

Список використаних джерел

1. Гусаковська Т. О., Джаман М. О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 5(50). С. 18-29.
2. Демко В. С. Застосування інноваційних інтелектуальних систем прийняття рішень в туризмі. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. Серія «Економічні науки». 2022. Т. 26, № 1-2. С. 104-113.
3. Демко В. С. Вплив мультиплікативного ефекту інвестиційних витрат індустрії туристичних послуг на економіку України. *Науковий вісник Полісся*. 2020 № 2(21). С. 145-154.
4. Криховецький І. З. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 3. С. 37-38.
5. Trusova N. V., Tanklevska N. S., Cherniavska T. A., ...Yeremenko D. V., Demko V. S. Financial provision of investment activities of the subjects of the world industry of tourist services. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2020. Vol. 11(4). P. 890–902.

Науковий керівник: Демко В. С., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

КОН'ЮНКТУРНИЙ АНАЛІЗ ПОПИТУ НА ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ

Моторіна П. В.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Поступова трансформація ринку продавця в ринок покупця як наслідок сатурації попиту вимагає чіткої орієнтації вітчизняного виробництва на випуск продукції з високою споживчою вартістю. У цих умовах виникла необхідність аналізувати ринок не тільки «по вертикалі» (виробництво, розподіл, обмін і споживання), але і «по горизонталі», передбачаючи вивчення взаємовідносин між підприємствами і споживачами, яке ґрунтується на дослідженні обсягів та асортименту виробленої продукції та її відповідності вимогам споживачів. Розглянемо показники кривої попиту туристичних послуг центру туризму «Алекса» за період 2017-2021 роки (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка обсягу попиту та ціни туристичних послуг в центрі туризму «Алекса»

Показники	Роки				
	2017	2018	2019	2020	2021
Кількість обслугованих туристів, усього осіб	630	847	589	193	429
у тому числі					
подорожуючих у межах території України	11	240	6	18	35
подорожуючих за кордоном	619	607	583	175	394
Вартість туристичних пакетів, тис. грн.	7987,6	9672,0	10424,0	4237,5	6232,7
у тому числі					
для подорожі в межах України	118,8	144,0	12,0	236,0	192,8
для подорожі закордон	7868,8	9528,0	10412,0	4001,5	6039,9
Середня ціна одного пакета в розрахунку на одну особу, грн.	12679	11419	17698	21956	14528
у тому числі					
для подорожі в межах України	10800	600	2000	13111	5509
для подорожі закордон	12712	15697	17859	22860	15330

Джерело: складено та розраховано автором за даними [1, 2]

З даних таблиці бачимо, що за аналізований період динаміка ціни та обсягу туристичних послуг мала нестабільну тенденцію. При цьому така тенденція властива як для подорожей в межах України, так і для подорожі закордон. Кривим попиту по двох видах туристичних послуг властива аномальна поведінка – при зростанні ціни відбувалося зростання кількості туристів. Проте, для ринку монополістичної конкуренції це є нормою, оскільки кожний туристичний пакет окремої особи є індивідуальним і диференційованим. Враховуючи карантинні обмеження останніх років, ціни на тури зростали як всередині України, так і закордоном. У 2021 році в наслідок вірусів карони «Омікрон» і «Дельта» на ринку Мелітополя з'явилося багато гарячих турів – дешевих та доступних, що зумовило середній рівень цін нижчий за попередні роки.

Отримані результати дозволяють визначити функцію попиту, представивши її як лінійну залежність. За розрахунками отримуємо наступні функції попиту:

$$Q_{\text{по Україні}} = 131,4 - 0,012P \quad (1)$$

$$Q_{\text{закордон}} = 1152,3 - 0,04P \quad (2)$$

На засадах отриманих функцій побудуємо лінійні функції залежності попиту від ціни туристичних послуг. Для функції попиту, що представлена лінійною залежністю відношення $\Delta Q/\Delta P$ є постійною величиною і дорівнює $-\alpha$.

Розрахуємо ключові точки для проведення порівняльного аналізу кривих попиту на туристичні послуги в центрі туризму «Aleksa». По-перше, в околі точки перетину лінії попиту з віссю ординат величина попиту вкрай мала ($\lim Q \rightarrow 0$), тому різко зростає значення коефіцієнта еластичності ($E_p = -\infty$). Ця точка має координати $Q = 0$; $P = -Q_0/\alpha$. За цих значень E_p навіть відносно незначне підвищення ціни на товар призводить до різкого зростання ризику, який полягає у тому, що на цю туристичну послугу навряд чи знайдеться достатня кількість покупців.

По-друге, в околі точки перетину лінії попиту з віссю абсцис (координати $Q = Q_0$, $P = 0$) маємо мінімальне значення коефіцієнта еластичності ($E_p = 0$). Ця величина реагування попиту на зміну ціни свідчить про мінімальну споживчу безпеку підприємства, яка викликана зростанням ціни на туристичні послуги.

По-третє, в точці з координатами $P = Q_0/2\alpha$; $Q = Q_0/2$ маємо $E_p = -1$. У цій ситуації ризик, спричинений зміною (зростанням) ціни туристичної послуги, набуде відносно поміркованого значення.

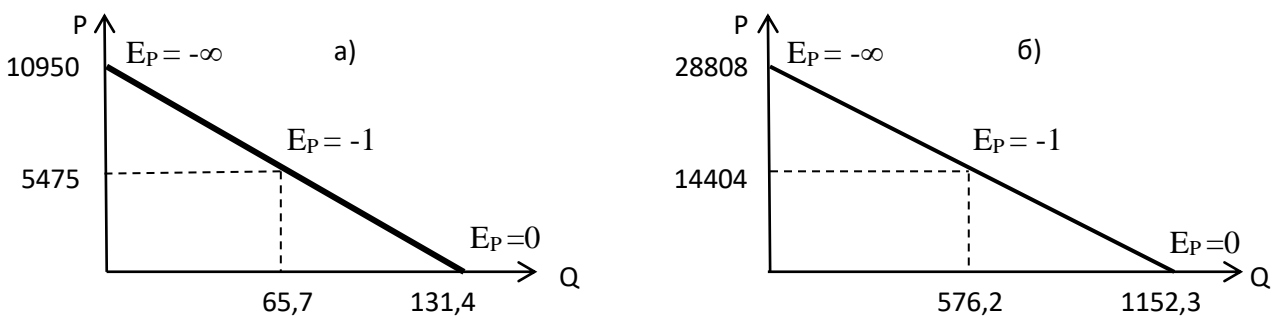


Рис. 1. Криві попиту центру туризму «Aleksa»:

а) на подорожі по Україні; б) закордон

Джерело: побудовано автором за даними [1, 2]

З приведених даних рис. 1, де визначені координати точок еластичності за ціною кривих попиту туристичного центру «Aleksa», бачимо що параметри попиту за видами туристичних послуг є досить різними.

Так, характеризуючи криву попиту на подорожі по Україні, можна побачити, що за еластичного та одинично еластичного коефіцієнту попиту ціна на тури по країні є значно нижчою за тури закордон. Споживачі вважають, що всередині країни, де сервіс та локації є

набагато гіршими за закордонні тури, ціни повинні бути в межах до 11 тис. грн. Обсяги максимально потенційного попиту, порівняно з закордонними даними, є також незначними – 131 турист. Проте, за останні три роки туристична фірма змогла досягти лише чверть даного показника. При цьому нееластичний попит показує, що більшість туристів не бажають подорожувати по Україні в більшій мірі не із-за ціни турів, а інших чинників. Тому, можна зробити висновок, що центру туризму «Aleksa» обов'язково необхідно розвивати даний вид туристичного напрямку як по ціні турів, так і по неціновим факторам попиту.

Крива попиту на подорожі закордон має набагато більші параметри. Максимальна ціна, за яку готові купувати більшість туристів тури – 29 тис. грн. Обсяг потенційного попиту становить 1152 особи. За останні п'ять років найбільша кількість обслуговуваних туристів за даним напрямком сягала 619 осіб. За одинично еластичного попиту кількість туристів становить 576 осіб, що практично відповідає обсягу попиту центру туризму до часів карантину. Звідси можна зробити висновок, що крива попиту на закордонні подорожі є більш залежною від ціни туру даного напрямку.

Таким чином, аналіз функції попиту на різні напрямки подорожей в центрі туризму «Aleksa» показав, що різні види туристичних напрямків повинні мати розвиток, проте їх розвиток повинен бути орієнтованим на еластичність попиту. Крива попиту на тури закордон є еластичною за ціною, тому стратегія туристичної фірми повинна бути спрямована на удосконалення ціноутворення, активізацію знижок та бонусів. Крива попиту на тури по Україні є більш нееластичною за ціною, тому стратегія фірми повинна бути спрямована не стільки на ціну туру, скільки на інші фактори попиту, такі як смаки і уподобання, вид туризму (спортивний, курортний, санаторний, паломницький, сільський тощо), доходи та очікування клієнтів тощо. Стратегія центру туризму повинна бути спрямована на вдалий пошук альтернативних варіантів подорожей по країні, на підбір якісних та доступних турів для кожного сегменту туристичного ринку міста Мелітополь.

Список використаних джерел

1. Звіт про туристичну діяльність центру туризму «Aleksa» за 2017-2021 роки. Форма №1-туризм (річна).
2. Звіт про фінансові результати центру туризму «Aleksa» за 2017-2021 роки. Форма №2 (річна).
3. Кукіна Н. В., Васильченко О. О. Кон'юнктурний аналіз стратегії ціноутворення: мікроекономічний аспект. *Збірник наукових праць ТДАТУ(економічні науки)*. 2018. № 1(36).. С. 53-59.

Науковий керівник: *Кукіна Н. В., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

ПРИНЦИПИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Овесков О. В.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Туристична галузь у сучасних умовах набуває особливого стратегічного значення для соціально-економічного розвитку України та її регіонів. Вона сприяє становленню країни на світовому ринку товарів і послуг як повноправного партнера в міжнародних відносинах. Україна, володіючи величезним туристичним рекреаційним потенціалом, має всі передумови для розвитку туристичної галузі, яка за умов ефективного державного управління може стати каталізатором соціально-економічного поступу країни та надасть змогу отримати низку інших переваг [1].

Сільський туризм є об'єктом трансдисциплінарних досліджень та площиною практичної реалізації цілей сталого розвитку. Сталий розвиток у сільському туризмі сприяє