

РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРО- РІВНЯХ

УДК 338.42-32:338.48 (477 (045))

Романуха О. М.,
канд. іст. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: Romanukha@donnuet.edu.ua

ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

UDC 338.42-32:338.48 (477 (045))

Romanukha O. M.,
PhD in History sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovskiy,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: Romanukha@donnuet.edu.ua

EXCURSION ACTIVITY AS AN ELEMENT OF REVITALIZING TOURISM IN UKRAINE

***Мета.** Метою статті є вивчення впливу екскурсійної діяльності на рівень туристичної активності в Україні.*

***Методи.** Використано комплекс загальнонаукових методів ґносеології: теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу, індукції та дедукції, прогнозування, методів статистичного і математичного аналізу. Вихідним фактом дослідження є констатація мінливості туристичної галузі та суспільства.*

***Результати.** Розглянуто динаміку змін екскурсійної діяльності в Україні на прикладі роботи фізичних та юридичних осіб-підприємств. Відзначено загальні тенденції розвитку галузі, звернено увагу на регіональні особливості екскурсійної діяльності, її прибутковість. Визначено основні проблеми, що заважають більш стрімкому розвитку екскурсійної роботи, звернено увагу на роль музеїв у цьому. Встановлено взаємозв'язок між рівнем екскурсійної роботи в регіоні та активністю роботи музеїв різного профілю. Проаналізовано концепції розвитку екскурсійної діяльності країн-лідерів туристичної сфери, надано рекомендації щодо удосконалення цього виду роботи в Україні.*

***Ключові слова:** туризм, динаміка, екскурсійна діяльність, туристична індустрія, інфраструктура, економіка.*

Постановка проблеми. Туристична галузь залишається одним з небагатьох напрямків економіки, що зберігає сталі темпи розвитку в світі. За останні роки вона не лише інтегрувала в собі досягнення науки і техніки, стала чинником економічного зростання, економічним та політичним іміджмейкером, але й двигуном, основним важелем національних економік багатьох країн світу. В сучасному світі туризм вже не просто мандрівка чи відпочинок — це важлива частина глобальної світової економіки. Важливість цієї галузі потребує постійного наукового вивчення принципів розвитку туристичної сфери, аналізу факторів впливу та механізмів її функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль екскурсії у розвитку туризму досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Серед узагальнювальних робіт варто відзначити працю Г. Горіної [1]. Дослідник звертає увагу на концептуальні засади розвитку туристичної галузі в Україні. Цікавою є і робота Ю. М. Клочка [2]. Автор звертає увагу на роль музеїв та екскурсійної роботи у становленні культурного туризму. Питання екскурсійної роботи музеїв та роль цього у сучасному суспільстві досліджувала В. М. Бекетова [3]. Вона торкнулася соціокультурних аспектів функціонування музеїв, екскурсій, їхнього впливу на суспільство та рівень популярності серед людей. Музей як основу розвитку туризму вивчав С. П. Шпилько [4].

Однак згадані публікації не розкривають повною мірою усіх аспектів обраної проблеми. Поза увагою лишилися питання взаємозалежності екскурсійної активності та

розвитку музеїв, їхньої матеріальної бази, фондів, обсягів державного фінансування, регіональної специфіки та історична обумовленість розміщення музеїв.

Мета статті полягає у вивченні впливу екскурсійної діяльності на рівень туристичної активності в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристична галузь України залишається перспективним напрямком розвитку національної економіки. Багата історія, культурний спадок, природа формують унікальні пропозиції для відпочинку, освітнього, культурного чи навіть екстремального туризму. Проте Україна, як туристична країна, залишається мало відомою, навіть для самих українців. Більшість унікальних місць відвідання пустує. Внутрішній туристичний потік зменшується. За даними Державної служби статистики України, починаючи з 2010 р. кількість внутрішніх туристів в Україні скоротилась з 649 тис. до 453 тис. в 2016 році. Лише в 2012 р. відбулося незначне зростання до 773 тис. осіб. Це при тому, що в 2000 р. та 2003 р. їх кількість була відповідно 13,5 млн. та 19,2 млн. осіб. Причини занепаду внутрішніх туристичних потоків в Україні різні. Серед них можна виокремити: погіршення економічної ситуації в державі; збройний конфлікт через політичну нестабільність та, як наслідок, втрата туристичних об'єктів; неконкурентність інфраструктури; відставання експозиційної та виставкової діяльності українських музеїв від рівня світових. Це стає причиною скорочення не лише внутрішніх туристичних потоків, але й зовнішніх. Кількість іноземних туристів в Україні у 2016 році становила усього 35 тис., у 2015 році вона сягала 15 тис., — 2010 році — 335 тис., а у 2003 — 590 тис. осіб. При цьому потік українських туристів, що виїхали відпочити закордон, зростав. У 2010 році за межами України відпочивало майже 130 тис. осіб, а у 2016 році — вже 209 тис. осіб. Виходячи з наведених даних можна зробити висновок, що туристичний потік в Україні зростає незважаючи на економічні складнощі, а самі українці відають перевагу відпочинку за кордоном. Причини цього — невідповідність якості послуг та ціни в Україні та більш розвиненіша інфраструктура відпочинку і дозвілля в інших країнах [5].

Підтверджують це і дані Державної служби статистики України щодо діяльності юридичних та фізичних осіб-підприємств на ринку туристичних послуг. Згідно з ними протягом 2011–2015 років кількість юридичних осіб-підприємств, що надавали туристичні послуги, впала з 2442 організацій до 1785. Аналогічні тенденції можна простежити і серед фізичних осіб-підприємств. З 2011 до 2015 року їх чисельність скоротилась з 2351 до 1397 осіб. Як видно, за п'ять років на ринку кількість гравців зменшилась більш як на третину. Серед юридичних осіб — на 26 %, а фізичних осіб-підприємств — на 40 %. При цьому дохід від реалізації наданих послуг лишився майже незмінним в обох категоріях. Так протягом 2011–2015 років дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів) серед юридичних осіб склав 4 685 427 тис. грн. та відповідно 4 797 731 тис. грн. При цьому у 2012 році можна спостерігати підйом прибутковості до 6 360 148 тис. грн. при одночасному зростанні кількості юридичних осіб до 2880 одиниць. Після відбувається поступовий спад як рівня прибутковості, так і кількості юридичних осіб-підприємств. Розподіливши ж загальну прибутковість на кількість учасників ринку — юридичних осіб, ми отримуємо позитивну динаміку росту. Так, у 2011 році коефіцієнт середньої прибутковості однієї фірми становив 1918 тис. грн., а у 2015 році 2687 тис. грн. Зважаючи на це, ми можемо вести мову про перерозподіл ринку послуг та зменшення кількості юридичних осіб з метою оптимізації роботи галузі. Подібна ситуація простежується і на ринку фізичних осіб-підприємств. Зменшення кількості гравців поступово дало зростання середньої прибутковості підприємця [6].

Процес трансформації ринку, як видно, йде на користь внутрішнього туризму в Україні. Відкидаючи економічні фактори (оскільки постійно зберігається група людей, що може дозволити, у фінансовому плані, мандрівки,), військово-політичні (більшість території України перебуває у зоні стабільності), враховуючи тенденції до збільшення кількості короткострокових відпочинків, варто звернути увагу на стан екскурсійної справи та її роль в розвитку внутрішнього туризму в Україні. За даними соціологічних дослі-

дзень, при плануванні відпочинку 52 % туристів світу, в тому числі й Україні, обирають метою своєї поїздки дозвілля. Відвідання музеїв, історичних пам'яток, парків, заповідників є обов'язковим пунктом відпустки більшості туристів. Основною формою виконання цього пункту є екскурсії. Для багатьох країн світу екскурсійна діяльність є однією з основних статей прибутку до бюджету. Країни Європи, Близького Сходу вже давно переорієнтували свої економіки на вимоги туристичного ринку і активно пропонують на ринку цих послуг захоплюючі екскурсії різного плану, головними серед яких залишаються музейні екскурсії. Популярність вказаного виду екскурсій обумовлюється можливістю за відносно незначну плату отримати максимальну кількість інформації про країну перебування, особливості її культури та історії, наповнитися позитивними враженнями та згадками про відпочинок [7].

Проте останніми роками в Україні, на жаль, зберігається динаміка до зменшення кількості екскурсантів. Серед юридичних осіб, кількість обслугованих екскурсантів скоротилась з 656 тис. осіб у 2011 році до 65 тис. осіб у 2015 році, що склало 90 % спаду. Серед фізичних осіб-підприємців ці показники були на рівні 167 тис. осіб у 2011 році та 60 тис. осіб у 2015 році — 65 % спаду. Люди перестають відвідувати музеї, заповідники (див. табл. 1). Поглянувши на регіональний розподіл екскурсантів, можна відзначити певні особливості — витіснення фізичними особами-підприємцями юридичних осіб з ринку цих послуг. Про це свідчать не лише більш повільні темпи спаду, але й в регіональному розрізі перетягування на себе клієнтів. Якщо у Волинській області за 2011 рік юридичними особами-підприємцями було обслуговано близько 43 тис. осіб, а фізичними особами-підприємцями — 10 тис. осіб, то в 2015 році ці показники вже були на користь останніх — 8 тисяч та 5 тисяч осіб. Юридичні особи продовжували домінувати на ринку послуг лише у великих містах чи курортних центрах. Маючи більші можливості до швидкої перебудови на вимоги ринку фізичні особи-підприємці користувалися цією перевагою [6].

Таблиця 1 — Динаміка екскурсійного обслуговування суб'єктів економічної діяльності на ринку туристичних послуг (складено автором на основі [6])

Показники	2011 р.	2012 р.	2014 р.	2015 р.	Відхилення до 2011 р.	
					Відносне	Абсолютне
Юридичні особи						
Кількість екскурсантів, обслугованих турагентами, у 2015 р. за регіонами (осіб)	656139	233570	1078730	64985	-90,10	-591154
Волинська	10786	н/д	1254	5429	-49,67	-5357
Львівська	17446	74755	6193	11596	-33,53	-5850
Одеська	55588	5360	4141	4478	-91,94	-51110
Черкаська	4106	45	4768	9107	121,80	5001
м. Київ	26953	14928	24844	5147	-80,90	-21806
Фізичні особи-підприємці						
Кількість екскурсантів, обслугованих турагентами, у 2015 р. за регіонами (осіб)	166861	163337	65522	60486	-63,75	-106375
Волинська	9541	7782	6865	8211	-13,94	-1330
Запорізька	22556	7617	7158	7628	-66,18	-14928
Харківська	3873	3908	1768	4485	15,80	612
Чернівецька	722	742	842	4563	531,99	3841

Про зменшення цікавості до музеїв як місця проведення дозвілля, отримання інформації, вражень, відпочинку свідчать і загальні дані відвідування музеїв України. Протягом 1990–2016 років кількість відвідувачів музеїв в Україні скоротилась з 31,8 млн. осіб

до 15,8 млн. осіб. При цьому загальна кількість музеїв невинно зростала — з 214 одиниць в 1990 році до 576 в 2016 році [8]. Протилежні динаміки розвитку свідчать про значні трансформації в музейній сфері та проблеми, що їм доводиться переживати.

Головною причиною зниження цікавості екскурсантів до музеїв є застарілість їх форм роботи та відсутність нових цікавих експозицій. Сучасні музеї вже давно змінили свій вигляд, перетворились на центр не лише зберігання давніх артефактів, але й передових технологій, розваги, навчання, дозвілля. Домінування застарілих форм роботи роблять українські музеї нецікавими, одноманітними та незмінними. Проблема такої ситуації полягає не стільки в людях, що працюють там, як у фінансуванні цих закладів. Загальне фінансування Міністерства культури України не може забезпечити докорінну модернізацію музеїв [8]. У 2000 році воно отримало на свої потреби 0,2 млрд. грн., у 2010 році — 1,7 млрд. грн., у 2015 році — 2,4 млрд. грн., у 2017 році — 4 млрд. грн. Це при тому, що будівництво лише однієї сучасної будівлі зразка «Донбас арена» обійшлося замовнику у 400 млн. доларів США, що при курсі долар США = 25 грн., становить 10 млрд. грн. На будівництво художнього музею в Японії було витрачено 300 млн. дол. США. Тому будівництво сучасних музейних комплексів непідйомний тягар для Міністерства культури України [10].

Інша причина зменшення уваги туристів до музеїв полягає у зменшенні загальної кількості музеїв: приватних невеличких музеїв, музеїв-кімнат, музейних філіалів. За даними Державного комітету статистики України, загальна кількість музеїв різного типу, їх філіалів та відділень почала скорочуватися. З 2010 року вона зменшилась з 3271 тис. до 2942 тис. у 2015 році. Зіставляючи наведену динаміку з динамікою зростання кількості державних музеїв, можна вести мову про укрупнення й можливу оптимізацію музейних закладів. Проте поряд з цим негативною тенденцією слід вважати зменшення кількості предметів музейного зберігання. З 2010 року до 2015 року їх кількість скоротилась на 500 тис. одиниць. Це при тому, що саме музейний предмет є основою діяльності музеїв, запорукою їх популярності та ефективною виставковою діяльністю. Для світових музеїв-лідерів цей напрям роботи є найголовнішим. Керівництво музеїв з метою отримання нових експонатів фінансує міжнародні археологічні експедиції, приймає участь в мистецьких аукціонах. Так, лише Ермітаж має у своїх сховищах більше 3 млн. експонатів. Там зберігають зразки скіфського золота, відомі мистецькі картини. Лувр володіє 380 тис. експонатів, Третьяковська галерея — 100 тис. експонатів.

При цьому ситуація в регіонах різна. Регіонами позитивної динаміки можна вважати Івано-Франківську, Харківську, Львівську, Одеську, Чернівецьку області та м. Київ. Будучи центрами промисловості, рекреації, туризму, вони активно розвивають власну музейну мережу. В областях відзначається позитивна динаміка зростання кількості музеїв, їх фондів та відвідувачів. Для прикладу, в Івано-Франківській області загальна кількість музеїв зросла з 171 одиниць у 2010 році до 205 одиниць у 2015 році. Кількість музейних предметів зберігання — відповідно з 129 тисяч до 134 тисяч одиниць зберігання. Кількість відвідувачів — з 131 тисячі до 139 тисяч осіб.

Другу групу становлять регіони перемінної динаміки, що мають хиткі показники зростання чи спаду: Запорізька, Дніпропетровська, Вінницька, Херсонська області. Вони не мають стійкої динаміки зростання, проте і спаду також. Третю групу становлять області з негативною динамікою зростання: Хмельницька, Черкаська, Волинська. У них відзначається зменшення кількості музеїв, кількості музейних предметів зберігання та відвідувачів. Необхідно відзначити і таку закономірність: зменшення кількості об'єктів музейного зберігання веде до зменшення кількості екскурсантів та навпаки.

Висновки. Отже, розвиток туристичної галузі в Україні піддається впливу багатьох факторів, у тому числі екскурсійна діяльність. За останні роки ми маємо констатувати зниження активності екскурсійної роботи як у самих музеях, так і суб'єктах туристичної діяльності. Це призводить до зменшення кількості внутрішніх туристів та зростання чисельності виїзного туризму. Зниження рівня екскурсійного обслуговування музеїв від-

бувалося через низький рівень їхнього фінансування, застарілість підходів до організації експозицій, зменшення замовлень від турагентів, фінансових складнощів громадян. Існує прямий взаємозв'язок між кількістю музеїв, чисельністю музейних предметів у них та кількістю відвідувачів. Додавались до цього і фактори щільності заселення, рівня та можливостей самих музеїв — національні, обласні, міські та ін. Стрімкі темпи розвитку демонстрували музеї великих міст, що мали значний фондний запас та високу суспільну значимість музейних предметів. Причиною зменшення кількості екскурсантів, обслугованих турагентами, став перерозподіл ринків між юридичними особами та фізичними особами-підприємцями, а також зменшення їх кількості з метою оптимізації роботи на ринку цих послуг. Протягом досліджуваного періоду позитивні темпи розвитку демонстрували юридичні особи, що за умови зменшення кількості суб'єктів господарської діяльності зберігали стабільний прибуток. Фізичні особи-підприємці демонстрували меншу рентабельність роботи в галузі, однак у сфері екскурсійного обслуговування їх показники були кращими за юридичних осіб. Отже, перерозподіл ринку послуг, потреба трансформації роботи музеїв слід вважати головними причинами зменшення цікавості туристів до внутрішнього ринку України та переорієнтації на зовнішні.

Список літератури/References

1. Горіна, Г. Концептуальні засади та перспективи розвитку туристичної індустрії України / Г. Горіна // Торговля і ринок України. — 2015. — № 38. — С. 45–53.
Gorina, G. (2015). *Kontseptualni zasadi ta perspektivi rozvitku turistichnoyi industriyi Ukraini* [Conceptual bases and prospects of development of tourist industry in Ukraine]. *Torgivlya i rinek Ukraini* [Trade and market of Ukraine], no. 38, pp. 45–53.
2. Ключко, Ю. М. Діяльність музеїв у контексті розвитку культурного туризму [Електронний ресурс] / Ю. М. Ключко // Туризм Гуцульщини: сайт. — Режим доступу : <http://tur.kosiv.info/tourism-and-culture/315-kljuchko-ju-m-dijalnist-muzejiv-u-konteksti-rozvytku-kulturnogo-turyzmu.html>.
Kliuchko, Yu. M. *Diialnist muzeiv u konteksti rozvytku kulturnoho turyzmu* [Activity of museums is in the context of development of cultural tourism]. Available at : <http://tur.kosiv.info/tourism-and-culture/315-kljuchko-ju-m-dijalnist-muzejiv-u-konteksti-rozvytku-kulturnogo-turyzmu.html>.
3. Бекетова, В. М. Музей і майбутнє: тенденції розвитку музеїв у світі на межі тисячоліть [Електронний ресурс] / В. М. Бекетова // Дніпропетровський національний історичний музей : офіційний сайт. — Режим доступу : <http://museum.dp.ua/article0140.html>
Beketova, V. M. *Muzei i maibutnie: tendentsii rozvytku muzeiv u sviti na mezhi tysiacholit* [Museum and future: progress of museums trends in the world on verge of millenniums]. Available at : <http://museum.dp.ua/article0140.html>.
4. Шпилько, С. П. Потенціал і роль музею в становленні туристичної індустрії [Електронний ресурс] / С. П. Шпилько // Сайт World of the travel. — Режим доступу : <http://worldofthetravel.narod.ru/stati/potencial-i-rol-muzeya-v-stanovlenii-sovremennoj-turisticheskoy-industrii-v-rossii/>
Shpylko, S. P. *Potentsial i rol muzeiu v stanovlenni turystychnoi industrii* [Potential and role of museum in becoming of tourist industry]. Available at : <http://worldofthetravel.narod.ru/stati/potencial-i-rol-muzeya-v-stanovlenii-sovremennoj-turisticheskoy-industrii-v-rossii/>.
5. Динаміка міжнародного туризму // Сайт World Tourism Organization [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://media.unwto.org/press-release/2014-12-18/international-tourism-track-end-2014-record-numbers>.
Dynamika mizhnarodnoho turyzmu [Dynamics of international tourism]. Available at : <http://media.unwto.org/press-release/2014-12-18/international-tourism-track-end-2014-record-numbers>.
6. Туристична діяльність в Україні у 2015 році : статистичний бюлетень [Електронний ресурс] // Сайт Державної служби статистики України. — Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm.

State Statistics Service of Ukraine (2016). *Turystychna diialnist v Ukraini u 2015 rotsi* [Tourist activity in Ukraine in 2015]. Available at : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm.

7. Соціологічне опитування «Як часто Ви відвідуєте музей?» // Сайт Вінницького обласного краєзнавчого музею [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://vinnytsia-museum.in.ua/polls/visiting-museum>.

Sotsiologichne opytuvannya «Yak chasto Vy vidviduiete muzej?» [Sociological questioning «How often do you visit a museum?»]. Available at : <http://vinnytsia-museum.in.ua/polls/visiting-museum>.

8. Дані кількості музеїв [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.museum.com/jb/show_maps?action=1&show=5.

Dani kilkosti muzeiv [The number of museums]. Available at : http://www.museum.com/jb/show_maps?action=1&show=5.

9. Музей как феномен культуры и его роль в деле культурного туризма [Електронний ресурс] // Мир Знаний. — Режим доступу : <http://mirznanii.com/a/133534/muzej-kak-fenomen-kultury-i-ego-rol-v-dele-kulturnogo-turizma>.

Muzej kak fenomen kul'tury y ego rol' v dele kul'turnoho turyzma [Museum as a phenomenon of culture and its role in cultural tourism]. Available at : <http://mirznanii.com/a/133534/muzej-kak-fenomen-kultury-i-ego-rol-v-dele-kulturnogo-turizma>

10. Хадсон, К. Беспольный музей / К. Хадсон // Museum. — 1989. — № 162. — С. 50–51.
Khadson, K. (1989). *Bespoleznyj muzej* [Useless museum]. Museum, no. 162, pp. 50–51.

Цель. Целью статьи является изучение влияния экскурсионной деятельности на уровень туристической активности в Украине.

Методы. Использован комплекс общенаучных методов гносеологии: теоретического обобщения, анализа и синтеза, индукции и дедукции, прогнозирования, методов статистического и математического анализа. Исходным фактом исследования является констатация переменчивости туристической отрасли и общества.

Результаты. Рассмотрена динамика изменений экскурсионной деятельности в Украине на примере работы физических и юридических лиц-предпринимателей. Отмечены общие тенденции развития отрасли, обращено внимание на региональные особенности экскурсионной деятельности, ее прибыльность. Определены основные проблемы, которые мешают более стремительному развитию экскурсионной работы, обращено внимание на роль музеев в этом. Установлена взаимосвязь между уровнем экскурсионной работы в регионе и активностью работы музеев разного профиля. Проанализированы концепции развития экскурсионной деятельности стран-лидеров туристической сферы, даны рекомендации по совершенствованию данного вида работы в Украине.

Ключевые слова: туризм, динамика, экскурсионная деятельность, туристическая индустрия, инфраструктура, экономика.

Objective. The objective of the article is to analyze the effect of the excursion activity on tourist activity in Ukraine.

Methods. It is used general scientific methods of research: theoretical generalization, analysis and synthesis, induction and deduction, forecasting, mathematical and statistical analysis. The initial idea of article bases on the variability of the society and tourist industry.

Results. The dynamics of excursion activity's changes in Ukraine is considered by an example of the individual entrepreneurs and legal entities' work. The general tendencies of the industry development are noted, attention is paid to regional features of excursion activity, its profitability. The key problems preventing the more rapid development of excursion work are determined; the role of museums in this case is emphasized. The relationship between the level of excursion work in the region and the activity of the different profiles museums' work is established. The concepts of excursion activity's development of the leading countries in tourism industry are analyzed; recommendations for the improvement these types of work in Ukraine are given.

Key words: tourism, dynamics, excursion activity, tourist industry, infrastructure, economy.

Надійшла до редакції 29.09.2017