

**ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ТА МІКРОПІДПРИЄМНИЦТВА В  
ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНІЙ СФЕРІ ГІРСЬКИХ РАЙОНІВ  
КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ**

*Пітюлич М.М.*

---

*У статті досліджено специфіку функціонування малого та мікропідприємництва туристично-рекреаційної сфери в гірських районах Карпатського регіону, проаналізовано переваги та недоліки діяльності цих підприємств при наданні послуг, розраховано коефіцієнти туристичної активності в регіоні загалом та в гірських районах зокрема*

***Ключові слова:** гірські території, туризм, рекреація, туристична активність, регіон, мале підприємництво, мікропідприємництво*

**Вступ.** Для областей зони Карпат традиційно туризм та рекреація є одними з головних видів діяльності, що визнані пріоритетом розвитку регіону як на загальнодержавному, так і на місцевому рівнях. Діяльність суб'єктів туристично-рекреаційного комплексу базується на відповідній нормативно-правовій базі, а саме – Законах України "Про туризм" [6], "Про курорти" [3], "Про особисте селянське господарство" [4], нормативних документах Державного агентства України з туризму та курортів (колишня Державна служба туризму та курортів).

Специфікою областей Карпатського регіону є те, що близько 80% території регіону займають гори, що визначає актуальність дослідження соціально-економічних процесів на таких територіях, які характеризуються складними природно-кліматичними умовами для проживання та ведення господарської діяльності.

Питання розвитку гірських територій Карпат та оцінки природно-рекреаційних ресурсів досліджували Євдокименко В.К., Кравців В.С., Нудельман М.С., Мікловда В.П., Пітюлич М.І., Манівчук Ю.В., у наукових працях яких наголошується на важливості комплексного розвитку таких територій з врахуванням наявного природно-ресурсного потенціалу.

**Виклад основного матеріалу.** У гірських населених пунктах порівняно з іншими завжди спостерігалися повільніші темпи зростання показників видів економічної діяльності та створення суб'єктів підприємництва, що зумовлює вищий рівень безробіття, нижчі доходи зайнятого населення, що відповідно сприяє розвитку галузей, заснованих на використанні наявних природних, власних людських, матеріальних та інших ресурсів.

Організація та здійснення підприємницької діяльності у гірських районах пов'язана з певними обмеженнями, що суттєво впливає на її результати, зокрема це: складні умови проживання та господарювання; різко виражена вертикальна зональність; віддаленість від

адміністративних, бізнесових та культурних центрів; недостатньо розвинута транспортна мережа та комунікаційна інфраструктура; досить високий рівень безробіття; масова міграція населення на заробітки; обмежені можливості розвитку тваринництва та рослинництва. Саме тому у гірських районах слід особливу увагу звертати на розвиток тих видів діяльності, які мають усі передумови для функціонування (природно-ресурсна база, трудові ресурси). Зважаючи на об'єктивні фактори, однією з найбільш сприятливих для розвитку в гірських районах є працевістка та заснована на використанні багатства природно-кліматичних та історико-культурних ресурсів туристично-рекреаційна діяльність.

Розміщення закладів туристично-рекреаційної сфери має свої позитивні та негативні сторони і для осіб, які зайняті в цій сфері, і загалом для регіону. До позитивних сторін можна віднести – зменшення рівня безробіття на локальних ринках праці, зростання доходів сімей, рекреанти використовують окремі ресурси (незабруднене повітря, сонячне тепло, термальні води, мальовничі краєвиди) з незначними економічними затратами, забезпечують фінансові надходження рекреаційним закладам та місцевим бюджетам за рахунок специфіки рекреаційного споживання та форми його оплати, сприяють прискоренню інвестиційного процесу практично в усіх галузях, здійсненню структурних зрушень на користь сфери послуг та виробництва предметів споживання, розширенню асортименту та покращенню якості продукції та послуг, мають позитивний вплив на ринок праці тощо. Крім того, позитивним вважається посилення регіональних цінностей та традицій, збільшення постійного рівня зацікавленості туристів до громади, активізація спеціальних тематичних заходів (фестивалі, виставки, ярмарки), посилення гордості та духу громади, збереження спадщини.

До відносно негативних наслідків розвитку галузі на ті громади, які зосереджені в місцях їх розміщення, можна віднести локальне підвищення цін на продукти харчування, проживання, транспорт, активні спекуляції з земельними ділянками та нерухомістю, що провокує також зростання цін на них, майже відсутні можливості кращого альтернативного використання інвестицій та земельних ділянок, набуття поганої репутації у випадку неякісних послуг, невідповідних закладів або цін. Крім того, спостерігається комерціалізація тих видів діяльності, які традиційно вважаються особистісними (наприклад, зелений туризм), зміни в існуючій структурі громади (за статтю, віком, зайнятістю у видах діяльності), потенційне зростання правопорушень, можливості виникнення соціальних антипатій, досить висока ймовірність виникнення культурних або світоглядних непорозумінь, що веде до конфліктів між господарями та відвідувачами. Можливими шкідливими наслідками також є погіршення якості навколишнього середовища, зміни у природних процесах, знищення архітектури та спадщини, зміна або зникнення традиційних звичок, національної кухні, культури відпочинку, збільшення натовпів.

Звичайно, що основним позитивним результатом розвитку туристично-рекреаційної галузі є зменшення соціальної напруги на ринку

праці гірських територій, а відповідно зростання доходів населення, зниження рівня безробіття тощо. Проте зайнятість у туристично-рекреаційному комплексі має двоякий характер, оскільки багато цих робочих місць є сезонними або з неповним робочим днем. Оскільки таке явище з точки зору якості робочих місць є негативним, а зайнятість у галузі характеризується великою кількістю працівників з неповним робочим днем, тому значні кошти доцільно спрямовувати на створення передумов для продовження сезонності періоду та розширення зайнятості до круглорічної. Важливим фактором, що нівелює цей негативний вплив є те, що рекреаційна галузь часто розвивається саме у таких регіонах, де альтернатива створення інших робочих місць є невеликою, що є надзвичайно актуальним для гірських територій. Саме тому рекреація як форма зайнятості є економічно вигідною, хоча потрібні зусилля для створення більшої повноцінних робочих місць у галузі.

В гірських районах Карпат розвинені всі види туристично-рекреаційної діяльності – від санаторно-курортного лікування до відпочинку і різних видів туризму, що здійснюються протягом цілого року. Туристично-рекреаційний комплекс аналізованого регіону представлений переважно мікро- та малим бізнесом. Протягом останніх років кардинально змінилася структура форм власності об'єктів на користь приватної.

Стрімкий розвиток недержавного сектору рекреаційних закладів регіону представлений, в основному, сільськими садибами, приватними готелями, туристичними базами, базами відпочинку тощо. У гірських районах регіону за останній період найбільш широкого розвитку набув так званий "сільський" або неорганізований туризм, побудований на підприємницьких ініціативах домогосподарств, тобто окремих господарів-домовласників [8].

За останні роки суттєво розширилися послуги, що надаються приватними власниками засобів розміщення, особливо у сільській місцевості, спостерігається активне будівництво приватних готелів, мотелів, готельно-ресторанних комплексів, туристичних баз.

За період 2000-2013 років кількість закладів розміщення туристично-рекреаційного комплексу регіону збільшилася на 219,9% (з 1741 до 3828 одиниць), а в гірських районах їх кількість збільшилася з 493 до 1132 об'єктів (тобто на 229,6%). Також зросла і кількість закладів малого та мікробізнесу в цій галузі за аналізований період в цих районах на 168,5%, що свідчить про активний розвиток саме приватних підприємницьких ініціатив у галузі, зокрема у віддалених гірських районах, де наявні усі передумови (ландшафтні, природно-кліматичні, інфраструктурні, трудові) для розвитку окремих видів туристично-рекреаційної діяльності.

Швидко зростаючий приватний сектор області більш гнучко реагує на потреби ринкового середовища, пропонує можливості для проведення швидких змін у організації діяльності, вимагає менших фінансових зусиль для модернізації та краще адаптується до управлінських стандартів, що практикуються в європейських країнах.

Демонополізація рекреаційної сфери та розширення переліку послуг стосується усіх напрямків діяльності як безпосередньо закладів рекреації (санаторії, бази відпочинку, рекреаційні центри, туристичні бази), так і закладів суміжних галузей (готельне господарство, заклади харчування, транспортне забезпечення, організація екскурсійної діяльності та дозвілля рекреантів).

Одним з базових показників, що є основою для розрахунку загального обсягу наданих послуг, середньої тривалості перебування, обсягів витрат споживачів, доходів туристично-рекреаційних закладів, сплачених податків та інших індикаторів впливу галузі на регіональні економічні процеси є кількість відвідувачів.

Динаміка відвідувачів туристично-рекреаційних закладів Закарпатської області за період 2000 – 2013 років наведена на рисунку 1 [1].

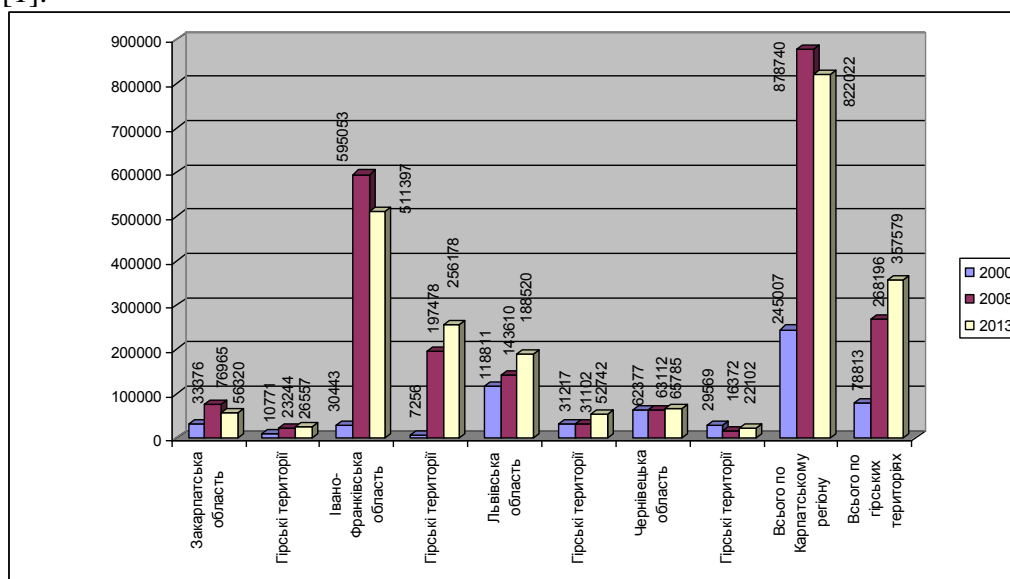


Рис. 1. Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристично-рекреаційного бізнесу Карпатського регіону у 2000-2013 роках, осіб

Дані рисунку 1 свідчать про збільшення загальної кількості відвідувачів туристично-рекреаційних закладів Карпатського регіону за період 2000-2013 років на 235,5%, або на 577,1 тис. осіб, а на гірських територіях їх кількість зросла ще більшими темпами – на 353,7%, або на 278,8 тис. осіб. Слід відмітити, що протягом 2008-2013 років було зафіксовано зменшення кількості відвідувачів в регіоні на 6,5%, що зумовлено, головним чином, наслідками фінансово-економічної кризи, яка зменшила платоспроможний попит потенційних рекреантів, однак таке зменшення ніяким чином не вплинуло на кількість туристів в гірській місцевості Карпат, де спостерігалася зовсім інша тенденція. Це дає змогу засвідчити, що в основному потоки туристів і рекреантів були зосереджені

саме в ці гірські зони Карпатського регіону. Що стосується малого та мікробізнесу в цій галузі, то тут спостерігається ще краща динаміка – зростання за цей же період склало 281,7% загалом по регіону, і 441,3% по гірських територіях.

Слід зауважити, що протягом останніх років малий та мікробізнес постійно посилює свою роль у забезпеченні послуг розміщення туристично-рекреаційних закладів регіону – з 33,9% (2000 р.) до 69,1% (2013 р.). що стосується гірських районів, то тут зростання показників відвідування закладів малого та мікробізнесу галузі відбувається ще більшими темпами – з 27,7% до 69,8% за аналізований період (табл. 1).

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика відвідувачів у закладах розміщення малого та мікробізнесу туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону та гірських територій, %**

	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2013</b>
<b>Карпатський регіон, в т.ч.</b>	<b>33,9</b>	<b>45,05</b>	<b>50,42</b>	<b>69,1</b>
- гірські райони	27,7	53,8	60,2	69,8

Джерело: розроблено автором на основі [1]

Туристично-рекреаційна галузь одна з небагатьох галузей економіки, що є надзвичайно чутливою до коливань кліматичних показників та екологічної ситуації, саме тому аналіз тенденцій вимагає досить тривалого періоду, який нівелює вплив тимчасових факторів на основні результативні показники. Оскільки галузь має чітко виражений сезонний характер, для вироблення пропозицій та напрямків подальшого розвитку індустрії необхідно визначити пікові періоди, що забезпечують максимальну кількість відвідувачів та періоди з мінімальною їх кількістю.

Сезонними визначають такі періодичні коливання, які виникають під впливом зміни пори року і їх роль є особливо важливою при аналізі окремих видів діяльності – агропромисловий комплекс, будівництво, рекреаційно-туристична діяльність, торгівля сезонними товарами тощо. Велике значення сезонні коливання набувають при дослідженні попиту на окремі види товарів та послуг, а також зміни цін та інфляцію.

Слід відмітити, що не усякі відмінності у місячних або кварталних рівнях є сезонними коливаннями, а тільки такі, що регулярно з року в рік повторюються. Так, до прикладу, не можна цьогорічне зростання туристів в гірській місцевості Карпат вважати сезонним коливанням, оскільки воно спричинене насамперед політичною і військовою ситуацією в країні, а саме відсутність можливості для більшості туристів влітку поїхати до Криму внаслідок його окупації, а падіння національної грошової одиниці багатьом з них не дає можливості поїхати на відпочинок за кордон, і тому вони свою відпустку планують в середині країни, де одним із найпривабливіших варіантів є відпочинок в Карпатах, де можна поєднати відпочинок із лікуванням, оздоровленням, різноманітним дозвіллям тощо.

Проте, якщо щогорічна тенденція буде продовжуватися і в майбутньому, то таке явище вже можна буде вважати сезонними коливаннями.

Виходячи з відміченого вище можна стверджувати, що для оцінки сезонних коливань необхідно аналізувати досить тривалий період часу. Сезонні коливання є чітко циклічними, оскільки вони повторюються щорічно, проте їх часова тривалість може бути різною. Для характеристики сезонних коливань важливе значення має форма «сезонної» хвилі, що досліджується з допомогою відносних показників – індексів сезонності, які розраховуються за допомогою декількох методів залежно від характеру динаміки сезонних коливань [7, 2]. На наш погляд, одним із таких показників, які характеризують сезонні коливання відвідувачів в туристично-рекреаційній сфері, є коефіцієнт туристичної активності, а виходячи з того, що динаміка відвідувачів туристично-рекреаційних закладів має стійку тенденцію протягом аналізованого періоду, то коефіцієнт туристичної активності ( $K_{TA}$ ) можна розрахувати за формулою:

$$K_{TA} = \frac{K_{Tij}}{K_{Tj}} * 100\% , \quad (1)$$

де  $K_{Tij}$  – кількість туристів в  $i$ -му місяці  $j$ -го року ,

$K_{Tj}$  – середньомісячна кількість туристів в  $j$ -ому році.

Результати розрахунку коефіцієнта туристичної активності за аналізований період для закладів малого та мікробізнесу туристично-рекреаційної сфери у гірських районах Карпатського регіону представлені у таблиці 2.

Таблиця 2

**Розрахунок коефіцієнту туристичної активності ( $K_{TA}$ ) на об'єктах малого та мікробізнесу туристично-рекреаційної сфери гірських районів Карпатського регіону, %**

	2000	2005	2010	2013
Січень	190,3	172,8	241,7	244,5
Лютий	180,8	179,1	227,3	212,5
Березень	105,2	113,6	100,9	118,6
Квітень	52,3	59,0	59,9	61,1
Травень	55,6	60,0	68,4	66,7
Червень	91,2	102,1	92,1	75,4
Липень	95,3	115,6	112,5	110,1
Серпень	77,2	102,6	117,9	108,8
Вересень	73,5	83,95	76,6	75,3
Жовтень	39,1	37,1	35,3	42,1
Листопад	44,6	37,3	46,8	45,4
Грудень	118,4	97,9	125,9	122,7

Джерело: розроблено автором на основі [1]

Протягом періоду дослідження спостерігається чітко виражені два періоди: перший - «піковий» період формування потоків відвідувачів закладів туризму та рекреації у гірських районах, а саме грудень – лютий, а в деяких роках він ще включає і березень місяць. Це пояснюється специфічними природно-кліматичних умовами у цих районах, що спричинює розвиток саме зимових видів туризму, доцільності подальшої розбудови гірськолижних трас та супутньої інфраструктури, привабливості туристів на новорічні святкування, організацію тематичної новорічно-різдвяної екскурсійної діяльності, просування області як центру зимового туризму.

Слід зауважити, що індекси сезонності окремих місяців чітко підтверджують залежність від погодно-кліматичних умов – показники грудня коливаються від 97,9% (у випадку безсніжної погоди) до 125,9% (при прохолодній та сніговій погоді). Натомість індекси сезонності січня та лютого показують суттєве переважання середньорічних даних відповідних років – коливання складає відповідно 172,8-244,5% та 179,1-227,3%.

Другий період зростання туристичної активності спостерігається в літні місяці – червень-серпень, хоча тут кількість туристів є меншою, ніж в зимовий період, що можна пояснити меншими можливостями гірських територій задовольнити «апетити» туристів, порівнюючи з низинними і передгірськими районами Карпатського регіону.

В інші місяці спостерігається зниження рівня туристичної активності в гірських районах, тобто так званий «мертвий сезон».

Порівнюючи коефіцієнт туристичної активності на об'єктах малого і мікробізнесу гірських територій і загалом в Карпатському регіоні, то можна зробити висновок про специфіку формування потоків відвідувачів гірських районів, які кардинально відрізняються від регіональних показників. Діяльність закладів малого і мікробізнесу туристично-рекреаційної галузі у цілому по Карпатському регіону має сильно виражений сезонний характер з абсолютним піковим періодом у літні місяці (червень – серпень) і частково травень місяць. Так,  $K_{TA}$  закладів малого і мікробізнесу туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону в травні місяці коливався в діапазоні 122,1-147,2% протягом аналізованого періоду, червні – 189,3-209,1%, липні – 244,3-287,7%, у серпні – 197,5-239,8%. Другий незначний піковий період відвідування формують два зимові місяці (грудень-січень), які за аналізований період у середньому забезпечили формування 92-117% відвідувачів від середньорічних показників, головним чином за рахунок саме гірських районів.

**Висновки.** Вище проведений аналіз діяльності суб'єктів малого і мікробізнесу в туристично-рекреаційній сфері гірських територій Карпатського регіону засвідчив про поступове зростання їх ролі в забезпеченні відвідувачів своїми послугами, пік яких припадає саме на зимовий період і частково літній.

Аналіз коефіцієнту трудової активності свідчить про специфіку формування потоків відвідувачів гірських районів, які кардинально відрізняються від регіональних показників. Якщо на рівні регіону спостерігаємо виражений сезонний характер з абсолютним піковим періодом у травні-серпні, то для гірських районів піковим періодом є зимові місяці (грудень-лютий), що підтверджує доцільність спеціалізації даних районів на зимових видах туризму, потреби подальшої розбудови гірськолижних трас та інфраструктури, привабленні туристів на новорічні святкування, організацію тематичної новорічно-різдвяної екскурсійної діяльності, просування області як центру зимового туризму тощо.

### Література

1. Експрес-інформація Державного комітету статистики України
2. Елисеєва І.І., Юзбашев М.М. Общая теория статистики: Учебник/ Под ред. чл.-корр. РАН И.И. Елисеевой. - 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2001. - 480 с.
3. Закон України “Про курорти” (N 2026-III від 05.10.2000 із внесеними змінами згідно від 19.01.2006). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2026-14>
4. Закон України "Про особисте селянське господарство" (N 742-IV від 15.05.2003 із змінами, внесеними від 17.11.2005, 25.12.2008). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=742-15>
5. Закон України «Про статус гірських населених пунктів в Україні» (№57/95-ВР від 15.02.95, із внесеними змінами). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=56%2F95-%E2%F0>
6. Закон України “Про туризм” (N 1282-IV від 15.09.1995, із внесеними змінами та доповненнями від від 18.11.2003). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=1282-15>
7. Статистика / Юдина А.В., редактор: Александрова Л.И. Електронний ресурс: режим доступу: [http://abc.vvsu.ru/Books/statistika\\_up/page0018.asp](http://abc.vvsu.ru/Books/statistika_up/page0018.asp)
8. Статистичний щорічник Закарпаття за 2012. – Головне управління статистики в Закарпатській області. – 2013.

### Abstract

**Pityulich M.M.**

#### **Functioning of small and micro enterprises in the tourism and recreation sphere of mountainous areas in Carpathians region**

The paper studies the specificity of functioning of small and micro-enterprises of tourist and recreational areas in the mountainous regions of the Carpathian region, analyzed the advantages and disadvantages of these enterprises in the provision of services, calculated the coefficients of tourist activity in the region as a whole and in the mountainous areas in particular

Keywords: mountain areas, tourism, recreation, tourist activity, region, small business, microenterprise.