

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ

ACTIVITY ANALYSIS OF TOURISM SUBJECTS IN ZHYTOMYR REGION

У статті проаналізовано діяльність суб'єктів туристичної діяльності м. Житомира та Житомирської області на основі проведеного опитування та статичного аналізу даних Головного управління статистики України за 2020 р. Охарактеризовано стан та рівень розвитку ринку туристичних послуг м. Житомира на рівні як споживачів, так і виконавців. Установлено, що Житомирський регіон займає слабе положення на національному ринку туристичних послуг як за кількістю зареєстрованих туроператорів та турагенцій, так і за кількістю проданих туристичних пакетів. Виявлено, що в області розвивається лише пасивний туризм. Причому найбільш популярними для відпочинку є такі країни, як Єгипет та Туреччина (бюджетний варіант для сімейного відпочинку). Така динаміка негативно впливає на розвиток як регіонального, так і національного туристичного ринку та супутніх галузей країни. Такі статистичні дані збігаються з результатами опитування. Також у результаті опитування було встановлено, що лідерами серед туристичних операторів є Anex Tour, Join UP та Coral Travel.

Ключові слова: туристичні оператори, туристичні агенції, ринок туристичних послуг, пасивний туризм, виїзний туризм, внутрішній туризм, туристичний пакет.

The article analyzes the activities of tourism entities in Zhytomyr and Zhytomyr region on the basis of a survey and static analysis of data from the Main Department of Statistics of Ukraine for 2020. The state and level of development of the market of tourist services of Zhytomyr at the level of both consumers and performers is characterized. Based on the analytical review of consolidated statistics on the activities of tour operators and travel agencies in Zhytomyr region and the results of the survey, it was concluded that Zhytomyr region occupies a weak position in the national market of tourism services, both in number of registered tour operators and travel agencies and by the number of sold tourist packages. It was found that only passive tourism is developing in the region, ie the departure of tourists abroad. Zhytomyr region "exports" tourists to other countries. And the most popular for recreation are countries such as Egypt and Turkey (budget option for family vacations). Such dynamics negatively affect the development of both regional and national tourism market and related industries of the country. Such statistics coincide with the results of the survey. It was found that the family budget for vacation ranges from 20 to 40 thousand hryvnias (93% of respondents) per family. Only 7% of respondents spend more than 50 thousand hryvnias on vacation. Such results are in good agreement with the answers regarding the choice of countries for recreation. As a result of the survey, it was found that the leaders among tour operators are: Anex Tour, Join UP and Coral Travel. Thus, tour operator and travel agency activities in the Zhytomyr region are poorly developed. There, Zhytomyr region ranks 17th with the number of tour packages sold 2215. This is a very low figure for the whole region. The region is dominated by outbound tourism. It is the focus on the development of domestic tourism that should be a priority for the development of tourism in the region. Effective implementation of tours in the country and region, and not just the sale of tour packages for holidays abroad, should become the dominant task of travel companies in the region. Such tours will provide quality and inexpensive recreation, promote long-term prosperity and development of the local community and improve the profitability of small and medium-sized businesses.

Key words: tour operators, travel agencies, market of tourist services, passive tourism, outbound tourism, domestic tourism, tourist package.

УДК 338:48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct63-18>

Чернишова Т.М.

к.б.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та туризму
Поліський національний університет
Валінкевич Н.В.

д.е.н., професор кафедри економіки, підприємництва та туризму
Поліський національний університет
Мутасова С.А.

завідувач навчальної лабораторії
Поліський національний університет

Chernyshova Taisiia

Polissia National University

Valinkevych Nataliia

Polissia National University

Mutasova Snizhana

Polissia National University

Постановка проблеми. Туризм у сучасному світі є одним із найбільш динамічних, конкурентноздатних та прибуткових видів соціально-економічної діяльності, який став одним із невід'ємних компонентів життя людей у більшості країн світу і не лише забезпечує відпочинком людей, а й надає робочі місця як у туристичній галузі, так і в дотичних сферах, зокрема в транспорті, торгівлі та культурі. Така тенденція нині спостерігається як в Україні у цілому, так і по регіонах тією чи іншою мірою.

На сучасному національному ринку туристичних послуг головними виробниками та реалізаторами туристичних послуг є суб'єкти туристичної діяльності, які представлено туристичними операторами, туристичними агенціями та іншими суб'єктами підприємницької діяльності, які надають послуги з проживання, харчування, екскурсійних та інших туристичних послуг, а також фізичні особи – екскурсоводи та гіді-перекладачі.

Тобто обслуговування туристів на різних рівнях є основним завданням та видом діяльності як великих туристичних підприємств, так і турагенцій, які розміщено у всіх містах України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Туроператорській та турагенській діяльності, розвитку індустрії туризму, ринку туристичних послуг присвячено низку науково-методичних праць учених-теоретиків: В. Баєва, О. Кузьміна, М. Мальської, Г. Михайліченко, О. Любіцевої [1; 5; 6; 8–10]. Серед праць стосовно дослідження прикладних аспектів із даної тематики, можна відзначити [4; 7; 12; 15–18 та ін.].

Постановка завдання. Метою дослідження є характеристика та аналіз діяльності суб'єктів туристичної діяльності м. Житомира та Житомирської області на основі проведеного опитування та статичного аналізу, стану та рівня розвитку ринку туристичних послуг м. Житомира на рівні як споживачів, так і виконавців.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно із Законом України «Про туризм» [3], суб'єктами, які мають право здійснювати та забезпечувати туристичну діяльність, є:

- туристичні оператори;
- туристичні агенти;
- гіди-перекладачі;
- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;
- гіди-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу;
- фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо [3].

Саме туроператори та турагенти є основними виробниками і реалізаторами туристичного продукту та послуг і основними «гравцями» на ринку туристичних послуг, як національному, так і регіональному.

На сучасному туристичному ринку всі туроператори поділяються за видом та місцем діяльності. Національний туристичний ринок представлений переважно операторами масового ринку, які є водночас як рецептивними, так і ініціативними або операторами внутрішнього ринку. Водночас розподіл туроператорів та турагенцій по території є не рівномірним. Про це свідчать дані Головного управління статистики України (рис. 1).

Як видно з діаграми, Житомирська область наразі не належить до регіонів-лідерів за кількістю туроператорів та турагенцій. Вона займає лише 18-е місце серед 24 областей, не рахуючи м. Київ як столицю України. Лише в ньому одному зареєстровано 750 туроператорів та турагенцій (юридичні особи) та 273 турагенції (фізична особа – підприємець) (рис. 1). У Житомирській області, згідно зі статистичними даними, станом на 01.01.2021 нараховується 16 туроператорів та турагенцій (юридичні особи) та 43 турагенції (фізична особа – підприємець). Це, звичайно, дуже низький показник. Хоча на інформаційному порталі «Довідкова Житомира» розміщено інформацію про 81 туристичну агенцію [2] лише в м. Житомирі. Це значно вища цифра за офіційні статистичні дані Державної служби статистики України.

Подібну картину можна спостерігати і за кількістю проданих туристичних пакетів (рис. 2). Там Житомирщина посідає 17-е місце за кількістю проданих турпакетів – 2 215, з яких 94% – виїзним туристам для подорожі за кордон. Така динаміка показує, що в регіоні розвивається лише пасивний туризм, тобто виїзд туристів за кордон, а не внутрішній, на який припадає лише 6%. Пасивний туризм виражається відсотком національної грошової одиниці як із регіону, так і з країни у цілому. Житомирська область «експортує» туристів в інші країни. Така динаміка негативно впливає на розвиток як регіонального, так і національного туристичного ринку та супутніх галузей країни.

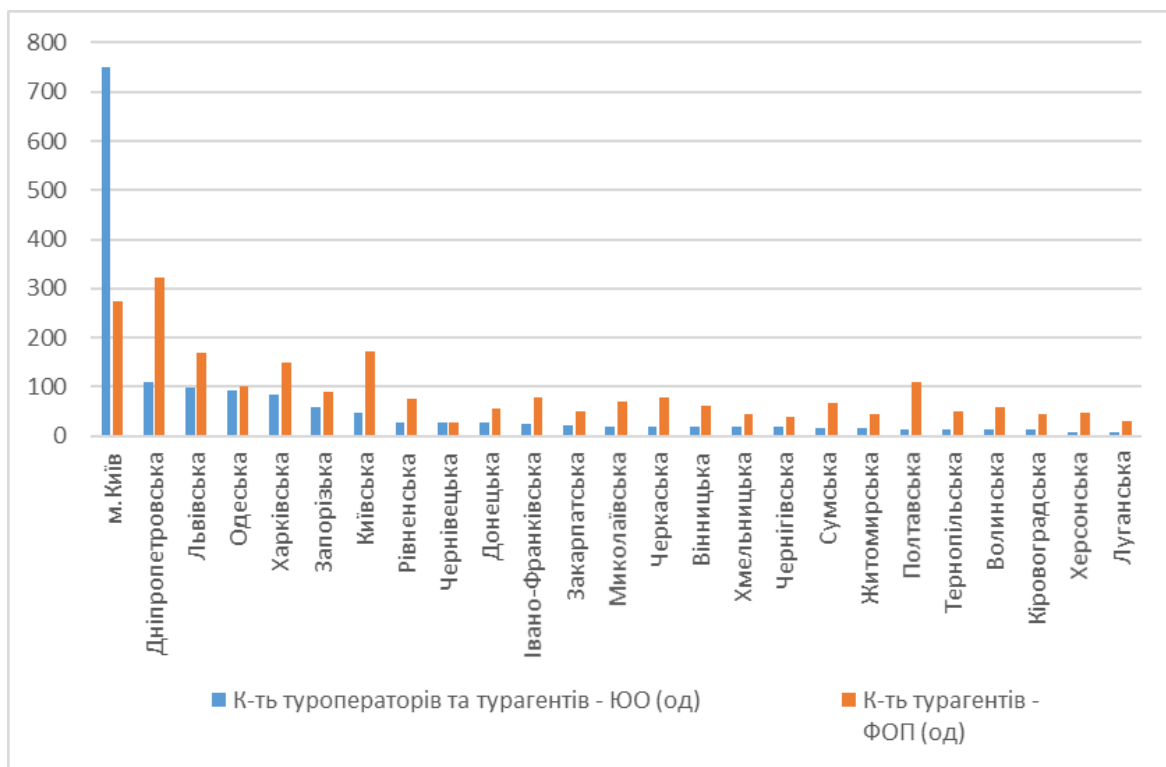


Рис. 1. Кількість туроператорів та турагентів по регіонах за 2020 р.

Джерело: [11]

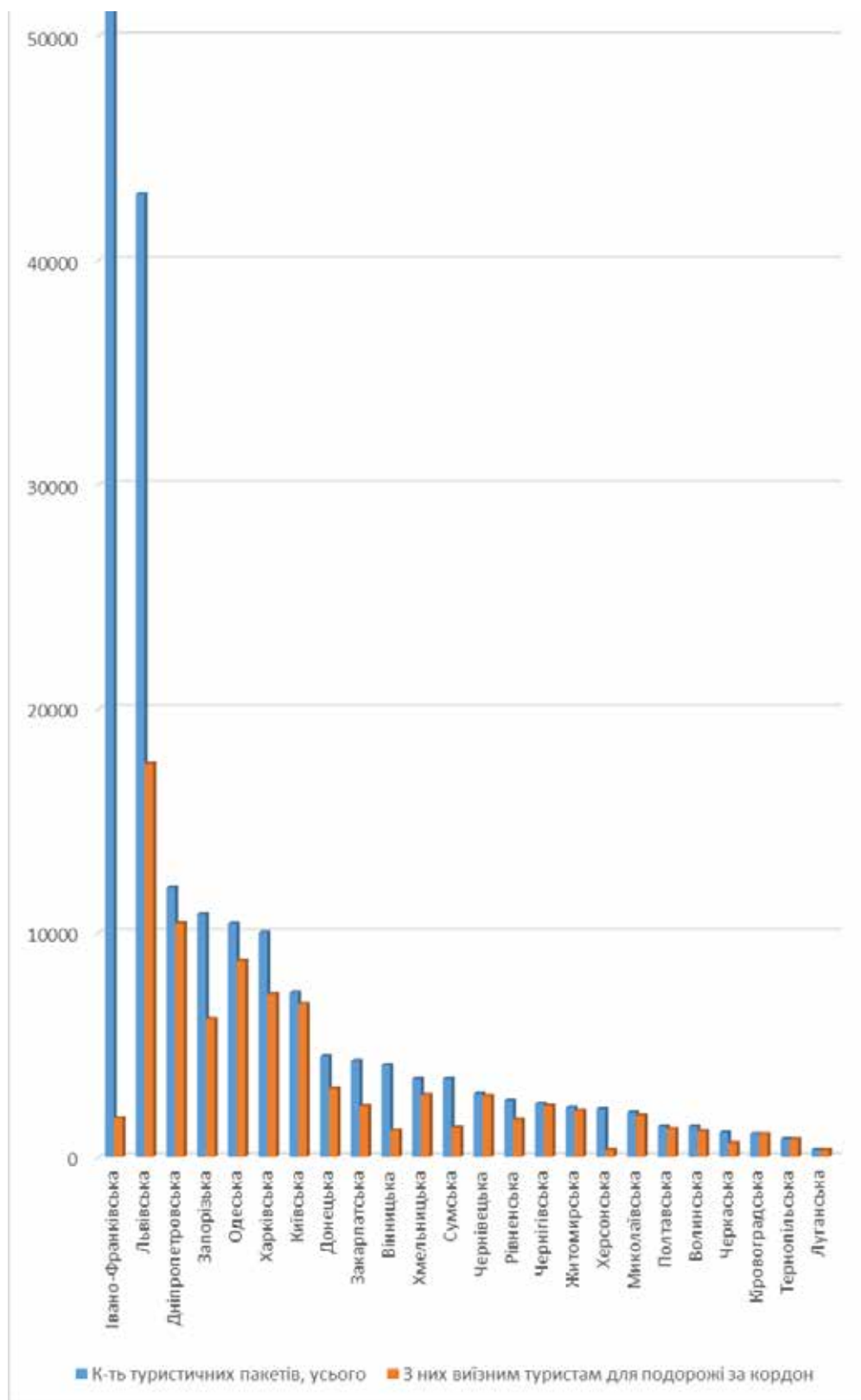


Рис. 2. Кількість туристичних пакетів, реалізованих туроператорами та турагентами у 2020 р. за регіонами

Джерело: [11]

Опитування, проведене на платформі Google Форми, у якому взяли участь 120 респондентів м. Житомира, підтверджує статистичні дані Державного управління статистики щодо

пасивного туризму в регіоні (рис. 3). Наведені нижче дані показують, що лише 6% опитуваних респондентів відпочивають в Україні, решта 98% – за кордоном.

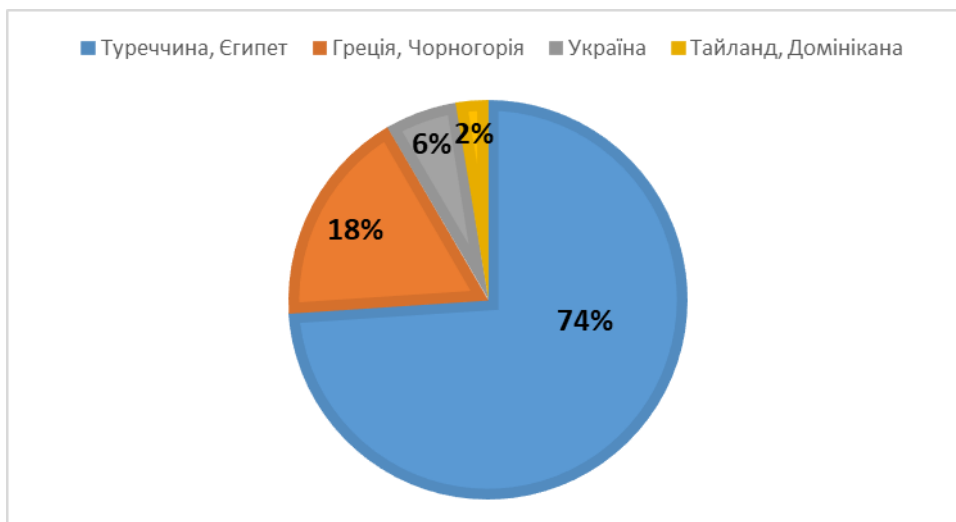


Рис. 3. Розподіл громадян Житомира за країнами, до яких вони виїжджали на відпочинок

Джерело: власні дослідження авторів

Причому найбільш відвідуваними країнами для туристів є Туреччина та Єгипет – 74% респондентів. Ще 18% відпочивають у Греції, Чорногорії, і лише 2% туристів вибирають для відпочинку такі екзотичні країни, як Таїланд та Домініканська Республіка.

Як видно з діаграми (рис. 4), бюджет родини на відпочинок коливається від 20 до 40 тис грн (93% опитуваних). Лише 7% респондентів витрачають на відпочинок понад 50 тис грн. Такі результати добре узгоджуються з відповідями щодо вибору країн для відпочинку, адже Єгипет та Туреччина є розвиненими туристичними країнами і чудовим бюджетним варіантом сімейного відпочинку для середньостатистичної родини, який

включає оптимальне поєднання ціни, якості та пакету туристичних послуг.

В Україні станом на 01.01.2021 зареєстровано 452 туристичних операторів, які за 2020 р. реалізували 1 225 131 туристичний пакет як туристичним агенціям, так і туристам [11]. Однак лідерами серед продажів туристичного продукту є двадцятка туроператорів. Така інформація розміщена на різних Інтернет-ресурсах. Зокрема, на офіційному сайті туристичної агенції «Поїхали з нами» [14] наведено 19 туроператорів, які є лідерами з продажів турів. На сайті мережі туристичних агенцій Join UP [13] наведено топ найбільших та найпопулярніших туристичних операторів: Anex, Join UP, TUI, Coral Travel, Pegas Touristik, TEZ Tour,

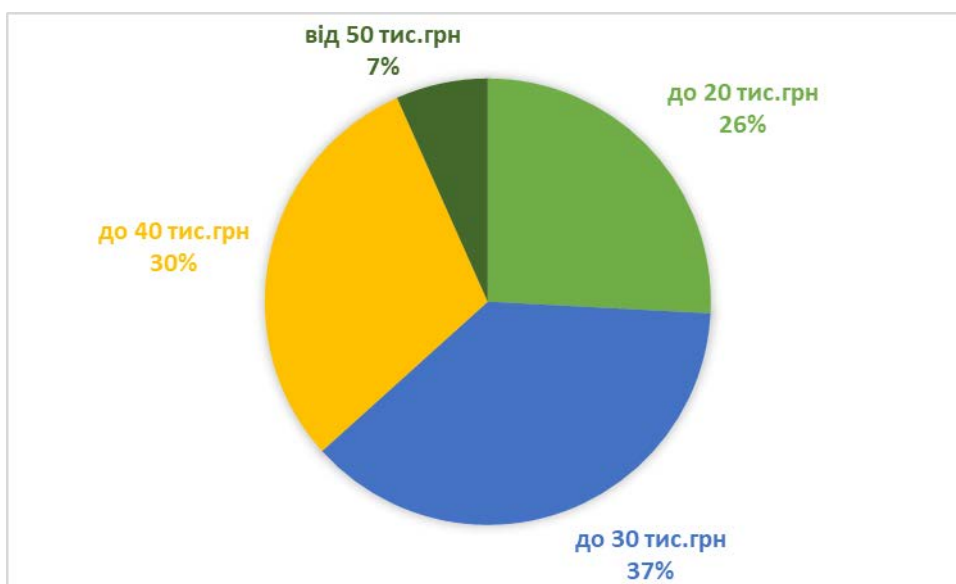


Рис. 4. Діаграма витрат на відпочинок (на родину)

Джерело: власні дослідження авторів

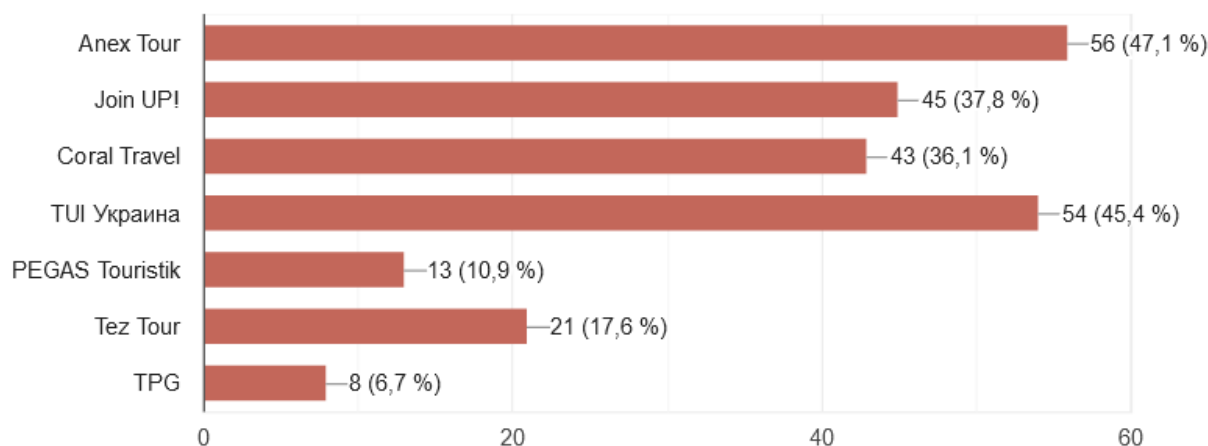


Рис. 5. Рейтинг туроператорів за результатами соціального опитування

Джерело: власні дослідження авторів

Компас, TPG. Дані, які були отримані в результаті опитування «Яким туроператорам надаєте перевагу під час купівлі туру?» підтверджують цю інформацію (рис. 5).

Як видно з рисунка, туроператори Anex Tour та TUI є лідерами виїзного туризму серед споживачів, їхніми послугами користуються відповідно 47,1% та 45,4% туристів. На другому місці – Join UP і Coral Travel, послугами яких відповідно користуються близько 38% та 36%. На останньому місці – національний туроператор TPG, лише 8% споживачів користуються їхніми туристичними послугами.

Як бачимо, результати нашого опитування співпадають із рейтингами різних туристичних агенцій.

Висновки з проведеного дослідження.

Зробивши аналітичний огляд зведених статистичних даних щодо діяльності туристичних операторів та туристичних агенції на території Житомирської області та результатів опитування, можна зробити такі висновки:

1. Житомирський регіон займає слабке положення на національному ринку туристичних послуг як за кількістю зареєстрованих туроператорів та турагенцій, так і за кількістю проданих туристичних пакетів.

2. Було виявлено, що в області розвивається лише пасивний туризм, тобто виїзд туристів за кордон. Житомирська область «експортує» туристів в інші країни. Причому найбільш популярними для відпочинку є такі країни, як Єгипет та Туреччина (бюджетний варіант для сімейного відпочинку). Така динаміка негативно впливає на розвиток як регіонального, так і національного туристичного ринку та супутніх галузей країни. Такі статистичні дані збігаються з результатами опитування.

3. У результаті опитування було встановлено, що лідерами серед туристичних операторів є Anex Tour, Join UP та Coral Travel.

Отже, туроператорська та турагентська діяльність у Житомирському регіоні розвинена слабо. Житомирщина посідає 17-е місце з кількістю проданих турпакетів 2 215. Це дуже низький показник як для цілої області. У регіоні переважає виїзний туризм. Саме концентрація на розвитку внутрішнього туризму має стати першочерговим завданням для розвитку туризму в регіоні. Ефективне впровадження турів по країні та області, а не тільки продаж турпакетів для відпочинку за кордоном, має стати домінуючим завданням туристичних фірм регіону. Саме такі тури будуть забезпечувати якісний та недорогий відпочинок, сприяти довгостроковому процвітанню та розвитку місцевої громади і покращувати прибутковість середнього та малого бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Баєв В.В. Основи туроперейтингу : навчальний посібник. Київ : Персонал, 2016. 156 с.
2. Інтернет ресурс. URL: <https://1552.com.ua/ua/catalog/turfirmituragentstva/> (дата звернення: 14.01.2022).
3. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 06.01.2022).
4. Косар Н., Кузьо Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 2(176). С. 115–125.
5. Михайліченко Г.І. Туроперейтинг : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304 с.
6. Мальська М.П., Худо. В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник ; 2-е вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
7. Мірошник Р.О., Щир І.В. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2013. № 754.
8. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : НУЦЗУ, 2017. 153 с.

9. Любіцева О.О., Бабарицька В.К. Туризмознавство: вступ до фаху : підручник. Київ : Київський університет, 2008. 335 с.

10. Організування туристичної діяльності : навчальний посібник / О.Є. Кузьмін та ін. Львів : Львів. політехніка, 2015. 352 с.

11. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.01.2022).

12. Пестушко В.М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. *Географія та основи економіки*. 2015. № 7. С. 257–265.

13. Сайт мережі туристичних агенцій Join UP. URL: <https://www.poehalisnami.ua/ua/tour> (дата звернення: 12.01.2022).

14. Сайт туристичної агенції «Поїхали з нами». URL: <https://joinuplviv.com/rejtyng-turoperatoriv-sezon-lito-2020/> (дата звернення: 12.01.2022).

15. Фролова Г.І., Фролова В.Ю. Організаційні засади маркетингових досліджень у сфері туризму. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. № 3. С. 52–56.

16. Фаринюк Н.В., Наумова М.А. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2017. Т. 1. № 9.

17. Фрей Л.В. Шляхи вдосконалення соціально-економічного розвитку суб'єктів регіонального туризму. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 328–334.

18. Taisiia Chernyshova, Anna Osipchuk, Svitlana Tyshchenko Analysis of the Tourist Services Market in Ukraine: Problems and Prospect. *Zeszyty naukowe WSTiE. Sucha Beskidzka*, 2020. Tom 17, rocznik IX numer 1/2020.

REFERENCES:

1. Baiev V.V. (2016) *Osnovy turopereitynhu: navch. Posib* [Fundamentals of tour operating: textbook]. Kyiv: DP "Vyd. dim "Personal", 156 p. (in Ukrainian)

2. Internet resurs. Available at: <https://1552.com.ua/ua/catalog/turfirmituragentstva/> (accessed 14 January 2022).

3. Zakon Ukrainy «Pro turyzm» [Law of Ukraine "On Tourism"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (accessed 06 January 2022).

4. Kosar N., Kuzo N. (2016) *Doslidzhennia rozvytku turyzmu v umovakh kryzy. Aktualni problemy ekonomiky* [Research of tourism development under crisis. Current economic issues], no. 2(176), pp. 115–125. (in Ukrainian)

5. Mykhailichenko H.I. (2018) *Turopereitynh: pidruchnyk* [Tour operating: Textbook]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 304 p. (in Ukrainian)

6. Malska M.P., Khudo. V.V. (2012) *Turystychnyi biznes: teoriia ta praktyka: pidruchnyk* [Tourism industry: theory and practice: Textbook, 2nd edition revised and expanded]. 2-he vyd. pererob. ta dop. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury, 368 p. (in Ukrainian)

7. Miroshnyk R.O., Shchyr I.V. (2013) *Rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy: osoblyvosti ta problemy* [Development of the tourism industry of Ukraine: peculiarities and challenges]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»* [Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"], no. 754. (in Ukrainian)

8. Melnychenko O.A., Shvedun V.O. (2017) *Osoblyvosti rozvytku industrii turyzmu v Ukraini: monohrafiia* [Peculiarities of the tourism industry of Ukraine: Monograph]. Kharkiv: NUTsZU, 153 p. (in Ukrainian)

9. Liubitseva O.O., Babarytska V.K. (2008) *Turyzmoznavstvo: vstup do fakhu: pidruchnyk* [Tourism science: introduction to the specialty: Textbook]. Kyiv: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr «Kyivskiy universytet», 335 p. (in Ukrainian)

10. Orhanizuvannia turystychnoi diialnosti: navch. posibnyk (2015) [Organization of tourist activity: Tutorial] / O.Ye. Kuzmin ta in. Lviv: Vyd-vo Lviv. politekhniki, 352 p. (in Ukrainian)

11. Ofitsiynyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 10 January 2022).

12. Pestushko V.M. (2015) *Ukrainskyi turyzm u konteksti hlobalizatsii: suchasnyi stan i perspektyvy. Heohrafiia ta osnovy ekonomiky* [Ukrainian tourism in the context of globalization: current status and prospects. Geography and basics of economics], no. 7, pp. 257–265. (in Ukrainian)

13. Sait merezhi turystychnykh ahentsii «Join UP» [Website of travel agency network "Join UP"]. Available at: <https://www.poehalisnami.ua/ua/tour> (accessed 12 January 2022).

14. Sait turystychnoi ahentsii «Poikhaly z namy» [The website of the travel agency "Travel with us"]. Available at: <https://joinuplviv.com/rejtyng-turoperatoriv-sezon-lito-2020/> (accessed 12 January 2022).

15. Frolova H.I., Frolova V.Yu. (2014) *Orhanizatsiini zasady marketynhovykh doslidzhen u sferi turyzmu* [Organizational principles of marketing research in the field of tourism]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu* [Bulletin of Berdyansk University of Management and Business], no. 3, pp. 52–56. (in Ukrainian)

16. Faryniuk N.V., Naumova M.A. (2017) *Statystychnyi analiz rynku turystychnykh posluh Ukrainy* [Statistical analysis of the market of tourist services of Ukraine]. *Visnyk studentskoho naukovohto tovarystva DonNU imeni Vasylia Stusa* [Bulletin of Student Scientific Society at Vasyl Stus Donetsk National University], T. 1, no. 9. (in Ukrainian)

17. Frei L.V. (2019) *Shliakhy vdoskonalennia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku subiektiv rehionalnoho turyzmu* [Ways of improvement of socio-economic development of regional tourism]. *Infrastruktura rynku*. [Market infrastructure], vol. 30, pp. 328–334. (in Ukrainian)

18. Taisiia Chernyshova, Anna Osipchuk, Svitlana Tyshchenko (2020) *Analysis of the Tourist Services Market in Ukraine: Problems and Prospect. Zeszyty naukowe WSTiE. Sucha Beskidzka*. Tom 17, rocznik IX numer 1/2020.