

*Секція 5. Економіка підприємства та корпоративне управління:
модернізація бізнес-процесів*

Стрижак О.О., к.е.н., доцент,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків, Україна

Алдошина М.В., к.е.н., доцент,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

В останні роки міжнародний туризм демонструє стабільні темпи зростання, здійснюючи значний внесок у ВВП багатьох країн, стимулюючи розвиток споріднених галузей, які пропонують супутні та додаткові туристичні послуги, туристичні товари тощо. Завдяки туризму створюються нові робочі місця, збільшуються доходи фізичних осіб та туристичних підприємств, підвищуються обсяги податкових надходжень до бюджету. В соціально-культурному аспекті туризм сприяє не тільки культурному обміну між країнами та регіонами, аде й подоланню расових, національних, мовних, релігійних та інших бар'єрів та упереджень. Таким чином, спостерігається посилення впливу туризму на всі сфери суспільно-економічного життя в сучасному глобальному світі.

За даними Всесвітньої туристичної організації міжнародні туристичні прибуття зростають вже восьмий рік поспіль, і така послідовність безперервного зростання не відмічалась з 1960-х рр. Кількість іноземних туристів досягла 1323 млн. в 2017 р. У 2017 р.

зростання міжнародних прибуттів склало близько 84 млн., або 7%, в порівнянні з 2016 р. Туризм зростав вище середнього, приблизно 4% на рік, протягом восьми років поспіль. У період з 2008 по 2017 рр. 393 млн. чоловік подорожували по всьому світу як туристи. [1, с. 10-11]. Отже, об'єктивне підвищення ролі та значення туризму у глобальному суспільстві актуалізує питання удосконалення науково-методичного інструментарію дослідження особливостей функціонування туристичної галузі України з метою розробки рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності вітчизняних туристичних підприємств в умовах загострення конкуренції на туристичному ринку.

Слід зазначити, що незважаючи на складне соціально-економічне становище, яке склалося в Україні, динаміка туристичних потоків за показниками як в'їзного, так і виїзного туризму в останні роки є позитивною. За інформацією Адміністрації Державної прикордонної служби України у 2017 р. Україну відвідало 14,4 млн. іноземних туристів, що на 6% більше, ніж в 2016 р. Окрім того, за 2017 р. виїхало за кордон 26,4 млн. українських громадян, що на 7,2 % більше, ніж у 2016 р. [2]. Певною мірою поживлення на туристичному ринку України обумовлено скасуванням візового режиму з країнами Європейського Союзу. Так, запровадження безвізу з країнами ЄС вплинуло на збільшення в 2017 р. потоку українців до країн Європейського Союзу, зокрема, до Німеччини (на 24,7%), Румунії (на 21,9%) та Угорщини (на 7,8%). Крім того, зростання потоку подорожуючих українських туристів спостерігається до Єгипту (на 75,5%) та Туреччини (на 27,3%) [2]. Зростання туристичного потоку українських туристів до країн, що не є членами ЄС, обумовлено, на наш погляд, досягненням певної стабілізації в суспільстві та відносно стійким курсом гривні. Враховуючи поступову інтеграцію України до європейської спільноти, а також впроваджені заходи щодо покращення

транспортного сполучення з європейськими країнами, слід очікувати подальшого зростання туристичних потоків як в'їзного, так і виїзного туризму. Тому перед українськими туристичними підприємствами відкриваються нові можливості в організації туризму за різними напрямками та видами.

Питому вагу подорожуючих за видами туризму представлено на рис. 1. (побудовано на основі даних [2]).

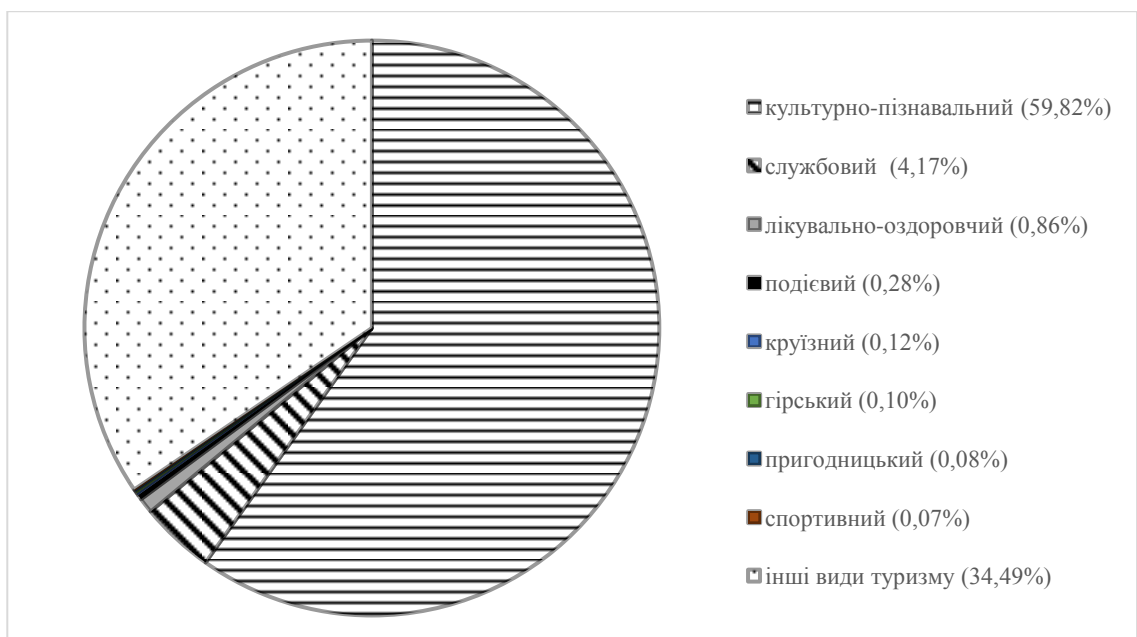


Рис 1. Подорожуючі за видами туризму у 2017 р.

Як видно із рис. 1, більшу частину подорожей українці здійснюють з культурно-пізнавальною метою, також понад третину всіх подорожей складають туристичні поїздки, мета яких підпадає під «інші», тобто для цілей аналізу даних є невизначеною, 4,17% складають ділові подорожі, інші подорожі за видами туризму не перевищують 1% в загальному обсязі всіх подорожей. Наведені дані свідчать про слабку диференціацію туристичного продукту за видами туризму, переважна більшість туроператорів спеціалізується на культурно-пізнавальному туризмі,

залишаючи поза увагою такі види туризму, як: екологічний, гастрономічний, освітній, пригодницький, сільський, міський тощо. Така ситуація не відповідає викликам глобального суспільства та сучасним тенденціям розвитку світового туристичного ринку.

Враховуючи сталі темпи розвитку туристичного сектора економіки, на нашу думку, вітчизняним туристичним підприємствам представляється доцільним:

по-перше, зосередити увагу на зборі та аналізі маркетингової інформації щодо більш досконалої сегментації туристичного ринку з метою більшого охоплення споживачів за метою та видами туризму;

по-друге, більш ретельно реалізовувати рекламні заходи з метою просування вже існуючих туристичних продуктів на ринок та збільшення питомої ваги туристів за визначеними напрямками;

по-третє, використовувати у своїй діяльності світовий досвід з розробки та реалізації новітніх та неординарних видів туризму та формувати попит на інноваційні туристичні продукти;

по-четверте, розробляти тури з урахуванням різного рівня доходів та можливостей населення, у тому числі розробляти бюджетні тури для малозабезпечених осіб, осіб з обмеженими можливостями та осіб похилого віку з урахуванням стану здоров'я та медичних рекомендацій щодо особливостей подорожування тощо.

Про необхідність зосередження уваги туристичними підприємствами на рекламуванні туристичного продукту та використанні маркетингових заходів щодо просування його на ринок свідчить і той факт, що з 26,4 млн. українських громадян, які виїхали за кордон у 2017 р., послугами туристичних операторів скористалися лише 2564,2 тис. туристів, тобто лише кожний 10-й турист звертається до туристичного підприємства з питань організації подорожі. Така ситуація демонструє наявність значної

кількості самодіяльних туристів, які з тієї чи іншої причини не звертаються за допомогою до туристичних підприємств, вважаючи за краще подорожувати самостійно. Співвідношення організованого та неорганізованого туризму, яке склалося в Україні в останні роки, з одного боку, демонструє наявність значного потенціалу туристичного ринку для туристичних підприємств, а з іншого – виявляє певні недоліки в роботі туристичних операторів та турагентств щодо неспроможності запропонувати диференційований туристичний продукт для значної кількості бажаючих подорожувати.

Отже, актуальним завданням для вітчизняних суб'єктів туристичного бізнесу є розробка заходів з поширення організованого туризму для ринкового сегменту самостійно подорожуючих туристів, а також формування турів для вузько диверсифікованих груп споживачів з метою охоплення більшої кількості населення туристичними послугами. Така диверсифікація повинна бути спрямована як на розробку принципово нових продуктів для вже існуючих клієнтів туристичних підприємств, так і для тих потенційних споживачів туристичного продукту, які раніше не користувалися послугами турфірм. Реалізація запропонованих заходів сприятиме зростанню туристичного потоку за рахунок більш повного охоплення всіх категорій населення та відповідному збільшенню туристичного попиту на існуючі та нові туристичні продукти, дозволить вітчизняним туристичним підприємствам збільшити кількість обслуговуваних клієнтів й відповідно підвищити обсяги реалізації туристичних товарів та послуг широкому колу споживачів.

Література:

1. UNWTO Annual Report 2017, UNWTO, Madrid, 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>.

2. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Аналітика та статистика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcdd6&tag=Analitika&isSpecial=true>