

Юхновська Ю.О.,

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри «Фінанси та економічна безпека»,
*Дніпропетровський національний університет
залізничного транспорту імені академіка Всеволода Лазаряна*

Yukhnovskaya Julia,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Doctoral Student Department of Finance and Economic Security,
*The Dnepropetrovsk National University
of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan*

ДОСЛІДЖЕННЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Юхновська Ю.О. Дослідження життєвого циклу туристичної галузі регіонів України. У статті досліджено основні підходи до класифікації чинників, що впливають на формування життєвого циклу туристичної галузі України та її регіонів. Виділено та деталізовано зовнішні чинники макросистеми, зовнішні чинники мікросистеми та внутрішні чинники мікросистеми туристичної галузі України та регіонів. Надано рекомендації щодо аналізу впливу чинників макро-, мікро- та внутрішнього середовища на формування життєвого циклу розвитку туристичної галузі. На матеріалах регіонів України, що є перспективними для формування різних видів туристичної галузі, проведено експертно-статистичний аналіз етапів життєвого циклу, встановлено найбільш значущі чинники, які впливають на розвиток туристичної галузі України та окремих регіонів, та здійснено інтегральну оцінку регіональних дестинацій. Розроблено рекомендації щодо ефективного розвитку туристичної галузі в регіоні.

Ключові слова: життєвий цикл, розвиток туристичної галузі, макросередовище, мікросередовище, внутрішні чинники мікросистеми, туризм.

Юхновская Ю.А. Исследование жизненного цикла туристической отрасли регионов Украины. В статье исследованы основные подходы к классификации факторов, влияющих на формирование жизненного цикла туристической отрасли Украины и ее регионов. Выделены и детализированы внешние факторы макросистемы, внешние факторы микросистемы и внутренние факторы микросистемы туристической отрасли Украины и регионов. Даны рекомендации по анализу влияния факторов макро-, микро- и внутренней среды на формирование жизненного цикла развития туристической отрасли. На материалах регионов Украины, которые являются перспективными для формирования различных видов туристической отрасли, проведен экспертно-статистический анализ этапов жизненного цикла, установлены наиболее значимые факторы, влияющие на развитие туристической отрасли Украины и отдельных регионов, и осуществлена интегральная оценка региональных дестинаций. Разработаны рекомендации по эффективному развитию туристической отрасли в регионе.

Ключевые слова: жизненный цикл, развитие туристической отрасли, макросреда, микросреда, внутренние факторы микросистемы, туризм.

Yukhnovskaya Julia. Research of the life cycle of the tourist industry in the regions of Ukraine. The main approaches to the classification of factors influencing the life cycle of the tourist industry of Ukraine and its regions are explored in the article. External factors of the macrosystem, external factors of the microsystem and internal factors of the microsystem of the tourist industry of Ukraine and regions are highlighted and detailed. Recommendations are given for analyzing the influence of macro-, micro- and internal environment factors on the life cycle development of the tourism industry. The materials of the regions of Ukraine, which are promising for the formation of different types of tourism industry, conducted an expert-statistical analysis of life cycle stages, identified the most significant factors that influence the development of the tourism industry of Ukraine and individual regions and carried out an integrated assessment of regional destinations. The study summarized the expert assessments and calculated the importance of life cycle indicators of the tourism industry in the regions of Ukraine. Recommendations for the effective development of the tourism industry in the region have been developed. A comprehensive strategy for the development of the tourism industry of the region / city / village is proposed, which should direct the activities of all actors of the community to: create a modern market for various tourism services based on healthy competition; optimization of the use of existing ones, restoration of lost and creation of new objects of tourist infrastructure, increase of the number of employees in the hospitality sphere, establishment of partnerships between tourist companies and enterprises of industrial and communal infrastructure, leisure and entertainment establish-

ments, museum institutions, public organizations, support of small organizations entrepreneurship in the tourism sector; development of international cross-border regional cooperation; economic stimulation of tourism material base development through attraction of budgetary and extra-budgetary sources, in particular foreign investments for reconstruction and construction of new tourist sites; improvement of information system of tourist industry, creation of regional geoinformation system; conducting active advertising activities, establishing effective marketing communications, forming a territorial tourism brand; improving the system of training, retraining and advanced training of tourism personnel; quality control of tourist services.

Key words: life cycle, tourism industry development, macro environment, microenvironment, internal micro-system factors, tourism.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. На життєдіяльність багатьох галузей, у тому числі й туристичної, впливають багато чинників. Для виявлення саме тих чинників, які впливають на життєдіяльність конкретної галузі, необхідно проаналізувати кожну організацію або підприємство, які впливають безпосередньо на формування та розвиток життєвого циклу туристичної галузі. Високого розвитку туристичній галузі можливо досягти лише тоді, коли вона буде конкурентоздатна на ринку, враховуючи всі чинники успіху в туристичній галузі. Досліджуючи всі чинники та їхній вплив на формування життєвого циклу туристичної галузі, доходимо висновку, що значна кількість чинників знаходиться у зв'язку між собою та зміни в якомусь із чинників призводять до змін в інших. На нашу думку, вивчення всіх чинників впливу на розвиток життєвого циклу туристичної галузі необхідно проводити комплексно та системно.

Огляд (аналіз) останніх досліджень і публікацій з цієї проблеми, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Багато науковців та фахівців досліджують теорію оцінки туристичної галузі України та її регіонів, у тому числі й питання життєвого циклу туристичної галузі та його вплив на розвиток галузі взагалі [3; 8; 10]. Такі відомі науковці, як О.О. Бейдик, В.Ф. Данильчук, О.В. Музиченко-Козловська, О.Я. Бовсуновська, С.Н. Голубнича, О.В. Мельник та ін., досліджують методологію привабливості, оцінки розвитку туристичної галузі та окремих територій [2; 4; 6; 7], ними розроблено багато методик щодо аналізу та оцінки як окремих складників, так і взагалі весь процес розвитку життєвого циклу туристичної галузі (рекреаційні ресурси, природні ресурси, туристичну інфраструктуру тощо). Однак у наукових джерелах відсутня саме комплексна та системна оцінка життєвого циклу туристичної галузі України та її окремих регіонів, які сезонно або цілорічно відвідують туристи чи екскурсанти з різними цілями (відпочинок, оздоровлення, пізнання, розваги тощо) [1].

Формулювання завдання дослідження. Мета статті – дослідити життєвий цикл туристичної галузі та його вплив на розвиток галузі в Україні й її регіонів і виявити чинники, які на нього впливають.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Пріоритетним у туристичній галузі дослідники визначають у цільовій системі саме конкурентоспроможність галузі, що підтверджується доведеними зв'язками між конкурентною позицією туристичної галузі та ринковим успіхом. Сприяння зростанню, здатність тривалий час утримувати пріоритетні позиції та переваги відносно конкурентів є осно-

вними пріоритетами та передумовами формування факторів туристичної галузі. Велике значення має взаємозв'язок між стадіями життєвого циклу туристичної галузі та конкурентоспроможністю. Багато науковців та фахівців визначають перелік стадій конкурентоспроможності туристичної галузі або перелічують етапи життєвого циклу конкурентних переваг туристичної галузі [5; 12], інші дослідники пов'язують стадії життєвого циклу безпосередньо з конкурентоспроможністю галузі. Кожній стадії життєвого циклу туристичної галузі відповідає певна стадія конкурентоспроможності галузі: стадії створення – стадія зростаючої конкурентоспроможності; стадії росту, стадії «стійкої» зрілості – стадія стійкої конкурентоспроможності; стадії «паразитичної» зрілості – стадія відносної конкурентоспроможності; стадії занепаду – стадія втрати конкурентоспроможності. Л. Хвїчія називає чинники конкурентоспроможності організацій [11], які відповідно, можна вважати також і факторами, що впливають на формування ЖЦ. Л.А. Брагін та Т.П. Данько [9] демонструють зв'язок стадій життєвого циклу з різними видами підприємницького ризику, які породжуються зовнішнім та внутрішнім середовищем та здійснюють вплив на результати роботи всієї туристичної галузі. За мірою впливу на розвиток галузі Л.А. Брагін та Т.П. Данько виділяють: ризики, що мало впливають на зміну профілю і стратегічної лінії поведінки організацій галузі туризму на ринку; ризики, що здійснюють значний вплив на прискорення чи сповільнення процесів, що планують організації; ризики, які різко змінюють профіль галузі та стиль поведінки на ринку [9].

Тільки визначивши чинники, які впливають на еволюцію, розвиток та конкурентоздатність туристичної галузі, враховуючи існуючі стимулятори та депресанти цих факторів, можна управляти життєвим циклом туристичної галузі (ЖЦТГ) України та окремих її регіонів. До чинників, які класифікують туристичну діяльність та викликають зміни у розвитку галузі на стадіях життєвого циклу, можна віднести: внутрішні – навмисні дії, що ініціюються самою туристичною галуззю; зовнішні – впливають на туристичну галузь, але формуються за її межами, які найменш передбачувальні за характером, наслідками та неконтрольовані менеджментом туристичної галузі.

Управління життєвим циклом туристичної галузі – це процес планування та прогнозування, який урахує зовнішні та внутрішні чинники, які впливають на еволюцію розвитку туристичної галузі, постійний моніторинг маркетингового середовища, активні дії менеджерів туристичної галузі, спрямовані на сталий розвиток території як туристичної.

Таблиця 1

Чинники впливу на життєвий цикл розвитку туристичної галузі

Групи чинників	Чинники, які є суттєвими для ЖЦГ	Група чинників	Чинники, які є суттєвими для ЖЦГ	Група чинників	Чинники, які є суттєвими для ЖЦГ
Зовнішні чинники макросистеми		Зовнішні чинники мікросистеми		Внутрішні чинники мікросистеми	
Суспільні	Демографічна ситуація Доходи та купівельна спроможність населення Соціальний захист населення Зайнятість населення, рівень безробіття Міграція населення Звичаї, культура тощо	Діяльність посередників	Реалізація турпродукту через посередників – турагентств Послуги маркетингових фірм із дослідження ринку Отримання необхідних даних від інформаційних агентств Послуги рекламних агентств тощо	Стратегія туристичної галузі	Філософія (місія) галузі, наявність стратегії розвитку туристичної галузі, мети, планування, рівень диверсифікації діяльності, напрям діяльності тощо, частка ринку
Технологічні	Новизна технологій, наявність ресурсів, новизна продукції тощо	Робота з постачальниками	Якість послуг постачальників турпослуг Ціни постачальників тощо	Кадровий потенціал	Ефективність менеджменту, рівень організаційно-економічних знань засновників і керівників Кадрове забезпечення, рівень професіоналізму та досвід працівників Рівень ділової культури й етики
Економічні	Економічна ситуація в країні Рівень інфляції; життєвий цикл галузі Інвестиційна діяльність Рівень товарного дефіциту в країні	Платоспроможність і поведінка споживачів	Попит на послуги підприємства з боку споживачів Поведінка споживача та мотиви прийняття рішення про придбання		
Політико-правові	Приватизаційні процеси Податкова система Митне регулювання Політична та законодавча стабільність Правова захищеність Антимонопольне регулювання Протекціонізм зовнішньої торгівлі Механізм підтримки підприємств Законодавча база Інформація тощо	Конкуренція	Рівень конкурентоспроможності фірми Наявність послуг-замінників Цінова політика конкурентів тощо	Виробничі можливості	Матеріально-технічне забезпечення Наявність капіталу (власні кошти, кредити, інвестиції тощо), трудові ресурси Технологічні ресурси тощо
		Інфраструктура ринку	Можливість отримати фінансові ресурси від банківських установ Наявність фондів підтримки, кредитування, страхування Послуги консултарційних організацій з юридичних, управлінських, економічних і інших питань Стан розвитку транспортних організацій тощо	Маркетинг	Турпродукт підприємства, якість продукту, життєвий цикл послуги, пристосування до споживчих потреб, що змінюються, рівень обслуговування Ціни, рівень цін стосовно цін ринку Інтенсивність збуту, ступінь охоплення ринку, місце розміщення збутової мережі
Природно-кліматичні	Кліматичні умови Екологія Погодні умови Наявність ресурсів тощо	Громадська діяльність	Налагодження зв'язків з громадськими організаціями Характер відносин зі засобами масової інформації тощо		Промисловість: стимулювання збуту, реклама, пропаганда, імідж підприємства тощо

Діяльність турагентств, підприємств – постачальників туристичних послуг, туроператорів, підприємств-конкурентів, громадську діяльність, споживачів та ін. можна віднести до чинників мікросередовища туристичної галузі. Місію та стратегію туристичної галузі, виробничі можливості, кадровий потенціал, рекреаційний потенціал, маркетинг тощо можна віднести до внутрішніх чинників. Зовнішні чинники мікрота макросистеми і внутрішні чинники мікросистеми туристичної галузі представлено в табл. 1.

Обґрунтований вибір стратегії розвитку туристичної галузі, науковий і практичний інтерес становить оцінка рівня її розвитку, тобто етап життєвого циклу. Питанням концепції життєвого циклу туристичної галузі (ЖЦТГ) займалися такі науковці, як С. Плог, Р. Батлер, Т. Ткаченко та ін. Згідно з розробленими концепціями, туристична галузь у розвитку проходить чотири основні послідовні стадії: зародження, зростання і розвиток, зрілість, стагнація і старіння.

У дослідженні нами було узагальнено експертні оцінки і розраховано вагомість показників життєвого циклу туристичної галузі регіонів України (табл. 2).

На основі експертного оцінювання та статистичних даних нами було встановлено та розраховано інтегральне оцінювання показників життєвого циклу туристичної галузі окремих найбільш конкурентоздатних регіонів України. Результати оцінки показали, що Закарпатська та Одеська області знаходяться на етапі становлення, а інші регіони, які досліджувалися, перебувають на етапі зародження туристичної галузі. Показники інтегрального оцінювання стадій життєвого циклу туристичної галузі окремих регіонів України можна ранжувати так:

значення інтегральної оцінки 0–5 балів – стадія зародження;

значення інтегральної оцінки 5–8 балів – стадія зростання;

значення інтегральної оцінки 8–10 балів – стадія зрілості;

значення інтегральної оцінки 4–0 балів – стадія спаду (табл. 3).

Із даних таблиці видно, що найвищі показники розвитку життєвого циклу туристичної галузі має Одеська (6,28 бали) та Закарпатська (5,10 бали) області. Найнижчий показник визначено для Черкаської області – 3,28 бали.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У дослідженні передбачалося для розроблення стратегії розвитку туристичної галузі регіонів України визначення стадії життєвого циклу туристичної галузі та її привабливості, враховуючи визначені показники.

На нашу думку, стратегія розвитку туристичної галузі окремих регіонів України повинна бути розроблена комплексно. Необхідно створювати сучасний ринок різноманітних туристичних послуг; оптимізувати використання існуючих суб'єктів, відновлення та створення нових об'єктів туристичної інфраструктури регіонів України, збільшення кількості зайнятих фахівців гостинної сфери, налагодження партнерських зв'язків між усіма супутніми сферами туристичної галузі; вдосконалювати інформаційну систему туристичної галузі України; поліпшувати та оптимізувати матеріально-технічну базу туристичної галузі регіонів України; проводити

Таблиця 2

Вагомість показників життєвого циклу туристичної галузі регіонів України

№	Показник	Середня питома вагомість	Значима вагомість
1	Кількість розміщених у колективних засобах розміщування	17,50%	21,26%
2	Доходи від надання туристичних послуг, тис грн (юридичні й фізичні особи)	9,60%	0,00%
3	Роздрібний товарооборот підприємств за видами економічної діяльності (діяльність і забезпечення стравами і напоями), млн грн	16,90%	20,53%
4	Кількість підприємств виноградарсько-виноробного комплексу	22,00%	26,73%
5	Обсяги капітальних інвестицій у розвиток індустрії гостинності, млн грн	8,10%	0,00%
6	Рівень гостинності місцевого населення	25,90%	31,47%
	Всього	100%	100%

Таблиця 3

Інтегральна оцінка стадії життєвого циклу туристичної галузі регіонів України

Регіон	Інтегральний показник	Етап розвитку ЖЦ
Вінницька	3,57	зародження
Дніпропетровська	3,75	зародження
Запорізька	3,48	зародження
Івано-Франківська	4,25	зародження
Львівська	4,48	зародження
Одеська	6,28	становлення
Харківська	3,35	зародження
Закарпатська	5,10	становлення
Херсонська	3,27	зародження
Черкаська	3,25	зародження
м. Київ	4,63	зародження

рекламну діяльність; формувати туристичний бренд регіонів України; вдосконалювати систему підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації туристичних кадрів; контролювати якість туристичних послуг тощо.

Отже, у стратегії розвитку туристичної галузі необхідно враховувати весь комплекс чинників, які впливають на нього, та сприяти формуванню та розвитку національного конкурентного туристичного продукту на вітчизняному ринку.

Список використаних джерел:

1. Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом : монографія / І.М. Бабич. Київ, 2014. 252 с.
2. Бейдик О.О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України : автореф. дис. ... д-ра геогр. наук : 11.00.02 «Економічна та соціальна географія» ; КНУ ім. Т. Шевченка. Київ, 2004. 36 с.
3. Веденин Ю.А. Динамика территориальных рекреационных систем. Москва : Наука, 1982. 190 с.
4. Методология оценки рекреационных территорий : монография / В.Ф. Данильчук и др. Донецк : ДИТБ, 2003. 197 с.
5. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства : підручник Київ : КНЕУ, 2001. 528 с.
6. Мельник О.В. Природно-рекреаційний потенціал у процесі моделювання оцінки рівня туристичної привабливості території. *Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Природно-ресурсний потенціал в системі просторового розвитку*. 2004. Вип. 2(XLVI). С. 259–265.
7. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території : монографія. Львів : Новий Світ-2000, 2012. 176 с.
8. Преображенский В.С., Зорина И.В. Теория рекреологии и рекреационной географии. Москва : Наука, 1992. 280 с.
9. Брагина Л.А., Данько Т.П. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация : учебник. Москва : ИНФРА-М, 2000. 560 с.
10. Торохтин М. Здравницы Карпат : Путеводитель-справочник. Ужгород : Карпаты, 1975. 96 с.
11. Хвичия Л. Обеспечение конкурентоспособности фирмы. *Бизнес Информ*. 1998. № 5. С. 79–81.
12. Градова А.П. Экономическая стратегия фирмы : учебное пособие. Санкт-Петербург : Специальная литература, 1999. 589 с.

References:

1. Babych, I.M. Basiuk, D.I. Bilko, M.V. and other (2014), Aktualni problemy upravlinnia vynohradno – vynorobnym kompleksom. [Actual problems of vineyard management] 252 pp. (in Ukrainian).
2. Beidyk, O. O. (2004), “Metodolohiia ta metodyka analizu rekreatsiono-turystykykh resursiv Ukrainy”, [Methodology and methodology of analysis of recreational and tourism resources of Ukraine] Ph.D. Thesis, 11.00.02 «Ekonomiczna ta sotsialna heohrafiia», KNU im. T. Shevchenka, Kyiv, Ukraine, p. 36.
3. Vedenin Yu. A. (1982) Dinamika territorial'nykh rekreatsionnykh sistem. [Dynamics of territorial recreational systems] Moskva : Nauka, 190 p. (in Russian).
4. Danylchuk, V.F. Aleinykova, H.M. Bosunovskaia, A.Ya. and Holubnychaiia, S.N. (2003), Metodologija ocenki rekreatsionnykh territorij, [Recreational Territory Assessment Methodology] DYTБ, Donetsk, p. 197. (in Ukrainian).
5. Pokropyvnoho S.F. (2001) Ekonomika pidpryjemstva [Enterprise Economics] Kyjiv : KNEU, 2001. 528 s. (in Ukrainian).
6. Melnyk, O.V. (2004), “Pryrodno-rekreatsiinyi potentsial u protsesi modeliuвання otsinky rivnia turystychnoi pryvablyvosti terytorii”. [Natural and recreational potential in the process of modeling the assessment of the level of tourist attractiveness of the territory] Sotsialno-ekonomichni doslidzhennia v perekhidnyi period. Pryrodno-resursnyi potentsial v systemi prostorovoho rozvytku, vol. 2 (XLVI): NAN Ukrainy, Instytut rehionalnykh doslidzhen, Lviv, Ukraine, pp. 259-265. (in Ukrainian).
7. Muzychenko – Kozlovska, O.V. (2012), Ekonomichne otsiniuvannia turystychnoi pryvablyvosti terytorii. [Economic evaluation of the tourist attractiveness of the territory] Novyi Svit-2000, Lviv, 176 p. (in Ukrainian).
8. Preobrazhenskogo V.S., Zorina I.V. (1992) Teoriya rekrealogii i rekreatsionnoy geografii [Theory of Recreational and Recreational Geography]. Moskva : Nauka, 280 p. (in Russian).
9. Bragina L.A., Dan'ko T.P. (2000) Torgovoe delo: ekonomika, marketing, organizatsiya: uchenik [Trading business: economics, marketing, organization]. Moskva: INFRA–M, 560 p. (in Russian).
10. Torokhtin M. (1975) Zdravnitsy Karpat [Health Resorts of the Carpathians] : Putevoditel'-spravochnik. Uzhgorod : Karpati, 96 p. (in Ukrainian).
11. Khvichiya L. (1998) Obespechenie konkurentosposobnosti firmy.[Ensuring the competitiveness of the company] BIZNES INFORM. no5. p. 79-81. (in Russian).
12. Gradova A. P. (1999) Ekonomicheskaya strategiya firmy [Economic strategy of the company] SPb.: Spetsial'naya Literatura. 589 p. (in Russian).