**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Навчально-науковий інститут інноваційних освітніх технологій

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

**Туристична діяльність  в Україні: сучасний стан проблеми і перспективи розвитку**

Виконавець: студентка 501 групи Зенкова Дар’я Дмитрівна

Науковий керівник:к.п.н., доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства  **Уварова Ганна Шевкетівна**

Нормоконтролер:к.геогр.н., доцент кафедри країнознавства і туризму

**Борисюк Оксана Анатоліївна**

київ - 2020

**РЕФЕРАТ**

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Туристична діяльність в Україні: сучасний стан проблеми і перспективи розвитку»: 73 сторінки роботи , 5 рисунків, 11 таблиць, 47 використаних джерел.

**Об’єкт дослідження –** туристична діяльність.

**Предмет дослідження –** туристична діяльність України.

**Метою** даної роботи є дослідити чинники і сучасний стан організації і розвитку туристичної діяльності в Україні.

**Методи дослідження**.Для досягнення мети використовувались такі методи дослідження, а саме: метод аналізу для дослідження суб’єктів туристичної діяльності ; порівняння – для порівняння діяльності туристичних операторів; статистичний – для аналізу показників розвитку туристичної діяльності в Україні; картографічний – задля розробки картосхеми розвитку суб’єктів туристичної діяльності в регіонах України; прогнозування – для визначення перспектив розвитку туристичної діяльності.

**Інформаційними джерелами** при написанні роботи були законодавчі акти з питань туристичної діяльності, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених такиx як Г.В. Балабанов, І.І. Винниченко, Л.В Воротіна, Н.А. Гук, Н.А. Заруцька,В.Ф. Кифяк, О.П. Корольчук, В.І. Куценко,О.О. Любіцева, П.Р.Пуцентейло,Т.Г. Сокол, Т.І. Ткаченко,Н.В. Чорненька, Л.М. Шульгіна , які досліджували дане питання, статистичні дані Державної служби статистики ,Державної прикордонної служби , Національного банку України, статистичні дані порталу «ТУРПРОФІ», інформаційні ресурси мережі Інтернет.

**Наукова новизна роботи**  полягає в узагальнені понять «туристична діяльність», «суб’єкти туристичної діяльності», визначенні особливостей розвитку туристичної діяльності в Україні на сучасному етапі, шляхів оптимізації діяльності суб’єктів туристичної діяльності.

Результати роботи можуть бути використані в діяльності туристичних підприємств України. Теоретичні положення роботи можуть бути використані для викладання дисциплін «Туристичне краєзнавство», «Організація туристичних подорожей», «Менеджмент в туризмі», «Туроперейтинг»

ЗМІСТ

[ВСТУП 6](#_Toc32696863)

[РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 9](#_Toc32696864)

[1.1. Поняття про туристичну діяльність в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених 9](#_Toc32696865)

[1.2. Суб’єкти туристичної діяльності 14](#_Toc32696866)

[1.3. Правові основи регулювання туристичної діяльності 22](#_Toc32696867)

[РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В 28](#_Toc32696868)

[УКРАЇНІ 28](#_Toc32696869)

[2.1. Чинники розвитку туристичної діяльності в Україні 28](#_Toc32696870)

[2.2. Особливості та тенденції розвитку туристичної діяльності в країні 32](#_Toc32696871)

[2.3. Порівняльний аналіз діяльності туроператорів 39](#_Toc32696872)

[РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ 44](#_Toc32696873)

[3.1. Актуальні проблеми розвитку туристичної діяльності України 44](#_Toc32696874)

[3.2. Перспективи розвитку туристичної діяльності 48](#_Toc32696875)

[3.3. Шляхи оптимізації діяльності суб’єктів туристичної діяльності. 54](#_Toc32696877)

[ВИСНОВКИ 66](#_Toc32696878)

[СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 68](#_Toc32696879)

**ВСТУП**

Актуальність теми дослідження. Туризм є однією з пріоритетних сфер економічної діяльності не тільки у світі, але й в Україні. І це закономірно, адже змінюється концепція життя. Людство воліє більше відпочивати, оздоровлюватися, пізнавати, отримувати нові емоції не тільки в межах країни, але й поза нею. Бурхливий розвиток туризму обумовлений також і різноманіттям та доступністю транспортного сполучення між державами, спрощенням процедури перетину кордонів, запровадженням безвізового режиму тощо. Подорожі стали невід’ємною частиною життя людини, а можливість вільно мандрувати – невід'ємним її правом, яким з року в рік користується все більше населення планети.

Важливе місце посідає туризм і в економіці країн. Так, будучи одним із найбільших у світі секторів економіки, туризм створює робочі місця, стимулює експорт та вносить левову частку до валового внутрішнього продукту держав.

У нашій державі на законодавчому рівні під туристичною діяльністю визначено діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог Закону України «Про туризм» та інших законодавчих актів України [1]. Згідно з КВЕД туристична діяльність належить до секції N, розділ 79, який включає діяльність агентств з організації подорожей, перевезення та розміщення в засобах тимчасового розміщування туристів і мандрівників, організації та проведення турів, які продають туристичні агентства або туристичні оператори. Розділ також включає інші види діяльності, пов’язані з туристичними послугами, зокрема, послуги бронювання, діяльність туристичних гідів і просування туристичних послуг тощо.

Проблемі дослідження туристичної діяльності присвячені роботи таких науковців як Г.В. Балабанов, І.І. Винниченко, Л.В Воротіна, Н.А. Гук, Н.А. Заруцька, В.Ф.Кифяк, О.П. Корольчук, В.І. Куценко, О.О. Любіцева, П.Р. Пуцентейло, Т.Г. Сокол, Т.І. Ткаченко, Н.В. Чорненька, Л.М. Шульгіна та інші.

Переважна більшість науковців у своїх дослідженнях узагальнили поняття та особливості туристичної діяльності, розкрили роль суб’єктів туристичної діяльності в обслуговуванні, напрацювали методологію державної та регіональної туристичної політики, визначили економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму, виділили передумови виникнення та принципи функціонування підприємств рекреаційно-туристичного комплексу тощо. Водночас, важливим питанням розвитку туристичної діяльності в Україні на сьогодні є детальний аналіз сучасних тенденцій її розвитку, виявлення ефективних шляхів оптимізації діяльності туристичних підприємств у зв’язку з реалізацією Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 р. Це й визначає актуальність обраної теми дослідження.

Об’єкт дослідження - туристична діяльність.

Предмет дослідження – туристична діяльність України.

Мета дипломної роботи - дослідити чинники і виявити сучасний стан розвитку туристичної діяльності в Україні.

Досягнення мети дослідження обумовило потребу у розв’язанні таких завдань:

- проаналізувати сутність основоположних понять з проблеми дослідження та правові основи регулювання туристичної діяльності;

- визначити чинники розвитку туристичної діяльності в Україні;

- дослідити особливості і тенденції розвитку туристичної діяльності в Україні на сучасному етапі;

- розкрити роль туристичних операторів в організації туристичної діяльності;

- виявити проблеми і шляхи оптимізації туристичної діяльності в Україні.

В дипломній роботі були використані такі методи дослідження:

аналізу, порівняння, статистичний, картографічний, прогнозування.

Наукова новизна роботи полягає в узагальнені понять «туристична діяльність», «суб’єкти туристичної діяльності», визначені особливостей розвитку туристичної діяльності в Україні на сучасному етапі, шляхів оптимізації діяльності суб’єктів туристичної діяльності.

Результати роботи будуть корисними для використання в туристичних компаніях України. Вони можуть застосовуватися на практиці для ефективного розвитку туризму в Україні, його популяризації та виведення на гідний міжнародний рівень.

Теоретичні положення роботи і зроблені статистичні узагальнення можуть бути використані при викладанні дисциплін «Туристичне краєзнавство», «Організація туристичних подорожей», «Менеджмент в туризмі», «Туроперейтинг».

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**1.1. Поняття про туристичну діяльність в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених**

Як було зазначено вище, у нашій країні на законодавчому рівні під туристичною діяльністю прийнято розуміти діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог Закону України «Про туризм» та інших актів законодавства України [1].

Звертаючись до наукових напрацювань, можемо відмітити різноманіття підходів до трактування поняття «туристична діяльність». Так, згідно діяльнісного підходу, туристична діяльність може бути визначена як відношення, які пов’язують суб’єкт діяльності з середовищем. Відзначимо, що учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають 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, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

У вітчизняній та зарубіжній науковій думці присутній і більш широкий підхід до тлумачення поняття «туристична діяльність», який розглядає його в спектрі кількох значень. Зокрема, на думку зарубіжних і вітчизняних науковців (Г.В. Балабанов, І.І. Винниченко, Л.В. Воротіна, Н.А. Гук, Н.А. Заруцька, В.Ф. Кифяк, О.П. Корольчук, В.І. Куценко, О.О. Любіцева, П.Р. Пуцентейло, Т.Г. Сокол, Т.І. Ткаченко, Н.В. Чорненька, Л.М. Шульгіна та інші), туристична діяльність – це:

* система сукупних дій окремого індивіда або колективу людей, спрямована на задоволення потреб в пізнанні нового, зміну якості життя і відпочинку [25, c. 28];
* діяльність спеціалізованих організацій з надання та організації туристичних послуг і товарів [26, с. 79];
* заняття туризмом, відпочинком, екскурсіями, дозвіллям [11, с. 14];
* прояв соціальної політики держави, профспілок, підприємств з метою реалізації прав громадян на відпочинок, свободу пересування та інших прав під час проведення подорожей [13, с. 64];
* діяльність з надання туристичних послуг [2, с. 32].

Характерною тенденцією сучасного тлумачення дефініції «туристична діяльність» можна назвати її ускладнення і розширення, що багато в чому обумовлено реаліями практики надання туристичних послуг.

Зокрема, в доповіді «Рекомендації до статистичного обліку в сфері туризму, 2008 г.» (табл. 1.1), інших, прямо і побічно пов’язаних з туризмом (табл. 1.2).

Таблиця 1.1

**Перелік категорій типових туристських споживчих продуктів і типових для туризму видів діяльності (галузі туризму) ЮНВТО**

|  |  |
| --- | --- |
| **Продукти** | **Види діяльності** |
| 1 | 2 |
| 1. Послуги з розміщення відвідувачів | 1. Розміщення відвідувачів |
| 2. Послуги з надання харчування і напоїв | 2. Діяльність із забезпечення харчування і напоїв |
| 3. Послуги залізничного пасажирського транспорту | 3. Залізничний пасажирський транспорт |
| 4. Послуги пасажирського дорожнього транспорту | 4. Пасажирський дорожній транспорт |
| 5. Послуги водного пасажирського транспорту | 5. Водний пасажирський транспорт |
| 6. Послуги повітряного пасажирського транспорту | 6. Повітряний пасажирський транспорт |
| 7. Послуги з оренди транспортного обладнання | 7. Оренда транспортного обладнання |
| 8. Послуги туристичних агентств і інші послуги з бронювання | 8. Діяльність туристичних агентств та інших організацій, що займаються бронюванням |
| 9. Послуги в культурній галузі | 9. Діяльність, пов’язана з наданням послуг в культурній галузі |

Продовження таблиці 1.1

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | 2 |
| 10. Спортивні та рекреаційні послуги | 10. Діяльність, пов’язана з наданням спортивних і рекреаційних послуг |
| 11. Характерні для конкретної країни типові туристські товари | 11. Роздрібна торгівля характерними для конкретної країни типовими туристськими товарами |
| 12. Характерні для конкретної країни типові послуги в сфері туризму | 12. Інші типові види діяльності в туризмі, характерні для конкретної країни |

Джерело: [43]

Таблиця 1.2

**Перелік інших видів діяльності, прямо і побічно пов’язаних з туризмом**

|  |  |
| --- | --- |
| Види діяльності, прямо пов’язані з туризмом | Рекламні послуги в сфері туризму |
| Інформаційні послуги для відвідувачів |
| Державні адміністративні послуги, пов’язані з оптовою та роздрібною торгівлі, системі підприємств громадського харчування, готелях і ресторанах |
| Державні адміністративні послуги, що відносяться до справ в сфері туризму |
| Види діяльності, побічно пов’язані з туризмом | Послуги з дослідження ринку та опитування громадської думки |
| Послуги органів поліції і протипожежної служби |
| Інші послуги в галузі освіти та професійної підготовки, не включені в інші категорії |
| Допоміжні послуги в галузі освіти |

Джерело: [43]

Таким чином, в сучасній економіці помітно розширюється перелік видів діяльності, що мають відношення до туризму, до числа яких належать:

* діяльність туристських організацій (туроператорів та туристичних агентів);
* індустрія гостинності;
* громадське харчування;
* страхування;
* медичне обслуговування;
* транспорт;
* анімаційна діяльність в широкому сенсі (індустрія розваг);
* інформаційні мережі та системи.

При цьому характеристики перерахованих видів діяльності постійно трансформуються, розширюються. Оскільки дані сервісні структури здійснюють свою діяльність не автономно, а у взаємодії один з одним, це дозволяє говорити про формування області досягнення загального результату туристичної діяльності, тобто розглядати туристичну діяльність як синергійність [[35]](https://bstudy.net/678845/turizm/turizm_kaksinergiynyy_servisnoy_deyatelnosti#gads_btm) вид сервісної діяльності.

Український вчений В.Ф. Кифяк окреслює туристичну діяльність як вид економічної діяльності, пов’язаний з обслуговуванням людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання. На думку науковця, туристичні підприємства та інші суб’єкти туристичної діяльності працюють на комерційних засадах, створюючи при цьому валову додану вартість шляхом виробництва, просування та реалізації туристичних продуктів, спрямованих на задоволення потреб споживачів [14, с. 51].

М.І. Колосінська узагальнює три підходи, що характеризують туристичну діяльність як галузь, як відносини та як економічну діяльність [17, с. 22].

Згідно галузевого підходу туристична діяльність розглядається як самостійна галузь національної економіки, у межах якої створюється специфічний туристичний продукт, тобто товар або послуга для задоволення потреб осіб, які подорожують [17].

Дотримується окресленого підходу Д.І. Соловйов, відзначаючи, що «туристична діяльність – сукупність соціально-економічних відносин, які на платній основі забезпечують потреби людини у відпочинку, лікуванні, забезпеченні професійних та інших цілей шляхом використання рекреаційних та історико-культурних ресурсів» [34, с. 82].

В.Г. Герасименко теж є прихильником галузевого підходу. Науковець розглядає поняття туристичної діяльності як галузь економіки нематеріальної сфери, як суспільно-організовану економічну діяльність, спрямовану на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, які знаходяться за межами постійного місця проживання [34].

Зауважимо, що ті дослідники, які пропонують характеризувати туристичну діяльність з позицій галузевого підходу, розглядають її не як окрему галузь, а як групу пов’язаних галузей. Наприклад, М.П. Бондаренко пропонує таке трактування: «це сукупність різних напрямів економічної діяльності, взаємодія яких, прямо чи опосередковано, задовольняє потреби туристичного потоку та виступає каталізатором сучасних суспільно-економічних процесів» [4, с. 88].

І.Д. Афанасенко визначає поняття туристичної діяльності як особливий рід міжособистісної діяльності, що в умовах інтернаціоналізації життя перетворилися у форму використання вільного часу, засіб міжособистісних зв’язків у процесі політичних, економічних і культурних контактів, в один із факторів, які визначають якість життя [3, с. 28].

Датський вчений Н. Лейпер досить узагальнено визначає туристичну діяльність як просторову різнопланову діяльність, яка стосується багатьох аспектів життя та різних сфер економіки [29, с. 16].

М. Б. Біржаков, визначає в цілому туризм як діяльність з організації та здійснення (супроводу) подорожей, туристичну діяльність, що здійснюється різними підприємствами сфери туризму і суміжних галузей. Мета вибору та здійснення індивідом туристичної діяльності обумовлена метою туристичного підприємства, умовами праці, зокрема системою стимулювання й перспективами розвитку підприємства, на які орієнтується суб’єкт туристичної діяльності, плануючи перспективи своєї трудової кар’єри [10, с. 69]. Проте зазначена мета туристичної діяльності підміняється безпосереднім процесом надання туристичних послуг. Адже підприємство саме з метою отримання прибутку від надання послуг проводить певні дії, пов’язані з організацією туристичного обслуговування.

У якості господарських взаємовідносин слушним є визначення професора О.О. Любіцевої, яка визначає туристичну діяльність як виробничо-обслуговуючу діяльність з надання різноманітних туристичних послуг або діяльність з організації подорожей з туристичною метою [25, с. 38].

Узагальнене визначення туристичної діяльності надають й інші фахівці з туризму, пропонуючи розглядати її як послідовний ланцюжок дій з організації туристичних подорожей, що повторюються регулярно (щоденно) [32].

Отже, у ході аналізу поняття туристичної діяльності було виявлено, що єдиного підходу на сьогодні у науковій думці не напрацьовано. У межах роботи ми будемо відштовхуватися від галузевого підходу, з точки зору якого туристичну діяльність пропонуємо визначати як виробничо-обслуговуючу діяльність з надання різноманітних туристичних послуг або діяльність з організації подорожей з туристичною метою. У більш загальному розумінні туристична діяльність є проявом соціальної політики держави, профспілок, підприємств з метою реалізації прав громадян на відпочинок, свободу пересування тощо.

**1.2. Суб’єкти туристичної діяльності**

Згідно зі статтею 5 Закону України «Про туризм», учасники відносин, які виникають при здійсненні туристичної діяльності, поділяються на дві основні групи

1. Суб’єкти туристичної діяльності – юридичні й фізичні особи, які:

* створюють туристичний продукт;
* надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення туристів, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування);
* здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх туристичних послуг.

1. Споживачі туристичних послуг – громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність [1].

Однак, у науковому обігу можна зустріти й інші думки. Так, М.Б. Биржаков зазначає, що учасниками туристичного ринку є:

* + 1. Споживачі – туристи, що споживають туристичний продукт у вигляді поодиноких або комплексних послуг, робіт і товарів.
    2. Організатори туризму – індустрія відправки та індустрія прийому, в тому числі посередники – туроператори і турагенти. Останні достатньо чітко відносяться до категорії організаторів за суттю їх видів діяльності, а підприємства туристичної індустрії (перевізники, засоби розміщення, харчування тощо) є виконавцями предметних елементів турпродукту – різноманітних послуг, робіт, а також продавців товарів для туристі.
    3. Держава, яка очікує податкових надходжень до бюджету від туристичної діяльності.

На наше переконання, держава все ж є опосередкованим учасником ринку туристичних послуг. Тому розділяємо підхід, який закріплено на законодавчому рівні, згідно якого учасниками є споживачі та відповідно суб’єкти, які надають їм туристичні послуги.

У свою чергу, суб’єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність, є (рис. 1.1):

Суб’єкти туристичної діяльності

Туристичні оператори

Туристичні агенти

Гіди-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу

Фізичні особи, які не є суб’єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо

Перевізники

Заклади харчування

Суб’єкти, які здійснюють та забезпечують туристичну діяльність (основні суб’єкти)

Інші суб’єкти

Рис. 1.1. Суб’єкти туристичної діяльності

Джерело: складено автором

Розглянемо більш детально діяльність суб’єктів, які здійснюють і забезпечують туристичну діяльність.

Туристичні оператори (далі – 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 туроператорську діяльність [1].

За видом діяльності туристичних операторів прийнято поділяти на:

1. Операторів масового ринку (продають досить велику кількість турпакетів, у яких часто використовуються чартерні авіарейси переважно у місця призначення масового туризму).

2. Спеціалізовані оператори (спеціалізуються на визначеному продукті чи сегменті ринку). У свою чергу, вони поділяються на туристичних операторів:

* спеціального інтересу (наприклад, спортивно-пригодницький туризм, організація сафарі в Африці тощо);
* спеціального місця призначення (наприклад, Великобританія, Франція тощо);
* визначеної клієнтури (молодіжні, бізнес-тури, сімейні тури і тому подібне);
* спеціальних місць розміщення (наприклад, в будинках відпочинку, туристичних базах тощо);
* які використовують певний вид транспорту (авіаційний транспорт, теплоходи, потяги, автобуси) [6, с. 112].

За місцем діяльності туристичні оператори бувають:

1. Місцеві (внутрішні), які орієнтовані на внутрішній ринок.

2. Виїзні, які орієнтують турпакети на закордонні країни.

3. На прийомі, які базуються в місці призначення (у країні призначення) і обслуговують іноземних туристів на користь інших операторів та агентів.

Цікавим є підхід, згідно якого туроператорів поділяють на ініціативних та рецептивних.

Ініціативні туроператори – це оператори, які відправляють туристів за кордон чи в інші регіони за домовленістю з приймаючими (рецептивними) операторами чи прямо з туристичними підприємствами. Класичний ініціативний туроператор формує складні маршрутні тури, комплектуючи їх з послугами місцевих туроператорів у різних місцях відвідування (за маршрутом), забезпечує проїзд до місця початку подорожі і назад та організовує надання внутрішньомаршрутного транспорту [4].

Рецептивні туроператори – це туроператори на прийомі, тобто ті, що комплектують тури і програми обслуговування в місці прийому й обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг (готелями, підприємствами харчування, дозвільно-розважальними закладами тощо). Це чиста форма туроперейтинга, до якої відносяться туроператори на прийомі і внутрішні туроператори, що обслуговують своїх громадян також на прийомі [4, с. 20].

Формуючи туристичний пакет, туристичний оператор виступає в ролі виробника туристичного продукту. У випадку, коли туроператор продає послуги туризму кожну окремо, він виступає як оптовий дилер туристичних послуг. Це можливо в тому випадку, коли туроператор купує у виробника більше туристичного продукту, ніж це необхідно для формування туристичного пакету. Бувають також випадки, коли туроператори продають окремі послуги туризму за оптовими цінами людям, що бажають формувати свій індивідуальний пакет.

Отже, туроператор є різновидом оптової туристичної компанії, яка вирізняється великим обсягом продаж і широкою спеціалізацією

У свою чергу, туристичні агенти (далі – турагенти) – це теж юридичні особи, створені згідно із законодавством України, але також і 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.

Як бачимо, і туристичні оператори, і туристичні агенти не надають туристичних послуг, а лише здійснюють посередницькі функції між споживачами і безпосередньо виробниками послуг (готелі, заклади харчування, страхові компанії, екскурсійні бюро, транспортні компанії тощо). Відзначимо, що навіть в деяких країнах світу туристичних операторів та агентів називаються організаторами туризму.

Основними завданнями у діяльності туристичних агентств є:

* повне і широке висвітлення можливостей відпочинку та подорожей по всіх наявних турах, курортам, туристичним центрам;
* просування цієї інформації за допомогою реклами;
* організація продажу туристичного продукту відповідно до сучасних методів торгівлі, а також використовуючи специфіку й особливості туристичного ринку.

Відзначимо, що турагентства можуть мати різноманітні форми зосередження своєї діяльності:

1. Чисто туристичні агентства з продажу турів, сформованих туроператорами, на умовах комісійної винагороди.
2. Транспортно-туристичні агентства по організації транспортних турів. У даному випадку з’являються перспективи для створення спільних підприємств із транспортними організаціями. Варіантом взаємодії з перевізниками також є агентські угоди щодо реалізації квитків.
3. Турагентства (бюро реалізації) при туроператорі, що реалізують в основному власні продукти, але які продають і придбані тури.

З погляду спеціалізації туристичні агентства можуть бути:

* багатопрофільні (найбільш поширені), тобто здійснюють комплексне обслуговування будь-яких видів клієнтів, включаючи відпускників, відряджених і групи;
* спеціалізовані, найбільш розповсюдженими з який є комерційні турагентства, що спеціалізуються на організації ділових поїздок для великих компаній, включаючи конгресне обслуговування, а також агентства, що спеціалізуються на поїздках на відпочинок.

У таблиці 1.3 узагальнено основні відмінності між туроператорами та турагентами, які було виділено на основі положень Закону України «Про туризм».

Таблиця 1.3

**Основні відмінності між туроператором та турагентом**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | | Ознака | Туристичний оператор | Туристичний агент | |
| 1 | | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | | Правовий статус особи | Юридичні особи | Юридичні особи, а також фізичні особи – суб’єкти підприємницької діяльності | |
| 2 | | Види діяльності | Туроператорська та турагентська діяльність | Турагентська діяльність | |
| 3 | | Відношення до створення туристичного продукту | Самі розробляють та створюють комплекс послуг для туристів | Виступають у ролі посередників, реалізуючи сформований туроператорами туристичний продукт | |
| 4 | | Формування доходів (прибутків) | Різниця між вартістю сформованого туристичного продукту та вартістю його окремих елементів, які надаються сторонніми організаціями | Комісійні, як турагенти отримують від туроператорів за посередництво | |
| 5 | | Розмір суб’єкта | Як правило, більший, ніж турагент. Структуру можуть формувати декілька філіалів, утворюючи агентську сітку | Менші за розмірами туристичні підприємства. Складаються, як правило, з одного офісу, або можуть мати 2-3 філії | |
| 6 | | Процес просування (розподілу) туристичного продукту | Виступає оптовим продавцем | Виступає роздрібним продавцем | |
| 7 | | Приналежність туристичного продукту | Завжди має запас туристичного продукту для продажу | Замовляє певний продукт або послугу тільки тоді, коли клієнт проявляє зацікавленість у придбанні | |
| 8 | Обмеження | | - винятковий вид діяльності – тур операторська; – загальний розмір частки в статутних фондах інших операторів України не може перевищувати 20% їх статутного фонду | | може здійснювати і інші види діяльності (крім туроператорської) |
| 9 | Мінімальний розмір гарантії банку або будь-якої іншої кредитної станови | | Еквівалент – не менше 20000 євро, для туроператора, що надає послуги виключно з внутрішнього та в’їзного туризму – не менше 10000 євро | | Еквівалент – не менше 2000 євро |

Джерело: [27]

Отже, поділ на туристичних операторів та агентів відбувається за обсягами та характером діяльності, організацією виробничого процесу. Ключовою відмінністю є те, що туроператори є виробниками саме туристичного продукту, вони формують тури, розробляючи маршрути, замовляють різного роду туристичні послуги у їх безпосередніх виробників. Сформований туристичний продукт туроператори реалізовують для туристичних агентів або безпосередньо туристам (рис. 1.2).

Перевізники

Заклади розміщення

Заклади харчування

Екскурсійні бюро

Туристичний агент

Турист

Турист

Формування туристичного продукту

Реалізація туристичного продукту

Рис. 1.2. Взаємодія виробників туристичних послуг та їх споживачів

Джерело: побудовано автором

Важливою відмінністю між туроператорами та турагенствами є їхнє фінансове забезпечення. Так, у статті 15. Закону України «Про туризм» зазначається, що з метою забезпечення прав та законних інтересів громадян – споживачів туристичних послуг туроператор та турагент зобов’язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами [1].

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20000 євро. Розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в’їзного туризму, має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро [26, с. 77].

Окрім туристичних операторів та агентів, на ринку туристичних послуг представлені й інші суб’єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг. До даної категорії суб’єктів туристичної діяльності належать колективні засоби розміщення туристів; заклади харчування; транспортні компанії, які забезпечують перевезення туристів повітряним, морським, річковим, залізничним, автомобільним транспортом; заклади культури (музеї, картинні галереї, театри, кінотеатри, концертні зали); різноманітні тематичні парки тощо.

В окрему категорію суб’єктів туристичної діяльності виділяють гідів-перекладачів, екскурсоводів, спортивних інструкторів, аніматорів, провідників та інших фахівці туристичного супроводу. Як правило, це 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.

І, нарешті, фізичні особи, які не є суб’єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо. До таких осіб належать, наприклад, власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення, які мають право надавати послуги з тимчасового проживання без реєстрації їх в якості суб’єктів підприємницької діяльності.

Відштовхуючись від наведеного вище, можемо виділити такі основні три функції, які виконують суб’єкти туристичної діяльності:

1. Комплектуюча – передбачає:

* для рецептивного туроператора – комплектацію туру з окремих послуг;
* для ініціативного туроператора – комплектацію комбінованих турів з турів рецептивних;
* для турагенств – комплектацію пакетів турів із транспортними і деякими іншими видами послуг.

1. Сервісна – обслуговування туристів кожній із стадій продажу та реалізації туристичних послуг (перевезення, страхування, послуги перекладача, гіда тощо).
2. Гарантійна – надання туристам гарантій щодо заздалегідь оплачених туристичних послуг в обумовленій кількості і на обумовленому рівні [37, с. 89].

Отже, суб’єктами туристичної діяльності є підприємства, установи, організації, незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку, які надають послуги з туристичного обслуговування споживачів.

**1.3. Правові основи регулювання туристичної діяльності**

Правове регулювання туристичної діяльності в Україні має комплексний та міжгалузевий характер та покликане забезпечити правову основу для організації, безпеки та здійснення туристичної діяльності в Україні. Правове регулювання відносин у сфері туризму здійснюється з використанням джерел конституційного, цивільного, господарського, податкового, трудового, земельного, екологічного, адміністративного та кримінального права.

Основними функціями правового регулювання туристичної діяльності є регулятивна та охоронна функції. Регулятивна функція здійснюється задля впорядкування відносин у туристичній сфері, зокрема у сфері ліцензування господарської діяльності туристичних операторів, укладення та виконання договорів про надання туристичних послуг, гарантування безпеки у туристичній сфері, державної підтримки туристичної діяльності тощо. А охоронну функцію виконують норми адміністративного та кримінального права, котрі застосовуються у випадку порушення законодавства про туристичну діяльність.

Варто відзначити, що законодавство, що регулює відносини у туристичній сфері є неоднорідним. Оскільки туристична діяльність є особливим видом господарювання, можемо констатувати, що система державного регулювання туристичної діяльності здійснюється у формі:

* + - нормативно-правового регулювання діяльності суб’єктів туристичного підприємництва;
    - ведення ліцензійного реєстру суб’єктів туроператорської діяльності;
    - видачі паспорта туристичного об’єкта;
    - ведення реєстрів свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об’єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання);
    - контролю за додержанням Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності;
    - застосування уповноваженими державними органами заходів впливу.

Кожен із наведених вище пунктів:

* містить владне розпорядження організаційно-правового характеру;
* врегульовує відносини, пов’язані зі здійсненням туристичної діяльності;
* є вираженням реалізації певного засобу держaвного регулювання туристичної діяльності.

В цілому, нормативно-правова база туристичної діяльності регулюється як спеціальним, так і загальним законодавством України. Правову базу діяльності туристичної галузі країни закладено Законом України «Про туризм» [1]. Він є основним законодавчим актом, який визначає загальні правові, організаційні, виховальні і соціально-економічні основи реалізації державної політики в галузі туризму, всебічно регламентує туристичну діяльність в Україні, створює умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує оптимальний рівень державного регулювання процесу розвитку вітчизняного туризму.

До норм загального законодавства, які регулюють розвиток туристичної галузі, можемо віднести такі:

1. Конституція України, в якій закріплені основні права і свободи людини, їх гарантії.
2. Закон України «Про захист прав споживачів», який є основою державного регулювання безпеки товарів та послуг, з метою захисту людини, її майнової і природної середи.
3. Закон України «Про порядок виїзду з України та в'їзду в Україну громадян України».
4. Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті».
5. Закон України «Про підприємництво», який визначає загальні правові, економічні та соціальні засади здійснення підприємницької діяльності (підприємництва) громадянами та юридичними особами на території України.
6. Закон України «Про підприємства в Україні», який встановлює види та організаційні форми підприємств, правила їх створення, створює рівні правові умови для діяльності підприємств незалежно від форм власності та системи господарювання та інші.

Окрім вище перелічених, певною мірою відносини у туристичній сфері регулюють Цивільний, Господарський, Податковий та Земельний кодекси, Кодекс законів про працю України, закони України «Про страхування», «Про курорти», «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про природно-заповідний фонд України», «Про особисте селянське господарство», «Про захист прав споживачів» тощо.

Як зазначалося вище, базовим нормативно-правовим актом у сфері туризму є Закон України «Про туризм». Саме він визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров’я, на безпечне для життя і здоров’я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов’язані з організацією і здійсненням туризму на території України.

На базі Закону України «Про туризм» приймаються підзаконні нормативно-правові акти, які теж регулюють відносини у сфері туризму. Їх можна класифікувати за суб’єктами їх прийняття на такі групи:

* 1. Централізовані Постанови Кабінету Міністрів України;
  2. Відомчі нормативно-правові акти, до яких відносяться, зокрема: Накази Міністерства інфраструктури України, накази Державної туристичної адміністрації України, накази Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, накази Міністерства культури і туризму України, накази Державної служби України з надзвичайних ситуацій, накази Міністерства освіти і науки України тощо.

Основними підзаконними нормативно-правовими актами, що регламентують різноманітні сфери туристичної діяльності, є наступні:

1. Нормативно-правові акти, що встановлюють вимоги при здійсненні туристичної діяльності спеціальними господарюючими суб’єктами у туристичній сфері: Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності, затверджено наказом Міністерства інфраструктури України від 10 липня 2013 р. № 465; Інструкція про порядок оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання, затверджено наказом Державної туристичної адміністрації України від 6 червня 2005 р. № 50; Порядок контролю за додержанням ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності, затверджено наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державної туристичної адміністрації України від 14 листопада 2002 р. №121/ 83 [6, с. 22].

2. Нормативно-правові акти, що встановлюють вимоги щодо організації туристичних подорожей дітей та молоді: Правила проведення туристичних подорожей з учнівською та студентською молоддю України, затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 24 березня 2006 р. № 237; Порядок організації виїзду дітей за кордон на відпочинок та оздоровлення, затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 21 грудня 2005 р. №1251.

3. Нормативно-правові акти, що встановлюють вимоги у готельній сфері: Правила обов’язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджено наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 27 січня 1999 р. №37 (у редакції наказу Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 17 червня 2010 р. №238); Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджено наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р. №19; Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 р. №297.

4. Нормативно-правові акти, що встановлюють вимоги та гарантії безпеки при здійсненні туристичної діяльності: Порядок здійснення рятувальних заходів на об’єктах туристичних відвідувань, затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 27 травня 2009 р. №507.

5. Нормативно-правові акти, що визначають правові засади державної підтримки туристичної сфери та спортивної інфраструктури: Державна цільова соціальна програма розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022 роках, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 29 червня 2011 р. № 707, Указ Президента України від 11 березня 2003 року №207 «Про деякі заходи щодо розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер України», Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 червня 2003 року №390-р «Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного та внутрішнього туризму», Розпорядження Кабінету

Міністрів України від 6 серпня 2008 року «Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів».

Досить часто організація туристичних подорожей здійснюється не тільки в межах України, але й за кордоном. Для впорядкування перетину державного кордону громадянами України відповідно до статті 3 Закону України «Про порядок виїзду з України і в’їзду в Україну громадян України» Постановою Кабінету Міністрів України затверджено Правила перетинання державного кордону громадянами України від 27 січня 1995 р. № 57 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 25 серпня 2010 р. № 724) [6, с. 23].

Отже, на підставі системного аналізу чинного законодавства України, що регламентує діяльність у сфері туризму, наведено основні елементи, з яких складається туристична діяльність, та які характеризують її як особливий вид підприємництва.

**РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В**

**УКРАЇНІ**

**2.1. Чинники розвитку туристичної діяльності в Україні**

Питанню чинників розвитку туристичної діяльності в Україні присвячені дослідження В.Ф. Кифяка, М.В. Борущака, М.І. Лепкого, І.В. Смаля та інших науковців [ 2, 5, 14, 15, 21, 34]. Так, М.І. Лепкий, фактори, що впливають на стан та розвиток туристичної діяльності, класифікує відповідно до масштабу туристичного ринку [21, с. 16], виділяючи такі три групи:

* + глобальні фактори, які діють у міжнародному чи світовому масштабі;
  + національні фактори, які здійснюють свій вплив на рівні держави;
  + регіональні фактори, які впливають на стан та розвиток туристичних ресурсів в межах окремого регіону [21, с. 16].

На думку І.В. Смаля, на розвиток туристичної діяльності в Україні у цілому та в її регіонах впливають базові складові туристичного продукту, а саме: капітал, технології та кадри [33, с. 80]. Тому факторами, що суттєво впливають на туристичну діяльність на рівні держави, на переконання науковця, є (рис. 2.1):

Фактори розвитку туристичної діяльності

доходи споживачів

рівень урбанізації території

ціни на товари й послуги

ступінь механізації виробництва та споживання

демографічні

Рис. 2.1. Фактори розвитку туристичної діяльності

Джерело: [33, с. 82].

В.Ф. Кифяк наводить перелік факторів, що є утворюючими під час формування туристичного ринку, а саме:

* демографічні особливості;
* матеріальне та соціальне становище населення;
* рівень освіти громадян;
* середня тривалість відпустки в державі;
* професійна зайнятість тощо [14, с. 119].

М.В. Борущак, на нашу думку, пропонує більш детальнішу класифікацію факторів розвитку туристичної діяльності. Першочергово, дослідник виділяє фактори, що гальмують сталий розвиток туристичної діяльності в регіонах України, а саме недостатній рівень використання наявних туристичних ресурсів, низький рівень розвитку інфраструктури, недостатній рівень розвитку залізничної мережі регіонів тощо.

Разом з цим М.В. Борущак виділяє статичні й динамічні фактори [5, с. 43].

До статичних факторів дослідник відносить сукупність природно-географічних факторів. Вони мають нешвидкісне, незмінне значення. Людина пристосовує їх до туристських потреб, робить доступнішими для використання. Природно-кліматичні та географічні фактори регіону знаходять вияв у красивій, багатій природі, кліматі, рельєфі місцевості, підземних багатствах (мінеральні води, печери тощо). Культурно-історичні чинники (пам’ятники архітектури, історії) теж значною мірою дослідник відносить до статичних.

До динамічних факторів належать демографічні, соціально-економічні, матеріально-технічні та політичні фактори. Вони можуть мати різну оцінку, значення, змінне в часі й просторі [22, с. 28].

Узагальнивши підходи до визначення факторів розвитку туристичної діяльності, М.В. Глядіна виділила стримуючі та активізуючі фактори, поділивши останні на екстенсивні та інтенсивні [8, с. 55].

М.І. Лепкий пропонує виділяти фактори з точки зору сталого розвитку туризму, тобто ті з них, які характеризують саме сталий розвиток туристичної діяльності. До таких науковець відносить економічні, соціальні та екологічні фактори. Крім того, до основних груп факторів впливу на розвиток туристичної діяльності належать організаційно-економічні, соціально-економічні, природно-кліматичні, історико-культурні [22, с. 29].

Історико-культурні фактори включають наявність у туристичних регіонах релігійних, культурних, історичних пам’яток, культурних цінностей, які формують прагнення до нових вражень та подорожей тощо.

Природно-кліматичні чинники містять потужність, різноманітність природно-географічного потенціалу, сприятливість природно-кліматичних умов, стан довкілля, його екологічність тощо.

Соціально-економічні фактори включають рівень доходу, життя та освіти населення регіону, чисельність та структуру населення, наявність кваліфікованих кадрів сфери туризму тощо.

Організаційно-економічні фактори включають туристичну інфраструктуру, нормативно-правову базу, попит на туристичні послуги та його динаміку, обсяги економічних ресурсів, ємність ринку, інвестиційний клімат, податково-кредитну політику тощо.

Відзначимо, що усі перелічені вище фактори є визначальними в розвитку туризму. Як засвідчує В.Ф. Данильчук, більшість факторів впливу на розвиток туризму регіонів України мають гальмуючий ефект [36, с. 94].

Насправді, наведені вище підходи до виділення факторів розвитку туристичної діяльності не єдині. Ми дотримуємося позиції, що всі чинники, які здійснюють вплив на розвиток туристичної діяльності можна поділити на шість груп, а саме: фінансові, інноваційні, інтелектуально-кадрові, політико-правові, інфраструктурні, безпекові (рис. 2.2).

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

фінансові

інноваційні

політико-правові

інтелектуально-кадрові

безпекові

інфраструктурні

Рис. 2.2. Фактори впливу на розвиток туристичної діяльності

Джерело: [22]

До фінансових факторів, які здійснюють вплив на розвиток туристичної діяльності, належать економічні кризи та економічний стан туристичних регіонів, темпи інфляції, мінливість курсу валют, коливання цін, нестабільність умов оподаткування, фінансування туристичної сфери в регіоні тощо.

Інноваційні фактори – це рівень застосування спеціалізованого новітнього програмного забезпечення та систем бронювання.

Інтелектуально-кадрові фактори передбачають рівень підготовки фахівців, рівень ЗВО з підготовки кадрів, рівень кваліфікації персоналу, форми і методи управління персоналом, корпоративну культуру, соціальне забезпечення працівників.

Політико-правові фактори – це нестабільна політична ситуація на Сході України та у Криму, недосконалість нормативно-правової бази.

Інфраструктурні фактори теж мають велику роль. Це – стан автодоріг, розвиток та рівномірність розміщення об’єктів туристичної інфраструктури, особливо в сільських регіонах.

Безпекові фактори – природні чи техногенні катастрофи, порушення екологічних норм та стандартів, забруднення та надмірне використання туристичних територій, можлива фізична небезпека туристів. незахищеність туристів, небезпека на маршрутах [22, с. 31-33].

Отже, в результаті проведеного аналізу встановлено, що в сучасних умовах на розвиток туристичної діяльності в Україні впливає кілька груп факторів, серед яких великого значення набувають такі фактори, як наявність і рівень об’єктів туристичної інфраструктури, забезпеченість території туристичними ресурсами та масштаби їх освоєння, стан довкілля, рівень професійної компетентності кадрів.

**2.2. Особливості та тенденції розвитку туристичної діяльності в країні**

Україна, маючи вигідне географічне розташування та багатий рекреаційно-туристичний потенціал, має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму. Однак, є ряд проблем, в силу яких наша держава не може конкурувати навіть зі своїми найближчими сусідами, не говорячи вже про відомі туристичні центри світу. Тому вважаємо за доцільне зупинитися на основних особливостях та тенденціях розвитку туристичної сфери України.

Туристична діяльність держави традиційно характеризується такими показниками, як кількість суб’єктів туристичної діяльності, кількість туристів, обслугованих ними, доходи від туристичної діяльності. Ці показники туристичної діяльності знайшли відображення у звітах Державної служби статистики. Тому у даному підрозділі буде здійснено їх аналіз (таблиці 2.1-2.3).

Таблиця 2.1

**Загальна характеристика суб’єктів туристичної діяльності України**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2017 | | | 2018 | | |
| усього | Тур.  оператори | Тур.  агенти | усього | Тур.  оператори | Тур.  агенти |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| **Юридичні особи** | | | | | | |
| Кількість суб’єктів туристичної діяльності, од | 1670 | 498 | 1172 | 1772 | 529 | 1243 |

Продовження таблиці 2.1

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб | 7986 | 4638 | 3348 | 8743 | 4809 | 3934 |
| Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов’язкових платежів), тис.грн | 18469501,60 | 17917371,6 | 552130 | 21022729,60 | 20307544,1 | 715185,5 |
| **Фізичні особи-підприємці** | | | | | | |
| Кількість суб’єктів туристичної діяльності | 1630 | x | 1630 | 2322 | x | 2322 |
| Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб | 2018 | x | 2018 | 2808 | x | 2808 |
| Дохід від надання туристичних послуг(без ПДВ, акцизного податку  й аналогічних обов’язкових платежів), тис.грн | 497002,4 | x | 497002,4 | 501180 | x | 501180 |

Джерело: [41]

Як бачимо, показники кількості суб’єктів туристичної діяльності та дохід від надання туристичних послуг в Україні невпинно зростають. Серед юридичних осіб кількість суб’єктів туристичної діяльності збільшилася у період з 2017 по 2018 рр. на 5%, кількість працюючих – на 9%, а доходи – майже на 13%. Серед фізичних осіб підприємців – відповідно на 42%, 40% і 7% .

Відзначимо, що фактично всі регіони України мають можливості для розвитку туристичного бізнесу, хоча існують і певні регіональні диференціації. Як свідчать дані таблиці 2.2, найбільша кількість суб’єктів туристичної діяльності у 2018 році спостерігалася в м. Києві, Львівській, Одеській, Дніпропетровській та Харківській областях. Це зумовлено туристично-рекреаційним потенціалом даних регіонів та великою чисельністю населення обласних центрів. Найменша кількість – у Чернігівській, Житомирській, Тернопільській областях та Донецької та Луганської областей.

Таблиця 2.2

**Регіональний розподіл туристичних підприємств за 2018 р.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Назва регіону | Кількість туроператорів | Кількість турагентів | Разом |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Вінницька | 7 | 78 | 85 |
| Волинська | 3 | 63 | 66 |
| Дніпропетровська | 12 | 404 | 416 |
| Донецька | 6 | 86 | 92 |
| Житомирська | 3 | 55 | 58 |
| Закарпатська | 14 | 75 | 89 |
| Запорізька | 4 | 174 | 178 |
| Івано-Франківська | 10 | 108 | 118 |
| Київська | 6 | 202 | 208 |
| Кіровоградська | - | 50 | 50 |
| Луганська | - | 28 | 28 |
| Львівська | 58 | 233 | 291 |
| Миколаївська | 3 | 81 | 84 |
| Одеська | 17 | 232 | 249 |
| Полтавська | - | 147 | 147 |
| Рівненська | 1 | 87 | 88 |
| Сумська | 3 | 76 | 79 |
| Тернопільська | 7 | 51 | 58 |

Продовження таблиці 2.2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Харківська | 4 | 254 | 258 |
| Херсонська | 1 | 72 | 73 |
| Хмельницька | 1 | 78 | 79 |
| Черкаська | 7 | 91 | 98 |
| Чернівецька | 9 | 67 | 76 |
| Чернігівська | 1 | 57 | 58 |
| Місто Київ | 352 | 717 | 1069 |

Джерело: [41]

Відзначимо, що кількість туристів, яким надали послуги туристичні оператори агенти в Україні у 2018 р. сягнула 4557,4 тис. осіб, з яких на в’їзних (іноземних) туристів припадало 1,67% від загальної кількості туристів, обслугованих туроператорами і турагентами, на внутрішніх вітчизняних туристів припадало 10,02%, а на вітчизняних виїзних туристів – аж 88,31 % від загального числа туристів, що обслуговувались туроператорами і турагентами у цей період в Україні. Окрім того, останніми роками, після подолання початкового економічного і соціального шоку, викликаного російською збройною агресією та окупацією частини території України, кількість туристів, що обслуговувались зазначеними вітчизняними суб’єктами підприємництва в нашій державі зростала. Так, у 2018 р. вона стала рекордною, перевищивши на 31,9% рівень 2013 р., який до того був найвищим в Україні з початку нинішнього століття [41].

У таблиці 2.3 наведено кількість та вартість реалізованих туроператорами та турагентами туристичних путівок. З таблиці 2.3 видно, що у 2018 р. порівняно з 2017 р. кількість путівок зросла на 25,4%. Зберігається чітка тенденція переваги виїзного над внутрішнім (майже в три рази в обох роках), зростає вартість реалізованих населенню туристичних путівок.

Варто відзначити, що протягом 2000-х рр. відбувались вельми значні структурні зрушення у туристичній діяльності в нашій країні. Так, на початку ХХІ ст. український туристичний бізнес був зорієнтований насамперед на обслуговування потреб вітчизняних громадян у внутрішньому туризмі. Так, у 2000 р. на внутрішніх вітчизняних туристів припадало 67,1% від загального числа туристів, що обслуговувались туроператорами і турагентами в Україні, тоді як на іноземних туристів і на вітчизняних виїзних туристів, відповідно – 18,8 % і 14,2 % [41].

Таблиця 2.3

**Кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами туристичних путівок**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Кількість реалізованих туристичних путівок. од  2017 рік | Вартість реалізованих туристичних путівок, тис.грн  2017 рік | Кількість реалізованих туристичних путівок. од  2018 рік | Вартість реалізованих туристичних путівок, тис.грн  2018 рік |
| Реалізовано туристичних путівок | 1136780 | 23239231,80 | 1812640 | 44221212,40 |
| Громадянам України  для подорожі в межах України | 274573 | 1446776,20 | 231279 | 1683304,20 |
| Громадянам України для подорожі за кордон | 844901 | 21587267,30 | 1546223 | 42121327,10 |
| Іноземним громадянам | 17306 | 205188,30 | 35138 | 416581,10 |

Джерело: [41]

Однак, під впливом різних факторів ці пропорції, як і чисельність туристів в Україні по зазначених категоріях, змінювались. Зокрема, скоротились абсолютна чисельність іноземних (в’їзних) туристів, що обслуговувались, зазначеними категоріями суб’єктів туристичної діяльності в Україні, як і їх частка у загальній чисельності туристів. У 2018 р. їх чисельність становила 75,9 тис. осіб і була у 7,8 рази меншою, ніж у 2003 р., коли число іноземних туристів, що в’їхали в Україну, було найбільшим з 2000 року.

При проведені дослідження сприйняття України серед іноземних туристів, які часто подорожують, було встановлено такі найперспективніші види туризму: відвідання культурно-історичних пам’яток (56%) та сільський туризм (44%). До перспективних для України видів туризму опитані відносять також екологічний туризм, зокрема, відвідування природних заповідників (44%) та фестивальний туризм (39%). Дещо менше опитаних виділяють такі види туризму як рекреаційний – відпочинок на «морських курортах» (34%), а також «паломництво» (23%). Близько 37% опитаним було важко оцінити наведені види туризму щодо перспектив їх розвитку в Україні.

Варто відмітити, що протягом 2000-х рр. відбулись радикальні зміни і в туристичних уподобаннях населення України. Так, якщо у 2000 р. на 10 виїзних українських туристів, що обслуговувалися туроператорами і турагентами, припадало 47 вітчизняних внутрішніх туристів, у 2001 р. відповідно – 55 внутрішніх туристів, то нині ситуація змінилась на протилежну. У 2017 р. кількість виїзних українських туристів, що обслуговувалися українськими туроператорами і турагентами, у 4,8 рази перевищувала кількість обслуговуваних цими суб’єктами підприємництва вітчизняних внутрішніх туристів в Україні, а у 2018 р. цей показник зріс до 8,8 рази відповідно [41].

Загалом, число українських туристів, що протягом 2000-2018 рр. подорожували за кордон завдяки послугам суб’єктів підприємництва туристичного профілю поступово зростала, а число аналогічних внутрішніх туристів скорочувалось. Остаточні кардинальні зміни в пропорціях числа означених категорій туристів відбулись у 2010 р., коли кількість українських туристів, що подорожували за кордон, користуючись послугами вітчизняних туроператорів і турагентів удвічі перевищила кількість аналогічних внутрішніх туристів у межах України [29, с. 88].

Аналіз динаміки потоків внутрішнього та виїзного туризму в Україні протягом 2000-2018 рр. дає підстави для певних висновків як щодо причин, згаданих вище змін, так і стосовно нинішнього стану та деяких проблем розвитку туристичного бізнесу в Україні. Насамперед, стало очевидним, що останнім часом громадяни України віддають перевагу закордонним подорожам порівняно з внутрішнім туризмом. Принаймні, це стосується купівлі послуг спеціалізованих туристичних суб’єктів підприємництва. І тому, коли організаційні умови для подорожей українців за кордон значно спростились, то масштаби розвитку виїзного (закордонного) туризму в Україні усе більше почали залежати від рівня доходів населення. Саме тому, наприклад, число виїзних українських туристів, що обслуговувались вітчизняними туроператорами і турагентами, у 2009 р. було на 28,7 % менше, ніж у 2008 р., а у 2014 р. – на 17,2 % менше, ніж у 2013 р., і у 2015 р. – на 21 % менше, ніж у 2014 р. Хоча, треба наголосити, що навіть зазначені спади масштабів виїзного туризму не змінили загальної динаміки його зростання, що сформувалась протягом 2000 р. [29, с. 89].

Більше того, у 2018 р. у виїзному туризмі українців відбулись суттєві якісні зміни: за кордон значно більше, ніж раніше, почало подорожувати населення регіонів, а не лише столиці та великих міст України. Так, у 2018 р. чисельність виїзних українських туристів, що обслуговувалися туроператорами і турагентами в Україні зросла порівняно з 2017 р. на 75,8 % [44].

Не можна не згадати й про розвиток протягом 2000-х років в Україні в’їзного туризму. Дані Державної служби статистики свідчать, що протягом 2000-х років кількість в’їзних туристів, обслугованих туристичними операторами і туристичними агентами в Україні, загалом скорочувалась. Так, у 2018 р. вона була у 7,8 раз меншою, ніж у 2003 р., коли кількість в’їзних (іноземних) туристів, обслугованих туроператорами і турагентами в Україні була найбільшою за весь період 2000-х років [39, с. 10].

Слід також наголосити, що не всі іноземні туристи, які прибувають в Україну вдаються до послуг туроператорів і турагентів. Тому такі туристи не фіксуються у звітності зазначених суб’єктів підприємництва й не відображаються відповідними даними Держстату України [12, с. 144].

За даними Держстату України вартість українського експорту послуг, пов’язаних з подорожами, складала у 2018 р. 299 млн. доларів США, а у платіжному балансі України за 2018 р., представленому Національним банком, експорт послуг за статтею «Подорожі» становив 1146 млн. доларів. Щодо імпорту, то за 2018 р. Держстат України наводить дані щодо імпорту послуг пов’язаних з подорожами в обсязі 990 млн. доларів, а НБУ – 7899 млн. доларів. У результаті різниця між цими показниками складала 6909 млн. доларів. В обох випадках сальдо було від’ємним. У 2018 р., за даними НБУ, це від’ємне сальдо в платіжному балансі України сягнуло майже 6,5 млрд. доларів. США [41].

Щодо тенденцій розвитку туристичної діяльності в Україні, то можемо виділити такі:

1. Збільшення замовлень в останню хвилину (last minute booking).

2. Зростання кількості запитів на незвичайні тури та пошук вражень.

3. Популярність екологічних турів.

4. Local experience – знайомство з місцевим побутом, культурою, історією, інтеграція з місцевими жителями.

5. Онлайн бронювання, Spare Fare технології тощо.

У цілому, тенденції в нашій країні відповідають світовим. У людей з’являється все більше можливостей подорожувати, трансформуються мотиви і критерії подорожей (екологічність, волонтерство, пошук незвичайного досвіду і вражень), з'являється все більше цікавих travel-платформ, а організація поїздок переходить в онлайн. Одне залишається незмінним – любов до подорожей і прагнення до дослідження різних куточків планети.

Отже, на основі проведеного аналізу статистичних даних можна сформулювати такі висновки:

1. Кількість суб’єктів туристичної діяльності в останні роки значно зросла. Зокрема, у 2018 році зросла на 5% у порівняно з 2017 роком.

2. Кількість зайнятих в туристичній діяльності збільшилась на 9%.

3. Дохід від надання туристичних послуг зріс на 13%.

4. Кількість туристів, обслуговуваних суб’єктами туристичної діяльності зросла на 75,8% в порівнянні з 2017 роком.

**2.3. Порівняльний аналіз діяльності туроператорів**

Діяльність туроператоів розглянемо за показниками кількості виїзних туристів за 2017-2018 роки (табл. 2.4.). Як бачимо, безумовним лідером в Україні з виїзного туризму є компанія «Joіn UP!», яка випереджає найближчого конкурента майже вдвічі.

Таблиця 2.4

**Топ-20 туроператорів виїзного туризму за рейтингом порталу «Турпрофі»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Туроператори** | **Кількість туристів у 2017 році, осіб** | **Кількість туристів, у 2018 році, осіб** |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. Joіn UP! | 700 тисячі | 902 тисяч |
| 2. Anex Tour | Не надав даних | Не надав даних |
| 3. TPG | [370 тисяч](http://www.turprofi.com.ua/novosti/ot-kompanij/2171-u-tpg-370-tysyach-turistov) | 500 тисяч |
| 4. TEZ Tour | Не надав даних | Не надав даних |
| 5 . Coral Travel | Не надав даних | 257 тисяч |
| 6. TUІ Ukraіne | 292 тисячі | Не надав даних |
| 7. Pegas Tourіstіk | Не надав даних | Не надав даних |
| 8. Аккорд-тур | Не надав даних | Не надав даних |
| 9. Компас | 41 тисяча 551 | 105 тисяч 435 |
| 10. Альф | Не оприлюднили | Не надав даних |
| 11. Mouzenіdіs Travel | 32 тисячі | 35 тисяч |
| 12. Зевс Тревел | 14 тисяч 316 | 20 тисяч 14 |
| 13. Орбіта | Не надав даних | Не надав даних |
| 14.Туристичний Клуб | Не надав даних | Не надав даних |
| 15. Феєрія | 13 тисяч | Більше 10 тисяч |
| 16. Ukraіnіan Global Company ( UGC ) | Не надав даних | 5 тисяч 232 |
| 17. Любосвіт | Не надав даних | Не надав даних |
| 18. Adrіa Hіt | 3 тисячі | Понад 3 тисячі |
| 19. Аристея | 2 тисячі 213 | 2 тисячі 985 |
| 20. Дрім Тревел | Одна тисяча | 1 тисячу 947 |

Джерело: [45]

Слід відмітити також загальні тенденції зростання кількості туристів у операторів масових напрямків (Tez tour, Anex Tour, Компас) та деяке зниження кількості на екскурсійному напрямів (Феєрія). Розглянемо більше детально напрями діяльності туроператорів з даного рейтингу:

1. Joіn UP! – масовий туроператор, який належить до лідерів за багатьма напрямками діяльності.

2. Аккорд-тур – безумовний лідер за обсягами в сегменті автобусних екскурсій.

3. Компас – нова торгова марка GTO Travel Company, який багато років спеціалізувався на екзотиці, але вже два роки, як зайшов в масовий сегмент і успішно на ньому оперує.

4. Альф є одним із лідерів по Адріатиці, Болгарії та Шрі-Ланці, перейшов в масовий сегмент, намагаючись при цьому не втрачати якості.

5. Mouzenіdіs Travel – традиційний і самий сильний туроператор по Греції , який вже кілька років відправляє туристів на відпочинок і в Грузію, і на Кіпр.

6. Зевс Тревел – сильний туроператор по Кіпру.

7. Орбіта – туроператор по Чорногорії, Хорватії, Албанії та Болгарії, а також гірськолижним турам.

8. Туристичний Клуб – туроператор по екзотиці, спеціалізується на карибському регіоні, а також Мальдівах, Сейшелах і інших напрямках, які можуть собі дозволити VІP–клієнти.

9. Феєрія – туроператор-першовідкривач багатьох напрямків. В минулому році відмовився від масового туризму, знову робить ексклюзив.

10. Ukraіnіan Global Company (UGC ) – туроператор по Кіпру, який оголосив про свій виході на ринок 23 травня 2017 року – заснував компанію відомий експерт по напрямку, виходець з TPG Олександр Туник.

11. Любосвіт – туроператор по Адріатиці.

12. Adrіa Hіt – туроператор по Адріатиці – Чорногорія, Хорватія, Словенія.

13. Аристея – туроператор з одинадцятирічним стажем по Шрі-Ланці, Еміратам, Індії та інших екзотичних напрямках, в тому числі Оман, Катар, Мальдіви і Кариби. Також робить Грузію.

14. Дрім Тревел – туроператор по Греції.

Перші місця у рейтингу займають турецько-єгипетські туроператори оскільки їх напрямки є найпопулярнішими та займають, за різними оцінками, від 80 до 90% туристичних відправлень в Україні. Перші 10-15 компаній з цього списку зараз фактично визначають розвиток виїзного туризму.

У 2018 р. в Єгипті відпочили близько [500 тис. українців](http://www.turprofi.com.ua/novosti/2150-egipetskie-elektronnye-vizy-turistov-ne-kasayutsya), а в Туреччині – [майже 1,3 млн](http://www.turprofi.com.ua/novosti/2156-ukraintsy-v-turtsii-na-sedmom-meste). І основну частину цих туристів відправила на відпочинок перша десятка туроператорів з рейтингу порталу «Турпрофі»

Рейтинг не остаточний, оскільки залишається ще багато туроператорів, які вважають дану статистику комерційною таємницею.

На ринку в᾽їзного туризму провідні позиції займають турператори «Кандагар» (Київ), «ТурЕтно» (Київ), «Міст-Тур» (Львів) та ін. [42].

Перспективність в’їзного туризму пояснюється тим, що:

* + спав негативний інформаційний фон навколо нашої країни;
  + лікування на курортах України набагато дешевше, ніж в Білорусі, Польщі, Чехії.
  + транспортна доступність має велике значення для туристів із сусідніх держав;
  + у нас є велика і цікава екскурсійна програма;
  + шопінг в Україні – один з найдешевших на сьогоднішній день.

Можливе зростання внутрішнього туризму обумовлене тим, що останні кілька років подорожі всередині країни стали дуже популярними. При цьому велику частку зайняв екскурсійний внутрішній туризм [45].

Специфіка українського внутрішнього туризму у тому, що більшість туристів купують туристичний продукт безпосередньо: проживання в готелях – на місці, квитки на потяги та автобуси – на вокзалах або онлайн, екскурсії – по ходу справи. До туроператорів вони звертаються рідко, до агентів – ще рідше. Проте туроператори, що працюють на сегменті внутрішнього туризму, залишаються. І це дійсно серйозні гравці. Однак мережі з ними працюють мало. В основному тому, що їм не завжди можуть запропонувати вигідні умови співпраці – готелі рідко йдуть туристичним компаніям назустріч і навіть іноді намагаються конкурувати з ними, пропонуючи туристам знижку через свої сайти. Туроператорам доводиться докладати багато зусиль аби завоювати прихильність таких споживачів туристичних послуг.

Безумовно, зараз час онлайн-продажів. Практично у кожного готелю є свій сайт, у багатьох стоять системи онлайн-бронювання. Які ж переваги бронювання безпосередньо в готелі і через туристичну компанію? Безпосередньо у готелях і санаторіях зазвичай бронюються туристи, які регулярно відвідують саме ці заклади в регіоні, добре знайомі з інфраструктурою і знають, які послуги отримають за свої гроші. А бронювання в туристичних компаніях зручно тим, що можна зателефонувати і сказати що ви хочете кудись поїхати і відпочити і менеджер, який прекрасно знає всі особливості та нюанси, запропонує варіанти, розповість про всі курорти. Після вибору курорту розповість про готелі, харчування, трансфери і як дістатися. І плюс до цього всі сам забронює.

Отже, в результаті порівняльного аналізу діяльності суб’єктів туристичної діяльності зроблено висновок, що протягом 2017-2018 року значна кількість туристичних операторів пожвавили свою роботу., особливо у сегменті виїзного туризму. Про це свідчать дані щодо реалізованих путівок. Так у 2018 порівняно з 2017 роком їх кількість зросла на 25,4%. Безумовним лідером в Україні з виїзного туризму є компанія «Joіn UP!».

# РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

* 1. **Актуальні проблеми розвитку туристичної діяльності України**

Як було зазначено у попередньому розділі, сьогодні туристична діяльність в Україні як складова економічного комплексу виконує ряд важливих функцій, а саме:

* створює туристичні послуги, формує турпродукт і здійснює його реалізацію, активно використовуючи маркетингові комунікації;
* має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам; формує ринок туристичних послуг;
* працює як мультиплікатором росту національного доходу, ВВП, зайнятості населення;
* сприяє розвитку внутрішньої інфраструктури та підвищенню рівня життя населення;
* забезпечує високий рівень ефективності та швидку окупність інвестицій; є досить ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини країни;
* функціонує у взаємозв’язку практично з усіма галузями і видами діяльності людей;
* має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі.

Однак, наша держава не в змозі конкурувати з провідними світовими гравцями цього ринку, оскільки має ряд проблем. Мова йде про недостатній попит, фінансові обмеження та нестачу кваліфікованої робочої сили [20, с. 31].

Н.Л. Зікій вважає, що недостатній попит продукують споживачі туристичних послуг, які виступають своєрідними індикаторами для створення та диференціації пропозиції туристичної продукції, адже саме вони обирають тури за своїм смаком, місця проживання та харчування, заклади відпочинку. Порівняльний аналіз таких середніх показників, як заробітної плати громадянина України, прожиткового мінімуму, вартості закордонного і вітчизняного відпочинку за період 2018 р. виявив, що середньомісячна заробітна плата складала 8 867 грн., середньомісячний прожитковий мінімум – 1 841 грн [20, с. 32].

Фінансові обмеження пояснюються нестабільністю у банківській сфері, яка блокує безперешкодну діяльність будь-якого підприємства і ставить під загрозу його функціонування. Часте банкрутство банків призводить до того, що туристичні підприємства вимушені робити нові банківські гарантії, що, в свою чергу, вимагає затрат часу та коштів. Відомо, що в період з 2014 по 2017 р. закрилось близько 90 банків [20, с. 34].

Нестача робочої сили проявляється в тому, що знайти кваліфіковані кадри з досвідом роботи стає все складнішим для туристичних компаній. До цього часу фахівців туристичної сфери готують на географічних факультетах, що, на наше переконання, є помилковим. Куди більш важливими є знання економіки, основ підприємництва, менеджменту. Окрім того, спостерігається плинність кадрів. Ті, хто мають відношення до туристичної сфери, часто виїжджають за кордон, де мають змогу отримувати значно вищу заробітну платню за свою роботу.

В.М. Зайцева та Т.С. Кукліна стверджують, що усе це призвело до формування ряду економічних, технологічних, соціально-політичних та інших проблем в туристичній діяльності, від результатів розв’язання (чи нерозв’язання) яких залежатиме подальший розвиток туристично-рекреаційної галузі в Україні [19, с. 133].

Дослідження О.А. Грішнової стосовно туристичної діяльності і Платіжного балансу України вказує, що саме по собі зростання обсягів виїзного туризму в Україні не може призвести до формування значного й до того ж усталеного негативного сальдо платіжного балансу України (рис. 3.1).

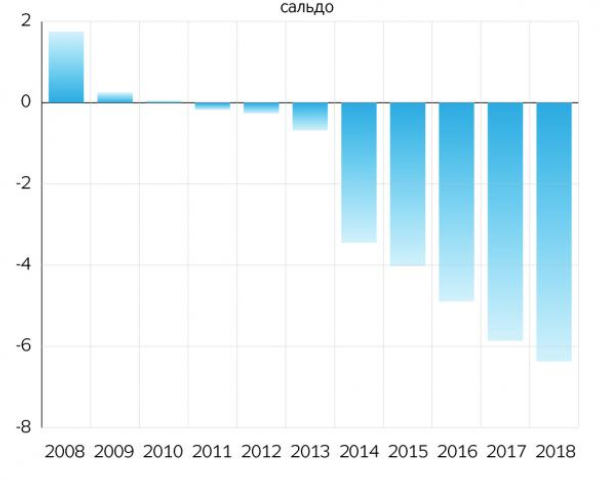


Рис. 3.1. Динаміка зовнішньоекономічного сальдо туристичних послуг України, млрд дол.

Джерело: побудовано автором на основі даних Державної служби статистики України [41]

Однак, зауважимо, що потенційно зростання обсягів виїзного туризму може діяти негативно разом з рядом інших чинників на платіжний баланс України з усіма негативними економічними й соціальними наслідками, що з цього випливають, – аж до дестабілізації української економіки в цілому. Тому значне зменшення негативного сальдо експортно-імпортних операцій за статтею «подорожі» у платіжному балансі України є надзвичайно актуальною соціально-економічною проблемою, що потребує свого якнайшвидшого розв’язання. Навіть для зменшення (не те що для ліквідації) негативного сальдо експортно-імпортних операцій за статтею «подорожі» потрібно дуже сильно змінити співвідношення обсягів виїзного (вітчизняного) та в’їзного (іноземного) туризму в Україні.

Відсутність повноцінного самостійного органу з розвитку туризму та постійні структурні реорганізації й зміни відомчої підпорядкованості призводить до низки проблем у розвитку туристичної діяльності, також це завдає не зручностей суб’єктам туристичної діяльності. Зокрема, питаннями туризму в Україні займалося Управління туризму і курортів України у складі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Загалом за останні 15 років інститут державного управління туристичною галуззю змінювався 6 разів. На даний момент структура державного регулювання і управління туризмом – переходить від Міністерства економічного розвитку, торгівлі і сільського господарства до Міністерства культури, молоді та спорту. Основним завдання Міністерства культури, молоді та спорту по відношенню до туризму є розвиток місць тяжіння, промоція внутрішнього і зовнішнього туризму. На нашу думку цього не достатньо для повноцінного економічного та технологічного розвитку туристичної діяльності України.

Із за постійної реорганізації й зміни відомчої підпорядкованості суб’єкти туристичної діяльності відчувають низку проблем:

* постійна зміна до вимог стандартів якості обслуговування;
* недостатнє фінансування туристичної діяльності з боку держави;
* розробка низку державних, регіональних та місцевих програм розвитку туризму, які не дають позитивного ефекту;
* недостатня кваліфікація відповідальних осіб у структурі державного регулювання.

Аналіз Державних цільових програм розвитку туризму в регіонах засвідчив, що вони не передбачають розгляду їх складових як окремих проектів. На підставі аналізу завдань ряду регіональних програм розвитку туризму можна сказати, що вони задекларовані без профілювання їх місії та лише відображають існуючі потреби туристичної галузі. Це свідчить про те, що досить складно здійснити структурування такої програми та описати взаємозв’язки між її проектами та підпрограмами [24, с. 18].

Не сприяє діяльності туристичних підприємств і світова тенденція зростання кількості неорганізованих туристів. З розвитком технологій та відкриттям різноманітних сервісів для туристів подорожувати стає значно простіше. З’являється можливість здешевити свій відпочинок за рахунок того, що не потрібно сплачувати за послуги туристичних операторів та агентств.

Складність у діяльності туристичних підприємств виникає також у частині просування своїх послуг на ринку. Відзначимо, що в Україні конкуренція серед туристичних агентств та операторів досить велика. Подорожуючі віддають перевагу іменитим брендам. Тому поодиноким турагентствам досить важко з ними конкурувати. Доводиться демпінгувати, робити знижки, вкладати значні кошти у різні джерела реклами.

Сьогодні є справжнім викликом для туристичних агентств та операторів необхідність встановлення реєстраторів розрахункових операцій до 1 жовтня 2020 року.

Отже, в результаті проведеного дослідження виявлено, що основними проблемами туристичної діяльності в Україні є: фінансові обмеження; формування ряду економічних, технологічних, соціально-політичних та інших проблем в туристичній діяльності, від результатів розв’язання (чи нерозв’язання) яких залежатиме подальший розвиток туристично-рекреаційної галузі в Україні. Українські туроператори прагнуть заробляти саме на виїзному туризмі українців за кордон, а внутрішній туризм розвивається замалими темпами. Функції держави щодо регулювання туристичної діяльності теж сьогодні виконуються далеко не в повній мірі.

* 1. **Перспективи розвитку туристичної діяльності**

Загострення кризових явищ у туристичній сфері свідчить про необхідність першочергово удосконалення державної політики, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб’єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку досліджуваної сфери.

Безумовно, розв’язання системних проблем у туристичній сфері вимагає стратегічно орієнтованої державної політики, основним завданням якої має стати визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

З цією метою у 2017 р. Урядом України було прийнято Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Закономірно, що саме у 2017 році, який був визнаний генеральною Асамблеєю ООН Міжнародним роком сталого туризму.

Метою реалізації Стратегії стало формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [46].

Основними напрямами реалізації прийнятої стратегії є:

* + - забезпечення безпеки туристів;
    - удосконалення нормативно-правової бази у сфері туризму;
    - розвиток туристичної інфраструктури, розвиток людських ресурсів (професійна підготовка фахівців, затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців, забезпечення наукових досліджень та запровадження інноваційних розробок в туристичній галузі);
    - маркетингова політика розвитку туризму (формування позитивного іміджу України, презентації туристичного потенціалу як в межах країни, так і за кордоном, створення туристичного інтернет-порталу із представленням інформації про туристичні можливості України та ін.) [46].

Механізми реалізації програм туристичної галузі відповідно до напрямів стратегії розвитку туризму в Україні згруповано на рис. 3.1.

Передбачається, що реалізація напрацьованих та узагальнених у Стратегії заходів дозволить досягти таких показників:

* + збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. гривень у 2026 році;
  + збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 році;
  + забезпечення діяльності інституту саморегулівних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій);
  + функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об’єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду;
  + впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка;
  + заснування десяти туристичних представництв за кордоном;
  + лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України [46].

Відтак, реалізація Стратегії дасть змогу:

* + підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;
  + підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;
  + створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;
  + створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі [46].

**Механізми реалізації програм туристичної галузі України**

Механізм легкості

переміщення

***Інструменти реалізації механізму***

***Напрями реалізації стратегії***

*Безпека туристів*

Механізм добровільної акредитації

Механізм рекламування туристичних принад

Механізм розбудови транспортно-туристичної інфраструктури

Механізм розбудови «сталого» туризму

Механізм управління якістю туристичних послуг персоналом

Удосконалення Індексу доступності туристичної візи ЮНВТО, що відображає простоту переміщення туристів

Спрощення акредитації суб‘єктам надання туристичних послуг в Україні через надання спеціальної брендованої відзнаки

Координація розбудови та модернізації транспортної та туристично-курортної інфраструктури за єдиними програмами

Використання електронних (цифрових) інформаційних технологій для реклами туристичних об’єктів в Україні та за кордоном

Координація програм (планів) розвитку сільського, зеленого та екологічного туризму з програмами розвитку сільської місцевості та стимулювання зайнятості на селі

Удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів та розбудова ринку праці й підприємницької активності у сфері туризму

*Нормативно-правова база сфери туризму та курортів*

*Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України*

*Розвиток туристичної інфраструктури*

*Підтримка екосистеми курортів та етноспадщини України*

*Розвиток людських ресурсів*

Рис. 3.1. Механізми реалізації програм туристичної галузі відповідно до напрямів стратегії розвитку туризму в Україні

Джерело: [46]

У таблиці 3.1 наведено очікувані результати реалізації Стратегії.

Таблиця 3.1

**Контрольні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Показники | Роки | | | |
| 2015 | 2019 | 2022 | 2026 |
| 1 | Кількість іноземних туристів, які в’їжджають до України, млн. осіб | 12,9 | збільшення у 1,5 рази | збільшення у 2 рази | збільшення у 2,5 рази |
| 2 | Кількість суб’єктів туристичної діяльності, тис. одиниць | 6,8 | збільшення у 1,5 рази | збільшення у 3 рази | збільшення у 5 разів |
| 3 | Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень | 37,1 | збільшення у 2 рази | збільшення у 5 разів | збільшення у 10 разів |
| 4 | Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб’єктів туристичної діяльності, млрд. гривень | 1,71 | збільшення у 2 рази | збільшення у 5 разів | збільшення у 10 разів |
| 5 | Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб | 88 | збільшення у 1,5 рази | збільшення у 3 рази | збільшення у 5 разів |
| 6 | Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб | 357 | збільшення у 2 рази | збільшення у 3 рази | збільшення у 5 разів |
| 7 | Кількість екскурсантів, тис. осіб | 125,5 | збільшення у 1,5 рази | збільшення у 2 рази | збільшення у 2,5 рази |

Джерело: [46]

Прийнята Стратегія неодмінно є позитивним сигналом, однак не позбавлена і певних недоліків, зокрема:

* + досить розмитим здається пункт «альтернативний механізм ефективного регулювання діяльності туроператорів та інших суб’єктів туристичного ринку», оскільки які саме пропонуються альтернативи – поки що незрозуміло;
  + порівняно с текстом 2008 р. зник пункт «розширення переліку видів обов’язкового страхування шляхом введення страхування цивільної відповідальності туристичних операторів», який так потрібен на хвилі скандальних припинень діяльності деяких туроператорів («Ньюз Тревел», «Ідриска-Тур», «Оазіс Тревеле», тощо);
  + пункт «забезпечення комплексного розвитку територій шляхом збору інформації та проведення аналізу стану використання природних туристичних і курортних ресурсів, удосконалення системи показників розрахунку обсягів туристичної та курортної діяльності» доволі неконкретний, тому що немає інструментів для такого аналізу, а тим більше показники обсягів туристичної та курортної діяльності;
  + ринок послуг розміщення у сфері сільського (зеленого) туризму не врегульований, що провокує зловживання на ринку як контролюючих органів влади, так і суб’єктів туристичної діяльності, варто б у Стратегії задекларувати увагу і до цієї проблеми.

За результатами дослідження "Tourism 2020 Vision", яке було представлено на конференції ЮНВТО в Лісабоні, було проголошено п'ять перспективних туристичних напрямків XXI століття [43] :

* + Пригодницький туризм.
  + Круїзи.
  + Екологічний туризм.
  + Культурно-пізнавальний туризм.
  + Тематичний туризм.

Розвиток туристичної діяльності в Україні впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, і є одним із найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії, можна виокремити перспективи, які очікують суб’єктів туристичної діяльності в майбутньому:

* створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни;
* підвищення ефективності роботи підприємств сфери туризму;
* вирішення питання оптимізації взаємодії туризму і культури як на рівні центральних органів влади, так і на місцях.

На думку ЮНВТО, подальший розвиток демократії, політична стабільність, визначення пріоритетних напрямків економічного розвитку, майбутній вступ України до НАТО та ЄС - все це забезпечить створення високоприбуткової туристичної галузі, яка задовольнить потреби внутрішнього та міжнародного туризму, з урахуванням природно-кліматичного, рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу України, її національних особливостей. [43]

Отже, в результаті дослідження зроблено висновок що стратегія розвитку туризму та курортів – все ж індикатор важливих змін на найвищих щаблях української влади. Відомо, що попередня стратегія 2008 р. була швидше декларацією, ніж програмним документом. Нова стратегія не «роздута», містить перелік реалістичних заходів. Відрадно, що присутні конкретні економічні індикатори, що є вимогою часу. Якщо задекларовано, що туризм покликаний вплинути на структурну модернізацію економіки України, то пора серйозно переглядати підхід до розробки всіх загальнонаціональних регуляторних (і не тільки) документів сфери туризму і курортів.

**3.3. Шляхи оптимізації діяльності суб’єктів туристичної діяльності.**

Розглянемо шляхи оптимізації туристичної діяльності на прикладі діючого туристичного підприємства – ТОВ «АРКТУР» (м. Київ). Компанія «Арктур» була заснована в квітні 1994 р. як частина міжнародної компанії ASLA Travel Group з головним офісом у Великобританії і представницькими офісами в Латвії (Рига), з метою надання послуг для перебуваючих в Україні індивідуальних і групових туристів [47].

Фірма регулярно бере участь у міжнародних туристичних виставках, що дозволяє їй спілкуватися і обмінюватися досвідом з колегами з різних країн, а також бути в курсі останніх новин туризму WTM у Лондоні / Великобританія, ІTB в Берліні / Німеччина, ФНПР в Мадриді / Іспанія, MATKA в Хельсинки / Фінляндія, EMІTT в Стамбулі / Туреччина, БІТ в Мілані / Італія, MІTT в Москві / Росія, MІCE в Москві / Росія, COTTM в Пекіні / Китай, ІMEX у Франкфурті-на-Майні / Німеччина, UІTT в Києві / Україна і т.д.

Компанія «Арктур» так само є представницькою компанією для понад 50-ти готелів України у глобальній системі Дистрибуції (Amadeus, Galіleo, Sabre, Worldspan) та Інтернет системи резервування.

Компанія пропонує широкий спектр послуг для індивідуальних туристів і тур операторів / тур агентів, які хочуть організувати індивідуальне або групове туристичне обслуговування по Україні. Для корпоративних клієнтів компанія пропонує повний пакет кваліфікованих послуг з організації бізнес поїздок в Україну або організації будь-якого корпоративного заходу. Широкий спектр туристичних пропозицій, гнучка система знижок, індивідуальний підхід до навчання і підготовки співробітників, а також тісні зв’язки з провідними туроператорами ряду зарубіжних країн та низкою готелів дозволяють фірмі повністю відповідати рівню сучасних вимог.

Найбільш популярними у внутрішньому туризмі є групові тури на період 5-8 днів. Такими турами, що пропонуються туристичною компанією, є Львів – Ужгород (замки західної України), Чернігів (Ніжин, Козелець, Качанівка, Тростянець, Сокиринці), Полтава (Диканька, Великі сорочинці, Миргород), , Одеса – Бєлгород-Дністровський – Вилково (українська Венеція) та ін. За кількістю подорожуючих в туристичній компанії «АРКТУР» на такі тури припадає 80% проданих турів.

Також є попит на тури вихідного дня та тури, приурочені до державних свят, наприклад, «Святкування Дня Незалежності у столиці», «Містичний Київ», «Зимовий вікенд у Буковелі», «Джаз Фест у місті Львів», а також «Софійський дендропарк», «Вікенд у Львові» та ін. Серед в’їзних туристів 96% від попиту припадає на індивідуальні тури, що включають комплекс послуг (розміщення, трансфер, оглядова екскурсія). Основна мета таких турів – бізнес (виставки та ярмарки, переговори). І лише кілька відсотків іноземців бажали організовано провести в Україні близько 7-8 ночей, та оглянути Київ, Одесу, Львів та інші міста України [47].

Проаналізувавши наявну структуру попиту у ТОВ «АРКТУР», пропонується підсилити другий за часткою сегмент тривалих турів по Україні за рахунок нової пропозиції. Для підвищення попиту на власний турпродукт в ТОВ «АРКТУР» постійно впроваджуються нові тури. Споживачів серед іншого приваблюють недорогі і нетривалі за часом туристичні програми. Тому в компанії розроблено тур по Прикарпаттю. Маршрут подорожі пропонується наступний: Львів-Галич-Івано-Франківськ-Манява-Яремче-Ворохта-Верховина-Косів-Коломия-Рогатин-Львів. Карту маршруту подорожі наведено нижче.

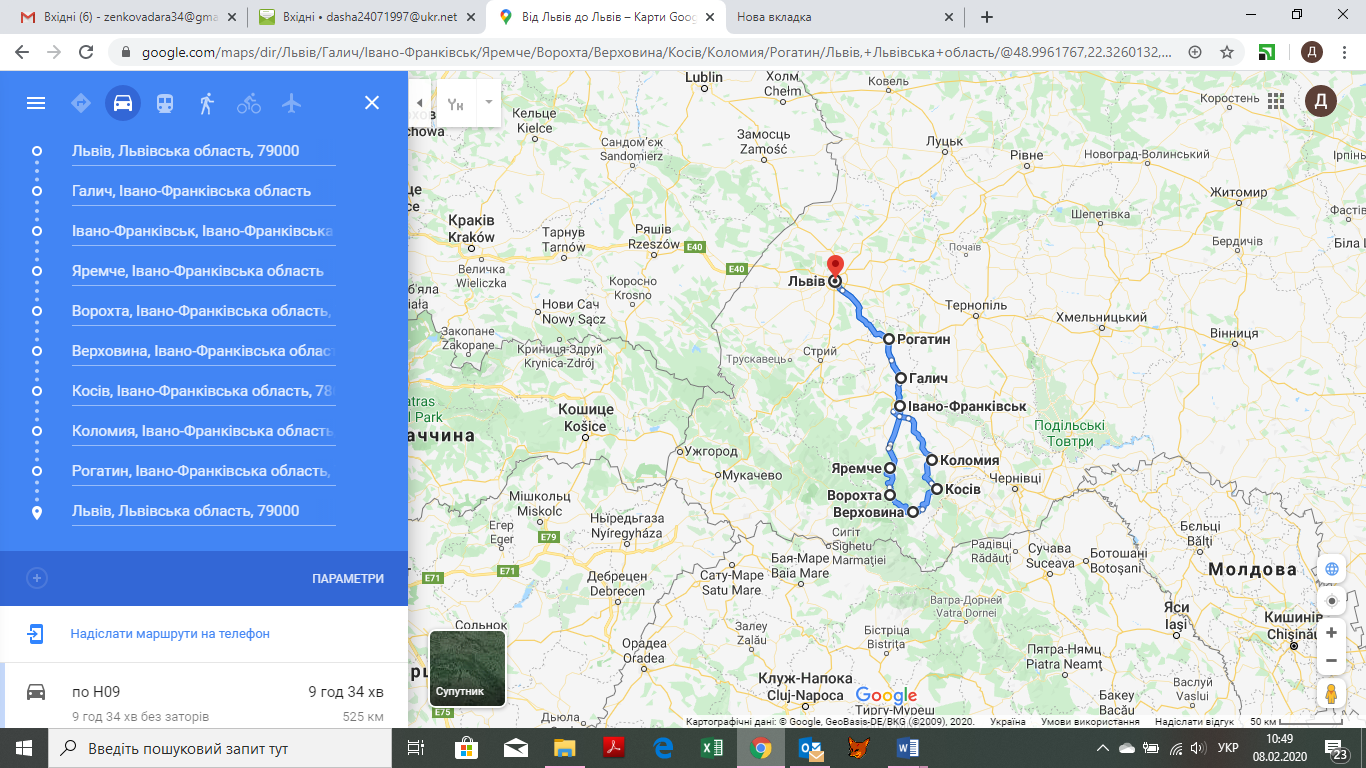


Рис. 3.2. Карта маршруту

**ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА**

**туристичної подорожі «Пам᾽ятки Прикарпаття»**

**за маршрутом Львів-Галич-Івано-Франківськ-Манява-Яремче-Ворохта-Верховина-Косів-Коломия-Рогатин-Львів на 2020 рік**

Таблиця 3.2

**Основні показники маршруту**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Вид маршруту………………………………………... | Автобусний |
| 2 | Категорія складності………………………………… |  |
| 3 | Протяжність маршруту (км)………………………... | 565 |
| 4 | Тривалість маршруту в днях………………………... | 5 |
| 5 | в т.ч.: – пішки (на лижах)……………………………. | -- |
| 6 | на човнах (плотах)…………………………………… | -- |
| 7 | Кількість туристичних груп………………………… | 1 |
| 8 | Число туристів в групі………………………………. | 15 |
| 9 | Всього туристів по маршруту………………………. | 15 |
| 10 | Всього людино-днів обслуговування………………. | 90 |
| 11 | Початок обслуговування першої групи по маршруту…………………………………………….... | 10/06 |
| 12 | Початок обслуговування останньої групи маршруту | 10/06 |
| 13 | Кінець обслуговування останньої групи маршруту.. | 14/06 |
| 14 | Вартість путівки……………………………………… |  |

Джерело: побудовано автором

Таблиця 3.3

**Графік заїзду туристичних груп по місяцях**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Місяць | Кількість туристів в місяць | Графік заїзду туристичних груп по місяцях | Число груп на місяць |
| 2 | 05 |  |  |  |
| 3 | 06 | 15 | 10/06-14/06 | 1 |
| 4 | 07 |  |  |  |
| 5 | 08 |  |  |  |

Джерело: побудовано автором

Адреса початкового туристичного пункту маршруту: Львів, Автовокзал.

Таблиця 3.4

**Програма обслуговування туристів по маршруту «Пам᾽ятки Прикарпаття»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Населені пункти, відстань між ними в км, засіб пересування,  Час прибуття та виїзду з нього | Найменування тур підприємств та умови розміщення | Заплановані турпослуги |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2 | Львів-Галич, автобус,  110 км, виїзд 10/06 о 08.00, прибуття 10/06 о 09.50 | Туристична фірма | Галич – одне з найстаріших міст України. Екскурсія по центру міста – площа Ринок, церква «Різдва Христового» і макет «Храми княжого Галича», де ми побачимо, яким колись було місто Ярослава Осмомисла. Екскурсія до руїн Старостинського замку |
| 3 | Галич-Івано-Франківськ, автобус,  25 км виїзд 10/06 о 12.00 прибуття 10/06 о 12.30 | Туристична фірма, готель «Нафтовик» | Поселення, вільний час Переїзд у Івано-Франківськ. Екскурсія «Ідеальне місто Ренесансу». Гарне, неповторне, трошки загадкове та по-королівськи вільне місто, одне з небагатьох, де в майже незмінному вигляді збереглося минуле. Центр Івано-Франківська прикрашають ратуша з позолоченим куполом, сусідня площа Ринок, єзуїтський костел у стилі бароко, вірменська церква, діюча синагога та старі будинки, у більшості своїй схожі на іграшкові замки. Поселення у готель в Івано-Франківську. |

Продовження таблиці 3.4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 4 | Івано-Франківськ-Манява-Івано-Франківськ, автобус,  99 км виїзд 11/06 о 10.00 прибуття 11/06 о 16.00 | Туристична фірма, готель «Нафтовик» | «Таємниці українського Афону». На околиці мальовничого прикарпатського села Манява, між схилами гір височіють мури та башти православного чоловічого Хрестовоздвиженського монастиря, відомого як Скит Манявський. Жодна пам’ятка минулих часів не овіяна такою кількістю легенд та таємниць, як цей Скит. Він і нині притягує своєю загадковістю усіх, хто переступив поріг його воріт. А в декількох кілометрах від монастиря, у казковому мальовничому місці, на нас чекає ще одне диво – 18-метровий Манявський водоспад, один з найгарніших водоспадів Карпат. Він розташований між скелями у дивовижній гірській ущелині та являє собою каскад з трьох водоспадів, у підніжжя яких знаходиться невеличке озеро. За народними повір’ями, якщо скупатися у цьому озері, то обов’язково станеш молодшим. |
| 5 | Івано-Франківськ-Яремче, автобус  65 км виїзд 12/06 о 10.00 прибуття 12/06 о 11.30 | Санаторій «Карпати» | Яремче – курортне містечко, що знаходиться над стрімкою рікою Прут, між мальовничими горами, та сусіднє село Дора, яке називають дверима в Карпати. Саме тут перетинаються більшість карпатських туристичних маршрутів. Ми оглянемо унікальну дерев’яну церкву Святого Михайла. Головна місцева пам’ятка – Пробій, мальовничий куточок природи з каскадом водоспадів. Поряд розташований сувенірний ринок, де можна придбати дивовижні творіння місцевих майстрів. Також ми зможемо прогулятися стежками природного парку «Скелі Довбуша» (вх. квитки опл. дод.). Поселення у готель в Яремче. |

Продовження таблиці 3.4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6 | Яремче-Ворохта-Верховина-Косів-Коломия, автобус  137 км виїзд 13/06 о 09.00 | Туристична фірма | Ворохта – селище міського типу та відомий гірськолижний та кліматичний курорт, що знаходиться на висоті 850 м над рівнем моря в Івано-Франківській області. Курорт Ворохта є центром підготовки українських спортсменів з лижних перегонів, зі стрибків із трампліну та біатлону.  Оглядова екскурсія по Верховині з відвідуванням оглядової вишки та  музею С. Параджанова «Тіні забутих предків»  Оглядова екскурсія по Косову з відвідуванням місцевого базару.  Екскурсія у Коломию, під час якої ми оглянемо головний проспект, міську ратушу, дерев’яну церкву XVІ століття, відвідаємо музей народного мистецтва Гуцульщини і Покуття та музей «Писанка» (вх. квитки опл. дод.). |
| 7 | Коломия-Рогатин, автобус  125 км виїзд 13/06 о 17.00 прибуття 13/06 о 18.00 | Туристична фірма, готель «Іванна» | Рогатин – батьківщина Роксолани (Насті Лісовської), найвідомішої жінки при дворі султана Сулеймана Величного, яка суттєво впливала на прийняття політичних рішень у могутній Османській імперії. Найважливішим пам’ятником міста є дерев’яна церква Святого Духу XVІ століття, у якій служив батько легендарної Роксолани. |
| 8 | Рогатин-Львів, автобус,  74 км виїзд 14/06 о 10.00 прибуття 14/06 о 11.30 | Туристична фірма |  |

Джерело: побудовано автором

Харчування – 4 сніданки

Таблиця 3.5

**Заплановані туристичні послуги**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № з/п | Заплановані туристичні послуги. Назви екскурсій, туристичних походів і прогулянок, інші заходи | Екскурсійні витрати на 1 людину |
| 2 | Галич | 100 грн. |
| 3 | Івано-Франківськ | 100 грн. |
| 4 | Манява | 150 грн. |
| 5 | Яремче | 100 грн. |
| 6 | Ворохта-Верховина-Косів-Коломия Коломия | 450 грн. |
| 7 | Рогатин | 50 грн. |
| **8** | **Загалом** | **950 грн** |

Джерело: побудовано автором

Собівартість туру

Враховуємо відстань між туристичними місцями, тобто протяжність маршруту Львів-Галич-Івано-Франківськ-Манява-Яремче-Коломия-Рогатин-Львів

Всього 5 днів (5 днів з проїздом), 480 км, з них автобусний маршрут – 480 км

Розрахуємо собівартість туру:

Вартість послуг на людину:

Проживання в готелі – 100\*4 = 400 грн.

Сніданки – 4\*80 грн = 320 грн..

Страховий поліс – 20 грн..

Екскурсійне обслуговування – 950 грн.

Тепер вираховуємо кількість пального, яке витратиться на цей маршрут, за умови, що туристична фірма використовує для такого маршруту мікроавтобус Мерседес-Спрінтер, що на 100 км витрачає 14 л пального.

Вартість послуг на групу 15 осіб:

Паливо 506 км/ 100 км \* 14 л. \* 30 грн. = 2125 грн.

Амортизаційні витрати = 990 грн.

Заробітна плата шофера – 300 грн \*2 доби = 600 грн.

Додаткові витрати (комунальна такси, тощо) = 300 грн.

Собівартість туру на людину:

Слюд = 400+320+20+950+(990+2125+600+300)/15 = 1960 грн.

Загальна собівартість туру:

Сзаг = 1960\*15 = 29400 грн.

Прибуток та рентабельність туру

Націнка туристичної фірми становить 20 %

Знаходимо прибуток:

П = 29400/100\*20 = 5880 грн.

Кінцева вартість путівки:

ВП = 1960+1960/100\*20 = 2352 грн.

Рекомендована ціна продажу – 2360 грн.

Рентабельність туру

Р = 5760/28800\*100 = 20 %

Тури по Україні ідеально підійдуть для тих, хто хоче повноцінно відпочити за невеликий проміжок часу.

Для оптимізації туристичної діяльності фірми «АРКТУР» також розроблює та втілює різні маркетингові проекти. Один з яких Проект «TOP UKRAІNІAN HOTELS» (ТОП ЮКРЕІНІАН ХОТЕЛС).

TOP UKRAІNІAN HOTELS – це маркетинговий проект для готелів за їх поданням в міжнародних електронних і онлайн каналах продажів готельних послуг за допомогою професійних послуг з формування позитивного іміджу готелю в даних ресурсах, маркетингових технологій, розробки стратегії продажів під кожен окремий канал дистрибуції, фінансового моніторингу, новітньої технологічної бази контролю і моніторингу.

Проект, оперований департаментом Маркетингу та Електронних продажів міжнародної групи компаній ASLA Travel Group (1990) з головним офісом у Великобританії і представницькими офісами в багатьох країнах світу.

21 рік на ринку туристичних послуг стали фундаментальним багажем для організації і розробки актуальною і ефективної маркетингової кампанії міжнародного зразка в рамках проекту, щоб допомогти українським готелям досягти світових висот у продажу готельних послуг.

Спектр пропонованих проектом послуг дуже широкий, що дає готелям – учасникам проекту багато можливостей для найбільш ефективного представлення в ресурсах проекту і відповідно максимального збільшення обсягу клієнтів від цих каналів бронювання. Для зручності клієнтів і партнерів, зацікавлених у бронюванні саме готелів – учасниць проекту, ми ввели класифікацію готелів залежно від наданих готелем послуг [47].

ЕЛЕКТРОННІ КАНАЛИ ПРОДАЖУ у рамках проекту TOP UKRAІNІAN HOTELS:

Оффлайн канали продажу:

* + 1. Мережа міжнародних туроператорів – індивідуальні та групові клієнти.
    2. Корпоративні клієнти (у тому числі продаж допомогою продукту ARKTURB2B).

Онлайн канали продажу:

* + 1. Глобальної системи бронювання (GDS): Amadeus, Galіleo, Sabre, Worldspan.
    2. Наші власні системи: www.select-a-room.com (B2C – для кінцевого покупця), www.hotelsukraіne.travel(B2C – для кінцевого покупця), www.arkturb2b.com (B2B система бронювання для агентів).
    3. Альтернативні / Інтернет системи бронювання (ADS / ІDS): більше 1000 партнерських сайтів на прямому поданні і за допомогою бази даних Глобальних Систем Бронювання.

Ще один шлях оптимізації діяльності фірми «АРКТУР» є удосконалення організаційно-управлінської структури. Організаційно-управлінська структура Туристичної фірми «АРКТУР»:

Департамент групового туризму країн Європи, Північної та Південної Америк, Японії, Австралії та Нової Зеландії, ПАР, завдання департаменту:

* 1. Тури по Україні та супроводження груп по всьому маршруту.
  2. Соціальні та культурні програми.
  3. Спеціалізовані тури.
  4. Обслуговування чартерних груп і чартерних рейсів.
  5. Обслуговування професійних футбольних команд кубка УЄФА і Ліги Чемпіонів, а так само інших футбольних команд.
  6. Обслуговування футбольних уболівальників.
  7. Кейтерінг.
  8. Надання наземного обслуговування для круїзних суден по Чорному Морю.
  9. Організація річкових круїзів по Україні.

Департамент індивідуального туризму країн Європи, Північної та Південної Америк, Японії, Австралії та Нової Зеландії, ПАР завдання департаменту :

* + Бронювання готелів по всій Україні;
  + Культурні тематичні тури;
  + Спеціалізовані туристичні тури;
  + Послуги гідів / перекладачів;
  + Надання візової підтримки;
  + Транспортне обслуговування;
  + Бронювання авіа та залізничних квитків.

Завданнями Департаменту розвитку туристичного бізнесу і електронних систем бронювання є:

* 1. Бронювання готелів, трансферів, авіа / залізничних квитків, турів по Україні за допомогою автоматизованих інтернет систем бронювання (власні системи бронювання готельних та інших туристичних послуг www.select-a-room.com, www.hotelsukraіne.com.ua).
  2. Цілодобовий центр клієнтської підтримки.
  3. Послуги для Українських готелів за їх поданням в Глобальні системи резервування.
  4. Маркетингові програми для Українських готелів по просуванню на світовому ринку готельних послуг.
  5. Розвиток і підтримка внутрішньої бази даних компанії, SMART, та автоматизованої технології бронювання туристичного продукту.

Департамент спеціалізованого та ділового туризму Східного Середземномор’я та Азії здійснює:

* 1. Комплексне корпоративне туристичне обслуговування в Україні.
  2. Діловий і спеціалізований туризм.
  3. Організація візової підтримки.
  4. Проведення конференцій та семінарів.
  5. Кейтерінг.
  6. Інсентів програми.
  7. Бронювання авіа та залізничних квитків.

Департамент спеціалізованого, ділового та корпоративного туризму в Україні, у країнах СНД і Прибалтики займається:

* 1. Комплексним корпоративним туристичним обслуговуванням в Україні та за кордоном.
  2. Діловим і спеціалізованим туризмом.
  3. Проведенням конференцій та семінарів.
  4. Кейтерінгом.
  5. Інсентів програми.
  6. Бронюванням авіа та залізничних квитків.

Також туристична фірма «АРКТУР» кожен сезон вдосконалює програми турів та розроблює нові тури для оптимізації туристичної діяльності та покращення продажів компанії .

Отже, можна зробити висновок, що втілення рекомендацій щодо вдосконалення туристичної діяльності ТОВ «АРКТУР» шляхом оптимізації асортименту турпродуктів дозволить їй поліпшити своє фінансово-економічне становище, покращити позитивний ринковий імідж, а також утримати та посилити власні конкурентні позиції та частку ринку.

**ВИСНОВКИ**

У результаті проведених дослідженнь послідовно розв’язані зазначені завдання. Так, встановлено, що туристична діяльність – це діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог Закону України «Про туризм» та інших актів законодавства України.

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

Основою правового регулювання туристичних відносин є спеціальні нормативно-правові акти. Спеціальні нормативно-правові акти – це ті джерела, котрі в цілому регламентують відносини в сфері туризму (закон України «Про туризм», Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності, Правила проведення туристичних подорожей з учнівською та студентською молоддю України тощо).

Визначено, що в сучасних умовах на розвиток туристичної діяльності в Україні впливає кілька груп факторів, серед яких великого значення набувають такі фактори як наявність і рівень об’єктів туристичної інфраструктури, забезпеченість території туристичними ресурсами та масштаби їх освоєння, стан довкілля, рівень професійної компетентності кадрів.

Основними особливості і тенденції розвитку туристичної діяльності в Україні на сучасному етапі виявлені на основі аналізу статистичних даних. Так, серед юридичних осіб кількість суб’єктів туристичної діяльності збільшилася на 5%, кількість працюючих – на 9 %, а доходи – майже на 13%.

Серед фізичних осіб підприємців – відповідно на 42%, 40% і 7% найбільша кількість суб’єктів туристичної діяльності спостерігається в м.Києві, Львівській, Одеській, Дніпропетровській та Харківській областях. Це зумовлено туристично-рекреаційним потенціалом даних регіонів та великою чисельністю населення обласних центрів (високий попит). Найменша кількість – у Чернігівській, Житомирській, Тернопільській областях та у підконтрольних Україні зонах Донецької та Луганської областей.

У 2018 порівняно з 2017 роком кількість путівок зросла на 25,4%.

Безумовним лідером в Україні з виїзного туризму є компанія «Joіn UP! «, який випереджає найближчого конкурента майже в 2 рази. На ринку в᾽їзного туризму провідні позиції займають туроператори «Кандагар» (Київ), «ТурЕтно» (Київ), «Міст-Тур» (Львів).

Дослідження показало, що найвпливовішими гальмівними факторами туристичної діяльності виявилися: недостатній попит, фінансові обмеження та нестача робочої сили.

Розглянемо шляхи оптимізації туристичної діяльності на прикладі діючого туристичного підприємства – ТОВ «АРКТУР» (м.Київ). Проаналізувавши наявну структуру попиту у ТОВ «АРКТУР», пропонується підсилити другий за питомою вагою сегмент тривалих турів по Україні за рахунок нової пропозиції. Тому в компанії розроблено тур по Прикарпаттю.

Втілення рекомендацій щодо вдосконалення туристичної діяльності ТОВ «АРКТУР» шляхом оптимізації асортименту турпродуктів дозволить їй поліпшити своє фінансово-економічне становище, покращити позитивний ринковий імідж, а також утримати та посилити власні конкурентні позиції та частку ринку.

**СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Закон України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року. Редакція від 04.11.2018// Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст.24
2. Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності : наказ Міністерства інфраструктури України від 10.07.2013 р. № 465 (зареєстр. в Міністерстві юстиції України 30.07.2013р. за № 1275/23807) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1>. rada.gov.ua
3. Блах Н.В. Економічний розвиток міжнародного туризму та місце України в його структурі / Н.В. Блах, В.Г. Кривенко // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України.- 2018.- № 2. С. 25-32.
4. Бондаренко М.П. Теретичні засади розвитку індустрії туризму / М.П. Бондаренко. – Економічний часопис ХХІ. – 2016. – № 3-4. – С. 19-22
5. Борущак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія / М. Борущак – Львів: ІРД НАН України, 2016. – 288 с.
6. Ващишин М. Правове регулювання туристичної діяльності: навч.- метод. посібник / М.Ващишин. – Л.: ПП Сорока Т.Б., 2018. – 168 с.
7. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг. / В.В. Величко – Харків : Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, 2014. – 202 с.
8. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. – Одесса: Астропринт, 2013. – 334 с.
9. Гнатюк М.Р. Закон України «Про туризм»: постатейний коментар / М.Р.Гнатюк – К.: Видавничий дім «Ін Юре», 2018. – 197 с.
10. Гордієнко І.С. Міжнародний туризм та його розвиток в Україні / І.С. Гордієнко, О.Є. Шайда // Науковий вісник НЛТУ України.- 2017.- Вип. 21.6. С. 141-144.
11. Грішнова О. А. Туризм і рекреація як чинники людського розвитку / О. А. Грішнова // Матеріали доповідей учасників другої науково-практичної конференції «Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою» (15-16 вересня 2012 року, Бердянськ) – Бердянськ: АУІТ «АРІУ», 2016. – С. 39-41
12. Грянило А.В. Міжнародний туризм: проблеми та перспективи розвитку в Україні / А.В. Грянило, Н.І. Мацур // Фінансовий простір.- 2018.- № 4 (12). С. 144-148.
13. Зікій Н.Л., Стримуючі чинники функціонування туристичних підприємств/Н.Л.Зікій //Вісник Київського національного торговельно-економічного університету.- № 2.- 2019
14. Кифяк В. Ф. Стратегія розвитку територіально-рекреаційної системи: теорія, методологія, практика: монографія / В. Ф. Кифяк. К. : Чернівці: Книги. ХХІ, 2012.- 432 с.
15. Кифяк В.Ф. Розвиток туризму як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного стану Чернівецької області. / В.Ф. Кифяк // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – 2015. – Вип. ІІ (58). – С. 67-81.
16. Коваль П.Ф. та ін. В’їзний туризм, Навчальний посібник./ П.Ф. Коваль – Ніжин, Видавництво Лук’яненко В.В., 2015. – 304 с.
17. Колосінська М.І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм». / М. І. Колосінська. // [Економіка. Управління. Інновації](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=EJ000036). – 2018. – № 2.
18. Краснова Ю.А., Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні/ Ю.А.Краснова // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2016. – Вип. 197. – Ч. 3.- C. 132-140
19. Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Сучасний стан розвитку туризму в Україні / Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева // Економіка. Управління. Інновації. – 2017. – Вип. № 2 (12).
20. Кулицький С. Туристично-рекреаційна галузь в Україні: стан, проблеми, оцінка перспектив / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2019. – № 17.
21. Лепкий М.І. Організаційно-інституційне забезпечення розвитку регіональних туристичних ринків/М.І.Лепкий // Актуальні проблеми економіки №9 (219), 2019
22. Лепкий М.І. Фактори розвитку туристичного господарства в регіонах України/М.І.Лепкий // Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.- № 4.-2019
23. Малюта К.Г., Особливості інвестування в туристичну галузь/К.Г.Малюта// Вісник Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ, .- № 1.-2019
24. Мархонос С.М., Турло Н.П. Туристична сфера як фактор підвищення інвестиційної привабливості регіону/ С.М.Мархонос, Н.П. Турло // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – №1 (7).
25. Опанасюк Н. А. Поняття туристичної діяльності: практико-правові аспекти/ Н.А.Опанасюк//Цивільне право.- № 6.- 2019
26. Опанасюк Н. А. Цивільно-правові проблеми у діяльності туристичних підприємств: порівняльно-правовий аналіз / Б. І. Вихристенко, Н. А. Опанасюк // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2017. – № 8. – С. 76-94.
27. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Поколодна та ін. за ред. І. М. Писаревського. Х. : ХНАМГ, 2014.- 541 с.
28. Охріменко А.Г. Фінансові аспекти функціонування туристичної галузі. Зб. наук. пр. Нац. ун-ту держ. податк. служби України. 2011. № 1. С. 394 – 403.
29. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія / за науковою ред. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2019. – 324 с.
30. Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти : матер. Всеукр. наук.-практ. інтерн.-конф. (24 березня 2016 року) / ред. кол. В. О. Стойка та ін. – Умань : Видавничо- поліграфічний центр «Візаві», 2016. 220 с.
31. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія / за ред. Р.І.Балашова // Донецький ін-т турист. Бізнесу. – Донецьк: Вебер, 2011. – 343 с.
32. Селецький С.І. Правове регулювання туризму в Україні : навчальний посібник – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 186 с.
33. Семенов В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богадьорова Л.М. Управління регіональним розвитком туризму. Навчальний посібник./ В.Ф.Семенов,. – Одеса: Одеський державний економічний університет, 2013. – 225 с..
34. Соловйов Д.І. Вдосконалення понятійного апарату теоретичного забезпечення функціонування туристичної сфери / Д.І. Соловйов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 4(16). – С. 82-88
35. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: від теорії до реалій. / Т. І. Ткаченко// Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку матеріали доп. Міжнар. наук. – практ. конф. Київ. нац. торг-екон. ун-т. К. : КНТЕУ, 2016.- С. 41-43.
36. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія/Т.І.Ткаченкою.- К.: КНТЕУ.- 2017.- 462 с.
37. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник/Н.В.Чорненька. – К.: Атіка, 2013. – 264 с.
38. Шуплат О. М. [Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці/О.М.Шуплат](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2015/57.pdf) // Ефективна економіка.- № 12.- 2016
39. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України//Науковий вісник Ужгородського національного університету.- Випуск 23, частина 2.- 2019
40. Гайдук А.Б. Фактори формування та розвитку туристичної системи в ринкових умовах /А.Б.Гайдук.- [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bіtstream/ntb/9710/1/30.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf)
41. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
42. Овсяник В, [Туроператори-лідери по внутрішньому туризму](http://turprofi.com.ua/rejtingi/1703-turoperatory-lidery-po-vnutrennemu-turizmu)/В.Овсяник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://turprofі.com.ua/rejtіngі/1703-turoperatory-lіdery-po-vnutrennemu-turіzmu](http://turprofi.com.ua/rejtingi/1703-turoperatory-lidery-po-vnutrennemu-turizmu)
43. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. Режим доступу: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
44. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)
45. Савченко Т. [ТОП-20 туроператорів виїзного туризму](http://turprofi.com.ua/rejtingi/2639-top-20-turoperatorov-vyezdnogo-turizma) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://turprofі.com.ua/rejtіngі/2639-top-20-turoperatorov-vyezdnogo-turіzma](http://turprofi.com.ua/rejtingi/2639-top-20-turoperatorov-vyezdnogo-turizma)
46. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http: //zakon2 .rada.gov.ua/laws/show/168-2017.
47. Сайт ТОВ «АРКТУР».- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.arktur.ua/ua/>