал у більшості випадків є досить багатим і різноманітним, але через умови низької інфраструктури та невідповідного географічного розташування туристична сфера відійшла на нижчий рівень та не була обрана джерелом економічного розвитку міста чи регіону. Таким чином, можна стверджувати, що туризм є дієвим способом для економічних подолання проблем та виходу з економічної кризи для будь-якого регіону та може стати джерелом повноцінного поповнення державного та місцевого бюджетів, засобом відновлення культурної спадщини країни, якісного оздоровлення та відпочинку, а також джерелом розвитку туристичних підприємств та суміжних секторів економіки. Тому дана проблематика є актуальною та потребує подальшого окремого аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження туристичної сфери послуг та стану туристичного ринку України розглядалися в роботах багатьох вітчизняних науковців. Зокрема, Л. Дядечко [6], В. Кицяк [7], О. Любимцева [8], М. Мальська [9], Н. Погуда [10], Шульгіна [12] та інші дослідники розкривали різні аспекти функціонування ринку туристичних послуг в Україні. Вони зробили вагомий внесок у дослідження туристичної галузі в Україні, здійснили розробку теоретичних основ, визначили особливості та закономірності розвитку туризму та туристичного ринку в Україні, проаналізували специфіку формування основних механізмів управління туристичною сферою, виявили тенденції розвитку та дослідження ресурсного потенціалу України тощо. Проте деякі аспекти зазначеної проблематики потребують більш детального аналізу та систематизації.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є дослідження та аналіз стану туристичної галузі України, визначення особливостей розвитку та подальших перспектив ринку туристичних послуг в Україні у динаміці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок туристичних послуг в Україні розглядається у більшості досліджень як статичний, тому особливої актуальності набуває аналіз перспектив розвитку туризму в сучасних умовах національної економіки та отримання коштів на фінансування розвитку туристичних об'єктів, реконструкції наявних та будівництво нових туристичних принад різних регіонів тощо.

Туристична галузь в Україні, як і у світі загалом, виступає важливою складовою соціально-економічного розвитку. На сьогодні створено широкую мережу туристичної індустрії, до якої входять об'єкти харчування, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення. Але існують проблеми та складнощі щодо залучення більшої кількості туристів до нашої країни. Ринок швидше орієнтується на виїзд українських туристів за кордон, ніж на збільшення кількості іноземних туристів в Україні. Тобто переважна більшість чинних в Україні туристичних фірм вважають за краще займатися відрядженням своїх земляків до інших туристичних країн, і лише невелика їх частина працює на залучення іноземних туристів в Україну. Цей розрив між експортом та імпортом туристичних послуг є дуже помітним.

Туризм становить один із впливових чинників престижу країни, зростання її значення в масштабах світової спільноти та позитивного сприйняття пересічними громадянами. Туристичний ринок вважається досить чутливим, оскільки швидко реагує як на зміну туристичного попиту, так і пропозиції. Так само гостро він реагує і на зміни зовнішнього середовища (політичні, економічні, соціальні фактори).

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку своєї економіки шляхом туризму, проте вона суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та, особливо, якості туристичних послуг. У цілому економіка туристичного підприємства являє собою комплекс соціальних взаємин, що проявляються в процесі реалізації туристичної діяльності, тобто при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичного продукту. Важливість просування туристичного продукту до цільової аудиторії відіграє значну роль у туристичному бізнесі, адже воно охоплює комплекс заходів, які спрямовані на підготовку до реалізації туристичного продукту або окремих туристичних послуг на ринку туристичних послуг. Споживачу пропонується товар у вигляді конкретного туру, який містить у собі попередньо розроблений комплекс туристичних послуг і товарів, які безпосередньо необхідні при подорожі за певним туристичним маршрутом. Формування цільової спрямованості туристичного продукту в складі туру є базовою функцією туроператорів, які готують цей продукт для реалізації в готовому вигляді.

У проаналізованих дослідженнях не існує єдиного визначення поняття «туризм». Наприклад, О. Любимцева визначає туризм, як окрему форму споживання й рекреаційної діяльності, яка ґрунтується на подоланні простору та пов'язану з територією, характером середовища не тільки природного, а й соціально-культурного та економічного середовища людської діяльності [8]. М. Мальська визначає туризм як вид рекреації, пов'язаний з виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровними, пізнавальними, спортивними й культурно-розважальними цілями [9]. В. Кифяк стверджує, що туризм – це вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів, які у вільний від роботи час тимчасово перебувають поза місцем свого постійного проживання з певною метою [7]. На нашу думку, дане визначення є найбільш точним та релевантним. Отже, туризм, як вид економічної діяльності, фокусується на можливості з туристичних подорожей отримати економічний прибуток. Н. Погуда визначає ринок туристичних послуг як об'єднання усіх учасників ринку задля задоволення потреб кожного суб'єкту [10, с. 3]. Тобто, туристичний ринок є дуже динамічним.

Україна має багато потенційних конкурентних переваг у галузі туризму: розвинутий туристично-рекреаційний потенціал, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, розвинута мережа транспортних сполучень, культурно-традиційна спадщина та туристична індустрія, яка стрімко розвивається.

Отже, туристична галузь в Україні, як і у світі, розвивається досить швидкими темпами. 16 березня 2017 р. Кабінетом Міністрів України було прийнято Розпорядження № 168-р, що містить «Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», метою якої є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [2].

Основними завданнями Стратегії є:

- здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, а також створення привабливого інвестиційного статусу у сфері туризму та курортів;

- об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки для популяризації у світі й формування іміджу України як країни, привабливої для туристів;

- проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури у регіонах, дотримання безпеки туристів.

Стратегія передбачає, що до 2026 р. в Україні [2]:

- кількість іноземних туристів збільшиться у 2,5 рази;

- кількість внутрішніх туристів збільшиться в 5 разів;

- кількість робочих місць у сфері туризму збільшиться в 5 разів;

- наповнення бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності збільшиться в 10 разів;

- кількість суб'єктів туристичної діяльності зросте в 5 разів;

- туристи витратять під час подорожей в Україні до 80 млрд грн;

- буде створено позитивний імідж України як країни, привабливої для туризму.

Також Кабінет міністрів України на засіданні 3 лютого 2021 р. затвердив «План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму» [1].

Туристичний ринок – це система взаємозв'язку, вона об'єднує велику кількість виробників туристичних продуктів з потенційними та наявними покупцями цього продукту. Також він характеризується масштабними рівнями відносин: туристичні фірми, туроператори, постачальники туристичних послуг, що є посередниками між споживачем та виробником туристичних послуг.

До початку пандемії COVID-19, 2019 р. був для України особливо успішним щодо туристичного бізнесу. Проте пандемія, що поширилася світом наприкінці 2019 р. – на початку 2020 р., зачепила майже всі туристичні напрями, спричинивши найсуворіші обмеження на подорожі в історії [5]. Але у 2020 р. відбулося зростання внутрішнього туризму, адже більшість країн закрили всі кордони до в'їзду туристів з інших країн. Тому наразі прослідковується тенденція незадоволення дедалі більшої кількості клієнтів туристичних фірм якістю обслуговування на українських курортах.

Небагато українських готелів можуть забезпечити такий рівень обслуговування, як в популярних туристичних країнах, та за помірний бюджет. По-друге, чистота пляжів і сервіс в Україні також суттєво відстають. Місцеві готелі виставляють високу ціну на свої послуги, а відповідної якості переважно не мають. Більшість українців у 2020-2021 рр. організували свій відпочинок самостійно, не звертаючись до туристичних фірм та готелів, тому їх кількість неможливо простежити. За популярністю внутрішніх туристичних регіонів до першого місця можна віднести Одеську, Миколаївську та Херсонську області. На другому місці – Західна Україна. На третьому – Київ та

його регіони. А ось цікаві історичні та туристичні місця займають лише четверте місце. Щодо туристичної привабливості, Західна Україна та її регіони виглядають більш вигідно з точки зору співвідношення цін та відповідного сервісу. Але водночас за останній рік прослідковується зростання цін у даному сегменті майже у 2 рази. Тому досить логічно, що іноземні туристичні фірми упродовж літа та осені 2020 р. пропонували українцям більш вигідні тури та ціни на туристичні продукти, ніж навіть у 2019 році. Отже, за підсумками 2021 р., зростання внутрішнього туризму в Україні майже зійшло нанівець.

За даними UNWTO туристичний потік у 2020 р. впав на 72% та відкинув галузь на рівень дев'яностих років. За словами директора Української асоціації туристичних агенцій П. Григораша, в Україні ситуацію дещо нівелювали відкриті та відносно доступні

Туреччина та Єгипет, але за підсумками року обсяг продажів впав на 60-70% [3]. На сьогодні за даними внутрішньої статистики асоціації зрозуміло, що у сезоні 2021 р. українці також будуть активно бронювати всесезонні Єгипет і ОАЕ, а також Туреччину. У зимові місяці та період міжсезоння популярними стали Танзанія, Мальдіви й країни Карибського басейну, серед доступних зараз гірськолижних напрямків – знову ж таки Туреччина, Болгарія і курорти України [3].

Отже, можна вважати що українці є своєрідними інвесторами до туристичного сектору інших країн, тоді як, за розрахунками спеціалістів, туризм лише у вигляді податків міг би принести кожного року дохід в 5 млрд дол. В Україні існує більша частина пляжних курортів розташована на узбережжі Чорного моря:

Затока та Коблево, а також Очаківський район.

Популярними туристичними напрямками України є Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська області.

Особливо приваблює туристів у зимові подорожі гірськолижний курорт «Буковель», який володіє сучасною інфраструктурою та своїми лижними трасами. Один з найпопулярніших і більш людних гірських курортів Карпат є Славське,

що замикає трійку найкращих зимових курортів. Кожного року його відвідує багато любителів зимових гір. Крім того, з метою відпочинку та оздоровлення, туристи їдуть до санаторіїв Моршина та Трускавця. Також головною знахідкою 2020 р. став зелений туризм, особливо на Закарпатті, коли людям надається послуга де вони можуть пожити в будиночках сільської місцевості та познайомитись з їх культурою та традиціями.

Загалом, згідно з даними Державної служби статистики, у 2020 р. в'їзний туризм в Україні зменшився майже втричі – приблизно 3,4 млн іноземців. Гості до нас завітали зі 192 країн світу [10].

Таким чином, Україна має досить великий потенціал для розвитку туристичної сфери, а всесезонність туристичної галузі відкриває великі можливості для отримання прибутків. Однак існує багато проблем, які стримують розвиток туристичного

бізнесу в Україні. Головною проблемою є інфраструктура. Переважна більшість закладів для розміщення туристів, збудована ще у 80-90 роках минулого століття. Також на ситуацію впливає низький рівень комфорту та невідповідність сучасним стандартам туристичної галузі, тому значна частина туристичних об'єктів потребує сучасного оновлення та реконструкції. Іншою проблемою є якість обслуговування та низький рівень кваліфікованих кадрів туристичної сфери: в більшості випадків персонал не відповідає кваліфікаційним вимогам світових стандартів туристичної галузі. Наступною проблемою є незадовільні транспортні сполучення та стан доріг, невідповідність залізничного транспорту. Додатково несприятливою умовою є політична ситуація, високий рівень злочинності в курортних регіонах [11].

Тому одне з головних місць у світовій економіці займає туризм. Саме це повинно стати головним твердженням у формуванні державного підходу до туризму та туристичної сфери. Оскільки позитивний імідж країни сприяє збільшенню кількості іноземців, а збільшення числа іноземних туристів, задоволених міжнародною подорожжю, покращує імідж держави та економічну ситуацію в цілому. Україна має здійснити ряд заходів, які б сприяли цьому:

- розробка державних стратегій розвитку туризму;
- створення належних умов для розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму;
- створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури;
- забезпечення дотримання безпечних умов для в'їзних туристів;
- якісне медичне обслуговування;
- здійснення контролю за збереженням та раціональним використанням природних територій туризму;
- забезпечення доступності туристичних послуг для людей з особливими потребами;
- сприяння розвитку готельного бізнесу, підвищення якості послуг, що надаються місцевими виробниками туристичного продукту.

Висновки. Таким чином, у статті проведено аналіз ринку туристичних послуг в Україні, виявлені основні перспективи розвитку туристичної сфери. Можна зробити висновок, що для нашої держави туризм має одне з головних значень для соціальної та економічної сфери. Туристичний ринок України має перспективи розвитку шляхом ресурсного та туристично-рекреаційного потенціалу, культурно-історичної спадщини, оптимальної цінової політики. Також виявлено, що одним з головних зовнішніх факторів, який гальмує розвиток туризму в країні, є недосконалість інфраструктури, несприятливі умови туристичних послуг, рівень сервісу, що не відповідає міжнародним стандартам. Головною проблемою виступає відсутність необхідної зацікавленості та інвестування для розвитку туризму з боку держави.

Тому необхідно розробити комплекс заходів, що країни на міжнародний ринок туристичних послуг та спрямований на розвиток туристичної сфери й виходу впровадити його в життя.

Література:

1. Про затвердження плану заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 лют. 2021 р. № 84-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/84-2021-p#Text> (дата звернення : 25.09.2021).
2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 бер. 2017 р. №168-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p#Text> (дата звернення : 19.09.2021).
3. UNWTO. Tourism Statistics. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometerrus.2020.18.1.1> (дата звернення: 30.09.2021).
4. Державна служба статистики України. Обсяг реалізованих послуг за видами економічної діяльності. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення : 30.09.2021).
5. Думська О. Буде туристичний Майдан. Як коронавірус вплинув на туризм в Україні та світі Радіо Свобода. 2020. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/tourism-after-coronavirus/30586049.html> (дата звернення : 25.08.2021).
6. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. К. : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
7. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
8. Любимцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К. : Альтерпрес, 2003. 436 с.
9. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
10. Погуда Н.В. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. Ефективна Економіка. 2018. №10. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf (дата звернення : 30.09.2021).
11. Савченко Т., Овсяник В. Рейтинг туроператорів України. Turprofi. 2017. URL : <http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/2046-letnie-rejtingi-turoperatorov-po-turtsii-2019> (дата звернення : 04.09.2021).
12. Шульгіна Л. М., Бондар А. І. Аналіз еко-орієнтованих видів туризму: їх відмінні та спільні риси. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. № 1. URL : https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2010_1_161_168.pdf (дата звернення : 30.09.2021).

References:

1. Про затвердження плану заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 лют. 2021 р. № 84-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/84-2021-p#Text> (дата звернення : 25.09.2021).
2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 бер. 2017 р. №168-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p#Text> (дата звернення : 19.09.2021).
3. UNWTO. Tourism Statistics. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometerrus.2020.18.1.1> (дата звернення: 30.09.2021).
4. Державна служба статистики України. Обсяг реалізованих послуг за видами економічної діяльності. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення : 30.09.2021).
5. Думська О. Буде туристичний Майдан. Як коронавірус вплинув на туризм в Україні та світі Радіо Свобода. 2020. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/tourism-after-coronavirus/30586049.html> (дата звернення : 25.08.2021).
6. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. К. : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
7. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
8. Любимцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К. : Альтерпрес, 2003. 436 с.
9. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
10. Погуда Н.В. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. Ефективна Економіка. 2018. №10. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf (дата звернення : 30.09.2021).
11. Савченко Т., Овсяник В. Рейтинг туроператорів України. Turprofi. 2017. URL : <http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/2046-letnie-rejtingi-turoperatorov-po-turtsii-2019> (дата звернення : 04.09.2021).
12. Шульгіна Л. М., Бондар А. І. Аналіз еко-орієнтованих видів туризму: їх відмінні та спільні риси. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. № 1. URL : https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2010_1_161_168.pdf (дата звернення : 30.09.2021).



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License