

*Дерій В. А., д. е. н., доцент,
завідувач кафедри економічного аналізу і статистики,
Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль*

АНАЛІЗ ОБСЯГІВ ТА ГЕОГРАФІЇ НАДАНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Надані туристичні послуги – це, на наш погляд, послуги, які надаються вітчизняним та іноземним туристам у сфері туристичної діяльності для створення позитивних вражень і пізнання історії, культури власного, інших народів, а також відпочинку, спорту, лікування.

Туристами вважають осіб, які подорожують у місцях, що знаходяться поза межами їхнього постійного перебування, впродовж періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою дозвілля і відпочинку, лікування, спорту та оздоровлення, відвідання знайомих і родичів, вирішення службових питань тощо [1, с. 486].

Туристичні послуги варто поділяти на основні та додаткові. До основних туристичних послуг відносять такі послуги з транспортних перевезень, розміщення туристів у готелях, харчування туристів в закладах громадського харчування. До додаткових туристичних послуг зараховують послуги з організації екскурсійних заходів, страхування туристів, перекладання усних текстів гідями, обміну валюти, телефонно-поштового зв'язку, ремонту побутової техніки, побутового обслуговування, прокату палаток, лиж, побутової техніки тощо, користування пляжем і т. д.

Інформацію про види наданих туристичних послуг найкраще, як ми вважаємо, отримувати із заповнених туристами анкет. Основна інформація з таких анкет має бути збережена в електронному вигляді з метою її групування та узагальнення. З наявної про туристичні послуги інформації важливо встановити які види цих послуг і чому користуються в туристів попитом, що саме із вказаних послуг їх приваблює, а що не влаштовує.

Обсяги туристичних послуг аналізують у кількісних і грошових вимірниках за календарними роками, кварталами, місяцями; за віковими категоріями; за країнами і регіонами України. Необхідно, щоб такі обсяги щороку збільшувались загалом та за окремими видами туристичних послуг. А коли цього немає, потрібно терміново встановлювати основні чинники, що вплинули на зменшення обсягів відповідних туристичних послуг.

Дані Державної служби статистики України свідчать про те, що у 2012 р. за кордон виїжджали 21433 тис. осіб; Україну відвідали 23013 тис. іноземних громадян; суб'єкти туристичної діяльності України обслужили 3034 тис. осіб, в тому числі 270 тис. іноземних громадян, 1957 тис. туристів-громадян України, які виїжджали за кордон, 807 тис. внутрішніх туристів; кількість екскурсантів – 865 тис. осіб [1, с. 482].

Географія наданих туристичних послуг залежить від масштабів діяльності підприємства туризму, тобто воно може бути малим, середнім або великим, а також від запитів постійних клієнтів підприємства та зв'язків з іншими підприємствами туризму, туроператорами.

Аналіз географії наданих туристичних послуг, за нашим переконанням, слід здійснювати:

1) за континентами світу (Європа, Азія, Південна або Північна Америка, Австралія, Африка);

2) за відповідними країнами кожного континенту (наприклад, Польща, Німеччина, Франція у Європі; Ізраїль, Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ), Індія, Таїланд, Китай в Азії; Мексика, США та Канада у Північній Америці; Єгипет, Чад, Ефіопія в Африці; Венесуела, Бразилія, Аргентина, Чилі в Північній Америці);

3) за регіонами, курортними зонами, окремими містами і селами, об'єктами туризму (наприклад, Тернопільська область, Тербовлянський район, с. Зарваниця, Зарваницький духовний центр, як один із 20 всесвітніх марійських відпустових центрів. До цього центру відносяться парафіяльна церква Святої Трійці (1754 р.), де зберігається чудотворна ікона Божої Матері Зарваницької; Святотроїцький монастир Студійського уставу (2001 р.); дерев'яна церква Різдва Пресвятої Богородиці (2002 р.), собор Зарваницької Матері Божої (2000 р.); чотириярусна дзвіниця; скульптурна композиція Зарваницької Матері Божої; церква Благовіщення; капличка з цілющою водою; Хресна дорога тощо) [2; 3];

4) за вартістю і доступністю для туристів об'єктів туризму;

5) за відгуками туристів, що вже побували на певних об'єктах туризму та отримали від перебування на них позитивні враження, нові або розширені знання і т. д.

Проводячи аналіз географії наданих туристичних послуг, необхідно з'ясувати наскільки вдалим є для туристичної діяльності географічний об'єкт туризму, тобто які від нього доходи, скільки витрачено на нього коштів, скільки туристів відвідали об'єкт та який відсоток з них задоволені від його відвідин, що було не так якби хотілось туристам та які у них пропозиції щодо поліпшення роботи туристичного об'єкта і туристичного бізнесу, котрий з цим об'єктом пов'язаний.

Таким чином, аналіз обсягів та географії наданих в Україні туристичних послуг повинен забезпечити підвищення ефективності діяльності підприємств туризму шляхом ухвалення оптимальних управлінських рішень і поліпшення рівня якості задоволення потреб туристів, виходячи із необхідності досягнення основної мети туристичної поїздки.

Література:

1. Статистичний щорічник України за 2012 рік; за ред. О. Г. Осауленка. – К.: Державна служба статистики України. 2013. – 552 с.

2. Зарваницький духовний центр. – В кн.: Тернопільський Енциклопедичний Словник. – Тернопіль: ВАТ ТВПК «Збруч», 2004. – Т. 1. – А-Й. – С. 619-620.
3. Зарваниця. – В кн.: Тернопільський Енциклопедичний Словник. – Тернопіль: ВАТ ТВПК «Збруч», 2004. – Т. 1. – А-Й. – С. 620-621.