

25. Inderst, R., & Irmen, A. (2005). Shopping Hours and Price Competition. *European Economic Review*. (Vol. 49). Is. 5. (pp. 1105-1124) [in English].
26. Reddy, K. (2012). Price Effects of shopping Hours Regulation: Evidence from Germany. *Economic Affairs*. February. (Vol. 32(1)). (pp. 48-54) [in English].
27. Kotel'nikova, Z. V. (2011). Mezhdunarodnyj opyt regulirovaniya dejatel'nosti torgovyh setej: obzor jempiricheskikh issledovanij. Gosudarstvennoe regulirovanie dejatel'nosti torgovyh setej: osnovy i protivorechija [International experience in regulating trading networks: an overview of empirical research. State regulation of trading networks activity: basics and contradictions]. *Analitika LJeSI – LSES Analytics*. (Is. 8). Moscow: Izd. dom NIU VShJe [in Russian].
28. Prodromidis, P., & Petros, S. (2012). The economic impact of deregulating Sunday shopping among small retailers. KEPE working paper. Retrieved from [www.msl.aueb.gr/files/workingpaperprodr12.pdf](http://www.msl.aueb.gr/files/workingpaperprodr12.pdf) [in English].
29. Retail trading hours regulation (2011). Australian Productivity Commission. Economic Structure and Performance of the Australian Retail Industry. Canberra [in English].

УДК 338.486.2(477)

DOI: [http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2019\(125\)06](http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2019(125)06)

**МЕЛЬНИЧЕНКО Світлана,**

д. е. н., професор, проректор з наукової роботи  
Київського національного  
торговельно-економічного університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

E-mail: [melnichenko@knteu.kiev.ua](mailto:melnichenko@knteu.kiev.ua)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5162-6324>

**ЗІКІЙ Наталія,**

аспірант кафедри готельно-ресторанного бізнесу  
Київського національного торговельно-  
економічного університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

E-mail: [nat.gliten@ukr.net](mailto:nat.gliten@ukr.net)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9781-7479>

## **ТУРИСТИЧНІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ РЕАЛЬНОСТІ**

*Досліджено сучасний стан розвитку туристичних підприємств. Виявлено основні причини скорочення кількості суб'єктів туристичної діяльності. Проаналізовано діяльність найбільших туристичних підприємств за різними рейтингами та визначено їх ринкову частку. Встановлено джерела туристичних колапсів та основні кроки держави до прозорості та клієнтоорієнтованості діяльності підприємств.*

*Ключові слова:* туристичний збір, туристичні оператори, туристичні агентства, ринок туристичних послуг, туристичні напрямки, туристичні колапси.

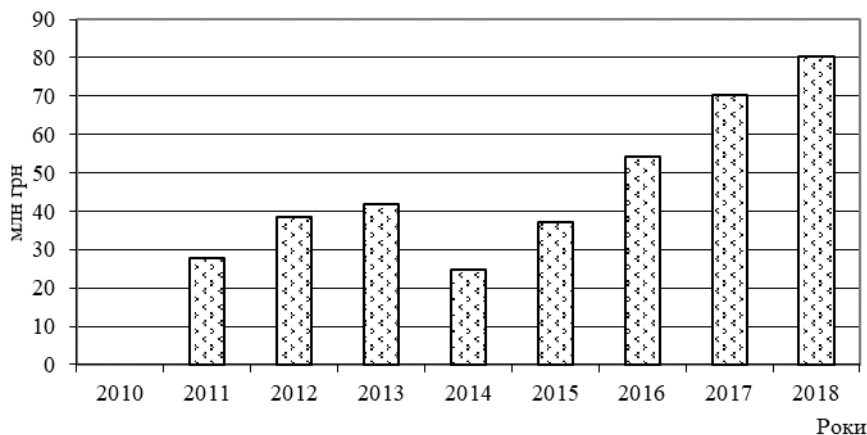
---

© Мельниченко С., Зікій Н., 2019

*Мельниченко С., Зикий Н. Туристические предприятия Украины: вызовы реальности. Исследовано современное состояние развития туристических предприятий. Выявлены основные причины сокращения количества субъектов туристической деятельности в Украине. Проанализирована деятельность крупнейших туристических предприятий по разным рейтингам и определена их рыночная доля. Установлены источники туристических коллапсов и основные шаги государства в направлении прозрачности и клиентоориентированности деятельности предприятий.*

*Ключевые слова:* туристический сбор, туристические операторы, туристические агентства, рынок туристических услуг, туристические направления, туристические коллапсы.

**Постановка проблеми.** Розвиток туризму відіграє важливу роль для країни. Підтвердженням цього є обсяги надходжень від туристичного збору до держбюджету України, запровадженого у 2010 р. І, як наслідок, збагачення державної скарбниці у 2018 р. на 80.3 млн грн, що на 14.4% більше ніж у попередньому році (рис. 1). За даними Державної фіскальної служби України, найбільші суми від сплати туристичного збору до місцевих бюджетів юридичними особами надійшли: у м. Києві – 28.8 млн грн, Львівській області – 8.6 млн грн, Одеській – 4.5 млн грн, Херсонській та Запорізькій областях – по 2 млн грн; фізичними особами: у м. Київ – 4.2 млн грн, Одеській – 7 млн грн, Львівській – 4.8 млн грн, Закарпатській – 2.5 млн грн та Івано-Франківській області – 2.1 млн грн.



**Рис. 1. Надходження від туристичного збору до державного бюджету України за 2010–2018 рр., млн грн**

*Джерело:* побудовано авторами за даними [1].

При запровадженні туристичного збору його ставка становила 1 % від вартості проживання, але з 1 січня 2019 р. вона встановлюється за рішенням сільських, селищних, міських рад та рад об'єднаних територіальних громад за кожну добу тимчасового розміщення у місцях проживання (ночівлі) у розмірі до 0.5 % мінімальної заробітної плати – для внутрішнього туризму та до 5 % мінімальної заробітної плати – для

в'їзного [1]. Тобто при встановленій з 1 січня 2019 р. мінімальній заробітній платі 4 173 грн, сума туристичного збору за добу для внутрішнього туризму становитиме 20.9 грн, а для в'їзного – 208.7 грн.

Останні події значно вплинули на діяльність як туристичних операторів, так і туристичних агентств, підтримуючи при цьому жорстку конкуренцію. Проте щороку спостерігається зменшення рівня довіри туристів до підприємств. Тому доцільним є дослідження поточного стану, бар'єрів розвитку діяльності туристичних підприємств та причин виникнення туристичних колапсів.

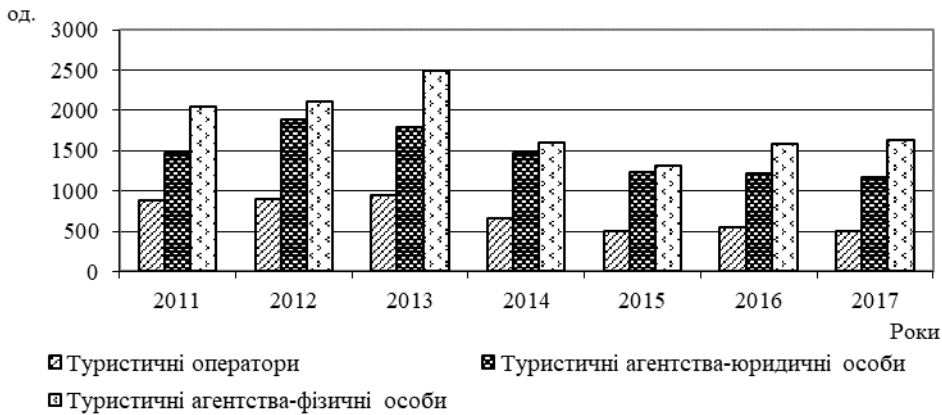
**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питанням теорії та практики, у т. ч. теоретичним і практичним аспектам розвитку туризму, ціннісно орієнтованого управління в туризмі, геопросторової та соціально-економічної організації туризму, а також класифікаційним аспектам і специфіці діяльності туристичних операторів та агентств присвячено праці таких вітчизняних науковців: Ж. Богданова [2], М. Бойко [3], Г. Горіна [4], К. Єсіпова [5], У. Іванюк [6], Ю. Забалдіна, Т. Ткаченко [7], Н. Косар, Н. Кузьо [8], А. Мазаракі [9], М. Рега [10], Т. Ткачук [11] та ін. Проте враховуючи значний вплив поточних подій у політичному і соціально-економічному просторі України на туристичний ринок, актуальними залишаються оперативний аналіз реального стану діяльності туристичних підприємств та виявлення причин гальмування розвитку суб'єктів туристичної діяльності.

**Метою** статті є аналіз динаміки показників туристичних підприємств, оцінка стану їх діяльності, виявлення лідерів туристичного ринку, першочергових причин скорочення суб'єктів туристичної діяльності та джерел створення туристичних колапсів.

**Матеріали та методи.** Методологічною базою дослідження слугувала сукупність таких наукових методів, як: узагальнення, порівняльного аналізу, аналізу та синтезу, що дало змогу проаналізувати вплив розвитку туризму на державний бюджет країни, визначити і порівняти результати діяльності туристичних операторів та агентств, оцінити діяльність найбільших суб'єктів туристичної діяльності. Інформаційною базою дослідження стали праці вітчизняних вчених, статистичні матеріали та інтернет-джерела.

**Результати дослідження.** Аналіз вітчизняного ринку туристичних послуг (рис. 2) свідчить про сприятливу ситуацію для ведення туристичного бізнесу у 2011–2013 рр.: у 2013 р. порівняно з 2011 р. відкрилось 68 туроператорів, темп зростання становив 7.8 %, туристичних агентств-юридичних осіб – 328 (+22.3 %), а турагентств-фізичних осіб – 449 (+22 %). Складність та нестабільність економічного та політичного становища країни, анексія Криму, воєнні дії на сході України з 2014 р. і дотепер негативно впливають на ділову активність. У 2017 р. порівняно з 2014 р. кількість туроператорів скоротилась на 25.3 %, туристичних агентств-юридичних осіб – на 20.4 %, хоча кількість туристичних агентств-фізичних осіб збільшилась на 2.1 %. За відсут-

ності інформації через анексію Криму та війнні дії на сході з 2014–2017 рр. не враховано діяльність туристичних підприємств на непідконтрольних Україні територіях.



**Рис. 2. Динаміка кількості туристичних підприємств в Україні за 2011–2017 рр.**

Джерело: побудовано авторами на основі [12–18].

Моніторинг динаміки кількості обслугованих туристів туристичними підприємствами України за 2011–2017 рр. (рис. 3) показує лідерство туроператорів, що є цілком виправданим, оскільки туроператори є виробниками туристичної продукції та виступають надійними гарантими з продажу послуг. За досліджуваний період найбільшого показника з кількості обслугованих туристів туроператори досягнули у 2013 р. у зв’язку з проведенням Євро–2012, але загострення економіко-політичної ситуації негативно відбилися на ситуації у 2014–2016 рр. Проте у 2017 р. спостерігається збільшення кількості туристів на 10.2 % порівняно з 2016 р.



**Рис. 3. Динаміка кількості обслугованих туристів туроператорами та туристичними агентами України за 2011–2017 рр.**

Джерело: побудовано авторами на основі [12–18].

Розподіл кількості обслугованих туристів між турагентствами-юридичними та фізичними особами господарювання показує перевагу перших. Найбільшу кількість обслугованих туристів за 2011–2017 рр. турагентства-юридичні особи досягнули у 2015 р., але у 2016 р. їх кількість скоротилась на 28.5 %, а в 2017 порівняно з попереднім роком – скоротилась ще на 6.3 %.

Попри це турагентства-фізичні особи поступово зміцнюють позиції: у 2016 р. +46.1 % до попереднього року; у 2017 – +34.6 %.

У підсумку 2017 р. 69.5 % від загальної кількості обслугованих туристів надали перевагу туроператорам, 16 % – турагентствам-юридичним особам та 14.5% – турагентствам-фізичним особам.

Аналіз доходів туристичних підприємств за 2011–2017 рр. показує як негативну, так і позитивну тенденцію (табл. 1). У туроператорській діяльності значне скорочення обсягу доходу спостерігається у 2013–2015 рр.: у 2013 р. – на 3.6%, у 2014 р. – на 11.8% та в 2015 р. – на 17.5%. Але у 2016 р. спостерігається стрімке збільшення доходу на 159.4%, а найбільшого значення показника досягнуто у 2017 р. – 1791.7 млн грн, при цьому темп зростання становив 63.1%. Моніторинг доходу турагентств юридичних осіб показує постійне коливання цього показника. Разом з цим, максимальне скорочення зафіксовано у 2014 р. – 14.5%, а найбільше зростання – у 2015 р. +86.9%. У 2017 р. спостерігається найбільший обсяг доходу 552.1 млн грн. Дослідження доходу турагентств фізичних осіб свідчить про негативну тенденцію у 2013 (-2,2%) та 2014 (-48,5%) роках. У 2015–2017 рр. обсяг доходу постійно збільшується: у 2015 р. – на 62.8%, у 2016 р. – на 90.9% та в 2017 р. – на 23.4%.

Таблиця 1

Динаміка доходів туристичних підприємств України за 2011–2017 рр., млн грн

Дохід	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Туроператори	4421.7	6035.0	5816.0	5129.2	4233.7	10983.2	17917.4
Турагентства-юридичні особи	230.1	288.4	344.1	294.1	549.8	518.4	552.1
Турагентства-фізичні особи	223.7	257.1	251.5	129.6	211.0	402.6	497.0
<b>Абсолютне відхилення</b>							
Туроператори	–	1613.3	-219.0	-686.8	-895.5	6749.4	6934.2
Турагентства-юридичні особи	–	58.4	55.6	-50.0	255.7	-31.4	33.8
Турагентства-фізичні особи	–	33.4	-5.5	-122.0	81.4	191.7	94.4
<b>Відносне відхилення, %</b>							
Туроператори	–	136.5	96.4	88.2	82.5	259.4	163.1
Турагентства-юридичні особи	–	125.4	119.3	85.5	186.9	94.3	106.5
Турагентства-фізичні особи	–	114.9	97.8	51.5	162.8	190.9	123.4

Джерело: складено авторами за даними [12–18].

Для покращання діяльності туристичних підприємств необхідна потужна інформаційна кампанія за кордоном України – щодо її можливостей як туристичної країни, розвитку різних видів туризму (наприклад, екстремального), забезпечення безпеки туристів упродовж подорожі задля підвищення довіри потенційних споживачів туристичних послуг.

Моніторинг діяльності туристичних підприємств у цілому став підґрунтям для вивчення та розгляду діяльності конкретних топ-операторів туристичного ринку. У рейтингу (табл. 2), сформованому провідними спеціалістами інтернет-видання *turprofi.com.ua*, за кількістю обслугованих туристів до першої трійки увійшли *Join Up*, *Anex Tour* та *TPG*.

Таблиця 2

**Рейтинг туристичних операторів України за кількістю обслугованих туристів у 2016–2017 рр.**

Позиція	Туристичний оператор	Кількість обслугованих туристів, тис. осіб		Абсолютне відхилення, тис. осіб	Відносна частка підприємства на туристичному ринку, %	
		2016	2017		2016	2017
1	<i>Anex Tour</i>	623.4	650.8	27.4	35.3	33.3
2	<i>Join Up</i>	500.0	703.4	203.4	28.3	36
3	<i>TPG</i>	300.0	370.0	70.0	17	18.9
4	<i>Coral Travel</i>	170.0	199.8	29.8	9.6	10.2
5	<i>TUI Ukraine</i>	100.0	292.0	192.0	5.7	14.9
6	<i>TEZ Tour</i>	150.0	233.7	83.7	8.5	11.9
7	<i>Pegas Touristik</i>	78.5	82.3	3.8	4.4	4.2
8	Аккорд-тур	70.4	75.4	5.0	4	3.9
9	Альф	61.5	65.3	3.8	3.5	3.3
10	<i>GTO Travel Company</i>	30.9	41.6	10.7	1.7	2.1
11	<i>Mouzenidis Travel</i>	54.0	32.0	-22.0	3	1.6
12	Танго Тревел	18.9	24.9	6.0	1.1	1.3
13	Оазіс Тревел	8.4	18.0	9.6	0.5	0.9
14	Орбіта	10.8	16.0	5.2	0.6	0.8
15	<i>Zeus Travel</i>	9.5	14.3	4.9	0.5	0.7
16	Фесрія	30.0	13.0	-17.0	1.7	0.7
17	Туристичний клуб	6.5	8.2	1.7	0.4	0.4
18	Ідріска	22.0	7.9	-14.1	1.2	0.4
19	Міст-тур	6.3	7.9	1.6	0.4	0.4
20	Веді-Тургруп	4.2	5.5	1.3	0.2	0.3
21	Артекс'94	3.4	4.8	1.4	0.2	0.2
22	1000 доріг	4.0	4.1	0.1	0.2	0.2
23	Любосвіт	2.0	3.9	1.9	0.1	0.2
24	Альянс	2.2	3.7	1.5	0.1	0.2
25	<i>Ukrainian Global Company (UGC, створена у 2017 р.)</i>	-	3.5	-	-	0.2
26	<i>Adria Hit</i>	3.0	3.4	0.4	0.2	0.2
27	Арістея Тур	2.2	2.2	0	0.1	0.1
28	<i>Xclusive Travel</i>	0.9	1.1	0.2	0.05	0.05
29	Дрім Тревел	0.9	1.0	0.1	0.05	0.05

Джерело: сформовано та розраховано авторами за даними [17; 18; 20; 21].

Збільшив частку ринку туроператор *TUI Ukraine*, позитивні досягнення у своїй діяльності продемонстрували *TEZ Tour*, *Coral Travel*, *GTO Travel Company*. *Pegas Touristik*, хоча і збільшив кількість обслу-

гованих туристів, проте втратив 0.2 % ринку. *Mouzenidis Travel* також дещо втратив позиції на ринку, а Танго Тревел дещо покращив, інші туристичні оператори, зазначені у *табл. 2*, займають менше 1 % ринку.

З *табл. 2* видно, що у 2017 р. в операторів *Mouzenidis Travel*, Феєрія та Ідріска значно впала кількість обслугованих туристів. *Mouzenidis Travel* допустив різкий спад обслугованих туристів через зміну формату взаємодії з партнерами: до цього часу агентська винагорода була фіксованою ставкою, але зміна полягала в прямій залежності розміру агентської винагороди від кількості обслугованих туристів задля збільшення мотивації як туроператора, так і турагентства щодо організації процесу продажу турів [19]. Зниження кількості обслугованих туристів туроператором Феєрія спричинене відмовою підприємства від турів до Йорданії, Марса-Аламу, інших неприбуткових туристичних напрямків та чартеру до Хорватії, але, незважаючи на це, підприємство покращило фінансове становище [20]. Причиною різкого спаду продажів турів підприємством Ідріска була недостатня фінансова спроможність підприємства, яка спровокувала невиконання своїх зобов'язань перед туристами, що призвело до закриття підприємства.

Рейтинг туристичних операторів 2018 р. показує стрімкий розвиток туризму: лідери туристичного ринку зміцнюють свої позиції у рейтингу з позитивною динамікою збільшення кількості обслугованих туристів (*табл. 3*).

Таблиця 3

**Рейтинг туристичних операторів України за кількістю обслугованих туристів у 2017–2018 рр.**

Позиція	Туристичний оператор	Кількість обслугованих туристів, тис. осіб		Абсолютне відхилення, тис. осіб
		2017	2018	
1	<i>Join Up</i>	703.4	902.0	198.6
2	<i>Apex Tour</i>	650.8	680.0	29.2
3	<i>TPG</i>	370.0	500.0	130.0
4	<i>TEZ Tour</i>	233.7	320.0	86.3
5	<i>TUI Ukraine</i>	292.0	300.0	8.0
6	<i>Coral Travel</i>	199.8	257.0	57.2
7	<i>Pegas Touristik</i>	82.3	160.0	77.7
8	Аккорд-тур	75.4	140.0	64.6
9	<i>GTO Travel Company</i>	41.6	105.4	63.9
10	Альф	65.3	75.0	9.7
11	<i>Mouzenidis Travel</i>	32.0	35.0	3.0
12	<i>Zeus Travel</i>	14.3	20.0	5.7
13	Танго Тревел	24.9	*	*
14	Оазіс Тревел	18.0	-	-
15	Орбіта	16.0	18.3	2.3
16	Туристичний клуб	8.2	15.2	7.0
17	Феєрія	13.0	10.3	-27
18	Міст-тур	7.9	*	*
19	Веді-Тургруп	5.5	*	*
20	Артекс'94	4.8	*	*

Закінчення табл. 3

Позиція	Туристичний оператор	Кількість обслугованих туристів, тис. осіб		Абсолютне відхилення, тис. осіб
		2017	2018	
21	1000 допіг	4.1	*	*
22	<i>Ukrainian Global Company (UGC)</i>	3.5	5.2	1.7
23	Альянс	3.7	*	*
24	Любосвіт	3.9	4.0	0.1
25	<i>Adria Hit</i>	3.4	3.8	0.4
26	Арістея Тур	2.2	3.0	0.8
27	<i>Xclusive Travel</i>	1.1	*	*
28	Дрім Тревел	1.0	1.9	0.9

Примітка: - підприємства, які вийшли з туристичного ринку.

\* Підприємства, які станом на 15.05.2019 не подали звітність.

Джерело: сформовано та розраховано авторами на основі [23].

За відсутності звітності Державної служби статистики України не можна розрахувати відносну частку ринку кожного підприємства. Проте всі зазначені оператори мають динаміку збільшення за кількістю обслугованих туристів. У 2018 р. вийшов з туристичного ринку оператор Оазіс Тревел через конфлікт із авіакомпанією "Bravo Airways", який спричинив невиконання зобов'язань підприємства перед туристами. Судовий процес триває і дотепер [22].

Моніторинг найбільш популярних напрямків туристичного сезону 2018 р. (табл. 4) серед вітчизняних туристів виявив країни-лідери – Єгипет і Туреччину, при цьому кількість бажаючих відпочити в цих країнах постійно збільшується на 5.1 та на 10 % відповідно.

Таблиця 4

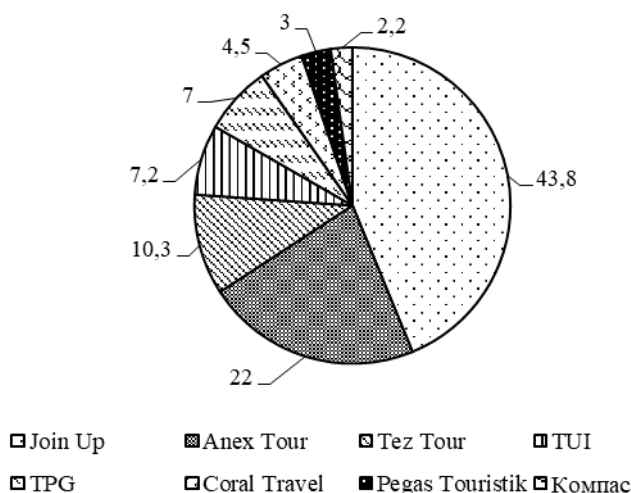
**Рейтинг найпопулярніших країн серед вітчизняних туристів у 2018 р.**

Позиція	Назва країни	Відносна частка країни у загальній кількості туристичних напрямків, %
1	Єгипет	71
2	Туреччина	13
3	ОАЕ	3
4	Шрі-Ланка	2.5
5	Таїланд	2.3
6	Іспанія	1.8
7	Італія	1.7
8	Греція	1.5
9	Болгарія	1.1
10	Кіпр	1.1
11	Європа (передусім Угорщина, Австрія, Чехія)	1
УСЬОГО		100

Джерело: сформовано авторами на основі [24].

Лідерами з продажу турів до Єгипту є туроператори *Join Up* та *Apex Tour*. Значну частку ринку зайняв *Tez Tour*. До рейтингу за напрямком Єгипет увійшли вісім туроператорів (рис. 4).

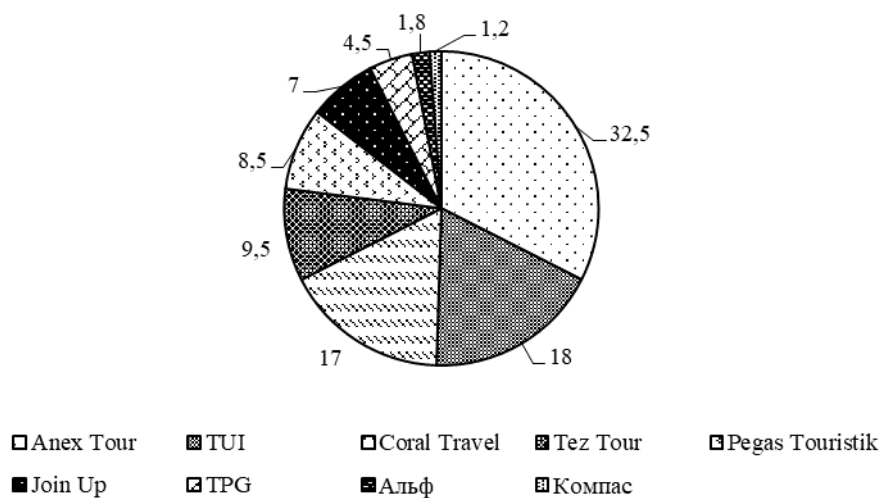




**Рис. 4. Рейтинг операторів за кількістю відправлених туристів на відпочинок до Єгипту 2018 р., %**

Джерело: побудовано авторами на основі [25].

Лідерами рейтингу з продажу турів до Туреччини є *Anex Tour*, *TUI Ukraine* та *Coral Travel*. Окрім них, до цього рейтингу також увійшли ще шість туроператорів (рис. 5).



**Рис. 5. Рейтинг операторів за кількістю відправлених туристів на відпочинок до Туреччини за 2018 р., %**

Джерело: побудовано авторами на основі [26].

За туристичними напрямками до Єгипту та Туреччини експертами сайту *tuiprofi.com.ua* проведено опитування серед агентств щодо довіри співпраці з туроператором (табл. 5).

Таблиця 5

Результати опитування за показником "Найнадійніший туроператор 2018 р."

Позиція	Назва туроператора	Кількість отриманих голосів
1	<i>Coral Travel</i>	314
2	<i>TEZ Tour</i>	208
3	<i>TUI Ukraine</i>	82
4	<i>Pegas Touristik</i>	43
5	<i>TPG</i>	40
6	<i>Anex Tour</i>	38
7	<i>Join Up</i>	27
УСЬОГО опитаних		752

Джерело: побудовано авторами на основі [27].

У дослідження включено сім найбільших туроператорів. Згідно з опитуванням до трійки найнадійніших операторів увійшли *Coral Travel*, *TEZ Tour* та *TUI Ukraine*. *Join Up* отримав найменшу кількість голосів через неодноразові затримки рейсів до Єгипту.

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі, до першої трійки лідерів за обсягом прибутку увійшли *Anex Tour*, *TPG* і *TUI Ukraine*, замикає ТОП-10 *Club Med* (рис. 6).

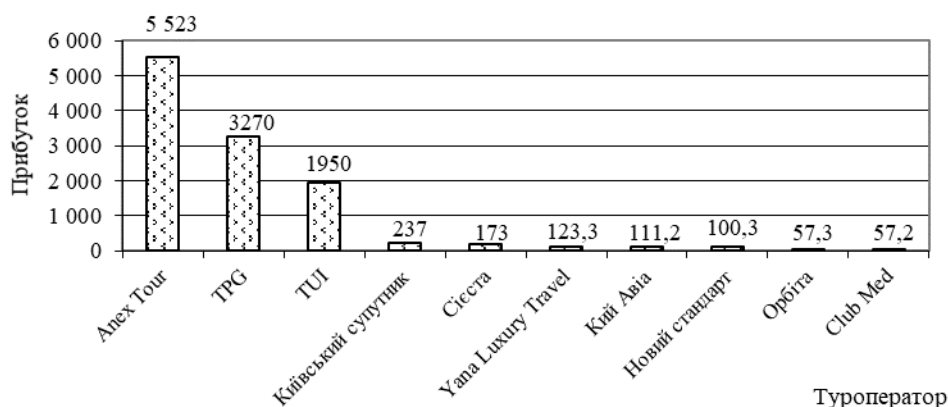


Рис. 6. Рейтинг туроператорів за обсягом отриманого прибутку у 2017 р., млн грн

Джерело: побудовано авторами на основі [21]

Моніторинг діяльності туристичних підприємств та аналіз рейтингів за різними показниками дали змогу дослідити ряд гострих проблем, з якими стикаються суб'єкти господарювання:

- воєнні дії на сході країни негативно позначилися на обсягах обслугованих туристів як вітчизняних, так і закордонних;
- часті непорозуміння між туроператорами та авіакомпаніями через затримку чи перенесення рейсів, які супроводжуються невдоволенням туристів та фінансовими витратами підприємств;
- недобросовісна конкуренція туроператорів, пов'язана з раптовим демпінгом, що призводить до спорів та недовіри турагентств до операторів.

Одним із напрямів вирішення проблем і забезпечення прозорості та клієнтоорієнтованості діяльності туристичних підприємств є прийняті, але досі не оприлюднені зміни до ліцензійних умов туроператорів, розроблені Міністерством економічного розвитку і торгівлі. Нововведення до ліцензійних умов змусять туроператора:

- забезпечити фінансову гарантію перед туристами, а у випадку виплати туристам – відновити суму фінансової гарантії на наступний день;
- надавати повну інформацію на своєму сайті про турагентства, з якими вони працюють, а також інформацію про діючі договори на туристичне обслуговування для уникнення шахрайства;
- забезпечити всі необхідні умови для доступності маломобільних груп туристів до місць їх проживання під час відпочинку.

Крім того, керівник туристичного оператора повинен мати вищу профільну освіту і стаж роботи не менше трьох років. Не менше 30 % працівників туристичного оператора повинні мати три роки (або більше) стажу роботи в туризмі і професійну освіту. А у випадку тимчасового планового призупинення діяльності туристичний оператор повинен розмістити інформацію на сайті за 1 місяць до призупинення [28].

**Висновки.** Моніторинг ділової активності суб'єктів туристичного ринку показує тенденцію скорочення за більшістю показників, основними причинами якої є складна економіко-політична ситуація в країні, відокремлення Криму, зменшення попиту через нестабільність курсу валюти, відсутність безпеки та зростання недовіри до туристичних підприємств. Попри це, до першої десятки лідерів туристичного ринку за кількістю обслугованих туристів увійшли *Join Up, Anex Tour, TPG, TEZ Tour, TUI Ukraine, Coral Travel, Pegas Touristik, Аккорд-тур, GTO Travel Company* та Альф. Досліджено, що часті туристичні колапси виникають через недобросовісну конкуренцію туроператорів та непорозуміння між туроператорами і авіакомпаніями через затримку чи перенесення рейсів.

Подальшим напрямком дослідження буде реструктуризація туристичних підприємств, оскільки це один із найефективніших методів подолання зазначених проблем.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державна фіскальна служба України. URL: <http://sfs.gov.ua>.
2. Богданова Ж. А. Особливості діяльності туроператорів і турагентів: обліковий аспект. URL: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/download/43196/39980>.
3. Бойко М. Г. Управління взаємовідносинами зі споживачами туристичних послуг. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2314>.
4. Горіна Г. О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні в умовах просторової поляризації. дис. ... д-ра екон. наук. Дніпро, 2017, 493 с.
5. Єсіпова К. А. Управління бізнес-процесами туристичних підприємств. дис. ... канд. наук. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013, 202 с.

6. Іванюк У. В. Особливості функціонування туристичних підприємств в сучасних економічних умовах. URL: file:///C:/Users/1/Desktop/Modre\_2012\_2\_48%20(2).pdf.
7. Zabaldina Iuliia, Tkachenko Tatiana. Tourism Destinations Management in the Context of Ukrainian Crisis/ Knowledge – Economy – Society. Challenges of Contemporary Economies in the Face of Global Market Conditions”, Eds. R. Borowiecki, A. Jaki. P.Lula, Krakow 2015, Foundation of the Cracow University of Economics.
8. Косар Н., Кузьо Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 2 (176). С. 115-125.
9. Мазаракі А. А., Мельниченко С. В. Туризм в Україні: виклики кризи. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2015. № 2. С. 5-10. Рега М. Г. Соціально-економічна орієнтація розвитку підприємств туризму. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 2. С. 54-58.
10. Ткачук Т. М. Формування франчайзингових мереж туристичних підприємств. дис. ... канд. наук. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017, 224 с.
11. Туристична діяльність в Україні у 2011 році. Статистичний зб. Київ, 2012. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm).
12. Туристична діяльність в Україні у 2012 році. Статистичний зб. Київ, 2013. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm).
13. Туристична діяльність в Україні у 2013 році. Статистичний зб. Київ, 2014. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm).
14. Туристична діяльність в Україні у 2014 році. Статистичний зб. Київ, 2015. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm).
15. Туристична діяльність в Україні у 2015 році. Статистичний зб. Київ, 2016. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm).
16. Туристична діяльність в Україні у 2016 році. Статистичний зб. Київ, 2017. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm).
17. Туристична діяльність в Україні у 2017 році. Статистичний зб. Київ, 2018. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publtur\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm).
18. "Музенидис Трэвел" меняет правила игры с партнерами. URL: <https://profi.travel/news/27229/details>.
19. Топ-25 туроператоров выездного туризма. URL: <http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/2188-top-25-turoperatorov-vyezdno-go-turizma>.
20. Топ-10 туроператоров Украины за 2017 год. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/top-10-turoperatorov-ukrainy-za-2017-god-stati-347675>.
21. Сотні українських туристів другу добу не можуть вилетіти з Тунісу. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/ukrayinski-turisti-stverdzhuyut-scho-drugu-dobu-ne-mozhut-viletiti-z-tunisu-1178802.html>.
22. Топ-20 туроператоров выездного туризма. URL: <http://www.turprofi.com.ua/novosti/2639-top-20-turoperatorov-vyezdno-go-turizma>.
23. Какие направления оказались самыми популярными. URL: <http://turprofi.com.ua/rejtingi/2659-kakie-napravleniya-okazalis-samymi-populyarnymi>.
24. Египет поделили не поровну. URL: <http://turprofi.com.ua/rejtingi/2661-egipet-podelili-ne-porovnu>.
25. Кто лидер по Турции и Эмиратам. URL: <http://turprofi.com.ua/rejtingi/2669-turtsiya-i-emiraty-glavnye-igroki-etoj-zimoj>.

26. Турагенты считают надежными "Корал", "Тез" и TUI. URL: <http://turprofi.com.ua/rejtingi/2572-turagency-schitayut-samyimi-nadezhnymi-koral-tez-i-tui>.
27. МЭРТ проконтролирует задержки, договоры и турагентов. URL: <http://turprofi.com.ua/novosti/2784-mert-prokontroliruet-zaderzhki-dogovory-i-turagentov>.

Стаття надійшла до редакції 28.05.2019.

**Melnychenko S., Zikii N. Tourism enterprises of Ukraine: challenges of reality.**

**Background.** *The trust of tourists to tourism enterprises is decreasing every year. Tourism enterprises suffer from frequent tourist conflicts and require state support. Therefore, it is expedient to study the current state, barriers to the development of tourism enterprises and the causes of frequent tourism collapse.*

*The aim of the article is to analyze of the dynamic of tourism enterprises, assess their state of activity, identify the leaders of the tourism market, the primary causes of the reduction of tourism subjects and explore ways to overcome collapses of tourism.*

**Materials and methods.** *The information base for the study was the works of domestic scholars, statistical materials and Internet sources. The methodological basis of the study was a set of scientific methods such as: generalization, comparative analysis, statistical analysis and synthesis, which enabled to analyze the impact of tourism development on the state budget, identify and compare the activities of tour operators and agencies, evaluate the activities of the largest subjects of the tourism business.*

**Results.** *Monitoring of the activity of tourism enterprises shows a tendency of reduction of business entities. It was investigated that the largest share of tourists served is to tour operators. This is due to the fact that today, customers trust more operators than agencies. The barriers of business development, the hot spots of the emergence of controversial conflicts between the subjects of the tourism services market were revealed and the state's work in support of the tourism business was analyzed.*

**Conclusion.** *Thus, the events of today have significantly influenced the activities of tourism enterprises. In order to improve the activity of tourism enterprises, powerful marketing informatization is needed abroad of Ukraine as a tourist country, the development of the domestic market, an extreme type of tourism, and the provision of maximum safety and care for tourists during the journey in order to increase the trust of potential consumers of tourist services.*

**Keywords:** commission of tourism, travel operators, travel agencies, market of tourism services, destinations of tourism, collapses of tourism.

#### REFERENCES

1. Derzhavna fiskal'na sluzhba Ukrainy [State Fiscal Service of Ukraine]. *sfs.gov.ua*. Retrieved from <http://sfs.gov.ua> [in Ukrainian].
2. Bogdanova, Zh. A. *Osoblyvosti dijial'nosti turopoperatoriv i turagentiv: oblikovyj aspekt [Features of activity of tour operators and travel agents: accounting aspect]*. *pbo.ztu.edu.ua*. Retrieved from <http://pbo.ztu.edu.ua/article/download/43196/39980> [in Ukrainian].
3. Bojko, M. G. *Upravlinnja vzajemovidnosynamy zi spozhyvachamy turystychnyh poslug [Management of relations with consumers of tourist services]*. *www.economy.nayka.com.ua*. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2314> [in Ukrainian].
4. Gorina, G. O. (2017). Rozvytok rynku turystychnyh poslug v Ukraini v umovah prostorovoi' poljaryzacji' [Development of tourism services market in Ukraine in terms of spatial polarization]. *Doctor's thesis*. Dnipro [in Ukrainian].
5. Jesipova, K. A. (2013). *Upravlinnja biznes-procesamy turystychnyh pidpryjemstv [Management of business processes of tourism enterprises]*. *Candidate's thesis*. Kyi'v: Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t [in Ukrainian].

6. Ivanjuk, U. V. *Osoblyvosti funkcionuvannja turystychnyh pidpryjemstv v suchasnyh ekonomichnyh umovah* [Features of the operation of tourism enterprises in modern economic conditions]. C:/Users/I. Retrieved from file:///C:/Users/I/Desktop/Modre\_2012\_2\_48%20(2).pdf [in Ukrainian].
7. Zabaldina, Iuliia, & Tkachenko, Tatiana (2015). Tourism Destinations Management in the Context of Ukrainian Crisis/Knowledge – Economy – Society. Challenges of Contemporary Economies in the Face of Global Market Conditions” (Eds. R. Borowiecki, A. Jaki. P.Lula, Krakow). Foundation of the Cracow University of Economics [in English].
8. Kosar, N., & Kuz’o, N. (2016). Doslidzhennja rozvytku turyzmu v umovah kryzy [Research of tourism development in conditions of crisis]. *Aktual’ni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, 2 (176), 115-125 [in Ukrainian].
9. Mazaraki, A. A., & Mel’nychenko, S. V. (2015). Turyzm v Ukraini: vyklyky kryzy [Tourism in Ukraine: The Challenges of the Crisis]. *Visnyk Kyi’vs’kogo nacional’nogo torgovel’no-ekonomichnogo universytetu – Herald of the Kiev National Trade and Economic University*, 2, 5-15 [in Ukrainian].
10. Rega, M. G. (2016). Social’no-ekonomichna orijentacija rozvytku pidpryjemstv turyzmu [Socio-economic orientation of development of tourism enterprises]. *Ekonomichnyj visnyk Zaporiz’koi’ derzhavnoi’ inzhenernoi’ akademii’ – Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy*. (Vol. 2). (pp. 54-58) [in Ukrainian].
11. Tkachuk, T. M. (2017). Formuvannja franchajzyngovyh merezh turystychnyh pidpryjemstv [Formation of franchising networks of tourism enterprises *Candidate’s thesis*. Kyi’v: Kyi’v. nac. torg.-ekon. un-t [in Ukrainian].
12. Turystychna dijial’nist’ v Ukraini u 2011 roci (2012). [Tourism activity in Ukraine in 2011]. *Statystychnyj zb. – Statistical Collection Kyi’v*. Retrieved from [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm) [in Ukrainian].
13. Turystychna dijial’nist’ v Ukraini u 2012 roci (2013). [Tourism activity in Ukraine in 2012]. *Statystychnyj zb. – Statistical Collection Kyi’v*. Retrieved from [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm) [in Ukrainian].
14. Turystychna dijial’nist’ v Ukraini u 2013 roci (2014). [Tourism activity in Ukraine in 2013]. *Statystychnyj zb. – Statistical Collection Kyi’v*. Retrieved from [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm) [in Ukrainian].
15. Turystychna dijial’nist’ v Ukraini u 2014 roci (2015). [Tourism activity in Ukraine in 2014]. *Statystychnyj zb. – Statistical Collection Kyi’v*. Retrieved from [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm) [in Ukrainian].
16. Turystychna dijial’nist’ v Ukraini u 2015 roci (2016). [Tourism activity in Ukraine in 2015]. *Statystychnyj zb. – Statistical Collection Kyi’v*. Retrieved from [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm) [in Ukrainian].
17. Turystychna dijial’nist’ v Ukraini u 2016 roci (2017). [Tourism activity in Ukraine in 2016]. *Statystychnyj zb. – Statistical Collection Kyi’v*. Retrieved from [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm) [in Ukrainian].
18. Turystychna dijial’nist’ v Ukraini u 2017 roci (2018). [Tourism activity in Ukraine in 2017]. *Statystychnyj zb. – Statistical Collection Kyi’v*. Retrieved from [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publtur\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm) [in Ukrainian].
19. "Muzenidis Trjevel" menjaet pravila igry s partnerami ["Mouzenidis Travel" changes the rules of the game with partners]. *profi.travel*. Retrieved from <https://profi.travel/news/27229/details> [in Russian].
20. Top-25 turoperatorov vyezdnogo turizma [Top 25 tour operators of outbound tourism]. *www.turprofi.com.ua*. Retrieved from <http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/2188-top-25-turoperatorov-vyezdnogo-turizma> [in Russian].
21. Top-10 turoperatorov Ukrainy za 2017 god [Top 10 tour operators of Ukraine for 2017]. *delo.ua*. Retrieved from <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/top-10-turoperatorov-ukrainy-za-2017-god-stati-347675> [in Russian].

22. Sotni ukrai'ns'kyh turystiv drugu dobu ne mozhut' vyletity z Tunisu [Hundreds of Ukrainian tourists can not fly from Tunisia for the second day]. *tsn.ua/ukrayina*. Retrieved from <https://tsn.ua/ukrayina/ukrayinski-turisti-stverdzhuyut-scho-drugu-dobu-ne-mozhut-viletiti-z-tunisu-1178802.html> [in Ukrainian].
23. Top-20 turoperatorov vyeznogo turizma [Top 20 tour operators of outbound tourism]. *www.turprofi.com.ua*. Retrieved from <http://www.turprofi.com.ua/novosti/2639-top-20-turoperatorov-vyeznogo-turizma> [in Russian].
24. Kakie napravlenija okazalis' samymi populjarnimi [Which areas were the most popular]. *turprofi.com.ua*. Retrieved from <http://turprofi.com.ua/rejtingi/2659-kakie-napravleniya-okazalis-samymi-populyarnymi> [in Russian].
25. Egipet podelili ne porovnu [Egypt was divided not equally]. *turprofi.com.ua*. Retrieved from <http://turprofi.com.ua/rejtingi/2661-egipet-podelili-ne-porovnu> [in Russian].
26. Kto lider po Turcii i Jemiratam [Who is the leader in Turkey and the Emirates]. *turprofi.com.ua*. Retrieved from <http://turprofi.com.ua/rejtingi/2669-turtsiya-i-emiraty-glavnye-igroki-etoj-zimoj> [in Russian].
27. Turagenty schitajut nadezhnymi "Koral", "Tez" i TUI [Travel Agents consider "Coral", "Tez", and TUI as reliable]. *turprofi.com.ua*. Retrieved from <http://turprofi.com.ua/rejtingi/2572-turagenty-schitayut-samymi-nadezhnymi-koral-tez-i-tui> [in Russian].
28. MJeRT prokontroliрует zaderzhki, dogovory i turagentov [MEDT will monitor delays, contracts and travel agents]. *turprofi.com.ua*. Retrieved from <http://turprofi.com.ua/novosti/2784-mert-prokontroliрует-zaderzhki-dogovory-i-turagentov> [in Russian].