

Ofitsiyni sait Derzhavnoi aviatsiinoi sluzhby Ukrainy. <http://www.avia.gov.ua/documents/Lotna-pridatn/sertifikaciya-tipu/derectivi-lotnoi-pridatnosti/documents/Lotna-pridatn/sertifikaciya-tipu/23500.html>

"OECD (2012), Competitiveness and Private Sector Development: Ukraine 2011: Sector Competitiveness Strategy, OECD Publishing". http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/finance-and-investment/competitiveness-and-private-sector-development-ukraine-2011_9789264128798-en#page179

"OECD (2012), A Corporate Governance Assessment of Ukraine's State-Owned Aviation Sector: The Case of Antonov. Policy Handbook: Sector Competitiveness Strategy, OECD Publishing". <http://www.oecd.org/investmentcompact/AntonovEN.pdf>

Podrieza, S. M. "Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm rozvytku infrastruktury tekhnichnoho zabezpechennia aviatsiinoho transportu" [Organizational-economic mechanism of development of infrastructure of technical support of air transport]. *Avtooref. dys. ... dokt. ekon. nauk.*: 08.07.04, 2005.

"Proekt «Stratehichnoho planu rozvytku aviatsiinoho transportu do 2020 roku»" [The project "Strategic plan for the development of air transport till 2020"]. Ministerstvo infrastruktury Ukrainy. <http://mtu.gov.ua/projects/view.php?P=30>

Poplavska, Z. V., and Kalynovskyy, A. O. "Economic problems of aircraft equipment recovery". *Econtechmod. An international quarterly journal*, vol. 05, no. 1 (2016): 89-96.

Romaniuk, V. M. "Derzhavno-privatne partnerstvo yak peredumova pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia DP "Antonov"" [Public-private partnerships as a prerequisite for improving the efficiency of management of SE Antonov]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 9 (2015): 117-121.

Vovnianko, A. "Ruinatsiia aviatsiinoi promyslovosti Ukrainy" [The destruction of aviation industry of Ukraine]. <http://my.obozrevatel.com/technology/71639-rujnatsiya-aviatsiinoi-promislovosti-ukraini.htm>

УДК 332.122:379.84

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ ТА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ СПІВПРАЦІ ЙОГО УЧАСНИКІВ

© 2016 ТОМАШЕВСЬКА А. В.

УДК 332.122:379.84

Томашевська А. В. Розвиток туристичного ринку Карпатського регіону та оцінка можливостей співпраці його учасників

Статтю присвячено аналізу розвитку туристичного ринку Карпатського регіону та можливості співпраці його учасників. Проаналізовано динаміку кількості суб'єктів туристичної діяльності регіону, доходів від надання туристичних послуг, кількості обслужованих туристів у межах Карпатського регіону. Запропоновано результати проведеного експертного аналізу щодо розвитку співпраці в регіоні учасників туристичного ринку. Результати дослідження підтвердили необхідність заходів, що визначають подальший розвиток туризму у вигляді співпраці. Визначено, що цей показник поступається лише заходам щодо розширення спортивних споруд, у першу чергу, пов'язаних із зимовими видами спорту, і залученню зовнішніх інвестицій. Показано, що невизначеними залишаються напрямки практичної реалізації такої співпраці та доведено, що перешкодами на шляху до неї є переважно бар'єри психологічного характеру, а також прогалини в знаннях про переваги, можливості та форми такої співпраці.

Ключові слова: туристичний ринок, Карпатський регіон, туристичні послуги, суб'єкти туристичного ринку, турагенти, туроператори.

Рис.: 2. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 6.

Томашевська Антоніна Василівна – здобувач, кафедра менеджменту та маркетингу, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника (вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, 76018, Україна)
E-mail: lianeta@mail.ru

УДК 332.122:379.84

UDC 332.122:379.84

Томашевская А. В. Развитие туристического рынка Карпатского региона и оценка возможностей сотрудничества его участников
Статья посвящена анализу развития туристического рынка Карпатского региона и возможности сотрудничества его участников. Проанализирована динамика количества субъектов туристической деятельности региона, доходов от предоставления туристических услуг, количества обслуженных туристов в пределах Карпатского региона. Предложены результаты проведенного экспертного анализа по развитию сотрудничества в регионе участников туристического рынка. Результаты исследования подтвердили необходимость мер, определяющих дальнейшее развитие туризма в виде сотрудничества. Определено, что этот показатель уступает лишь мерам по расширению количества спортивных сооружений, в первую очередь, связанных с зимними видами спорта, и привлечению внешних инвестиций. Показано, что неопределенными остаются направления практической реализации такого сотрудничества и доказано, что препятствиями на пути к нему являются преимущественно барьеры психологического характера, а также пробелы в знаниях о преимуществах, возможностях и формах такого сотрудничества.

Ключевые слова: туристический рынок, Карпатский регион, туристические услуги, субъекты туристического рынка, турагенты, туроператоры.

Рис.: 2. **Табл.:** 3. **Библ.:** 6.

Томашевская Антонина Васильевна – соискатель, кафедра менеджмента и маркетинга, Прикарпатский национальный университет им. В. Стефаника (ул. Шевченко, 57, Івано-Франківськ, 76018, Україна)
E-mail: lianeta@mail.ru

Tomashevsk A. V. Development of the Tourism Market of the Carpathian Region and Evaluation of Possibilities for Cooperation of its Actors

The article is concerned with analyzing development of the tourism market of the Carpathian region and the possibilities for cooperation of its actors. The dynamics of the number of actors of the tourism activity of the region, the revenues from provision of tourist services, and the number of the tourists, which were receiving services within the Carpathian region, have been analyzed. Results of the carried out expert analysis on the development of cooperation by actors of the tourism market in the region have been provided. The study results have confirmed the need for measures that determine the further development of tourism in the form of cooperation. It has been determined that this indicator is second only to measures to increase the number of sports facilities, primarily associated with winter sports, as well as attracting foreign investment. It is displayed that the uncertain directions are connected with the practical implementation of such cooperation and it is proved that obstacles to it are predominantly the barriers of psychological nature, as well as gaps in the knowledge about benefits, opportunities and forms of such cooperation.

Keywords: tourism market, Carpathian region, tourist services, actors of tourism market, travel agents, tour operators.

Fig.: 2. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 6.

Tomashevsk Antonina V. – Applicant, Department of Management and Marketing, Precarpathian National University named after V. Stefanyk (57 Shevchenko Str., Ivano-Frankivsk, 76018, Ukraine)
E-mail: lianeta@mail.ru

Економічні процеси, що визначають стан і характер розвитку регіональних туристичних ринків, обумовлені сучасними глобальними тенденціями світового господарства, зокрема наслідками фінансово-економічної кризи, яка суттєво вплинула на попит і загострення конкурентної боротьби на туристичному ринку. Ці обставини вимагають ретельного вивчення ринкової кон'юнктури й оперативного реагування на її зміни. Прийняття будь-яких стратегічних рішень у цьому напрямку обумовлюється необхідністю проведення ґрунтовного аналізу стану туристичних ринків, у тому числі на предмет можливостей організації ефективної співпраці всіх зацікавлених учасників.

Розвиток регіонального туристичного бізнесу в Карпатському регіоні буде сприяти створенню в ньому спеціальних малих і середніх підприємств, а також активізації та стимулюванню роботи цілої мережі галузей народного господарства: будівництві, торгівлі, сільськогосподарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту і зв'язку, формуванню сучасної кадрової політики в регіоні та поетапному виходу регіонального туристичного бізнесу як на загальнодержавний, так і на світовий рівень туристичних послуг. У контексті розробки науково-методичних підходів щодо організації ефективної співпраці суб'єктів регіонального туристичного ринку важливим є аналіз і оцінка можливостей такої співпраці, виявлення напрямків її інтенсифікації.

Мета статті полягає у визначенні основних тенденцій розвитку Карпатського регіону та оцінці можливостей співпраці його учасників.

Попри економічну кризу слід відзначити тенденцію до зростання загальної кількості суб'єктів туристичної діяльності України зі 4793 од. у 2011 р. до 5711 од. у 2013 р. У 2014 р. відзначаємо зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні до 3885 од.,

що обумовлено неврахуванням статистичної інформації з АР Крим, м. Севастополь, а також певних районів Донецької і Луганської областей. Зауважимо, що суб'єктами туристичної діяльності є як юридичні особи (туроператори, турагенти, суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність), так і фізичні особи-підприємці (турагенти, суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність).

Що стосується Карпатського регіону, відзначимо суттєве зменшення (на 111од.) кількості суб'єктів туристичної діяльності у 2014р у порівнянні з 2013р. (табл. 1). До складу Карпатського туристичного регіону входять чотири області Західної України: Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська та Чернівецька. Територія Карпатського туристичного регіону охоплює 56,6 тис. км², що становить 9,4% території України. У його межах проживає 6120 тис. населення (13% від загальноукраїнського показника), більша частина якого проживає у селах – 51,4%.

Поряд зі зменшенням кількості суб'єктів туристичної діяльності зменшився і дохід від надання туристичних послуг у Карпатському регіоні (табл. 2). Зокрема зменшення доходів у 2014 р. порівняно з 2013 р. у Закарпатській області (на 5,4%), Івано-Франківській області (на 15,2%), Львівській області (на 23,6%), Чернівецькій області (на 17,4%).

Серед регіонів, як виняток, можна відзначити лише Івано-Франківську область, в якій у 2014 р. у відношенні до 2011 р. наявне збільшення кількості обслугованих туристів на 17,8% (табл. 3). У решти регіонах відзначаємо суттєве зменшення кількості обслугованих туристів, зокрема, в Чернівецькій області – 90,4%, Закарпатській області – 82,4%.

Співпраця в туризмі суб'єктів, які функціонують в одному просторовому середовищі (наприклад, регіоні чи групі регіонів), вимагає їх зацікавленості та обізнаності про переваги, які вона може принести. У відповідності до цього виникають такі питання:

Таблиця 1

Кількість суб'єктів туристичної діяльності Карпатського регіону (од.)

Регіон	Рік			
	2011	2012	2013	2014
Закарпатська область	149	130	82	74
Івано-Франківська область	116	109	112	99
Львівська область	230	279	272	235
Чернівецька область	119	141	121	68

Джерело: складено на основі [1–4].

Таблиця 2

Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів) суб'єктів туристичної діяльності у Карпатському регіоні (тис. грн)

Регіон	Рік			
	2011	2012	2013	2014
Закарпатська область	12181,5	16800,8	10015,3	9474,4
Івано-Франківська область	220430,2	234682,0	243893,2	206925,7
Львівська область	114066,5	176725,8	228708,4	174753,5
Чернівецька область	12485,4	8304,4	10487,5	8657,6

Джерело: складено на основі [1–4].

Кількість обслугованих туристів в межах Карпатського регіону (осіб)

Регіон	Рік			
	2011	2012	2013	2014
Закарпатська область	10245	7655	6414	1804
Івано-Франківська область	47255	97310	59891	55672
Львівська область	34754	41274	40828	28648
Чернівецька область	20712	4466	3061	1997

Джерело: складено на основі [1–4].

1. Чи сприймається співпраця як важливий чинник подальшого розвитку туризму в регіоні?
2. Чи туристичні підприємства регіону співпрацюють з іншими організаціями в сфері туризму?
3. Чи існують бар'єри для такого співробітництва?
4. Чи впроваджуються інноваційні форми співпраці у сфері туризму на рівні регіонів?

Як показав проведений експертний аналіз, розвиток співпраці у Карпатському туристичному регіоні залежить, передусім, від сприйняття своєї ролі в побудові конкурентних переваг туристичних підприємств. Тільки усвідомлення того, що без співпраці не домогтися успіху на ринку, приводить до зміцнення співробітництва.

Тому, щодо необхідних умов для подальшого розвитку туризму в регіоні, одне з визначальних місць надано співпраці (рис. 1). Результати дослідження підтвердили необхідність заходів, що визначають подальший розвиток туризму у вигляді співпраці (64,7% респондентів). Цей показник поступається лише заходам з розширення спортивних споруд, у першу чергу, пов'язаних із зимовими видами спорту (83,2%) і залученню зовнішніх інвестицій (75,3%).

У той час, як усвідомленість важливості співпраці є високою, невизначеною залишається можливість

її (співпраці) практичної реалізації. Окрім контактів з контрагентами або окремими конкурентами, можна, наприклад, відзначити співпрацю з місцевими туристичними організаціями чи туристичними кластерами (рис. 2).

Незначним є вплив Ради з туризму Карпатського регіону (15,2%), основними напрямками діяльності якої є координація зусиль областей з розвитку туристичної галузі, аналіз розвитку туризму та діяльності туристичних підприємств, проведення навчальних семінарів, конференцій, круглих столів, здійснення маркетингу туристичних ресурсів регіону, моніторинг діяльності туристичної індустрії в регіоні, координація діяльності туристичних підприємств з урядовими, недержавними, міжнародними, донорськими та туристичними організаціями.

Аналіз результатів показує, що індустрія туризму регіону має внутрішній конфлікт, що робить проблематичним організацію ефективної співпраці та через що вона втрачає великі можливості впливу на прийняття рішень, що стосуються розвитку туризму в регіоні.

Багато перешкод на шляху до співпраці в туристичному секторі виникає через бар'єри психологічного характеру, а саме: небажання поділитися успіхами (63,1% респондентів), менталітет (58,4%), а також нерівномірності розподілу користі від співпраці між її учасниками (55,3%). Важливими дестимуляторами співробітництва є також прогалини в знаннях про переваги та можливості співпраці, її форми.



Рис. 1. Перспективні напрямки розвитку туризму в Карпатському регіоні (% від кількості респондентів)

Джерело: складено автором на основі проведених досліджень.

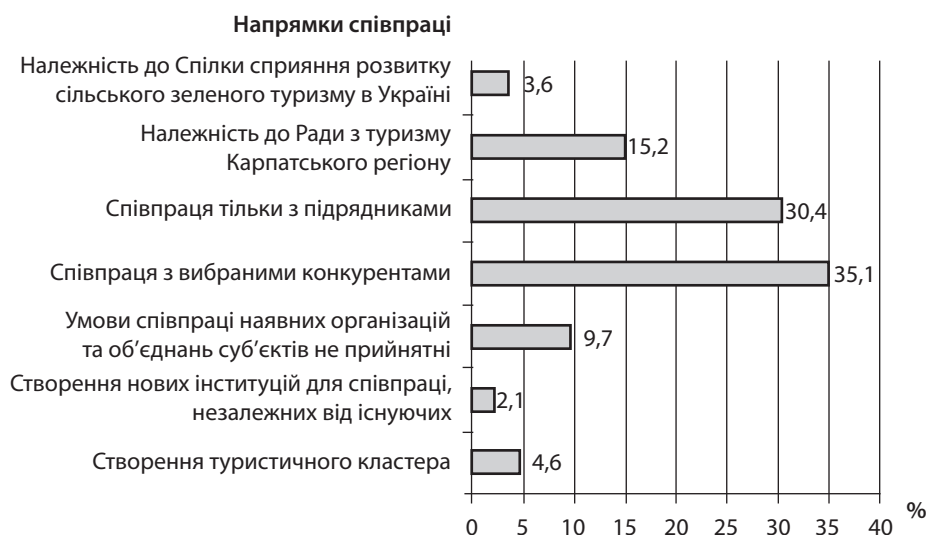


Рис. 2. Напрямки співпраці у Карпатському туристичному регіоні (% від кількості респондентів)

Джерело: складено автором на основі проведених досліджень.

ВИСНОВКИ

Таким чином, встановлено, що професійне формування регіональної туристичної пропозиції, яка відповідає очікуванням споживачів і забезпечує досягнення конкурентної переваги, вимагає активної співпраці всіх учасників туристичного ринку. В рамках аналізу формальних та організаційних форм співпраці у розвитку регіонального туристичного продукту виокремлено можливості співпраці, які знайшли практичне застосування на ринку туризму, зокрема, туристичний кластер як домінуючу форму партнерства на даному ринку. Встановлено, що більшість учасників регіонального туристичного ринку знають про необхідність співпраці у розвитку туризму, однак, вважають, що непогано справляються, створюючи туристичну пропозицію самостійно. Відзначається небажання ділитися своїми ідеями та успіхом з іншими. Суттєвою перешкодою для співпраці в туристичному секторі також є національний менталітет. Це може бути пов'язано з тим, що протягом тривалого періоду функціонування економіки в централізованій системі кожен суб'єкт мав певну галузеву чи адміністративну приналежність. На момент введення ринкової економіки суб'єкти туристичної діяльності отримали вибір, причому більшість з них вибрали самостійну діяльність. Отримавши модель західноєвропейських суспільств, учасники ринку поступово приходять до висновку, що співпраця є важливим елементом функціонування ринку. З іншого боку, прогалини у знаннях про конкретні форми співробітництва, навіть у вигляді туристичного кластера, є причиною недостатнього використання цих форм співпраці. Іншою причиною може бути відсутність явного лідера на ринку, який був би зацікавлений у заохоченні співробітництва з іншими. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Туристична діяльність в Україні у 2014 році. Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики, 2015. – 76 с.

2. Туристична діяльність в Україні у 2013 році. Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики, 2014. – 272 с.

3. Туристична діяльність в Україні у 2012 році. Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики, 2013. – 272 с.

4. Туристична діяльність в Україні у 2011 році. Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики, 2012. – 76 с.

5. **Ткаченко Т. І.** Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

6. **Барчук І. С.** Методи наукових досліджень в туризмі: учебное пособие для вузов / И. С. Барчук. – М.: Академия, 2008. – 224 с.

REFERENCES

Barchukov, I. S. *Metody nauchnykh issledovaniy v turizme* [Research methods in tourism]. Moscow: Akademiya, 2008.

Turystychna diialnist v Ukraini u 2013 rotsi. Statystychnyi biuletyn [Tourist activity in Ukraine in 2013. Statistical Bulletin]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky, 2014.

Turystychna diialnist v Ukraini u 2012 rotsi. Statystychnyi biuletyn [Tourist activity in Ukraine in 2012. Statistical Bulletin]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky, 2013.

Turystychna diialnist v Ukraini u 2011 rotsi. Statystychnyi biuletyn [Tourist activity in Ukraine in 2011. Statistical Bulletin]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky, 2012.

Tkachenko, T. I. *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable tourism: theory, methodology, business realities]. Kyiv: KNTEU, 2009.

Turystychna diialnist v Ukraini u 2014 rotsi. Statystychnyi biuletyn [Tourist activity in Ukraine in 2014. Statistical Bulletin]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky, 2015.