



DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND REGIONAL ECONOMY

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 339.13

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Надія Голда; Ольга Краузе; Світлана Шпилик

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна*

Резюме. Досліджено вплив туризму на економіку Тернопільської області. Туризм упродовж усієї історії свого економічного існування переконливо утримує репутацію специфічної сфери, яка динамічно розвивається у складі галузей обслуговування й посідає помітне місце в світовій економіці за показниками швидкості обігу капіталу, кількості зайнятих, обсягом експорту послуг, в якості джерела доходів для національних бюджетів. Рівень споживання туристичних послуг є одним із важливих індикаторів якості життя. Вплив туризму на економіку України та економіку Тернопільської області досить відчутний, адже туристи споживають різноманітні товари, користуються послугами, що сприяє наповненню місцевих бюджетів. Доведено, що Тернопільська область має вигідне геополітичне розташування, історико-культурні ресурси, володіє значним рекреаційним потенціалом, має розвинену туристську інфраструктуру, хоча область є однією з найменших в Україні. В ній зосереджена надзвичайно велика кількість пам'яток культурної спадщини та природно-заповідного фонду. Узагальнено основні підходи до процесу аналізу ринку туристичних послуг. На даний час ринок туристичних послуг знизив свою активність, тому реклама може стати одним із факторів, яким під силу вирівняти ситуацію й стати механізмом зростання туристичних потоків. Це призведе до інтенсивного розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму, адже Україна для цього має достатній природний потенціал туристично-рекреаційних ресурсів і може стати країною з розвинутою туристичною індустрією. Але відсутність моніторингу за ефективністю рекламних кампаній чи окремо взятих медіа-носіїв у багатьох туристичних підприємств децентралізовані методи управління послаблюють креативність реклами та її адресацію цільовому споживачеві. А це призводить до відсутності планового зростання підприємства зокрема та гальмування розвитку туристичної галузі в цілому.

Ключові слова: туризм, рекреація, туристична інфраструктура, природно-заповідний фонд, історико-культурні ресурси, рекреаційний потенціал.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2019.05.066

Отримано 15.09.2019

UDC 339.13

TRENDS OF THE TOURIST SERVICES MARKET DEVELOPMENT IN TERNOPIL REGION

Nadiya Golda; Olga Krause; Svetlana Shpylyk

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine

Summary. The influence of tourism on the economy of Ternopil region is investigated. Throughout its economic history, tourism decisively has the reputation of the specific sector dynamically developing in the service

industries and is increasingly becoming the prominent one in the world economy in terms of capital turnover, employment, exports of services, and as a source of income for national budgets. Tourist services consumption level is one of the important indicators of life quality. The impact of tourism on the economy of Ukraine and the economy of Ternopil region is quite noticeable, since while travelling the tourists consume various goods, use services supporting the pumping up local budgets. It is proved that Ternopil region has favorable geopolitical location, historical and cultural resources, has considerable recreational potential, has developed tourist infrastructure, despite the fact that the region is one of the smallest in Ukraine, with an extremely large number of cultural heritage monuments and nature conservation fund. The basic approaches to the process of analyzing the tourist services market are generalized. At present, the tourist services market has decreased its activity, so advertising is becoming one of the factors that contribute to balance the situation and become the mechanism for tourist flows growth resulting in intensive development of domestic and foreign tourism, as Ukraine has sufficient natural potential for tourism and recreational resources and is able to become a country with developed tourism industry. But the lack of monitoring the effectiveness of advertising campaigns or individual media in many tourism enterprises, decentralized management methods weaken the creativity of advertising and its addressing to the target consumer, resulting in lack of the enterprise planned growth in particular and slow down the development of tourism industry as a whole.

Key words: *tourism, recreation, tourist infrastructure, nature reserve fund, historical and cultural resources, recreational potential.*

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2019.05.066

Received 15.09.2019

Вступ. Інтеграція України у світовий економічний простір, глобалізація економічних процесів вимагає нових підходів до туризму. Ці складові економіки стрімко розвиваються як у світовому масштабі, так і Україні й у Тернопільській області зокрема. Тернопільська область має всі передумови для успішного розвитку туристичної галузі й за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами посідає одне з провідних місць в Україні. Проте саме туристична галузь має значний невикористаний резерв посилення конкурентоспроможності на світовій економічній арені. Високий туристичний потенціал не є гарантом успіху туристичної сфери, яка не може існувати без комплексного підходу до вдосконалення туристичної інфраструктури та рекламного забезпечення. Реклама повинна стати важелем залучення уваги споживачів та інвесторів до ринку туристичних послуг. Проблема вітчизняного туристичного бізнесу полягає в недостатку методологічних та методичних засад управління рекламною діяльністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій Вагомий науковий внесок в опрацювання проблем туристичного бізнесу займалися і займаються такі вчені, як Т. І. Ткаченко, М. В. Соколова, І. Г. Смірнов, В. Б. Сапрунов, Д. І. Воротіна, О. В. Ареф'єва, Л. М. Шульгіна та ін.

Проте наукові обґрунтування управління маркетинговою діяльністю в туристичних підприємствах досліджені недостатньо, що зумовило вибір теми, визначило мету і завдання статті.

Мета статті полягає в дослідженні проблем туристичної галузі Тернопільської області з метою їх усунення.

Постановка завдання. Реалізація цієї мети зумовила вирішення таких завдань: дати коротку оцінку туристично-рекреаційному потенціалу Тернопільської області; обґрунтувати підходи щодо покращення діяльності туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Економічна сутність будь-якого явища так чи інакше відображається в його визначенні або ідентифікації. Складність такого соціально-економічного явища як туризм характеризується наявністю великої кількості визначень, які постійно піддаються доопрацюванню й удосконаленню. Наприклад, за визначенням, прийнятим ООН в 1954 році, «туризм та рекреація – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання». При цьому переважна більшість джерел трактують визначення туризму та рекреації відокремлено одне від одного [1].

Вплив туризму на економіку України досить відчутний, адже туристи подорожуючи споживають різноманітні товари, користуються послугами, що сприяє наповненню місцевих бюджетів. Україна має всі передумови для успішного розвитку туристичної галузі, адже за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами посідає одне з провідних місць в Європі. На даний час склалася сприятлива ситуація для інтенсивного розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму, існує достатній природний потенціал туристично-рекреаційних ресурсів, щоб стати Україною країною з розвинутою туристичною індустрією [2].

Згідно зі статистичними даними на 1.01.2017 року в рекреаційно-туристичному комплексі України нараховувалося 12,3 тис. підприємств, у т. ч.: 4,9 тис. суб'єктів туристичної діяльності; 4,2 тис. готелів та інших місць короткотермінового проживання; 3,2 тис. санаторно-курортних закладів. У загальному рекреаційно-туристичний потенціал України містить приблизно 9850 об'єктів з можливістю оздоровлення 12–14 млн. чол. на рік, але його потужності використовуються лише на третину, що зумовлено рядом причин, серед яких: невирішеність питань з приватизації землі та захисту приватного капіталу; недостатня державна підтримка суб'єктів підприємництва; відсутність системи регулювання зовнішньо-економічної діяльності у сфері послуг; недостатнє кадрове забезпечення сфери туризму тощо. Одна з вагомих причин – це недостатній рівень маркетингового та рекламного забезпечення. Але якщо проаналізувати затрати на рекламу туристичними підприємствами за 2012–2017 рр. по Україні, то вони мають позитивну динаміку.

Туристична галузь набуває все більшого значення у розвитку економіки та соціальної сфери на Тернопільщині. Тернопільська область має вигідне геополітичне розташування, історико-культурні ресурси, володіє значним рекреаційним потенціалом, має розвинуту туристську інфраструктуру. І хоча область є однією з найменших в Україні, в ній зосереджена надзвичайно велика кількість пам'яток культурної спадщини та природно-заповідного фонду [3]. На Тернопільщині нараховується 542 пам'ятки природи, що є п'ятою частиною всіх пам'яток природи України, тут понад 3000 об'єктів археології, історії й мистецтва, третина українських замків. Захоплюють геологічні пам'ятки світового значення, яким майже 500 млн. років, природні заказники, а площа ландшафтів сягає 200 тис. га – це 15% території області.

У Тернопільській області діють два Державних історико-архітектурних заповідники з 10, що є в Україні. Це Кременецько-Почаївський та Бережанський, один із чотирьох Національний історико-архітектурний заповідник «Замки Тернопільщини» з центром у Збаражі. Одне з природних див, якими пишається Тернопільщина, – її печери. У світі поки що не відкрито інших таких же великих горизонтальних гіпсових печер зі специфічною будовою. Розташовані вони на глибині від 10 до 50–60 метрів під землею.

На сьогодні їх налічується більше сотні. Але, на думку вчених, відкрито ще не всі печери. Тернопільщина є лідером і за наявністю деяких інших природних об'єктів. Зокрема, це водоспади або їх каскади. Найбільш цікаві – це Джуринський, Русилівський та Сокілецький. Територією Тернопільщини протікає одна з найкрасивіших річок у Європі і друга за величиною в Україні – Дністер, загальна протяжність якої складає 1365 км. Неповторна унікальна природа Тернопільської області є потужним важілем для кількаденного або багатоденного відпочинку.

У Тернопільській області з метою збереження унікальних природних комплексів, генофонду рослинного і тваринного світу, використання їх у наукових цілях та природоохоронній роботі утворено у 1990 році природний державний заповідник площею 9455 га. Заповідний режим передбачає заборону в ньому будь-якої діяльності, що порушує природну рівновагу.

Особливості «зеленого» туризму у Тернопільському регіоні полягає в тому, що він поєднав у собі частки трьох давніх українських етнічних земель: Галичини, Волині, Поділля. Звідси неповторний колорит Тернопілля, величезне розмаїття побутових та обрядових традицій, багатий фольклор, унікальні народні промисли, різноманітна і смачна кухня. Усе це в поєднанні з потужним туристично-рекреаційним потенціалом створює неабиякі можливості для розвитку сільського туризму.

Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, екскурсійної діяльності сприяє наповненню місцевого бюджету, створенню додаткових робочих місць та підвищенню авторитету області як на внутрішньому, так і на міжнародному туристичних ринках. Допомогу подорожуючим надають суб'єкти туристичної діяльності. За 2017 рік послугами туристичних організацій області скористалися майже 26,6 тисячі осіб, з них 12,3 складають діти, що подорожували по території області та за її межами.

Останнім часом спостерігається тенденція зростання кількості суб'єктів туристичної діяльності, у тому числі фізичних осіб. Станом на 01.07.2017 року згідно з державною статистичною звітністю за формою 1-ТУР(к) в області функціонувало 98 фірм, які займалися ліцензованою туристичною діяльністю, з них 18 туроператорів і 80 турагентів. Послугами туристичних фірм скористалися 15043 особи, у т.ч. з внутрішнього туризму 11443 особи, 99 іноземних туристів та з виїзного туризму 3501 особа. Станом на 01.01.2018 року згідно з реєстром Державної служби туризму і курортів МКіТ України на території області провадило діяльність 110 ліцензованих туристичних підприємств: 20 туроператорів і 90 турагентів. Загальна кількість туристів, яким у 2017 році було надано обслуговування 23095 особам. Обсяг платежів з наданих туристичних послуг склав 18052, 684 тис. грн. 16037 особам було надано екскурсійні послуги.

Невід'ємною складовою подорожей, туризму та змістовного дозвілля є екскурсії. За 2017 р. за допомогою туристичних організацій області їх здійснили 18,4 тис. осіб. Більшість екскурсантів (72,9%) – діти та молодь, у порівнянні з відповідним періодом 2016р. їх кількість збільшилася на 6,5%.

За 2017 рік внутрішнім туризмом в області було охоплено 19630 осіб, з них 84,9% особи, які обрали дозвілля і відпочинок, а 13,7% займалися спортивно-оздоровчим туризмом. Якщо у 2016 році особи, які охоплені внутрішнім туризмом не займалися спеціалізованим туризмом, то у 2017 році їх кількість становила 6% від загальної кількості.

За останні роки в регіоні спостерігається позитивна тенденція до збільшення кількості обслуговуваних туристів і у зв'язку з цим зростають обсяг наданих туристичних послуг і платежі до бюджету. Без сумніву, рекреаційно-туристичні ресурси Тернопільщини досить значні – різноманітні та унікальні природні ландшафти, велика культурна і духовна спадщина, традиційна гостинність. Однак рекреаційно-туристичні ресурси області не на належному рівні облаштовані та неповною мірою затребувані, тому доцільно звернути увагу на розроблення і використання механізму туристичної ренти.

З урахуванням попиту на внутрішньому туристичному ринку пріоритетною є участь у створенні туристично-екскурсійного потенціалу в Бережанському, Збаразькому, Борщівському і Кременецькому районах. З урахуванням наявного природно-рекреаційного потенціалу пріоритет віддаватиметься розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури у Бучацькому, Гусятинському, Шумському районах; розбудові туристичної інфраструктури у Збаразькому, Монастириському, Підволочиському й Підгаєцькому районах. Загалом Тернопільщина має ряд переваг щодо розвитку ринку туристичних послуг. Серед географічних переваг – близькість до кордону з Польщею у поєднанні з наявністю істрико-архітектурних пам'яток, які асоціюються з історією

Польщі (Збаразький замок, Вишнівецький замок, музей Ю. Словацького, релігійні об'єкти тощо) та родинними зв'язками.

Економічна ситуація вимагає конструктивних зрушень у туристичній сфері Тернопільщини, спрямованих на розвиток туристичної галузі області, створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному рівнях туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців області та її гостей; створення та розвиток матеріально-технічної бази й сучасної інфраструктури туризму, створення сприятливих умов для залучення інвестицій, ефективного використання природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу, забезпечення умов для повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності; підвищення якості та асортименту туристичних послуг, розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів, здійснення системної рекламної-інформаційної діяльності, підтримку в'їзного та внутрішнього туризму, зокрема сільського, поліпшення кадрового забезпечення галузі.

У Тернопільській області з ініціативи управління туризму Тернопільської ОДА розроблено нові туристичні маршрути. Вони отримали назву «Сім чудесних маршрутів Тернопілля». До них відносять дванадцять маршрутів, які подані: туроператором ПП «Оксамит-КЛ» (маршрути 1–4), Державною геологічною службою (маршрут 5), Головним управлінням з питань туризму, сім'ї, молоді та спорту з ініціативи Тарашевського С. О. (маршрут 6), Гусятинською районною громадською організацією «Всеукраїнська екологічна ліга» (маршрут 7), викладачем Вищого Тернопільського училища сфери послуг та туризму Ларисою Бабюк та гідом-провідником Юрієм Козорізом (маршрути 8, 11), туристичною фірмою ПП «Гіс-Тур» (маршрути 9–10), Тернопільською міською громадською організацією «Артвізія» (маршрут 12).

Тернопільщина як елемент туристично-рекреаційної сфери виділяється, не тільки зосередженням значної кількості туристично-рекреаційних та екскурсійних об'єктів, функціями пізнавальної рекреації, різних видів туризму, екскурсій, відпочинку, оздоровлення та лікування, але насамперед функціями організації та управління туристичною діяльністю. Саме в Тернополі розміщені органи та установи, організації й управління, які регулюють місцеві, міжрегіональні та міжнародні потоки відпочиваючих, здійснюють контроль за діяльністю суб'єктів туристично-рекреаційного ринку. До числа туристично-рекреаційних послуг, які пропонує ринок Тернопільщини, слід віднести організацію та проведення туристично-екскурсійної роботи, мистецьких фестивалів, свят, інших курортно-спортивних заходів [3].

Розвиток туризму залежить від рівня розвиненості інфраструктури, яка повинна забезпечувати необхідні умови для надання туристичних послуг та, відповідно, високу якість обслуговування. Туристи, які відвідують Україну, в основному прибувають з країн, які мають з нею спільний кордон. Це так званий гостьовий туризм, який базується на родинних зв'язках. Перші місця в експорті-імпорті туристичних послуг України займають Молдова, Білорусь, Польща та Угорщина, які забезпечують прибуття до України понад 90% іноземних туристів. Через територію України проходять міжнародні транспортні магістралі, які відіграють важливу роль для подальшого розвитку ринку туристичних послуг в Україні і є конкурентною перевагою для туризму, адже саме вони є першою ланкою ланцюга в успішному залученні туристичного потоку іноземних громадян до країни. В загальному забезпечення й облаштування транспортними мережами в Україні залишається на низькому рівні. Якщо звернутися до статистичних даних, то на кожні 1000 км² території припадає лише 282 км автомобільних доріг і 29 км залізниць. Європейським стандартам відповідає лише 10% доріг України та 90 км мають статус «експрес-шосе».

Впорядкування вимагають не лише центральні магістралі, а й дороги місцевого значення, що зв'язують об'єкти туризму з автомагістралями. Основною проблемою закладів з обслуговування туристів є невідповідність рівня пропонованих ними послуг світовим стандартам і нерівномірність їх просторового розташування. Проте за останній період доволі швидкими темпами розвивається супутня до туристично-рекреаційної галузі інфраструктура, зокрема: транспортне обслуговування, дорожній сервіс, зв'язок, заклади харчування та інше. Активно розвивається туристична інфраструктура вздовж основних транспортних магістралей, починаючи з пунктів перетину державного кордону і до кордонів з іншими областями України. Найбільша кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання є у Львівській, Київській та Дніпропетровській областях, де кількість становить більше ста одиниць, а найменша кількість – у Кіровоградській області. Тернопільська область за рівнем завантаженості готелями посідає чотирнадцяте місце серед 24 областей. На ринку готельного господарства точиться сильна конкурентна боротьба, яка зумовлена появою невеликих готелів, що утримуються особами підприємницької діяльності та власниками приватних будинків, які пропонують туристам повний спектр основних і додаткових послуг. Така ситуація найхарактерніша для Закарпатської, Львівської, Херсонської, Одеської Дніпропетровської областей та Києва.

Питаннями туризму в Тернопільській області займається головне управління з питань туризму сім'ї, молоді та спорту. Для підняття туристичної галузі постійно організовує туристичні підприємства до участі у міжнародних, вітчизняних, туристичних виставкових та презентаційних заходах, проводить рекламні тури для представників туристичних компаній, засобів масової інформації та інших зацікавлених організацій, займається виготовленням рекламної продукції і сувенірів, підтримує та поновлює інформацію на WEB-сторінці «Тернопільщина туристична», замовляє поліграфічну й відео-рекламно-презентаційну продукцію та сувеніри, встановлює інформаційні щити щодо розташування туристичних об'єктів, створює й підтримує діяльність інформаційно-туристичних центрів, громадських організацій, які займаються популяризацією туристично-рекреаційного потенціалу в області, сприяє проведенню туристично-спортивних заходів (зльотів, змагань, походів, експедицій). По усіх категоріях можна відслідкувати скорочення фінансування від 20% до 30%. Такі тенденції пов'язані з настанням світової економічної кризи та, відповідно, скорочення кількості туристів як зовнішніх, так і внутрішніх в Україні в цілому та в Тернопільській області загалом. Скорочення фінансування туристичної галузі ще більше поглибило проблемну ситуацію в ній.

Висновки. З метою активізації роботи щодо створення позитивного іміджу та підвищення інвестиційної привабливості туристично-рекреаційної галузі області здійснено комплекс заходів. Представлено туристично-рекреаційний потенціал області на щорічних виставках, зокрема Міжнародній туристичній виставці «Україна – подорожі та туризм UTT», яка проходить у березні у Міжнародному виставковому центрі у Києві; Міжнародному туристичному салоні «Україна», який проходить у жовтні в Національному комплексі «Експоцентр України», де представляли свої пропозиції такі суб'єкти туристичної діяльності та заклади сервісного обслуговування області, як комунальне підприємство «Печери Борщівщини», Кременецько-Почаївський державний історико-архітектурний заповідник та Національний заповідник «Замки Тернопілля», ПП «Оксамит-КЛ», готель «Гостинний двір» із м. Борщів, санаторії «Медобори» і «Барвінок», готельно-розважальний комплекс «Алігатор» та аквапарк «Лімпопо». Традиційним стало і щорічне проведення 3-х інформаційно-рекламних турів для представників друкованих та електронних всеукраїнських і регіональних засобів масової інформації. Основними стали відвідування усіх найпопулярніших туристичних об'єктів

та заходів області, зокрема малих історичних міст, організація сплавів річкою Дністер, відвідування релігійних святинь, Всеукраїнського фестивалю «Дзвони Лемківщини», історико-туристичного фестивалю середньовічної культури «Стара фортеця» тощо.

Conclusions. In order to intensify the activity concerning the creation of positive image and to increase the investment attractiveness of the tourist and recreational industry of the region a series of measures were carried out. For instance, the tourism recreational potential of the region was presented at the annual exhibitions, particularly at the International Tourist Exhibition «Ukraine – Travelling and Tourism UITT», held in March at the International Exhibition Centre in Kyiv; International Tourist Salon «Ukraine», held in October at the National Complex «Expocenter of Ukraine» where such tourism agents and regional service institutions as communal enterprise «Borshchivshchyna Caves», Kremenets-Pochayiv State Historical and Architectural Reserve and National Reserve «Castles of Ternopillya», Private Company «Oksamyt-KL», hotel «Hostynnyi Dvir» from Borshchiv, health resorts «Medobory» and «Barvinok», hotel and entertainment complex «Aligator» and aqua park «Limpopo» presented their offers. It has become a tradition to hold annually three information-advertising tours for the representatives of nationwide and regional print and electronic media. The main ones were the visits of all the most popular tourist places of interest including small historical towns of the region, arranging the rafting along the Dniester river, visits to religious sacred places, All-Ukrainian Festival «Dzvony Lemkivshchyny», historical-tourist festival of medieval culture «Stara Fortetsia», etc.

Список використаної літератури

1. Про ратифікацію Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату: Закон України від 4 лютого 2004 р. № 1430-IV.
2. Про внесення змін до Закону «Про туризм» від 18.11.2003 р., № 1282-IV.
3. Стратегія економічного та соціального розвитку України «Шляхом європейської інтеграції» на 2004–2015 роки: Указ Президента України від 28.04.04 № 493/2004.

References

1. Pro ratyfikatsiyu Kiot-s'koho protokolu do Ramkovoyi Konventsiyi Orhanizatsiyi Ob'yednanykh Natsiy pro zminu klimatu: Zakon Ukrayiny vid 4 lyutoho 2004 r. № 1430-IV.
2. Pro vnesennya zmin do Zakonu "Pro turyzm" vid 18.11.2003 r., № 1282-IV.
3. Stratehiya ekonomichnoho ta sotsial'noho rozvytku Ukrayiny "Shlyakhom yevropeys'koyi intehratsiyi" na 2004–2015 roky: Ukaz Prezydenta Ukrayiny vid 28.04.04 № 493/2004.