

ПІДПРИЄМНИЦТВО НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ ЦЕНТРАЛЬНОЇ УКРАЇНИ ENTERPRISE ON THE TOURIST MARKET OF CENTRAL UKRAINE

У статті обґрунтовано значення туристичного підприємництва в розвитку туристичного ринку регіону. Проаналізовано стан підприємництва на туристичному ринку областей Центральної України. Досліджено динаміку туристичних потоків у розрізі мети, напрямів та видів туризму. Проаналізовано динаміку туристичних потоків за категоріями туристів та основних видів туристичних підприємств.

Ключові слова: туристичне підприємство, туристична поїздка, внутрішній туризм, в'їзний туризм, туристична привабливість, турагент, туроператор.

В статті обосновано значення туристичного підприємництва в розвитку туристичного ринку регіону. Проаналізовано стан підприємництва на туристичному ринку областей Центральної України. Исследована динамика туристических потоков в разрезе цели,

направлений и видов туризма. Проанализирована динамика туристических потоков по категориям туристов и основных видов туристических предприятий.

Ключевые слова: туристическое предприятие, туристическая поездка, внутренний туризм, въездной туризм, туристическая привлекательность, турагент, туроператор.

In the article the value of tourist enterprise in the development of tourist market of the region was grounded. The state of the enterprise at the tourist market of the Central Ukraine regions was analysed. The dynamics of the tourist flows in the cut of aim, directions and types of tourism was investigated. The dynamics of the tourist flows after the categories of the tourists and basic types of the tourist enterprises was analysed.

Key words: tourism business, tourist trip, domestic tourism, inbound tourism, tourist attraction, touragent, touroperator.

УДК 338.48.658.8.012.12

Тимчук С.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет садівництва

Постановка проблеми. Розвиток туризму в Україні напряму пов'язаний із підприємництвом і раціональним використанням туристичних ресурсів. Зростання прибутків від туристичної діяльності в деяких регіонах є основою розвитку даної галузі. Своєю чергою, перевищення туристичної пропозиції над попитом є спонукальним елементом загострення конкуренції на туристичному ринку. Незадовільні показники розвитку туризму в деяких регіонах України проти зростаючого рівня конкуренції в інших потребують низки заходів для посилення ролі держави в туристичному просторі та оптимізації заходів із забезпечення розвитку туристичної сфери.

Розвиток туризму в різних регіонах України має відмінності. Найпопулярнішим регіоном України з внутрішнього туризму в 2017 р. була Київська область (5 млн. 684 тис. туристів). Найвища концентрація бізнесових та ділових, науково-навчальних та історико-культурних ресурсів столиці України вивела м. Київ у лідери туристичного ринку. Також лідерами за кількістю відвідувань українців протягом літнього сезону 2017 р. стали: Одеська – 1 303,4 тис. осіб (10,4%), Херсонська – 1 004,6 тис. осіб (8%), Запорізька – 791,3 тис. осіб (6,3%), Львівська – 721,9 тис. осіб (5,7%), Івано-Франківська – 528,6 тис. осіб (4,2%), Миколаївська – 491,1 тис. осіб (3,9%) області.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань підприємництва у туристичній сфері України присвячено наукові доробки низки науковців. Так, М.Г. Бойка, дослідивши туристичний профіль України за період 2006–2009 рр., стверджує, що розвиток національного туризму характеризуються структурною недовершеністю, регіональною деформованістю і розбалансованістю, що вимагає більш активної участі держав-

них структур у сфері галузевого регулювання і цілеспрямованої політики для виходу туризму на світовий рівень [1, с. 37]. Л.М. Нещадим пропонує для підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності туристичних підприємств різних областей об'єднувати їх у туристичні кластери [5, с. 88]. Дослідженню типології туристичних підприємств як суб'єктів управління присвячено увагу в працях Г.О. Горіної [3, с. 48]. Узагальненням результатів аналізу чинників ефективності туристичного бізнесу, які дали змогу обґрунтувати принципи ефективної діяльності підприємств, займався В.М. Шаповал та Т.В. Герасименко [7, с. 84].

Постановка завдання. Відсутність у переліку туристичних лідерів України областей, які входять до Центральної України, пов'язана з недостатнім розкриттям їхньої туристичної привабливості. До культурно-історичного регіону Центральної України входять Вінницька, Дніпропетровська, Кіровоградська, Полтавська і Черкаська області, які мають значний туристичний потенціал [2]. Однією з причин є низький рівень підприємницької діяльності на туристичному ринку Центральної України. Адже функціонування туристичних підприємств є запорукою задоволення попиту туристів реальними туристичними послугами при одночасному забезпеченні фінансової стійкості та відповідного рівня динаміки й позитивних фінансових результатів. Функціонування на ринку підприємницьких структур забезпечує необхідний рівень конкуренції, якість продукту та обслуговування клієнтів, тому дослідження питань підприємницької діяльності на туристичному ринку Центральної України потребує ґрунтового дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Приблизно 10 млн. внутрішніх туристів було в Укра-

їні за підсумками 2017 р. Проте ці дані опосередковані, адже статистика внутрішніх туристів ураховує лише тих, хто офіційно зареєстрований. За даними Державного комітету статистики України, у 2014 р. спостерігалось значне падіння туристичного потоку (не враховуючи дані з Криму та окупованих територій на Донбасі) із поступовим зростанням у наступні роки. При цьому, за даними Держкомстату, у 2014 р. із 2,4 млн офіційно облікованих туристів лише 322 тис. подорожували по Україні; у 2017 р. загальна кількість офіційних туристів зростає до 2,8 млн., а внутрішніх – до 477 тис. осіб [4].

Рівень в'їзного та виїзного туризму відстежується за даними прикордонної служби України, але рівень внутрішнього туризму обліковується виключно за звітами туроператорів, готелів, підприємств санаторно-курортного комплексу. Проте не всі з них працюють легально і подають точні звітні дані.

Саме у зв'язку зі значною тінізацією внутрішнього туристичного ринку оцінити його обсяг складно. Однією з можливостей є використання опосередкованих даних, наприклад відстежуючи переміщення абонентів мобільного зв'язку. В Україні за I половину 2017 р. близько 10 млн. абонентів виїжджали за межі своєї області і знаходилися в інших областях більше одного дня (враховуючи ночівлю, харчування та ін.). Зростання кількості переміщень показують не тільки мобільні оператори, а й «Укрзалізниця», «Укравтодор», який заміряє щільність руху трасами, і МАУ – один із найбільших внутрішніх перевізників. Динаміка розвитку внутрішнього туризму позитивна і близька до показників 2013 р. [4].

Лідуючими на туристичному ринку є такі види туризму, як відпочинок вихідного дня, подієвий і екскурсійний туризм (Київ, Одеса, Львів, Кам'янець-Подільський), пляжний туризм (Херсонська та Одеська області), лижний туризм і літній ековідпочинок (Карпати). Особливий інтерес українці також проявляють до різного роду джазових, етно-, арт-фестивалів. Проте туристичний ринок досі не освоєний навіть за нинішньої економічної ситуації.

Потік туристів у межах областей Центральної України характеризується низьким рівнем порівняно з даними по Україні (табл. 1).

Туристичні поїздки на територію областей Центральної України в 2017 р. здійснило 2 930 373 особи, проте в 2011 р. цей показник був менший у 18,8 рази і становив 156 119 осіб. Лідерами серед областей Центральної України за рівнем відвідуваності туристами в 2017 р. є Дніпропетровська (75 526 осіб), Вінницька (38 634 особи) і Черкаська (20 953 особи).

За досліджуваний період відбулося зростання кількості туристів, які бажають відвідати туристичні атракції України (у 1,5 рази) з 1 840 483 осіб у 2011 р. до 2 806 426 осіб у 2017 р. Проте питома частка областей Центральної України за кількістю туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами за період 2011–2017 рр., зменшилася на 2,69%. Цей показник указує на зниження рівня зацікавленості туристичними атракціями Центральної України. Однією з причин є поганий стан дорожнього покриття, що значно знижує рівень відвідуваності даних областей. За підсумками 2017 р., найгірша якість дорожнього покриття в Черкаській області. Крім того, для збільшення потоку туристів є необхідність збільшення рівня рекламних заходів із популяризації туристичних атракцій даних областей та просування туристичного продукту за кордоном.

Значна роль у збільшенні потоку туристів у ці регіони належить суб'єктам туристичної діяльності, які працюють на ринку. Туристичне підприємство вирішує, які товари і послуги повинні бути продані, в яких місцях мають бути розташовані туристичні фірми, та інші більші й менші проблеми. Туристичний бізнес задовольняє потреби і бажання туристів у комплексі. Туристичні підприємства є виробничими підприємствами різних форм власності (державні, приватні, товариства з обмеженою відповідальністю, акціонерні товариства тощо), які виробляють туристичні товари і послуги для громадян (рис. 1).

Таблиця 1

Динаміка кількості туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами в областях Центральної України, осіб

Показник	2011 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Питома частка області в загальному показнику по Центральній Україні, %
Вінницька	26383	22748	27485	38634	23,8
Дніпропетровська	64462	46121	57770	75526	46,5
Кіровоградська	27012	7830	8854	8436	5,2
Полтавська	26887	9497	14608	19032	11,7
Черкаська	11375	8520	11684	20953	13,0
Питома частка областей Центральної України в загальному обсязі по Україні, %	8,48	4,69	4,72	5,79	X

Джерело: згруповано автором на основі [6]

За період 2011–2017 рр. кількість туроператорів, які працювали в областях Центральної України, зменшилася на 28 од., турагентів – на 87 од., суб'єктів, що здійснювали екскурсійну діяльність – на 3 од. Загалом кількість суб'єктів туристичної діяльності на туристичному ринку областей Центральної України зменшилася на 118 од. за досліджуваний період.

На кінець 2017 р. у Полтавській і Кіровоградській областях не було зареєстровано жодного туроператора. У Дніпропетровській області не зареєстровано жодного суб'єкта, що здійснював б екскурсійну діяльність. Найбільша кількість туроператорів і турагентів у 2017 р. була зареєстрована у Дніпропетровській області (12 та 313 од. відповідно).

Туроператори та турагенти загалом працюють у напрямі відправлення українців за кордон (табл. 2).

На зниження потоку туристів, які б подорожували в межах областей Центральної України, вказують і дані кількості реалізованих турагентствами туристичних путівок у 2017 р. У цілому в 2017 р. офіційна кількість реалізованих путівок в областях Центральної України становила 92 040 од. З цієї кількості було реалізовано громадянам України для подорожі в межах України 15 996 од., для подорожі за кордон – 75 787 од., іноземцям для подорожі в межах України – лише 184 од.

У загальному обсязі реалізованих за 2017 р. турагентствами туристичних путівок найбільша питома частка громадян України, які подорожували в межах країни, зафіксована у Кіровоградській області (36,8%), менше – у Черкаській (16,5%) і Дніпропетровській (11,9%) областях. Із загальної кількості путівок реалізованих турагентами Вінницької і Полтавської областей у 2017 р. лише 1,5% та 7,6% – громадяни України, які подо-

рожували в межах країни. В обсязі реалізованих у 2017 р. туристичних путівок іноземцям для подорожі в межах України лише у Полтавській області було реалізовано 181 од., що становило 2,1%.

Загалом у 2017 р. питома частка областей Центральної України в загальному обсязі реалізованих турагентствами туристичних путівок становила 26,6%, із них громадянам України для подорожі в межах країни – 11,3%, іноземцям для подорожі в межах України – 18,4. Серед іноземних громадян, які бажали подорожувати Центральною Україною, перевагою користувалася лише Полтавська область, а серед українців – Кіровоградська область.

Мета і вид туризму, який вибирають внутрішні та в'їзні туристи, залежать від різних чинників: наявності й тривалості вільного часу; віку, статі, стану здоров'я, рівня духовного розвитку, особистих смаків і матеріального добробуту; розмаїтості природних умов туристичного регіону і сезонності; наявності певних засобів пересування. Аналіз статистичних даних із розподілу туристів, які відвідали Центральну Україну в 2017 р., у розрізі мети поїздки вказує на зростання популярності дозвілльового і відпочинкового туризму. У 2017 р. 99,2% туристів зазначили, що метою їхньої подорожі в областях Центральної України було дозвілля і відпочинок.

З метою службової, ділової чи навчальної поїздки у Центральній Україні подорожувало 0,4% усіх туристів, обслуговуваних турагентствами, з лікувальною метою – 0,2%, спортивний туризм – 0,1%, подорожуючих дітей віком 0–17 років – 16,3%, інші види – 0,1%.

У 2017 р. Центральною Україною з метою службової, ділової чи навчальної поїздки подорожувало 19,3% усіх туристів, подорожуючих країною, з метою дозвілля і відпочинку – 29,5%, з лікувальною метою – 0,9%, з метою спортивного

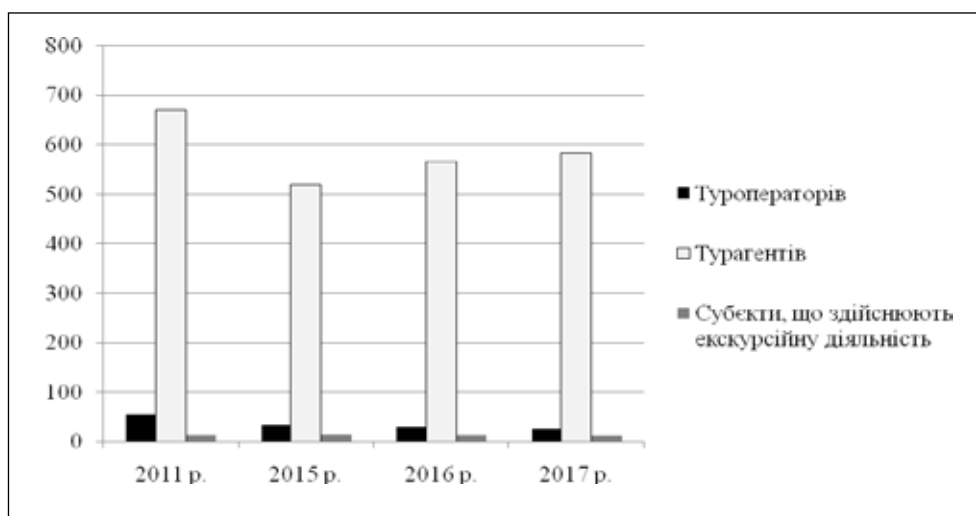


Рис. 1. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності, які обслуговують туристів в областях Центральної України

Джерело: згруповано автором на основі [6]

Таблиця 2

Кількість реалізованих туристичних путівок у 2017 р. туристичними підприємствами Центральної України

Показник	Усього		з них				іноземцям для подорожі у межах	
			громадянам України					
	од	тис. грн	од	тис. грн	од	тис. грн	од	тис. грн
Турагент, фізична особа – підприємець	60226	1626126	7041	25305,5	53003	1600090,6	182	729,4
Турагент, юридична особа	21912	551810,1	3474	19595,4	18436	532197,7	2	17
Туроператор, юридична особа	9902	85366,6	5481	16400,2	4348	68362,8	0	0
Разом по Центральній Україні	92040	2263302	15996	61301,1	75787	2200651,1	184	746,4
Разом по Україні (туроператори, турагенти, юрид. і фіз. особи)	5,9	8,2	5,8	4,2	9,0	10,2	1,1	0,4

Джерело: згруповано автором на основі [6]

Таблиця 3

Розподіл туристів, обслуговуваних турагентствами, з метою поїздки та видами туризму в 2017 р. в областях Центральної України, осіб

Показник	Усього	У тому числі за метою поїздки						З них діти віком 0-17 років
		служба, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інші	
Внутрішні туристи								
Області Центральної України	8387	48	8151	171	7	0	10	2060
Питома частка в загальному обсязі по Україні, %	10,0	3,4	14,1	0,7	8,5	0,0	1,7	14,6
В'їзні іноземні туристи								
Області Центральної України	174	22	152	0	0	0	0	0
Питома частка в загальному обсязі по Україні, %	16,7	91,7	37,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Виїзні туристи								
Області Центральної України	102562	390	101931	58	77	0	106	16105
Питома частка в загальному обсязі по Україні, %	32,3	40,7	32,3	27,4	40,7	0,0	21,4	32,3

Джерело: згруповано автором на основі [6]

туризму – 31,0%, з іншою метою – 0,1%, дітей віком 0–17 років – 28,3%.

Потоки в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму в областях Центральної України мають схожу тенденцію з іншими областями України (табл. 3).

Як і в попередні роки, у досліджуваному регіоні України в 2017 р. потік туристів, які виїжджали з регіону, більший за потоки внутрішніх і в'їзних туристів. Загалом туристів, що виїхали за межі України із Центрального регіону за кордон, було у 12,2 рази більше, ніж внутрішніх туристів. Із 2017 р. і дотепер спостерігається бум внутрішнього туризму.

Розвиток підприємництва на туристичному ринку Центральної України пов'язаний із розумінням того, що невеличкі містечка або села можуть бути цікавим для туризму, а це, своєю чергою, – можливість для розвитку самого населеного пункту. Крім того, містечка та села біля різноманітних водойм стають новою принадою для туристів, особливо тих, хто шукає альтернативу традиційному пляжному відпочинку на узбережжі Азовського та Чорного морів. І це сьогодні є неосвоєним сегментом для підприємницьких структур на туристичного ринку Центральної України.

Оскільки децентралізація передбачає передачу відповідальності та ресурсів у регіони, саме туристична галузь має всі шанси скористатися ресурсами і забезпечити регіонам їх поповнення. Практично всі регіони України визначили туризм як один із ключових напрямів розвитку економіки. Спостерігається зростання рівня фінансування туризму з місцевих бюджетів і, відповідно, рівня відповідальності за дохід від цієї сфери. Туризм є найшвидшим способом створення робочих місць, а отже, отримання надходжень до бюджету. Проте стратегія розвитку туризму на місцях обов'язково повинна бути взаємопов'язана зі стратегією розвитку відповідного регіону.

Український внутрішній турист переважно самостійний, сам бронює житло, купує квитки і рідко користується послугами спеціалізованих компаній, кілька разів на рік їздить у короткі мандрівки на два-три дні. Внутрішній турист стає більш вибагливим у зв'язку з відкриттям кордонів з ЄС, ознайомлений з іншим рівнем сервісу і вимагає відповідного рівня обслуговування всередині країни

Розкриття туристичної привабливості Центральної України залежить також від розвитку транспортної інфраструктури. Від можливості або неможливості кудись дістатися залежить потік відвідувачів. В Україні лише 10 тис. км автомобільних доріг державного призначення зі 170 тис. км не потребують ремонту, тобто менше 6%. За даними Мінінфраструктури, найгірші траси державного значення – у Черкаській, Миколаївській, Луганській і Донецькій областях.

Центральна Україна потребує значних капіталовкладень у розвиток туристичної інфраструктури. Розміщення чітких показників до найяскравіших пам'яток, доріг відмінної якості із зонами відпочинку з усіма зручностями, місцями для автокемпінгів, розміщення туристичних центрів, де туристи можуть отримати всю необхідну інформацію про регіон. Засоби розміщення потребують європейського рівня обслуговування та відмінного сервісу, щоб привабити внутрішнього та в'їзного туриста.

Висновки з проведеного дослідження. Функціонування туристичного комплексу Центральної України пов'язане з раціональним використанням його ресурсного потенціалу. Результати діяльності туристичних підприємств тісно взаємопов'язані з фінансовими, матеріально-технічними, трудовими та іншими ресурсами. Ефективна діяльність підприємств сфери туризму базується як на їх самостійному успішному функціонуванні, так і на розвитку сегменту в цілому за допомогою залучення на регіональний туристичний ринок Центральної України зарубіжних партнерів, які дадуть змогу розширити перспективи діяльності підприємств туристичної індустрії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бойко М.Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку. Загальні питання економіки. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 16. С. 34–39.
2. Вікіпедія. Вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org>.
3. Горіна Г.О. Сутність та особливості типології туристичних підприємств як суб'єктів управління. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. С. 46–49.
4. Кошляк А. Туризм і децентралізація: як українці відкривають для себе країну. URL: https://lb.ua/economics/2018/11/03/411461_turizm_i_detsentralizatsiya_yak.html.
5. Нещадим Л.М., Тимчук С.В. Інноваційні методи економічного аналізу діяльності туристичних підприємств в Україні. Бізнес-навігатор. 2017. Вип. 2(41). С. 84–88.
6. Туристична діяльність України у 2017 р. Статистичний збірник. Київ, 2018. С. 90.
7. Шаповал В.М., Герасименко Т.В. Фактори та принципи підвищення ефективності діяльності підприємств туристичного комплексу. Економічний вісник. 2016. № 3. С. 79–86.

REFERENCES:

1. Bojko M.H. (2009) Turystychna pryvablyvist' Ukrainy: zakonornosti fomuvannia ta oriientyru rozvytku [General questions of economy. Investments: practice and experience]. Zahal'ni pytannia ekonomiky. Investytsii: praktyka ta dosvid. № 16. – pp. 34-39. (in Ukrainian)
2. Vikipediia. Vil'na entsyklopediia. [Elektronnyj resurs] – Rezhym dostupu : <https://uk.wikipedia.org>
3. Horina H.O. (2016) Sutnist' ta osoblyvosti typolohii turystychnykh pidpriemstv iak sub'iektiv upravlinnia [The essence and features of the typology of tourist enterprises as subjects of management]. Naukovyj visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. pp. 46-49. (in Ukrainian)
4. Koshliak A. (2018) Turyzm i detsentralizatsiia: iak ukraintsi vidkryvaiut' dlia sebe krainu. [Elektronnyj resurs] – rezhym dostupu: https://lb.ua/economics/2018/11/03/411461_turizm_i_detsentralizatsiya_yak.html (in Ukrainian)
5. Neschadym L.M., S.V. Tymchuk (2017) Innovatsijni metody ekonomichnoho analizu diial'nosti turystychnykh pidpriemstv v Ukraini [Innovative methods of economic analysis of tourism enterprises in Ukraine]. Naukovo-vyrobnychyj zhurnal «Biznes-navigator», vypusk 2(41). – pp. 84-88. (in Ukrainian)
6. Turystychna diial'nist' Ukrainy u 2017 r. Statystychnyj zbirnyk. Kyiv. 2018. s. 90.
7. Shapoval V.M., T.V. Herasyenko (2016) Faktory ta pryntsyipy pidvyschennia efektyvnosti diial'nosti pidpriemstv turystychnoho kompleksu [Factors and principles of improving the efficiency of enterprises of the tourist complex]. Ekonomichnyj visnyk. № 3. – pp. 79-86. (in Ukrainian)

Тымчук С.В.

Associate Professor, Candidate of Economic Sciences
Associate Professor of the Department of Tourism
and Hotel and Restaurant Affairs
Uman National University of Horticulture

ENTERPRISE ON THE TOURIST MARKET OF CENTRAL UKRAINE

The development of tourism in Ukraine is straightly related with the entrepreneurship and rational use of tourist resources. The unsatisfactory indexes of the development of tourism in the Central Ukraine against the growing level of competition in other need the optimization of events for providing the development of tourist sphere.

Absence of the Central Ukraine in the list of tourist leaders of Ukraine is related with the insufficient opening of their tourist attractiveness. One of the reasons there is a low level of entrepreneurial activity at the tourist market of the Central Ukraine. Functioning at the market of enterprise structures provides the necessary level of competition, quality of product and service for customers.

The flow of tourists within the limits of regions of the Central Ukraine is characterized a low level comparing to Ukrainian data. The tourist journeys on the territory of regions of the Central Ukraine in 2017 carried out were by 2930373 persons, however in 2011 this index was less by 18.8 times and it made 156119 persons.

The specific part of the Central Ukraine regions for the amounts of the tourists, served by tour operators and by travel agencies for period 2011-2017, shows the decline of the level of personal interest of the Central Ukraine's tourist attractions.

For period 2011-2017 the amount of subjects of tourist activity at the tourist market of the Central Ukraine regions diminished by 118 units for investigated period. Tour operators and tourist agents in general work in the direction of sending Ukrainians abroad.

In 2017 the specific part of the Central Ukraine regions in the general volume of the tourist tours realized by tourist agencies presented 26.6 %, of them to the citizens of Ukraine for a trip on Ukraine – 11.3 %, to the foreigners for a trip within the limits of Ukraine – 18.4 %. Among foreign citizens, who wished to travel around the Central Ukraine, only Poltava region had an advantage, but among Ukrainians Kirovohrad region. In 2017 99.2 % tourists were marked that the aim of their trip in the Central Ukraine regions was leisure and rest.

Opening of tourist attractiveness of the Central Ukraine depends on the development of transport infrastructure. The flow of visitors depends on possibility or impossibility to be somewhere reached. The Central Ukraine needs considerable capital investments to the development of tourist infrastructure.

The effectiveness of the tourism sphere enterprises activity is based as on their independent successful functioning so on the development of segment in general by means of find into the regional tourist market of the Central Ukraine the foreign partners who will allow to extend the prospects of activity of the industry tourist enterprises.