

СУЧАСНИЙ СТАН ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОГО РИНКУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті досліджено та висвітлено стан туристського ринку Сумської області та пріоритетні напрямки діяльності. Проведена оцінка стратегічних цілей та перспектив розвитку підприємств туристичної сфери.

Ключові слова: *туроператор, турагент, стратегічні напрямки розвитку.*

В статье исследовано и рассмотрено состояние туристического рынка Сумской области и приоритетные направления деятельности. Проведена оценка стратегических целей и перспектив развития предприятий туристической сферы.

Ключевые слова: *туроператор, турагент, стратегические направления развития.*

The article investigates and highlights the state of the tourist market of Sumy region and priority areas of activity. An assessment of strategic goals and prospects for the development of tourism enterprises.

Key words: *tour operator, travel agent, strategic directions of development.*

Постановка проблеми. Сумщина – край славної козаччини, легенд та історичних загадок, міст з тисячолітньою історією, недоторканою природою, широкими зеленими вулицями. Казкові ліси, безкраї лани, темні води Псла та кришталь Ворскли, луки повні духмяного різнотрав'я, кам'яні мури і фортеці, що вражають величчю та неповторні монастирі з унікальними іконами та фресками – все це Сумщина, славна Слобожанська земля, що має у своєму арсеналі як історико-культурні перли, так і до кінця не вивчені природні надбання. Безумовно усе вищезгадане формує потужний ресурсний потенціал, який варто використовувати для популяризації Сумської області на туристській ниві нашої країни. Та цей процес не можливий без підтримки місцевих туристичних операторів та агентств, які у свою чергу можуть розробляти регіональні тури та просувати особистий бренд області.

Мета роботи: дослідити склад туристського ринку Сумщини, сучасний стан і області функціонування та проаналізувати перспективні напрямки розвитку.

Виклад основного матеріалу. За офіційними даними Державної служби статистики України станом на 2019 рік загальна кількість обслужованих туристів становить 6,132 млн осіб, на 2020 рік 2,360 млн осіб. Показники 2020 року впали у 2,6 рази, порівняно з попереднім. Звісно, на таку негативну динаміку великою мірою вплинула коронавірусна хвороба (COVID-19). Детальні дані подані у таблиці 1. [2]

Таблиця 1. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами.

	2019			2020		
	Усього	У тому числі обслуговані		Усього	У тому числі обслуговані	
		Туроператорами	Турагентами		Туроператорами	Турагентами
Юридичні особи						
Усього	5319952	3134115	2185837	1957410	1412851	544559
В'їзні (іноземні) туристи	83703	37896	45807	11773	8369	3404
Виїзні туристи	4786594	2759735	2026859	1758107	1275653	482454
Внутрішні туристи	449655	336484	113171	187530	128829	58701
Фізичні особи-підприємці						
Усього	812145	*	812145	402868	*	402868
В'їзні (іноземні) туристи	3137	*	3137	191	*	191
Виїзні туристи	738272	*	738272	367595	*	367595
Внутрішні туристи	70736	*	70736	35082	*	35082

Вищенаведені дані характеризують загальний стан туристського обігу у країні, тож доречно провести аналіз туристського ринку на обласному рівні. За офіційними даними Головного управління статистики у Сумській області, регіональний туристський потік має такий вигляд [3]:

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	У тому числі		
		В'їзні (іноземні) туристи	Виїзні туристи	Внутрішні туристи
2018	16178	к	13050	К
2019	25919	-	19474	6445
2020	12004	-	9161	2843

к – Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації.

Проаналізувавши вищенаведені показники, можна зробити висновок, що динаміка є невтішною, при цьому чисельність виїзних туристів перевищує кількість внутрішніх у 3,2 рази.

Розглянемо загальну чисельність туристичних операторів та агентів у Сумській області. У звіті Держаної служби статистики України дані наступні:

- станом на 2019 рік кількість юридичних осіб 18, з них 3 туроператори та 15 турагентів, кількість турагентів фізичних осіб-підприємців - 86;
- станом на 2020 рік юридичних осіб 17, з них 2 туроператори та 15 турагентів, кількість турагентів фізичних осіб-підприємців становить 68. [3]

Тобто, станом на зараз, загальна кількість офіційних «гравців» регіонального туристичного ринку становить 85 операторів та агентів. Вони діляться між собою на 3 напрямки:

1. реалізують тури закордон;
2. реалізують тури по Україні;
3. поєднують два попередні напрямки.

Найуспішніші фірми по закордонним турам: «Dream Tour» (м. Суми), «Автограф» (м. Суми), «Ультра Тур» (м. Суми), «Аквамарин» (м. Шостка), «Сотік Тур» (м. Суми), «Раєва» (м. Суми), «Роскошный отдых» (м. Охтирка), «Море Туров» (м. Охтирка), «TOURS & TICKETS» (м. Ромни).

Фірми, що пропонують тури по Україні: «Рожева чайка» (м. Суми) одноденні та багатоденні екскурсії, «Золота Рив'єра» (м. Суми) тури пляжного відпочинку, «Континент Лайн» (м. Суми) пляжний відпочинок, «Магазин Горящих Путівок» (м. Суми) пляжний відпочинок та шкільні екскурсійні тури, «На Набережній» (м. Суми) пляжний відпочинок та шкільні екскурсійні тури, «Клеопатра» (м. Суми) пляжний відпочинок, Центр «Відчайдухи» (м. Суми) організація турів активного відпочинку.

Важливо проаналізувати головні фактори впливу на розвиток туристичного ринку та туристських підприємств. Кіптенко В. К. зазначає, що середовище розвитку туристичної фірми поділяється на мікросередовище, або робоче середовище, тобто безпосереднє оточення та макросередовище – ділове оточення, загальне середовище. [4]

Інший автор, а саме Цьохла С.Ю. класифікує фактори впливу за характером, напрямом, ступенем та результатами впливу; а також виділяє чотири групи зовнішніх чинників впливу на розвитку туристичної індустрії: політичні, економічні, соціально-демографічні та науково-технічні. [6]

На основі класичної теорії розподілу факторів, проведемо аналіз деяких із них.

Чинники опосередкованого впливу:

- стан економіки (рівень інфляції, ВВП);
- державна політика у галузі туризму (рівень Державного регулювання та підтримки туризму);
- бюджетна та податкова політика;
- екологічний стан, тощо.

Чинники прямого впливу:

- стан туристичної інфраструктури;

З кожним роком стан туристичної інфраструктури, а саме закладів розміщення та харчування, транспортного забезпечення, розважальних закладів виходе на якісно новий рівень, що безумовно підвищує якість надання послуг, оскільки матеріально-технічна база, з якою працюють оператори та агенти, має неабияке значення.

- споживачі туристичних послуг (потреби, рівень доходів, купівельна спроможність);

Головним орієнтиром функціонування фірм туристського ринку є цільова аудиторія, тому важливо розуміти їхні потреби та можливості. Так номінальний рівень доходів населення знизився на 4,5%, порівняно з попереднім роком, а ціни на споживчому ринку, за даними Держстату, зросли на 2,7% порівняно з початком року, при цьому ціни на відпочинок і культуру знизилися на 0,7%.

- стан рекреаційних ресурсів;

Наша країна має різноманітні рекреаційні ресурси та потужний потенціал на подальший розвиток, а це вагоме джерело економічного розвитку країни. Але велика частка абсолютно унікальних об'єктів, знаходяться у неналежному стані, на мають необхідної інфраструктури, не можуть приймати туристів.

- стан конкуренції у галузі;

Не зважаючи на нестабільну ситуацію на ринку, рівень конкуренції залишається високим, оскільки наймасовіші ніші туристичного функціонування вже зайняті операторами та агентами, які багато років поспіль працюють за даними напрямками.

На сьогодні в Сумській області наявні всі необхідні умови для розвитку туристичної індустрії: природні умови, історико-культурне надбання, природно-заповідний фонд та людські ресурси. Та цей потенціал досі не розкрито у повному обсязі. Значною мірою це відбувається через те, що є невелика кількість фахівців, які могли б зайнятися розробкою регіональних туристських маршрутів. Саме тому одним з важливих завдань є підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері туризму з новим економічним мисленням, із глибокими та

різносторонніми професійними навичками та вміннями, здатних до постійного оновлення та поповнення знань, із досконалим володінням інформацією щодо регіональних аспектів туризму [1, с. 32].

Проте сьогодні чи не найбільший вплив на туристські потоки та розвиток внутрішнього туризму, а відповідно й функціонування туристичних підприємств впливає ситуація з перебігом коронавірусної хвороби COVID-19. За останні два роки на тлі карантинних обмежень українці значно більше подорожують Україною, через обмежений список приймаючих країн та дискомфортні умови в'їзду (тестування, вакцинація, самоізоляція). Підвищення чисельності подорожуючих країною фіксують експерти, туроператори, і навіть компанії мобільного зв'язку, які визнають аномально велику кількість абонентів на українських курортах. Проте, за словами Ігора Голуба, голови Всеукраїнської асоціації туроператорів, внутрішній туризм не може замінити закордонний, через у середньому вищі ціни та досить часто гірший сервіс, ніж у популярних туристичних країнах. [5]

Така ситуація на туристському ринку сприяє розвитку туроператорів та агентів, які займаються внутрішнім туризмом різних напрямків – пляжний відпочинок, екскурсії, тури активного відпочинку тощо; та значно підриває функціонування фірм зосереджених на реалізації закордонних турів.

Для успішного функціонування на туристичному ринку Сумської області, варто освоювати нішеві напрямки туризму, пропонувати якісний рівень обслуговування, бути мобільним, оперативно вирішувати проблеми та обробляти запити, оскільки все частіше споживачі відходять від звичних напрямків та схем відпочинку.

Висновки. На туристському ринку Сумської області представлені як туристичні оператори, так і агенти. Їх основними напрямками функціонування є пляжний відпочинок за кордоном, пляжний відпочинок на узбережжі Чорного та Азовського морів, екскурсійні тури по Україні та області для дорослих та школярів, тури активного відпочинку.

Туристський ринок розвивається під постійним впливом чинників, що мають як позитивні, так і негативні наслідки. А виключним фактором за останні два роки став перебіг обмежень пов'язаних з епідеміологічним станом у світі, і зокрема в Україні та регіоні.

Наразі світовий туризм змінюється та стає інноваційним – більше безконтактних технологічних рішень, акцент на безпеці, дбайливе ставлення до навколишнього середовища. А отже і Україні, у якій туристична галузь ще на етапі розвитку та формування, варто активно переймати світові тенденції, і разом з тим на якісно новий рівень вийде функціонування туристичних операторів та агенцій.

Список використаних джерел

1. А. С. Нора, В. М. Зігунов. РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної інтернетконференції. Стан та перспективи сучасного туризму. Суми. ФОП Цьома С. П., 2019. С. 182.
2. Державна служба статистики України. URL:<http://www.ukrstat.gov.ua>
3. З.Головне управління статистики у Сумській області. URL:<http://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=126&level=3>
4. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Видавництво «Знання», 2010. 502 с.
5. Непочатенко В. О. COVID-19 і туризм: аналіз ситуації та економічні шляхи виходу з кризи. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2020. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
6. Цюхля С. Ю. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*. Серия «Экономика и управление». 2009. Том 22 (61), №2. С.373-380. URL:https://tourlib.net/statti_ukr/cjohla.htm

Є. І.Галушкіна, В. М. Зігунов

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В ОХТИРСЬКІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ

У статті досліджено туристський потенціал у розвитку бізнесу в Охтирській територіальній громаді. Проаналізовано туристські ресурси громади. Визначено тенденції, проблеми, перспективи використання туристських ресурсів Охтирської територіальної громади.

Ключові слова: туризм, розвиток, проблеми, туристський потенціал, туристські ресурси, Охтирська територіальна громада.

В статье исследован туристский потенциал в развитии бизнеса в Ахтырской территориальной общине. Проанализированы туристские ресурсы общества. Определены тенденции, проблемы, перспективы использования туристских ресурсов Ахтырского территориального общества.

Ключевые слова: туризм, развитие, проблемы, туристский потенциал, туристские ресурсы, Ахтырская территориальная община.

The article explores the tourist potential in business development in the Okhtyrka territorial community. The tourist resources of the community are analyzed. Trends, problems, prospects of using tourist resources of Okhtyrka territorial community are determined.

Key words: tourism, development, problems, tourist potential, tourist resources, Okhtyrka territorial community.

Виклад основного матеріалу. Охтирська територіальна громада розташувалась у південній частині Сумської області і межує з Харківською та Полтавською областями.