

УДК 338.48

Жилко О.В.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ КРИЗИ

Однією з найважливіших складових сфери послуг є туризм. Він значною мірою визначає рівень дозвілля людей та впливає на зайнятість трудових ресурсів у країні. У більшості країн світу доходи від туризму становлять до 10 % ВВП, в Україні вони не досягають навіть 2 %.

Фінансово-економічна криза, знецінення української валюти мають суттєвий вплив на розвиток туризму в Україні та маркетингову діяльність його суб'єктів. За умови швидких реформ у сфері туризму з боку держави результати будуть відчутні через 1-2 роки. Підприємства, які діють у сфері туризму, повинні постійно досліджувати цей ринок, фактори, які на нього впливають і відповідно до цього оперативно вносити зміни до своєї діяльності.

На ринку туристичних послуг основними суб'єктами виступають: туристи (споживачі туристичних послуг), туроператори (надавачі послуг) та турагенції (посередники). Туроператори та турагенти повинні працювати, намагаючись максимально задовольнити потреби своїх клієнтів з використанням концепції маркетингу відносин, пропонуючи такі види

послуг: розміщення туристів; харчування; переміщення туристів по країні відвідування та інших країнах різними видами пасажирського транспорту.

Для того, щоб задовольнити потреби клієнтів, туроператори та турагенти мають регулярно досліджувати ринок. Дослідження ринку туристичних послуг можна проводити за такими напрямками: дослідження попиту, дослідження пропозиції; оптимізація співвідношення попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг як наслідок моніторингу за станом ринку та проведення туристичної політики, спрямованої на зменшення сезонних та територіальних диспропорцій між попитом та пропозицією, удосконалення збутової системи та комунікаційної діяльності як чинників стимулювання попиту та пропозиції.

Основним напрямом маркетингового дослідження є вивчення попиту. У передкризовий період в Україні швидкими темпами зростав попит на послуги виїзного туризму.

Дослідження ринку виїзного туризму розвинених країн Європи демонструє, що понад 20 % населення виїжджають на відпочинок влітку й узимку, а 10-15 % вирушають у подорожі три і більше разів на рік. При цьому зростає частота закордонних подорожей. Підвищену туристичну активність в Європі виявляють чоловіки зрілого віку і незаміжні жінки. Найбільш масовими (близько 60 % усіх від'їздів) є подорожі тривалістю до 6-8 днів.

В умовах сьогодення стан туризму в Україні, з одного боку, розцінюється як кризовий, пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристичних послуг і значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах. З іншого боку, спостерігаються високі темпи будівництва туристичних об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, зростання кількості туристичних організацій по всій території України.

Економічна та політична кризи суттєво вплинули на розвиток туризму в Україні. Тому сьогодні виникла необхідність адаптації маркетингової діяльності суб'єктів туристичної діяльності до змін факторів маркетингового середовища, дослідження тенденцій їх розвитку.