

Список літератури:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.
3. Основні показники діяльності банків України на 1 жовтня 2014 р. // Вісник НБУ. – 2014. – № 11. – С. 72.
4. Основні показники діяльності банків України на 1 січня 2014 р. // Вісник НБУ. – 2014. – № 3. – С. 53.

Москвичёва Е. С.

Винницький фінансово-економічний університет

Анисимова Н. П.

Львовський національний університет імені Івана Франко

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОБЛЕМНОЙ КРЕДИТНОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ БАНКОВ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА**

Резюме

Обосновано, что важной проблемой отечественной банковской системы в условиях кризиса является высокая доля недействующих кредитов в общем объеме выданных кредитов. Использован корреляционно-регрессионный анализ для прогнозирования проблемной кредитной задолженности банковской системы Украины. Даны рекомендации по механизмам минимизации объемов проблемной кредитной задолженности.

Ключевые слова: кредитная задолженность, проблемная задолженность, недействующие кредиты, прогнозирование проблемной кредитной задолженности, корреляционно-регрессионный анализ.

Moskvichova O. S.

Vinnitsia University of Finance and Economics

Anisimova N. P.

Lviv National University named after Ivan Franko

**PREDICTION OF PROBLEM CREDIT DEBT OF BANKS
USING CORRELATION-REGRESSION ANALYSIS**

Summary

It was proved that the important issue of the domestic banking system in crisis is the high share of non-performing loans in total amount of issued loans. The correlation and regression analysis was used to predict the problem of credit debt of the banking system of Ukraine. The recommendations were done on mechanisms to minimize the volume of problem credit debt.

Keywords: credit debt, problem debts, non-performing loans, prediction of problem credit debt, correlation and regression analysis.

УДК 911.3

Охота В. І.

Тернопільський національний економічний університет

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Проаналізовано сучасні реалії функціонування туристичного бізнесу в Тернопільській області та виявлено його проблематику. Досліджено особливості діяльності суб'єктів туристичної індустрії регіону, зокрема, туроператорів, турагентів та суб'єктів, що надають екскурсійні послуги. Проаналізовано динаміку та структуру туристичного потоку. Запропоновано заходи, необхідні для активізації ділової активності в галузі, що, в свою чергу, вплине на формування привабливого туристичного іміджу регіону.

Ключові слова: туристична індустрія, туроператори, турагенти, туристичний потік, туристично-рекреаційний потенціал, стратегія розвитку туризму.

Постановка проблеми. Сьогодні туристична індустрія України переживає найважчі часи за всю історію незалежності, спровоковані рушійним впливом політичної кризи та воєнного стану. За 2014 р. більш ніж удвічі скоротились туристичні потоки іноземних туристів в Україну. Тому у цілях порятунку української туристичної галузі робиться ставка на розвиток внутрішнього туризму.

Туристичний ринок України розвивається динамічно та прогресивно, але й одночасно досить суперечливо: з однієї сторони, його практично

повністю «окупували» регіони, де туризм є традиційною галуззю, з іншого – сучасний споживач вимагає чогось нового, незвіданого. Саме тому, окреслюючи стратегічні вектори розвитку галузі, не варто обмежуватись традиційними туристичними напрямками, необхідно відкривати нові продукти, який активізуватиме внутрішній турпотік та приваблюватиме туристів з усіх куточків світу.

Однією із туристичних перлин Західної України є Тернопільська область, її потенціал нараховує: 308 пам'яток природи, 18 парків – пам'яток

садового мистецтва, 89 заказників, понад 4000 пам'яток історії, археології та архітектури, два державні та один національний історико-архітектурні заповідники, 200 тис. га ландшафтних територій. Готельна сфера області демонструє стійкі темпи росту. В області діють 63 готелі, мотелі та кемпінги на 2 100 місць, на даний час в області функціонує 11 санаторіїв та профілакторіїв з лікуванням (1,6 тис. ліжок), три бази відпочинку (0,4 тис. місць) та 484 дитячих оздоровчих табори (2,6 тис. місць). На Тернопіллі нараховується більше сотні об'єктів спелеології. До послуг туристів-спелеологів: печери «Млиники», «Озерна», «Угринь», «Оптимістична» [4]. Оскільки туристично-рекреаційний потенціал Тернопільської області не використовується в повній мірі, дослідження проблематики розвитку галузі та пошук стратегічних шляхів активізації ділової активності суб'єктів туристичного бізнесу регіону є досить актуальним питанням на сьогодні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку туристичної індустрії Тернопільської області висвітлена в працях багатьох науковців, зокрема Городиського Ю. [6], Гумюка Ю.П. [7], Вільчинського А.О. [8], Кіндрачука Н.М. [9] та ін. Проте потребують глибшого аналізу сучасні тенденції розвитку туристичного бізнесу для виявлення закономірностей розвитку галузі.

Мета статті полягає в аналізі сучасних реалій функціонування туристичного бізнесу в Тернопільській області, виявленні його проблематики

та розробці стратегічних напрямків розвитку туризму регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристично-рекреаційну сферу Тернопільської області визнано однією із пріоритетних, проте на сьогодні туристична сфера регіону перебуває в стані хаотичного, розрізненого та повільного розвитку, незважаючи на вигідне геополітичне розташування та конкурентоспроможну туристичну базу для розвитку практично усіх видів туристичної діяльності. Комплексне освоєння туристично-рекреаційного потенціалу є надзвичайно важким та трудомістким процесом, оскільки для всебічного вирішення проблем розвитку галузі свої зусилля повинні об'єднати усі суб'єкти туристичного ринку та зацікавлені сторони з метою ство-

Таблиця 1
Суб'єкти туристичної діяльності

Показник	2012	2013	2014
Юридичні особи, усього	28	27	22
<i>туроператори</i>	<i>10</i>	<i>10</i>	<i>10</i>
<i>турагенти</i>	<i>15</i>	<i>13</i>	<i>9</i>
<i>суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>3</i>
Фізичні особи-підприємці, усього	36	43	27
<i>турагенти</i>	<i>35</i>	<i>42</i>	<i>26</i>
<i>суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>
Всього	64	70	49

Таблиця 2

Найпопулярніші тури по області провідних туроператорів Тернопільщини

Туроператори	Популярні тури по Тернопільській області
Туроператор «Оксамит-КЛ»	Тури вихідного дня: «Забутими шляхами середньовіччя», «Релігійні святині Тернопільщини», «В пошуках дороги до істини», «Почаївська святиня», «На схилах Медоборів», «Таємний світ печер Тернопільщини», «Вихідні в Тернополі», «Святині, замки, печери Тернопільщини», «Таємниці, міфи та білі плями Галичини», «Кам'яні обереги Перуна»; Активний відпочинок: «На хвилях Дністра», «Вихідні на Дністрі», «Дністровський триптих – вогонь, повітря та вода», «Дністровська четвірка», «П'ять миттеостей Дністра», «Сплав по Серету та Дністру, печери Тернопільщини», «Драйв-240», «Таємний світ печер Тернопільщини», «Підземний базовий табір»; Святкові тури: «Великодні свята на Тернопільщині», «Шляхами УПА», «Дністровський триптих – вогонь, повітря та вода», «Чудеса Купальської ночі», «Свята рибалки на Дністрі», «Івана Купала – водоспади, печери та замки Тернопільщини»; Гастрономічні тури: «Галицька дефіляда», «Тернопільські гастролі», «Півний тур. Економ-пропозиція», «До Тернополя на пиво та м'ясо»
Приватне підприємство «Окрайна»	Тури вихідного дня: «Меценати замків та святинь Тернопільщини»
Тернопільське обласне закрите акціонерне товариство по туризму та екскурсіях «Тернопільтурист»	Лікувально-оздоровчі тури: оздоровчий комплекс «Лісовий», оздоровчий комплекс «Збруч»
Приватне підприємство «Аура-плюс»	Екскурсійні тури: «Почаїв», «Бережани», «Скарби природи», «Джуренський водоспад», «Зарваниця»
Приватне підприємство «Казка мандрів»	Екскурсійні тури: «Урочище Червоне»
ТзОВ «Обласний спортивно-туристський клуб»	Спелеотури: «Печера Млиники: Шалені вихідні», «Вихідні у Млинках+Угринь», «Ідеальний Спелеовікенд: Млиники+Атлантида», «Екскурсія в печеру Оптимістична+Млинки», «Три печери: Млинки, Угринь, Вертеба», «Екстрім-гра: Гонки Андеграунд», «Канікули в Спелеохаті»; Кінні походи: «Кінний похід верхи околицями Тернополя», «Кінний похід долиною Серету»; Корпоративні тури: «Мотузковий квест», «Сплави по катамаранах по Дністру»; Велотури: «Вело Подністров'я»
Приватне підприємство «Світ»	Релігійно-паломницькі тури: «Біжать у Почаїв стежки і дороги», «Чудотворне Тернопілля», «До стіп твоїх я пригорнусь, Маріє», «Святині Тернопільщини»; Спортивні тури: «На хвилях Дністра»
Приватне підприємство «Вікі-тур»	Екскурсійні тури: «Замки, водоспади, каньйони Тернопільщини», «Через замки до Почаївської лаври», «Через Бережани в рай», «Духовні святині Поділля», «Спадщина Острозьких», «Природа Тернопільщини», «Збараська фортеця»
ТзОВ «Файні мандри»	
ТзОВ «Паломницько-туристичний центр «ЕМАУС»	Паломницькі тури: «Чудотворна ікона Божої матері в Почаєві», «Ікона Матері Божої Тербовлянської»

рення та втілення в життя загальної концепції, яка в кінцевому результаті принесе користь кожному учаснику.

Основними гравцями на ринку туристичної індустрії Тернопільської області є туроператори, турагенти та суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність. Допомогу в організації подорожей в 2014 р. надали 49 суб'єктів туристичної діяльності (з них 10 туроператорів, 35 турагенств, та чотири екскурсійні компанії). Послугами туристичних компаній Тернопільщини скористалися 9 066 осіб.

Протягом останніх трьох років спостерігається зменшення кількості підприємств, що надають туристичні послуги. Зокрема, в 2013 р. на ринку функціонувало 70 суб'єктів туристичної діяльності, а вже в 2014 р. їх кількість склала лише 49. Відбулося значне скорочення діяльності туристичних агенцій – з 50 у 2012 р. до 35 у 2014 р. (табл. 1).

Невід'ємною складовою подорожей, туризму та змістовного дозвілля є екскурсії. У 2014 р. за допомогою туристичних організацій області їх здійснила 1 371 особа (в 2013 р. – 3 268 осіб). Більшість екскурсантів (74,7%) – діти та молодь.

В таблиці 2 представлено найпопулярніші тури провідних туроператорів Тернопільської області.

В 2014 р. туроператори отримали доходи від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) у розмірі 1859,9 тис. грн., у тому числі від екскурсійної діяльності – 114,0 тис. грн. Разом із зростанням доходів зросли й операційні витрати туроператорів, зокрема, у 2014 р. вони склали 1530,1 тис. грн. Сума комісійних, агентських та інших винагород склала 189,9 тис. грн.

Здійснивши аналіз статистичної інформації, поданої Державним комітетом статистики України, слід виділити сучасні реалії розвитку туристичної індустрії Тернопільської області. Зокрема, протягом останніх років спостерігаються тенденції до зниження туристичного потоку в Тернопільську область. У 2014 р. кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної індустрії, становила 9 066 осіб, зменшившись на 67% з минулого року та більш ніж удвічі у порівнянні з 2010 р. (рис. 1).

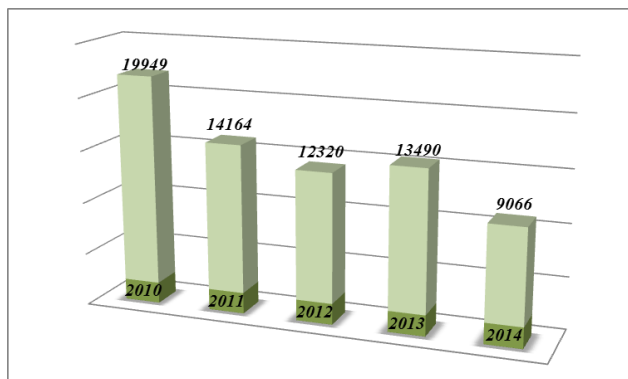


Рис. 1. Кількість туристів обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, осіб

У 2014 р. 8 889 осіб здійснили туристичні подорожі з метою відпочинку, 144 – з діловою метою, з іншими цілями – 30 осіб. Суб'єктами туристичної індустрії було обслуговано 1 654 дитини (табл. 3).

Аналіз статистичних даних показує, що протягом останніх років відбувається значне скорочення поїздок у межах Тернопільської області.

Таблиця 3

Структура туристичного потоку за метою подорожі

Показник	2012	2013	2014
Обслуговано туристів, усього	12320	13490	9066
у тому числі за метою поїздки:	-	-	-
службова, ділова, навчання	10	61	144
дозвілля, відпочинок	12092	13250	8889
лікування	16	9	-
спортивний туризм	200	115	-
спеціалізований туризм	-	-	-
інші	2	55	30
З них діти віком 0–17 років	3313	2371	1654

В 2014 р. внутрішнім туризмом було охоплено 4,4 тис. осіб, або 48,3% від загальної кількості туристів (у 2013 р. – 5561 особа, або 41,2%). Чисельність дітей віком 0–17 років становила 715 осіб (у 2013 р. – 1 116 осіб). На розвиток внутрішнього туризму вплинула економічна та політична нестабільність в країні, що призвела до значного скорочення турпотоку в область, зокрема, протягом 2010–2014 рр. кількість громадян, які подорожували по тережах Тернопільської області, зменшилась з 13,4 до 4,3 тис. осіб (рис. 2).

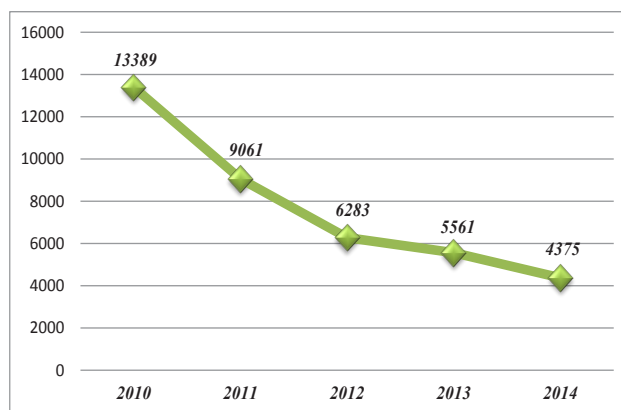


Рис. 2. Динаміка кількості внутрішніх туристів, осіб

Станом на 2013 р. в структурі внутрішніх туристичних потоків, які обслуговували суб'єкти туристичної діяльності Тернопільської області, 97% припало на туризм з метою дозвілля та відпочинку, 2,3% – на дитячий туризм, 0,6% – на спортивний та 0,1% – на оздоровчо-лікувальний туризм (рис. 3).

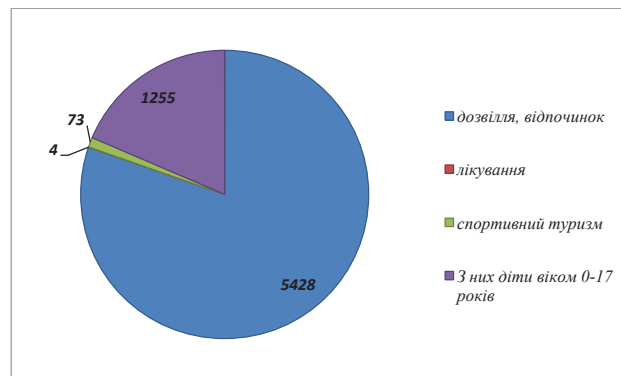


Рис. 3. Структура внутрішнього туризму Тернопільської області в 2013 р.

Важливою складовою частини міжнародного туризму є система організації поїздок громадян України за кордон. Виїзний міжнародний туризм в Тернопільській області розвивається помітними темпами, зокрема, в 2014 р. на відпочинок в інші країни поїхало 4 691 особа. Проте в 2014 р. спостерігалось значне зменшення виїзного турпотоку у порівнянні з 2013 р. Кількість громадян області, які виїжджали за кордон, у порівнянні з 2013 р. зменшилась на 40,8%, основна частина яких (98,7%) виїжджала на відпочинок (рис. 4).

Жителі нашої області відвідали 39 країн світу. Найбільшою популярністю користувалися Єгипет (1 309 осіб), Болгарія (1 127 осіб) та Туреччина (818 осіб). Серед громадян області, які подорожували за кордон, 1 654 особи (17,2%) становили діти віком 0–17 років.

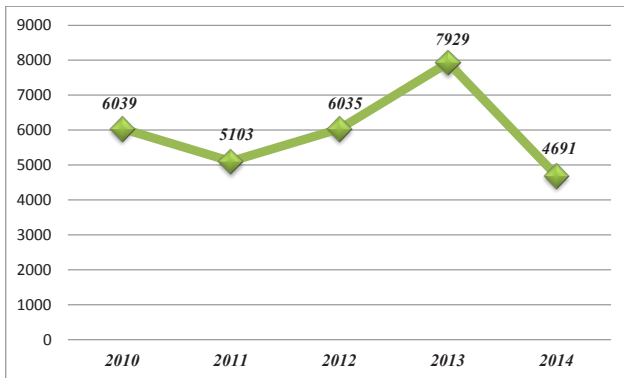


Рис. 4. Динаміка кількості туристів, громадян України, які виїжджали за кордон, осіб

Невід'ємною складовою подорожей, туризму та змістовного дозвілля є екскурсії. У 2014 р. за допомогою туристичних організацій області їх здійснила 1 371 особа (в 2013 р. – 3 268 осіб). Більшість екскурсантів (74,7%) – діти та молодь. Максимального значення показник кількості екскурсантів, обслугованих суб'єктами туристичної індустрії області, склав у 2010 р. – 13 719 екскурсантів (рис. 5).

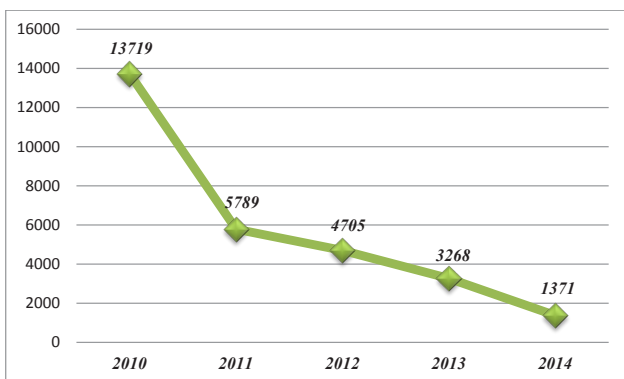


Рис. 5. Динаміка кількості екскурсантів, осіб

Отже, здійснивши аналіз розвитку туристичного бізнесу Тернопільської області, слід запропонувати заходи, реалізація яких сприятиме активізації ділової активності суб'єктів туристичної індустрії області, що, в свою чергу, вплине на формування привабливого туристичного іміджу.

1. Формування унікальних туристичних продуктів. Лише наявність якісних та унікальних

туристичних продуктів у регіоні сприятиме формуванню зацікавленості туристичною індустрією вітчизняних та іноземних інвесторів. Унікальний туристичний продукт сам по собі притягне інвестиційні потоки. Тому спершу необхідно зробити наголос не на розробку проектів щодо розбудови інфраструктури, а підготовку проектних ідей, які стосуються безпосередньо туристичного продукту. Оскільки найідейнішою, найефективнішою та найпрогресивнішою є молодь Тернопільщини та безпосередньо студенти, які навчаються на туристичних спеціальностях, пропонуємо активно залучати їх у процес формування креативних та унікальних турпродуктів.

2. Розробка каталогу туристичних продуктів, запропонованих усіма суб'єктами туристичної індустрії області, оскільки турист, плануючи свою подорож, надає перевагу організованам туризму, які зможуть розкрити туристичну привабливість регіону в найкращому ракурсі. З метою організації масового туризму владі необхідно сприяти у популяризації цих продуктів на всеукраїнських та міжнародних туристичних заходах та сприяти встановленню безпосередніх зв'язків між суб'єктами туристичної індустрії області та провідними світовими туроператорами.

3. Представлення туристичного потенціалу регіону на туристичних виставкових заходах. На сьогодні представлення туристичного потенціалу області на виставкових заходах є надзвичайно важливим для активізації туристичних потоків в область. Проте слід враховувати глобалізаційні процеси в світовій економіці та можливості мережі Інтернет. Популяризувати область необхідно не лише періодично на виставкових заходах, але й здійснювати постійну роботу з представлення регіонального турпродукту на найпопулярніших світових туристичних Інтернет-порталах, в соціальних мережах тощо.

4. Формування привабливого іміджу Тернопільської області як туристичної дестинації. Питання щодо розробки стратегії розвитку туристичної сфери та туристичного бренду Тернопільської області не потрібно вивчати і обговорювати, а потрібно активно працювати над розробкою як стратегії, так і бренду. Проте слід враховувати й те, що ні стратегію, ні бренд неможливо зробити дієвими без залучення громади. Тому пропонуємо активно залучати студентів у цю роботу, зокрема, у процес проведення соціологічних досліджень в соціальних мережах, вивчення пріоритетних поглядів громади щодо цього питання, розробки концепцій, логотипів, брендбуків тощо.

4. Кластеризація туристичної сфери та створення туристичної інфраструктури, яка б відповідала світовим стандартам. Враховуючи значні переваги розвитку рекреаційно-туристичної галузі Тернопільської області шляхом створення кластерів, державна політика має бути спрямована на створення нормативно-правового поля для розвитку зазначеної сфери. В іншій площині вбачається необхідним сприяння подальшому розвитку фінансової ініціативи приватного власника, який має можливість і бажання інвестувати в рекреаційно-туристичну галузь, отримуючи відповідні державні гарантії у рамках державно-приватного партнерства [10].

Висновки. Отже, у 2010–2014 рр. спостерігається поступове погіршення ситуації із туристичним бізнесом у Тернопільській області, про що свідчать скорочення кількості внутрішніх, виїз-

них туристів та екскурсантів. Зокрема, значного зниження зазнала чисельність внутрішніх туристів та практично до нуля знизилась відвідуваність області іноземними туристами. Така ситуація потребує застосування різноманітних методів

впливу, зокрема, з боку державних органів влади та органів місцевого самоврядування, спрямованих на активізацію процесів розвитку туризму серед місцевого населення та його популяризації поза межами області.

Список літератури:

1. Туристична діяльність в Україні в 2012 році / Статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
2. Туристична діяльність в Україні в 2013 році / Статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
3. Туристична діяльність в Україні в 2014 році / Статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
4. Стан та перспективи розвитку регіонів України [Електронний ресурс]. – режим доступу : <http://www.fes.kiev.ua/new/wb/pages/ukrajinska/golovna.php>.
5. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм у області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.te.ukrstat.gov.ua.
6. Городиський Ю. Проблеми і перспективи розвитку туризму у Тернопільській області / Ю. Городиський, А. Манько // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2012. – Вип. 29. – Ч. 1. – С. 36–47.
7. Гуменюк Ю.П. Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу (на прикладі Тернопільської області) / Ю.П. Гуменюк. – Львів, 2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.lib.ua-ru.net/diss/cont/28702.html.
8. Вільчинський А.О. Сільський зелений туризм Тернопільського Придністров'я: стан і перспективи розвитку / А.О. Вільчинський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://elibrary.nubip.edu.ua/10765/1/11vao.pdf>.
9. Кіндрачук Н.М. Історико-культурна спадщина Тернопільської області: сучасний стан і перспективи використання в Україні / Н.М. Кіндрачук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/5667/1/121-128.pdf>.
10. Круглов В.В. Державно-приватне партнерство як основа розвитку рекреаційно-туристичних кластерів / В.В. Круглов // Теорія та практика державного управління. – 2014. – Вип. 4. – С. 211–219.

Охота В. И

Тернопольский национальный экономический университет

СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В ТЕРНОПОЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Резюме

Проанализированы современные реалии функционирования туристического бизнеса в Тернопольской области и выявлена его проблематика. Исследованы особенности деятельности субъектов туристической индустрии региона, в частности, туроператоров, турагентов и субъектов, предоставляющих экскурсионные услуги. Проанализированы динамика и структура туристического потока. Предложены меры, необходимые для активизации деловой активности в отрасли, что, в свою очередь, повлияет на формирование привлекательного туристического имиджа региона.

Ключевые слова: туристическая индустрия, туроператоры, турагенты, туристический поток, туристско-рекреационный потенциал, стратегия развития туризма.

Okhota V. I.

Ternopil National Economic University

MODERN REALITIES OF TOURISM DEVELOPMENT IN TERNOPIL REGION

Summary

The modern realities of functioning the tourism in Ternopil region were analyzed and their perspective was found. The features of the subjects of the tourism industry was investigated, including tour operators, travel agencies and entities providing excursion services. The dynamics and structure of the tourist flow was analyzed. The measures needed to intensify business activity in the industry were recommended, which in turn affect the formation of attractive tourist image of the region.

Keywords: tourism industry, tour operators, travel agents, tourist flow, tourist and recreational potential, tourism development strategy.