

УДК: 338.48: (477); DOI: 10.31388/2519-884X-2020-42-27-32

*Колокольчикова І.В., к.е.н., доцент  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного  
Kolokolchikovairina@gmail.com*

## СТАЛИЙ РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

**Анотація.** Необхідність дослідження розвитку ринку туристичних послуг викликана стрімким розвитком ринкового попиту як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках. Сьогодні туристична сфера з економічної точки зору виступає не тільки джерелом додаткових фінансових надходжень, а і підвищує популярність держави, опосередковано, залучаючи інвестиції у всі галузі та сфери. У процесі дослідження визначено змісту поняття сталого розвитку туризму; виділено основних завдань, які формуються під час розвитку ринку туристичних послуг; проведено аналіз кількості туристів, які користуються послугами операторів ринку; досліджено регіональні особливості формування ринкового попиту на туристичні послуги за регіонами України; окреслено потенціал та можливості розвитку сільського та зеленого туризму; досліджено позиціонування українського туризму та роботу щодо сприйняття туристичних послуг як бренду країни. Результатами оцінки сталого розвитку ринку туристичних послуг є планування дій, спрямованих на напрацювання власної клієнтської бази споживачів послуг з одного боку, а з іншого позиціонування України, як єдиного туристичного бренду для всіх регіонів. Ці заходи призведуть до позитивних зрушень як в економічному так і в соціальному напрямку розвитку суспільства. Розвиток туризму є запорукою гарантованого збереження надбання нації, її природних та культурних пам'яток, національної особистості усього українського народу.

**Ключові слова:** сталий розвиток, ринок туристичних послуг, турист, ринкова пропозиція, ринковий попит, позиціонування, внутрішній туризм, зовнішній туризм, бренд.

**JEL code classification: L11**

*Kolokolchikova I.V., PhD, Ass. Prof. of Marketing Department  
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University  
Kolokolchikovairina@gmail.com*

**Abstract. Setting objectives.** The formation and development of the market of tourist services is due to the need for this product. This need is growing every year, consumer demand is becoming more demanding, thus determining the list of services and market supply. Due to the fact that a large number of operators are involved in the tourism sector, which covered most of the potential market segments and concentrated large financial resources within this business, the development of the tourism services market has taken the direction of sustainable development. However, this development depends on the influence of many internal and external factors, so the planning and gradualness of the planned directions of action should be formed and carefully analyze all the circumstances. Therefore, the topic of the study, which is devoted to the sustainable development of the market of tourist services in Ukraine to increase the potential of the country is relevant.

**Objectives of the study.** The main objectives of the study are: to define the content of the concept of sustainable tourism development; identification of the main tasks that are formed during the development of the market of tourist services; analysis of the number of tourists who use the services of market operators; research of regional features of formation of market demand for tourist services by regions of Ukraine; outline the potential and opportunities for rural and green tourism development; to study the positioning of Ukrainian tourism and work on the perception of tourist services as a brand of the country.

**The purpose of the study:** to assess the sustainable development of the market of tourist services in Ukraine in terms of the capabilities of market operators that shape the market supply and the potential of tourists, customers of services that create market demand.

**Research results.** Sustainable development is socially, economically and ecologically balanced development that does not destroy the environment and ensures the continuous progress of society. This development process is the goal of all markets. The market of tourist services in its economic essence does not differ from others, because it has a product - a service and there are buyers. Today, the development of the market of tourist services performs several main tasks: attracts consumers of domestic and foreign markets to the process of consumption of tourist services, thereby directing cash flows to Ukraine; forms Ukraine as a brand and makes it recognizable among other countries, indirectly attracting foreign investment in all areas of activity and industry; acts as a demanding guardian of its own natural sources and cultural monuments, which on the one hand are part of the offered tourist product, on the other hand

are the wealth of the nation that needs to be preserved; makes consumers of services and all ordinary citizens feel responsible for the country's property and treat them with care.

By the number of tourists served by operators of the market of tourist services in Ukraine for the period from 2014 to 2018. we can conclude that the market for these services has grown almost 2 times, because the total number of users of services increased by 87.9%. At the same time, foreign tourists have increased in the last 5 years, almost 4.7 times. Domestic tourism is also gaining momentum, showing a growth rate of 41.5%. Great potential in Ukraine contains not only urban tourism, but also rural and green tourism. However, this direction of the tourist market is developing slowly

**Conclusions.** Thus, the problem of sustainable development of the market of tourist services is to develop its own customer base of consumers of services on the one hand, and on the other to position Ukraine as a single tourist brand. These measures will lead to positive changes in both economic and social development of society. Also, the development of tourism is a guarantee of guaranteed preservation of the nation's heritage, its natural and cultural monuments, the national identity of the entire Ukrainian people.

**Keywords:** sustainable development, market of tourist services, tourist, market supply, market demand, positioning, domestic tourism, foreign tourism, brand.

**Постановка проблеми.** Формування та розвиток ринку туристичних послуг обумовлено потребою в цьому продукті. Ця потреба з кожним роком росте, запити споживачів стають все вибагливими, тим самим визначаючи перелік самих послуг та ринкову пропозицію. У зв'язку з тим, що у туристичній сфері задіяна велика кількість операторів, які охопили більшу частину потенціальних сегментів ринку та зосередили всередині цього бізнесу великі фінансові ресурси, розвиток ринку туристичних послуг прийняв напрям сталого розвитку. Однак, цей розвиток залежить від впливу багатьох внутрішніх та зовнішніх чинників, тому планованість та поступовість запланованих напрямів дій треба формувати та ретельно аналізувати всі обставини. Тому тема дослідження, яка присвячена питанням сталого розвитку ринку туристичних послуг в Україні у підвищенні потенціалу самої країни є актуальною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Українські вчені останнім роком активно займаються проблематикою розвитку туризму, стратегічних орієнтирів цього ринку та напрямів диференційованого та диверсифікованого розвитку. В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух працюють у теоретичному аспекті напрацювання понятійного апарату. Колесник О.О. приділяє уваги економічним питанням розвитку ринку та аналізу динамічних змін і тенденцій у показниках кон'юнктури ринку. М. Мальська, Ю. Зінько, П. Горішевський підходять до ринку туристичних послуг з маркетингових аспектів його позиціонування та орендування на внутрішньому та зовнішньому ринках. О. Гафурова робить акцент на аналізі законодавчого поля діяльності операторів ринку туристичних

послуг, їх можливостей. Однак, зміни у розвитку самого ринку потребують додаткових досліджень темпів росту та оцінки показників, які характеризують цей процес.

**Формулювання цілей статті** у розкритті основних тенденцій сталого розвитку ринку туристичних послуг, враховуючи внутрішній та зовнішній потенціал.

**Метою дослідження** є оцінка сталого розвитку ринку туристичних послуг в Україні з точки зору можливостей операторів ринку, які формують ринкову пропозицію та потенціалу туристів, замовників послуг, які створюють ринковий попит.

**Основними задачами дослідження** є: визначення змісту поняття сталого розвитку туризму; виділення основних завдань, які формуються під час розвитку ринку туристичних послуг; аналіз кількості туристів, які користуються послугами операторів ринку; дослідження регіональних особливостей формування ринкового попиту на туристичні послуги за регіонами України; окреслити потенціал та можливості розвитку сільського та зеленого туризму; дослідити позиціонування українського туризму та роботу щодо сприйняття туристичних послуг як бренду країни.

**Виклад основного матеріалу.** За визначенням енциклопедичного словника-довідника з туризму «сталий розвиток – це - соціально, економічно та екологічно збалансований розвиток, що не руйнує навколишнє природне середовище і забезпечує безперервний прогрес суспільства [1]. Цей процес розвитку є ціллю усіх ринків. Ринок туристичних послуг за своєю економічною суттю не відрізняється від інших, тому що на ньому є товар – послуга і є покупець. Формування

товаро – грошових відносин між цими головними суб'єктами і визначає процес розвитку ринку туристичних послуг. До розвитку туристичної галузі економічні системи усіх держав прийшли природним шляхом. Будь – яка держава має соціальну відповідальність перед своїм народом за історію розвитку, збереження природних та людських надбань та спадщини. Тому здобуття та напрацювання знань про переваги тієї або іншої нації, регіону, селища потрохи формували попит на послугу – з метою ознайомлення та зацікавлення споживачів туристичних послуг, пошук інформації та перевірки емпіричним вражень та знань.

Сьогодні розвиток ринку туристичних послуг виконує декілька основних завдань:

- залучає до процесу споживання туристичних послуг споживачів внутрішнього та зовнішнього ринків, тим самим направляє грошові потоки в Україну;

- формує Україну як бренд та робить її впізнаною серед інших держав, опосередко-

вано притягуючи іноземні інвестиції у всі сфери діяльності та галузі;

- виступає вимогливим охоронцем власних природних джерел та пам'яток культури, які з одного боку є частиною туристичного продукту, що пропонується, з іншого боку є багатством нації, яке потрібно зберегти;

- змушує споживачів послуг та усіх пересічних громадян відчувати відповідальність за надбання країни та бережливо відноситись до них.

Таким чином, на наш погляд, розвиток ринку туристичних послуг має більше соціальну спрямованість та суспільну необхідність.

Головним мотиватором розвитку туристичної галузі є його клієнти. Аналітика показує, що ці показники ростуть (табл. 1). За кількістю туристів, які обслуговані операторами ринку туристичних послуг в Україні за період від 2014 по 2018р.р. можна зробити висновок, що ринок цих послуг виріс практично в 2 рази, тому що загальна кількість користувачів послугами виросла на 87,9%.

Таблиця 1

### Кількості туристів, обслугованих операторами ринку туристичних послуг в Україні за період 2014 – 2018р.р., тис. ос.

|                              | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2018 до 2014, % |
|------------------------------|------|------|------|------|------|-----------------|
| Усього                       | 2425 | 2019 | 2550 | 2806 | 4557 | 187,9           |
| В'їзних (іноземних туристів) | 17   | 15   | 35   | 39   | 76   | 4,7р.           |
| Виїзних туристів             | 2085 | 1647 | 2061 | 2290 | 4024 | 192,3           |
| Внутрішніх туристів          | 323  | 357  | 454  | 477  | 457  | 141,5           |

Джерело: [2]

При цьому іноземних туристів за останні 5 років стало більше, практично в 4,7 рази. Внутрішній туризм також набирає стрімких обертів, показуючи темпи приросту у 41,5%.

Важливим для сталого розвитку туристичної сфери є регіональна концентрація об'єктів та популярних територій, які притягують туристів, формуючи відповідні зональні пріоритети і сприяючи розвитку тих самих територій (табл. 2).

Автоматично це відображається і на кількості тих, хто відвідує ці регіони, визначає туристичну спеціалізацію (табл. 3).

Згідно представлених даних в Україні станом на 2018р. більша кількість туристів зосереджена у Львівській, Дніпропетровській, Одеській, Київській, Харківській, Запорізькій, Івано – Франківській та Вінницькій областях. По всіх областях, крім Вінницької, спостерігається перевага виїзних туристів. Лише остання представлена область відображає розвиток внутрішнього туризму. Іноземні туристи активно приїжджають до Львівської та Одеської області.

Таблиця 2

**Популярні курортні зони України, які найчастіше відвідують туристи**

| Регіон  | Місця відвідування туристів  |
|---|--|
| Чорноморське узбережжя Миколаївської, Одеської та Херсонської областей                    | Очаків, Гопри, Скадовськ, Одеська група: Куяльник, Аркадія, Лермонтовський, Великий фонтан, Кароліно – Бугаз, Чорноморка, Затока, Хаджибей, Лузанівка, Приморський, Лебедівка, Мала Долина |
| Узбережжя Азовського моря   | Бердянськ, Кирилівка   |
| Гірські та передгірські райони закарпатської, Івано – Франківської та Львівської областей | Свалява, Голубине, Поляна, Синяк, Черче, Ворохта, Трускавець, Моршин, Немирів, Любінь Великий, Косів, Яремче   |
| Курорти зони Вінницької, Донецької, Київської, Полтавської та Харківської областей        | Миргород, Березівські мінеральні води, Рай – Оленівка, Слов'янськ, Слов'яногірськ, Конча – Заспа, Пуща – Водиця, Хмільник  |

Джерело: [3]

Таблиця 3

**Регіональна концентрація основних споживачів послуг туристичного ринку в Україні станом на 2018р.**

| Області             | Кількість туристів обслугованих операторами та тур агентами | У тому числі        |                  |                              |
|---------------------|---|---------------------|------------------|------------------------------|
|                     |   | Внутрішніх туристів | Виїзних туристів | В'їзних (іноземних туристів) |
| Україна             | 4557447   | 456799              | 4024703          | 75945                        |
| Львівська           | 182255  | 61881               | 112757           | 7617                         |
| Дніпропетровська    | 116981  | 9229                | 107752           | -                            |
| Одеська             | 81381   | 24081               | 55296            | 2004                         |
| Київська            | 66385   | 3320                | 63025            | 40                           |
| Харківська          | 62253   | 8326                | 53633            | 273                          |
| Запорізька          | 56374   | 17138               | 38984            | 252                          |
| Івано – Франківська | 55781   | 33572               | 18816            | 3393                         |
| Вінницька           | 42178   | 8360                | 33816            | 2                            |

Джерело: [1]

Щодо іноземних туристів, то видно у звітному році не маю в'їзних туристів по Дніпропетровській та Київській областях. Харківська та Запорізька області спрацювали практично однаково. Таким чином необхідно проводити більше маркетингових заходів щодо залучення іноземних туристів. Для цього треба створювати нові локації, підвищувати рівень обслуговування та безпеки туристів.

Для залучення відпочиваючих всередину країни, місцеві туроператори та туристичні агенції розробляють внутрішні маршрути та анімаційні локації. Так, за період, починаю-

чи з 2000р. кількість таких забудов, які б відповідали сучасним анімаційним заходам становиться більше (табл. 4).

З наявних у статистичній інформації збудованих споруд, які можна використати для анімаційних заходів та внутрішнього туризму обрано ті напрями, які зазнали стрімкого розвитку, а саме: будова лижних трамплінов, кінно – спортивні бази, велотреки та споруди зі штучним льодом. Всі ці локації дозволяють спростити планування екскурсійного маршруту та запропонувати туристам активний відпочинок.

Таблиця 4

## Динаміка та кількість забудов спортивними спорудами

|                            | 2000 | 2013 | 2018 | 2018 до 2000, % |
|----------------------------|------|------|------|-----------------|
| Трампліни лижні            | 19   | 24   | 30   | 157,9           |
| У тому числі для фрістайла | 3    | 5    | 8    | 267,7           |
| Кінно – спортивні бази     | 29   | 61   | 53   | 182,7           |
| Велотреки                  | 4    | 4    | 5    | 125,0           |
| Споруди зі штучним льодом  | 10   | 67   | 54   | 540,0           |

Джерело: [2]

Великий потенціал в Україні містить не тільки туризм по містам, але і сільський та зелений туризм. Однак цей напрям туристичного ринку розвивається повільними темпами. За словами О.В. Гафурової «на сьогоднішній день, відсутні нормативно-правові акти комплексного характеру, спрямовані на забезпечення державної підтримки туризму у сільській місцевості. Так, у Концепції розвитку сільських територій, схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 вересня 2015 р. № 995-р. лише згадується про необхідність розвитку туристичної та рекреаційної діяльності у сільській місцевості. А серед заходів з реалізації вказаної Концепції, називаються:

1) законодавче врегулювання питання розвитку туристичної та рекреаційної діяльності у сільській місцевості шляхом внесення змін до Закону України «Про туризм»

2) необхідність розроблення пілотних проектів з розвитку сільських територій, що стимулюватимуть такі види діяльності, як туризм, сфера обслуговування, народні промисли, у сільській місцевості, та подання їх заінтересованим центральним органам виконавчої влади на розгляд в установленому порядку щодо фінансування в рамках відповідних бюджетних програм розвитку (п. 25 Плану заходів з реалізації Концепції розвитку сільських територій, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 19 липня 2017 р. № 489-р.) [4, 6].

Однак, на сьогодні існує стійкий попит на туристичні послуги, тому основним напрямом сталого розвитку ринку туристичних послуг необхідно вважати правильне позиціонування країни та її надбань для усіх замовників цих послуг. Цієї проблематикою займаються і наступні вчені, такі як М.Мальська, Ю. Зінько, П. Горішевський. В

їх працях зазначено, що «значний ресурсний потенціал та досвід формування національних брендів, пов'язаних з різними видами туризму та туристичними продуктами, зокрема, сільським туризмом. Останні десятиріччя сільський туризм в Україні демонструє широкий спектр форм занять та розширення територіального розвитку. За даними досліджень Інституту економіки та прогнозування Національної академії наук України, в Україні нараховується близько 1 млн. 250 садіб (домогосподарств), що можуть надавати послуги сільського туризму, тоді як в Інтернет-ресурсах свої пропозиції рекламують приблизно 2 тис. садіб. Проблематика становлення національного бренду сільського туризму та його позиціонування на туристичному ринку дуже важлива для маркетингової політики цього виду туризму, пов'язаного з відпочинком у сільській місцевості. Сільський туризм у найближчому майбутньому може успішно позиціювати Україну на міжнародному туристичному ринку як один з національних туристичних брендів» [7].

**Висновок.** Проведені дослідження та існуюча статистична інформація доводять, що ринок туристичних послуг розвивається та має сталі тенденції. Наряду з зовнішнім туризмом починає розвиватись і внутрішній. Все більше бажаючих українців згодні залишитись в країні та пошукати і відвідати цікаві місця. Відповідно і матеріально – технічна складова міст змінюються, всюди будують відповідні локації та майданчики, щоб дозволяти туристам та відпочиваючим займатись активним туризмом. В цілому, проблематика сталого розвитку ринку туристичних послуг полягає в тому, щоб напрацьовувати власну клієнтську базу споживачів послуг з одного боку, а з іншого позиціонувати Україну, як єдиний туристичний бренд. Ці заходи

приведуть до позитивних зрушень як в економічному так і в соціальному напрямку розвитку суспільства. Також, розвиток туризму є запорукою гарантованого збереження над-

бання нації, її природних та культурних пам'ятоків, національної особистості усього українського народу.

#### Список літератури:

1. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. К. «Слово». 2006. 372 с.
2. Статистичний щорічник України за 2018рік: статистичний збірник. Державна служба статистики України. Київ, 2019. 482с. URL: <http://ukrstat.org/ua> (дата звернення 20.05.2020).
3. Україна у цифрах 2018: статистичний збірник. Державна служба статистики України. Київ, 2019. 45с. URL: <http://ukrstat.org/ua> (дата звернення 22.05.2020).
4. Гафурова О. Законодавство у сфері сільського туризму: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка. Юридичні науки*. 2017. №2(105). С. 16–19.
5. Колесник О.О. *Економіка і статистика туристичного ринку: монографія*. Житомир. ЖДТУ, 2011. 196 с.
6. Закону України «Про туризм». URL: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/Zakony.pdf> (дата звернення 20.05.2020).
7. Мальська М., Зінко Ю., Горішевський П. Позиціонування національного бренду сільського зеленого туризму на ринку послуг. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтва. Серія: Туризм*. 2020. №3 (1). С. 8 – 33.
8. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: [www.unwto.org](http://www.unwto.org). (дата звернення 20.05.2020).
9. Світовий досвід розвитку сільського зеленого туризму. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua>. (дата звернення 20.05.2020).
10. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму. URL: <http://tourlib.net>. (дата звернення 20.05.2020).
11. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. URL: <http://tourlib.net>. (дата звернення 20.05.2020).
12. Офіційний сайт Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL: [www.greentour.com.ua](http://www.greentour.com.ua). (дата звернення 20.05.2020).
13. Ткаченко Т.І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія*. К. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2009. 462 с.

#### References:

1. Smolii V.A., Fedorchenko V.K., Tsybukh V.I. (2006). *Entsyklopedychnyi slovnyk-dovidnyk z turyzmu* [Encyclopedic dictionary-reference book on tourism] K.
2. State Statistics Service of Ukraine (2019) *Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2017rik: statystychnyi zbirnyk za 2018 rik* [Statistical Yearbook of Ukraine in numbers 2017: The Statistical Yearbook for 2017], Kyiv: State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://ukrstat.gov.ua> (accessed 20 May 2020) [in Ukrainian].
3. State Statistics Service of Ukraine (2019) *Ukraina u tsyfrakh 2018: statystychnyi zbirnyk*. [Ukraine in Figures 2018: Statistical Collection], Kyiv: State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://ukrstat.gov.ua> (accessed 20 May 2020) [in Ukrainian].
4. Hafurova O. (2017) *Zakonodavstvo u sferi silskoho turyzmu: suchasni realii ta perspektyvy rozvytku*. [Legislation in the field of rural tourism: current realities and prospects for development] *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni T. Shevchenka. Yurydychni nauky*. No 2(105), pp. 16–19.
5. Kolesnyk O.O. (2011). *Ekonomika i statystyka turystychnoho rynku: monohrafiia*. [Economics and statistics of the tourist market: a monograph]. Zhytomyr. [in Ukrainian].
6. Law of Ukraine «On Tourism» Available at: <http://ukrstat.gov.ua> (accessed 20 May 2020) [in Ukrainian].
7. Malska M., Zinko Yu. (2020), Horishevskiy P. *Pozytsiuvannya natsionalnoho brendu silskoho zelenoho turyzmu na rynku posluh* [Positioning of the national brand of rural green tourism in the services market]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstva. Seriya: Turyzm*. No 3 (1), pp. 8 – 33.
8. Ofitsiyniy sait Vsesvitnoi turystychnoi orhanizatsii. [Official site of the World Tourism Organization]. Available at: [www.unwto.org](http://www.unwto.org). (accessed 20 May 2020) [in Ukrainian].
9. Svitoviy dosvid rozvytku silskoho zelenoho turyzmu. [World experience of rural green tourism development.] Available at: <http://archive.nbuv.gov.ua> (accessed 20 May 2020) [in Ukrainian].
10. Jevropejskyy dosvid orhanizatsiji siljskogho zelenogho turyzmu. [European experience in organizing rural green tourism]. Available at: <http://tourlib.net>. (accessed 20 May 2020) [in Ukrainian].
11. Siljskyy zelenyy turyzm – priorytet rozvytku turystychnoi ghaluzi Ukrainy. [Rural green tourism is a priority for the development of the tourism industry of Ukraine]. Available at: <http://tourlib.net>. (accessed 20 May 2020) [in Ukrainian].
12. Oficijnyj sajт Spilky spryannja rozvytku siljskogho zelenogho turyzmu v Ukraini. [Official site of the Union for the Promotion of Rural Green Tourism in Ukraine]. Available at: [www.greentour.com.ua](http://www.greentour.com.ua). (accessed 20 May 2020) [in Ukrainian].
13. Tkachenko T.I. (2009). *Stalyj rozvytok turyzmu: teoriya, metodologiya, realiji biznesu: monohrafiya* [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities: monograph] [in Ukrainian].