

ТУРИЗМ І МОЛОДЬ - 2021

МАТЕРІАЛИ

Кафедрального круглого столу студентів та аспірантів

(м. Полтава, 21 грудня 2021 року)



Полтава
2022

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

ТУРИЗМ І МОЛОДЬ - 2021

МАТЕРІАЛИ

**Кафедрального круглого столу
студентів та аспірантів**

(м. Полтава, 21 грудня 2021 року)

**За загальною редакцією д. е. н., професора Г. П. Скляра,
к. е. н., доцента Ю. В. Карпенка**

**Полтава
ПУЕТ
2022**

УДК 338.48-2-053.6(062.552)
Т86

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено

Редакційна колегія:

Г. П. Скляр, д. е. н., професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ;

Ю. В. Карпенко, к. е. н., доцент, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ.

Т86 **Туризм і молодь - 2021** : матеріали Кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (м. Полтава, 21 грудня 2021 року) / за заг. ред. Г. П. Скляра та Ю. В. Карпенка. – Полтава : ПУЕТ, 2022. – 91 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).

ISBN 978-966-184-421-5

У збірнику подано матеріали круглого столу, проведеного в межах науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування та розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715), який відбувся у Вищому навчальному закладі Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Для науковців, викладачів, студентів закладів вищої освіти, усіх, хто цікавиться питаннями теорії та практики туризму.

УДК 338.48-2-053.6(062.552)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

ISBN 978-966-184-421-5

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і
торгівлі», 2022

ПЕРЕВАГИ УКРАЇНИ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Незважаючи на те, що подорожі під час пандемії змінилися та скоротилися до мінімуму, туристичний бізнес в Україні та в багатьох країнах-лідерах туризму шукає вихід зі скрутного становища, будь-які можливості відновитися та запропонувати мандрівникам інноваційні туристичні продукти.

Цінова конкурентоспроможність має дуже важливе значення у туризмі. У 2013 р. Україна була 110-ою, у 2017 р. – піднялася на 45 місце, а у 2019 р. – покращила позицію аж до 19 місця. Основна перевага – це паритет купівельної спроможності національної валюти, який має високу оцінку – 12 місце [1]. Індекс цін на готелі (31 місце) та середня вартість пального (47 місце) – це критерії, що також піднімають Україну до позиції топ-20 країн за даним показником. Безперечно, на вищу сходинку Україну не підняла система оподаткування, яка отримала непряму вагу 60 позицію. Тому уряду слід подбати про зниження непрямих податків у авіа- та готельному бізнесах, що істотно вплине на кількість туристичних прибуттів у країну.

Окремої уваги заслуговує розділ інфраструктури туристичних послуг. До нього включено 3 позиції: кількість готельних номерів (106 місце), наявність компаній з прокату автомобілів (23 місце) та кількість банкоматів, що приймають картки-VISA (21 місце). Що стосується готельних номерів, то Україна, згідно рейтингу, має їх недостатньо. У 2018 р. у країні нараховувалося 2 777 готелів, однак їхня кількість є меншою за кількість готелів таких країн як Замбія, Уганда, Нігерія [3]. Проте лише згідно з офіційною статистикою в даних готелях більше 135 тис. місць [2]. А до них можна додати номери приватних засобів розміщення і санаторно-курортні заклади. Тобто за вірної пропозиції туристам усіх альтернатив засобів розміщення зростає рівень диференціації туристів, що в майбутньому позитивно вплине на

соціально-економічний розвиток туристичної індустрії. На жаль, і якість інфраструктури туризму віднесено лише на 105 позицію, що зумовило зниження загального рейтингу (65 місце) на 15 позицій порівняно з 2013 роком. І лише за кількістю банкоматів Україна значно покращила свої позиції.

ІКТ готовність демонструє також некращі позиції. Україна має не досить високоякісну систему телекомунікації. Відсутність або неякісна робота у сучасних готелях WI-FI, мережі Internet, мобільного покриття мережі в on-line режимі – на сьогодні є проблемою. У цій сфері Україна має не привабливий вигляд, зниження у рейтингу на 8 позицій до 78 місця. Водночас доступність мобільного зв'язку позиціонує Україну на 36 місці.

Зрозуміло, що Україна, маючи 78 місце в рейтингу серед інших держав, за основними показниками індексу туристичної конкурентоспроможності не займає лідируючі позиції. З метою встановлення близькості туристичного потенціалу України з іншими країнами та схожості конкурентних показників зіставимо прямі туристичні чинники, що є результатом, більшою мірою, останніх двох субіндексів (табл. 1).

Таблиця 1 – Прямі економічні чинники туристичної конкурентоспроможності країн Європи у 2019 р. [1]

Показники	Україна	Іспанія	Франція	Німеччина
Частка у сукупному прибутті в Європі, %	2,2	12,4	13,1	5,7
Частка у сукупних туристичних доходах в Європі, %	0,2	13,3	11,9	7,8
Частка туризму в ВВП, %	1,4	5,4	3,9	3,5

Зіставлення прямих економічних чинників туризму довели, що Іспанія, Франція та Німеччина за периферичною структурою туризму – це центр, тоді як Україна – це туристична периферія Європи. Дуже низький коефіцієнт прибуття внаслідок відсутності постійного генерування організаційних, процесних та маркетингових нововведень в індустрію туризму, зумовлює

низьку питому вагу грошових надходжень від галузі, порівняно з країнами-лідерами. Нерозвинута інфраструктура значно знижує вклад туризму в економіку – лише 1,4 %, проти долі країн-лідерів від 3,5 % до 5,4 %. І тільки велика кількість культурних пам'яток у поєднанні з різноплановими природними ландшафтами формує існуючий незначний попит (2,2 % від сукупного прибуття в Європі) на подорожі в Україну.

Тобто, потенційно Україна, порівняно з країнами-лідерами, має не гірший факторний потенціал. Однак у реалії занедбаність даної сфери економіки демонструє значне відставання туристичного потенціалу України від потенціалу європейських країн-орієнтирів. Причина цьому – внутрішні чинники країни, які не коригуються в бік світового досвіду вірної стратегічної роботи уряду та органів управління сфери туризму. Ситуація, що склалася в Україні визначає необхідність підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту країни шляхом переймання досвіду розвитку туристичної індустрії у країн-лідерів, що дозволить підвищити конкурентоздатні позиції туризму в країні та підтримувати зростання попиту на подорожі в Україну в довгостроковій перспективі.

Таким чином, світова оцінка профілю туристичної економіки України показала широке коло чинників, що визначають успіх туристичної індустрії країни та загострює увагу на важливих проблемах. Констатуємо, що за 2013–2019 рр. Україна зазнала значних негативних зрушень під впливом подій 2014 р. На нашу думку, існує ряд напрямів для покращення конкурентоспроможності країни в туризмі:

1) першочерговою задачею є визнання туристичної галузі одним з пріоритетів держави з обов'язковою реалізацією ключових дій в аспекті впровадження економічних механізмів підтримки інвесторів та ведення туристичного бізнесу;

2) Україна може збільшити свою конкурентоспроможність на світовому ринку туризму, якщо в контексті нормативно-правової бази покращить та підвищить якість умов, що стосуються довкілля та безпеки учасників туристичної діяльності;

3) дуже значний вплив на конкурентні переваги туристичного напрямі має загальна інфраструктура (транспорт, безпека туристів, суспільно корисні послуги).

Список використаних джерел

1. Смирнов І. Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід / І. Смирнов, О. Любіцева // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. – Серія: Туризм. – 2020. – № 3 (2). – С. 196–208.
2. Статистичний щорічник України за 2019 рік / Державна служба статистики України ; за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О. А. Вишневська. – Київ, 2020. – 465 с.
3. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/>. – Назва з екрана.