УДК 911.3

*В.Ю. Пестушко, к.г.н.,доц.*

*(Національний авіаційний університет, Україна, м. Київ)*

**Туристичний ринок України як індикатор суспільних процесів**

*Розглянуто зміни конʼюнктури туристичного ринку України за останні 20 років, виявлено особливості її коливання, проаналізовано причини зміни попиту і пропозиції на валовий туристичний продукт.*

Туристичний ринок вважається досить гнучким і таким, що швидко відновлюється після дії несприятливих чинників. Разом із тим, подібно до інших ринків, він гостро реагує на будь-які зміни у суспільстві. Саме ці зміни значною мірою визначають конʼюнктуру туристичного ринку *–* стан попиту і пропозиції на туристичний продукт на даній території за визначений проміжок часу. Відомо, що конʼюнктура туристичного ринку досить мінлива і залежить, зокрема, від політичних, економічних, соціальних та інших процесів. Ілюстрацією сказаного є і туристичний ринок України, де за останні два десятиліття через політичну та соціально-економічну нестабільність співвідношення попиту і пропозиції на туристичний продукт зазнавало кардинальних змін.

Параметри, що аналізуються при дослідженні кон'юнктури ринку туристичних послуг можна об’єднати в дві основні групи: не вартісні (обсяги туристичних потоків, їх динаміка, географічна структура, частка на ринку, кількість зайнятих в туризмі) і вартісні (доходи від туризму, витрати на туризм, інвестиції в туризм тощо). Слід зауважити, що використання не вартісних показників стану туристичного ринку України є досить проблематичним через некоректність статистичного обліку туристичних потоків. Йдеться про те, що й до сьогодні у загальній кількості туристичних прибуттів враховуються одноденні відвідувачі [5,6], що суперечить методології Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) та Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC) [1-3]. З огляду на сказане, доцільніше при аналізі конʼюнктури туристичного ринку України використовувати вартісні показники.

Серед вартісних показників, які характеризують ситуацію на туристичному ринку, найважливішим, на нашу думку, є валовий туристичний продукт (ВТП). Він визначається як сумарний обсяг товарів і послуг, вироблених в індустрії туризму за певний період часу на певній території [4]. Інформацію про ВТП України можна знайти на сайті Всесвітньої ради з подорожей і туризму, де наведені дані щодо загального внеску туризму у валовий внутрішній продукт країни (Total Travel & Tourism Contribution to GDP). За цими даними нами була побудована діаграма, що відображає динаміку ВТП України упродовж останніх двох десятиліть (рис.1.).

Рис.1. Динаміка валового туристичного продукту України, млрд. дол. США

За методологією WTTC, найважливішими складовими ВТП є доходи від іноземного туризму (Visitor Exports), доходи від внутрішнього туризму (Domestic Travel & Tourism Spending), так звані індивідуальні урядові витрати на туризм – витрати, що безпосередньо повʼязані з туристами (Government Individual Travel & Tourism Spending) і капітальні інвестиції в індустрію туризму (Capital Investment) [4]. Роль цих складових ВТП ілюструє гістограма (рис.2.). Помітно, що основну роль у формуванні ВТП України відіграють доходи від іноземного та внутрішнього туризму. При цьому якщо у минулому і на початку поточного століття найбільший внесок у ВТП забезпечував внутрішній туризм, то упродовж 2004-2010 рр. домінантою стає іноземний туризм. Останніми роками лідерство щодо внеску у ВТП країни знову повернув собі внутрішній туризм.

Рис.2. Структура валового туристичного продукту України

Зміни в структурі ВТП України криються у суспільних процесах, що мали місце за визначений період на теренах нашої держави. Так, звертає на себе увагу те, що у роки політичної нестабільності та кризових явищ в економіці ВТП країни формувався здебільшого за рахунок доходів від внутрішнього туризму. Адже ні рівень життя більшості резидентів України, ні курс національної валюти аж ніяк не сприяли подорожам за кордон. Як наслідок, переважна більшість потенційних вітчизняних туристів обмежувалися мандрівками власною країною. Водночас політичний неспокій, відсутність гарантії безпеки, а також не належний рівень послуг відлякували іноземних туристів. Це особливо помітно у 1990-ті та у перші роки нового століття, коли Україна для переважної більшості іноземців була майже «білою плямою» або ж асоціювалася з так само ненадійною Росією. Короткий період відносного поліпшення зокрема політичної ситуації у 2004 р. стимулював вʼїзний туризм і, як наслідок, зростання внеску іноземного туризму у ВТП України, що й демонструє гістограма. Упродовж останніх років загострення політичної боротьби в країні з подальшою політичною кризою та війною на сході України на тлі надзвичайно складної економічної ситуації та низки негативних соціальних явищ (безробіття, масова втрата житла, вимушена міграція, зубожіння) безумовно вплинули й на туристичний ринок – простежується, як уже зазначалося, тенденція зменшення в структурі ВТП країни частки іноземного туризму.

Абсолютні значення валового туристичного продукту України (навіть з урахуванням його структури) хоча і є показовими, але не відображають процесу розвитку туристичного ринку. Для виявлення особливостей цього процесу, його закономірностей та прогнозування подальших можливих змін нами було побудовано графік темпів приросту ВТП України (рис. 3.). Аналіз цього показника передусім дозволяє стверджувати про циклічний характер розвитку туризму в Україні. За визначений період можна виділити щонайменше чотири економічні цикли розвитку туристичного ринку України: 1996-2002 рр., 2003-2005 рр., 2006-2009 рр. і 2010-2014 рр. Більшість з них належить до так званих коротких циклів – тривалістю до 5 років включно. Зміна вказаних циклів, що супроводжується багаторазовим чергуванням низької, зростаючої, високої та спадаючої конʼюнктури, безпосередньо повʼязана із суспільними процесами. Так, максимальне падіння темпів приросту ВТП у 1996 р. (-50,3%) було зумовлено вкрай важкою економічною ситуацією в країні, за умов скорочення валового внутрішнього продукту України, сталого зниження внутрішнього попиту і пропозиції, у т.ч. й на туристичні послуги (при цьому попит знижувався швидше за пропозицію), величезної заборгованості із зарплати, пенсій, стипендій, що розтяглася на багато місяців. У 1996 р. було введено в обіг національну валюту України – гривню. Але її поява супроводжувалась шаленими стрибками цін, небаченою інфляцією. Усе це безперечно ускладнювало туристичний бізнес і мінімізувало його внесок у ВВП країни. За таких умовах падіння темпів приросту ВТП країни було б ще більшим, якби не доходи від іноземного туризму, які значно зросли проти попереднього року (рис.4).

Рис. 3. Темпи приросту валового туристичного продукту України

Варто додати, що кризовому 1996 р. передував період, який, за зауваженням деяких дослідників, не має історичних аналогів. З 1990 по 1994 р. валовий національний продукт України скоротився більш як на 40%. Відображення цього у темпах приросту ВТП також простежується на рис.3.

Попри деяку стабілізацію, що намітилась у 1997 р., економічну кризу подолати не вдалося. Тому темпи приросту ВТП того року хоча й кращі за попередні роки, усе ж таки залишилася відʼємними (-2,5%). Наступного 1998 р. мали знову місце кризові явища в економіці та фінансовій сфері. Дефолт, що був оголошений в Росії, мав відлуння й в Україні. Тоді курс гривні чи не за один день впав з 2 до 5,5 за долар. При чому купити його було не можливо. Імпорт подорожчав майже у два рази, а заробітні плати залишилися на тому самому рівні. Як наслідок, – чергове зниження темпів приросту ВТП до показника -11,8%.

Фінансово-економічна стабільність країни намітилась лише у 2000 р., на що одразу зреагував й туристичний ринок. Зростання темпів приросту ВТП на 22,5% можна вважати аномально високим. Показовим є те, що ВТП того року формувався завдяки високим темпам приросту не лише іноземного, але й внутрішнього туризму, а також завдяки зростанню урядових витрат на туризм (рис.4.). Ще більший «стрибок» темпів приросту ВТП мав місце в 2004 р. Після не дуже благополучних, як для України, так і світу в цілому 2001-2002 рр. (політична криза, мітинги, демонстрації, світова рецесія економіки і теракти) спостерігався вражаючий підйом у сфері міжнародного туризму, переважна більшість туристичних центрів повідомили про позитивні, і нерідко рекордні, результати. Виключні успіхи туристичного сектора в 2004 р. зобов'язані своїм походженням відновленню світової економіки і, зокрема, пожвавленню економік основних американських і європейських ринків. Зокрема у всіх регіонах Європи повідомили про позитивні результати після трирічного періоду негативного зростання. При цьому, найвищі темпи приросту доходів були саме в Центрально-Східній Європі, де сприятливий валютний курс і факт вступу 10 нових членів до Європейського Союзу визначили позитивне зростання практично всіх основних напрямків. В Україні, де в 2004 р. мав місце підйом економічної активності у більшості галузей економіки і на цій основі – підвищення рівня життя населення громадян, спостерігались ледь не найвищі за даний період темпи приросту капітальних інвестицій (22,6%). Проте, головну роль у формуванні ВТП відіграли доходи від іноземного туризму, які того року були рекордними – майже 110% (рис.4.). Політична нестабільність, що прийшла на зміну політичної активності після чергових виборів президента і «Помаранчевої революції» мала негативні наслідки у вигляді зниження темпів приросту ВТП вже в 2005 р. (-2,5%). Політична криза була завершена лише в 2007 р., що не змогло не сприяти черговому зростанню темпів приросту ВТП країни (5,5%).

Рис. 4. Темпи приросту складових валового туристичного продукту України

Восени 2008 р. Україну вразила світова економічна і фінансова криза, яка поглибилась наступного року. Посилилося в суспільстві і політичне протистояння. Як наслідок, в 2009 р. темпи приросту ВТП України були найгіршими після 1996 р. При цьому відʼємні темпи приросту показали усі складові ВТП (рис.4.). Після короткочасного відновлення ринку суспільно-політична криза в Україні, що розпочалася 2013 р., спричинила чергове падіння темпів приросту ВТП (-18,1%).

Загалом за розглянутий період відповідно до наведеного тренду можна виділити два значні етапи розвитку туристичного ринку України. Перший, що завершився на початку поточного століття (до 2005 р.), характеризувався поступовим розвитком, другий – до наших днів – скоріше нагадує стагнацію, що супроводжується кризовими явищами.

**Висновки**

Туристичний ринок України чітко реагує на суспільні процеси, свідченням чого є закономірні зміни темпів приросту валового туристичного продукту України та його структури. Дані зміни мають циклічний характер і проявляються здебільшого через короткі цикли, кожний з яких супроводжується багаторазовим чергуванням низької, зростаючої, високої та спадаючої конʼюнктури. Вирішальну роль у коливаннях темпів приросту валового туристичного продукту України відіграють доходи від іноземного та внутрішнього туризму, співвідношення яких залежить від стабільності суспільних процесів.

**Список літератури**

1. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/tourism/manual.html
2. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/tourism/manual.html
3. WTTC/Oxford Economics 2014 Travel & Tourism Economic Impact Methodology. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org/eng/Home/>
4. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2008.– 661 с.
5. Пестушко В.Ю. Проблеми статистичного обліку в’їзного туризму в Україні // Географія та туризм: Наук. Зб.–К. Альтерпрес, 2011.–Вип.14.–с.43-46
6. Туристичні потоки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/tyr/tyr\_u/potoki2006\_u.htm

Авіа-2015: матері-али Міжн. наук.- практ.конф.,м. Київ, 28–29 квітня 2015 р. – С. 34.21–34.25.