

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ

УДК 338.48

Г. О. Горіна

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

У статті запропоновано науково-методичний підхід до дослідження особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України, проаналізовано діяльність підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту.

Ключові слова: суб'єкти туристичної діяльності, туристичні підприємства, туристичний ринок, науково-методичний підхід.

В статье предложен научно-методический подход к исследованию особенностей развития субъектов туристической деятельности Украины, проанализирована деятельность предприятий-производителей и дистрибьюторов комплексного туристического продукта.

Ключевые слова: субъекты туристической деятельности, туристические предприятия, туристический рынок, научно-методический подход.

The scientific and methodological approach of researches of tourism enterprise development features is suggested. Business activity of producers and distributors comprehensive tourist product is analysed.

Keywords: subjects of tourist activity, tourism enterprises, tourism market, scientific and methodological approach.

За умов підвищення ролі туристичної галузі та туристичних підприємств у соціально-економічній розбудові держави в період кризових явищ дедалі більшого значення набуває діагностика сучасного стану туристичної галузі держави і її впливу на соціально-економічний розвиток, застосування комплексного науково-методичного підходу до дослідження сучасних тенденцій та особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України.

Зважаючи на значний ресурсний потенціал туристичної галузі України, дослідження особливостей та структури національного ринку туристичних послуг викликає достатню зацікавленість та науковий інтерес у вітчизняних дослідників. Так, фундаментальний аналіз структури ринку туристичних послуг України виконано у дослідженні С. П. Грабовенської [1]; О. А. Письменним [2] проаналізовано сучасний стан ринку міжнародного туризму України, порівняно з тенденціями розвитку світового туристичного ринку; О. С. Телетовим, В. В. Зарубіною та О. Є. Тімашовою [3] проаналізовано туристичний бренд України, досліджено перспективи його подальшого розвитку; В. Я. Даниловим, О. Л. Жировим і А. О. Жировою [4] запропоновано прогноз розвитку туристичної галузі України; А. П. Гуслевим [5]

досліджено туристичну індустрію України в контексті сучасних інтеграційних процесів. Разом з тим, розробка комплексного науково-методичного підходу до дослідження розвитку туристичного ринку та особливостей функціонування суб'єктів туристичної діяльності України дозволить зробити комплексний всебічний аналіз туристичної галузі держави.

Метою роботи є розробка науково-методичного підходу до дослідження особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України.

Діяльність туристичних підприємств на національному туристичному ринку характеризується нерівномірністю розвитку, що викликана відмінностями в розподілі природних ресурсів, кліматичними особливостями регіонів, культурно-історичною обумовленістю, нерівномірністю розміщення транспортної та курортно-розважальної інфраструктури, асиметрією розподілу рекреаційних ресурсів тощо. У зв'язку з цим дослідження тенденцій та особливостей їх розвитку пропонується проводити на підставі комплексного науково-методичного підходу (рис. 1).

Центральну роль у наданні комплексного кінцевого туристичного продукту займають саме туристичні оператори та агенти (виробники та дистриб'ютори комплексного туристичного продукту). Тому ключовим етапом зазначеного науково-методичного підходу є характеристика цих підприємств.

1. Загальна характеристика підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту.

Аналіз динаміки кількості підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України за 2011–2015 рр. свідчить про наявність негативної тенденції, яка бере свій початок з 2014 р. Так, загальна кількість аналізованих підприємств знизилась на 1342 одиниці (30,6 %) та склала 3047 підприємств у 2015 р. (табл. 1).

Таблиця 1

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

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	Відхилення до 2011 р.	
						абсолютне	відносне
Загальна кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	4389	4894	5234	3736	3047	-1342	-30,57
у відсотках до загальної кількості суб'єктів господарювання України	0,25	0,30	0,30	0,19	н/д		
Юридичні особи, у тому числі	2348	2779	2744	2140	1728	-620	-26,40
- туроператори, од.	877	892	945	667	500	-377	-42,9
- турагенти, од.	1471	1887	1799	1473	1228	-243	-16,5
Фізичні особи-підприємці, у тому числі	2041	2115	2490	1596	1319	-722	-35,37
- туроператори, од.	x	x	x	x	x	-	-
- турагенти, од.	2041	2115	2490	1596	1319	-722	-35,3

Джерело: [6].

Зазначена негативна тенденція спостерігається як у юридичних суб'єктів туристичної діяльності, так і у функціонуванні фізичних осіб-підприємців, кількість яких зазнала більш суттєвого скорочення. У порівнянні з 2011 р. кількість фізичних осіб-підприємців скоротилася на 722 господарські одиниці, що склало 35,3 %, з них кількість турагентів зменшилась з 2041 одиниці до 1319 одиниць – 35,3 %. Загальна

кількість юридичних осіб скоротилась на 620 підприємств – 26,4 %, з них 377 туристичних операторів (-42,9 %) та 243 турагента (-16,5 %).

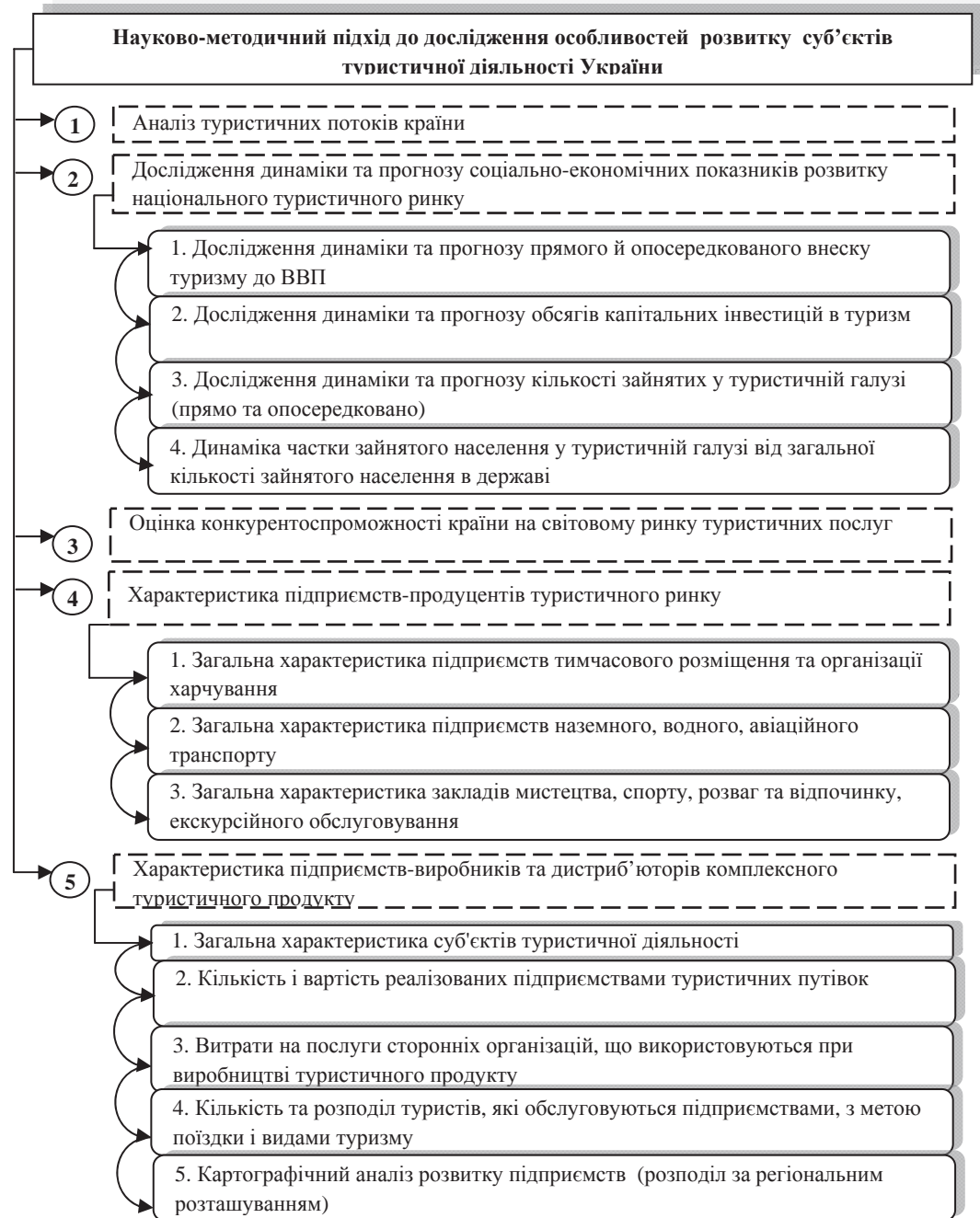


Рис. 1. Науково-методичний підхід до дослідження особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України

Визначена тенденція є результатом двох складових: по-перше, політична нестабільність, проведення АТО та зменшення платоспроможності населення спричинили

об'єктивну передумову зниження туристичних потоків, туристичної активності населення держави і туристичної привабливості країни для іноземних відвідувачів, що, у свою чергу, призвело до підвищення конкуренції серед підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України, а також перевищення пропозиції над споживанням туристичних послуг; по-друге, скорочення пов'язане з відсутністю вірогідних даних з АР Крим та частин Донецької та Луганської областей.

Традиційно дохід туроператорів від надання туристичних послуг значно перевищує дохід турагентів від аналогічної діяльності. Це пов'язано, у першу чергу, з масштабами виробництва та реалізації продукції, які значно вище у туроператорів, ніж у роздрібних продавців – турагентів. Так, у 2015 р. дохід туроператорів від надання туристичних послуг склав 4233712,6 тис. грн, що на 3472963,4 тис. грн більше, ніж у турагентів. Починаючи з 2012 р., дохід туроператорів від надання туристичних послуг поступово зменшувався та досяг 4233712,6 тис. грн у 2015 р., що на 4,2 % (188012,2 тис. грн) менше, ніж у базисному 2011 р. Проте, у порівнянні з найдохіднішим 2012 р., зменшення склало 29,9 % (1801303,1 тис. грн) (рис. 2).

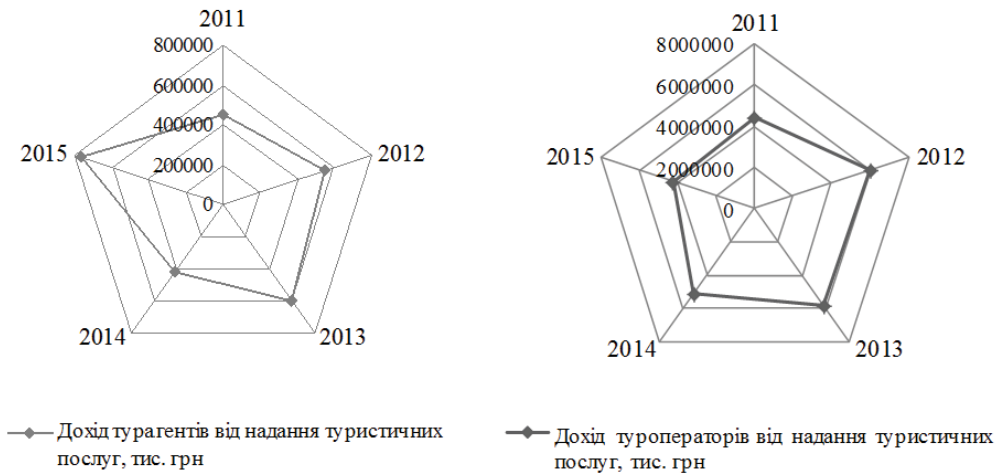


Рис. 2. Дохід підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту України від надання туристичних послуг, тис. грн (джерело: [6])

Протилежна тенденція, незважаючи на загальне скорочення кількості турагентів, спостерігається у їх діяльності, оскільки 2015 р. виявився найбільш прибутковим – дохід склав 760749,2 тис. грн, що обумовило найбільший приріст, у порівнянні з попереднім роком – 79,5 % та базисним – 67,6 %.

2. Кількість і вартість реалізованих підприємствами туристичних путівок.

За даними Держкомстату максимальна кількість туристичних путівок за період 2011–2015 рр. була реалізована туроператорами та турагентами у 2012–2013 рр. Досліджуючи реалізацію туристичних путівок юридичними особами туроператорами, слід зазначити, що у 2015 р. зафіксовано найменшу активність споживачів національного туристичного ринку як з боку вітчизняних споживачів, так і з боку іноземних громадян. Так, кількість реалізованих туристичних путівок туроператорами у 2015 р., по відношенню до 2011 р., іншим організаціям

зменшилась на 30148 од. (8,37 %), безпосередньо населенню – на 113906 од. (25,6 %), громадянам України для подорожі в межах України – на 63804 од. (37,9 %), іноземцям для подорожі в межах України – на 81214 од. (94,2 %). Єдине збільшення відбулося за кількістю реалізованих туристичних путівок громадянам України для подорожі за кордон – на 31112 од. (16,37 %).

На відміну від туроператорів, кількість реалізованих туристичних путівок юридичними особами, турагентами у 2015 р., у порівнянні з 2011 р., безпосередньо населенню збільшилась на 93055 од. (34,5 %), що, у першу чергу, пов'язано з підвищенням кількості продажів турпутівок громадянам України для подорожі за кордон – на 114071 од. (58,5 %), тоді як реалізація путівок громадянам України та іноземцям для подорожі в межах України зменшилась на 12487 од. (19,3 %) та 8529 од. (87,5 %) відповідно. Повністю негативна тенденція щодо реалізації турпутівок позначилась у діяльності турагентів фізичних осіб-підприємців. Так, збут туристичних путівок у 2015 р., по відношенню до 2011 р., безпосередньо населенню знизився на 43519 од. (25,1 %), громадянам України для подорожі в межах України і за кордон – на 40525 од. (46,3 %) та 747 од. (0,9 %) відповідно, іноземцям для подорожі в межах України – на 2247 од. (78,6 %).

Загальна вартість реалізованих туристичних путівок туроператорами та турагентами за період 2011–2015 рр. збільшилась за всіма суб'єктами туристичної діяльності. Так, вартість реалізованих туристичних путівок юридичними особами туроператорами у 2015 р. іншим організаціям становила 4667,2 млн грн, безпосередньо населенню – 5662,5 млн грн (на 170,7 %) та громадянам України для подорожі за кордон – 5259,6 млн грн (на 275,6 %), що на 60,1 %, 170,7 % та 275,6 % відповідно більше, ніж у 2011 р.; громадянам України для подорожі в межах України – 323,3 млн грн. та іноземцям для подорожі в межах України – 79,5 млн грн, що на 27,4 % та 67,5 % менше відповідно (на 67,5 % менше).

За даними Держкомстату вартість реалізованих туристичних путівок турагентами юридичними особами у 2015 р., по відношенню до 2011 р., безпосередньо населенню збільшилась на 4730,7 млн грн (226,9 %), а громадянам України для подорожі за кордон – на 4841,7 млн грн (277,6 %). Разом з тим, вартість реалізованих путівок громадянам України для подорожі в межах країни зменшилась на 80,5 млн грн (26,9 %), так само, як і іноземцям для подорожі в межах України – на 30,4 млн грн (72 %). Вартість реалізованих туристичних путівок турагентами фізичними особами-підприємцями за аналізований період збільшилась на 1126,2 млн грн (172 %), з них громадянам України для подорожі в межах України – на 12,8 млн грн (11,7 %), громадянам України для подорожі за кордон – на 1118,1 млн грн (207,9 %), тоді як вартість реалізованих путівок іноземцям для подорожі в межах України знизилась на 4,46 млн грн (58,6 %). Найвища вартість путівок протягом 2011–2015 рр. спостерігалась у 2013 р., що переважно є результатом найбільшої кількості проданих турів.

Збільшення вартості реалізованих туристичних путівок (комплексного туристичного продукту) туроператорами та турагентами за своєю суттю є результатом не збільшення обсягів продажів, а збільшення витрат на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту.

3. Витрати на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві комплексного туристичного продукту.

Виробництво комплексного туристичного продукту безпосередньо пов'язано з придбанням його основних складових – туристичних послуг, які формують

кінцевий продукт, що реалізується споживачам. Наявна статистична інформація дає змогу оцінити витрати туроператорів та турагентів на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту.

За даними Держкомстату за період 2011–2015 рр. загальні витрати туроператорів на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, збільшилися на 114,37 % – з 4024302,2 тис. грн до 8627028,2 тис. грн, що є найбільшим обсягом витрат за аналізований період. Така позитивна тенденція, на відміну від негативних тенденцій кількості обслуговуваних туристів та реалізованих туристичних путівок, є результатом збільшення вартості основних компонентів комплексного туристичного продукту, а саме: вартості послуг розміщення і проживання, транспортного обслуговування, харчування, витрат на послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури тощо. Так, витрати туроператорів на розміщення і проживання з 2011 по 2015 рр. збільшилися на 204,2 % (4043773,7 тис. грн), транспортне обслуговування – на 41,41 % (675978,9 тис. грн), харчування – на 29,41 % (43673,2 тис. грн), послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури – на 222,4 % (15083 тис. грн).

Разом з тим, ряд витрат туроператорів на послуги сторонніх організацій, які задіяні у формуванні туристичного продукту, зменшилися. Так, витрати на медичне обслуговування знизилися на 16,33 % (3719,5 тис. грн), екскурсійне обслуговування – на 70,85 % (20901,8 тис. грн), візове обслуговування – на 8,05 % (1540,1 тис. грн).

Витрати турагентів на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, значно нижчі, ніж туроператорів та характеризуються протилежною негативною тенденцією зниженням на 68,89 % з 2011 до 2015 рр. Зменшення витрат торкнулося майже усіх складових, виключенням стали витрати на транспортне обслуговування, де приріст склав 77,7 % (13473,8 тис. грн).

Витрати турагентів на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, зменшилися за наступними позиціями: на розміщення і проживання – на 88,57 % (98064,5 тис. грн), харчування – на 83,17 % (11166,2 тис. грн), медичне обслуговування – на 98,82 % (3878,8 тис. грн), візове обслуговування (включаючи витрати на оформлення поїздки) – на 50,22 % (431,9 тис. грн), послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури – на 88,86 % (1796,3 тис. грн).

4. Кількість та розподіл туристів, які обслуговуються підприємствами, за метою поїздки і видами туризму.

Станом на 2015 р. серед туристів, які обслуговуються суб'єктами туристичної діяльності України, найбільший відсоток складають туристи – громадяни України, які виїжджають за кордон (81,5 % від загальної кількості). Ця тенденція спостерігається з 2010 р., коли кількість внутрішніх туристів почала поступово скорочуватися в результаті переорієнтації туристичного попиту на зовнішні ринки. Досліджуючи динаміку туристичних потоків туристів – громадян України, які виїжджали за кордон, слід зауважити, що за період 2000–2015 рр. їх кількість збільшилась на 477,3 % (1362037 осіб) та досягла 1647390 осіб. Разом з тим, їх максимальна кількість була зафіксована у 2013 р. – 2519390 осіб (рис. 3).

Кількість внутрішніх туристів у 2015 р., на відміну від туристів – громадян України, які виїжджали за кордон, у порівнянні з 2000 р., знизилась на 73,5 % (993747 осіб). Тенденція зниження туристичних потоків внутрішніх туристів протягом аналізованого періоду не була сталою, а характеризувалась хвилеподібним

характером, еластично реагуючи як на соціально-економічні процеси в державі, так і на зміну туристичних вподобань. У 2015 р. відсоток внутрішніх туристів склав 17,6 %, у порівнянні з 67 % у 2000 р. Максимальна кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, спостерігалась у 2003 р. – 590641 особа (20,6 % від загальної кількості), а у подальшому поступово знижувалась та досягла свого мінімуму у 2015 р. – 15159 осіб (0,75 %).



Рис. 3. Кількість туристів, які обслуговуються суб'єктами туристичної діяльності України (джерело: [6])

Кількість туристів, які обслуговувались туроператорами у 2015 р., зазнала значного скорочення, у порівнянні з 2014 р., та склала 1151125 осіб, що на 64,9 % менше, ніж у попередньому році. Разом з тим, кількість туристів, які обслуговувались турагентами України, збільшилась на 11,2 % та досягла 868451 особа (рис. 4).

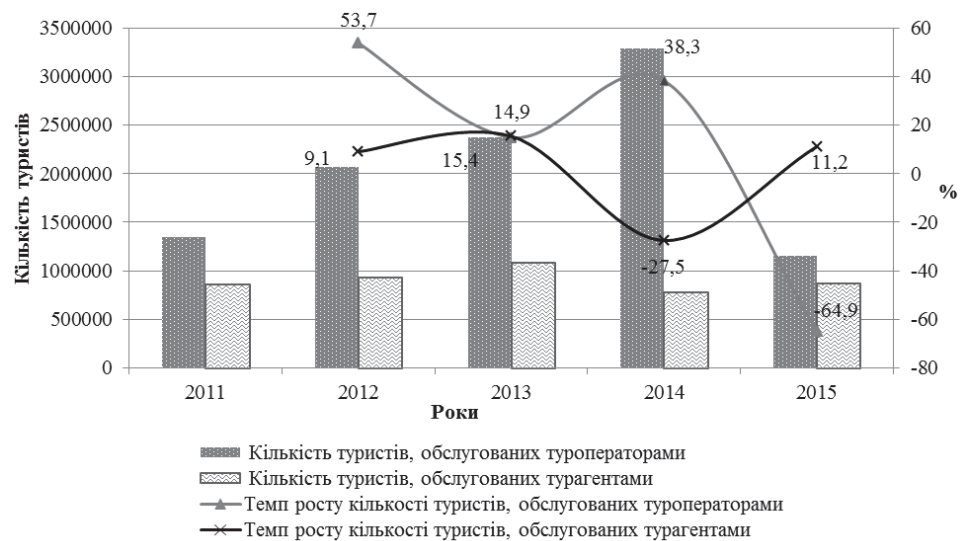


Рис. 4. Кількість туристів, які обслуговувались суб'єктами туристичної діяльності України (джерело: [6])

Найвища кількість туристів, які обслуговувались туроператорами за аналізований період, була зафіксована у 2014 р. – 3288782 особи (приріст по відношенню до

2013 р. склав 38,3 % – 912237 осіб), тоді як максимальна кількість туристів, які обслуговувались турагентами, мала місце у 2013 р. – 1077771 особа.

Значний аналітичний інтерес представляють данні щодо розподілу туристів, які обслуговувались туроператорами та турагентами, за метою поїздки та видами туризму. Досліджуючи розподіл туристів за метою поїздки та видами туризму, слід зазначити, що традиційно найбільша частка припадає на групи «дозвілля, відпочинок» і «службова, ділова, навчання». Визначальною тенденцією є зниження кількості туристів, починаючи з 2013 р., практично за всіма сегментами, навіть до рівня базисного 2011 р. У порівнянні з 2011 р., у 2015 р. кількість туристів, які обслуговувались юридичними особами туроператорами, зменшилась майже за всіма групами споживачів. Так, кількість туристів за метою поїздки «дозвілля, відпочинок» знизилась на 15,02 % (162716 осіб), «лікування» – на 89,06 % (118476 осіб), «спортивний туризм» – на 96,15 % (40267 осіб), «спеціалізований туризм» – на 59,75 % (1440 осіб).

Серед юридичних осіб турагентів у 2015 р. найбільша кількість туристів обслуговувались за метою поїздки «дозвілля, відпочинок» – 589734 особи, що склало 88,8 % від загальної кількості туристів, що ними обслуговувались; на другому місці – «службова, ділова, навчання» (8,04 % від загальної кількості); на третьому – «лікування» (2,3 % від загальної кількості). У порівнянні з 2011 р., кількість туристів, які обслуговувались юридичними особами турагентами, збільшилась, на відміну від загальної тенденції до зниження туристичної активності, за двома групами (за метою поїздки «службова, ділова, навчання» – на 110,83 % (28062 особи) та «дозвілля, відпочинок» – на 23,21 % (111108 осіб) і досягла за останньою категорією свого максимуму за аналізований період. Разом з тим, це підвищення оминуло у 2015 р. привабливість для туристів таких категорій, як «спортивний туризм» – зафіксовано зниження на 77,14 %, у порівнянні з 2011 р., а також «спеціалізований туризм» – 76,11 % та «лікування» – 53 %.

Висновки. Таким чином, запропонований науково-методичний підхід дозволить здійснити комплексне ґрунтовне дослідження сучасних тенденцій розвитку туристичної галузі України, визначити особливості розвитку суб'єктів туристичної діяльності України, дослідити динаміку та прогноз туристичних потоків і внеску туризму до соціально-економічного розвитку держави, охарактеризувати конкурентоспроможність галузі та підприємств туризму.

Бібліографічні посилання

1. Грабовенська С. П. Аналіз і структура ринку туристичних послуг в Україні / С. П. Грабовенська // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. – 2013. – № 1. – С. 226–234.
2. Письменний О. А. Аналіз ринку міжнародного туризму України / О. А. Письменний // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – 2014. – Том 15. – № 1. – С. 144–153.
3. Данилов В. Я. Прогнозування розвитку туристичної галузі України / В. Я. Данилов, О. Л. Жиров, А. О. Жирова // Економіка: теорія та практика. – 2013. – № 2. – С. 81–87.
4. Телетов О. С. Дослідження та перспективи туристичного бренду України / О. С. Телетов, В. В. Зарубіна, О. Є. Тімашова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1. – С. 27–42.
5. Гуслев А. П. Туристична індустрія України в контексті сучасних інтеграційних процесів (докризовий аналіз) / А. П. Гуслев // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2014. – Вип. 9 (1). – С. 29–33.
6. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Надійшла до редколегії 03.10.2016