

ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕМОГРАФІЧНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ТА АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

DEMOGRAPHIC TRENDS RESEARCH AND TOURISM ANALYSIS IN UKRAINE

Метою статті є визначення основних тенденцій демографічного процесу та аналіз туристичного бізнесу в Україні. Встановлено, що демографічна ситуація України характеризується негативними тенденціями, також простежується посилення внутрішньої міграції населення. Прибуток від операційної діяльності підприємств туристичного бізнесу в останні роки значно скоротився, значно збільшилися витрати. У структурі витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, найбільшу частку займають витрати на розміщення і проживання туристів. Визначено, що суб'єктам туристичного бізнесу варто посилити свою діяльність за рахунок розширення спектру туристичного продукту, а саме розвинути туристичні послуги та товари з урахування обставин в країні для певного сегменту споживачів.

Ключові слова: населення, міграція, туризм, продукт, бізнес.

Целью статьи является определение основных тенденций демографического процесса и анализ туристического бизнеса в Украине. Установлено, что демографическая ситуация Украины характеризуется негативными тенденциями, также прослеживается усиление внутренней миграции населения. Прибыль от операционной деятельности предприятий туристического бизнеса в последние годы значительно сократилась, значительно увеличились затраты.

В структуре затрат субъектов туристической деятельности на услуги сторонних организаций, которые используются при производстве туристского продукта, наибольшую долю занимают затраты на размещение и проживание туристов. Определено, что субъектам туристического бизнеса стоит усилить свою деятельность за счет расширения спектра туристического продукта, а именно развить туристические услуги и товары с учетом обстоятельств в стране для определенного сегмента потребителей.

Ключевые слова: население, миграция, туризм, продукт, бизнес.

The article aim is to determine the main trends of demographic process and tourist business analysis in Ukraine. It was established that in Ukraine the demographic situation is characterized by negative trends and intensification of internal migration are also observed. Recently operating profit from tourism business has declined and costs have increased significantly. In the cost structure of tourist activities on third-party services used in the production of the tourist product, the largest share is occupied by the cost of tourist accommodation and living. It was disclosed that the tourism business subjects should strengthen its activities through expansion of the tourism product, namely it is necessary to develop tourist services and products based on the circumstances in the country for a certain segment of consumers.

Key words: population, migration, tourism, the product, business.

УДК 31:338.48

Приходько Д.О.

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства
Харківський національний
автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Сучасна Україна на даний момент переживає не найкращий період в багатьох сферах економіки, у тому числі в сфері туризму. Все більш гостро стають проблеми міграції населення, а саме виїзд українців за кордон не з метою відпочинку, а на заробітки чи постійне місце проживання. Зменшення заробітку населення призводить до ланцюгової реакції в економіці: люди купують менше, виробники виробляють менше. Необхідність скорочувати витрати призводить до відмови від товарів чи послуг, які при стабільній економіці були звичними для більшості середньостатистичних заробітчанин. Під категорію відмови потрапили деякі туристичні послуги. Отже, існує загроза скорочення туристичного бізнесу. Тому для туристичних підприємств важливим є детальний аналіз споживчого ринку сьогодні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Демографічні процеси, ринок туристичних послуг України досліджували багато вчених. Так, праця Кулешової Н.В. присвячена аналізу сучасного стану розвитку туристичної галузі України [1]. Димеденко І.В. досліджував методичні підходи до аналізу

ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу [2]. Давидюк І.В. досліджував стан і перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні [3]. Балашова Р. та Івченко Л. досліджували методичні засади аналізу та прогнозування ринку туристичних послуг в Україні з використанням математичного моделювання [4]. У своїх працях Назарова Г.С. та Марченко С.К. досліджували демографічний стан України та проблеми, що з ним пов'язані [5].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, в їх роботах залишаються невизначеними питання вибору найбільш оптимальних видів туристичних послуг та способів їх надання суб'єктами туристичної діяльності за умов сьогодення демографічного стану в Україні.

Формулювання мети статті. Метою статті є визначення основних тенденцій демографічного процесу та аналіз туристичного бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна є державою, що розташована в Східній Європі. Площа країни становить 603628 км². Україна межує з Білорусією на півночі, Польщею, Словаччиною та Угорщиною – на заході, Румунією та Молдо-

вою – на південному заході, Росією на сході і північному сході. На півдні і південному сході омивається Чорним і Азовським морями. Це забезпечує чудові туристичні можливості для країни. Тому туризм є важливою галуззю економіки України.

Країну щороку відвідують багато туристів з Європи, США, Японії, Китаю. Багато українців щороку з туристичними цілями відвідують як близько розташовані країни, так і найвіддаленіші міста світу. Також Україна є дуже привабливою для місцевого населення. Щороку українці відвідують різноманітні гірськолижні та морські курорти, цікаві міста, такі як Львів, Одеса, Київ, здійснюють подорожі пізнавального характеру на базі багатой археологічної й релігійної історії країни.

Вигідне розташування країни також сприяє вигідним товарно-грошовим відносинам між державами. Через Україну прокладено багато транзитних маршрутів енергетичної сировини, споживчих товарів

та ін. Також таке розташування спонукає українців до виїзду за кордон з метою заробітку.

Однак, політичні негаразди, що виникли в країні, зумовили певні труднощі в усіх сферах життя людей та економіці держави. Зараз, як ніколи, відбуваються значні демографічні зміни в країні. Все це дуже впливає на Україну в сьогоdnішній момент часу, і дуже відчутним буде вплив цих процесів через декілька років. Тому, з метою запобігання скрутного положення, більшість підприємств вимушена запобігти до стратегії пристосування до умов, що вклялися та розробити дієві заходи з метою покращення діяльності. Особливо це стосується туристичного бізнесу.

За даними Держкомстату чисельність населення України станом на 2015 рік складає 42759,7 тис. осіб [6] (рис. 1).

Як видно з рис 1, загальне населення України в динаміці поступово зменшується. Постає питання,

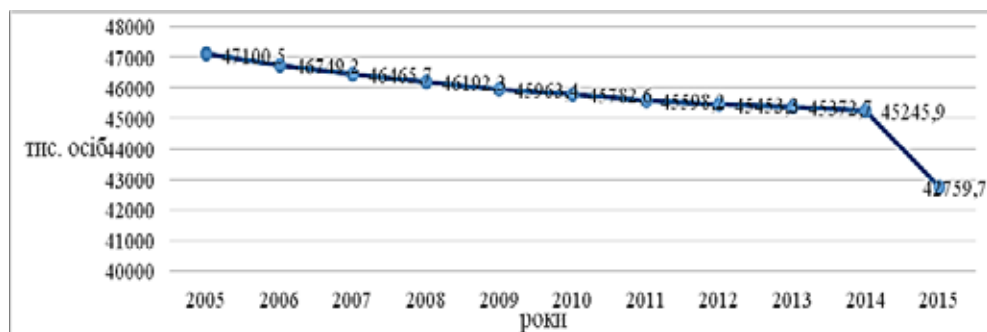


Рис. 1. Чисельність населення в Україні

Розроблено за джерелом [6]

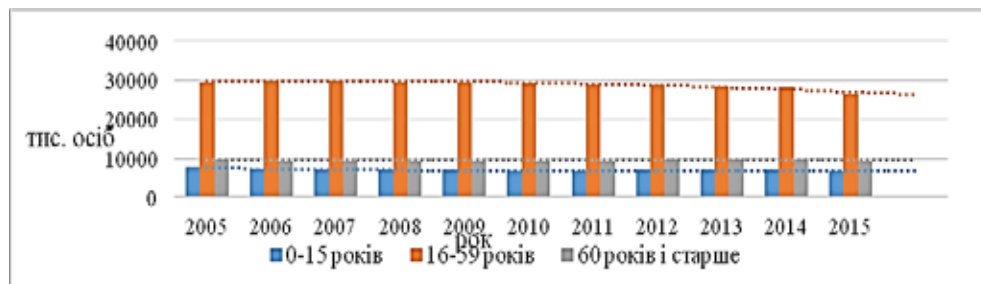


Рис. 2. Населення України за окремими віковими групами

Розроблено за джерелом [6]



Рис. 3. Природній рух населення України

Розроблено за джерелом [6]

за рахунок чого відбуваються такі кардинальні зміни в 2015 році. Тому актуальним є дослідження інших демографічних процесів в країні (рис. 2 – 7).

За віковим складом простуджується зменшення населення працездатного віку, зменшення молоді, збільшення людей пенсійного віку та переважання людей пенсійного віку над молоддю. Лінія тренду дає можливість спрогнозувати, що така тенденція буде простежуватися і в наступному періоді.

Як видно з рисунку 3, кількість померлих людей в Україні переважає над кількістю народжених. В динаміці простежується коливання народжуваності, тобто від року до року вона то збільшується,

то зменшується. Побудовані лінії тренду свідчать, що в перспективі збережеться тенденція скорочення народжуваності та зменшення смертності але не за рахунок зменшення смертей, а за рахунок зменшення кількості населення.

Наявне населення – населення, яке на момент перепису перебуває на певній території, враховуючи тимчасово проживаючих [6]. В динаміці простежується скорочення сільського та міського населення. Чисельність міського населення значно переважає сільське, що свідчить про внутрішню міграцію населення з сіл в міста. В перспективі така тенденція збережеться.



Рис. 4. Чисельність наявного населення в Україні

Розроблено за джерелом [6]

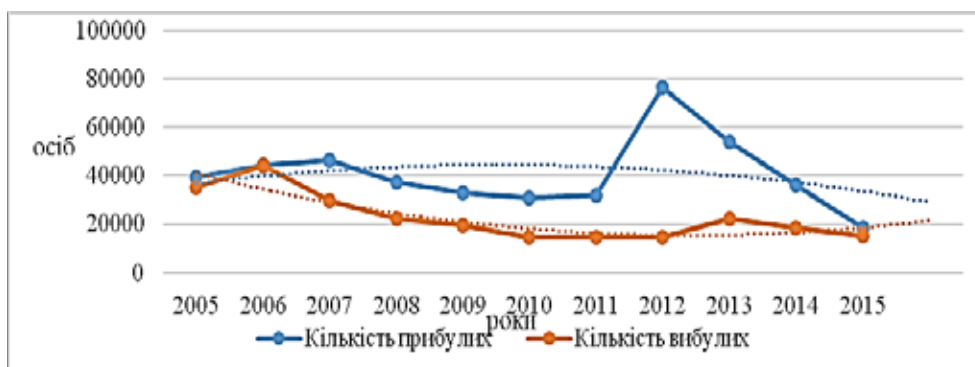


Рис. 5. Зовнішня міграція населення в Україні

Розроблено за джерелом [6]

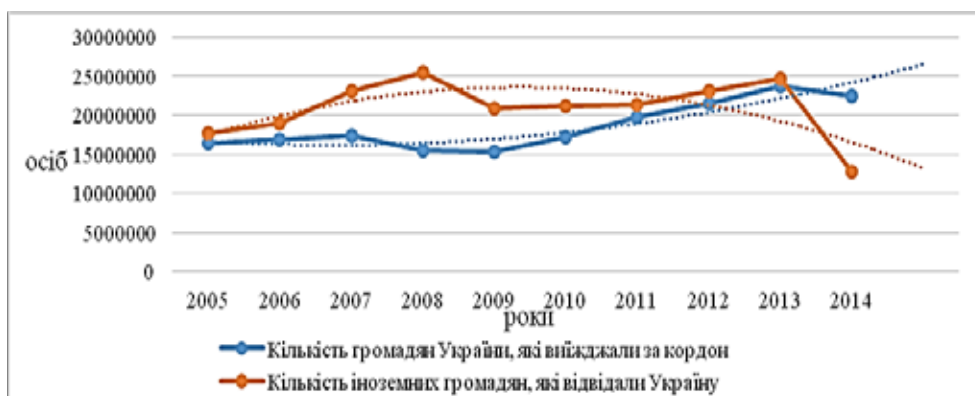


Рис. 6. Туристичні потоки

Розроблено за джерелом [6]

Кількість прибулих (прибуття) визначають за відомостями про реєстрацію місця проживання особи. Кількість вибулих (вибуття) визначається за талонами зняття з реєстрації місця проживання в Україні [6]. Зовнішня міграція населення характеризується зменшенням кількості прибулих, що пов'язано з несталістю економіки країни в останні роки. Тобто приріст населення за рахунок мігрантів, що прибувають очікувати не варто. Лінія тренду щодо кількості вибулих свідчить про можливе збільшення громадян, що прагнуть емігрувати закордон.

Динаміка туристичних потоків в Україні свідчить про різке зменшення іноземних громадян-туристів та зменшення туристичної активності громадян України. Останні події в країні значно знизити привабливість України з позиції туризму. Іноземці скептично ставляться до безпеки перебування в країні, а українці в свою чергу змушені перерозподіляти ресурси в більш важливі ланки життєдіяльності, ніж подорожі.

На рис. 7 представлена інформація щодо внутрішньої міграції населення.

Дана інформація сформована на основі наявних адміністративних даних щодо зміни реєстрації постійного місця проживання. Основними причинами, що обумовлюють внутрішню міграцію, є: бажання кращих умов і якості життя; можливість реалізації своїх професійних орієнтацій – отримання роботи в іншому місці проживання на кращих умовах оплати, за фахом і на омріяній посаді; потреба в оновленні життя, що визначено культурою і знаннями; зміни в регіональному розміщенні виробництва, його реструктуризації; стан здоров'я і необхідність змін кліматичних умов; сімейно-шлюбні відносини, об'єднання з близькими; соціальні і етнічні конфлікти, війни; трудові конфлікти і конфлікти в сім'ї; випадкові обставини та інше [7].

Згідно із Законом України «Про туризм», «туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [8]. Туристичний бізнес України має певні характерні риси, рис. 8.

У структурі туристського споживання виділяють дві основні групи товарів та послуг: специфічні туристичні товари та послуги та неспецифічні для туризму товари та послуги. До групи неспецифічних для туризму товарів та послуг відносять такі, що не мають

У структурі туристського споживання виділяють дві основні групи товарів та послуг: специфічні туристичні товари та послуги та неспецифічні для туризму товари та послуги. До групи неспецифічних для туризму товарів та послуг відносять такі, що не мають

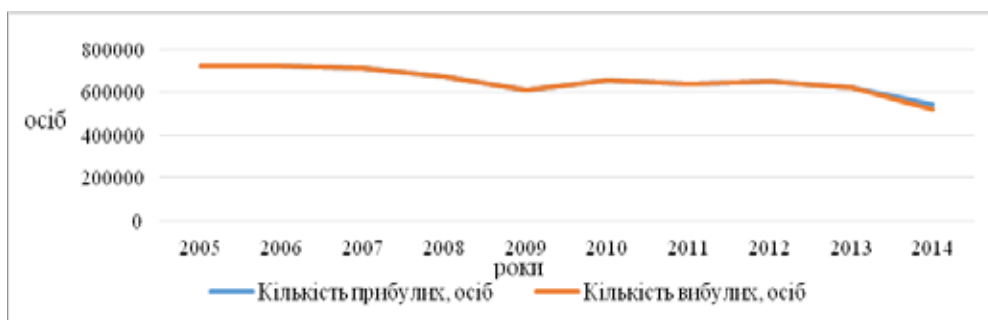


Рис. 7. Внутрішня міграція населення

Розроблено за джерелом [6]

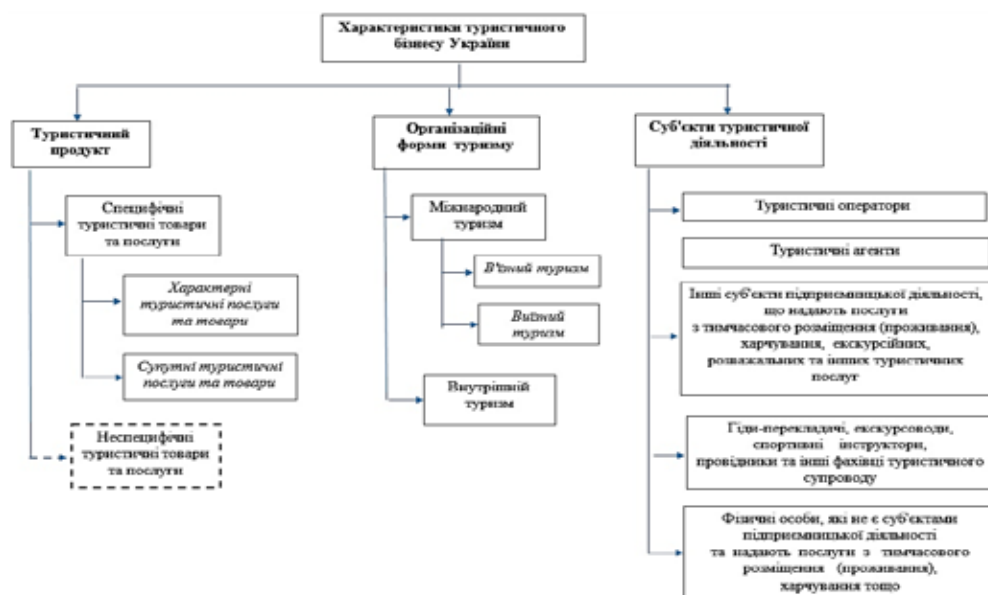


Рис. 8. Характеристики туристичного бізнесу України

прямого відношення до туризму й не представляють інтересу для туристичної діяльності. Тому на рисунку вони позначені пунктирними лініями. До групи специфічних туристичних товарів входять характерні туристичні товари та послуги, а також супутні туристичні товари та послуги, ті, що в окремих країнах визначені як специфічні для туризму, але за міжнародною класифікацією не увійшли до цієї категорії [9].

Туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [8].

Характерні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб спо-

живачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам [8].

Супутні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам [8].

Організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм.

До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни [8]. Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території [8].

Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають



Рис. 9. Аналіз економічних показників діяльності підприємств туристичного бізнесу

Розроблено за джерелом [6]



Рис. 10. Структура витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту у 2014 році

Розроблено за джерелом [6]

туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність [8].

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (суб'єкти туристичної діяльності), є: туристичні оператори (туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення 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 тур операторську діяльність; туристичні агенти (турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг; інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг; гідперекладачі, екскурсуводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, 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; фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо [8].

Економічна діяльність туристичного бізнесу останні роки зазнала певних змін. Аналіз основних економічних показників діяльності суб'єктів туристичної діяльності наведено на рис. 9.

Як видно з наведеного рисунку, фінансові результати від операційної діяльності (прибуток) підприємств туристичного бізнесу в останні роки значно скоротилися та значно виросли операційні витрати. До операційних витрат відносяться матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, сума нарахованої амортизації, інші операційні витрати. Тобто, подорожчання усіх ресурсів та необхідність вкладання значних коштів в залучення клієнтів, обумовили негативні тенденції для підприємств.

Виконуючи свої виробничі функції, суб'єкти туристичної діяльності взаємодіють з іншими підприємствами, організаціями. Структура витрат суб'єктів

туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту представлена на рис. 10.

Отже, з наведеного рисунку можна зробити висновок, що суб'єкти туристичної діяльності значною мірою взаємодіють з готелями та іншими закладами, що забезпечують розміщення і проживання туристів, а також з підприємствами, що забезпечують транспортне обслуговування туристів.

На рис. 11 представлена кореляційно-регресійна залежність між витратами суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту та доходу від надання туристичних послуг.

Коефіцієнт детермінації характеризує частину варіації результативної ознаки у (дохід від надання туристичних послуг). Отже, в дослідженій сукупності років, 97,16% варіації доходу від надання туристичних послуг пояснюється різними витратами суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій.

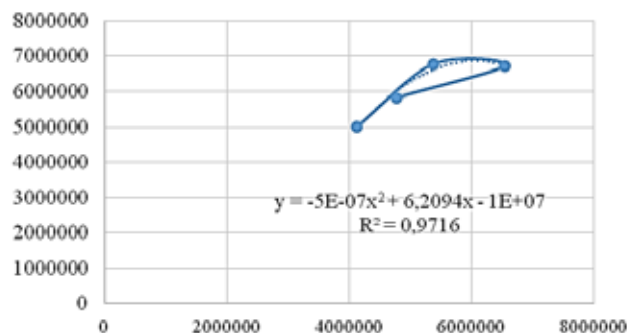


Рис. 11. Залежність між витратами суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій та доходом від надання туристичних послуг

Індекс кореляції може приймати значення від 0 до 1. Коли $R = 0$, то зв'язку між варіацією ознак немає. В нашому випадку, цей коефіцієнт дорівнює 0,9857 та характеризується щільним зв'язком досліджуваних параметрів.

Істотність зв'язку коефіцієнту детермінації R^2 доцільно перевірити за допомогою таблиці критерію F для 5%-го рівня значущості.

Фактичне значення F-критерію (0,95) складає 34,21. Критичне значення

F-критерію (0,95) за таблицею складає 18,51. Тобто критичне значення набагато менше від фактичного значення, що підтверджує істотність кореляційного зв'язку між досліджуваними ознаками.

Зі зростанням факторної ознаки (витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій) на 1 тис. грн. зростає і результативна (дохід від надання туристичних послуг). При збільшенні витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій на 1 тис. грн, дохід від надання туристичних послуг збільшиться на 6,2 тис. грн., а від'ємне значення факторної ознаки вказує на те, що

підвищення доходів від надання туристичних послуг на 6,2 тис. грн. відбувається до певного періоду, після чого знижується в середньому на 0,0000005 (-5Е-07) тис. грн.

Висновки. Як видно з наведених рисунків, демографічна ситуація України характеризується негативними тенденціями з позицій зменшення чисельності населення, старінням нації, зменшенням народжуваності, збільшенням зовнішньої еміграції українців та зменшенням зовнішньої імміграції, значним зменшенням туристичних потоків в Україну та зменшенням туристичних потоків українців. Також простежується посилення внутрішньої міграції населення, у тому числі переважання кількості громадян, що зареєструвалися на новому місці проживання над кількістю осіб, що зняті з реєстрації місця проживання в Україні.

Якщо встановити взаємозв'язок декількох демографічних та економічних параметрів, то можна виявити деякі закономірності в туристичному бізнесі: простежується зменшення туристичних потоків іноземних громадян в країну та зменшення виїзду громадян України за кордон з метою відпочинку, відбувається посилення внутрішньої міграції, подорожчання життя; все це підтверджується економічними показниками суб'єктів туристичної діяльності – зниження доходу, підвищення витрат, скорочення прибутку. Відповідно до цього, суб'єктам туристичного бізнесу варто посилити свою діяльність за рахунок розширення спектру туристичного продукту, а саме розвинути туристичні послуги та товари з урахування обставин в країні для певного сегменту споживачів.

Вдосконалення та пошук шляхів оптимізації діяльності підприємств туристичного бізнесу з метою недопущення його скорочення є перспективним завданням наукового дослідження у даному напрямку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кулешова Н. В. Аналіз сучасного стану розвитку туристичної галузі України: [Електронний ресурс] / Н. В. Кулешова / Матеріали сайту «repository.hneu.edu.ua». – Режим доступу: <http://bit.ly/1Ykeoux>
2. Димеденко І.В. Методичні підходи до аналізу ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу: [Електронний ресурс] / І. В. Димеденко / Матеріали сайту «tourlib.net». – Режим доступу: <http://bit.ly/1YgHYdw>
3. Давидюк І. В. Ринок туристичних послуг в Україні: стан і перспективи розвитку: [Електронний ресурс] / І. В. Давидюк / Матеріали сайту «tourlib.net». – Режим доступу: <http://bit.ly/1RRF61v>
4. Балашова Р. Методичні засади аналізу та прогнозування ринку туристичних послуг в Україні з використанням математичного моделювання: [Електронний ресурс] / Р. Балашова, Л. Івченко / Матеріали сайту «dspace.nbuv.gov.ua». – Режим доступу: <http://bit.ly/1QpWafZ>
5. Назарова Г. С. Демографічний стан в Укра-

їні та проблеми що з ним пов'язані [Електронний ресурс] / Г. С. Назарова, С. К. Марченко / Матеріали сайту «rusnauka.com». – Режим доступу: <http://bit.ly/1TPMA3y>

6. Державна служба статистики України: [Електронний ресурс] / Матеріали офіційного сайту «Державна служба статистики України». – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

7. Соціологія міграції: [Електронний ресурс] / Матеріали сайту «pidruchniki.com». – Режим доступу: <http://bit.ly/1TvVdjV>

8. Закон України «Про туризм» (із змінами, внесеними згідно із Законами) м. Київ, 15 вересня 1995 № 324/95-ВР [Електронний ресурс] / Матеріали офіційного сайту «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://bit.ly/1mWJRV9>

9. Характерні туристичні товари та послуги. Дослідження необхідності удосконалення характерних туристичних товарів та їх вплив на розвиток туризму: [Електронний ресурс] / Матеріали сайту «touristsservices.blogspot.com». – Режим доступу: <http://touristsservices.blogspot.com/>

REFERENCES:

1. Kulieshova N. V. Analiz suchasnoho stanu rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy [Elektronnyi resurs] / N. V. Kulieshova / Materialy сайту «repository.hneu.edu.ua». Rezhym dostupu: <http://bit.ly/1Ykeoux>
2. Dymedenko I.V. Metodichni pidkhody do analizu do analizu efektyvnosti diialnosti pidpriemstv turystychnoho biznesu [Elektronnyi resurs] / I. V. Dymedenko / Materialy сайту «tourlib.net». Rezhymdostupu: <http://bit.ly/1YgHYdw>
3. Davydiuk I. V. Rynok turystychnykh posluh v Ukraini: stan i perspektyvy rozvytku [Elektronnyi resurs] / I. V. Davydiuk / Materialy сайту «tourlib.net». Rezhym dostupu: <http://bit.ly/1RRF61v>
4. Balashova R. Metodichni zasady analizu ta prohozuvannia rynku turystychnykh posluh v Ukraini z vykorystanniam matematychnoho modeliuвання [Elektronnyi resurs] / R. Balashova, L. Ivchenko / Materialy сайту «dspace.nbuv.gov.ua». Rezhym dostupu: <http://bit.ly/1QpWafZ>
5. Nazarova H. S. Demohrafichni stan v Ukraini ta problemy shcho z nym poviazani [Elektronnyi resurs] / H. S. Nazarova, S. K. Marchenko / Materialy сайту «rusnauka.com». Rezhym dostupu: <http://bit.ly/1TPMA3y>
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs] / Materialy ofitsiynoho сайту «Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy». – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Sotsiolohiia mihratsii [Elektronnyi resurs] / Materialy сайту «pidruchniki.com». Rezhym dostupu: <http://bit.ly/1TvVdjV>
8. Zakon Ukrainy «Pro turyzm»(iz zminamy, vnesenymy zghidno iz Zakonamy) m. Kyiv, 15 veresnia 1995 # 324/95-VR[Elektronnyi resurs] / Materialy ofitsiynoho сайту «Verkhovna Rada Ukrainy». – Rezhym dostupu: <http://bit.ly/1mWJRV9>
9. Kharakterni turystychni tovary ta posluhy. Doslidzhennia neobkhidnosti udoskonalennia kharakternykh turystychnykh tovariv ta yikh vplyv na rozvytok turyzmu [Elektronnyi resurs] / Materialy сайту «touristsservices.blogspot.com». Rezhym dostupu: <http://touristsservices.blogspot.com/>