

Катерина Анатоліївна ЗАЙЧУК

аспірантка,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

E-mail: lukianchyk_katya@ukr.net

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ НА ВОЛИНІ

Зайчук, К. А. Соціально-економічні передумови функціонування туристичного ринку на Волині [Текст] / Катерина Анатоліївна Зайчук // Український журнал прикладної економіки. – 2017. – Том 2. – Випуск 1. – С. 41-47. – ISSN 2415-8453.

Анотація

У статті проаналізовано соціально-економічні передумови функціонування туристичного ринку Волинської області, охарактеризовано низку чинників, які позитивно впливають на конкурентоспроможність з точки зору можливостей розширення і підвищення ефективності міжнародних туристичних зв'язків, наведено класифікацію туристичного потенціалу Волинської області. Виявлено слабкі місця туристичної галузі України, проаналізовано статистичні дані про доходи за 2015 та 2016 роки, приріст населення за 2014-2015 роки, простежено динаміку туристичних потоків та кількість туристичних підприємств та туроператорів за 2014-2015 роки у Волинській області. Доведено, що стратегічною метою розвитку туризму в області є створення конкурентоспроможного туристського продукту, який зможе гідно репрезентувати себе на міжнародному ринку. Зроблено висновки та запропоновано подальші заходи щодо поліпшення безперервного та ефективного розвитку функціонування туристичного ринку у Волинській області.

Ключові слова: соціально-економічні особливості; туристичний ринок; туризм; туристичні послуги; туристичні потоки; суб'єкти туристичної діяльності; доходи населення; приріст населення.

Kateryna Anatoliivna ZAYCHUK

PhD Student,

Eastern National University named after Lesya Ukrainka

E-mail: lukianchyk_katya@ukr.net

SOCIAL AND ECONOMIC BACKGROUND OF TOURIST MARKET FOR VOLYN REGION

Abstract

In the article the analysis of social and economic background of the tourist market of Volyn region are analysed. A number of factors which influence the competitiveness in terms of capacity expansion and efficiency of international travel links are characterized. The classification of tourist potential of Volyn region is considered in the article. The weaknesses of tourism industry of Ukraine are revealed. Statistical data as for the earnings for 2015 and 2016 years, population growth for 2014-2015 years are shown. The dynamics of tourist flow and

© Катерина Анатоліївна Зайчук, 2017

number of travel companies and tour operators for the period of 2014-2015 in the Volyn region is traced. It is proved that the strategic goal of tourism development is to create a competitive tourism product that can adequately represent itself in the international market. Conclusions and next steps for improvement continuous and efficient functioning of the tourism market in the Volyn region are made.

Keywords: *social and economic characteristics; tourism market; tourism; travel services; tourist flows; subjects of tourist activity; income; population growth.*

JEL classification: L83, M31

Вступ

Моніторинг соціально-економічних передумов розвитку туристичного ринку є динамічним процесом, що дає змогу виконувати дослідження туристичного ринку з метою оцінки, контролю та подальших прогнозів розвитку. Галузь туризму знаходиться під постійним впливом зовнішніх та внутрішніх чинників економічного середовища. Туристичний ринок здійснює не тільки прямий вплив на розвиток держави та регіонів, а й суттєво впливає на взаємопов'язані галузі: транспорту і зв'язку, будівництва сільського господарства, виробництва товарів суспільного споживання.

Криза вітчизняної економіки виявила слабкі місця туристичної галузі України та Волинської області зокрема: незадовільний стан автомобільних доріг місцевого значення, незначне використання природного та культурного потенціалу, високий рівень безробіття та тіньова зайнятість, низька диверсифікація прикордонних пропускних пунктів, відсутність консалтингового центру із залучення інвестицій та допомоги інвесторам, високі показники захворюваності, смертності та інвалідності та інше. Оскільки українські туроператори задля розвитку туризму мають орієнтир на європейські країни, виникає необхідність оцінки соціально-економічних передумов функціонування туристичного ринку Волинської області та формування необхідних заходів для успішного їх розвитку.

Значний внесок у розробку питань всебічного стану та розвитку туристичного ринку загалом зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені: М. Біржаков, Р. Браймер, В. Квартальний, Т. Кисельов, Ф. Котлер, О. Любіцева, Дж. Майкенз, Я. Олійник та інші [8].

Мета статті

Метою статті є аналіз соціально-економічних передумов функціонування та розвитку туристичного ринку Волинської області, окреслення сучасних проблем та виокремлення перспективних напрямів розвитку туристичної галузі Волинської області.

Основними завданнями є:

- здійснити моніторинг соціально-економічних передумов розвитку туризму області та країни загалом;
- провести комплексний аналіз туристичних потоків Волинської області за 2014-2015 роки;
- проаналізувати види туристичних послуг на Волині;
- визначити основні заходи та напрями, які будуть сприяти розвитку туристичної галузі у Волинській області.

Виклад основного матеріалу дослідження

Волинська область вигідно розташована на північному заході України, тому що знаходиться на перетині важливих транспортних шляхів із Західною та Східною Європою, що особливо важливо для туристичного розвитку країни та області зокрема.

Волинь нерідко називають «Вікном в Європу». Її територія входить до транскордонного об'єднання «Єврорегіон «Буг». На півночі Волинська область межує з Брестською областю Республіки Білорусь, на сході – з Рівненською областю, на півдні – з Львівською, на заході – з Холмським і Замостським воєводствами Республіки Польща. На Волині функціонує 9 пунктів пропуску: 4 – на українсько-польському та 5 – на українсько-білоруському кордоні. Волинська область має достатньо розвинену транспортну мережу. Зокрема, її територією проходять такі важливі автомагістралі міжнародного значення, як Київ-Ковель-Варшава-Берлін і Київ-Ковель-Брест. Територія Волині становить 20,1 тис. км² [3].

Волинський регіон має цілий перелік чинників, які позитивно впливають на його конкурентоспроможність з точки зору можливостей розширення і підвищення ефективності міжнародних туристичних зв'язків, а саме:

- близькість до країн Європейського та Митного Союзів;
- широкий туристичний та культурний потенціал;
- наявність значних природних ресурсів;
- розвиненість інфраструктури бізнесу;
- високий виробничий та науково-технічний потенціал регіону;
- наявність кваліфікованих кадрів і високий рівень професійної підготовки працівників [7].

Транскордонне розташування, кліматичні умови, великі лісові масиви, водні об'єкти, різноманітність флори і фауни, наявність мінеральних джерел та запасів лікувальних грязей створюють умови для відпочинку і оздоровлення, а саме – для розвитку різноманітних видів туризму на теренах Волинської області. Туристичних об'єктів для задоволення найрізноманітніших бажань туристів є більш аніж достатньо. Іноземних туристів приваблюють наші природні та історико-архітектурні ресурси, тому туристичний потенціал області можна згрупувати таким чином:

- спортивний туризм;
- оздоровчо-пізнавальний;
- зелений туризм;
- етнічний туризм;
- водний туризм;
- аматорський туризм: (мисливство та рибальство);
- релігійно-сакральний туризм;
- діловий туризм [4].

Але, на жаль, ці вищеперераховані чинники, які змогли б покращити туристичну діяльність Волинської області, загальмувала економічна криза та військова агресія на сході країни. З 2014 року зовнішнім ризиком стала Російська Федерація, а внутрішнім – недосконала регіональна політика держави. Попри збройні конфлікти Волинська область характеризується позитивним приростом населення. Станом на 1 січня 2014 року кількість населення Волинської області становила 1041, 3 тис осіб, а на 1 січня 2015 року – 1042,9 тис. осіб [1].

Щодо доходів населення, то у 2015 році середньомісячна заробітна плата становила 3291 грн та у 2,4 рази перевищувала рівень законодавчо встановлених мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму на одну працездатну особу

(1378 грн). У 2016 році середньомісячна заробітна плата становила 4047 грн, що у 2,5 рази вище мінімального її рівня та прожиткового мінімуму для працездатних осіб, передбачених законодавством (1600 грн) та на 23,0 % більше, ніж у 2015 році [1]. Характеристика доходу населення Волинської області свідчить про наявність сприятливих соціальних переваг щодо функціонування туристичного ринку. Свідченням цього є туристичні потоки Волинської області за 2014-2015 роки, які підтверджують зростання попиту та пропозиції на туристичних ринках області (табл. 1). У 2014 році кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності, становила 14593 особи, коли у 2015 – 15620 осіб. Іноземців, які прибули до нашої області, у 2014 було 349 осіб, а у 2015 – 645 осіб. Туристів-громадян, які виїжджали з області за кордон, у 2014 році було 8073 особи, а у 2015 – 9327 особи. Туристи, які займалися внутрішнім туризмом, у 2014 році становили 6171 особу, а у 2015 році кількість туристів зменшилась – 5648 осіб. Загальна кількість екскурсантів у 2014 році була 11728 осіб, коли у 2015 – 13640 осіб [1], [3].

Таблица 1. Туристичні потоки Волинської області за 2014-2015 роки [2]

Роки	Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності області – усього	Іноземні туристи	Туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон	Внутрішні туристи	Кількість екскурсантів
2014	14593	349	8073	6171	11728
2015	15620	645	9327	5648	13640

З цього випливає наступне: кількість туристів, які полюбляють виїзний туризм, збільшилась, а та кількість туристів, яким до вподоби внутрішній туризм, – зменшилась. Таким чином, на території Волині простежуються такі тенденції: виїзний туризм розвивається більш стрімкими темпами, ніж іноземний, тому стратегічною метою розвитку туризму в області є створення конкурентоспроможного туристського продукту, який зможе гідно подати себе на міжнародному ринку [10].

У 2015 році розподіл туристів, обслуговуваних турагентствами та туроператорами Волинської області, за кордон був таким: з метою дозвілля, відпочинку – 7680 осіб, з метою лікування – 849 осіб, з метою навчання та бізнесу – 23 особи.

У таблиці 2 наведена кількість суб'єктів туристичної діяльності у 2014-2015 роках. З таблиці зрозуміло, що кількість туроператорів та турагенцій зменшилась порівняно з 2014 роком. А це говорить про те, що туристи самі шукають собі тури через всесвітню мережу Інтернет, а не купують через туристичні агентства. Основною причиною цього є низька якість туристичних послуг, незадовільний стан автомобільних доріг, застаріла матеріально-технічна база туристично-рекреаційного господарства та інше.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Проаналізувавши соціально-економічні передумови функціонування туристичного ринку, варто сказати, що його розвиток дуже впливає на економічне становище країни, а саме – на такі галузі, як транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів суспільного споживання та інші.

Таблиця 2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності на Волині у 2014-2015 роках

2014	Суб'єкти туристичної діяльності	Юридичні особи	Фізичні особи	2015	Суб'єкти туристичної діяльності	Юридичні особи	Фізичні особи
	Туроператори	15	-		Туроператори	10	-
	Турагенти	10	50		Турагенти	9	44
	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	2	3		суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	2	3

**Власна розробка*

Волинська область має безліч умов для розвитку туристичного ринку, але, на жаль, держава не використовує ані туристичний потенціал області, ані її вигідне економіко-географічне розташування.

В області розвиваються такі види туризму, як: спортивний туризм; оздоровчо-пізнавальний; екотуризм; зелений туризм; етнічний туризм; водний туризм та інші.

Характеристика доходу населення Волинської області свідчить про наявність сприятливих соціальних переваг щодо функціонування туристичного ринку. Свідченням цього є туристичні потоки Волинської області за 2014-2015 роки, які підтверджують зростання попиту та пропозиції на туристичних ринках області (табл. 1).

Виїзний туризм на території Волині розвивається більш стрімкими темпами, ніж іноземний, тому стратегічною метою розвитку туризму в області є створення конкурентоспроможного туристського продукту, який зможе гідно репрезентувати себе на міжнародному ринку [1], [6].

Для безперервного та ефективного функціонування туристичної галузі області варто:

- удосконалити регіональні програми залучення іноземних туристів та забезпечити організаційно-економічний механізм його виконання;
- зміцнити матеріальну-технічну базу туризму (покращення інфраструктури, автомобільних доріг, під'їзних шляхів до туристичних об'єктів);
- провести інвентаризацію всіх видів ресурсів;
- створити вільні туристичні рекреаційні зони;
- покращити соціально-економічне становище населення;
- спростити візові бар'єри;
- популяризувати регіональний туристичний продукт на внутрішньому та зовнішньому ринку;

-
- провести гнучку державну політику фінансового регулювання туристичної галузі як на регіональному, так і на державному рівнях [4; 5].

Список літератури

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Зайчук, К. А. Теоретичні підходи до категорії «туристична послуга» / К. А. Зайчук // Наукове видання: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (8-9 грудня 2016 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://econf.at.ua/_ld/0/12_Collection_12_2.pdf.
3. Черчик, Л. Сучасний стан розвитку туристично-рекреаційного комплексу Волинської області / Л. Черчик, І. Ерко, Н. Коленда, О. Міщенко; МОНУ. – Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2014. – 154 с.
4. Павлов, К. В. Необхідність активізації рекреаційно-туристичного бізнесу в регіоні / К. В. Павлов // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. Випуск 10, ювілейний: Збірник наукових праць, №3-4. – Луцьк: «Надстир'я»2004. – С. 323-327.
5. Стрішенець, О. М. Напрямки активізації розвитку транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг в умовах європейської інтеграції / О. М. Стрішенець, // *Globalne aspekty ekonomii swiatowej i stosunkow miedzynarodowych w warunkach niestabilnosci GOS podarczej. Monografia miedzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej.* – Czestochowa, 2016. – S. 542-551.
6. Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства / Н. Є. Кудла. – К.: Знання, 2012. – 343с.
7. Любіцева, О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
8. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 1063 с.
9. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва / П. Р. Пуцентейло: навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
10. Зайчук, К. А. Особливості структури туристичного ринку та взаємозв'язку між його суб'єктами / К. А. Зайчук // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2016. – №4. – С. 7-12.

References

1. *State Statistics Service of Ukraine.* (2017). Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Zaychuk, K. A. (2016). *Teoretychni pidkhody do katehoriyi «turystychna posluha».* Materials of II International Scientific Conference (8-9 December 2016). Retrieved from: http://econf.at.ua/_ld/0/12_Collection_12_2.pdf.
3. Cherchik, L., Erko, I., Kolenda, N., Mishchenko, A. (2014). *Current state of the tourism complex of Volyn region.* Luck: Eastern National University Ukrainian.
4. Pavlov, K. V. (2004). The need to enhance recreation and tourism in the region. *Problems of rational use of socio-economic and natural resources of the region: financial policy and investment*, 3-4, 323-327
5. Strishenets', O. M. (2016). Napryamky aktyvizatsiyi rozvytku transkordonnoho rynku turystychno-rekreatsiynykh posluh v umovakh yevropeys'koyi intehratsiyi. *Globalne aspekty ekonomii swiatowej i stosunkow miedzynarodowych w warunkach niestabilnosci GOS podarczej.* Czestochowa, 542-551.
6. 6. Kudla, N. Ye. (2012). *Menedzhment turystychnoho pidpryyemstva.* Kyiv: Znannya.

-
7. Lyubitseva, O. O. (2002). *Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty)*. Kyiv: Al'terpres.
 8. Kotler, F., Bouen, Dzh., Meykenz, Dzh. (2003). *Marketynh. Hostepryymstvo. Turyzm*. Moscow: YuNYTY.
 9. Putsenteylo P. R. (2007). *Ekonomika i orhanizatsiya turystychno-hotel'noho pidpryyemnytstva*. Kyiv: Tsentр uchbovoyi literatury.
 10. Zaychuk, K. A. (2016). Osoblyvosti struktury turystychnoho rynku ta vzayemozv'yazku mizh yoho sub'yektamy. *Ekonomichnyy chasopys Skhidnoyevropeys'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrayinky*, 4, 7-12.

Стаття надійшла до редакції 12.02.2017 р.