

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОПИТУ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Ігор Васильович НЕСТОРИШЕН

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0003-0765-195X>
e-mail: nestor_nema@ukr.net

Юлія СТЕЛЬМАХ

Хмельницький національний університет

Дмитро МАРЧУК

Хмельницький національний університет

В статті досліджено тенденції на міжнародному ринку туристичних послуг протягом 2021-2023 рр., зокрема, проаналізовано динаміку показника «міжнародні туристичні прибуття» як в цілому у світі, так і в розрізі глобальних туристичних регіонів. Авторами дослідження проаналізовано чинники мотивації туристичних подорожей в Україні з початком військової агресії РФ. Зауважено, що майже 55 % українців не відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року, проте майже 36 % українців це робили 1-5 разів. Варто відзначити зміну пріоритетів за цей період, адже більшість респондентів (54,0 %) відзначили, що надають перевагу пішим прогулянкам та дослідженням міського середовища. Близько 28 % опитаних віддають перевагу культурному туризму (екскурсіям до історичних пам'яток і музеїв). Плажному туризму віддавали перевагу близько 23 % мандрівників. Зауважено, що у 2021 р. пріоритетним видом туризму був саме пляжний туризм (близько 48 %).

Ключові слова: туризм, індустрія гостинності, мотиваційні чинники, подорожі.

CURRENT TRENDS OF TRANSFORMATION OF DEMAND ON THE MARKET OF TOURIST SERVICES IN UKRAINE

Ihor NESTORISHEN, Julia STELMAKH, Dmytro MARCHUK

Khmelnytsky National University

Demand in the market of tourist services means the desire and willingness of individuals or groups to purchase various services related to travel, tourism and hospitality. This demand is influenced by a variety of factors, and understanding these factors is important for businesses and destinations in the tourism industry. It should be noted that due to the active influence of globalization processes on the international market of tourist services, corresponding changes are taking place in all national tourist markets. In particular, starting in 2020, business representatives of the tourism and hospitality industry for the first time in history felt a negative impact on the development of the industry as a result of the global pandemic (COVID-2019), the result of which was the introduction at the national level of restrictions on the possibilities of movement of citizens both within states and between them.

The purpose of the study is the systematization and analysis of factors motivating tourist trips in Ukraine with the beginning of the military aggression of the Russian Federation.

As a result of the influence of internal and external factors in the international and domestic space, the role of the tourism industry in Ukraine underwent significant changes during 2020-2023. Despite the gradual recovery of the industry in 2021 due to the effects of the COVID-19 pandemic, the military aggression of the Russian Federation led to an almost complete stop functioning of tourism business entities. However, 2023 showed certain positive trends in the recovery of the tourism industry, especially in the western regions of Ukraine (Zakarpattia region, Lviv region, Ivano-Frankivsk region), where a significant increase in travelers could be observed. This became one of the factors of the recovery and development of domestic tourism, which, subject to the development of appropriate state regulatory instruments, can become one of the priority areas of economic recovery of Ukraine.

When researching current types of recreation in Ukraine, the majority of respondents (54.0%) noted that they prefer hiking and exploring the urban environment. About 28% of respondents prefer cultural tourism (excursions to historical monuments and museums). About 23% of travelers preferred beach tourism. Here it should be noted a significant change in priorities during this period, because according to the results of the survey "Study of domestic and outbound tourism of Ukrainians" conducted by the Human Research company on the order of the State Tourism Development Agency in 2021, the priority type of tourism was precisely beach tourism (about 48%).

Tourism businesses and destinations constantly monitor and adapt to these factors in order to effectively respond to changes in demand and maintain a competitive advantage in the tourism market. Understanding the diverse and changing nature of demand is key to the success of businesses and destinations in the tourism industry. The development of tourism can become a driver of regional development, helping to boost the economy of less developed regions.

Keywords: tourism, hospitality industry, motivational factors, travel

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Попит на ринку туристичних послуг означає бажання і готовність окремих осіб або груп купувати різні послуги, пов'язані з подорожами, туризмом і гостинністю. На цей попит впливають різноманітні фактори, і розуміння цих факторів має важливе значення для підприємств і місць призначення в індустрії туризму. Зауважимо, внаслідок активного впливу процесів глобалізації на міжнародний ринок туристичних послуг відбуваються відповідні зміни на усіх національних туристичних ринках. Зокрема, починаючи з 2020 р. представники бізнесу індустрії туризму та гостинності вперше в історії відчули негативний вплив на розвиток галузі внаслідок світової пандемії (COVID-2019), результатом якого було запровадження на національних рівнях обмежень щодо можливостей пересування громадян як в середини держав, так і між ними. Результатом запровадження таких заходів було зниження показників мобільності громадян, а показник «міжнародні туристичні прибуття» на початку 2023 р. в порівнянні із 2019 р. відновились лише на 80 %. Лише туристичні ринки країн Середнього Сходу показали зростання у 2023 р. в порівнянні із 2019 р. на 15 % (рис. 1).

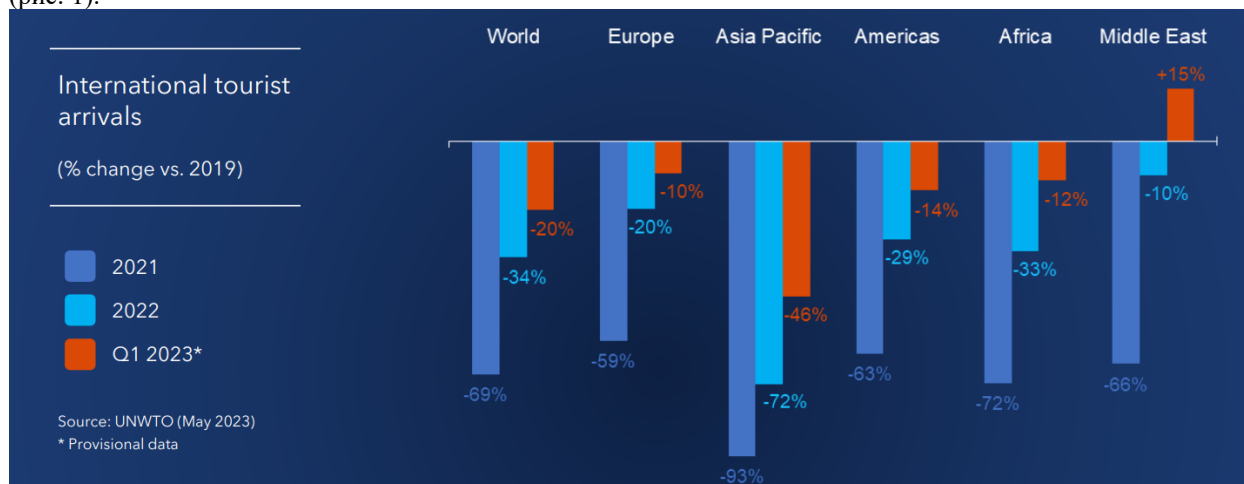


Рис. 1. Динаміка показника «міжнародні туристичні прибуття»

Джерело: [10]

Таким чином, протягом 2020-2023 рр. основним чинником впливу на міжнародний ринок туристичних послуг була пандемія COVID-2019, яка призвела до падіння попиту на туристичні продукти у всіх країнах світу. Проте, для вітчизняного ринку туристичних послуг, після значного відновлення у 2021 р., 2022 р. став найгіршим внаслідок військової агресії РФ, що призвело до окупації значної частини території України, руйнування значної кількості логістичної та туристично-рекреаційної інфраструктури. Втім, показники окремих регіонів України щодо активізації надання туристичних та готельно-ресторанних послуг у 2023 р. показують позитивну динаміку та поступове відновлення ринку внаслідок існуючих обмежень щодо виїзду громадян за кордон та наявності значного обсягу відкладеного попиту на туристичні продукти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Відмітимо, в сучасній науковій літературі існує значна кількість публікацій щодо особливостей розвитку індустрії туризму та гостинності в Україні та світі в умовах подолання сучасних викликів і загроз. Зокрема, зазначені тематики у своїх працях досліджують К. О. Глубоченко [2], І. Журба [7], Левицька І.В. [5], Л. Ю. Матвійчук [6], С. Матюх [7] та інші науковці.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

В той же час, сьогодні є вкрай важливим вироблення пропозицій та визначення векторів подальшого розвитку й відновлення ринку туристичних послуг в умовах військової агресії РФ. Запорукою успішної реалізації таких проектів є визначення сучасних трендів трансформації попиту на ринку туристичних послуг в Україні, систематизація основних позитивних та негативних чинників впливу на попит на вітчизняні туристичні продукти, що й зумовлює актуальність дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання)

Метою дослідження є систематизація та аналіз чинників мотивації туристичних подорожей в Україні з початком військової агресії РФ.

Виклад основного матеріалу

Внаслідок впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища у міжнародному та вітчизняному просторі зазнала істотних змін роль індустрії туризму в Україні протягом 2020-2023 рр.

Незважаючи на поступове відновлення галузі у 2021 р. внаслідок дії пандемії COVID-19, військова агресія РФ призвела майже до повної зупинки функціонування суб'єктів туристичного підприємництва. Проте, 2023 р. показав певні позитивні тренди відновлення індустрії туризму, особливо в західних областях України (Закарпатська обл., Львівська обл., Івано-Франківська обл.), де можна було спостерігати значне зростання подорожуючих. Це стало одним з чинників відновлення та розвитку саме внутрішнього туризму, який за умови розроблення відповідних інструментів державного регулювання може стати одним з пріоритетних напрямів економічного відновлення України.

Зазначимо, повномасштабне військове вторгнення РФ істотно змінило ставлення українців до подорожей та відпочинку. Цікавими є результати дослідження, яке проводило Державне агентство з розвитку туризму та проект UNICEF U-Report Ukraine, яке показало ставлення громадян до подорожей під час війни. У проєкті взяли участь близько 5 000 осіб віком від 14 до 34 років. Зокрема, опитування показало, що майже 55 % українців не відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року, проте майже 36 % українців це робили 1-5 разів (рис. 2) [9].

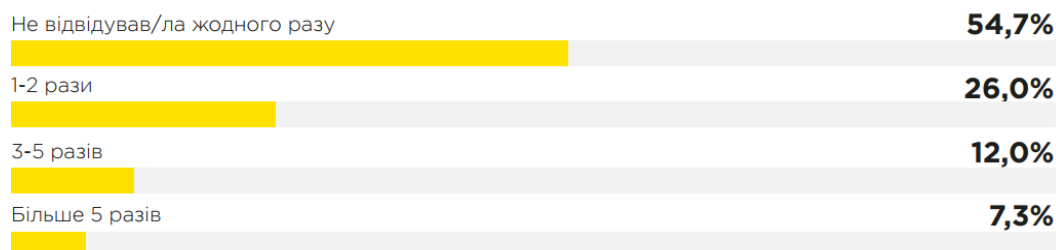


Рис. 2. Скільки разів ви відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року?
Джерело: [9]

Досліджуючи актуальні види відпочинку в Україні, більшість респондентів (54,0 %) відзначили, що надають перевагу пішим прогулянкам та дослідженням міського середовища. Близько 28 % опитаних віддають перевагу культурному туризму (екскурсіям до історичних пам'яток і музеїв). Пляжному туризму віддавали перевагу близько 23 % мандрівників (рис. 3).

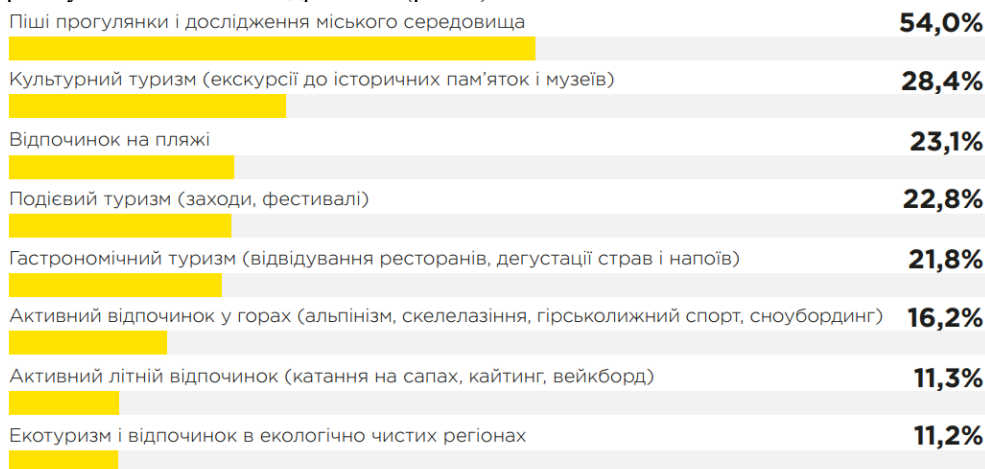


Рис. 3. Види відпочинку, яким надають перевагу в Україні після 24 лютого 2022 р.
Джерело: [9]

Тут слід відзначити суттєву зміну пріоритетів за цей період, адже за результатами опитування «Дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців», проведеного компанією «Хьюман Ресерч» на замовлення Державного агентства розвитку туризму у 2021 р. пріоритетним видом туризму був саме пляжний туризм (близько 48 %) (рис. 4).



Рис. 4. Види відпочинку, яким надавали перевагу в Україні у 2021 р.

Джерело: [4]

Вкрай актуальним питанням в умовах сьогодення було дослідження перешкод та обмежень для подорожей в Україні в умовах воєнного стану. Близько 57 % респондентів зазначили, що основним обмежуючим чинником подорожей були питання безпеки, а 42 % - фінансові витрати. Також суттєвими стримуючими факторами є втрата доступу до морських курортів та проблеми логістики доїзду (рис. 5).

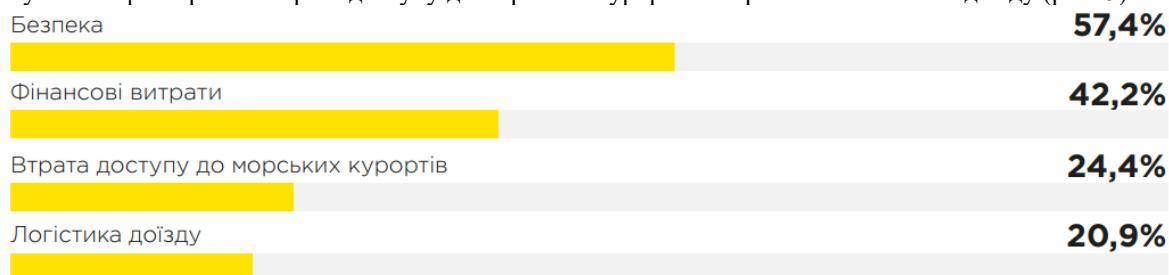


Рис. 5 Перешкоди (обмеження) для подорожей в Україні в умовах воєнного стану

Джерело: [9]

Певним підтвердженням зазначеного опитування є результати динаміки податкових надходжень від туристичній галузі за січень-червень 2023 р. по регіонах в порівнянні з аналогічним періодом 2021-2022 рр. Так, за інформацією Державного агентства розвитку туризму за перших шість місяців 2023 р. динаміка сплати податкових платежів була різною по областях (рис. 6).

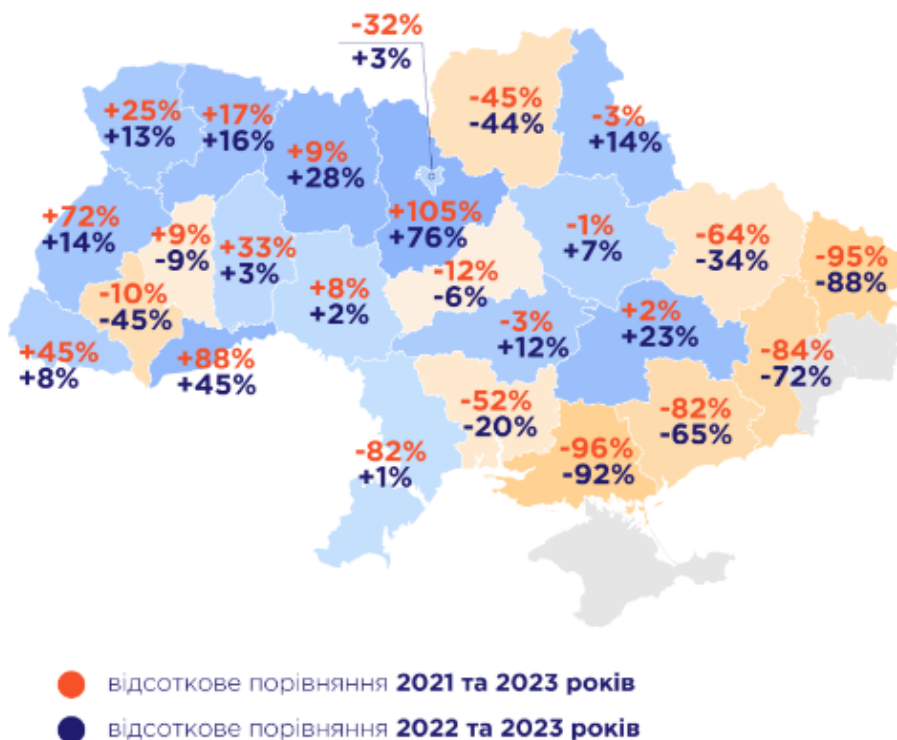


Рис. 6. Аналіз динаміки податкових надходжень від туристичній галузі за січень-червень 2023 р.

Джерело: [3]

Ріст податків за два квартали поточного року відмічено у столиці та у 14 регіонах України. Найбільший приріст – зафіксований у Київській області, яка за перші 6 місяців поточного року сплатила в бюджет 111157 тис. грн проти 63190 тис. грн за аналогічний період 2022 року. У першому півріччі 2021 році від Київщини в казну держави надійшло 54251 тис. грн (рис. 7).

Львівщина також тримає лідерство по надходженнях до бюджету. За перші шість місяців поточного року від області надійшло 147949 тис. грн, проти 129 млн 880 тис грн за аналогічний період торік. У 2021 році Львівський регіон за цей же період сплатив у казну держави 85911 тис. грн. В лідерах по зростанню податків і Буковина – 13113 тис. грн. Торік за перше півріччя представниками тургалузі в цьому регіоні сплачено 957 тис. грн, що на 2068 тис. грн більше ніж у 2021 році. Цього року зросли податкові надходження від туристичної галузі і на Закарпатті – 35 млн 916 тис. грн проти 33 млн 154 тис грн у 2022 році. Для порівняння у 2021 році сума надходжень склала 24748 тис. грн

ПОДАТКИ, млн грн:	2021	2022	2023
Вінницька	10,9	11,5	11,7
Волинська	5,5	6,0	6,8
Дніпропетровська	42,3	35,0	43,1
Донецька	22,5	13,0	3,6
Житомирська	5,5	4,6	6,0
Закарпатська	24,7	33,2	36,0
Запорізька	34,2	17,6	6,2
Івано-Франківська	65,0	106,2	58,3
Київська	54,3	63,2	111,2
Кіровоградська	6,6	5,7	6,4
Луганська	4,3	1,8	0,2
Львівська	86,0	129,9	148,0
Миколаївська	15,8	9,4	7,5
Одеська	241,8	42,8	43,4
Полтавська	18,4	17,0	18,2
Рівненська	6,7	6,7	7,8
Сумська	4,7	4,0	4,5
Тернопільська	7,3	8,7	8,0
Харківська	44,6	24,6	16,2
Херсонська	19,0	9,3	0,7
Хмельницька	8,5	11,0	11,3
Черкаська	9,3	8,8	8,2
Чернівецька	7,0	9,1	13,1
Чернігівська	7,7	7,6	4,2
м. Київ	336,6	222,8	229,8

Рис. 7. Аналіз динаміки податкових надходжень від тургалузі за січень-червень 2023 р.

Джерело: [3]

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Узагальнюючи вище викладене можна зробити висновки, що з початком військової агресії РФ проти України суттєво змінилися чинники мотивації туристичних подорожей. Незважаючи на складну ситуацію, 2023 р. продемонстрував можливості відновлення та розвитку внутрішнього туризму, особливо в західних областях. Україна має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм природним ресурсам, історичним пам'яткам, культурному спадку та гостинності своїх мешканців. Туристичні підприємства та напрямки постійно відстежують і адаптуються до цих факторів, щоб ефективно реагувати на зміни попиту та підтримувати конкурентну перевагу на ринку туристичних послуг. Розуміння різноманітної та мінливої природи попиту є ключем до успіху бізнесу та місць призначення в індустрії туризму. Розвиток туризму може стати драйвером регіонального розвитку, сприяючи підняттю економіки менш розвинених регіонів. Як зазначалось, індустрія туризму та гостинності може стати вагомим чинником відновлення вітчизняної економіки. До першочергових завдань щодо розвитку цієї галузі є вдосконалення туристичної інфраструктури та надання високоякісних туристичних послуг

Література

1. Nestoryshen I. European experience of the system of submission and processing of preliminary information about passengers (API/PNR) and cargo (ACIS). [scientific monograph]: «Development Of Ukraine's customs policy in the context of European Integration». Видавництво «Izdevnieciba «Baltija Publishing», Riga, Latvia. 2023. С. 149-166.
2. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. Modern Economics. 2021. № 30(2021). С. 71-75.
3. Динаміка податкових надходжень від регіонів за I перше півріччя 2023 року. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nahodzen-vid-regioniv-za-i-pershe-pivrichchya-2023-roku>
4. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». Проведено компанією «Хьюман Ресерч» на замовлення Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) на базі додатку «Lemur». URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>
5. Левицька І.В., Басюк Д.І., Климчук А.О., Тарасюк Г.М., Москвічова О.С. Економіка туризму: навчальний посібник. Житомир, 2020. 488 с.
6. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія / за наук. ред. проф. Л.Ю. Матвійчук. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.

-
7. Матюх С. А., Журба І. Є., Несторишен І. В. Економіка підприємств туристичної галузі: проблеми та перспективи розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2022, № 3, Т.2, С. 7-12.
 8. Соціально-економічна мотивація інноваційного розвитку регіону : монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2012. – 576 с.
 9. Результати онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни. Державне агентство з розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/zvidki-ukrayinci-berut-nathnennya-na-podorozhi-pid-chas-viyni>.
 10. UNWTO World Tourism Barometer - Volume 21 · Issue 2 · May 2023. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/barom-ppt-may-2023_0.pdf?VersionId=pJ0gOWRPkI5bFD5tx5yyuRJ82xwe4jwu

References

1. Nestoryshen I. (2023) European experience of the system of submission and processing of preliminary information about passengers (API/PNR) and cargo (ACIS). [scientific monograph]: «Development Of Ukraine's customs policy in the context of European Integration». Видавництво «Izdevnieciba «Baltija Publishing», Riga, Latvia.. P. 149-166.
2. Hlubochenko K. O., Doroshenko O. M. (2021) Analiz suchasnoho stanu rynku ta perspektyvy turystychnykh posluh v Ukraini. *Modern Economics*. 2021. № 30. P. 71-75.
3. Dynamika podatkovykh nadkhodzen vid rehioniv za I pershe pivrichchia (2023). Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nadhodzen-vid-regioniv-za-i-pershe-pivrichchya-2023-roku>
4. Zvit za rezultatamy opytuvannya «Provedennia doslidzhennia vnutrishnoho ta vyzynoho turyzmu ukrainsiv». Provedeno kompaniieiu «Khuman Research» na zamovlennia Derzhavnogo ahentstva rozvytku turyzmu (DART) na bazi dodatku «Lemur». URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>.
5. Levyska I.V., Basiuk D.I., Klymchuk A.O., Tarasiuk H.M., Moskvichova O.S. (2020). *Ekonomika turyzmu: navchalnyi posibnyk*. Zhytomyr, 488 p.
6. *Perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini ta sviti: upravlinnia, tekhnolohii, modeli (2019) : kolektyvna monohrafiia / za nauk. red. prof. L.Iu. Matviichuk*. Lutsk : IVV Lutskoho NTU, 320 p.
7. Matiukh S. A., Zhurba I. Ye., Nestoryshen I. V. (2022). *Ekonomika pidpriemstv turystychnoi haluzi: problemy ta perspektyvy rozvytku*. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. № 3, Т.2, P. 7-12.
8. *Sotsialno-ekonomichna motyvatsiia innovatsiinoho rozvytku rehionu (2012): monohrafiia / za zah. red. d-ra ekon. nauk, profesora O. V. Prokopenko*. – Sumy : Sumskyi derzhavnyi universytet, – 576 p.
9. Rezultaty onlain-opytuvannya shchodo podorozhei Ukrainoiu pid chas viiny. Derzhavne ahentstvo z rozvytku turyzmu. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/zvidki-ukrayinci-berut-nathnennya-na-podorozhi-pid-chas-viyni>.
10. UNWTO World Tourism Barometer - Volume 21 · Issue 2 · May 2023. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/barom-ppt-may-2023_0.pdf?VersionId=pJ0gOWRPkI5bFD5tx5yyuRJ82xwe4jwu