

Ірина Колокольчикова

д.е.н., професор кафедри економіки і бізнесу,

Денис Лепетченко, аспірант,

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,

м. Запоріжжя, Україна

ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

Актуальність дослідження. Сучасний туристичний ринок характеризується високою динамічністю та залежністю від комплексу економічних, соціальних, технологічних і демографічних факторів. Серед них демографічні чинники займають особливе місце, оскільки визначають чисельність потенційних споживачів туристичних продуктів, їхні потреби, платоспроможність, стиль життя та особливості туристичної поведінки. В умовах глобалізації, цифровізації економіки та соціально-економічних трансформацій в Україні значення демографічних процесів для розвитку туристичної галузі постійно зростає.

Демографічні чинники являють собою сукупність характеристик населення, що впливають на обсяги та структуру попиту на туристичні послуги. До основних демографічних показників належать чисельність населення, його вікова структура, стать, рівень урбанізації, міграційні процеси, склад домогосподарств, рівень народжуваності та смертності, а також середня тривалість життя. Кожен із цих факторів безпосередньо впливає на формування різних сегментів туристичного ринку.

Одним із ключових чинників є вікова структура населення. Молодь є найбільш мобільною категорією споживачів туристичних послуг, віддаючи перевагу активному, пригодницькому, фестивальному та екологічному туризму. Люди середнього віку частіше обирають сімейний, діловий або рекреаційний туризм, тоді як особи старшого віку виявляють підвищений інтерес до культурно-пізнавальних, оздоровчих і лікувально-реабілітаційних подорожей. Старіння населення, яке спостерігається в більшості європейських країн, включаючи Україну, стимулює розвиток так званого «срібного туризму» та створення спеціалізованих туристичних продуктів для людей похилого віку.

Не менш важливим фактором є рівень урбанізації. Мешканці великих міст мають вищу туристичну активність завдяки більшому рівню доходів, розвиненій транспортній інфраструктурі, доступності цифрових сервісів і ширшим можливостям для планування подорожей. Водночас жителі сільської місцевості частіше обмежені фінансовими можливостями та доступом до туристичних послуг, що впливає на інтенсивність туристичного попиту.

Суттєвий вплив на туристичний ринок мають міграційні процеси. Зовнішня трудова міграція сприяє розвитку туристичних поїздок, пов'язаних із відвідуванням родичів, діловими поїздками та міжнародною мобільністю населення. Водночас внутрішня міграція стимулює розвиток внутрішнього туризму, відкриваючи нові можливості для регіональних туристичних маршрутів. Для України останніх років

характерним є також значний вплив вимушеної міграції, яка змінює географію туристичного попиту та потребує адаптації туристичних підприємств до нових умов функціонування.

Важливу роль відіграє структура домогосподарств. Зростання кількості сімей із дітьми стимулює розвиток сімейного туризму, тоді як збільшення частки одноосібних домогосподарств формує попит на індивідуальні туристичні програми, короткострокові тури та персоналізовані подорожі. Крім того, збільшення кількості бездітних молодих сімей сприяє розвитку преміального, романтичного та гастрономічного туризму.

У сучасних умовах демографічні чинники дедалі тісніше взаємодіють із цифровізацією туристичного ринку. Представники поколінь Y та Z активно використовують мобільні застосунки, онлайн-платформи бронювання, соціальні мережі та цифрові сервіси для вибору туристичних продуктів. Вони очікують високого рівня персоналізації, швидкого доступу до інформації та цифрового супроводу під час усіх етапів подорожі. Це зумовлює необхідність упровадження CRM-систем, штучного інтелекту, технологій Big Data та цифрового маркетингу для ефективного управління попитом.

Окремої уваги заслуговує вплив демографічних змін на диверсифікацію туристичних продуктів. Туристичні підприємства дедалі частіше адаптують свої пропозиції до особливостей окремих вікових і соціальних груп населення, розробляючи спеціалізовані тури для дітей, молоді, сімей, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та інших категорій споживачів. Такий підхід дозволяє не лише розширити цільову аудиторію, а й підвищити конкурентоспроможність туристичних компаній.

Для України демографічні процеси мають особливе значення через скорочення чисельності населення, старіння нації, активні міграційні процеси та зміни в структурі домогосподарств. Ці тенденції зумовлюють необхідність переорієнтації туристичного бізнесу на нові сегменти ринку, розвиток внутрішнього туризму, створення інклюзивних туристичних продуктів і широке використання цифрових технологій для підвищення доступності туристичних послуг.

Загальний економічний ефект від всебічного врахування демографічного фактору як складової, яка формує та збільшує попит на ринку туристичних продуктів є: розширення кількості туристичних продуктів, сегментація ринку, збільшення обсягів продажів туристичних послуг; зростання потенційної клієнтської бази, збільшення попиту на туристичні послуги; підвищення попиту на короткострокові тури, тури вихідного дня, цифрові сервіси; розвиток ділового, етнічного, транзитного та сімейного туризму, диверсифікація туристичних потоків; розвиток дитячого, сімейного та оздоровчого туризму; розвиток лікувально-оздоровчого, медичного та культурно-пізнавального туризму, зменшення сезонності; попит на культурний, освітній, науковий та екологічний туризм, збільшення витрат туристів; формування спеціалізованих туристичних продуктів (SPA, wellness, спортивний, пригодницький туризм); створення персоналізованих туристичних продуктів, збільшення середнього чека; зростання онлайн-продажів,

автоматизація маркетингу, персоналізація туристичних послуг, зниження витрат на просування.

При врахуванні демографічних чинників ефект у масштабі сталого розвитку туристичного бізнесу в Україні проявлятиметься у наступному: формування інклюзивного туристичного середовища, розвиток спеціалізованих туристичних продуктів, підвищення конкурентоспроможності галузі; стабільний розвиток внутрішнього туризму, розширення регіонального туристичного ринку; активізація внутрішнього туризму, розвиток транспортної та туристичної інфраструктури; зміцнення міжрегіональної інтеграції, збільшення валютних надходжень, розвиток міжнародного співробітництва; підвищення якості туристичних послуг, розвиток сімейного та соціально орієнтованого туризму; розширення туристичної інфраструктури для сімейного відпочинку, стимулювання внутрішнього туризму; формування ринку «срібного туризму», підвищення соціальної інклюзивності туристичних послуг; популяризація культурної спадщини України, розвиток інтелектуального туризму та людського капіталу; урізноманітнення туристичної пропозиції та підвищення конкурентоспроможності підприємств; прискорення цифрової трансформації туристичної галузі, розвиток інноваційних сервісів, підвищення стійкості туристичного бізнесу.

Висновки. Демографічні чинники є основою формування попиту на туристичному ринку, оскільки визначають структуру споживачів, їхні потреби та особливості туристичної поведінки. Для туристичних підприємств України їх урахування забезпечує ефективне сегментування ринку, диверсифікацію туристичних продуктів, підвищення економічної результативності та формування конкурентних переваг. У контексті сталого розвитку врахування демографічних тенденцій сприяє розвитку внутрішнього туризму, цифровізації галузі, підвищенню соціальної інклюзивності та зміцненню економічної стійкості туристичного бізнесу. Таким чином, демографічні чинники є одним із фундаментальних елементів формування попиту на ринку туристичних продуктів. Їх комплексний аналіз дає змогу прогнозувати зміни споживчих потреб, здійснювати ефективне сегментування ринку, формувати конкурентоспроможні туристичні продукти та забезпечувати стале функціонування туристичних підприємств. В умовах цифрової трансформації економіки врахування демографічних тенденцій стає необхідною передумовою успішного розвитку туристичної індустрії України та її інтеграції у світовий туристичний простір.

Список використаних джерел

1. Бігус М. М., Гальків Л. І., Добушовський П. А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 3. С. 7–12.
2. Благун І.С., Румянцева І.Б. Особливості функціонування туристичного попиту в умовах кризових явищ. Наука і техніка сьогодні. 2022. №14. С.110-121.
3. Головова Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. Бізнес Інформ. 2020. №2. С. 179–186.