

*Секція: Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*

**Галасюк С. С.**

*доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

*Одеський національний економічний університет*

*м. Одеса, Україна*

## **СТРУКТУРА ТУРИСТОПОТОКУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ ЗА ЦІЛЯМИ ВІДВІДУВАННЯ**

Аналіз структури туристопотока за різними ознаками покладено в основу класифікації туристичних ринків. Для виявлення перспектив розвитку окремих туристичних ринків доцільно проводити дослідження за такими ознаками:

- за територіальною відокремленістю – ринки світовий, макрорегіональний, субрегіональний, національний, районний, мікрорайонний;
- за відношенням до національної території – ринки міжнародного туризму (в'їзного, виїзного) та ринки внутрішнього туризму;
- за напрямом руху туристів – ринки емісійні та рецептивні;
- за елементами турпродукту – ринки послуг розміщення, ринки ресторанних послуг, ринки транспортних послуг, ринки розважальних послуг, ринки екскурсійних послуг тощо;
- за ступенем зрілості – діючі та потенційні ринки;
- за сезонністю попиту – цілорічні та сезонні ринки;
- за демографічними ознаками – ринки дитячого, молодіжного туризму, ринки туристів «третього віку» тощо;
- за цілями поїздки – ринки рекреаційного туризму, лікувально-оздоровчого туризму, ділового туризму тощо.

Останні туристичні ринки (рекреаційного, лікувально-оздоровчого та ділового туризму) є найпотужнішими у світі, що підтверджено статистичною інформацією Всесвітньої туристичної організації (табл. 1) [1].

Так, світовий туристопотік за 1990-2015 рр. збільшився в 2,7 рази, зокрема: рекреаційний та діловий також в 2,7 рази, а лікувально-оздоровчий – в 3,7 рази, що свідчить про прагнення людей до здорового способу життя, коли

вони мають змогу під час відпочинку споживати медичні та оздоровчі процедури. Структура світового туристопотоку за останні 25 років практично не змінилась, за винятком лікувально-оздоровчого туризму, частка якого збільшилась з 19,6% до 27%.

Таблиця 1

Розподіл міжнародного туристопотоку за цілями відвідування

(млн. прибуттів)

Цілі туристичних поїздок	Роки					
	1990		2000		2015	
	Кількість прибуттів	Частка, %	Кількість прибуттів	Частка, %	Кількість прибуттів	Частка, %
Рекреаційні, дозвілля, відпочинок	243,5	55,6	351,5	51,2	628,6	53,0
Лікувально-оздоровчі	86,0	19,6	164,0	23,9	320,2	27,0
Ділові	60,4	13,8	112,1	16,3	166,0	14,0
Інші цілі	48,0	11,0	59,0	8,6	71,2	6,0
Усього	437,8	100,0	686,7	100,0	1186,0	100,0

Кожен із видів туристичних ринків за метою подорожі має власні особливості, характерні саме для нього. Так, специфікою світового ринку рекреаційного туризму є: переважання внутрирегіональних поїздок над міжрегіональними; меридіональна спрямованість туристичних потоків; розвиток обміну туристами між колишніми метрополіями та їх колоніями; велика тривалість перебування в одній дестинації; широке використання авіачартерних перевезень і автомобільного транспорту; підвищений попит на двомісне проживання в недорогих засобах розміщення; поєднання відпочинку з екскурсійним обслуговуванням.

Особливості світового ринку лікувально-оздоровчого туризму: дислокація курортів в місцевостях, багатих лікувально-оздоровчими ресурсами; значна тривалість перебування в одній місцевості; підвищена вартість перебування та оздоровлення за рахунок лікувальних процедур та харчування за спеціальними дієтами; індивідуальна основа здійснення лікувально-оздоровчих поїздок; переважне використання авіаційного та залізничного транспорту; база прийому – санаторії, профілакторії, будинки відпочинку, пансіонати; в деяких випадках – вік туристів (середня і старша вікові групи).

Особливості світового ринку ділового туризму: дислокація центрів бізнес-туризму в дестинаціях із підвищеним рівнем ділової активності; високий попит на індивідуальне обслуговування по вищому розряду; переважне використання авіаційних перевезень; база розміщення – як правило, готелі високих категорій або підвищеного комфорту; високий рівень доходів від обслуговування в розрахунку на одного клієнта; незалежність ділових поїздок від сезонних коливань.

По аналогії з дослідженням розподілу світового туристопотоку за цілями відвідування зроблено аналіз ринку організованого туризму Одеського регіону на підставі інформації статистичних збірників [2; 3; 4]. Варто зазначити, що науковцями даної дестинації періодично проводяться дослідження туристопотоку за різними ознаками, що висвітлено в наукових працях [5; 6; 7; 8]. Тому в даній роботі проаналізовано структуру туристопотоку саме за цілями подорожей (табл. 2) для порівняння зі світовими показниками.

Таблиця 2

Розподіл туристопотока, обслугованого туроператорами та турагентами Одеського регіону, за цілями відвідування

№	Цілі туристичних поїздок	Роки	Загальна кількість туристів	У т.ч. по формах туризму		
				в'їзний	виїзний	внутрішній
1	Службові, ділові, бізнес, навчання	2013	2870	722	1302	876
		2014	1708	101	1118	489
		2015	4086	157	749	3180
2	Дозвілля, відпочинок	2013	38864	2199	32191	4474
		2014	29961	2853	23635	3473
		2015	28263	969	21904	5390
3	Лікування	2013	4292	3953	320	19
		2014	165	0	112	53
		2015	52	0	39	13
4	Спортивно-оздоровчий туризм	2013	352	85	15	252
		2014	163	0	53	110
		2015	169	0	60	109
5	Інші цілі відвідування	2013	467	0	82	385
		2014	478	0	69	409
		2015	283	0	61	222
Усього:		2013	46845	6959	33910	5976
		2014	32475	2954	24987	4534
		2015	32853	1126	22813	8914

За даними табл. 2 зроблено наступні висновки:

– Загальний туристопотік Одещини зменшився практично в 1,5 рази за три роки, зокрема в'їзний туризм – в 6 разів. Проте внутрішній туризм набирає обертів, що пов'язано з неможливістю останнім часом відпочивати в АР Крим.

– Головна мета, з якою подорожують туристи Одеського регіону, – це «дозвілля та відпочинок». Саме її обирають понад 85% (проти 53% у світовому масштабі) всіх мандрівників. Традиційно в межах цього виду туризму виділяються закордонні поїздки українських туристів, на які доводиться біля 80%.

– Більш активно стали подорожувати туристи із діловими цілями. Однак обсяги туристопотоку з бізнес-метою (6,1%-12,4%) значно поступаються рекреаційному туризму. Разом із тим, обсяг ділового туристопотоку виріс майже в 1,5 рази за 2013-2015 рр., особливо на користь внутрішнього туризму.

– Останнє місце належить лікувальному туризму (оздоровлення в санаторіях, перебування на курортах), обсяги якого скоротились майже в 83 рази (з 4292 до 52 осіб за три роки). Дане явище пояснюється згортанням об'ємів іноземного туристопотока з медичною метою, який прямував в Одеський регіон із сусідніх держав, зокрема із Росії. Крім того, слід враховувати, що переважна більшість людей приїжджають в санаторії, профілакторії та пансіонати самостійно, тобто без допомоги туристичних фірм.

Отже, існують певні розбіжності між структурою світового туристопотоку та складовими організованого туризму Одещини за цілями відвідування. Особливо це стосується спаду активності на ринку лікувального туризму, який протягом багатьох років був одним із пріоритетних в цій дестинації.

Проте незважаючи на падіння обсягів загального туристопотоку Одеського регіону впродовж 2013-2015 рр., можна стверджувати, що в сприятливих умовах колишні об'єми відновляться швидкими темпами. Навіть зараз Одещина є одним із лідерів серед інших регіонів України за кількістю туристичних підприємств, обсягом надаваних послуг та чисельністю

обслуговуваних туристів. Крім того, великого значення набуває самодіяльний туризм. Так, за даними 2016 р., тільки обласний центр відвідало понад 2 млн. туристів. Тому місцевим органам влади у сфері туризму потрібно створити умови для переорієнтації туристопотоку у бік в'їзного та внутрішнього туризму; сприяти відновленню обсягів рекреаційного та лікувально-оздоровчого туризму; надавати підтримку в організації бізнес-заходів для збільшення потужності ділового туристопотоку.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. UNWTO World Tourism Barometer [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/barometer>.
2. Туристична діяльність в Україні у 2013 році: статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України. 2014. – 272 с.
3. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України. 2015. – 76 с.
4. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України. 2016. – 76 с.
5. Галасюк С. С. Дослідження структури туристопотоку Одеського регіону / С. С.Галасюк // Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Луганськ: ЛНУ, 2009.– С. 39-44.
6. Галасюк С. С. Проблеми розвитку туристичної діяльності в Одеському регіоні / С. С. Галасюк // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. – Одеса: ОДЕУ, 2009. – Вип. 35. – С. 160-167.
7. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
8. Шикіна О. В. Моніторинг туристичного потоку в контексті стратегії регіонального розвитку / О. В. Шикіна, С. Г. Нездоймінов // Dezvoltarea sistemelor sociale și economice într-un mediu competitiv la nivel global: conferinta internationala știintifico-practica, 29.02.2016. – Chisinau, 2016. – 167-171 p.