

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

**ЛЮБАРОВ ЮРІЙ ЙОСИПОВИЧ**

Гриф  
Прим. N \_\_\_\_  
УДК 338.48

**ДИСЕРТАЦІЯ**

**РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВОЇ  
ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА  
РЕГІОНУ**

**08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка**

Економічні науки

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,  
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ *hls* Ю.Й.Любаров

Науковий керівник Огієнко Микола Миколайович, доктор економічних  
наук, доцент



Харків – 2021

## АНОТАЦІЯ

**Любаров Ю.Й. Розвиток туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 - розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. – Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Харків 2021. – Одеська національна академія харчових технологій, Одеса, 2021.

В результаті дослідження «туристично-рекреаційні ресурси регіону» визначено як сукупність всіх ресурсів території, як природних, так і штучно створених, які допомагають здійснювати туристично-рекреаційну діяльність в регіоні, тобто реалізувати функції туристичної сфери, зокрема: рекреаційну, соціокультурну й економічну (господарську).

Встановлено, що більшість з бар'єрів на шляху розвитку регіональної індустрії туризму системи пов'язана із недостатнім рівнем розвитку як загальної, так і спеціалізованої туристичної інфраструктури. Виділено такі недоліки: недостатня кількість якісних засобів розміщення туристів із сучасним рівнем комфорту та обслуговування; порівняно висока вартість туристичних послуг; недостатня матеріально-технічна оснащеність і пропускна спроможність об'єктів туристичної інфраструктури.

Головну мету регіональної туристичної політики визначено як розвиток конкурентоспроможної туристичної сфери регіону, здатної розробити та запропонувати національному та світовому ринку унікальний турпродукт високої якості. Метою другого порядку є динамічний розвиток внутрішньо регіонального й в'їзного туризму. Визначено склад завдань та механізмів програми розвитку туристичної сфери регіону.

Аналітичне дослідження показало, що Україна стає все більш популярним напрямком для іноземних туристів, про що свідчить статистика відвідування країни за останні роки. Спостерігається тенденція зростання

надходжень від туристичної діяльності. Найбільш привабливими DESTИНАЦІЯМИ для іноземних туристів є Карпати, а також Київ, Львів, Одеса та Чернігів. Стабільно користуються попитом курорти Чорного моря. У регіональному розрізі у розвитку туристичної індустрії лідирує м. Київ, Дніпропетровська, Львівська, Одеська, Харківська, Київська області.

В результаті дослідження впливу геополітичного положення та економічного стану Миколаївської області на розвиток регіональної туристичної сфери визначено, що область володіє значним потенціалом розвитку туристично-рекреаційного комплексу, що визначається її унікальним географічним положенням та сприятливим помірно-континентальним кліматом.

У регіоні відсутня системна регіональна політика розвитку туристичної сфери. Для стимулювання розвитку туристичної індустрії регіону необхідно керуватися принципами стратегічного планування та наступності, конкретно встановлювати орієнтири із урахуванням перспективних потреб туристичної сфери, застосовувати сучасні механізми бюджетування й контролю за цільовим використанням коштів для досягнення першочергових цілей розвитку. Нагальними є проблеми фінансування розвитку туристичної індустрії та рекреаційних об'єктів, збільшення надходжень з позабюджетних джерел, залучення внутрішніх та іноземних інвестицій, що дасть змогу суттєво підвищити якість регіонального туристичного продукту.

В результаті дослідження розроблені методичні засади аналізу й оцінювання конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту на засадах визначення його споживчої корисності. Регіональний туристичний продукт описано за допомогою мультиатрибутивної моделі, побудованої на принципах теорії корисності Неймана-Моргенштерна, яка дозволяє визначити корисність кожної ключової характеристики туристичного продукту (загальний стан туристичного обслуговування; якість засобів розміщення; якість харчування; якість екскурсійного обслуговування, розваг та інших додаткових послуг) та його сукупну корисність, що виступає

критерієм конкурентоспроможності.

На засадах системного підходу побудовано модель функціонування й розвитку регіонального туристичного ринку на засадах системного підходу, яка дає можливість планувати й прогнозувати процеси сталого розвитку туристичної сфери регіону, визначати її проблемні складові та оцінювати рівень використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону.

Структура моделі розвитку регіонального туристичного ринку складається з блоку регіонального туристичного ринку, до складу якого входять основні й допоміжні функціональні підсистеми, та блоку встановлення цілей. Розроблена принципова схема прогнозування попиту на туристичні послуги, яка базується на комплексному системному підході й враховує увесь набір ключових факторів попиту та їх взаємозв'язків.

Сформовано концептуальну модель регіонального організаційно-економічного механізму розвитку туристичного ринку, який враховує його специфіку, виконує завдання регулювання ринку із метою досягнення прогнозованих результатів, сприяє реалізації соціально-економічного розвитку регіону, а також національної туристичної сфери.

Механізм регулювання регіонального туристичного ринку складається з трьох взаємопов'язаних блоків: регулюючий блок - нормативно-правове регулювання й встановлення цілей; блок розвитку - блок регіональні механізми регулювання розвитку туристичного ринку; інформаційно-аналітичний блок забезпечення - блок інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку регіонального туристичного ринку.

Запропоновано універсальну систему кількісних та якісних показників, які всебічно характеризують регіональний туристичний ринок, соціально-економічний потенціал й ефективність функціонування туристичної сфери регіону. Запропонована система показників оцінки розвитку туристичної сфери регіону дає можливість здійснювати моніторинг й контроль тенденцій розвитку туристичної індустрії та регіонального туристичного ринку, а також здійснювати стратегічне планування й прогнозування розвитку туризму.

Розроблено методичний підхід до оцінювання ефективності заходів щодо розвитку туристичної сфери регіону. Головним критерієм ефективності прийнято прибуток від туристичної діяльності, який формується у системі координат: доходи від в'їзного туризму; доходи від виїзного туризму (із урахуванням відрахування частини доходів від виїзного туризму); витрати господарства регіону на розвиток туристичної сфери. Особливостями представленого методичного підходу є такі: прибуток від туристичної діяльності є частиною прибутку, сформованого у туристичній сфері, яка залишається у регіоні й використовується поза туристичною індустрією; доходи від в'їзного та виїзного туризму формуються з податкових надходжень від діяльності підприємств й організацій туристичної сфери, а також з податків, сплачуваних підприємствами пов'язаних сфер й секторів, які задіяні у обслуговуванні туристів; сума прибутків та витрат приводиться до початкового моменту часу шляхом їх дисконтування.

В результаті дослідження на засадах системного підходу розроблено модель організаційно-управлінського механізму формування та реалізації стратегії сталого розвитку туристичної сфери регіону на засадах виявлення сильних і слабких сторін регіону, потенційних можливостей і загроз розвитку із урахуванням перспективних стратегічних рішень.

Сформульовано базові положення концепції розвитку туристичної сфери регіону на прикладі Миколаївської області, яка за результатами аналізу туристично-рекреаційного потенціалу має значні можливості розвитку туризму. Заходи концепції систематизовано за блоками: формування сприятливих умов для розвитку туристичної діяльності в регіоні; розвиток матеріально-технічної бази туристичної сфери регіону; розробка й просування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту. Ідентифіковано і деталізовано групи ризиків реалізації концепції: геополітичні, міжнародні; макроекономічні; фінансові; екологічні.

Запропоновано методичний підхід до оцінки бюджетної й соціально-економічної ефективності реалізації заходів концепції розвитку туристичної

сфери регіону за складовими: збільшення податкових надходжень та інвестиційних доходів. У запропонованій методиці бюджетна ефективність оцінюється окремо за групами податків: єдиний соціальний внесок та податок на доходи фізичних осіб; місцеві податки й збори, якими обкладаються обсяги реалізації; частина податку на прибуток підприємств й організацій, що надходить до місцевого бюджету. Розроблено модель й алгоритм оптимізації календарного плану-графіку виконання заходів концепції, критерієм оптимальності у якій виступає чиста дисконтована вартість (NPV) програмних заходів.

Сформульовано рекомендації щодо формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні. Зокрема запропоновано концептуальну модель розробки й реалізації інноваційної стратегії розвитку туристичної сфери регіону на засадах державно-приватного партнерства, яка дає можливість використати потенціал суб'єктів малого й середнього туристичного бізнесу та забезпечити легалізацію їх підприємницької діяльності. Сутність концепції зводиться до того, що шляхом зниження податкового тягаря та підсилення контролю держава сприятиме виходу з тіні малих та середніх суб'єктів туристичного бізнесу, досягнувши тим самим збільшення кількості платників податків у туристичній сфері. Розроблено поетапний алгоритм формування стратегії інноваційного розвитку туристичної сфери регіону на засадах державно-приватного партнерства.

Для забезпечення ефективного функціонування та розвитку туристичної сфери регіону на інноваційних засадах запропоновано механізм управління інноваційною діяльністю її бізнес-суб'єктів та оптимального використання і нагромадження регіонального туристично-рекреаційного потенціалу на основі визначення факторів ресурсного забезпечення туристичної діяльності.

Механізм управління інноваційним розвитком регіональної туристичної сфери ґрунтується на методичних засадах багатокритеріального аналізу факторів впливу на інноваційний потенціал бізнес-одиниць, зокрема

методі аналізу ієрархій.

Визначено й обґрунтовано пропозиції щодо розвитку регіонального туристичного маркетингу, зокрема розроблено модель управління позиціонуванням регіону та регіонального турпродукту на ринку і сталим розвитком туристичної сфери регіону із використанням системно-маркетингових інструментів стимулювання в'їзних туристичних потоків, які базуються на маркетингових принципах функціонування підприємств й організацій туристичної сфери регіону й органів державної влади та місцевого самоврядування, використанні нових інформаційних технологій у процесах просування на ринок й реалізації регіонального туристичного продукту.

Алгоритм дії моделі включає послідовність таких етапів: аналіз й оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону; формування сприятливих умов для розвитку туристичної сфери регіону; розвиток матеріально-технічної бази туристичної сфери регіону; формування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту.

**Ключові слова:** туристична сфера регіону, туристично-рекреаційні ресурси, регіональні механізми управління, стратегічне управління, регіональний туристичний маркетинг, інноваційний розвиток.

## ANNOTATION

**Lubarov Y.Y. Development of tourism business as a component of economic and socio-cultural environment of the region. - Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.**

The dissertation on competition of a scientific degree of the candidate of economic sciences on a specialty 08.00.05 - development of productive forces and regional economy. - Petro Vasylenko Kharkiv National Technical University of Agriculture, Kharkiv 2021. - Odesa National Academy of Food Technologies, Odesa, 2021.

As a result of the study "tourist and recreational resources of the region" identified as a set of all resources of the territory, both natural and artificial, which help to carry out tourist and recreational activities in the region, ie to implement the functions of tourism, in particular: recreational, socio-cultural and economic ).

It is established that most of the barriers to the development of the regional tourism industry system are related to the insufficient level of development of both general and specialized tourist infrastructure. The following shortcomings are highlighted: insufficient number of high-quality accommodation facilities for tourists with a modern level of comfort and service; relatively high cost of tourist services; insufficient material and technical equipment and capacity of tourist infrastructure facilities.

The main goal of the regional tourism policy is defined as the development of a competitive tourism sector in the region, able to develop and offer to the national and world market a unique tourism product of high quality. The purpose of the second order is the dynamic development of intra-regional and inbound tourism. The composition of tasks and mechanisms of the program of development of the tourist sphere of the region is determined.

Analytical research has shown that Ukraine is becoming an increasingly popular destination for foreign tourists, as evidenced by statistics of visits to the country in recent years. There is a tendency to increase revenues from tourism. The most attractive destinations for foreign tourists are the Carpathians, as well as Kyiv, Lviv, Odessa and Chernihiv. Black Sea resorts are in high demand. In the regional context, the city of Kyiv, Dnipropetrovsk, Lviv, Odesa, Kharkiv, and Kyiv oblasts are leaders in the development of the tourism industry.

As a result of research of influence of geopolitical position and economic condition of the Mykolaiv area on development of regional tourist sphere it is defined that area possesses considerable potential of development of a tourist and recreational complex that is defined by its unique geographical position and favorable temperate-continental climate.



There is no systematic regional policy for the development of the tourism sector in the region. To stimulate the development of the tourism industry in the region, it is necessary to follow the principles of strategic planning and continuity, specifically set benchmarks taking into account the long-term needs of tourism, apply modern mechanisms of budgeting and control over targeted use of funds to achieve development goals. The problems of financing the development of the tourism industry and recreational facilities, increasing revenues from extra-budgetary sources, attracting domestic and foreign investment, which will significantly improve the quality of the regional tourism product, are urgent.

As a result of research methodical bases of the analysis and an estimation of competitiveness of a regional tourist product on the bases of definition of its consumer usefulness are developed. The regional tourism product is described using a multi-attribute model based on the principles of Neumann-Morgenstern utility theory, which allows to determine the usefulness of each key characteristic of the tourism product (general condition of tourist service; quality of accommodation; quality of food; quality of excursion service, entertainment and other additional services) and its overall usefulness, which is a criterion of competitiveness.

On the basis of the system approach the model of functioning and development of the regional tourist market on the principles of the system approach which gives the chance to plan and forecast processes of sustainable development of tourist sphere of region, to define its problem components and to estimate level of use of tourist and recreational potential of the region.

The structure of the regional tourism market development model consists of a block of the regional tourism market, which includes the main and auxiliary functional subsystems, and a block of goal setting. The basic scheme of forecasting the demand for tourist services has been developed, which is based on an integrated system approach and takes into account the whole set of key factors of demand and their relationships.

A conceptual model of the regional organizational and economic mechanism of tourism market development has been formed, which takes into account its specifics, performs market regulation tasks in order to achieve the forecasted results, promotes socio-economic development of the region and the national tourism sector.

The mechanism of regulation of the regional tourist market consists of three interconnected blocks: the regulating block - normative-legal regulation and establishment of the purposes; block of development - block of regional mechanisms of regulation of development of the tourist market; information-analytical support unit - information-analytical support unit for the development of the regional tourist market.

A universal system of quantitative and qualitative indicators is proposed, which comprehensively characterizes the regional tourist market, socio-economic potential and efficiency of the tourist sphere of the region. The proposed system of indicators for assessing the development of the tourism sector in the region makes it possible to monitor and control trends in the tourism industry and the regional tourism market, as well as to carry out strategic planning and forecasting of tourism development.

A methodical approach to assessing the effectiveness of measures for the development of tourism in the region has been developed. The main criterion of efficiency is the profit from tourism, which is formed in the coordinate system: income from inbound tourism; income from outbound tourism (taking into account the deduction of part of income from outbound tourism); the costs of the region's economy for the development of the tourism sector. The peculiarities of the presented methodological approach are as follows: the profit from tourism is a part of the profit generated in the tourism sector, which remains in the region and is used outside the tourism industry ;. Revenues from inbound and outbound tourism are formed from tax revenues from the activities of enterprises and organizations in the field of tourism, as well as from taxes paid by enterprises in related areas and

sectors involved in tourist services; the amount of income and expenses is reduced to the initial point in time by discounting them.

As a result of the study on the basis of a systematic approach developed a model of organizational and managerial mechanism for forming and implementing a strategy for sustainable development of tourism in the region based on identifying strengths and weaknesses of the region, potential opportunities and threats to development, taking into account promising strategic decisions.

The basic provisions of the concept of development of the tourist sphere of the region on the example of the Nikolaev area which according to results of the analysis of tourist and recreational potential has considerable opportunities of development of tourism are formulated. Measures of the concept are systematized by blocks: formation of favorable conditions for the development of tourism in the region; development of material and technical base of the tourist sphere of the region; development and promotion of a competitive regional tourism product. The groups of risks of realization of the concept are identified and detailed: geopolitical, international; macroeconomic; financial; ecological.

The methodical approach to an estimation of budgetary and social and economic efficiency of realization of actions of the concept of development of tourist sphere of region on components is offered: increase of tax receipts and investment incomes. In the proposed methodology, budget efficiency is assessed separately by groups of taxes: single social contribution and personal income tax; local taxes and fees levied on sales; part of the income tax of enterprises and organizations that goes to the local budget. The model and algorithm of optimization of the calendar plan-schedule of performance of measures of the concept in which the criterion of optimality in which the net discounted cost (NPV) of program actions acts is developed.

Recommendations for the formation of an innovative strategy for the development of tourism business in the region are formulated. In particular, a conceptual model of development and implementation of an innovative strategy for the development of tourism in the region on the basis of public-private partnership,

which allows to use the potential of small and medium tourism businesses and ensure the legalization of their business. The essence of the concept is that by reducing the tax burden and strengthening control, the state will help to get out of the shadows of small and medium-sized tourism businesses, thereby increasing the number of taxpayers in the tourism sector. A step-by-step algorithm for forming a strategy for innovative development of the region's tourism sector on the basis of public-private partnership has been developed.

To ensure the effective functioning and development of the tourism sector of the region on an innovative basis, a mechanism for managing innovation activities of its business entities and optimal use and accumulation of regional tourism and recreational potential based on determining the factors of resource provision of tourism.

The mechanism for managing the innovative development of the regional tourism sector is based on the methodological principles of multi-criteria analysis of factors influencing the innovation potential of business units, in particular the method of analysis of hierarchies.

Proposals for the development of regional tourism marketing are identified and substantiated, in particular, a model for managing the positioning of the region and regional tourism product in the market and sustainable development of tourism in the region using system-marketing tools to stimulate inbound tourism flows based on marketing principles of tourism enterprises and organizations. spheres of the region and bodies of state power and local self-government, use of new information technologies in the processes of market promotion and realization of the regional tourist product.

The algorithm of the model includes a sequence of the following stages: analysis and assessment of the tourist and recreational potential of the region; formation of favorable conditions for the development of the tourist sphere of the region; development of material and technical base of the tourist sphere of the region; formation of a competitive regional tourist product.

**Keywords:** tourist sphere of the region, tourist and recreational resources, regional management mechanisms, strategic management, regional tourist marketing, innovative development.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

*Статті у наукових фахових виданнях України, у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз:*

1. Лагодієнко В.В., Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Векторна спрямованість регіональних туристичних кластерів та їх змістовна характеристика. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*, 2018, випуск 3(78), С. 90-97. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (загальний обсяг – 0,29 друк. арк., особистий внесок автора – 0,09 друк. арк.: розкрито особливості формування регіональних туристичних кластерів).

2. Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Інноваційний вплив на регіональні туристичні ринки. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2020. № 1. С. 166-176. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (загальний обсяг – 0,41 друк. арк., особистий внесок автора – 0,25 друк. арк.: розкрито аспекти інноваційного впливу на регіональні туристичні ринки).

3. Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Напрями модернізації та регулювання конкурентоспроможного середовища на регіональних туристичних ринках. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”*. № 3. 2020. с. 318-330. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (загальний обсяг – 0,50 друк. арк., особистий внесок автора – 0,3 друк. арк.: розкрито методичні аспекти оцінки конкурентоспроможного середовища на регіональних туристичних ринках).

4. Огієнко М.М., Любаров Ю.Й. Проблеми інтеграції туристичної індустрії регіонів України у світовий економічний простір. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2020. № 1. С. 334-345. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (загальний обсяг – 0,45 друк. арк., особистий внесок автора – 0,25 друк. арк.: проаналізовано головні проблеми інтеграції туристичної індустрії регіонів).

5. Огієнко М. М., Огієнко А. В., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр.* 2020. Вип. 6(146). С. 54-62. (загальний обсяг – 0,33 друк. арк., особистий внесок автора – 0,08 друк. арк.: обґрунтовано особливості формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу).

6. Ужва А.М., Огієнко А.В., Любаров Ю.Й. Інноваційні напрямки підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери регіону. *Український журнал прикладної економіки.* 2020. Том 5. № 3. С. 225 – 232. (загальний обсяг – 0,29 друк. арк., особистий внесок автора – 0,09 друк. арк.: досліджено напрями підвищення ефективності регулювання туристичної сфери).

7. Огієнко М. М., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Розвиток регіональних туристичних ринків шляхом впровадження інновацій. *Економічний простір* №164. 2020 (2). С. 152-159. (загальний обсяг – 0,29 друк. арк., особистий внесок автора – 0,09 друк. арк.: досліджено види туристичних інновацій).

8. Любаров Ю. Й. Розвиток туристичної сфери регіону на засадах формування територіально-виробничих інтеграційних структур. *Проблеми економіки.* 2020. №4. С.106-112. (0,25 друк. арк.).

9. Любаров Ю.Й. Напрямки й бар'єри регіонального розвитку туристичної індустрії. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки».* 2020. № 2. С. 435-444. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (0,38 друк. арк.).

10. Любаров Ю.Й. Геополітичне положення та соціально-економічний стан Миколаївської області як фактори розвитку регіональної туристичної сфери. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”.* № 4. 2020. с. 215-223. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (0,33 друк. арк.).

*Статті та публікації в наукових виданнях іноземних держав:*

11. A. Sarkisyan, Y. Lyubarov Latest aspects of the development of gastronomic tourism as a component of the economic and socio-cultural environment of the regions of Ukraine [Новітні аспекти розвитку гастрономічного туризму як складової економічного і соціокультурного середовища регіонів України]. *East European Scientific Journal*. Том 1 № 11(63). Jerozolimskie 85/21, 02-001 Warsaw, Poland. 2020. P.66-72. (загальний обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок автора – 0,12 друк. арк.: досліджено основні економічні детермінанти сталого розвитку підприємства).

*Опубліковані матеріали апробаційного характеру:*

12. Любаров Ю.Й. *Туристичний бізнес, як складова економічного та соціокультурного середовища регіону. Шляхи підвищення конкурентоспроможності соціально-економічної системи країни: збірник матеріалів V всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 27 листопада 2019 р.). – Миколаїв: ММІРЛ ВНЗ «Університет «Україна»», 2019. С. 50-52.*

13. Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. *Складові інноваційного туристичного бізнесу для розвитку економічного та соціокультурного середовища регіону. Управління розвитком соціально-економічних систем: збірник матеріалів Четвертої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції присвяченої 90-річчю ХНТУСГ ім. Петра Василенка (м. Харків, 08 жовтня 2020 р.). – Харків: ХНТУСГ ім. Петра Василенка, 2020. С. 59-63. (загальний обсяг – 0,16 друк. арк., особистий внесок автора – 0,08 друк. арк.: досліджено основи інноваційного туристичного бізнесу для розвитку економічного та соціокультурного середовища регіону).*

14. Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. *Інноваційні напрямки розвитку туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону. Сучасні аспекти модернізації науки в Україні: стан,*



проблеми, тенденції розвитку: збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції (м. Лондон (Великобританія), 07 листопада 2020 р., дистанційно). – Лондон; Великобританія: ФОП КАНДИБА Т.П. С. 122-127. (загальний обсяг – 0,2 друк. арк., особистий внесок автора – 0,1 друк. арк.: розкрито основні проблеми інноваційного туристичного бізнесу).

15. Любаров Ю.Й. *Туристична сфера в економічному та соціокультурному середовищі регіонів України*. Інтеграція світових наукових процесів як основа суспільного прогресу: збірник матеріалів IV міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27-28 листопада 2020 р.). – Одеса.: ГО «Інститут інноваційної освіти», 2020. С. 65-67. (0,08 друк. арк.).

## **ЗМІСТ**

|   |            |
|---|------------|
| <b>ВСТУП</b>  | <b>3</b>   |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ<br/>ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОГО<br/>ТА СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНУ</b> | <b>10</b>  |
| 1.1. Туризм у економічному та соціокультурному просторі   | 10         |
| 1.2. Проблеми інтеграції туристичної індустрії регіонів України у<br>світовий економічний простір   | 33         |
| 1.3. Напрямки й бар'єри регіонального розвитку туристичної індустрії  | 48         |
| Висновки до розділу 1   | 75         |
| <b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНОГО<br/>РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ</b>   | <b>78</b>  |
| 2.1. Геополітичне положення та соціально-економічний стан<br>Миколаївської області як фактори розвитку регіональної туристичної<br>сфери  | 78         |
| 2.2. Методичні засади аналізу й оцінювання конкурентоспроможності<br>регіонального туристичного продукту                                  | 96         |
| 2.3. Моделі функціонування регіонального туристичного ринку   | 110        |
| Висновки до розділу 2   | 132        |
| <b>РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ТА МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ<br/>ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У ЕКОНОМІЧНОМУ ТА<br/>СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ РЕГІОНУ</b>         | <b>135</b> |
| 3.1. Концепція розвитку туристичної сфери регіону   | 135        |
| 3.2. Розвиток туристичної сфери регіону на засадах формування<br>територіально-виробничих інтеграційних структур                          | 150        |
| 3.3. Формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу<br>в регіоні   | 163        |
| 3.4. Розвиток регіонального туристичного маркетингу   | 174        |
| Висновки до розділу 3   | 186        |
| <b>ВИСНОВКИ</b>   | <b>189</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>   | <b>193</b> |

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Туризм у ХХІ ст. здобув значного розвитку й став масовим соціально-економічним явищем глобального масштабу. Швидкому поширенню туристичної активності сприяє розширення політичних, соціально-економічних, наукових, культурних та ін. зв'язків між країнами світу. Водночас розвиток масового туризму дає можливість людям розширити кругозір, нагромадити нові знання щодо культури й історії своєї й інших країн, познайомитися із історико-культурною спадщиною різних регіонів.

Туризм є своєрідним індикатором рівня і якості життя населення, сприяє збереженню історико-культурної спадщини, формуванню взаємного інтересу людей різних країн та регіонів, стабілізації міжетнічних, міжрегіональних й міжнародних відносин. Розширення масштабів туризму обумовлено переходом більшості розвинених країн на постіндустріальний етап розвитку, що спричинило як технологічні й структурно-економічні трансформації, так і ціннісні зміни.

Регіони України мають значний та різноманітний туристично-рекреаційний потенціал, зумовлений вигідним геополітичним положенням та природно-кліматичними умовами, який може бути затребуваний як на внутрішньому, так і на міжнародних туристичних ринках. Втім, кризові явища останнього часу, пов'язані із карантинною кризою, що спричинила негативні соціально-економічні процеси у всьому світі, становлять суттєві виклики розвитку й реалізації регіонального потенціалу туристичного бізнесу в Україні. Отже, необхідне формування дієвих регіональних механізмів стимулювання розвитку всіх складових туристичної сфери, що має стати передумовою реалізації потенціалу туристичної індустрії регіону. Саме регіональний підхід до дослідження й розвитку туризму дозволяє детально аналізувати соціокультурні й соціально-економічні аспекти розвитку туристичного бізнесу, сприяти ефективному використанню

туристично-рекреаційного потенціалу регіонів, формуванню постіндустріального етапу розвитку економічної системи країни та регіонів.

Вченими-економістами приділяється суттєва увага дослідженню проблем регулювання та стимулювання розвитку туристичної сфери. Зокрема слід відзначити внесок у вирішення цієї проблеми таких вчених, як: Л. Агафонові, В. Азара, В. Безносюка, М. Біржакова, І. Валентюк, М. Волошина, П. Гамана, В. Євдокименка, І. Зоріна, В. Квартальнова, В. Кифяка, Т. Кисельова, М. Корецького, О. Короля, М. Крачила, Р. Ларіна, О. Любіцевої, М. Огієнка, Г. Папіряна, В. Сеніна, В. Сідорова, Е. Сокол, Ю. Стрельцова, Т. Ткаченка, В. Федорченка, А. Якимовича та ін. Проблеми сталого розвитку туризму набувають усе більшої гостроти й актуальності у працях вчених: Є. Богданова, Д. Боуена, Р. Браймера, С. Ванхілла, Д. Гільберта, О. Дуровича, І. Зоріна, В. Квартального, М. Кабушкіна, В. Козирєва, О. Копанєва, Ф. Котлера, К. Купера, О. Меліх, В. Нарштедта, С. Павлюк, Н. Раскіна, Дж. Суорбрукера, В. Федорченка, Д. Флетчера, В. Цибуха тощо.

У роботах вказаних вчених здійснено глибокий аналіз стану, перспектив та чинників розвитку туристичної сфери, обґрунтовано стратегічні напрямки та механізми її розвитку. Водночас, неповною мірою залишаються дослідженими регіональні аспекти формування й функціонування механізмів розвитку туристичного бізнесу. Недостатньо опрацьованими залишаються методичні засади аналізу регіональних туристичних ринків та оцінки ефективності регіональних стратегій та механізмів реалізації туристично-рекреаційного потенціалу. Соціально-економічна значущість означених проблем зумовили вибір теми, постановку мети і завдань дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Тема дисертації є складовою частиною програми наукових досліджень Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка, зокрема теми: «Механізми підвищення

конкурентоспроможності, розвитку економічного та виробничо-технологічного потенціалу суб'єктів агропромислового виробництва» (номер державної реєстрації 0116U003477, 2016-2020 рр.). Особистий внесок автора полягає у формуванні науково-практичних положень та методичних рекомендацій щодо регулювання розвитку туристичної сфери регіону.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційного дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад й розробка практичних рекомендацій з формування регіональних механізмів розвитку туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону.

Для досягнення поставленої мети у роботі були поставлені і вирішені такі завдання:

- дослідити теоретичні аспекти теми та уточнити зміст поняття «туристично-рекреаційні ресурси регіону»;
- обґрунтувати концептуальні передумови формування регіональної політики й стратегії розвитку туристичної сфери;
- запропонувати організаційно-економічну модель регулювання розвитку туристичної сфери регіону
- удосконалити методичні підходи до оцінювання ефективності заходів щодо розвитку туристичної сфери регіону;
- розробити модель функціонування й розвитку регіонального туристичного ринку на засадах системного підходу;
- запропонувати методичні засади аналізу й оцінювання конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту;
- розробити механізм управління інноваційною діяльністю бізнес-суб'єктів туристичної сфери регіону;
- сформулювати пропозиції щодо розвитку регіонального туристичного маркетингу.

*Об'єктом дослідження* є процеси організації й управління бізнес-суб'єктами туристичної сфери регіону.

*Предметом дослідження* є теоретико-методичні та прикладні аспекти

формування регіональних механізмів розвитку туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону.

**Методи дослідження.** Науковий базис дослідження становили діалектичний метод пізнання, положення економічної теорії та регіонально-адміністративного менеджменту, наукові здобутки вітчизняних і іноземних вчених з питань розвитку туристичної індустрії.

У процесі дослідження було використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів пізнання: системний підхід (при визначенні об'єкту і предмету дослідження, дослідженні їх системної взаємодії та структурних зв'язків); методи статистичного спостереження (при вивченні структурних та динамічних параметрів розвитку туристичної сфери регіонів); методи опису й порівняння (при визначенні властивостей туристичної сфери регіону, узагальненні й систематизації даних); аналітичний і синтетичний методи (при визначенні складу факторів розвитку туристичної сфери регіону); метод абстрагування (при створенні наочних образів); метод індукції (при визначенні складових процесу управління динамічними й структурними змінами у туристичній сфері регіону); дедуктивний метод (при формулюванні висновків й рекомендацій); економіко-математичні методи (при побудові моделей регіонального туристичного ринку й моделей управління його розвитком).

Інформаційну базу дисертаційного дослідження становили законодавчі та інші нормативні акти України, офіційні дані Державної служби статистики України та Головного управління статистики у Миколаївській області, наукова література з питань розвитку туризму, звітні дані бізнес-суб'єктів туристичної сфери, власні спостереження дисертанта.

**Наукова новизна одержаних результатів** дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних засад і розробці практичних рекомендацій з формування регіональних механізмів розвитку туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону. Наукова новизна найважливіших результатів дослідження розкривається у

таких положеннях:

*вперше:*

- розроблено механізм управління інноваційною діяльністю бізнес-суб'єктів туристичної сфери регіону та оптимального використання й нагромадження регіонального туристично-рекреаційного потенціалу, що ґрунтується на методичних засадах багатокритеріального аналізу факторів впливу на інноваційний потенціал бізнес-одиниць;

*удосконалено:*

- методичні підходи до оцінювання ефективності заходів щодо розвитку туристичної сфери регіону за критеріями збільшення прибутку від туристичної діяльності, обсягу податкових надходжень та інвестиційних доходів, що дозволяє оцінити економічну, соціальну та бюджетну ефективність реалізації заходів концепції розвитку регіональної туристичної сфери;

- методичні засади аналізу й оцінювання конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту на засадах визначення його споживчої корисності за допомогою мультиатрибутивної моделі, яка дозволяє визначити корисність кожної ключової характеристики туристичного продукту та його сукупну корисність, що виступає критерієм конкурентоспроможності;

- модель функціонування й розвитку регіонального туристичного ринку на засадах системного підходу, яка ґрунтується на універсальній системі кількісних та якісних показників, що всебічно характеризують регіональний туристичний ринок, й дає можливість оцінювати рівень використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону, планувати та прогнозувати процеси сталого розвитку туристичної сфери регіону;

*дістали подальший розвиток:*

- визначення змістового навантаження поняття «туристично-рекреаційні ресурси регіону», що сформульоване як сукупність всіх ресурсів території, як природних, так і штучно створених, які допомагають

здійснювати туристично-рекреаційну діяльність в регіоні, тобто реалізувати функції туристичної сфери, зокрема: рекреаційну, соціокультурну й економічну (господарську);

- концептуальні передумови формування регіональної політики й стратегії розвитку туристичної сфери, зокрема визначено систему цілей; об'єкт та предмет туристичної політики, склад суб'єктів та базові інструменти її реалізації;

- організаційно-економічна модель регулювання розвитку туристичної сфери регіону, яка має у складі алгоритм формування й реалізації цільових галузевих програм;

- пропозиції щодо розвитку регіонального туристичного маркетингу, зокрема розроблено модель управління позиціонуванням регіону та регіонального турпродукту на ринку і сталим розвитком туристичної сфери регіону із використанням системно-маркетингових інструментів стимулювання в'їзних туристичних потоків.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у можливості використання отриманих теоретико-методичних положень й практичних рекомендацій з формування регіональних механізмів розвитку туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону загальнодержавними, регіональними та місцевими органами влади та місцевого самоврядування при розробці національних та регіональних стратегій й програм розвитку туризму, у діяльності підприємств і організацій туристичної сфери, у процесі підготовки фахівців з регіонального та туристичного менеджменту.

Пропозиції й рекомендації дисертанта використовуються у практичній діяльності Херсонської обласної ради (довідка № 36-012-153/11 від 08.02.2019 р.), Миколаївського обласного фонду розвитку і підтримки громадських ініціатив (довідка № 81 від 22.05.2019 р.), Миколаївської обласної організації спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (довідка №12/3-25 від 18.03.2020 р.), ТОВ «Алвона-Пленет» м.Одеса



(довідка № 89 від 11.06.2019 р.), ТОВ «Агенція «Авентур» м.Харків (довідка № 218 від 19.08.2020 р.), ТОВ «Готельно-ресторанний комплекс «Вікторія» м.Харків (довідка № 19/22 від 22.09.2020 р.), ТОВ «Мейлі Тур» м.Миколаїв (довідка № 18-10 від 17.11.2020 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Наукові результати, що виносяться на захист, були отримані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використовувалися лише ті ідеї та положення, які були отримані особисто здобувачем. Особистий внесок автора в публікаціях, виконаних у співавторстві, конкретизовано в списку опублікованих праць в авторефераті.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення та результати дисертаційного дослідження оприлюднені автором на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях серед яких найбільш важливими були: всеукраїнська науково-методична конференція «Слобожанський гуманітарій – 2018» (Харків, ХНТУСГ, 30 березня 2018 р.); V всеукраїнська науково-практична конференція «Шляхи підвищення конкурентоспроможності соціально-економічної системи країни» (м. Миколаїв, 27 листопада 2019 р.); IV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція присвячена 90-річчю ХНТУСГ ім. Петра Василенка «Управління розвитком соціально-економічних систем: збірник матеріалів» (м. Харків, 08 жовтня 2020 р.); III міжнародна науково-практична конференція «Сучасні аспекти модернізації науки в Україні: стан, проблеми, тенденції розвитку» (м. Лондон (Великобританія), 07 листопада 2020 р., дистанційно); IV міжнародна науково-практична конференція «Інтеграція світових наукових процесів як основа суспільного прогресу» (м. Київ, 27-28 листопада 2020 р.).

**Публікації одержаних результатів.** Основні результати дисертації висвітлено в 15 наукових працях, опублікованих автором, загальним обсягом 3,92 у.д.а., в тому числі особисто автору належить 2,49 у.д.а. У фахових наукових провідних виданнях опубліковано 11 статей обсягом 3,48 у.д.а.

**Обсяг та структура дисертації.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, викладена на 185 сторінках основного тексту, містить 12 таблиць, 30 рисунків. Список використаних літературних джерел містить 115 найменувань на 12 сторінках.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНУ

### 1.1. Туризм у економічному та соціокультурному просторі

Туризм – відносно усталена, але постійно оновлювана у часово-просторовому вимірі, форма соціально-економічних відносин й взаємодій. Зміст процесу інституціоналізації туризму полягає у тому, що він у своєму розвитку пройшов шлях від первинної практики освоєння соціально-економічного простору до традиційних практик туризму (задоволення потреб осіб у відпочинку, рекреації, соціальної комунікації, відтворення робочої сили) та продовжує розвиватися й функціонувати в сучасному світі як відособлена соціально-економічна система, яка характеризується складною багатоцільовою структурою, численними вузькоспеціалізованими секторами, напрямками й видами діяльності [6].

Туризм як соціально-економічний феномен розвивався разом із розвитком самого суспільства в контексті соціальних, культурних, економічних, політичних трансформацій. При цьому неодноразово змінювався зміст та напрямки споживання туристичного продукту, що приводило до формування нових інтерпретацій туризму як соціально-економічного феномену [34].

Соціально-культурні передумови розвитку туризму як інтегративного феномену суспільного життя склалися у період індустріального суспільства. Історія розвитку індустрії подорожей і туризму має давні витоки й пов'язана із основними етапами розвитку людського суспільства, однак саме у ХХ ст. сфера туризму, масштаби туристичних потоків та переміщень зробили вагомий внесок у процесі суспільного розвитку.

Туризм як соціально-економічне явище й різновид соціально-

культурної активності людини виник у давні часи. Він виник у той період розвитку соціуму, коли індивід мав можливість створити для себе прибавочний продукт і вже не по свине був працювати лише заради виживання [91].

Як соціально-культурне явище та сфера економічної діяльності масовий туризм повною мірою почав проявляти себе у 50-х роках ХХ ст. Ріст доходів населення у розвинених країнах світу привів до скорочення диференціації можливостей людей у сфері споживання різних благ. У масовому суспільстві змінилася культура споживання та відбулася зміна пріоритетів ідентифікації особистості у соціумі.

У загальному розумінні туристична діяльність є різновидом рекреаційної діяльності, одним з видів активного відпочинку, який сполучає відновлення трудового потенціалу із пізнавальною активністю. Кожна людина, у залежності від віку, освіти, статків, родинного стану та інших чинників, має власне уявлення про туризм та різні мотиви для туристичної діяльності.

Сучасні дослідники при визначенні змісту поняття «туризм» відзначають відсутність якої-небудь матеріальної винагороди у туристичних дестинаціях.

Туризм є діяльністю осіб, які подорожують й зупиняються у дестинаціях поза їхнього звичайного місця перебування й оточення на часовий період не більше календарного року для дозвілля та розваг, ведення бізнесу або з іншими цілями, не пов'язаними із отриманням матеріальної винагороди в місці їх перебування. Туризм розглядається як специфічний вид подорожі із чітко встановленими цілями, що поєднується із пізнавальною діяльністю щодо організації й реалізації цих подорожей [44].

Сьогодні значно зростає не лише економічна ролі феномену туризму, але й його соціально-культурне значення, що визначає необхідність дослідження туризму з точки зору рекреаційної, культурної, освітньої та комунікаційно-інтеграційної функцій.

Окремі дослідники при визначенні змісту туризму розглядають його з точки зору порівняння із рекреацією через те, що туризм поєднує різні види рекреаційної активності, зокрема оздоровлення, відпочинок, відтворення продуктивних сил індивіда. Зокрема з точки зору цього взаємозв'язку існує визначення туризму як виду рекреаційної діяльності та різновиду активного відпочинку, у процесі якого відтворення продуктивної сили поєднується із пізнавальною активністю [11, 63].

У наведеному визначенні не лише наголошується на можливостях туристичної діяльності у відтворенні життєвих сил людини та трудових ресурсів, але й відзначається взаємний зв'язок рекреаційної й культурно-освітньої складових туризму.

За іншим визначенням туризм є добровільно здійснюваними територіальними переміщеннями тривалістю більше доби, вчинені з різними неутилітарними цілями: пізнавальною, оздоровчою, лікувальною, спортивною або іншою. Всі ці види дозвілля характеризуються важливою умовою - наявністю необхідної для цього матеріально-технічної бази й організацій, які забезпечують туристам відпочинок і відтворення життєвих сил.

Розширений підхід до трактування туризму розкриває його як вид людської діяльності осіб, які відвідують знайомих й родичів, відпочивають у вільний час, займаються різними видами спорту, оздоровлюються, розширюють кругозір й просто насолоджують навколишнім середовищем. З цієї точки зору, можна відзначити взаємозв'язок рекреаційних, просвітницьких й комунікативних можливостей туристичної діяльності у подорожах регіонального, міжрегіонального, міжнародного та інших рівнів. З цієї позиції, до складу туристів також слід віднести й осіб, які задіяні у різних видах професійної активності, беруть участь у навчальних та дослідницьких поїздках.

Слід відзначити, що віднесення туристичної активності не лише дозвільної але й професійної діяльності, що пов'язана зі зміною місця

перебування, є повною мірою виправданим, оскільки освітні і дослідницькі подорожі забезпечують одержання нового знання й формування нових уявлень, вивчення соціокультурних традицій, та врешті решт, формування ціннісних орієнтацій людей у сучасний період становлення постіндустріального суспільства.

Туристична діяльність постійно знаходиться у процесі розвитку. Постійно змінюються її зміст та різновиди. Більшість дослідників трактує туризм із точки зору споживача туристичних послуг [27].

Згідно Закону України «Про туризм» № 325/95-ВР від 15.09.95 р. «туризм - тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [26].

Наведене у законі визначення цієї дефініції побудоване на ознаках, пов'язаних із просторовим переміщенням осіб, переслідуваними при цьому ними цілями, виключенням одержання матеріальної винагороди (доходу). Закон містить й визначенні інших понять, які характеризують сферу туристичної діяльності – «туристичний продукт», «турист» та ніші.

Вважаємо, що до поняття «туризм» доцільно додати ще одну органічну складову частину, яка пов'язана власне із виробництвом й продажем туристичних товарів й наданням туристичних послуг. З цих позицій «туризм» доцільно трактувати як сукупність:

- діяльності, що здійснюється фізичними особами – туристами, по переміщенню за межі звичайного середовища перебування/проживання до місця тимчасового перебування для досягнення певних цілей, що визначаються їх особистісними мотивами, без одержання доходу у місці тимчасового перебування;

- діяльності підприємств й організацій, що надають туристичні послуги й виробляють туристичні товари.

Отже, поєднання різних визначень змісту поняття туризму дає можливість розглядати його як особливий вид дозвільної активності,

пов'язаний із тимчасовим переміщенням осіб з місць їх постійного перебування/проживання до іншої місцевості (регіону чи країни) з метою відпочинку, оздоровлення, лікування, одержання нових знань, відвідування інших людей (знайомих, родичів), але без заняття в місці тимчасового перебування діяльністю, що передбачає отримання матеріальної винагороди.

Слід відзначити наявність тісного зв'язку між поняттями «туризм» й «подорож». Вчені вважають, що їх тісний зв'язок зумовлений тим, що ці поняття описують певний спосіб життєдіяльності людини. При цьому туризм розглядається як окремий випадок подорожі.

Існують різні трактування змісту поняття «туристична індустрія», що різняться ознаками та складовими елементами. Сьогодні «туристична індустрія» найбільш часто змістовно пов'язується із різними видами діяльності на ринку туристичних послуг, пов'язаних із переміщенням, прийманням, розміщенням й обслуговуванням туристів. У загальному розумінні індустрія туризму є сукупністю інституційних складових елементів туристичної діяльності, що дозволяють забезпечити задоволення потреб туристів. Сюди слід віднести засоби розміщення, транспорт, санаторно-курортні об'єкти, заклади харчування, розважальні заклади та ін. Тобто це сукупність об'єктів (підприємств й організацій), що здійснюють організацію туристичної діяльності й обслуговують суб'єктів (туристів) [41].

Вважаємо, що туристична індустрія є складним комплексним поняттям, що має цільову орієнтацію. Туристична індустрія є складним міжгалузевим соціально-економічним комплексом, який включає в себе цілий ряд підприємств й організацій, які об'єднані спільними цільовими настановами, господарськими зв'язками, використанням природно-ресурсного, людського та ін. потенціалу певної території, які націлюють свою діяльність на задоволення різноманітних туристичних потреб туристів (фізичних й юридичних осіб – об'єктів туристичної діяльності).

Протягом останніх років спостерігаються значні зміни у формах та змісті туристичних послуг. Високий рівень конкуренції на світовому

туристичному ринку привів до того, що більшість туроператорів почали пропонувати турагентам й туристам пакети комплексного обслуговування за широким спектром туристичних програм. Це дозволило забезпечити той рівень обслуговування споживачів, який повною мірою відповідає їх очікуванням та мотивам.

Закон України «Про туризм» визначає «туристичний продукт» як «попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо)» [26].

Отже туристичний продукт – це комплекс послуг з перевезення, розміщення та ін., які надаються за загально визначеною ціною. У наведеному в Законі трактуванні окремо виділені послуги із перевезення й розміщення, як складові туристичного продукту. Це певним чином суперечить ринковому принципу вільного формування продавцем, тобто туроператором, складу туристичного продукту з вільного набору послуг, потрібних туристові. Отже, туристичний продукт більш доцільно сприймати як комплекс послуг підприємств й організацій туристичної індустрії, сформований виробником/продавцем (тобто туроператором) на вимогу туриста із урахуванням його специфічних потреб й вимог. Цей набір формується на основі укладання договорів із підприємствами й організаціями туристичної індустрії й складається з програм, розповсюджуваних туроператором на ринку туристичних послуг через туристичних агентів [52].

Наведені формулювання розширюють уявлення про туризм, туристичну індустрію та її елементи.

Ми вважаємо, що туризм є складною системою, яка, у свою чергу, є складовою систем більше високого порядку, зокрема - природного середовища (місця проживання й дестинації), соціуму (проживання та



приймаюче), економіки (країни проживання й приймаючої країни).

З точки зору системного підходу, туризм характеризується цілісністю, впорядкованістю й системною стабільністю. Водночас цій системі притаманна мінливість й рухливість. Ці характеристики системи туризму, а також її численні взаємозв'язки з іншими системами дають змогу досліджувати різні аспекти цього явища, наприклад, вивчати туризм у системі соціокультурної взаємодії людей різних верств, способів життя й рівня доходів [77].

Соціально-культурна цілісність туризму розкривається при його взаємодії із культурною сферою, оскільки культурні особливості DESTИНАЦІЇ є найбільш привабливими для туристів. Культурна сфера активно залучається у туристичну активність, а соціально-культурна комунікація набуває важливого значення у задоволенні туристичних потреб.

Ціннісний аналіз туристичної сфери вказує на можливість застосування двох методологічних підходів: соціально-культурного й суб'єктно-діяльнісного.

Соціально-культурний підхід розкриває родову структуру соціально-культурних процесів і явищ, базисом яких є єдність:

- особистості, що є суб'єктом взаємодії;
- суспільства як сукупності взаємодіючих людей з їх соціально-культурними відносинами;
- власне культурного середовища яке є системою цінностей й норм, носіями яких є взаємодіючі індивіди.

З позицій соціально-культурного підходу суспільство розглядається як органічна єдність культури й соціальності, що утворюється й трансформується активністю людини. Культура розуміється як сукупність різних способів діяльності людини та отриманих матеріальних й нематеріальних результатів. Соціальність трактується як сукупність відносин соціального суб'єкта (індивіда чи групи) з іншими суб'єктами (соціально-економічними, політичними тощо).

З точки зору суб'єктно-діяльнісного підходу туризм є окремим видом діяльності, що містить: ціль, засоби, отриманий результат й власне сам процес туристичної діяльності. Базисом туристичної активності людини є свідомо сформульована мета, отже основою туристичної діяльності є мотивація й система культурних цінностей. Соціальна діяльність є способом існування й розвитку людини, формою взаємодії людини з природним середовищем й соціумом. Отже дослідження туризму також ґрунтується на визначенні структури й функцій соціальної суб'єктивності у певному суспільстві. Суб'єктно-діяльнісний підхід у дослідженні туристичної сфери передбачає аналіз й оцінку певного соціального суб'єкта з точки зору його мотивів й прагнень до самореалізації [18].

Отже, соціально-культурний і суб'єктно-діяльнісний підходи дають змогу реалізувати ціннісний аналіз туристичної сфери, та її окремих видів. Кожен вид туризму є конкретним видом туристичної діяльності, реалізованої як у межах державних кордонів, так і на макрорегіональному й світовому рівнях. Туристичні подорожі стають стилем життя членів розвиненого людського суспільства.

Складність, множинність, нелінійність розвитку сучасного суспільства, його культурний рівень, визначають характер й структуру потреб та споживання як на особистісному, так і на суспільному рівнях. В умовах нинішнього інформаційного суспільства відбулася якісна та кількісна зміна потреб, які при цьому залишилися незмінними по своїй суті та важливості.

У той же час, відбулися зміни у ієрархії та складі мотивуючих факторів людської діяльності. У системі особистісної мотивації переважають чинники внутрішнього розвитку особистості й активізації соціальної взаємодії, міжкультурного інформаційного обміну. Зі зміною мотивів почав формуватися і новий тип особистості, який націлений на нагромадження інтелектуального й творчого потенціалу, а не на ріст споживання матеріальних благ.

Докорінні зміни у цінностях, у формуванні єдиного підґрунтя

культурного розвитку привели до появи нової моделі особистості. На зміну статичній особистості епохи індустріального суспільства прийшла соціально-просторово мобільна особистість, яку уособлює сучасний турист.

Мобільність у теперішній час є фактором самоідентифікації людей різного віку, статку та соціального прошарку. У сучасному інформаційному суспільстві спостерігається тренд реклами туризму як способу отримання знання про оточуючий світ, робиться акцент на високому соціальному статусі туриста.

Соціально-культурна тенденція останніх декад вказує на певне зрушення суспільного сприйняття якісних соціокультурних трансформацій, що виражається у такий спосіб:

- розширення меж сприйняття на різних рівнях: рівень особистості, рівень групи, рівень суспільства;
- динамічність сприйняття, мобільність та лояльність до різномірної інформації;
- дисбаланс сприйняття, прояви нестійкості й недовговічності більшості отриманої інформації;
- значний зсув меж й правил сприйняття;
- заперечення минулого соціально-культурного досвіду, формування принципово нової оціночної шкали [37].

Просторова туристична активність сприяє розширенню границь сприйняття, як безпосередньо через транспортні переміщення, так і через зміну змісту туристського простору сучасного глобалізованого світу. Природа споживання туристичного продукту пов'язана із насиченням моменту споживання змістом, щоб надати йому максимальної цінності в очах споживача - туриста. Однак процес споживання у туризмі пов'язаний також і з можливістю виникнення конфлікту за умови неприйняття іншої культури як на рівні особистості, так і на рівні соціуму.

Досліджуючи соціально-культурні імперативи розвитку туризму як складно структурованого феномену, доцільно відзначити цілісність та

системність його структури, складність взаємодії її елементів й високий рівень їх автономії:

- туризм є видом соціально-економічної взаємодії;
- туризм є елементом сфери дозвілля;
- туризм є формою споживання;
- туризм є соціокультурним феноменом;
- туризм є видом економічної діяльності;
- туризм тісним чином взаємодіє із оточуючим середовищем [56].

У теперішній час вченими запропонована значна кількість класифікацій туризму. Слід вказати, що будь-який поділ туристичної діяльності на певні види є доволі умовним, оскільки в реальності часто існують комбіновані туристичні продукти, які поєднують кілька видів туризму в одному часовому відрізку. Ці поєднані види туризму зазвичай зумовлені різними туристичними потребами, як рекреаційний з пізнавальним/спортивним/оздоровчим тощо. Туризм у сучасному українському суспільстві набув масового характеру через активізацію процесів глобалізації, розширення взаємозв'язків України з іншими країнами, відкритість границь і розвиток міжнародної торговельно-економічної діяльності. Активізація й збільшення інтенсивності міжнародних контактів, як на державному та і на особистісному рівнях, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, дали змогу значно спростити процедури бронювання готелю, квитків, замовлення різноманітних послуг. Вони стали типовими й звичайними у соціальній практиці людей практично в усьому світі. Отже, туризм в теперішніх умовах є глобальним явищем. Транснаціональний масштаб туризму зумовив появу його нових видів, які насамперед пов'язані, із поширенням нових технологій – це віртуальний й космічний туризм.

Віртуальний туризм є особливим пасивним видом туризму, що дає змогу, залишаючись вдома, відвідати різноманітні місця на Землі. Втім, віртуальний туризм не забезпечує тієї емоційної віддачі, як реальне

відвідування цих місць [75].

Космічний туризм - вимагає великих матеріальних витрат, але прогнозується що надалі він буде поступово ставати дешевшим та доступнішим. Зростання інтересу до космічного туризму пов'язано сьогодні безпосередньо із діяльністю та проектами, реалізовуваними компанією Ілона Маска «Space X» [83].

Слід вказати, що у нинішньому столітті з'явився ще один нових вид туризму - науковий. Наукові експедиції й станції стають об'єктами туризму. Науковий туризм буває ознайомлювального типу, коли туристи мають змогу ознайомитися з різними об'єктами, отримати кваліфіковані пояснення по актуальних питаннях й проблемах, а також дослідницького типу, коли туристи беруть безпосередню участь у науковій роботі.

Будь-яка діяльність людина виконує певну функцію або набір різних функцій. Дослідження туристичної сфери неможливе без аналізу його функціонального навантаження.

Соціальні характеристики туризму реалізуються через виконувани їм функції, що характеризують його вплив на людей та відносини між ними у соціумі:

1. Функція соціалізації. Туристичний бізнес має комерційну природу. Водночас, туристичні подорожі стали важливою складовою механізму освоєння людиною соціально-культурного простору, що робить його соціально значимим видом людської активності. Туризм є невід'ємною частиною життя сучасної людини, що живе у постіндустріальному суспільстві. Він є свого роду організаційним базисом системного сприйняття особистістю оточуючого світу. Туризм сьогодні не лише життєвою орієнтацією, але й способом пізнання навколишнього світу та одним з засобів формування типу особистості – мобільної людини. Туризм з точки зору соціалізації людини дає їй можливість адаптуватися до норм поведінки й ціннісних орієнтирів нового для особи соціально-культурного середовища.

2. Рекреаційна функція - спрямована на відтворення духовних і

фізичних сил людини через контрастну зміну оточуючого середовища та/або виду активності. Рекреаційна функція туризму має орієнтацію на задоволення споживача. Саме рекреаційна функція стала основною у сучасному туризмі, оскільки уявлення про якісний відпочинок сьогодні є невід'ємним від уявлення про туристичну подорож. Вибір місця відпочинку визначається модними трендами, смаковими перевагами, показником статусності та престижності. Цьому сприяє туристичний бізнес та індустрія відпочинку, що формує та підтримує певні стереотипні уявлення людей про туристичний продукт.

3. Рекламна функція тісно пов'язана із попередньою – рекреаційною, що пов'язано із трендами у розробці та просуванні туристичних продуктів на засадах використання традиційних рекламних технологій. Базисом механізму функціонування сфери як туризму, так і реклами, є орієнтація на сутність споживання. При плануванні подорожі турист намагається одержати повну й достовірну інформацію про пропонований туристичний продукт, яка надається його продавцями та організаторами у формі й вигляді рекламних повідомлень про туристичні послуги та рекреаційні ресурси певного туристичного регіону. Рівень задоволення туриста продуктом, насамперед, визначається відповідністю рівня якості наданих послуг, заявленому у рекламному повідомленні.

4. Комунікативна функція. Туризм, як спосіб передачі інформації є важливим фактором, що розвиває міжособистісні, міжсуспільні та міжкультурні комунікаційні зв'язки. В теперішній час значення цієї функції є дуже великим, Культурний простір культури іншого регіону чи країни є джерелом нової інформації й формує комунікативні зв'язки у процесі туристичної подорожі, як на рівні особистостей, так і на рівні суспільств й різних культур. Туризм допомагає передавати інформацію, як вербально, так і через дії, поведінку та інші засоби. Туризм також є засобом збереження традицій й культурної спадковості й передачі їх соціально-комунікативними засобами.

5. Гедоністична функція - функція формування й задоволення потреб туристів. Туристичні подорожі по різних територіях та культурно-історичних місцях, ознайомленням із знаковими пам'ятками, пов'язані із відпочинком, надають можливість отримати задоволення від туристичної діяльності. З цієї точки зору туризм є складною системою біо-, психо- та соціогенних характеристик мотивації та потреб людини. Формування й задоволення туристичних потреб є базисом туристичної сфери як соціально-економічної системи.

6. Медіативна (посередницька) функція – забезпечує протікання процесу історико-культурної спадковості й виражається у закріпленні результатів соціально-культурної діяльності людей, нагромадженні, систематизації й збереженні інформації. Міжнародний характер туристичної активності відповідає соціальному устрою суспільства, забезпечує єдність його різнорідних складових.

7. Когнітивна функція є однією з найбільш важливих функцій туризму, що пов'язана із пізнанням культур інших країн та регіонів, розширенням світогляду людини, її духовним збагаченням. Можливість на практиці проявити свої здібності й навички в незвичайній ситуації стимулює пізнавальну активність туриста. Когнітивна функція має три складові:

7.1. Пізнавальна функція є притаманною різним видам туризму й пов'язана із ознайомленням людей із культурною спадщиною різних народів, формуванням уявлення про культурне різноманіття, особливості побуту різних країн та народів.

7.2. Світоглядна функція полягає у тому, цей вид діяльності формує у туриста певний світогляд, ставлення до оточуючого середовища, формує певний стиль життя та толерантне відношення до інших рас й народів.

7.3. Аксіологічна функція пов'язана із місцем туристичної діяльності у сфері культурних цінностей. У туризмі аксіологічні принципи втілюються у певних моделях туристичного простору, які відображають еволюцію цінностей та розвиток особистості.

8. Економічна функція – полягає у тому, що туризм є однією з найбільш динамічно-розвинених сфер економіки. В теперішній час туризм є великою індустрією, що включає в себе різні види економічної діяльності, підприємства й організації всіх форм власності, що займаються наданням туристичних послуг та організацією відпочинку.

У силу усього вищесказаного, туризм здобуває характер культурно-освітньої, інформаційно-комунікативно, інтеграційної та освітньо-пізнавальної діяльності. Він стимулює саморозвиток людини. Отже, туризму притаманна гуманітарна функція, що дає можливість сформувати всебічно розвинуту особистість, оскільки туризм розширює кругозір людини та дає поштовх для зростання її інтелектуальних здібностей. Туристичні поїздки дозволяють людині задовольнити її потреби у прилученні до морально-духовних цінностей, отриманні нових знань, зокрема професійних [98].

Отже, туристична діяльність як вид рекреаційної діяльності є різноманітною й багатофункціональною. Слід відзначити, що виокремлено лише основні функції туризму, які є характерними для всіх видів туристичної діяльності. Різні види туризму можуть одночасно реалізовувати одночасно декілька функцій.

Функції туризму тісно пов'язані із соціально-культурним розвитком суспільства, його ціннісними орієнтаціями й пріоритетами. Взаємозв'язок, проникнення та збагачення транснаціональних форм світової культури відбувається у тому числі й завдяки обміну соціально-культурною інформацією між туристами. Туризм відіграє важливу роль міжнародної культурної взаємодії. Втім, сучасні споживчі пріоритети ведуть до розвитку масових туристичних потоків, що певною мірою нівелює його первинний когнітивний потенціал [1].

Постійний розвиток індустрії туризму вимагає регулярного перегляду та переосмислення критеріальних ознак його видів, що визначають траєкторії розвитку цього виду економічної діяльності та підприємств й організацій туристичної індустрії. Класифікація видів туризму часто є базисом створення



туристичного продукту, що є первинною продажною одиницею організацій й підприємств туристичної індустрії.

Закон України «про туризм» визначає такі його види туризму, залежно від категорій туристів, їх цілей, відвідуваних об'єктів та інших ознак: «дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для осіб з інвалідністю; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо». Слід відзначити, що така класифікація видів туризму має певні недоліки. Так, зокрема, види туризму не мають чіткого розподілу за ознаками. Також не враховані всі ознаки, за якими можливе виділення видів туристичної діяльності [26].

Розширена класифікація видів туризму наведена на рис. 1.1.

Ключовою ознакою класифікації видів туристичної діяльності є мотиваційна ознака, тобто мета туризму, яка прямим чином визначає розвиток конкретних підприємств й організацій туристичної індустрії в регіоні.

Також на розвиток туристичної діяльності суттєво впливають такі класифікаційні ознаки, як:

- склад туристичної групи – визначає вимоги до розвитку підприємств й організацій туристичної індустрії: транспорту, засобів розміщення, підприємств харчування тощо;

- фінансові можливості туристів - є визначальною для підприємств й організацій туристичної індустрії у контексті планування й прогнозування їх доходів. Саме фінансові можливості туристів повинні бути предметом аналізу доходів населення у країнах, що є основними постачальниками туристів, на яких орієнтований пропонований оператором туристичний продукт [36].



Рис. 1.1. Класифікація видів туризму\*

\*Сформовано автором з використанням [47]

Оскільки підприємства сфери туризму займаються дуже різними видами економічної діяльності, виникають певні складності при їх класифікації. Відомою є така класифікація підприємств за видами діяльності: підприємства харчування, транспортні підприємства, засоби розміщення, посередники (туристичні оператори й агенти).

Розширена класифікація представлена на рис. 1.2. Підприємства туристичної сфери класифіковані по видах діяльності на дві групи:

- основні – спеціалізовані на виробництві певних типових туристичних товарів і наданні послуг;

- супутні - підприємства, товари й послуги яких є менш затребуваними, тобто «необов'язковими» [89].

Основні види діяльності – це ті, без яких турист, як правило, не обходиться. Розвиток туристичної сфери останніх десятиліть привів до того, що деякі у минулому супутні види діяльності перейшли до розряду основних. Це стосується страхування, оздоровлення, організації, координації та розваг.

Супутні види діяльності охоплюють підприємства чиї послуги затребувані туристом на вимогу у міру виникнення потреби. До супутніх видів діяльності, що виконуються організаціями й підприємствами туристичної сфери слід віднести: торгівлю (торговельні організації); інформаційне забезпечення (інформагенції, реклама); фінансово-кредитне обслуговування; виробництво спеціалізованих туристичних товарів (одяг, взуття, спорядження); оренда спорядження й транспорту та ін. [104].

Наведені види діяльності мають різну вагомість у контексті включення послуг підприємств у туристичний продукт. Так, основні послуги переважно включаються до складу туристичного продукту у різноманітних поєднаннях. Супутні послуги зазвичай супроводжують основний пакет послуг. Класифікація підприємств й організацій туристичної сфери за видами їх діяльності дає змогу створювати туристичні продукти з урахуванням конкретних мотивів та фінансових можливостей туриста, складу туристичної групи та ін.

Соціально-культурний потенціал туристичної сфери - це можливість задоволення нею соціально-культурних потреб людей у туристичних послугах.

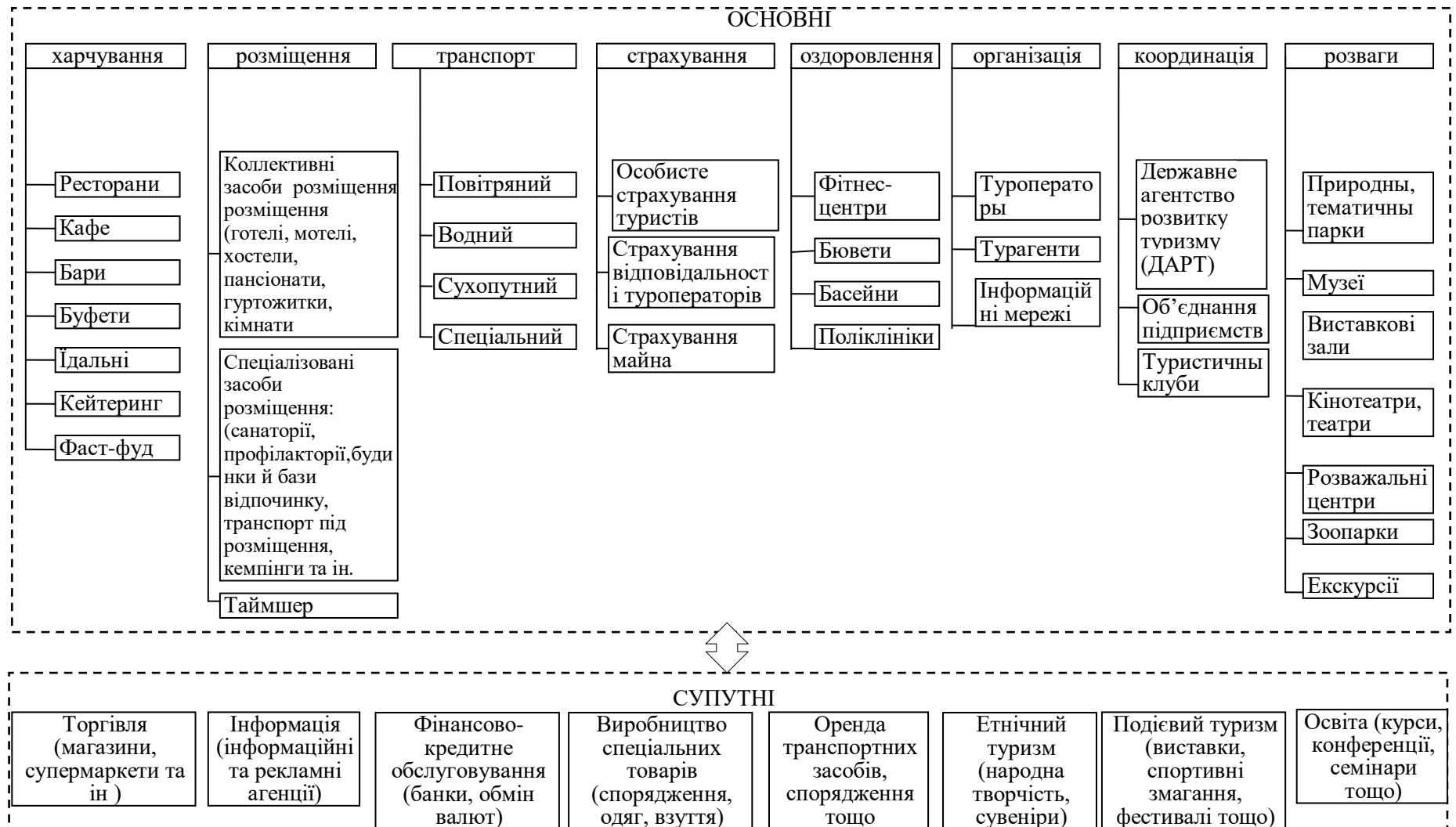


Рис. 1.2. Класифікація підприємств туристичної сфери за видами діяльності\*

\*Побудовано автором на основі [89]

Культурно-пізнавальний туризм є специфічним способом освоєння культурної спадщини. Цей вид туризму відповідає об'єктивним трендам гуманізації, становленню культури як своєрідного ресурсу розвитку груп людей та територій. Основою культурного туризму є культурно-історична спадщина народу чи певної території, зокрема пам'ятники, історичні місця, звичаї та традиції, вірування, фольклор, ремесла й ін., а також різноманітні види та форми інтерпретації й подання цієї культурної спадщини [35].

В нинішньому світі сфера культури трансформувалася із вторинного явища у важливий фактор розвитку регіонів.

В останні роки появився цілий ряд нових напрямків та трендів у розвитку людського людства в цілому, й в Україні, зокрема. Ці стосуються процесів глобалізація, що охопила всі сфери життєдіяльності людей, розвиток й поширення маскультури. Через ці впливи традиційні культурні цінності витісняються й замінюються у свідомості багатьох людей новими, у цьому процесі втрачаються або докорінно змінюються певні національні й регіональні традиції, елементи культурної спадщини, трансформуються природні й культурні ландшафти. І ці часто зміни є негативними, руйнівними. З цієї точки зору збереження культурного різноманіття є найважливішим завданням. Успішно протистояти негативним проявам глобальних культурних трансформацій можливо лише за умови активного пропагування й використання у освітній, просвітницькій роботі об'єктів історичної спадщини.

Базисом створення і пропагування внутрішнього й зовнішнього іміджу будь-якого регіону є стратегічне планування його розвитку. У цьому контексті регіон має бути представлений всім комплексом наявної природної й історико-культурної спадщини, що формує його туристичний потенціал.

В теперішній час необхідний особливий, нетривіальний підхід до вирішення завдань стратегічного планування, організації й реалізації туристичних програм й продуктів із урахуванням вікових, культурних, освітніх й інших характеристик потенційних туристів.

В'їзний туризм дає поштовх для розвитку туристичного потенціалу та збільшує ресурсні можливості приймаючого регіону.

Розвиток й поширення культурного туризму всіляко сприяє збереженню й підтримці культурних об'єктів. 09.11.1974 р. було ЮНЕСКО прийнято Хартію по культурному туризму, якою визначено культурний туризм як вид туризму, метою якого є ознайомлення із пам'ятниками та визначними місцями [10].

Витоки культурного туризму з'явилися ще у античні часи. Втім, сучасний культурний туризм з'явився у середині XIX ст. Його початком слід вважати появу першого туристичного агентства Томаса Кука. Виникненню й розвитку туризму у ті часи сприяли значні соціальні трансформації у суспільстві, зміна образу мислення суспільства, активний розвиток транспорту, зокрема залізничного тощо.

Особистість формується у певному соціальному середовищі, яке багато в чому визначає її систему цінностей, орієнтацій та цілей. Ознакою стабільності соціально-культурної системи є нагромадження й збереження у суспільстві його культурної спадщини. Ставлення органів державної влади та суспільства до культурної спадщини є індикатором розуміння й сприйняття ними передумов й закономірностей протікання історико-культурного процесу. Історичні й культурні пам'ятки, традиції, звичаї та інші елементи культурної спадщини є умовою подальшого розвитку народу.

Географічне положення Миколаївської області на півдні країни, у степовій зоні, вихід до Дніпровського лиману та Чорного моря дає можливість говорити про значну кількість природних туристичних об'єктів. Вони формують значний туристично-ресурсний потенціал. До перспективних напрямків розвитку культурної спадщини регіону слід віднести: дослідження й охорона археологічних та архітектурних пам'ятників, наукове обґрунтування та захист природних пам'ятників та ін. Зусилля у цьому напрямку дають можливість зберегти унікальні історико-культурні пам'ятники, зробити їх у перспективі об'єктами культурного й пізнавального

туризму регіону.

Незважаючи на труднощі соціально-економічного розвитку останніх десятиліть, туристична галузь у Миколаївському регіоні не лише збереглася але й повною мірою перейшла на принципи ринкової економіки й продовжує успішно розвиватися.

Туризм є соціально-культурним явищем, а тому в умовах регіону першочергового значення набувають проблеми розвитку саме в'їзного типу туризму. Розвиток в'їзного туризму на території будь-якого регіону є важливим завданням не лише для культури, але й для господарства регіону, оскільки цей вид туризму приносить високі доходи, багато в чому впливає на секторальну й територіальну структуру як економіки окремого регіону, так і країни в цілому [35].

Траєкторія розвитку в'їзного пізнавального туризму складається з трьох напрямків: визначні пам'ятки; місця розміщення туристів; підприємства громадського харчування. Отже, необхідне створення у ареалі пам'ятника культурної спадщини цілого комплексу інфраструктурних об'єктів.

Можна виділити два основні рівні пізнання культурної спадщини регіону: теоретичний та рівень уявлень й навичок. Теоретичний рівень охоплює абстрактні знання, отримані під час освітнього процесу, які безпосередньо не стосуються конкретного індивіда.

Рівень уявлення й навичок – суб'єктивний, рівень внутрішніх переживань. Він охоплює власний досвід індивіда, отримані їм самим навички, здібності до творчого мислення, сприйняття, осмислення й перетворення культурних цінностей.

Результатом використання об'єктів історико-культурної спадщини має бути перехід з теоретичного рівня на рівень внутрішніх переживань, емоцій, що забезпечує глибоке пізнання культурного об'єкта [16].

Сьогодні світовий глобальний соціальний простір у своєму розвитку переходить до нового постіндустріального етапу. Базис цього етапу формують інформаційні технології, які забезпечують створення єдиного

глобального інформаційного поля на загальносвітовому рівні. Також нове інформаційне суспільство значно відрізняється від попередніх типів організації суспільства специфічним характером міжнародних економічних відносин, більшою прозорістю державних кордонів, що врешті решт веде до становлення єдиного територіального й суспільно-політичного простору, визначає глобальний характер організаційно-управлінських й техніко-технологічних підсистем, підкреслює визначальну роль особистості в соціумі. Як вказують автори, передумови створення та розвитку нового типу суспільства формуються у процесі технологічного й економічного прогресу, коли він переходить від простого збільшення обсягів виробництва й видового різноманіття товарів й послуг, до зміни само сприйняття людиною себе як особистості та визначення свого місця у оточуючому світі. Розвиток матеріального виробництва є важливою але не достатньою передумовою формування нового постіндустріального порядку. Необхідною умовою створення нового порядку є докорінна зміна ціннісних орієнтирів індивіда, що робить основним мотивом діяльності людини її самовдосконалювання [112].

Базовими цінностями нового постіндустріального суспільства є:

- знання, що сьогодні є фактором набуття більш високих позицій у соціумі;
- відносна стриманість у споживанні, здатність людини відмовитися від надмірного споживання й задовольнятися лише необхідним;
- творчість як спроможність формувати нетривіальне відношення до оточуючої реальності;
- взаємна відповідальність як передумова нормальної взаємодії різних людей у соціумі;
- толерантність по відношенню до інших світоглядів, ідей, способу життя тощо [94].

Отже, розвиток процесів глобалізації та міжнародної інтеграції сприяє тому, що національні та культурні кордони стають більш прозорими,



формується глобальний соціум, звичний до специфічних особливостей життя та мислення представників різних культур та країн. Сучасні люди все менше вбачають побутові та культурні бар'єри у взаємодії із представниками інших країн.

Отже метою культурного туризму є формування ціннісних орієнтацій людей. Її успішна реалізація зумовлюється дотриманням принципів туристичної діяльності:

1. Принцип цілісності цілей, форм, інструментів формування цілісних орієнтацій – є основним принципом, що відбиває сутність системного підходу,

2. Принцип мотиваційності – спрямовує суб'єкти туристичної діяльності на її самовдосконалення через створення й поширення цінностей нового постіндустріального суспільства, сучасних моделей поведінки, що сприяють адаптації до змінних умов у сучасному світі.

2. Принцип дотримання особистісно-діяльнісного підходу багато в чому визначає результативність відтворення життєвих сил людини, її самореалізації в умовах подолання невизначеності суспільних норм та цінностей, зміни статусу особи.

4. Принцип єдності соціально-культурного впливу й процесу саморозвитку людини – визначає формування системи внутрішніх стимулів поведінки особи у відповідності із сформованими ціннісними орієнтирами [68].

Отже, взаємопов'язані структурні елементи туризму як виду дозвільної діяльності – культурно-освітній, інформаційно-комунікаційний, інтеграційний та рекреаційний – формують ключові напрямки туристичної діяльності та набір її функцій. Загалом сукупність функцій туризму забезпечують особистісно-орієнтований та особистісно-діяльнісний підходи до створення й розвитку ціннісних орієнтирів людей, визначаючи їх складові, такі як гуманізм, культура, саморозвиток.

Різні форми й види туристичної діяльності не лише роблять її

привабливою для різних верств населення, дають можливість врахувати їх індивідуальні особистісні переваги, соціальний та матеріальний стан, але й збагачують духовний світ людей у спільності.

Ціннісний компонент туристичної діяльності зумовлює духовну та розвиваючу орієнтованість його впливу на особистість. Однією з головних передумов, що забезпечують формування й поширення нових цінностей, є суб'єктна позиція людини, тобто її здатність до усвідомленої, самостійної, ціле орієнтованої трансформації соціально-культурної інформації у особистісні цінності. У процесі здійснення туристичної діяльності формується ряд ціннісних орієнтирів людини, вони отримують значення для людини або стають базисом для досягнення інших цінностей.

## **1.2. Проблеми інтеграції туристичної індустрії регіонів України у світовий економічний простір**

В теперішній час туристична індустрія стає потужним інструментом активізації соціокультурного, економічного й суспільно-політичного розвитку багатьох країн світу, окремих регіонів й міст. Згідно з прогнозом Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) «Tourism: 2020 Vision» кількість прибуттів міжнародних туристів повинне значно підвищитися й у 2030 р. сягнути 1,8 млрд. осіб. Тобто прогнозується, щоденне перетинання міжнародних кордонів на рівні 5 млн. осіб [13].

Втім, події 2020 р. внесли певні корективи у прогнози ЮНВТО. Очікується що за результатами 2020 р. глобальний туризм скоротиться на 70% у порівнянні з 2019 роком. Попередні глобальні кризові ситуації спричинили зниження у галузі туризму на 10-20%, а пандемія коронавірусу ще більше погіршила ситуацію.

За таких умов Україна має прикладати неабияких зусиль для підтримання туристичної сфери, розвитку внутрішнього туризму.

Україна має значний потенціал для розвитку внутрішнього й в'їзного

туризму. Туризм є важливою складовою розвитку України та її регіонів у стратегічній перспективі, економічно вигідною й екологічно безпечною сферою національного господарства.

Виклики нового тисячоліття, переосмислення процесів розвитку людського суспільства, пошук шляхів вирішення соціально-економічних та екологічних проблем зумовили появу необхідності пошуку нових шляхів й напрямків розвитку. Перспективним напрямком є впровадження у розвиток туристичної сфери концепції й стратегії сталого розвитку. Згідно поглядів Всесвітньої туристичної організації, принципи концепції сталого розвитку можуть бути застосовані до всіх типів й видів туризму, всіх секторів індустрії туризму, будь-якого регіону чи країни. Сталий розвиток туристичної індустрії передбачає єдність трьох основних складових елементів:

- розвиток власне сфери туризму й рекреації, а також забезпечення основних екологічних процесів;
- забезпечення економічної стабільності, через значну роль туризму як дієвого інструменту розвитку регіональної економіки через раціональне та збалансоване управління ресурсним потенціалом;
- забезпечення соціокультурної стабільності, що дає змогу підвищити рівень зайнятості й реальних доходів населення у регіонах, зберегти історичні та культурні пам'ятники, місцеву культурну спадщину.

Досвід розвитку туристичної індустрії провідних у цій галузі країн світу вказує на основні фактори, які визначають процеси регіональної інтеграції у сфері міжнародного туризму [23]:

1. Соціально-економічні фактори. Спільний розвиток індустрії туризму різних країн в рамках регіональних блоків зумовлений тим, що індустрія туризму є міжгалузевим інтегрованим комплексом зі значним мультиплікативним ефектом. Це забезпечує створення значної кількості робочих місць у цій галузі та веде до покращення соціально-економічної ситуації у макрорегіоні.

2. Природно-ресурсні фактори. Туристична сфера використовує

різноманітні природні, культурні й інші місцеві ресурси. При цьому не створюється значного навантаження на природне середовище приймаючої місцевості. Узгоджене раціональне використання ресурсів різними країнами блоку з метою розвитку туристичної сфери та дотримання єдиних природоохоронних норм й стандартів у туристичній діяльності знижує кількість екологічних конфліктних ситуацій між сусідніми країнами та сприяє зміцненню добросусідських відносин між ними.

3. Інфраструктурні фактори. Розвиток туристичної індустрії забезпечує розбудову нових й розвиток існуючих інфраструктурних об'єктів у межах регіонального блоку країн, що зміцнює їх взаємну інтеграцію. Так модернізація та розбудова міжнародної транспортної інфраструктури веде до зближення країн у межах регіонального блоку, що є однією з передумов їх соціально-економічної інтеграції.

4. Соціокультурні фактори. Розвиток внутрішньорегіональної туристичної індустрії веде до активізації культурного обміну між громадянами сусідніх країн, що підсилює значення соціокультурного та релігійного факторів економічної інтеграції країн у межах макрорегіонального блоку й веде до формування спільного гуманітарного поля.

Багато регіональних блоків країн визнають туристичний бізнес як одну з найважливіших сфер свого господарства. Це пояснюється ефектом від скорочення бар'єрів при міжнародному переміщенні факторів виробництва у межах блоку, який дає стимул до співпраці у сфері туризму й забезпечує мобільність громадян [49].

Напрямки співробітництва країн у межах регіональних блоків у сфері розвитку туристичної індустрії показані на рис. 1.3.

Досвід функціонування ряду регіональних інтеграційних блоків у туристичній сфері свідчить, що такі об'єднання сусідніх країн здійснюють прямий та опосередкований вплив на розвиток світового ринку туристичних продуктів.



Рис. 1.3. Напрямки діяльності країн у рамках регіонального блоку у сфері розвитку туризму\*

\*Складено автором з використанням [49]

Основними напрямками цієї взаємодії є такі:

1. Реалізація спільних проєктів та маркетингових заходів щодо позиціонування та просування регіональних туристичних продуктів на міжнародному ринку туризму. Завдання просування на ринок національних туристичних продуктів вимагає вкладення значних фінансових ресурсів. Для зниження витрат як країни, що розвиваються, так і розвинені країни поєднують зусилля у реалізації маркетингових заходів щодо просування й збуту туристичних продуктів на міжнародних ринках, а також заходів по створенню й підтримці позитивного іміджу регіону на міжнародному туристичному ринку. Водночас, значний наголос робиться на індивідуальних специфічних особливостях й культурних відмінностях кожної країни блоку. Країни одного угруповання створюють спільні стенди на міжнародних

туристичних виставках, створюють інтернет-портали, присвячені туризму в країнах блоку, організують спільні заходи щодо залучення туристів у регіон, створюють спеціальні організації, завданням яких є просування регіонального туристичного блоку держав на міжнародному ринку тощо. Наприклад, ЄС уклав міжнародні угоди з окремими країнами з інших регіонів про забезпечення сприяння просуванню турпродуктів цих держав на ринку Європи. Також розвинені країни надають країнам, що розвиваються допомогу щодо впровадження нових туристичних продуктів й технологій для підвищення рівня їх конкурентоспроможності й приведенню пропонованих туристичних послугу відповідність із стандартами розвинених країн.

2. Реалізація узгодженої політики щодо розвитку туристичної сфери. Країни ЄС формують спільні стратегії соціально-економічного розвитку, орієнтовані на забезпечення сталого росту. Країни регіону намагаються дотримати статусу ЄС як найбільшого світового туристичного напрямку, спроможного реалізувати різноманітний потенціал його території. ЄС реалізує масштабний план дій, спрямований на розвиток туризму в європейському регіоні, розв'язання соціально-економічних проблем, територіальної інтеграції, зваженого використання природно-ресурсного й соціокультурного потенціалу. Реалізація поставлених завдань вимаже тісного співробітництва урядів країн ЄС й представниками туристичної сфери. Основними напрямками співробітництва у цій сфері є такі:

- підвищення конкурентних позицій туристичної індустрії в регіоні;
- забезпечення стабільного розвитку сфери туризму, підтримання високого рівня якості турпродуктів;
- формування об'єднаного образу туристичної Європи, що формується з багатьох образів відомих туристичних місць;
- оптимальне використання фінансового потенціалу ЄС для розвитку індустрії туризму.

В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні туризм є одним з основних напрямків інтеграції країн у напрямку створення єдиного економічного

простору. Тому спільному формуванню й просуванню регіонального турпродукту приділяється значна увага. Країни АСЕАН формують спільні стратегічні плани розвитку індустрії туризму. Регіон Південно-Східної Азії позиціонується як консолідований туристичний напрямок. Формуються єдині регіональні стандарти туризму й спільна система сертифікації тур послуг, Також країни прагнуть сформувати єдину ввізну та візову політику.

3. Формування єдиних стандартів надання туристичних послуг. Запровадження єдиних стандартів на певні види туристичних продуктів у межах регіональних блоків країн здійснюється задля забезпечення високої якості туристичних послуг, надання допомоги мандрівникам щодо правильного вибору тур продукту, забезпечення їх безпеки, захисту прав та інтересів. Сьогодні стандартизація й сертифікація видів туристичних продуктів й послуг переважно відбувається на національному рівні. У ЄС основним документом, що регламентує туристичну діяльність є Директива Ради Європи від 13 червня 1990 р. № 90/314/ЄЕС про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне. Ця Директива гармонізує законодавчі норми країн ЄС щодо організації комплексних турів. Її було прийнято у відповідь на зміни у серійних наборах туристичних послуг, а саме зменшення кількості їх складових елементів. Згідно Директиви, комплексні тури мають включати як мінімум два складових елементи – транспортування/ розміщення/розваги. Також існує цілий ряд окремих директив щодо засобів розміщення туристів. Вони стосуються введення єдиних форм статистичної звітності підприємств розміщення туристів, заходів безпеки та ін.

У країнах АСЕАН також запроваджені уніфіковані стандарти у індустрії туризму, а також розроблена план дії щодо інтеграції сфери туризму. Зокрема прийнято шість спільних стандартів: у сфері харчування, засобів розміщення, громадських санвузлів, екотуризму, використання туристичного потенціалу. Водночас країнами АСЕАН була прийнята Угода про взаємне визнання документів про освіту у туристичній сфері на засадах

запровадження спеціальних базових освітніх стандартів.

4. Спрощення формальних процедур у сфері туризму. Об'єднання країн у сфері туризму визначає напрямки розвитку туризму у цих країнах. Окремі регіональні угоди спрямовані на усунення формальних процедур, зокрема візового режиму при перетинанні границь країн-учасниць блоку. В окремих випадках запроваджено «універсальну» візу, яка надає право туристові відвідувати всі країни блоку (наприклад, Шенгенська зона). Країни ЄС найбільш просунулися у цьому напрямку. Для громадян ЄС візи були повністю скасовані й, внаслідок цього, стрімко зросла кількість внутрішньоєвропейських турів, що значно сприяло розвитку туристичної сфери в регіоні. Шенгенська угода надала широкі можливості для залучення туристів з інших країн.

5. Розвиток транспортної інфраструктури туристичної сфери. Удосконалення організації та зниження цін на перевезення туристів повітряним й морським транспортом, розвиток транспортних мереж й інформаційних технологій зумовлюють посилення конкуренції на ринку турпродуктів й зниження цін. Зниження витрат на транспортування, які є однією з найбільш вагомих складових вартості турпродукту, є одним з найбільш важливих напрямків підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери. Наприклад це стосується лібералізації ринку авіаперевезень у Європі, де загострення конкуренції призвело до значного зниження рівня цін. Внаслідок цього відбулося значне збільшення обсягів авіаційних перевезень пасажирів, що спричинило зростання міжнародних туристичних потоків в Європі.

В інших об'єднаннях країн, де лібералізація ринку авіаперевезень поступається рівню ЄС, регулярно застосовуються різноманітні системи знижок на внутрішньорегіональні перевезення туристів. Це, зокрема стосується країн АСЕАН де застосовувався єдиний проїзний документ для внутрішньорегіонального перевезення туристів авіаційним транспортом.

6. Збереження й примноження природної й культурної спадщини й



різноманітності країн. Блоки країн у сфері розвитку туризму, значну увагу віддають питанням раціонального використання, збереження й примноження природних ресурсів й культурної спадщини. У країнах ЄС сталий розвиток сфери туризму є однією з найважливіших цілей спільної економічної політики. При Європарламенті діє Комітет з транспорту й туризму (TRAN), який виробляє правові інструменти у сфері туризму й транспортного обслуговування. На рівні ЄС Єврокомісія впровадила цілий ряд інструментів щодо екологічного управління, зокрема це стосується Системи екологічного менеджменту й аудиту (EMAS).

7. Включення індустрії туризму у різнопрофільні програми розвитку територій регіону. Туризм як діяльність та явище є особливим видом сервісного обслуговування. Специфіка туризму така, що споживач - турист рухається до місця надання послуги. Особливістю попиту на туристичні послуги є те, що він має глобальний характер, водночас, пропозиція туристичних послуг часто є географічно локалізованою. Туристична діяльність зазвичай не потребує значних інвестиційних вкладень й залучення кадрів високої кваліфікації або вузької спеціалізації, що робить організацію туристичної діяльності порівняно простішою, ніж інших секторів господарства регіону. В результаті, різні групи осіб й окремі території отримують вигоди й переваги від розвитку індустрії туризму.

Отже, посилення конкурентного змагання на міжнародному ринку туристичних послуг спричиняє появу наднаціонального рівня управління процесами розвитку цієї сфери господарства, зокрема на рівні регіональних об'єднань країн. Туристична галузь до останніх часів не була пріоритетною для більшості країн світу, втім, сьогодні багато країн світу та їх об'єднань приділяють значну увагу розвитку цієї індустрії, зокрема застосуванню маркетингових інструментів щодо просування спільних турпродуктів, узгодження розвитку сфери подорожей й релаксації. Все це вимагає від України та її регіонів вживання термінових заходів щодо інтеграції у світовий туристичний простір. Втім, на цьому шляху є низка проблем, які

вимагають подолання.

Глобалізація світового господарства безумовно багато в чому визначає напрямки розвитку міжнародного ринку туристичних послуг. Отже зрозуміло, що становлення національного ринку туристичних послуг відбувається у тісному взаємозв'язку із іншими складовими світової господарської системи й не може бути територіально локалізованим у межах однієї країни. Досвід регулювання розвитку економік країн світу свідчить, що адміністративні підходи й рішення урядів окремих країн не можуть зупинити процеси інтеграції, вони лише стримують розвиток цих країн. Отже питання інтеграції України у світовий ринок туристичних послуг є надто важливим й складним [55].

Світовий ринок туристичних послуг являє собою тісну взаємодію та взаємозв'язок національних туристичних ринків. У процесі формування й розвитку локальні туристичні ринки поступово включаються у процеси інтеграції у світову туристичну систему [102].

Створення сучасного туристичного ринку на території України, представленого пропозицією конкурентоспроможних послуг є однією з масштабних завдань, яке вимагає уваги з боку науковців й практиків [4].

Інтеграція України до світового туристичного ринку відкриває певні можливості для розвитку вітчизняної індустрії туризму, зокрема:

- здешевлення кредитів на фінансування розвитку туристичного бізнесу, через прихід у Україну;
- залучення іноземних інвесторів для розвитку індустрії туризму в Україні;
- залучення іноземних страхових компаній, що створить більш сприятливі можливості як для вітчизняних три фірм, так і для туристів [70].

Водночас, можливе й виникнення певних загроз у зв'язку із інтеграцією України у світовий туристичний ринок, зокрема:

- загострення конкуренції на туристичному ринку України, що веде до збільшення витрат на просування продукту й забезпечення ринкових позицій;

- невідповідність туристичного сервісу в Україні світовим стандартам якості та екологічним стандартам;

- загрози для малого туристичного бізнесу, викликані входженням на ринок нових учасників.

Проблеми формування й розвитку українського туристичного ринку загострилися з часів політичної кризи 2014 р., а пандемія корона вірусу 2020 р ще погіршила ситуацію. За даними Світової туристичної організації ООН (UNWTO) туристична галузь втратила 730 мільярдів доларів за 8 місяців 2020 року. Це пов'язано зі скороченням числа туристичних поїздок по всьому світу через пандемію коронавірусу. Ця ситуація відбилася й на туристичному ринку України. Великим туристичним операторам загрожують значні втрати через скорочення туристичних потоків, падіння курсу гривні, стосовно долару і євро, карантинні обмеження. Складна фінансово-економічна ситуація на туристичному ринку України відбилася на відвідуванні популярних курортів як за кордоном, так і всередині країни [103].

Державне регулювання туристичної індустрії та ринку туристичних послуг повинне ґрунтуватися на ефективному нормативно-правовому забезпеченні. Активний розвиток українського туристичного ринку стартував ще з 90-х років ХХ ст. Втім, донині не сформовані дієві механізми й інструменти підтримки українського туристичного продукту й індустрії туризму. Суб'єкти туристичної індустрії, як підприємства розміщення, харчування, так і туроператори стикаються у нашій країні із різноманітними податковими й адміністративними бар'єрами на шляху розвитку бізнесу. Водночас, іноземні турфірми користуються державною підтримкою національних урядів.

Для розв'язання цієї проблеми потрібно забезпечити формування державної політики помірної підтримки туристичної сфери, яка б раціонально поєднала як елементи лібералізму, так і державної протекції. Формування такої політики та відповідних інструментів її реалізації не суперечить вимогам ВТО, однак механізм її практичного втілення може бути

здіяний лише на основі зважених й всебічно обґрунтованих рішень.

Ще однією проблемою стимулювання розвитку національного туристичного ринку України є входження на нього міжнародних компаній. Міжнародні компанії, маючи значний фінансових потенціал та переслідуючи власні цілі розвитку, намагаються диктувати Україні власну політику. Спостерігається певний тиск на уряд з метою зміцнення ними власних конкурентних позицій, що часто йде не на користь національній економіці [61].

Вплив міжнародних компаній спричиняє дві діаметрально-протилежні тенденції:

- створення нових можливостей для прискореного розвитку індустрії туризму в країні;
- загострення протиріч й виникнення нових загроз для розвитку туристичної сфери.

Формування в Україні сучасної конкурентоспроможної індустрії туризму можливе лише на засадах зваженої, ретельно обґрунтованої стратегії.

Головні напрямки державної політики розвитку туристичної сфери знайшли відображення у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р). Метою цієї Стратегії було визначено формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Україна, незважаючи на наявний високий потенціал розвитку туристичної сфери, займає доволі непомітне місце на міжнародному ринку

туристичних послуг. Частка сфери туризму у ВВП країни займає лише 1,5%, що майже у 7 разів менше, ніж середнє значення цього показника по країнах світу - 10% ВВП.

Факторами, що стримують розвиток в'їзного туризму в Україні є такі:

- несприятливий імідж України як приймаючої країни;
- низький рівень розвитку туристичної інфраструктури, значна зношеність матеріальної бази туризму, мала кількість засобів розміщення, зданих забезпечити сучасний рівень комфорту;
- відсутність практики формування регіонами України сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури;
- низький рівень просування туристичних можливостей країни за кордоном, відсутність національного туристичного бренду;
- низький якісний рівень обслуговування туристів практично у всіх секторах туристичного бізнесу;
- невідповідність якісно-цінових характеристик туристичних послуг в Україні [29].

Порівняння сучасного й можливого станів, визначення ролі України, яку вона може зайняти на світовому ринку туристичних послуг, що впливає з вигідного географічного положення країни й значного природно-ресурсного потенціалу її території, вказує на наявність суттєвих проблем, що стримують інтеграційні процеси. Україна має сприятливі кліматичні умови й необхідні природні ресурси для отримання переваг на світовому ринку туристичних послуг.

Однією з проблем щодо інтеграції України у міжнародний ринок туристичних послуг є певне територіальне відокремлення України від визнаних світових туристичних ринків. Багато в чому тут винна нерозвинена транспортна інфраструктура. Водночас існують географічні фактори та умови, що сприяють прискоренню інтеграційної взаємодії. Україна має значну площу 603 628 км<sup>2</sup> та різноманітні ландшафти й ресурси. Для реалізації цього потенціалу необхідно сформувавши й реалізувати ретельно

опрацьовану політику у відповідь на виклики часу [19].

До числа важливих проблем входження України та її регіонів у світовий ринок туристичних послуг слід віднести вирішення завдання відновлення й реставрації культурних та історичних пам'яток, здійснення їх інвентаризації по всій країні. Брак інформації про наявність й якісні характеристики туристичних ресурсів стримує процес інтеграції у світовий ринок, а також негативно впливає на розвиток у внутрішнього туристичного ринку України.

Ще однією проблемою є несприятлива суспільно-політична ситуація в країні. Економічна криза, соціальна та політична нестабільність в Україні, тимчасова окупація частини території країни, інформаційна війна, митні й візові формальності, нестабільність курсу національної валюти - всі ці чинники стримують потоки туристів в Україну [7].

Входження України та її регіонів у світовий ринок туристичних послуг вимагає збільшення туристичного потоку в обох напрямках: як виїзного, так і в'їзного. Отже, необхідно досліджувати вивчити попит населення у країнах-потенційних імпортерах туристів в Україну. До основних показників, що характеризують такий інтерес слід віднести: рівень урбанізації; рівень ат динаміка середньої тривалості життя, рівень народжуваності, що визначає вікову структуру населення. В останні часи у розвинених країнах спостерігається ріст інтересу до туристичних послуг з боку осіб пенсійного віку.

Слід констатувати, що процес інтеграції українського туристичного ринку у світовий економічний простір йде стихійним шляхом, відчувається брак єдиного сформованого й керованого державою та регіонами організаційно-економічного механізму. Хоч Україна взаємодіє із Всесвітньою туристичною організацією та іншими інтеграційними об'єднаннями, необхідне прикладання значних зусиль, спільно з іншими країнами, для розвитку туризму й взаємного просування туристичних продуктів [2].

Отже, можна виділити основні чинники, що сприяють інтеграції української туристичної сфери у світовий простір:

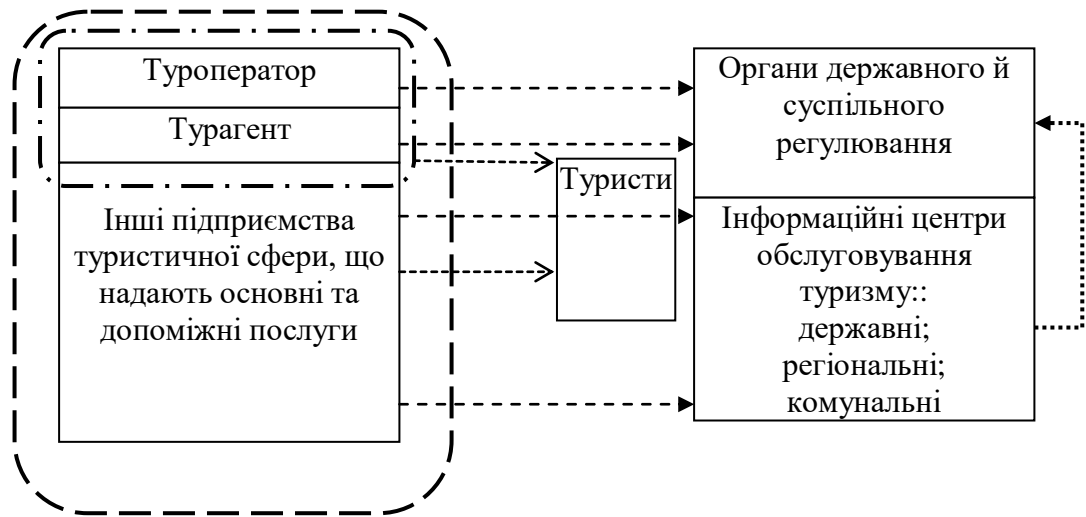
- адаптування українського національного законодавства у туристичній сфері до вимог міжнародних нормативно-правових документів, що дає змогу спростити процеси переміщення громадян через державні кордони;
- наявність доступу до міжнародних інформаційних мереж туристичної галузі;
- проведення досліджень попиту на світовому ринку турпродуктів;
- формування позитивного іміджу України й об'єктів туристичної сфери, що у перспективі підвищить потік іноземних туристів в країну;
- членство України у Всесвітній туристичній організації, що дає змогу впливати на формування міжнародних норм й правил у розвитку індустрії туризму, а також відстоювати інтереси України і її туристичної сфери на міжнародній арені;
- впровадження українськими підприємствами й організаціями туристичної сфери міжнародних норм й стандартів обслуговування клієнтів, що дозволить сформувати більш привабливі умови перебування в країні [24].

Також необхідний розвиток єдиної інформаційної системи сфери туризму, з її подальшою інтеграцією із закордонними інформаційними системами, що дасть змогу суб'єктам туристичного ринку отримувати достовірну інформацію.

Входження індустрії туризму України у світову систему вимагає державної підтримки туристичних підприємств й організацій, формування сприятливих умов для їх діяльності й розвитку.

Суттєвим фактором входження туристичної сфери України у світову індустрію туризму є активізація інтеграції українських туристичних підприємств й організацій індустрії у міжнародні туристичні підприємницькі мережі.

Схема функціонування підприємницьких туристичних мереж наведена на рис. 1.4.



- . . . — — агентські договори;
- — — — — внутрішньомережеві зв'язки;
- ..... — інформаційні внутрішньо мережеві потоки

Рис. 1.4. Загальна схема функціонування підприємницьких туристичних мереж\*

\*Сформовано автором з використанням [32]

Діяльність у рамках туристичної підприємницької мережі дає змогу поєднати зусилля окремих підприємств й організацій – туристичних операторів, агентів, органів державного регулювання, транспортних підприємств, що в цілому позитивно впливає на оптимізацію господарських процесів, раціональне використання ресурсів, подолання ризиків й реалізацію гнучкої адаптивної політики спільного розвитку в умовах невизначеності та викликів сучасності [58].

Основними принципами створення й функціонування підприємницьких туристичних мереж є такі:

- узгодженість цільових настанов та завдань підприємств-учасників підприємницької туристичної мережі;
- забезпечення скоординованості дій підприємств мережі у просторово-часовому вимірі;
- отримання переваг від поділу праці, інтеграції, кооперації, диверсифікації, концентрації та спеціалізації підприємств й організацій



туристичної сфери;

- взаємовигідна взаємодія підприємств-учасників туристичної підприємницької мережі;

- спільне відстоювання інтересів та регулювання відносин із зовнішнім оточенням [65].

Хід процесів інтеграційної взаємодії у сфері туризму свідчить про наявність таких проблем на шляху формування підприємницьких мережевих структур у цій галузі:

- становлення й діяльність туристичних підприємницьких мереж насамперед відбувається за горизонтальним галузевим принципом – готельні мережі, мережеві агентські структури тощо;

- неузгодженість у діяльності підприємств й організацій туристичної сфери;

- має місце встановлення жорстких зв'язків між туристичними операторами й агентами, що зменшує ефективність та якісні показники їх діяльності [53].

Об'єднання різних підприємств й організацій туристичної сфери у підприємницьку мережу дає можливість отримати синергетичний ефект, що перевищує сукупний ефект від відокремленого функціонування бізнес-суб'єктів туристичної сфери.

### **1.3. Напрямки й бар'єри регіонального розвитку туристичної індустрії**

У процесі науково-технічного прогресу, активного інноваційного розвитку економіки, сфера послуг відіграє все більш важливу роль у світовій, національній та регіональній економіці. Це зумовлюється такими чинниками:

- високий рівень рентабельності та ліквідності послуг;
- порівняно невисока матеріало- та енергоємність;

- швидке одержання оплати за надані послуги.

Особливістю сфери послуг є нерозривність й одночасність процесів їх виробництва й споживання. Саме це відрізняє послуги від матеріальних товарів. Процес виробництва й доведення матеріальної продукції до споживача включає стандартний набір етапів й процедур: виробництво – зберігання – продаж – споживання.

У процесі надання послуг відсутня стадія зберігання. До того ж її реалізація й місце надання можуть бути як прив'язані у просторово-часовому вимірі до етапів виробництва й споживання, так і віддалені від них.

Туризм є не лише сектором сфери послуг, але й самостійною сферою й видом економічної діяльності. Сфера туризму є сукупністю засобів розміщення, транспортних засобів й систем, організацій харчування, розваг, культурно-пізнавального, бізнесового, релаксаційно-оздоровчого, спортивного й ін. спрямування, туристичних операторів й агентів, екскурсійних організацій тощо [30].

Туристична сфера характеризується низкою специфічних особливостей, зокрема:

- підприємства туристичної індустрії розташовуються відповідно до ресурсної орієнтації;
- спостерігається сезонність споживання більшості туристичних продуктів;
- ставляться доволі високі вимоги до рівня обслуговування, розвитку соціальної й туристичної інфраструктури, інформаційного забезпечення;
- туристична сфера є потужним джерелом надходжень валютних цінностей за рахунок залучення міжнародних тур потоків;
- туристична сфера формує потужний внутрішній потенціал регіонального розвитку [21].

Стимулювання розвитку туристичної сфери, залучення у цей процес приватних інвестицій, вимагає державної підтримки й забезпечення розвитку інфраструктури, яка багато в чому впливає на вартісні та якісні показники

туристичних послуг, їх доступність, а також на формування іміджу приймаючої країни, регіону та окремої території. Розвиток індустрії туризму тісно пов'язаний із суспільно-політичним, виробничо-господарським, соціокультурним й екологічним станом регіону, Цей стан може стимулювати або стримувати туристичні потоки у регіон [3].

У процесах управління туристичною сферою застосовуються різноманітні підходи й інструменти регулювання й координації туристичної діяльності. Для туристичної сфери характерні високі темпи росту – приріст ВВП за період 2018-2019 рр. склав 38 % у фактичних цінах. Втім, сьогодні частка туристичної сфери у ВВП України становить лише 0,87 %.

Сектор в'їзного туризму є дуже перспективним напрямком експорту послуг. Розвиток цього сектору в важливим завданням масштабу національної економіки. Він вимагає зусиль багатьох сфер й секторів господарства країни, всебічної підтримки й регулювання як на загальнодержавному рівні, так і на рівні регіонів [69].

Розвиток цього виду відбувається під впливом численних внутрішніх (суб'єктивних) та зовнішніх (об'єктивних) факторів.

Зовнішні фактори не піддаються якому-небудь впливу й регулюванню як на рівні держави, так і на рівні приймаючого регіону. Внутрішні ж фактори можна змінити й адаптувати до потреб залучення в'їзного потоку туристів.

Прогресивний розвиток туристичної сфери регіону відбуватиметься лише за умов належного маркетингового супроводження, фінансування, а також державної підтримки.

Туристично-рекреаційні ресурси регіону - це сукупність всіх ресурсів території, як природних, так і штучно створених, які допомагають здійснювати туристично-рекреаційну діяльність в регіоні, тобто реалізувати функції туристичної сфери, зокрема: рекреаційну, соціокультурну й економічну (господарську) (рис. 1.5) [82].



Рис. 1.5. Функції туристичної сфери регіону\*

\*Побудовано автором з використанням [82]

Вчені не дійшли єдиної думки щодо трактування понять «природні ресурси», «рекреаційні ресурси», «туристично-рекреаційні ресурси» та ін. Вважаємо, що їх не слід відокремлювати, оскільки природні й рекреаційні (у деяких джерелах - лікувальні) ресурси є базисом туристично-рекреаційної діяльності, а отже вони входять до складу туристично-рекреаційних ресурсів регіону [98]. Напрямки й інтенсивність використання туристично-рекреаційних ресурсів регіону зумовлюються низкою чинників, які формують умови соціально-економічного розвитку території регіону:

- соціально-економічні умови;
- суспільно-політичні чинники;
- природно-кліматичні умови;
- екологічні умови;
- чинники взаємодії регіону із ближнім й дальнім зовнішнім оточенням.

Вказані передумови визначають рівень й напрямки розвитку туристичної інфраструктури та туристичного комплексу в цілому у відповідному регіоні.

Можна виділити кілька підходів до трактування стабільності розвитку туристичної сфери:

1. Стабільність визначається як порівняна усталеність ключових характеристик туристичної сфери з точки зору системності системи. Мова йде про спроможність туристичної системи у певний часовий період зберігати стабільність її стану. Туристична сфера є складною постійно змінною соціально-економічною системою. Характеристики туристичної сфери не можуть постійно знаходитися у стабільному стані. Вона є самоорганізованою й саморегульованою. У процесі розвитку туристична сфера постійно змінюється у кількісному та якісному вимірах у відповідь на змінні умови зовнішнього оточуючого середовища.

2. Стабільність туристичної сфери визначається як її цілісність, міцність, надійність та безпека. Всі ці параметри дійсно є характеристиками діяльності туристичної сфери, втім вони є недостатніми, щоб визначати її стабільність.

3. Стабільність туристичної сфери визначається як її спроможність зберігати стан динамічної рівноваги, знаходячись в умовах контрольованих змін параметрів внутрішнього та оточуючого середовища системи. Туристична сфера характеризується динамічністю. Стан динамічної рівноваги є одним з станів такої системи. Зокрема, певним часом може спостерігатися стан рівноваги попиту й пропозиції щодо конкретних видів й пакетів послуг. Водночас, ця система постійно змінюється у процесі взаємодії чинників внутрішнього й оточуючого середовища. Отже, формулювання стабільності туристичної сфери з точки зору динамічної рівноваги також не є достатньо точним.

4. Стабільність туристичної сфери насамперед пов'язана із її спроможністю періодично змінювати один стійкий стан на інший, що визначає її стабільне функціонування й розвиток в умовах швидких змін чинників внутрішнього й оточуючого середовища. Таке формулювання є найбільш повним. З цієї точки зору, базовими характеристиками стабільності туристичної соціально-економічної системи є такі:

- саморозвиток, самоорганізація й саморегулювання;

- перманентна взаємодія всіх підсистем туристичної сфери як цілісної системи;

- здатність протистояти впливу негативних факторів на туристичну сферу;

- спроможність дотримувати стану системної рівноваги.

Стабільний розвиток туристичної сфери регіону передбачає збереження її спроможності задовольняти постійно зростаючі потреби у туристичних послугах у межах цього регіону.

Стабільний розвиток туристичної сфери передбачає її постійну трансформацію, зміну її кількісних й якісних характеристик, складу використовуваних ресурсів, застосовуваних технологій й інструментів управління, що забезпечують зростання результативності її функціонування [25].

Підвищення рівня задоволення попиту у туристичних продуктах на рівні території конкретного регіону має відбуватися заодно із:

- ростом ефективності використання ресурсного потенціалу туристичної сфери регіону;

- покращенням технологій надання туристичних послуг;

- підвищенням якості як самого продукту, так і системи управління туристичною діяльністю.

Стабільність розвитку туристичної сфери регіону сприяє узгодженню її функцій туризму й інтеграції туристичної сфери регіону у світову туристичну індустрію.

Стратегія забезпечення стабільного розвитку туристичної сфери регіону має інтегруватися у регіональну стратегію соціально-економічного розвитку, бути її органічною складовою й бути узгодженою із основними напрямками соціального, культурного та економічного розвитку території.

Сьогодні туристична сфера розвивається насамперед за рахунок коштів, що надходять від споживачів – туристів. Водночас, туристична сфера вимагає бюджетної підтримки, оскільки багато об'єктів туристичної

інфраструктури регіонів є державною власністю. Вони залучені до використання у туристичній та іншій сферах економічної діяльності, але їх нормальне відтворення потребує державної фінансової підтримки як на загальнодержавному, так і на регіональному й місцевому рівнях [20].

Ефективний розвиток туристичної сфери регіону багато в чому визначає його конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку. Туристичні конкурентні переваги регіону характеризуються як переваги території регіону у сфері надання туристичних послуг, які відповідають вимогами регіонального, національного та/чи міжнародного туристичного ринку й сприяють зростанню рівня й якості життя населення регіону та країни в цілому [5].

Слід зазначити, що традиційні регіональні конкурентні переваги все більше поступаються нетрадиційним. Так, у формуванні конкурентних позицій регіону відбувається перехід від товарного виробництва до надання послуг, зокрема у сферах інноваційного розвитку, інтелектуальних та інших прав, транспортно-логістичних операцій, фінансового управління тощо. У цьому ряду важливу позицію займають й комплексні туристичні послуги [39].

При формуванні й підвищенні конкурентних позицій регіону на ринку туристичних послуг необхідно зважати на загальну динаміку та тенденції розвитку міжнародних туристичних ринків:

- все більше відбувається перехід від локальної замкненості до повної відкритості ринків туристичних послуг регіонів;

- постійно відбувається підвищення ролі ринкових методів регулювання туристичного ринку регіонів, при збереженні значення державного регулювання. Ринкові механізми мають перевагу у сферах просування тур продукту, формування мережевих туристичних систем.

- туристичний статус конкретного регіону та його конкурентоспроможність визначаються балансом й номенклатурою обміну туристичними цінностями.

- рівень конкурентоспроможності туристичної сфери конкретного регіону багато в чому визначається її транспортно-логістичним, інформаційно-комунікаційним, кредитно-фінансовим, нормативно-правовим та інноваційним забезпеченням. Якість такого забезпечення визначає можливості регіону щодо одержання регіональної туристичної ренти [51].

Розвиток регіонального туристичного бізнесу визначається також його взаємодією із суспільним сектором регіону. Перспективним напрямком тут є розвиток державно-приватного партнерства.

На регіонально-галузевому рівні одним з найбільш дієвих інструментів регулювання туристичної сфери є регіональна туристична рента. Вона визначається як специфічний факторний доход, формований бізнес-суб'єктами туристичної сфери конкретного регіону, які самі не володіють туристичними ресурсами регіону, але використовують їх у своїй господарській діяльності. Регіональна туристична рента формує умови для фінансового забезпечення туристичної сфери країни на регіональному рівні, а також для реалізації ключових функцій та цілей туристичної сфери економіки [22].

Регулювання процесів формування, розподілу й використання туристичної ренти в регіоні здійснюється за допомогою організаційно-економічного механізму, коректна робота якого вимагає дотримання низки умов.

При діагностуванні серйозних проблемних питань у розвитку сектору в'їзного туризму в конкретному регіоні туристична рента має спрямовуватися на розвиток індустрії туризму, матеріально-технічної бази туристичної сфери, соціально-культурної та іншої інфраструктури регіону.

Регіональна туристична рента бере початок від єдиного суб'єкту організаційно-економічного механізму її формування, розподілу й використання. Цим суб'єктом є туристична фірма. Туристична рента надалі охоплює широке коло суб'єктів регулювання туристичної сфери регіону [8].

Регіональна туристична рента визначає використовувані форми й



методи державно-приватного партнерства у туристичному бізнесі: як на рівні регіонів, так на рівні районів, населених пунктів тощо. Вона створює необхідні умови для фінансового забезпечення розвитку туристичної сфери певної території [38].

Окрім цього туристична рента є свого роду фондом амортизації, який прямо залежний від бізнесової активності суб'єктів туристичної індустрії регіону та дієвості й результативності державного регулювання туристичної сфери. Водночас, вона зумовлює розходження у спроможності регулювання процесів фінансового забезпечення розвитку туристичної інфраструктури території.

Згідно Закону України «Про туризм», туристичні ресурси трактуються як пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності.

Туристичні ресурси охоплюють природні, історичні, соціокультурні та інші об'єкти, які використовуються для задоволення духовних, естетичних, рекреаційних, освітніх та інших потреб туристів [115].

Туристичні та рекреаційні ресурси є тісно пов'язаними поняттями, оскільки туристична та рекреаційна сфери багато у чому перетинаються. Однак, вони можуть працювати відокремлено. Тому, ми вважаємо, що слід говорити про туристично-рекреаційні ресурси регіону. Водночас, недоцільно вишукувати принципові відмінності між туристичною й рекреаційною сферами регіону. Вони є дійсно спорідненими, співіснують на одній території, є взаємозалежними й взаємодоповнюючими. Туристична сфера є пізнавально-орієнтованою складовою рекреаційної сфери [31].

Складові туристично-рекреаційного ресурсного потенціалу регіону показані на рис. 1.6.

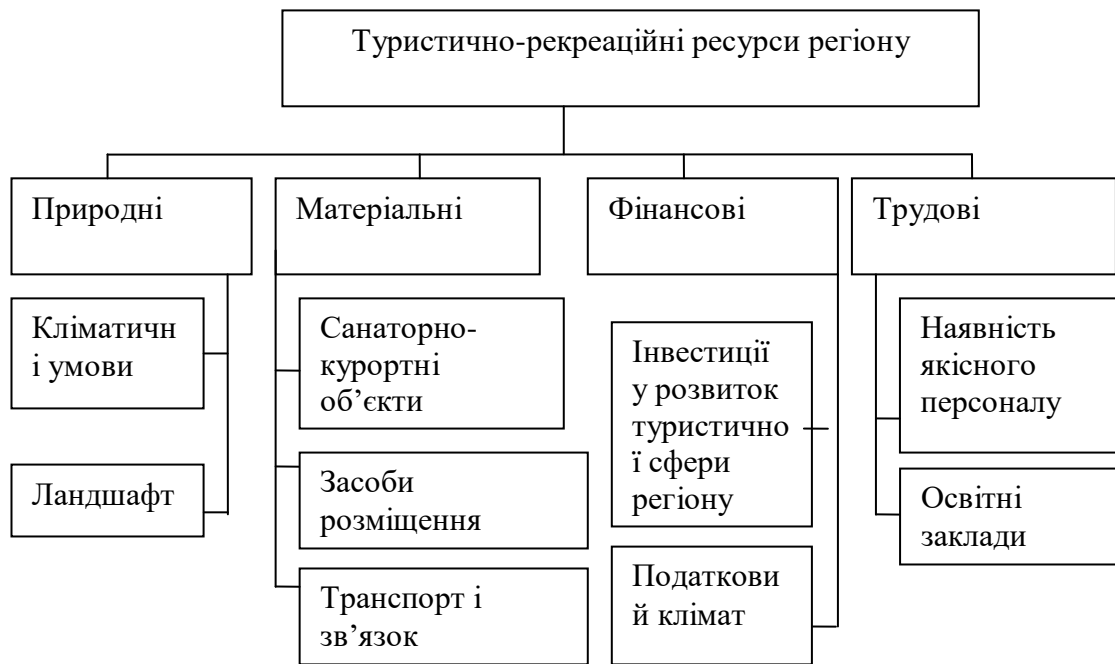


Рис. 1.6. Складові туристично-рекреаційних ресурсів регіону\*

\*Сформовано автором з використанням [17]

Класифікація туристично-рекреаційних ресурсів регіону представлена у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація туристично-рекреаційних ресурсів регіону\*

| Класифікаційна ознака                                     | Види туристично-рекреаційних ресурсів регіону   |
|---|---|
| За складовими туристично-рекреаційного потенціалу регіону | - природні<br>- культурно-історичні<br>- соціально-економічні   |
| За характером включення у туристичний пакет               | - прями (основні) – які безпосередньо використовуються туристами<br>- непрямі (допоміжні) – пов'язані із організацією використання основних |
| За виконуваною туристичною функцією                       | - освітньо-пізнавальні<br>- лікувально-оздоровчі<br>- спортивні   |
| За ознакою відношення до продукту праці                   | - природні<br>- штучно створені для туристичних цілей<br>- штучно створені для забезпечення соціально-економічного розвитку регіону         |
| За інституційною ознакою                                  | - не інституційні<br>- інституційні   |
| За характером участі у наданні туристичної послуги        | - природні<br>- атрактивні – що формують інтерес туристів<br>- інфраструктурні  |

Продовження таблиці 1.1

|   |  |
|---|--|
| За метою туристичної подорожі                                     | - курортно-рекреаційні<br>- культурні<br>- освітньо-пізнавальні<br>- інформаційно-бізнесові  |
| За виконуваною роллю у наданні комплексного туристичного продукту | - створюють продукт у матеріальній формі<br>- створюють послуги у матеріальній формі<br>- створюють послуги у нематеріальній формі                       |
| За секторальною приналежністю                                     | - належить до комерційного сектору<br>- належить до суспільного сектору<br>- належить до некомерційного сектору<br>- належить до сектору домогосподарств |
| За галузевою приналежністю  | - торгівля і громадське харчування<br>- засоби розміщення<br>- транспорт і зв'язок<br>- екскурсійне обслуговування<br>- культура і мистецтво та ін.      |
| За ієрархічним рівнем господарської організації                   | - мегарівня<br>- макрорівня<br>- мезорівня<br>- мікрорівня   |

\*Складено автором на основі [17]

Наведена у таблиці класифікація регіональних туристично-рекреаційних ресурсів є умовною та невичерпною. Вона може бути доповнена та деталізована. Так, іноді як окрему структурну складову частину туристично-рекреаційних ресурсів регіону також виділяють соціально-економічні ресурси території.

Туристична сфера регіону має багатофункціональну природу. Кожна з виконуваних нею функцій має важливе значення та відіграє певну роль у розвитку людського капіталу. Власне, сталий розвиток людського капіталу також є системоутворюючою функцією туристичної сфери регіону. Вона є кінцевою метою реалізації всіх інших функцій. Туристична сфера регіону виконує важливу функцію сталого розвитку людського капіталу у процесі надання-споживання туристично-рекреаційних послуг, обслуговування туристів та відпочиваючих, як кінцевих споживачів. Туристична сфера також є складовою соціальної сфери регіону й надає специфічні соціальні послуги. А отже, сфера послуг та туристична сфера мають багато чого спільного у загальних питаннях управління й регулювання [74].

Класифікація видів в'їзного регіонального туризму наведена на рис. 1.7.

За умов карантинних обмежень перспективним видом є внутрішній в'їзний туризм, тобто подорожі у межах країни громадян, що не проживають у місці туристичної дестинації. Цей вид є внутрішнім стосовно до України, але в'їзним щодо регіону [74].

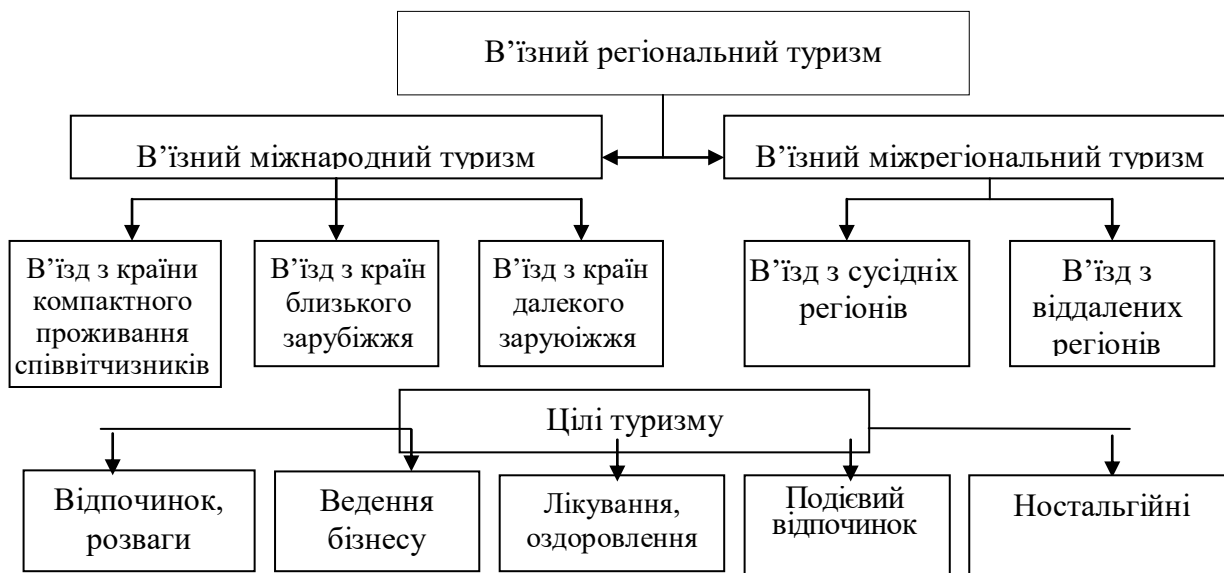


Рис. 1.7. Класифікація видів в'їзного регіонального туризму\*

\*Сформовано автором з використанням [74]

Підвищення якості надання туристичних послуг, освоєння нових для України та регіону видів туристичної діяльності дає можливості забезпечити зростання в'їзних туристичних потоків. Основним стратегічним орієнтиром мають бути туристичні потоки із країн далекого зарубіжжя.

Розв'язання цього складного завдання вимагає реалізації українськими туристичними підприємствами й організаціями правильної маркетингової політики, насамперед використання ефективної дієвої реклами. Туристична фірма робить вплив на потенційного туриста, використовуючи маркетингові фактори. Необхідно звертати увагу на потреби різних категорій й груп туристів, а також на потреби різних регіонів країни, що дозволить отримати маркетингові переваги та підвищити потік туристів.

Відштовхуючись від загальних аспектів розвитку туристичного ринку можна сформувати систему туристичної сфери регіону (рис. 1.8).



Рис. 1.8. Загальна схема туристичної системи регіону\*

\*Сформовано автором з використанням [33]

Туристична сфера регіону функціонує у певному інституційному середовищі, яке робить суттєвий вплив на формування й реалізацію ресурсного потенціалу туристичної сфери регіонального господарства. Тому необхідно виявляти ті функціональні сфери інституційної системи, які є недостатньо розвиненими у регіонах та обмежують ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу й розвиток туризму в регіоні.

Інститут є сукупністю формальних й неформальних правил й процедур, застосовуваних до їх порушників санкцій, різноманітних організаційних форм, що мають забезпечити баланс інтересів суб'єктів господарювання, держави та населення, як у національній, так і у регіональній економіці.

Правила, процедури, санкції та організаційні форми, як змістовна сутність економічних інститутів, втілена у різних документах (закони, положення інструкції тощо), визначають їх вплив на туристичну сферу регіону та ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу території [14].

Структура інститутів туристичної сфери включає у себе такі основні групи:

1. Інститути туристичного бізнесу й спеціалізованої інфраструктури. Ця група включає: інститути туристичної діяльності, інститути курортного бізнесу, інституту готельно-ресторанного бізнесу.

Ці інститути спрямовані на підвищення операційної ефективності у туристичній сфері, забезпечують впорядкування її функціонування, захист інтересів всіх учасників угоди про купівлю турпродукту (бізнес-суб'єктів, туристів тощо), встановленню й дотримання стандартів якості обслуговування, зниженню ризику туристичної діяльності та невизначеності поведінки суб'єктів туристичної сфери та її інфраструктури. Особливо слід наголосити на високій ролі цієї групи інститутів у скороченні транзакційних витрат (що передують укладенню угоди та йдуть слідом за цим), джерелом яких є:

- специфіка туристичних ресурсів;

- обмежена раціональність бізнес-суб'єктів галузі;
- непередбачуваність поведінки партнерів.

Дії цих інститутів сприяє підвищенню доходів підприємств й організацій туристичної індустрії та податкових надходжень.

Інститути цієї групи є найбільш розвиненими з числа інститутів туристичної сфери.

2. Атрактивні інститути (тобто інститути об'єктів туристичного показу). Ця група включає у себе інститути:

- використання туристичною індустрією природно-ресурсного потенціалу, зокрема охоронюваних природних територій у туристичних цілях;
- використання соціокультурних та історичних ресурсів суб'єктами туристичної сфери.

Інститути цієї групи націлені на підвищення операційної ефективності й ріст економічного потенціалу туристичної сфери шляхом залучення до її діяльності необхідних ресурсів. Ефективне використання всіх видів туристично-рекреаційних ресурсів регіону (соціокультурних, історико-археологічних, охоронюваних природних ресурсів, мисливських і рибальських ресурсів та інших споріднених із туризмом сфер активності) веде до збільшення різноманіття видів туристичної діяльності в регіоні, підвищує туристичний потенціал території. У структурі цих інститутів в Україні існують серйозні прогалини, тобто відсутність окремих важливих елементів. Так, інститути використання природних ресурсів у туристичних цілях не виконують належним чином завдання зонування територій на природоохоронну та туристичну зони. Інститути використання у туристичній діяльності соціокультурних й історичних ресурсів не забезпечують належну оцінку туристичного навантаження на ці об'єкти. Нечітко визначений порядок й механізм охорони об'єктів культурної спадщини [88].

3. Інститути розвитку туристичної індустрії. Ця група складається з таких інститутів:

- інститут розвитку перспективних з туристичної точки зору територій регіону, відповідної інфраструктури й інвестиційних проектів у туристичній сфері;

- інститут просування регіонального туристичного продукту на національному й міжнародному ринках.

Дія інститутів цієї групи спрямована на забезпечення операційної ефективності туристичної індустрії. Водночас, саме інститути цієї групи в теперішній час в Україні є найменш розвиненими.

Щодо інституту просування регіонального турпродукту, то тут створені лише інституційні форми (концепції, стратегії, програми).

#### 4. Інститути державного регулювання туристичної сфери.

До цієї групи слід віднести:

- інститути туристичної міграції;
- інститут статистичного обліку в туристичній сфері;
- інститути державного управління в туристичній сфері.

Основною функцією інститутів державного регулювання у туристичній сфері є перерозподіл економічних переваг для подолання «вад» ринкового механізму. У цій групі інститутів найбільш сформованим є інститут туристичної міграції. Інші інститути знаходяться у стадії становлення.

Отже, інституційне середовище регіональної туристичної сфери характеризуються нерівністю розвитку окремих інституційних форм. В інституційній системі туристичної сфери регіонів України відсутні деякі важливі елементи, та цілі інститути, які повинні забезпечувати функції підвищення операційної ефективності й потенціалу туристичної діяльності.

Одним з головних елементів туристичної сфери регіону є інфраструктура.

Туристична інфраструктура регіону є комплексом бізнес-суб'єктів туристичної індустрії, а також взаємопов'язаних із нею підприємств й організацій, які забезпечують матеріально-технічні й соціокультурні умови розширеного відтворення турпродукту.



На рис. 1.9 наведена класифікація елементів туристичної інфраструктури регіону. Інфраструктура туристичної сфери являє собою складний трьохрівневий комплекс, до складу якого входить виробнича інфраструктура, підприємства й організації забезпечення туристичної діяльності, а також підприємства туристичної індустрії, зокрема:

- готельна інфраструктура;
- інфраструктура туристичних операторів;
- транспортна інфраструктура;
- освітня інфраструктура;
- інформаційно-комунікаційна інфраструктура;
- наукова інфраструктура;
- виробництво спеціалізованих товарів для туристів;
- спеціалізована торговельна інфраструктура [87].

Комплексний розвиток регіональної туристичної інфраструктури є специфічною діяльністю із реалізації практичних заходів для забезпечення збалансованого, узгодженого й системного розвитку її складових елементів, формування привабливого інвестиційного клімату у туристичній сфері регіону, підвищення її конкурентних позицій, координації регулюючих впливів державних органів влади й місцевого самоврядування та приватних бізнес-структур, подолання територіальних диспропорцій та бар'єрів розвитку, забезпечення оптимального використання туристично-рекреаційних ресурсів регіону.

Існує тісний зв'язок між рівнем розвитку елементів інфраструктури та розміром в'їзного туристичного потоку. Тому необхідно долати існуючі бар'єри й територіальні диспропорції у розміщенні елементів туристичної інфраструктури, забезпечувати збалансований й узгоджений розвиток всіх складових інфраструктури, а також й формування у регіонах мережевих туристичних структур, що дають змогу концентрувати зусилля державних органів влади й підприємців на оптимальному використанні регіональних туристично-рекреаційних ресурсів для зростання внутрішньорегіональних й

в'їзних туристичних потоків й збільшення рівня доходів від туристичної сфери регіону. Таке співробітництво має ґрунтуватися на консолідації інтересів, ресурсів, координації спільних зусиль й розвитку партнерських відносин влади та бізнесу.

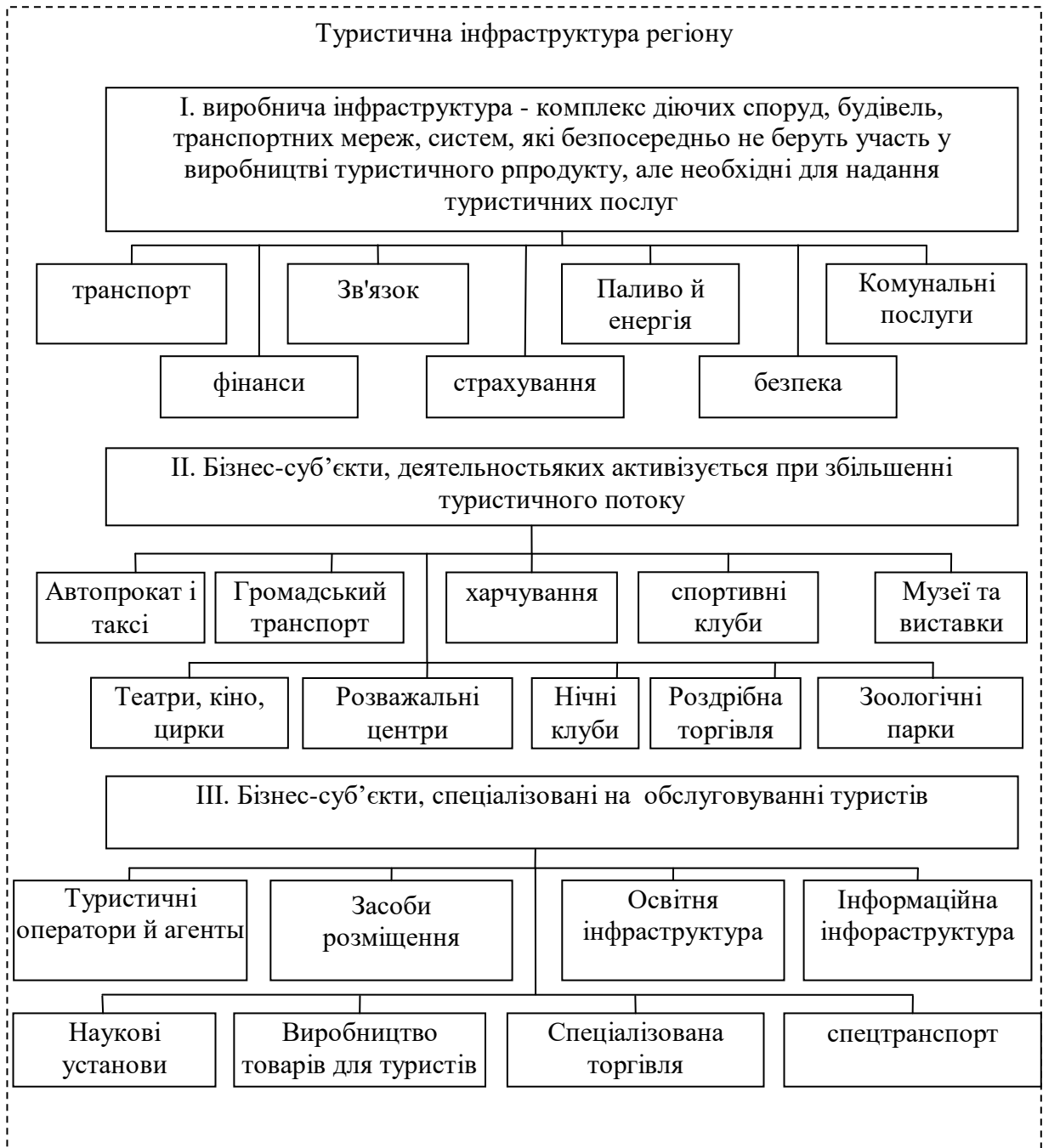


Рис. 1.9. Складові елементи туристичної інфраструктури регіону\*

\*Побудовано на основі [87]

Переважна більшість з наявних бар'єрів на шляху розвитку

регіональної індустрії туризму системи пов'язана із недостатнім рівнем розвитку як загальної, так і спеціалізованої туристичної інфраструктури. Зокрема, слід виділити такі недоліки:

- недостатня кількість якісних засобів розміщення туристів із сучасним рівнем комфорту та обслуговування;
- порівняно висока вартість туристичних послуг;
- недостатня матеріально-технічна оснащеність і пропускна спроможність об'єктів туристичної інфраструктури [62].

Для подолання цих бар'єрів необхідно прикладати зусилля у напрямку:

- формування та впровадження організаційно-економічних механізмів по залученню інвестицій у туристичну інфраструктуру регіону;
- підвищення кількості та якості об'єктів туристичної інфраструктури регіону;
- підвищення привабливості та конкурентоспроможності туристичного продукту регіону;
- збільшення потоку туристів, залучення повторних потоків туристів;
- забезпечення високої ефективності діяльності бізнес-суб'єктів туристичної інфраструктури.

Туристична система визначає принципи формування та надання споживачам комплексної послуги, яка повинна охоплювати витрати на розміщення, харчування, транспорт, розваги й оздоровлення туристів у необхідній їм пропорції. Виробництво туристичних товарів й послуг має відбуватися із урахуванням високих вимог до оточуючого середовища та матеріально-технічної бази туристичної діяльності [42].

Для основних і додаткових туристичних товарів й послуг матеріально-технічна база є обов'язковою умовою, яка взагалі робить споживання турпродукту можливим. Тому діяльність щодо формування, підтримки й розвитку матеріально-технічної бази регіонального туризму стимулює розвиток виробництва й реалізації супутніх товарів і послуг, а тому вона також є важливою структурною складовою туристичної системи регіону.

Держави, що активно стимулюють розвиток туризму, намагаються отримати від цього процесу максимальний економічний ефект. Це, у свою чергу, вимагає формування державної та регіональної туристичної політики, яка є складовою соціально-економічної політики. Туристична політика є сукупністю форм, методів й напрямків регулюючого впливу держави на туристичну сферу для реалізації конкретно визначених цілей соціально-економічного розвитку (рис. 1.10).



Рис. 1.10. Складові стратегії розвитку туристичної сфери в регіоні\*

\*Сформовано автором з використанням [12]

Для розвитку туристичної сфери господарства України регіональний рівень діяльності та регулювання й має першочергове значення. На рівні регіонів здійснюються конкретні кроки по створенню нових та покращенню існуючих туристичних комплексів й продуктів, диверсифікації туристичного

бізнесу. На рівні регіонів відбувається залучення інвестицій у конкретні проекти й підприємства, здійснюється стимулювання підприємницької активності у туристичній сфері.

Підвищення значущості регіонів у розвитку туристичного бізнесу зумовлено об'єктивними причинами, пов'язаними із розміщенням галузевих підприємств й організацій. Окрім цього політика децентралізації влади є одним з пріоритетних напрямків державної політики.

Досвід розвитку регіональних комплексів свідчить, що дієві моделі формування концепції розвитку туристичної сфери регіону повинні володіти такими ознаками:

1. Базисом їх формування мають бути науково обґрунтовані пріоритети розвитку соціально-економічної системи регіону, а також структурної політики у туристичній сфері.

2. Для забезпечення успішної реалізації визначеної системи пріоритетів розвитку туристичної системи регіону у цих моделях слід визначити та обґрунтувати конкретні схеми побудови організаційно-економічного механізму розвитку туристичного комплексу регіону. При цьому, можна говорити про різні принципові настанови формування регіональної туристичної політики.

Процес створення й реалізації регіональної туристичної політики може бути організований із використанням двох управлінських підходів: системного й сценарного [45].

Системний підхід до управління дає можливість представити регіональну туристичну політику як сукупність потенційних та реалізованих можливостей розвитку туризму в регіоні на засадах ефективного використання туристично-рекреаційних ресурсів території (рис. 1.11).

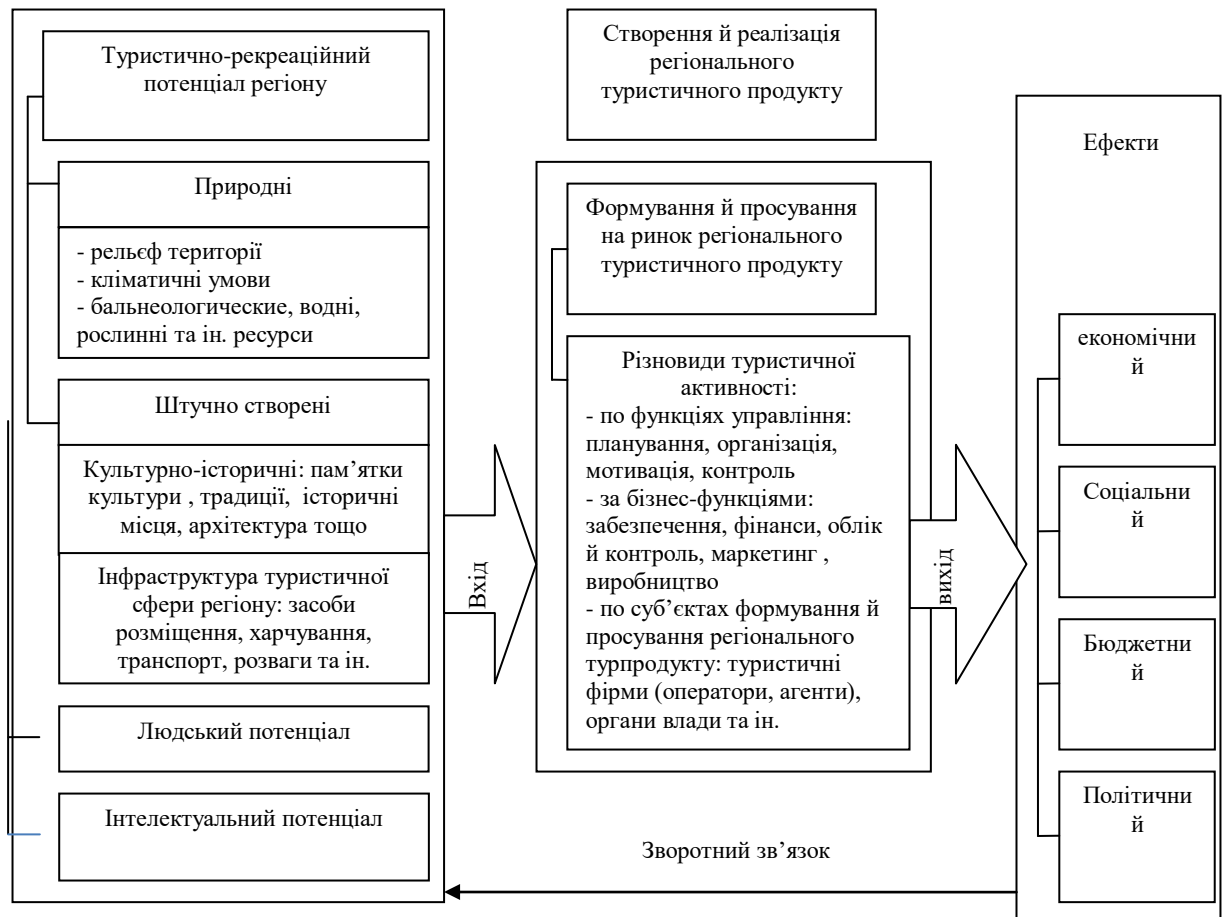


Рис. 1.11. Формування регіональної туристичної політики на засадах системного підходу\*

\*Складено автором з використанням [45]

Всі складові регіональної туристичної політики включені у процес формування й реалізації регіонального туристичного продукту, який спрямовується по обґрунтованих та визначених напрямках. Ці напрямки формуються на засадах відповідної концепції розвитку туристичної сфери регіону, яка повинна враховувати перспективи розбудови її структури та інфраструктури, а також завдання досягнення ідеального стану.

Сценарний підхід до розробки та реалізації туристичної політики регіону передбачає, що на початковому етапі, ґрунтуючись на результатах економічної діагностики розвитку туристичної сфери регіону, здійснюється обґрунтований вибір типу основної стратегії структурних трансформацій туристичного комплексу регіону, якій має відповідати регіональна політика розвитку туризму. Другий етап передбачає встановлення базових завдань,

визначення сутності й принципів формування регіональної туристичної політики (рис. 1.12).



Рис. 1.12. Розробка регіональної туристичної політики із використанням сценарного підходу\*

\*Розробка автора

Сценарний підхід передбачає, що в умовах ризику й невизначеності сучасної ситуації на туристичному ринку, формування моделі стратегічного розвитку туристичної сфери регіону повинне відбуватися на засадах врахування об'єктивних передумов й прогнозування її розвитку. Це дасть змогу використати весь арсенал методів регулювання для стимулювання розвитку туристичної сфери регіону у передбаченому стратегією напрямку.

Концепція регіональної туристичної політики повинна бути науково обґрунтованою й містити такі елементи:

- наукове обґрунтування концепції розвитку туристичної сфери регіону на стратегічну перспективу, яка узгоджує комплекс пріоритетів розвитку

регіональної туристичної індустрії із напрямками регіональної структурної політики;

- ключові напрями реалізації регіональної туристичної політики, що формують умови реалізації концепції розвитку туристичної сфери. На цих засадах формулюються пропозиції щодо стимулювання розвитку туристичної індустрії та діяльності в регіоні.

Конкретними формами втілення концепції регіональної туристичної політики є: державні та регіональні програми розвитку туристичної сфери, інші різнорівневі цільові програми, інвестиційні програми та ін.

Вагомою передумовою завершеності циклу стратегічного управління розвитком туристичної сфери регіону є перманентна діагностика ефективності цього процесу, що структурно складається з економічної, соціальної й бюджетної компонент [72].

Українські південні райони є найважливішими джерелами агропродовольчої продукції, мають сировинну орієнтацію регіонального господарства. Економіка областей Південного регіону вимагає диверсифікації й активізації розвитку сервісної сфери, зокрема туристичної індустрії.

У Миколаївській області є численні підприємства, організації й об'єкти, спроможні приймати, розміщувати й обслуговувати численних туристів. Більшість з них орієнтована на літній відпочинок. Водночас, є суттєві слабкі сторони регіональної туристичної сфери, зокрема:

- недостатня якість, зручність й впорядкованість транспортного обслуговування для поїздки у туристичні дестинації регіону;
- високий рівень витрат на облаштування об'єктів розміщення туристів;
- неоптимальне співвідношення рівня цін та якості місць розміщення, що робить їх неконкурентоспроможними порівняно із іноземними курортами;
- порівняно короткий курортний сезон, який триває 2,5 місяці;



- віддання переваги курортній сфері та недостатня увага до розвитку інших секторів туризму, зокрема зеленого, спортивного, культурного, етнічного туризму тощо;

- низький рівень розвитку інфраструктурного забезпечення туристичної сфери, зокрема низька якість доріг в регіоні та облаштування магістралей пришляховими об'єктами, зокрема санвузлами;

- низький рівень контролю місць громадського харчування, недостатня кількість об'єктів харчування відомих брендів;

- низький рівень інформаційного забезпечення й рекламування діяльності культурних об'єктів регіону;

- відсутність чіткого позиціонування туристичної сфери регіону на вітчизняному й міжнародному туристичному ринку.

На території Південного регіону та, зокрема, Миколаївської області, існує багато унікальних природних об'єктів, які потенційно можуть стати об'єктами уваги туристів. Однак у цей час далеко не всі вони активно використовуються. Це також стримує входження туристичної сфери регіону у світовий й український туристичний простір.

Основними факторами, що сприятимуть інтеграції туристичної сфери регіону до світового простору є такі:

- активний розвиток міжнародних соціокультурних, науково-технічних, господарських та інших зв'язків регіону;

- збільшення реальних доходів й купівельній спроможності населення;

- підвищення вільного часу населення регіону;

- залучення інвестицій підприємствами й організаціями регіону.

У процесі стратегічного управління розвитком туристичної сфери регіону приймають участь всі рівні й підрозділи органів державної влади та місцевого самоврядування.

Головною метою регіональної туристичної політики є розвиток конкурентоспроможної туристичної сфери регіону, спроможної розробити та запропонувати національному та світовому ринку унікальний турпродукт

високої якості [92].

Метою другого порядку є динамічний розвиток внутрішньо регіонального й в'їзного туризму.

Туристична стратегія областей Південного регіону потребує постійного удосконалення. Повинна чітко простежуватися її стратегічна спрямованість.

Південь України традиційно виступає туристично-рекреаційним регіоном, який спеціалізується на пляжному виді туризму, наданні послуг із санаторно-курортного відпочинку, екскурсіях й спортивному туризмі.

Програмні документи розвитку туристичної сфери регіону повинні передбачати формування такої її структури, яка забезпечить взаємопов'язаність всіх об'єктів у єдиному комплексі (засобів розміщення, об'єктів харчування, підприємств торгівлі, розваг, рекреації й оздоровлення тощо). Програма стратегічного розвитку туристичної сфери регіону у має бути визначальним документом з точки зору встановлення параметрів, орієнтирів розвитку й складових структурних елементів туристичної сфери регіону у відповідності із стратегічним баченням. Вона також має визначати склад методів й конкретних інструментів реалізації поставлених завдань .

Ключовими завданнями програми розвитку туристичної сфери регіону мають бути такі:

- реалізація концепції сталого розвитку туристичної сфери регіону як екологічно безпечної форми використання природних і соціокультурних ресурсів регіону;

- обґрунтування ключових напрямів діяльності органів регіональної влади та місцевого самоврядування щодо регулювання процесів використання туристично-рекреаційних ресурсів регіону та розвитку туристичної сфери;

- створення в регіоні сучасного цивілізованого конкурентного туристичного ринку на засадах стимулювання конкурентного змагання, поглиблення спеціалізації, забезпечення інтеграційних процесів у діяльності суб'єктів туристичної індустрії;

- стимулювання в регіоні внутрішнього й в'їзного туризму;
- упорядкування відносин та вирішення проблемних питань у сфері власності у туристичній сфері із оглядом на специфіку туристичної діяльності в регіоні;
- забезпечення розвитку матеріально-технічної бази туристичної діяльності в регіоні, зокрема засобів розміщення й інфраструктурних об'єктів, за рахунок залучення інвесторів для реконструкції, модернізації й нового будівництва об'єктів туристичної індустрії;
- розробка й просування нових регіональних туристичних продуктів, що дасть змогу швидко підсилити конкурентні позиції регіону на національному та міжнародному рівнях;
- запровадження на туристичному ринку регіону нових технологій надання туристичних послуг;
- розробка та реалізація маркетингових заходів, зокрема активної рекламної кампанії по залученню туристичних потоків, формування іміджу регіону як дружнього для туристів;
- стимулювання наукових досліджень у сфері туризму із залученням потенціалу наукових та освітніх установ регіону [40].

Вказані напрямки актуальні для всіх областей Південного регіону – Одеської, Миколаївської та Херсонської.

Практична реалізація вказаних програмних напрямків дозволить південним областям:

- підвищити конкурентні позиції та отримати переваги як на українському, так і на міжнародному туристичному ринку, завоювати та зміцнити статус регіону як національного туристичного центру;
- забезпечити зростання економічних показників розвитку туристичної сфери в регіоні;
- підвищити доходи бізнес-суб'єктів туристичної сфери, підприємств розміщення й оздоровлення, тур фірм, транспортних й інших підприємств й організацій сфери приймання й обслуговування туристичних потоків;

- підвищити обсяг надходжень податків у бюджети всіх рівнів;
- залучити інвесторів до фінансування проектів розвитку туристичної сфери регіону;
- забезпечити сприятливі умови для розвитку малого туристичного бізнесу в регіоні.

### **Висновки до розділу 1**

1. В результаті дослідження й узагальнення понятійно-термінологічного апарату, «туризм» запропоновано трактувати як сукупність двох видів діяльності: діяльності, що здійснюється фізичними особами – туристами, по переміщенню за межі звичайного середовища перебування/проживання до місця тимчасового перебування для досягнення певних цілей, що визначаються їх особистісними мотивами, без одержання доходу у місці тимчасового перебування; діяльності підприємств й організацій, що надають туристичні послуги й виробляють туристичні товари.

2. Туристична індустрія є складним міжгалузевим соціально-економічним комплексом, який включає в себе цілий ряд підприємств й організацій, які об'єднані спільними цільовими настановами, господарськими зв'язками, використанням природно-ресурсного, людського та ін. потенціалу певної території, які націлюють свою діяльність на задоволення різноманітних туристичних потреб туристів (фізичних й юридичних осіб – об'єктів туристичної діяльності). Туристичний продукт визначено як комплекс послуг підприємств й організацій туристичної індустрії, сформований виробником/продавцем на вимогу туриста із урахуванням його специфічних потреб й вимог.

3. Туристично-рекреаційні ресурси регіону визначено як сукупність всіх ресурсів території, як природних, так і штучно створених, які допомагають здійснювати туристично-рекреаційну діяльність в регіоні, тобто

реалізувати функції туристичної сфери, зокрема: рекреаційну, соціокультурну й економічну (господарську). Напрямки й інтенсивність використання туристично-рекреаційних ресурсів регіону зумовлюються низкою чинників, які формують умови соціально-економічного розвитку території регіону: соціально-економічні; суспільно-політичні; природно-кліматичні; екологічні; чинники взаємодії регіону із ближнім й дальнім зовнішнім оточенням.

4. Туристична сфера регіону функціонує у певному інституційному середовищі, яке робить суттєвий вплив на формування й реалізацію ресурсного потенціалу туристичної сфери регіонального господарства. Структура інститутів регіональної туристичної сфери включає у себе такі основні групи: інститути туристичного бізнесу й спеціалізованої інфраструктури; атрактивні інститути; інститути розвитку туристичної індустрії; інститути державного регулювання туристичної сфери. Визначено бракуючі складові у структурі системи інституційного забезпечення розвитку регіональної туристичної сфери.

5. Визначено фактори, що заважають та сприяють інтеграції туристичної індустрії регіонів України у світовий економічний простір. Встановлено, що більшість з бар'єрів на шляху розвитку регіональної індустрії туризму системи пов'язана із недостатнім рівнем розвитку як загальної, так і спеціалізованої туристичної інфраструктури. Виділено такі недоліки: недостатня кількість якісних засобів розміщення туристів із сучасним рівнем комфорту та обслуговування; порівняно висока вартість туристичних послуг; недостатня матеріально-технічна оснащеність і пропускна спроможність об'єктів туристичної інфраструктури.

6. Для подолання бар'єрів розвитку регіональної туристичної сфери необхідно прикладати зусилля у напрямку: формування та впровадження організаційно-економічних механізмів по залученню інвестицій у туристичну інфраструктуру регіону; підвищення кількості та якості об'єктів туристичної інфраструктури регіону; підвищення привабливості та

конкурентоспроможності туристичного продукту регіону; збільшення потоку туристів, залучення повторних потоків туристів; забезпечення високої ефективності діяльності бізнес-суб'єктів туристичної інфраструктури.

7. Визначено концептуальні передумови формування регіональної політики й стратегії розвитку туристичної сфери. Головну мету регіональної туристичної політики визначено як розвиток конкурентоспроможної туристичної сфери регіону, здатної розробити та запропонувати національному та світовому ринку унікальний турпродукт високої якості. Метою другого порядку є динамічний розвиток внутрішньо регіонального й в'їзного туризму. Програмні документи розвитку туристичної сфери регіону повинні передбачати формування такої її структури, яка забезпечить взаємопов'язаність всіх об'єктів у єдиному комплексі (засобів розміщення, об'єктів харчування, підприємств торгівлі, розваг, рекреації й оздоровлення тощо). Визначено склад завдань та механізмів програми розвитку туристичної сфери регіону.

## РОЗДІЛ 2

### МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

#### **2.1. Геополітичне положення та соціально-економічний стан Миколаївської області як фактори розвитку регіональної туристичної сфери**

Україна стає все більш популярним напрямком для іноземних туристів, про що свідчить статистика відвідування країни за останні роки

Спостерігається тенденція зростання надходжень від туристичної діяльності. Так, за 2018 р. сумарні надходження туристичного збору та податків від туристичної сфери зросли до 4,2 млрд. грн. (на 20,7%). Ця сума характеризує сукупні витрати, як іноземних, так і внутрішніх туристів. До цієї суми також включено надходження туристичного збору, які за рік зросли на 29,2% і становили 90,7 млн. грн.

Україна потрапила до 30-ки країн, які є найбільш привабливими для туристів. Щорічно Україну відвідують більше 14 мільйонів іноземних туристів. За цим показником Україна обійшла відомі туристичні центри світу, такі як Сінгапур, Данія, Ісландія, Чехія та ін. Традиційно більшість іноземних туристів прибуває в Україну з сусідніх країн – Молдови (4,4 млн. осіб за даними 2018 року), Білорусь (2,6 млн. осіб), РФ (1,5 млн. осіб), Польща (1 млн. осіб), Угорщина (915 тис. осіб), Румунія (740 тис. осіб).

Динаміка кількості туристів обслуговувана турагентами показана у табл. 2.1.

Найбільш привабливими дестинаціями для іноземних туристів є Карпати, а також Київ, Львів, Одеса та Чернігів. Стабільно користуються попитом курорти Чорного моря.

Таблиця 2.1

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму, осіб\*\*

|       | Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього | У тому числі              |                |                   |
|-------|--|---------------------------|----------------|-------------------|
|       |  | в'їзні (іноземні) туристи | виїзні туристи | внутрішні туристи |
| 2013  | 3454316  | 232311                    | 2519390        | 702615            |
| 2014* | 2425089  | 17070                     | 2085273        | 322746            |
| 2015* | 2019576  | 15159                     | 1647390        | 357027            |
| 2016* | 2549606  | 35071                     | 2060974        | 453561            |
| 2017* | 2806426  | 39605                     | 2289854        | 476967            |
| 2018* | 4557447  | 75945                     | 4024703        | 456799            |
| 2019* | 6132097  | 86840                     | 5524866        | 520391            |

\* Без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

\*\*\*Побудовано автором з використанням [66]

У регіональному розрізі у розвитку туристичній індустрії лідирує м. Київ, Дніпропетровська, Львівська, Одеська, Харківська, Київська області (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Суб'єкти туристичної діяльності\*

| Регіон            | 2018   |              |           |                         | 2018   |              |           |                         |
|-------------------|--------|--------------|-----------|-------------------------|--------|--------------|-----------|-------------------------|
|                   | Усього | У т.ч.       |           |                         | Усього | У т.ч.       |           |                         |
|                   |        | туроператори | турагенти | Екскурсійні організації |        | туроператори | турагенти | Екскурсійні організації |
| Україна           | 3469   | 498          | 2802      | 169                     | 4293   | 529          | 3565      | 199                     |
| АР Крим           | ...    | ...          | ...       | ...                     | ...    | ...          | ...       | ...                     |
| області           |        |              |           |                         |        |              |           |                         |
| Вінницька         | 69     | 6            | 60        | 3                       | 87     | 7            | 78        | 2                       |
| Волинська         | 66     | 4            | 53        | 9                       | 74     | 3            | 63        | 8                       |
| Дніпропетровська  | 325    | 12           | 313       | –                       | 416    | 12           | 404       | –                       |
| Донецька          | 42     | –            | 42        | –                       | 93     | 6            | 86        | 1                       |
| Житомирська       | 47     | 2            | 42        | 3                       | 63     | 3            | 55        | 5                       |
| Закарпатська      | 63     | 12           | 48        | 3                       | 91     | 14           | 75        | 2                       |
| Запорізька        | 160    | 5            | 147       | 8                       | 188    | 4            | 174       | 10                      |
| Івано-Франківська | 105    | 10           | 85        | 10                      | 128    | 10           | 108       | 10                      |
| Київська          | 116    | 7            | 103       | 6                       | 217    | 6            | 202       | 9                       |
| Кіровоградська    | 43     | –            | 38        | 5                       | 54     | –            | 50        | 4                       |
| Луганська         | 17     | –            | 17        | –                       | 29     | –            | 28        | 1                       |
| Львівська         | 282    | 63           | 176       | 43                      | 342    | 58           | 233       | 51                      |
| Миколаївська      | 63     | 3            | 58        | 2                       | 87     | 3            | 81        | 3                       |
| Одеська           | 264    | 20           | 220       | 24                      | 270    | 17           | 232       | 21                      |
| Полтавська        | 93     | –            | 91        | 2                       | 155    | –            | 147       | 8                       |



## Продовження таблиці 2.2

|                |     |     |     |     |      |     |     |     |
|----------------|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|
| Рівненська     | 60  | 3   | 54  | 3   | 93   | 1   | 87  | 5   |
| Сумська        | 58  | 3   | 55  | –   | 79   | 3   | 76  | –   |
| Тернопільська  | 45  | 6   | 37  | 2   | 63   | 7   | 51  | 5   |
| Харківська     | 263 | 7   | 251 | 5   | 266  | 4   | 254 | 8   |
| Херсонська     | 67  | 2   | 59  | 6   | 80   | 1   | 71  | 8   |
| Хмельницька    | 90  | –   | 81  | 9   | 89   | 1   | 78  | 10  |
| Черкаська      | 92  | 9   | 81  | 2   | 101  | 7   | 91  | 3   |
| Чернівецька    | 65  | 10  | 51  | 4   | 77   | 9   | 67  | 1   |
| Чернігівська   | 51  | 1   | 50  | –   | 58   | 1   | 57  | –   |
| м. Київ        | 923 | 313 | 590 | 20  | 1093 | 352 | 717 | 24  |
| м. Севастополь | ... | ... | ... | ... | ...  | ... | ... | ... |

\*Сформовано автором з використанням [66]

За туристичними потоками також лідирують м. Київ та Львівська області (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

## Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами\*

|                   | 2017    |                |             | 2018    |                |             |
|-------------------|---------|----------------|-------------|---------|----------------|-------------|
|                   | усього  | У т.ч.         |             | Усього  | У т.ч.         |             |
|                   |         | туроператорами | турагентами |         | туроператорами | турагентами |
| Україна           | 2806426 | 1956060        | 850366      | 4557447 | 2351338        | 2206109     |
| АР Крим           | ...     | ...            | ...         | ...     | ...            | ...         |
| області           |         |                |             |         |                |             |
| Вінницька         | 38634   | 6422           | 32212       | 42178   | 6593           | 35585       |
| Волинська         | 17047   | 4424           | 12623       | 21807   | 6191           | 15616       |
| Дніпропетровська  | 75526   | 5125           | 70401       | 116981  | 7459           | 109522      |
| Донецька          | 9231    | –              | 9231        | 28425   | 2171           | 26254       |
| Житомирська       | 9516    | 383            | 9133        | 17957   | 846            | 17111       |
| Закарпатська      | 14652   | 3499           | 11153       | 25348   | 4926           | 20422       |
| Запорізька        | 47675   | 925            | 46750       | 56374   | 795            | 55579       |
| Івано-Франківська | 73309   | 60419          | 12890       | 55781   | 37153          | 18628       |
| Київська          | 36983   | 647            | 36336       | 66385   | 1860           | 64525       |
| Кіровоградська    | 8436    | –              | 8436        | 11556   | –              | 11556       |
| Луганська         | 2825    | –              | 2825        | 6261    | –              | 6261        |
| Львівська         | 175150  | 87081          | 88069       | 182255  | 82677          | 99578       |
| Миколаївська      | 11805   | 1018           | 10787       | 19002   | 1280           | 17722       |
| Одеська           | 72302   | 22072          | 50230       | 81381   | 22312          | 59069       |
| Полтавська        | 19032   | –              | 19032       | 32007   | –              | 32007       |
| Рівненська        | 11168   | 772            | 10396       | 22027   | 362            | 21665       |
| Сумська           | 11185   | 2007           | 9178        | 16178   | 2788           | 13390       |
| Тернопільська     | 9558    | 2101           | 7457        | 13103   | 3131           | 9972        |
| Харківська        | 51929   | 2073           | 49856       | 62232   | 337            | 61895       |
| Херсонська        | 20278   | 3124           | 17154       | 26130   | 120            | 26010       |
| Хмельницька       | 26829   | –              | 26829       | 25738   | 378            | 25360       |
| Черкаська         | 20953   | 1743           | 19210       | 26383   | 2561           | 23822       |
| Чернівецька       | 20341   | 1171           | 19170       | 29562   | 4934           | 24628       |
| Чернігівська      | 15974   | 145            | 15829       | 22306   | 155            | 22151       |
| м. Київ           | 2006088 | 1750909        | 255179      | 3550090 | 2162309        | 1387781     |
| м. Севастополь    | ...     | ...            | ...         | ...     | ...            | ...         |

\*Сформовано автором з використанням [66]

Розвиток туризму значним чином впливає на інші сфери й сектори регіональної економіки, зокрема на транспорт та зв'язок, торгівлю, капітальне будівництво, агросферу, виробництво товарів широкого вжитку.

Саме тому туризм є одним з найбільш важливих та перспективних напрямів структурної трансформації регіональної економіки [76].

Вигідність геополітичного положення будь-якої країни чи регіону визначається такими ключовими факторами, як:

наявність морських узбереж;

- рівень розвитку транспортної та комунікаційної інфраструктури;

- наявність і запаси природних ресурсів;

- довжина границь (сухопутних, морських, повітряних);

- природно-кліматичні умови території;

- рівень глобалізованості, тобто залучення до всіх видів міжнародних відносин, особливо соціальних та економічних .

За останнім критерієм – залученням до міжнародних відносин – Україна є однією з найбільш активних країн Європи.

Участь у геополітичних відносинах та суб'єктів інтересів у цій сфері може виступати не лише держава в цілому, але й окремий регіон, чи територія.

Для української політики теперішнього часу притаманне те, що по окремих кількісних й якісних показниках природно-ресурсного потенціалу певні регіони України перевершують окремі європейські територіальні суб'єкти геополітичних інтересів, а отже мають формувати власну геополітичну позицію. Слід звернути увагу на дві різноспрямовані тренди у державній регіональній політиці сьогодення. По-перше, зважаючи на події останніх років, існує об'єктивна необхідність зміцнення державної єдності, забезпечення єдності правового поля країни, а, по-друге, очевидно необхідним є шлях децентралізації та підсилення ролі регіонів [46].

Геополітичне положення Миколаївської області кардинально змінилося із розпадом СРСР, що призвело до посилення її значимості для країни в цілому й зокрема для Південного регіону.

Миколаївська область, як адміністративно-територіальна одиниця України, була утворена 22 вересня 1937 р. Вона займає площу 24,6 тис. кв. км

у басейні нижньої течії річки Південний Буг. Територія області простягається на 194 км з півночі на південь та на 204 км з заходу на схід. Частка території Територія Миколаївщини займає 4,1% площі України. На півночі територія області межує із Кіровоградською областю, на сході та північному сході – з Дніпропетровською областю, на південному сході – із Херсонською областю, на заході – із Одеською областю.

На півдні регіон омивається водами Чорного моря та його лиманів (Дніпровсько-Бузький, Бережанський, Тилігульський, Бузький), берегова лінія займає кількасот кілометрів.

До території області належать також острів Березань та Кінбурнська коса. На території Миколаївської області нараховується 85 річок (Південний Буг із притоками Інгулом, Кодимою, та ін.)

Населення регіону складає – 1119,9 тис. чол., в тому числі 768 тис. чол. міського населення та 351,9 тис. чол. сільського населення.

В області нараховується 19 адміністративно-територіальних районів, 5 міст обласного значення та 4 міста районного значення, 17 селищ міського типу та 900 сільських населених пунктів.

Потенціал розвитку туристично-рекреаційного комплексу Миколаївської області багато в чому визначається її унікальним географічним положенням, сприятливим помірно-континентальним кліматом, що позитивно відбивається як на економічному розвитку, так туристично-рекреаційному розвитку.

В області існує 89 територій і об'єктів природно-заповідного фонду, зокрема частина Чорноморського біосферного заповідника.

Регіон володіє значними природними туристично-рекреаційними ресурсами: сприятливі кліматичні умова, багатокілометрові піщані пляжі уздовж морського узбережжя, природні джерела мінеральних вод, лікувальні грязі та ін.

Місцем концентрації закладів відпочинку є курортні зони Коблева, Очакова і Миколаєва.

На Миколаївщині на державному обліку знаходиться 3,3 тисячі пам'яток, у тому числі 143 архітектурні, діють 3 музеї та історико-археологічний заповідник «Ольвія».

Широка система туристичних об'єктів та рекреаційних закладів зумовлює цікавість внутрішньо-, зовнішньо регіональних та іноземних туристів до Миколаївщини.

Інформація щодо регіональних туристичних потоків наведені у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами, за видами туризму, осіб\*

|      | Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами | У тому числі              |   |                   |
|------|--|---------------------------|---|-------------------|
|      |  | в'їзні (іноземні) туристи | виїзні туристи (громадяни України, які виїжджали за кордон) | внутрішні туристи |
| 2000 | 34536  | 4640                      | 556   | 29340             |
| 2001 | 60414  | 7370                      | 922   | 52122             |
| 2002 | 62990  | 9020                      | 1266  | 52704             |
| 2003 | 84882  | 11312                     | 1518  | 72052             |
| 2004 | 61355  | 11896                     | 2572  | 46887             |
| 2005 | 53802  | 8282                      | 3188  | 42332             |
| 2006 | 48689  | 4134                      | 5508  | 39047             |
| 2007 | 58082  | 6422                      | 6860  | 44800             |
| 2008 | 54271  | 5156                      | 7935  | 41180             |
| 2009 | 33147  | 3415                      | 6782  | 22950             |
| 2010 | 35929  | 4762                      | 7151  | 24016             |
| 2011 | 27934  | 3973                      | 8479  | 15482             |
| 2012 | 20375  | 4179                      | 9290  | 6906              |
| 2013 | 19003  | 5108                      | 9362  | 4533              |
| 2014 | 9148   | –                         | 7582  | 1566              |
| 2015 | 7464   | –                         | 6631  | 833               |
| 2016 | 9023   | –                         | 8369  | 654               |
| 2017 | 11805  | 9                         | 10994   | 802               |
| 2018 | 19002  | 5                         | 18049   | 948               |
| 2019 | 25107  | –                         | 23960   | 1147              |

\*Складено автором з використанням [66]

Найбільш повне задоволення потреб туристів реалізується через широку систему засобів розміщення, які регулярно проходять процедури

підтвердження їх відповідності міждержавним стандартам, правилам обов'язкової сертифікації готельних послуг та послуг харчування. У Миколаївській області працює більше 120 готелів на більш ніж 6600 номерів. Втім, потенціал засобів розміщення не є повністю завантаженим в останні роки (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

## Колективні засоби розміщування\*

|      | Кількість колективних засобів розміщування | Кількість місць у колективних засобах розміщування | Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування |
|------|--|--|--|
| 2011 | 283  | 32742  | 205412   |
| 2012 | 300  | 32359  | 217470   |
| 2013 | 316  | 32649  | 201736   |
| 2014 | 315  | 32442  | 173686   |
| 2015 | 287  | 31644  | 186710   |
| 2016 | 261  | 28851  | 211651   |
| 2017 | 271  | 29229  | 209681   |
| 2018 | 102  | 12620  | 117860   |
| 2019 | 103  | 12081  | 116355   |

\*Складено автором з використанням [66]

Засоби розміщення є одними з найбільш важливих складових туристично-рекреаційної інфраструктури регіону. За офіційними статистичними даними кількість колективних засобів розміщування туристів у Миколаївському регіоні у 2018 р. склала 103 одиниці. Серед них приблизно 40% об'єктів розміщення належать юридичним особам, та 60% знаходиться у власності фізичних осіб – підприємців. В останні роки відбувається тенденція скорочення загальної кількості засобів розміщення туристів в регіоні, переважно за рахунок зменшення кількості засобів розміщення у власності юридичних осіб. Тобто збільшується роль малого бізнесу у туристичній інфраструктурі регіону. Конкуренцеспроможність малого бізнесу на ринку засобів розміщення туристів зумовлюється нижчими цінами та комплексністю надання основних й додаткових послуг. У структурі засобів розміщення туристів у Миколаївській області переважають бази відпочинку. На їх частку припадає більше 60 % кількості закладів. На другому місці

готелі – близько 22 %. Відчувається брак туристичних баз та літніх таборів. Їх частка у загальній кількості засобів розміщення становить близько 5 %.

Щодо рівня фактичних витрат на перебування туристів, найбільший їх рівень спостерігається у готелях, гуртожитках, пансіонатах, найменший – у хостелах.

Галузь туризму у стратегічній перспективі може зробити суттєвий внесок у соціально-економічний розвиток регіону, підвищення рівня та якості життя населення регіону. Туристична сфера, порівняно слабо впливає на оточуюче середовище та культурний простір регіону, водночас забезпечує нові робочі місця, ріст доходів й підтримку регіональної екосистеми [43].

З макроекономічної точки зору туристична індустрія є місцем тяжіння інвестицій, оскільки інвестиції у цей бізнес є вигідними. Туристична сфера є вагомим чинником на регіональному та міжрегіональному ринку праці. У сфері туризму задіяна значна кількість працюючих, як постійних, так і сезонних. Туризм створює нові робочі місця та забезпечує достойний рівень оплати праці зайнятому населенню. Водночас сфера туризму є значним джерелом надходжень до місцевих та державного бюджетів [50].

Втім, туристична галузь Миколаївської області та м. Миколаєва є недостатньо розвиненою. Частково це обумовлено історією розвитку обласного центру – міста Миколаєва, як промислового міста, де були сконцентровані оборонні виробництва. Втім, в теперішній час, як м. Миколаїв, так і регіон володіють всіма необхідними передумови для інтенсифікації розвитку туристичної сфери, збільшенню внутрішніх та зовнішніх туристичних потоків. До таких передумов слід віднести:

- особливості географічного розташування та рельєфу території;
- сприятливі природно-кліматичні умови;
- наявність багатого природного, історичного, культурного та туристично-рекреаційного потенціалів.

Основними об'єктами, що приваблюють туристів у м. Миколаїв, є такі:

- Миколаївський зоопарк з колекцією понад 5,5 тис. екземплярів,

визнаним кращим у країні та одним з найкращих у Європі;

- відома астрономічна обсерваторія, яка функціонує близько 200 років;
- єдиний у світі Музей суднобудування та флоту;
- Миколаївський обласний краєзнавчий музей;
- Миколаївський обласний художній музей ім. В.В. Верацагіна.

Значною популярністю серед туристів користуються узбережжя Дніпро-Бузького лиману та Чорного моря.

Популярними видами туризму в регіоні є відпочинковий, історико-культурний та оздоровчий.

Для приваблення туристів й ознайомлення з культурною спадщиною регіону щорічно проводяться фестивальні заходи.

Аналіз показує, що серед відвідувачів регіону стабільно висока частка туристів, що прибувають із цілями відпочинку – 99%. Із службовими та бізнесовими цілями прибуває незначна кількість туристів. Це ж стосується лікувального й спортивного видів туризму. Сполучення відносно високих цін на обслуговування туристів та недостатнього рівня сервісу у спеціалізованих (бізнесових та спортивних) турах та у оздоровчо-лікувальних закладах не стимулює притік відвідувачів у регіон.

Обсяги туристичного збору в регіоні характеризуються даними на рис.

2.1.

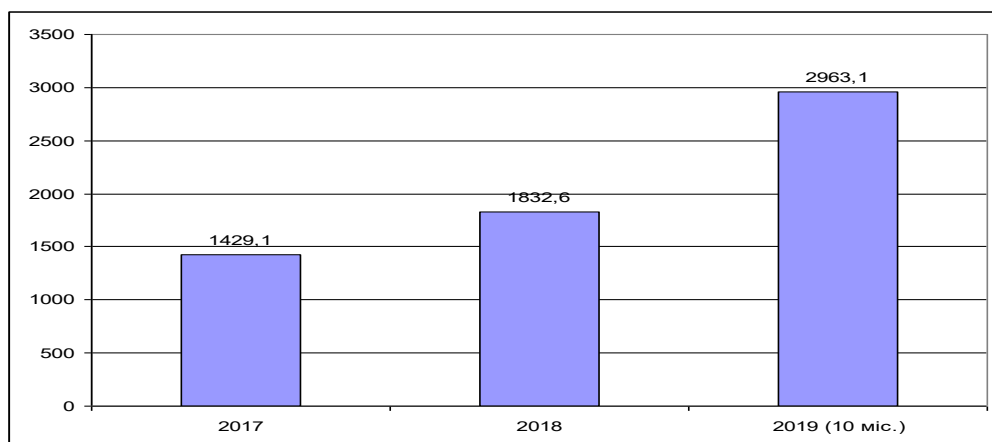


Рис. 2.1. Динаміка туристичного збору у Миколаївській області, тис. грн.\*

\*Побудовано автором з використанням [66]

Наведені дані свідчать про зростання обсягів туристичного збору в регіоні. Багато в чому це пов'язано із закриттям кримського напрямку туризму, що спричинило перерозподіл туристичних потоків серед південних регіонів України та притік внутрішніх та зовнішніх туристів у регіон. Більш інформативною є дані у розрізі адміністративних одиниць області (рис. 2.2.).

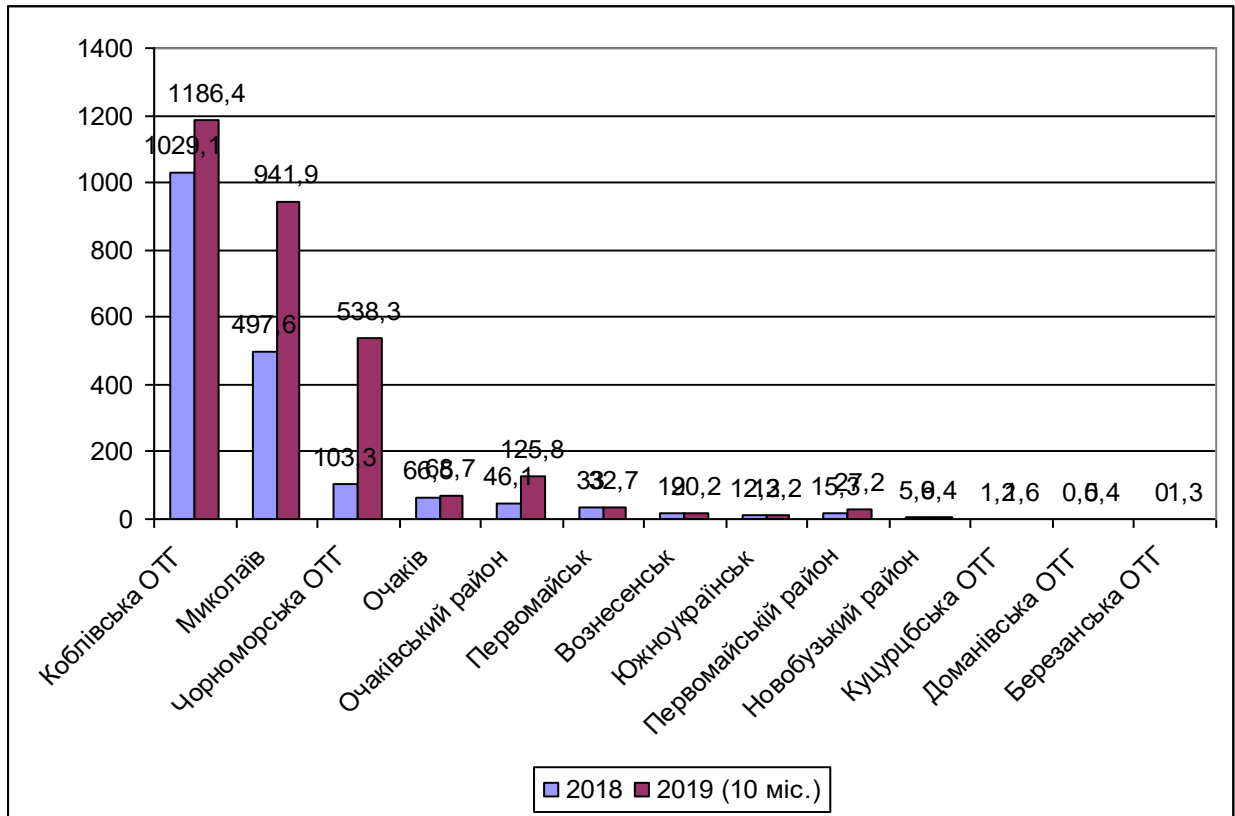


Рис. 2.2. Туристичний збір за адміністративними одиницями Миколаївської області, тис. грн.\*

\*Побудовано автором з використанням [66]

Наведені дані свідчать, що найбільш розвиненим є курортний туризм на причорноморських територіях регіону та у обласному центрі. Сільський туризм практично не розвинений.

Матриця SWOT- аналізу наведена у табл. 2.6. Вона характеризує сильні і слабкі сторони регіону, можливості розвитку туристичної сфери та потенційні загрози.



Таблиця 2.6

## SWOT- аналіз туристичної сфери Миколаївського регіону\*

| Сильні сторони  | Слабкі сторони  |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вигідне географічне розташування регіону, що сприяє реалізації програм міжнародного співробітництва, зокрема й у сфері туризму.</li> <li>2. Наявність об'єктів зі значним туристичним та рекреаційним потенціалом</li> <li>3. Проведення фестивалівних заходів.</li> <li>4. Розвинена готельна інфраструктура.</li> <li>5. Розгалужена й різноманітна мережа закладів громадського харчування.</li> <li>6. Наявність міжнародного аеропорту.</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Незадовільний рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури регіону.</li> <li>2. Недостатнє просування регіону як туристичного центру.</li> <li>3. Відсутність сформованого регіонального бренду та туристичного продукту.</li> <li>4. Недостатня впізнаваність регіональних туристичних атракцій.</li> <li>5. Низький рівень адаптації для іноземних туристів, зокрема малий обсяг туристичної інформації іноземними мовами.</li> <li>6. Низький рівень розвитку рекреаційного типу туризму, зокрема недостатня кількість сучасних спортивно-відпочинкових комплексів та нерозгалужена мережа велосипедних маршрутів.</li> <li>7. Незадовільний стан доріг та транспортне сполучення регіону з іншими туристичними центрами Півдня України.</li> <li>8. Низький якісний рівень обслуговування туристів.</li> <li>9. Недостатня кількість зручних й бюджетних колективних засобів розміщення - мотелів й хостелів.</li> <li>10. Занедбаність міжнародного аеропорту.</li> <li>11. Низький рівень співробітництва влади, навчальних закладів та бізнес-суб'єктів щодо кадрового забезпечення розвитку туристичної індустрії.</li> <li>12. Відсутність ефективної системи державного регулювання туристичної сфери.</li> <li>13. Орієнтованість регіональних туроператорів на виїзний туризм.</li> </ol> |
| Можливості  | Загрози   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Потенціал розвитку транспортного сполучення (авіаційного, залізничного тощо) з іншими туристичними центрами країни.</li> <li>2. Розвиток аеропорту, залучення нових перевізників.</li> <li>3. Формування туристичного бренду регіону, Організація кампаній щодо просування регіонального туристичного продукту, диференціація туристичних послуг для різних груп споживачів.</li> <li>4. Запровадження інноваційних форм обслуговування.</li> <li>5. Налагодження співпраці влади, бізнесу та освітніх установ, розвиток наукового та бізнес-туризму.</li> <li>6. Подальший розвиток рекреаційного туризму.</li> <li>7. Покращення доступності туристичних атракцій регіону.</li> <li>8. Проведення представницьких заходів, семінарів, конференцій з питань розвитку туризму.</li> <li>9. Залучення інвестицій у розвиток туристичної сфери регіону</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Закріплення за регіоном «транзитного» іміджу.</li> <li>2. Непізнаваність регіону як туристичного центру через відсутність регіонального бренду міста та його просування на ринку турпродуктів.</li> <li>3. Відсутність комплексного тур продукту для різних груп туристів (внутрішнього, в'їзного тощо), яка охоплює ключові туристичні атракції області.</li> <li>4. Зростання конкуренція сусідніх туристичних регіонів Півдня України – Херсонської та Миколаївської областей.</li> <li>5. Низька зацікавленість населення регіону у розвитку туристичної сфери.</li> </ol>  |

\*Складено автором

Отже, наявний туристично-рекреаційний потенціал регіону не

використовується повною мірою, Однією з найбільш вагомих причин є невідповідність матеріально-технічної бази більшості регіональних туристично-рекреаційних об'єктів сучасним вимогам. Вона потребує значних капітальних вкладень у переоснащення, реконструкцію та модернізацію.

Найбільш значними перешкодами до перетворення туристичної індустрії регіону у сучасну сферу регіонального господарства є такі:

- недостатній розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури регіону, необхідність модернізації, реконструкції існуючих та будівництва нових закладів розміщення для різних груп відвідувачів;

- відсутність необхідного розвитку індустрії розваг та відпочинку туристів;

- недолік облаштованих за сучасними вимогами місць короткочасного перебування й відпочинку туристів;

- незадовільний стан автомобільних доріг;

- недостатня транспортна доступність туристичних об'єктів;

- занедбаність більшості пам'яток історико-культурної спадщини, недостатність заходів щодо їх збереження та пристосування для туристичних потреб;

- неналежний контроль за охороною природних об'єктів, неефективна діяльність щодо дотримання вимог екологічної безпеки рекреаційних територій;

- відсутність регіонального бренду та належного просування туристичних продуктів регіону.

Причиною цього є відсутність системної регіональної політики розвитку туристичної сфери. Внаслідок цього туристи недостатньо обізнані про туристичні можливості регіону. Так, автомобільні дороги практично не облаштовані об'єктами туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури (інформаційними та рекламними бордами, системою навігації туристів). У місцях концентрації туристів відсутні інформаційно-рекламні матеріали, що сприяли б відвідуванню основних туристичних

атракцій, місць розташування, закладів харчування, туристичних фірм, рекреаційних об'єктів та туристичних маршрутів [59].

Відчувається брак централізованої системної роботи із розвитку екскурсійної діяльності, зокрема підвищення науково-методичного рівня заходів та професійних компетентностей гідів. Відчувається брак сучасних інформаційних продуктів для туристів.

Для стимулювання розвитку туристичної індустрії регіону необхідно керуватися принципами стратегічного планування та наступності, конкретно встановлювати орієнтири із урахуванням перспективних потреб туристичної сфери, застосовувати сучасні механізми бюджетування й контролю за цільовим використанням коштів для досягнення першочергових цілей розвитку.

Для туристичної сфери регіону нагальними є проблеми фінансування розвитку туристичної індустрії та рекреаційних об'єктів, збільшення надходжень з позабюджетних джерел, залучення внутрішніх та іноземних інвестицій, що дасть змогу суттєво підвищити якість регіонального туристичного продукту [64].

Забезпечення активного розвитку туристичної сфери вимагає спрямування регуляторних дій регіональних органів державної влади та місцевого самоврядування у напрямку формування та реалізації нового стратегічного бачення діяльності туристичної індустрії регіону, застосування системного підходу до вирішення нагальних питань її подальшого розвитку із використанням нових підходів та моделей регіональної туристичної політики, які повинні забезпечити підвищену динаміку росту туристичних потоків, залучення нових джерел фінансування туристичної сфери, розвиток і збагачення туристично-рекреаційного потенціалу регіону.

Миколаївська область володіє достатніми природно-рекреаційними ресурсами для розвитку туристичної сфери. Аналіз причин незадовільного стану її розвитку, та ситуації на туристичному ринку, що спостерігається в теперішній час, слід вказати, що головним несприятливим чинником тут

виступає нераціональне, неоптимальне використання наявних рекреаційних ресурсів регіону, брак належної уваги з боку регіональних органів державної влади та місцевого самоврядування влади до туристичної індустрії.

Розроблені у регіоні програми соціально-екологічного розвитку зон відпочинку, розташованих на Чорноморському узбережжі області, не реалізуються, програмні заходи практично не втілюються у життя. Це ж стосується і виконання заходів Програми розвитку туризму та курортів у Миколаївській області на 2016-2020 роки. Неповною мірою реалізуються регіональні програми розвитку туризму через брак фінансових ресурсів для втілення програмних заходів, які повинні були б втілити такі ключові напрями розвитку регіональної сфери туризму:

- удосконалення системи регулювання та управління туристичної сфери регіону;
- розвиток матеріально-технічної бази туризму в регіоні;
- активізація міжнародної співпраці у сфері туризму та рекреації;
- підвищення якості туристичних послуг до світового рівня та розширення їх асортименту;
- покращення транспортного обслуговування туристів, підвищення транспортної доступності туристичних атракцій;
- забезпечення раціонального використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону та об'єктів історико-культурної спадщини;
- покращення інформаційного обслуговування туристів та просування туристичного продукту на ринок;
- активізація інноваційного процесу у туристичній сфері;
- покращення кадрового забезпечення та раціональне використання людського потенціалу галузі.

Це викликає потребу у формуванні сприятливих умов для залучення інвестицій у інвестиційну сферу регіону. Підвищення ефективності туристичної та рекреаційної сфери Миколаївської області вимагає реалізації масштабних інвестиційних програм та проектів, які повинні комплексно

охоплювати розвиток тренувально-спортивної, розважальної, лікувально-оздоровчої та бізнесової інфраструктури, зокрема це стосується побудови нових спортивних площадок, торговельно-розважальних комплексів, оздоровчих центрів, закладів харчування тощо.

Окремо слід зупинитися на перспективах розвитку екологічного туризму у регіоні, що є перспективним сучасним напрямком туристичної активності в усьому світі.

Туристично-рекреаційна інфраструктура регіону є сукупністю засобів, що забезпечують організацію та реалізацію туристично-рекреаційної діяльності. Вона включає в себе такі елементи як транспорт та шляхи сполучення, заклади розміщення й громадського харчування, екологічні й освітні центри, структурні елементи рекреаційного благоустрою та ін. Оцінку стану розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури екотуризму в регіоні доцільно здійснити за такими показниками як:

- кількість та щільність засобів розміщення, що створені та функціонують із дотриманням екологічних вимог;
- транспортна доступність туристичних атракцій;
- наявність різноманітних природних ландшафтів, що приваблюють туристів;
- кількість та щільність розміщення культурно-історичних об'єктів;
- частка території регіону, займана природними заповідниками;
- наявність у регіоні об'єктів екоінфраструктури (центрів екоосвіти, екомаршрутів тощо)

Миколаївська область володіє значними ресурсами та вигідним географічним розташуванням для розвитку екотуризму.

Розвиток екотуризму на території Миколаївського регіону зумовлений такими чинниками:

- наявність у регіоні різноманітних природних об'єктів, що приваблюють туристів;
- наявність кваліфікованого персоналу для організація та реалізації

екскурсійної діяльності;

- розширення мережі туристичних екомаршрутів;
- створення оглядових майданчиків у рекреаційних зонах із необхідними елементами благоустрою;
- здійснення моніторингу та регулювання рекреаційного навантаження;
- можливості розвивати різні форми екотуризму в регіоні (активний, пізнавальний, науковий тощо);
- наявність наукового супроводження, проведення семінарів, конференцій та ін. заходів, що сприяють розвитку екоосвіти та ековиховання.

Потужний потенціал екотуризму у Миколаївській області складають національні природні та ландшафтні парки регіону. З метою розвитку інфраструктури екотуризму на природно-заповідних територіях й об'єктах регіону розширюється екскурсійна діяльність, здійснюється прокладання екомаршрутів та створення оглядових майданчиків.

Зважаючи на природно-географічні умови регіону можна виділити такі перспективні види екотуризму у Миколаївській області: науковий; пізнавальний; пригодницький; подорожі по природоохоронним територіям та сільській місцевості.

Розвиток екотуризму у Миколаївському регіоні вимагає використання наявного інфраструктурного потенціалу туристично-рекреаційної сфери, таких як, засобі розміщення (санаторії, пансіонати, туристичні бази), екомаршрути та ін.

Розвиток туристичної інфраструктури на сільських територіях доцільно також реалізовувати шляхом стимулювання підприємницької активності місцевих мешканців. Це дасть змогу реалізувати потенціал розвитку специфічних видів туризму (кінний, водний, велотуризм, зелені садиби тощо). Ці заходи також сприятимуть розвитку ринку праці, зменшенню безробіття у сільських районах, підвищенню реальних доходів та добробуту населення. При цьому також розвивається ринок збуту агропродовольчої продукції місцевих виробників.

Розвиток зеленого туризму сприяє покращенню благоустрою сільських територій, модернізації та розвитку соціальної інфраструктури.

В теперішній час потенціал розвитку екотуризму в регіоні не реалізований повною мірою, що є особливо відчутним на фоні зростання туристичних потоків на заповідних територіях. З боку відвідувачів висуваються все більш високі вимоги щодо рівня сервісу й умов перебування й проживання.

Основними факторами, що стримують розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури екологічного й сільського туризму є такі:

- недостатня кількість об'єктів, що відповідають сучасним стандартам міні-готелів й кемпінгів;
- недостатність облаштування екомаршрутів, видових площадок, місць зупинок туристів;
- неповнота та недостатня поширюваність інформації про потенціал екотуризму в регіоні територіях;
- низький рівень поінформованості туристів щодо розташування туристичних об'єктів та засобів розміщення;
- недостатня комфортність шляхів сполучення, особливо для пішоходів та велотуристів;
- завищені ціна на деякі послуги при невідповідному рівні якості;
- недостатня кількість туристичних компаній, що спеціалізуються на місцевому та екотуризмі [79].

Розвиток екотуризму сприятиме збільшенню обсягу внутрішнього інвестування. Доходи, отримувані від туристичних послуг мають стати значним джерелом розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури регіону.

Для підвищення попиту на регіональний тур продукт, особливо такий специфічний, як екотуризм, необхідна підготовка кваліфікованих кадрів, зокрема маркетологів.

Отже, Миколаївська область належить до регіонів для яких розвиток

туристичної сфери є одним з найбільш важливих стратегічних напрямів регіонального розвитку.

Ефективне використання природних та культурних ресурсів регіону відкриває можливості для розвитку масового туризму та подолання багатьох ризиків, пов'язаних із цим, особливо небезпек для природного середовища. За таких умов розвиток туризму може зробити значний внесок у соціально-економічний розвиток області та регіонального господарства.

Найважливішими завданнями розвитку туристичної інфраструктури у Миколаївській області є:

- розширення мережі туристичних об'єктів та маршрутів;
- модернізація матеріально-технічної бази туризму;
- удосконалення державного регулювання туристичної діяльності в регіоні, розробка та реалізація дієвих науково обґрунтованих регіональних програм розвитку туристичної сфери;
- створення умов для залучення коштів вітчизняних та іноземних інвесторів;
- створення дієвої системи моніторингу й контролю рекреаційного навантаження на природне середовище регіону.

Збереження та примноження природно-рекреаційних ресурсів регіону, високий рівень розвитку транспорту та сервісу, реалізація зваженої гнучкої цінової політики надають можливість формувати та просувати регіональні туристичні продукти як на внутрішній, так і на міжнародний ринок, що в результаті сприятиме соціально-економічному розвитку області та держави в цілому.

## **2.2. Методичні засади аналізу й оцінювання конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту**

Розуміння сутності та значення туризму у економіці держави та регіону, виявлення шляхів його подальшого розвитку вимагає формування



відповідних методичних підходів, здатних адекватно оцінити всі ключові параметри цієї складної соціально-економічної системи. Для здійснення всебічного аналізу й оцінювання економічного розвитку туристичної сфери регіону повинні бути поставлені й вирішені такі завдання:

- виявлення внеску туристичної сфери у загальну величину ВВП/ВРП, створену у економіці країни/регіону, й визначення місце туризму серед сфер й секторів національного/регіонального господарства; виявлення внеску туризму у сукупні доходи держави й оцінка значення сфери туризму у експорті держави/регіону.

- отримання інформації про частку зайнятих у туристичній індустрії, що дає можливість вирішити питання стратегічного розвитку системи підготовки й перепідготовки галузевих кадрів, виявити резерви підвищення ефективності використання персоналу сфери туризму;

- оцінювання соціально-економічних відносин у галузі з точки зору виробленого й реалізованого туристичного продукту, що дає змогу проаналізувати внутрішню структуру сфери туризму з точки зору внеску окремих секторів й турпродуктів в загальний обсяг доходів туристичної сфери;

- виявлення й оцінювання величини внеску нетуристських секторів у ВВП/ВРП вироблений туристичною сферою. Мова йде про товари й послуги пов'язаних із туристичною сферою секторів (фінансово-кредитні установи, торгівля, транспорт тощо).

- формування цілісного уявлення про розвиток туристичної сфери, що дає змогу підвищити точність стратегічних прогнозів й ефективність рішень й дій органів влади, підприємців й громадськості у розвитку сфери туризму.

На цих засадах повинна бути переосмислена й переглянута структура джерел бюджетного фінансування туристичної сфери та туристичних територій з метою підвищення ефективності галузі.

Базисом економіки туристичної сфери є вироблений, реалізований й спожитий туристичний продукт, Саме туристичний продукт визначає

сутність туристичної сфери та зумовлює її відмінності від інших сфер й секторів економіки. Туристичний продукт є одним із ключових понять у економіці туристичної галузі, розкриває її специфіку й особливості розвитку.

Доцільно розрізняти зміст понять «сукупний» та «інтегративний» туристичний продукт.

Під сукупним туристичним продуктом розуміється набір вироблених й спожитих туристичним потоком товарів й послуг на конкретній території, тобто це загальні натуральні й вартісні характеристики діяльності суб'єктів туристичної сфери.

Інтегративний туристичний продукт враховує взаємозв'язок суб'єктів діяльності туристичної сфери із діяльністю партнерських сфер й секторів, а також взаємозв'язки даної території із суміжними територіями країни. Він характеризує вплив туристичної індустрії на економіку країни, регіону чи населеного пункту, на формування їх бюджетів [85].

Для того, щоб сформувані адекватне уявлення про сутність інтегративного туристичного продукту необхідно розуміти особливості його ринку, алгоритми його створення й споживання у структурі відтворювального процесу, як у рамках регіону чи держави, так і з позицій змінних умов міжнародних ринків. Це ще більш актуалізується в умовах посилення процесів інтернаціоналізації економіки та глобалізації світового господарського простору, у якому туристична сфера відіграє все більш значущу роль. Отже, інтегративний туристичний продукт не лише характеризує сукупність вироблених й реалізованих туристичних товарів й послуг на певній території, але й дозволяє оцінити значення туристичного продукту для економіки держави та регіону, Інтегративний турпродукт характеризує всю систему партнерських відносин туристичної сфери із іншими сфера та секторами господарства країни та регіону, внесок туристичної індустрії у соціально-економічний розвиток регіону, її вплив на рівень і якість життя населення регіону, роль туризму у формуванні бюджетів всіх рівнів. Таке інтегративне розуміння туристичного продукту

дає можливість адекватно оцінювати й аналізувати конкурентоспроможність туристичних продуктів різних регіонів.

Інтегративний туристичний продукт є не просто статистично виявленим туристичним продуктом певного регіону, який виробляється й споживається. Для його виявлення необхідне проведення досліджень щодо його ролі у соціально-економічній системі країни чи регіону, визначення та порівняння його конкурентоспроможності тощо.

Інтегративний туро продукт є всебічно сформованим у самостійну специфічну цілісну споживчу цінність, яка впливає не лише на господарство конкретного регіону, але й на економіку інших регіонів, що беруть участь у змаганні за туристичні потоки.

В теперішній час вкрай необхідне формування правильного уявлення про туристичний продукт та визначення принципів розробки стратегії його виробництва й реалізації. Регіони України не мають чітко визначених стратегій створення й реалізації власного туристичного продукту. Стратегії виробництва й реалізації туристичного продукту заміняються різного роду програми розвитку, які переважно орієнтовані на вирішення окремих проблемних питань території чи населеного пункту, які вважаються актуальними на момент розробки програми. Нажаль, у цілому питання відтворення туристичного продукту, формування довгострокової стратегії його виробництва й реалізації у рамках регіональних програм не розглядаються. А отже, розвиток курортних територій та туристичних дестинацій регіонів часто відбувається хаотично. Яскравим прикладом тут є чорноморські курорти Миколаївської та Херсонської області, забудова яких відбувається хаотично, рішення приймаються безсистемно, що веде до численних порушень у цій сфері.

В умовах сучасного ринку стратегія розвитку курортних територій повинна фокусуватися саме на туристичному продукту, на товарах й послугах, затребуваних туристами [97].

Важливим є те, що в сучасних умовах міжнародної інтеграції

регіональний туристичний продукт має відповідати жорстким вимогам міжнародного рівня.

Основними причинами, що негативно впливають на конкурентоспроможність туристичного продукту Миколаївщини є такі:

- порівняно високі ціни на товари й послуги для туристів;
- низький якісний рівень обслуговування туристів;
- недостатня нерозвиненість транспортного обслуговування та ін.

Характерним є те, що якісні характеристики туристичного продукту зростають значно повільніше, ніж його вартість, що веде до зниження показника конкурентоспроможності.

Слід також зазначити, що у туристичному потоці Миколаївської області незначною є частка осіб середнього й похилого віку, що вказує на наявність такої прогалини у туристичному продукті регіону як лікувальна та реабілітаційна складові. Лікувально-оздоровчі ресурси регіону практично не використовуються. Слід звернути увагу, що розвинених країнах Європи спостерігається ріст інтересу туристів до лікувально-оздоровчих ресурсів, реабілітаційних послуг тощо.

При характеристиці турпродукту Миколаївщини, неможливо не зупинитися на тому факті, що основну частку туристичного потоку складають особи із середнім рівнем доходів. Частка матеріально забезпечених осіб у тури потіці регіону є незначною. Отже, об'єктивно, Миколаївщина - це туристичний напрямок не для високозабезпечених та багатих осіб. Споживачами туристичних ресурсів регіону є представники середнього класу та із доходом нижче середнього. Але, в умовах економічної кризи, останніх років, і цей прошарок може значно скоротитися, що підсилює проблеми реалізації регіонального туристичного продукту.

Сподівання ж на залучення до курортів регіону високозабезпечених туристів є досить примарними, враховуючи неврегульованість питань забудови, відсутність готелів високого класу, недостатній розвиток інженерної та транспортної інфраструктури тощо.

Якщо порівнювати конкурентні позиції миколаївського туристичного продукту із регіонами-конкурентами (насамперед це Одеська та Херсонська області), зокрема по послугах розміщення, то тут в основному домінують негативні чинники. Основними негативними чинниками, що стримують залучення туристичних потоків у регіон є такі:

- економічні чинники – неоптимальне співвідношення цінових та якісних характеристики туристичних послуг;
- фактори безпеки – несприятлива криміногенна ситуація на курортах регіону;
- екологічні чинник - якість водних, повітряних ресурсів у основних місцях концентрації туристів;
- інженерно-технологічні фактори – недостатній розвиток транспортної інфраструктури, міської інфраструктури тощо;
- недостатній рівень якості готельного господарства;
- нерозвиненість багатьох популярних туристичних напрямків (культурний, історичний, сільський, науковий туризм, екотуризм тощо).

Слід також відзначити низький рівень залучення до обслуговування туристичних потоків музеїв, низьку якість й видову обмеженість туристичних розваг, відсутність відомих брендів ресторанних мереж, незадовільний стан пляжів та їх облаштування та ін.

Із скороченням зовнішніх туристичних потоків у 2020 р, конкуренція регіонів за внутрішні тур потоки значно загострилася. Отже, виникла потреба значного підвищення конкурентних позицій миколаївського туристичного продукту й формування для цього сучасного інфраструктурного базису, оскільки наявний себе вже вичерпав.

Важливо, що значна частка тур потоку Миколаївського регіон не враховується офіційною статистикою. Точна кількість туристів, що відвідують регіон не відома, що утруднює завдання формування стратегії розвитку туристичного бізнесу. Існує практика приховання бізнес-структурами, що надають туристичні послуги, реальної картини. У офіційних

звітах також відбуваються маніпуляції із цифрами турпотоків.

Слід також констатувати, що зміст й обсяги миколаївського туристичного продукту неповною мірою відповідають реальному платоспроможному попиту з боку туристів. Про це свідчить той факт, що левова частка витрат туристів припадає на базові послуги, тобто транспорт, розміщення й харчування. Цільові витрат на лікувально-оздоровчі процедури, екскурсійне обслуговування, різноманітні розваги займають незначну частку. Отже, навіть за наявності реального платоспроможного попиту туристичний продукт Миколаївського регіону залишається не реалізованим. Насамперед це відбувається через доволі низький технологічний рівень туристичного продукту регіону та його основних складових.

Підсумовуючи вказані негативні фактори та тенденції, слід сказати, що при існуючому стані й якості туристичного продукту Миколаївської області, просте екстенсивне нарощування туристичного потоку не дасть результатів для розвитку туристичної індустрії та курортно-рекреаційних територій регіону. Реальний розвиток вимагає забезпечення випереджального підвищення технологічного рівня туристичного продукту регіону, в той час як просте нарощування кількості відвідувачів може навіть погіршити соціальну, економічну й природоохоронну ситуацію в області.

Отже, в теперішній час в Миколаївській області, як в цілому в Україні, ще не сформована ефективна система регулювання процесів формування й реалізації туристичного продукту, зокрема на регіональному та місцевому рівнях.

Україна, на жаль, продовжує розвивати імпорту туристичних продуктів інших країн, тобто споживання товарів і послуг іноземних туристичних центрів. При цьому туристи вивозять й вкладають кошти у туристичні сфери інших країн.

Отже, у понятті туристичного продукту, з точки зору його кількісних характеристик та якісного наповнення, знаходять відображення сукупні

результати діяльності всієї туристичної сфери та пов'язаних сфер й секторів регіональної економіки.

Туристичний продукт, як сукупний результат діяльності підприємств й організацій туристичної індустрії та пов'язаних сфер й секторів має повною мірою та із випередженням задовольняти вимоги туристів, тобто формувати необхідні передумови до відтворення туристичних потоків у регіоні з метою реабілітаційної й розвиваючої активності людей у їхній вільний час поза межами їх робочого простору.

У процесі створення й реалізації туристичного продукту від має сприяти формуванню необхідних умов для розширеного відтворення всього господарства регіону, а також збереження його екосистеми.

Туристичний продукт має володіти такими властивостями:

- повною мірою відповідати напрямкам розвитку й специфіці економіки туристичної сфери, яка нині є однією з провідних сфер глобальної економіки.

- забезпечувати життєдіяльність підприємств, організацій та працівників, що беруть участь у створенні й реалізації туристичного продукту. Тобто, туристичний продукт має забезпечувати стабільність діяльності та прогресивний розвиток всіх підсистем регіону (соціальної, економічної, екологічної тощо) у межах яких відбувається його виробництво й реалізація. Інакше це може привести до регресу у цих системах та зникненню передумов для забезпечення відтворення туристичного продукту.

- бути високотехнологічним, тобто створюватися із використанням сучасних технологій. З цієї точки зору, головною складовою й основним ресурсом формування туристичного продукту стає інтелектуальний потенціал регіону. Брак інтелектуального капіталу багато в чому визначає кризу ефективності інвестицій у туристичну сферу України. Нагромадження інтелектуального потенціалу може зсунути з місця процес розвитку туристичної сфери, забезпечити процес розширеного відтворення у галузі із урахуванням сучасних вимог. Для цього необхідне залучення й використання

всіх доступних природно-кліматичних, соціокультурних, історичних, техніко-технологічних й людських ресурсів.

- бути конкурентоспроможним, тобто володіти всіма необхідними економічними властивостями, які забезпечують його життєдіяльність на туристичному ринку. Це означає, що туристичний продукт регіону має оптимально поєднувати такі базові характеристики товару, як собівартість, продажна ціна, адекватно відображати вартість витрачених на його створення ресурсів (природних, матеріальних, енергетичних, засобів виробництва, людських та ін.), задовольняти реальний платоспроможний попит туристів за кількісними та якісними показниками, забезпечувати достойний рівень оплати праці виробникам туристичного продукту та ін.

- бути прозорим на всіх стадіях створення, реалізації та споживання, тобто надавати суспільству необхідну інформацію для обліку й аналізу. Неможна допустити підвищення частки тіньового сектору у туристичній сфері, оскільки у південних регіонах України в теперішній час і так значна кількість обігу туристичного продукту не обліковується, що не дає можливості ефективно регулювати процеси його створення й реалізації, Тіньовий сектор туристичної сфери не лише породжує корупційні ризики але й дезорганізує систему її регулювання [60].

Отже, сукупною характеристикою, що узагальнює ключові економічні властивості туристичного продукту конкретного регіону чи території як товару, визначає його можливість бути представленим на ринку, є його конкурентоспроможність.

Підсумовуючи сказане слід вказати, що в теперішній час туризм поступово набуває характерних специфічних рис постіндустріального способу виробництва. При цьому туристичний продукт характеризує результати діяльності туристичної сфери регіону як територіально-галузевого комплексу, який є базисом для розширеного відтворення туристичних потоків. Туристичний продукт повинен одночасно задовольняти зріслі потреби споживачів та забезпечувати адекватний рівень матеріального



стимулювання його виробників.

Матеріально-організаційним базисом туристичної сфери регіону, яка виробляє та реалізує туристичний продукт, є курортний, розважальний, культурно-історичний й інші види територіально-галузевих комплексів із туристичною складовою. У південних регіонах України переважає саме туристично-курортний територіально-галузевий комплекс, який є сукупністю конкретних підприємств й організації.

Серед способів одержання підприємствами туристичної сфери конкурентних переваг на ринку, найбільш ефективним є позиціонування туристичного продукту. Головними факторами, що визначають конкурентні переваги у туристичній сфері є комплексність та якість послуг, що визначає рівень задоволення потреб споживачів, відповідність отриманих послуг їх очікуванням.

За останні роки значно змінилися вимоги туристів-споживачів. Вони почали висувати більш високі вимоги до якості туристичного продукту, бажають отримувати комфортні умови відпочинку.

Розуміння цільових настанов клієнтів, мотивів їх туристично-рекреаційної активності дає змогу забезпечити відповідність пропозиції туристичного продукту попиту на нього й, у наслідку, підвищити конкурентоспроможність як окремих підприємств, так і туристичної сфери регіону в цілому шляхом задоволення потреб клієнтів в певних регіональних туристичних продуктах.

Для формування методичних засад аналізу й оцінювання конкурентних позицій регіонального туристичного продукту доцільно виходити із концепції туристичного продукту як певної сукупності властивостей, які визначають його корисність й формують цінність продукту в очах споживача, тобто, привабливість для туриста. Застосування такого підходу до туристичного продукту з точки зору його сприйняття споживачами дозволяє найбільш достовірно оцінити його як товар, а також завчасно визначити перспективні напрямки зміни поведінки споживачів.

З позицій уявлення туристичного продукту як сукупності його споживчих характеристик, він може бути визначений як мультиатрибутивний товар, що дає можливість представити й описати туристичний продукт мультиатрибутивною моделлю. Базовими положеннями цієї моделі є такі:

- споживачі сприймають конкретний туристичний продукт як набір його характеристик, важливість яких визначається складним набором об'єктивних й суб'єктивних чинників. При виборі туристичного продукту споживачі більше уваги звертають на його недоліки;

- для різних споживачів вагомість різних характеристик може суттєво відрізнятися. З методичної точки зору можна оцінювати розходження між вагомістю різних характеристик туристичного продукту, їх специфічністю та акцентуванням. Найбільш важливими характеристиками туристичного продукту є ті, які найперше сприймаються потенційним споживачем, коли він оцінює привабливість продукту;

- при виборі туристичного продукту споживачі керуються певними уявленнями про наявність тих чи інших характеристик у нього. Уявлення споживачів формуються під впливом власного досвіду про характеристики товару, що не є об'єктивною оцінкою, оскільки уявлення конкретної особи можуть формуватися в результаті виборчого сприйняття та/або несвідомого перекручування фактів;

- споживач свідомо чи несвідомо оцінює корисність кожної ключової характеристики туристичного продукту як товару. Корисність (за Нейманом й Моргенштерном) описується функцією корисності, яка характеризує рівень очікуваного задоволення від споживання самого товару та його конкретних характеристик-атрибутів. Формування в товару «виграшної» комбінації ключових характеристик із найбільшим рівнем корисності робить його найбільш привабливим з точки зору споживача;

- при присвоєнні рівня корисності кожній характеристиці туристичного продукту, споживачі ототожнюють рівень задоволення (корисності) із рівнем наявності в товарі певної характеристики;

- ставлення споживачів до туристичного продукту базується на інформації, що була сприйнята та запам'ятована ними;

- ставлення споживачів до різних туристичних продуктів формується в результаті здійсненого їм свідомого чи несвідомого оцінювання. Корисність є суб'єктивною величиною, а отже, кожен споживач робить свою оцінку по-різному [48].

Мультиатрибутивна модель туристичного продукту структурно формується з набору елементів, наведених у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

## Складові мультиатрибутивної моделі туристичного продукту\*

| Об'єктивні властивості – описують реальність | Атрибутивні характеристики | Оцінка характеристик  |                        | Споживча цінність |                    |
|--|----------------------------|-----------------------|------------------------|-------------------|--------------------|
|  |                            | Вагомість (пріоритет) | Наявність (сприйняття) | Частки корисності | Сукупна корисність |
|  |                            |                       |                        |                   |                    |
| $B2i \dots$                                  | $X2$                       | $P2$                  | $H2$                   | $U2$              |                    |
| $\dots$                                      | $\dots$                    | $\dots$               | $\dots$                | $\dots$           |                    |
| $Bni \dots$                                  | $Xn$                       | $Pn$                  | $Hn$                   | $Un$              |                    |

\*Складено автором

Для отримання інформації про об'єктивні властивості туристичного продукту необхідно використовувати його технічний та/або економічний опис. Характеристики-атрибути можуть бути виявлені у процесі спеціальних досліджень туристичного продукту. Оцінювання вагомості характеристик здійснюється за шкалою відносин, наявність характеристик – за інтервальною шкалою. Результативна (інтегральна модель) туристичного продукту формується з складових корисності та загальної його корисності.

Поєднуючи елементи моделі у різних комбінаціях можна отримати вимір споживчої привабливості туристичного продукту з точки зору конкретного споживача, тобто оцінити корисність, яку приписує регіональному туристичному продуктові конкретний турист.

Атрибутивна характеристика туристичного продукту визначає вигоду, корисність, яку бажає отримати клієнт від споживання продукту.

Атрибутивні характеристики власне й створюють туристичну послугу, а також визначають рівень задоволення, яке очікує отримати клієнт, що і є основним критерієм вибору туристичного продукту.

Значення й цінність атрибутивної характеристики для окремої людини визначається поєднанням двох основних факторів, які й формують базис оціночної системи: вагомість (пріоритет) характеристики й сприйняття її наявності. Суб'єктивна оцінка цінності окремих атрибутивних характеристик продукту різними споживачами характеризує сукупну корисність цієї атрибутивної характеристики. Вона визначається як добуток сприйняття присутності і важливості (пріоритету) характеристик.

$$U_{ji} = P_{ji} * H_{ji} \quad (2.1)$$

де  $U_{ji}$  – індивідуальна корисність характеристики  $i$  з точки зору  $j$ -особи,

$H_{ji}$  – оцінка сприйняття наявності у туристичному продукті характеристики  $i$  особою  $j$ ,

$P_{ji}$  – оцінка пріоритету характеристики  $i$  для особи  $j$ .

Сукупна корисність туристичного продукту з точки зору окремого туриста оцінюється як сума корисностей, які він приписує характеристикам продукту.

$$U_{jy} = P_{j1}H_{j1} + P_{j2}H_{j2} + \dots + P_{jy}H_{jy} = \sum_{i=1}^y P_{ji}H_{ji} \quad (2.2)$$

де:  $U_{jy}$  – сукупна корисність туристичного продукту з точки зору індивіда  $j$ ;

$H_{ji}$  - оцінюваний особою  $j$  рівень наявності характеристики  $i$  у туристичному продукті, балів;

$P_{ji}$  – оцінка вагомості (пріоритету) характеристики  $i$  для особи  $j$ ;

$y$  – кількість визначальних атрибутивних характеристик у туристичному продукті.

Ґрунтуючись на гіпотезі, що атрибутивні характеристики туристичного продукту є самостійними та жорстко не пов'язаними, можна сформулювати

інтегративну модель його корисності.

$$CЗ_{jy} = \frac{U_{ji}}{CO_{ji}} \quad (2.3)$$

де  $CЗ_{ji}$  – інтегрований показник корисності або рівень задоволеності  $j$ -споживача у-м числом характеристик туристичного продукту;

$CO_{ji}$  - сума оцінок вагомості характеристик туристичного продукту для індивіда  $j$  визначається за формулою:

$$CO_{ji} = \Pi_{j1} + \Pi_{j2} + \dots + \Pi_{jy} = \sum_{i=1}^y \Pi_{ji} \quad (2.4)$$

Отже, сума корисностей, тобто добутків вагомості на оціночний рівень наявності характеристики, у-го числа атрибутивних характеристик туристичного продукту слід віднести до суми рівнів вагомості у-го числа характеристик туристичного продукту.

Використання такого підходу до оцінки туристичного продукту дає можливість визначити середні показники сукупної корисності всіх характеристик туристичного продукту ( $CЗ_{сер}$ ). Цей критерій характеризує конкурентоспроможність туристичного продукту. Він дозволяє з точки зору споживача оцінити та проаналізувати привабливість як регіонального туристичного продукту в цілому, так і основних його складових:

- загальний стан туристичного обслуговування;
- якість засобів розміщення;
- якість харчування;
- якість екскурсійного обслуговування, розваг та інших додаткових послуг.

Слід відзначити, що загальна оцінка туристичного продукту має насамперед інформативне значення, характеризуючи оцінку споживачем всієї сукупності характеристик туристичного продукту. Більш важливою є оцінка складових туристичного продукту, яка дає уявлення про складові його конкурентоспроможності, що дає змогу приймати рішення щодо покращення тих чи інших визначальних характеристик регіонального туристичного

продукту:

$$CЗсер = \sum_{i=1}^y CЗ_{серi} \quad (2.5)$$

Отримані дані щодо оцінювання конкурентоспроможності представлених туристичних продуктів в регіоні дають можливість визначити загальну оцінку конкурентоспроможності регіональної туристичної сфери.

На відміну від вихідних суб'єктивних оцінок з точки зору окремих споживачів, таку оцінку можна вважати об'єктивною, оскільки вона ґрунтується на середньозважених показниках, що дає можливість привести суб'єктивні оцінки споживачів до прийняттого для аналізу об'єктивного вигляду. Вище значення показника ступеня задоволеності туристичним продуктом регіону свідчить про більш високу ймовірність його вибору клієнтом - туристом.

Аналіз й оцінювання показників конкурентоспроможності туристського продукту регіону дає можливість визначати та обґрунтовувати основні стратегічні напрямки розвитку діяльності регіональної туристичної сфери, на засадах підвищення її конкурентних позицій на внутрішньому та міжнародному рівнях.

### **2.3. Моделі функціонування регіонального туристичного ринку**

У процесі свого розвитку туристична сфера зазнала значних змін, виникли нові напрямки, тривають процеси трансформації регіональних туристичних ринків та їх інтеграції у світовий господарський простір. Туристичний ринок регіону характеризує складну сукупність соціально-економічних процесів й специфічних відносин у сфері обміну між організаціями, що надають туристичні послуги, та їх споживачами - туристами.

Функціонування регіонального туристичного ринку передбачає, що сукупність підприємств й організацій туристичної сфери регіону вступають у

взаємини із споживачами у процесі створення, просування й реалізації туристичних продуктів. Туристична послуга є специфічним видом соціально-економічної діяльності, націленим на отримання корисного ефекту, при задоволенні потреб споживачів, власників бізнесу, працівників, держави, суспільства, регіону та природного середовища [19].

Регіональний туристичний ринок – це особливе соціально-економічне явище, складний механізм, який узгоджує попит та пропозицію та забезпечує реалізацію туристичних послуг в межах території певного регіону.

Звичайно, туристичний ринок кожного регіону є специфічним, він має низку особливостей, що відрізняють його від інших регіональних ринків туристичних послуг.

Отже, виникає необхідність моделювання процесів розвитку регіонального туристичного ринку на засадах системного підходу. Така модель дає можливість планувати й прогнозувати процеси сталого розвитку туристичної сфери регіону, визначати її проблемні складові та оцінювати рівень використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону.

Концептуальна модель розвитку регіонального туристичного ринку наведена на рис. 2.3.

Дана модель є універсальною й може використовуватись для дослідження стану та структури туристичних ринків різних регіонів України.

Структура моделі розвитку регіонального туристичного ринку складається із таких основних блоків:

- блок регіонального туристичного ринку, до складу якого входять основні й допоміжні функціональні підсистеми;
- блок встановлення цілей.

До складу основних підсистем блоку регіонального туристичного ринку входить власне ринковий механізм (попит, пропозиція, конкуренція), який забезпечує зв'язок між підприємствами туристичної сфери регіону й туристами - споживачами туристичних послуг.

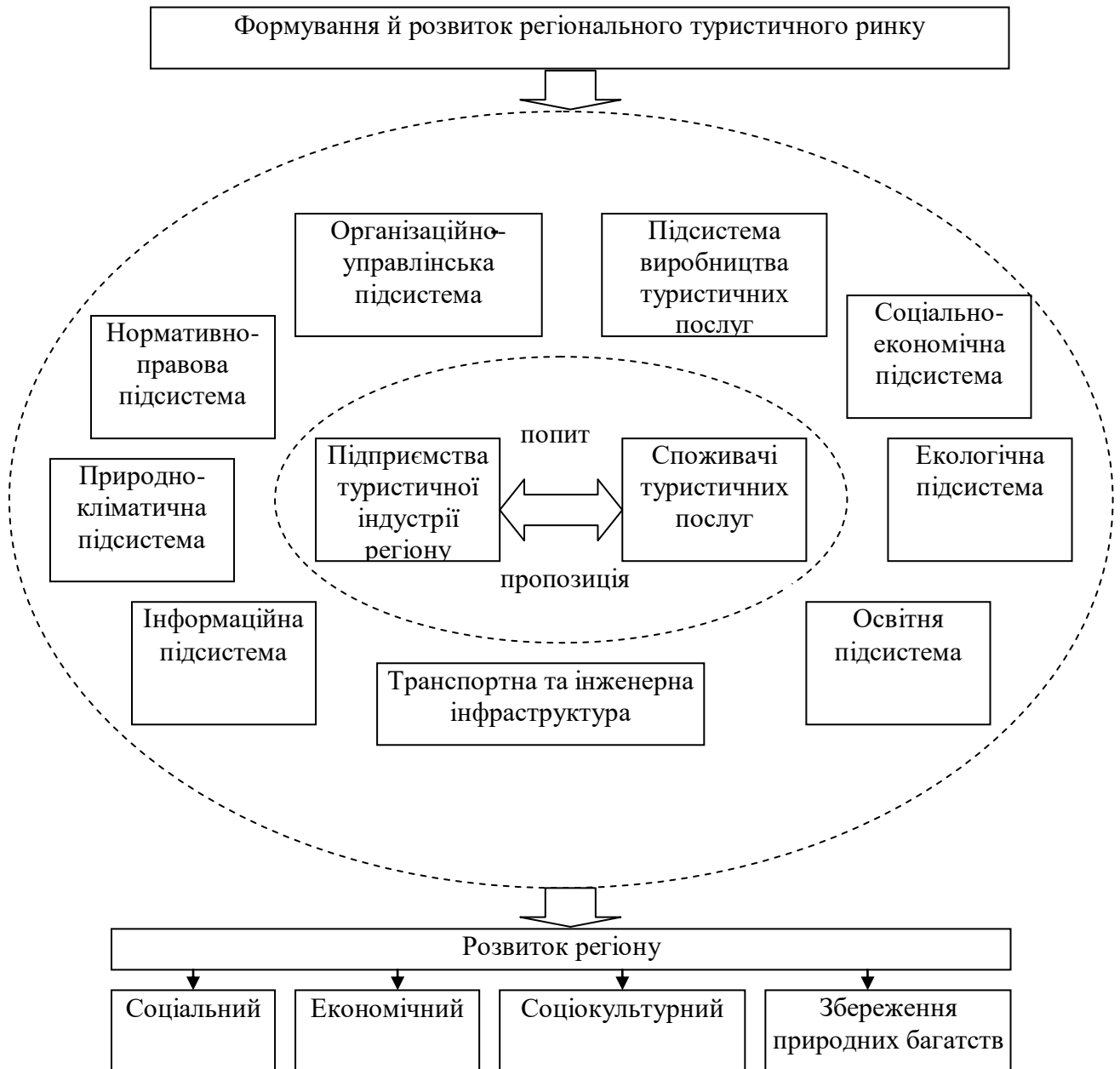


Рис. 2.3. Концептуальна модель розвитку регіонального туристичного ринку\*

\*Розробка автора

До складу допоміжних (функціональних) підсистем, що забезпечують дію ринкового механізму належать: нормативно-правова підсистема, організаційно-управлінська підсистема, підсистема виробництва туристичних послуг, соціально-економічна підсистема, природно-кліматична підсистема, екологічна підсистема, транспортна та інженерна інфраструктура, інформаційна підсистема та освітня підсистема.



Головною метою розвитку регіонального туристичного ринку є забезпечення сталого соціального, економічного, соціокультурного розвитку регіону, збереження та збагачення його природно-ресурсного потенціалу. На основі наведеної моделі туристичного ринку регіону можна оцінювати ефективність та повноту використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону.

Для досягнення поставлених цілей необхідне формування ефективного регіонального організаційно-економічного механізму розвитку туристичного ринку. Цей механізм повинен враховувати специфіку регіонального туристичного ринку, виконувати завдання регулювання ринку із метою досягнення прогнозованих результатів, всебічно сприяти реалізації соціально-економічного розвитку регіону, а також національної туристичної сфери.

Розвиток регіональних туристичних ринків дасть змогу сформувати в Україні сучасну, ефективну й конкурентоспроможну туристичну галузь, здатну забезпечити задоволення зрослих потреб українських й зовнішніх туристів, а також зробити вагомий внесок у соціально-економічний розвиток регіонів та країни в цілому [32].

Дієвим інструментом розвитку туристичного ринку регіону та ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу території є механізм, наведений на рис. 2.4.

Механізм регулювання регіонального туристичного ринку складається з трьох взаємопов'язаних блоків:

- регулюючий блок - нормативно-правове регулювання й встановлення цілей;
- блок розвитку - блок регіональні механізми регулювання розвитку туристичного ринку;
- інформаційно-аналітичний блок забезпечення - блок інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку регіонального туристичного ринку.

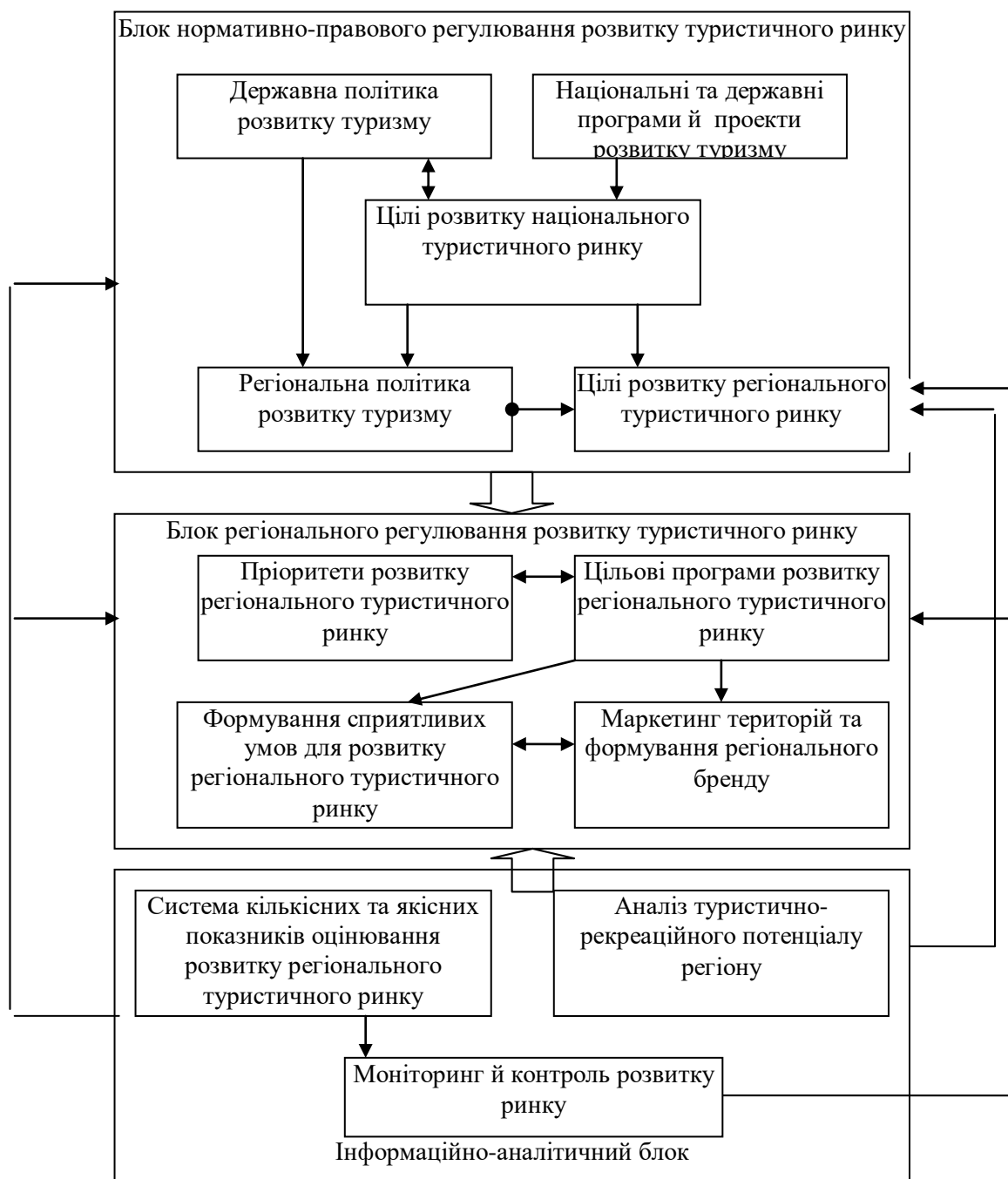


Рис. 2.4. Механізм регулювання розвитку регіонального туристичного ринку\*

\*Складено автором

Розвиток складових, вхідних у регулюючий блок та блок забезпечення відкривають можливості для активізації розвитку самого ринку туристичних послуг регіону, дозволяє зробити оптимальний вибір та обґрунтувати пріоритети стратегічного розвитку туристичної сфери регіону, реалізувати функцію моніторингу й контролю за ходом реалізації регіональних цільових

програм у туристичній сфері, створити дієву регіональну систему туристичного маркетингу й максимально задіяти туристично-рекреаційний потенціал території.

Модель регулювання процесів функціонування туристичної сфери регіону із урахуванням специфіки регіонального туристичного ринку показана на рис. 2.5.



Рис. 2.5. Модель регулювання процесів функціонування туристичної сфери регіону\*

\*Розробка автора

Базисом наведеної моделі є система управління, яка є сукупністю керуючої і керованої підсистем та їх взаємодій та взаємозв'язку. З цих позицій на всіх рівнях виділяються підсистеми: нормативно-правова, об'єкти управління та суб'єкти управління.

Регулювання процесів функціонування туристичної сфери є впливом суб'єкта на керовані об'єкти, що є структурними елементами туристичного ринку, а також суспільно-економічні відносини, які виникають у процесі цього керуючого впливу й розвитку туристичної сфери регіону. Керуючі суб'єкти здійснюють вплив на об'єкти управління на основі, яку формує нормативно-правова підсистема. Одна, суб'єкти управління одночасно є об'єктами управління для суб'єктів більш високого порядку. Між ними налагоджений зворотний зв'язок.

Модель регулювання процесів функціонування туристичної сфери регіону створюється із метою удосконалення структури механізму регулювання туристичною індустрією на всіх рівнях (національному, регіональному та макрорівні) на засадах наукового узагальнення, формалізації та уточнення складу об'єктів управління.

Використання цієї моделі дає змогу зробити обґрунтований вибір стратегічних напрямів розвитку туристичної сфери, об'єктів й суб'єктів управління регіональним ринком туристичних послуг шляхом удосконалення нормативно-правової, соціально-економічної та організаційно-управлінської підсистем туристичної індустрії.

Для характеристики соціально-економічного потенціалу й ефективності функціонування туристичної сфери регіону необхідна адекватна система кількісних та якісних показників, які всебічно характеризують регіональний туристичний ринок. Така оціночна система має стати структурним елементом інформаційно-аналітичної та маркетингової підсистем регулювання туристичної сфери регіону. Вона повинна описувати рівень розвитку туристичної індустрії регіону та регіонального ринку туристичних послуг, а також їх ключові підсистеми.

Методика оцінювання ефективності розвитку туристичної сфери регіону також необхідна для виконання завдань моніторингу й контролю процесів.

Слід вказати на недоліки існуючих в теперішній час систем оцінювання розвитку туризму в регіонах України, зокрема використовуваної органами офіційної статистики. Слід відзначити, що у цих методиках використовується дуже обмежена кількість оціночних показників, які переважно носять загальний характер та не враховують специфіку розвитку регіону, що вказує на недостатній рівень розвитку інформаційно-аналітичної підсистеми регулювання туристичної сфери регіону, брак необхідної інформації для обґрунтованого прийняття управлінських рішень у сфері розвитку туризму.

Інформаційно-аналітична й маркетингова підсистеми мають ґрунтуватися на застосуванні системи кількісних та якісних показників, яка надає можливість здійснювати аналіз й оцінювання процесів розвитку туристичної сфери регіону для надання необхідної інформації організаційно-керуючій підсистемі про резерви розвитку й слабкі місця керованої підсистеми, для прийняття ефективних рішень та моніторингу їх виконання.

Склад показників такої аналітичної системи показаний у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Склад системи кількісних та якісних показників розвитку туристичної сфери регіону\*

| №  | Показники соціально-економічного розвитку та інвестиційної привабливості регіону | Показники розвитку туристичної сфери регіону                                       | Показники стану природно-кліматичної й екологічної підсистем регіону | Показники розвитку туристичної інфраструктури              | Показники, ефективності нормативно-правової, соціально-економічної та організаційно-управлінської підсистем регулювання |
|----|--|--|--|--|---|
| 1. | ВРП, млн. грн.   | Кількісна характеристика внутрішніх та в'їзних туристичних потоків у регіоні, чол. | Кількість природних атрактивних туристичних об'єктів в регіоні, шт.  | Рівень сервісного обслуговування туристів в регіоні, балів | Рівень розвитку нормативно-правової бази регулювання туристичної сфери  |

## Продовження таблиці 2.8

|     |   |  |   |   |  |
|-----|---|--|---|---|--|
| 2.  | Чисельність населення регіону, чол.                                       | Середня сума грошей, що «залишає» турист у регіоні, грн.                         | Загальна площа природних туристичних ландшафтів, природних парків, заповідників тощо, км <sup>2</sup> | Рівень соціокультурного розвитку регіону в загальноукраїнському масштабі, балів | Рівень розвитку організаційно-методичної бази туристичної сфери                      |
| 3.  | Чисельність зайнятих у господарстві регіону, чол.                         | Середня кількість днів перебування туристів в регіоні, днів                      | Площа водойм, км <sup>2</sup>   | Рівень соціокультурного розвитку регіону в міжнародному вимірі, балів           | Ефективність регулювання туристичної сфери регіону                                   |
| 4.  | Кількість діючих підприємств у регіоні, шт.                               | Кількість підприємств й організацій туристичної індустрії регіону, шт.           | Довжина берегової лінії, км   | Рівень розвитку індустрії розваг та відпочинку, балів                           | Ефективність реалізації регіональних цільових програм у сфері туризму                |
| 5.  | Обсяг виробництва промислової та аграрної продукції в регіоні, млн. грн.  | Обсяг платних послуг, наданих у сфері туризму, млн. грн.                         | Площа природоохоронних територій, км <sup>2</sup>   | Рівень розвитку спортивно-оздоровчої інфраструктури, балів                      | Ефективність маркетингу туристичної сфери регіону                                    |
| 6.  | Обсяг роздрібного товарообігу в регіоні, млн. грн.                        | Середньорічна кількість осіб, зайнятих у туристичній сфері регіону               | Тривалість курортного сезону, днів.   | Рівень міжнародної транспортної доступності туристичних дестинацій регіону      | Ефективність регіонального туристичного бренду                                       |
| 7.  | Обсяг бюджетного фінансування регіону, млн. грн.                          | Середній рівень заробітної плати у туристичній індустрії, грн.                   | Середні показники температури повітря та води у курортний сезон, град.                                | Рівень внутрішньої транспортної доступності туристичних дестинацій регіону      | Ефективність використання інформаційних технологій у сфері туризму                   |
| 8.  | Загальний обсяг надходження інвестицій у господарство регіону, млн. грн.  | Сумарні надходження від реалізації туристичних послуг в регіоні, млн. грн.       | Середні показники вологості повітря, %  | Рівень розвитку транспортної інфраструктури регіону, балів                      | Ефективність організаційної структури регулювання туристичної сфери                  |
| 9.  | Обсяг прямих іноземних інвестицій у господарство регіону, млн. грн.       | Кількість виїзних туристів у інші регіони та країни, чол.                        | Рівень забруднення повітря в регіоні, % концентрації забруднюючих речовин                             | Рівень безпеки туристів в регіоні, балів  | Бюджетна ефективність туристичної сфери  |
| 10. | Середній строк окупності інвестиційних проектів у регіоні, років          | Обсяги податкових надходжень до бюджету регіону від туристичної сфери, млн. грн. | Рівень забруднення води в регіоні, % концентрації забруднюючих речовин                                | Ефективність використання природно-ресурсного потенціалу регіону                | Рівень розвитку підсистеми моніторингу туристичної сфери                             |
| 11. | СЕР <sub>11</sub> . Загальний обсяг заощаджень громадян регіону, млн грн. | РОТУ <sub>11</sub> . Середній строк окупності інвестицій у сфері туризму, років  | ПКЭ <sub>11</sub> . Кількість екологічно небезпечних об'єктів, шт.                                    | ІР <sub>11</sub> . Рівень інформаційного розвитку                               | ПУ <sub>11</sub> . Рівень системи підготовки й перепідготовки кадрів у сфері туризму |

\*Згруповано автором

Наведена система кількісних та якісних оціночних показників рівня розвитку туристичної сфери регіону є універсальною. Вона повною мірою враховує специфіку регіонального розвитку й може бути деталізована на підгрупи часткових показників, які дозволяють отримати більш детальну оцінку реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону. Пропонована система показників оцінки розвитку туристичної сфери регіону дає можливість здійснювати моніторинг й контроль тенденцій розвитку туристичної індустрії та регіонального туристичного ринку, а також здійснювати стратегічне планування й прогнозування розвитку туризму.

Можлива побудова інтегрального показника розвитку туристичної сфери регіону на засадах встановлення вагомості кожного з наведених індикаторів та їх змістових груп. Для цього доцільно використовувати експертні методи.

Для загального оцінювання розвитку туристичної сфери регіону можна користуватися описом рівнів ефективності, наведеним у табл. 2.9.

Ключові цілі розвитку регіонального туристичного маркетингу повинні відповідати стратегічним напрямкам соціально-економічного розвитку регіону й втілюватися у кінцевих показниках функціонування туристичної індустрії.

Завдання підсистеми регіонального туристичного маркетингу та його специфіка визначаються ходом процесу розвитку господарства регіону, а ступенем єдності та інтегрованості регіональних ринків.

Розвиток туристичного маркетингу має відбуватися за рахунок активізації суспільно-політичної та соціально-економічної діяльності, що передбачає розроблення, реалізацію й моніторинг галузевих цільових програм у сфері туризму, націлених на посилення привабливості соціокультурного простору регіону, формування сприятливого туристичного іміджу регіону й регіонального бренду.

Таблиця 2.9

## Характеристика рівнів ефективності розвитку туристичної сфери регіону\*

| Рівень ефективності | Опис рівнів ефективності розвитку туристичної сфери регіону   | Рішення  |
|---------------------|---|--|
| Високий             | Відзначається висока результативність цільових регіональних програм розвитку туризму.<br>Наявна розвинена туристична інфраструктура.<br>У регіоні високорозвинена інформаційно-аналітична та маркетингова підсистеми туристичної сфери, розроблений регіональний бренд. | Підтримка існуючого стану  |
| Середній            | Не повною мірою реалізований туристично-рекреаційний потенціал регіону.   | Необхідне коректування стратегії розвитку туристичної сфери регіону  |
| Низький             | Низька результативність цільових регіональних програм у сфері туризму.<br>Нерозвиненість інформаційно-аналітичної підсистеми туристичної сфери.<br>Низька ефективність маркетингу.  | Необхідний докорінний перегляд стратегії розвитку туристичної сфери та радикальна реорганізація організаційно-управлінської підсистеми туристичної сфери, зміна організаційно-економічного механізму регулювання |

\*Згруповано автором

Як видно з наведеної системи показників, одне з ключових місць у ній займає підсистема маркетингу туристичної сфери регіону. Отже, однією з найбільш важливих передумов розвитку туристичної сфери регіону, на наш погляд, є розвиток підсистеми маркетингу.

Створення й розвиток ефективної підсистеми регіонального туристичного маркетингу передбачає застосування сучасних інноваційних систем маркетингової інформації й використання засобів віртуального маркетингу. Інтеграція інформаційних ресурсів, забезпечення ефективного обміну інформацією є найбільш важливим та перспективним напрямком розвитку ринку туристичної послуг в нинішніх умовах. Ефективне регулювання туристичної сфери регіону та регіонального туристичного ринку вимагає розроблення ефективної інформаційної системи прийняття



управлінських рішень.

Ефективне управління просуванням регіонального туристичного продукту на національному та міжнародному ринках є головною передумовою сталого розвитку економіки регіону.

Описана система оціночних показників є універсальною й може бути використана для обґрунтування управлінських рішень у сфері регулювання розвитку туристичної сфери всіх регіонів країни.

Модель регулювання розвитку туристичної сфери регіону, яка має у складі алгоритм формування й реалізації цільових галузевих програм показана на рис. 2.6.

Наведена концептуальна модель передбачає сегментацію дій щодо формування комплексу цільових програм розвитку туристичної сфери. Застосування внутрішнього алгоритму дозволить сформувати комплекс цільових галузевих програм розвитку туристичної сфери регіону, Цей комплекс структурно складається з трьох рівнів, які є взаємопов'язаними за ресурсним забезпеченням, виконавцями робіт, строками реалізації програмних заходів за блоками: НДДКР, виробництво, соціально-економічні заходи, екологія, організаційно-управлінські заходи, нормативно-правовий базис та ін. Дія алгоритму націлена на ефективну реалізацію ключових завдань розвитку туристичної сфери регіону.

Зміст регулювання розвитку туристичної сфери визначається, перш за все, цілями розвитку держави та її регіонів, а також механізмами й інструментами впливу, якими володіють державні органи влади та органи місцевого самоврядування.

Головну мету регулювання розвитку туристичної сфери доцільно визначити як формування конкурентоспроможної туристичної сфери, здатної задовольнити потреби українських й іноземних громадян у туристичних послугах та зробити внесок у соціально-економічний розвиток країни та регіонів шляхом забезпечення податкових надходжень до бюджетів всіх рівнів, збереження історико-культурної спадщини та природних багатств,

підтримки іміджу України, розвитку міжнародних економічних, соціальних, політичних та ін. зв'язків країни, збільшення кількості зайнятих.

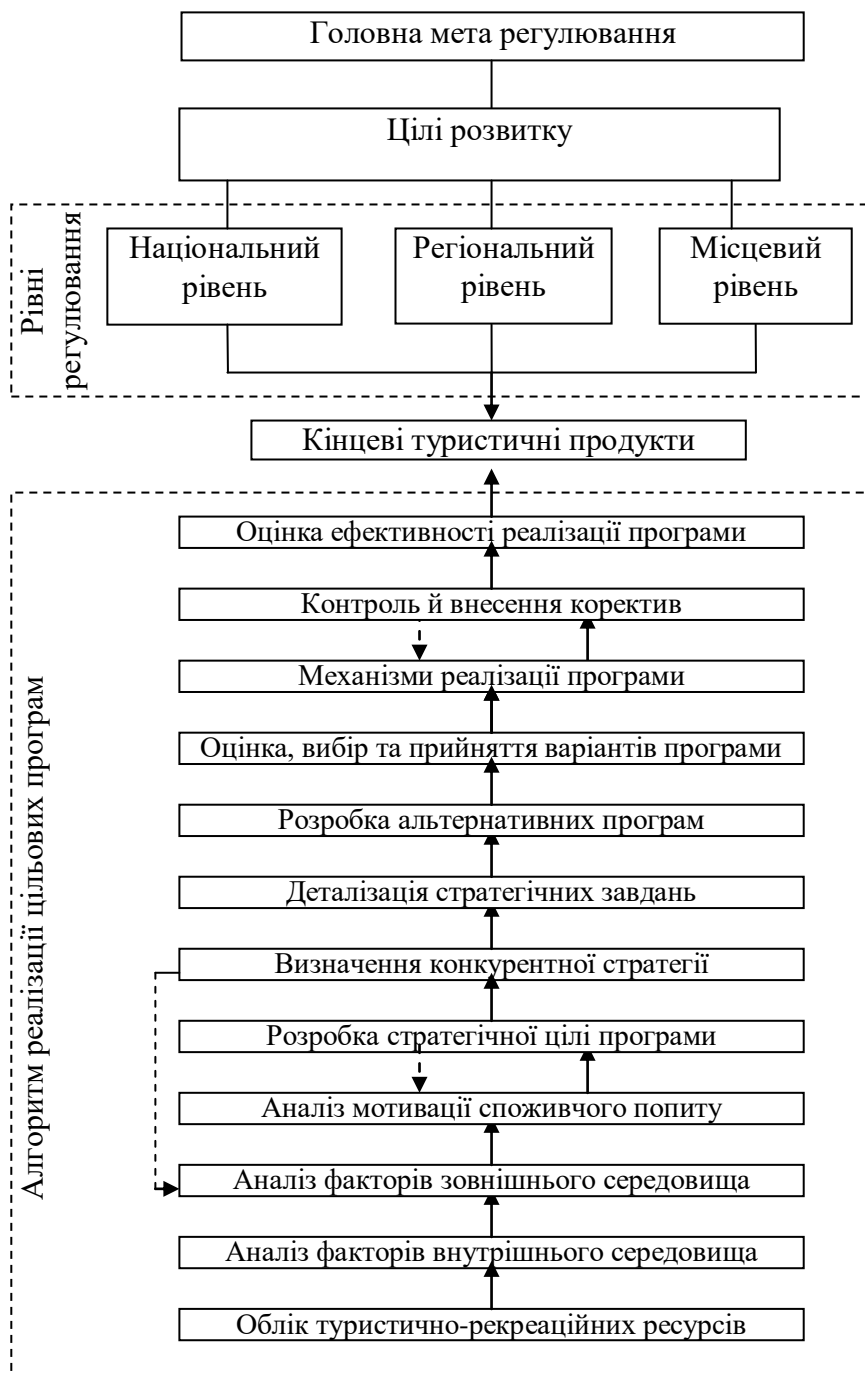


Рис. 2.6. Модель стратегічного управління розвитком туристичної сфери\*

\*Складено автором

Процес формування та реалізації програм розвитку туристичної сфери повинен починатися із обліку туристично-рекреаційних ресурсів. Необхідне

формування бази даних про туристично-рекреаційний потенціал, наявні туристичні об'єкти, підприємства й організації туристичного бізнесу, усталені зв'язки між ними. При цьому необхідне врахування не лише наявних, але й потенційних туристичних атракцій.

Розробка цільової програми розвитку туризму передбачає здійснення аналізу зовнішнього середовища туристичної сфери держави, регіону, населеного пункту. Зовнішнє оточення складається з «дальнього» макрооточення та «ближнього» бізнесового оточення туристичної сфери.

При дослідженні стану підприємств й організацій туристичної сфери необхідно оцінювати їх інноваційно-інвестиційний потенціал за основними складовими: виробничий, науково-технічний, фінансово-економічний, організаційно-управлінський, кадровий потенціал.

Алгоритм розробки цільових програм передбачає здійснення аналізу мотивації споживчого попиту клієнтів на туристичні послуги та продукти, які надаються або можуть у перспективі надаватися та бути затребуваними на території країни, регіону, населеного пункту.

Дослідження наявного та перспективного попиту на туристичні послуги та продукти слід здійснювати за такими напрямками:

- попит місцевого населення на туристичні послуги;
- попит населення інших регіонів України;
- попит іноземних туристів.

Для оцінки кон'юнктури туристичного ринку (співвідношення попиту та пропозиції на туристичний продукт) можна використовувати показник доступності послуги для споживача, який обчислюється як відношення річних доходів населення до середньої ціни туристичного продукту:

$$P = D/C_{cp}, \quad (2.6)$$

де  $D$  – річні доходи населення;

$C_{cp}$  – середня ціна туристичного продукту.

Вище значення показника свідчить про більшу доступність

конкретного туристичного продукту та більшу потенційну затребуваність його ринком.

Зворотний показник характеризує середній умовний відрізок часу, необхідний для накопичення коштів для придбання цього туристичного продукту:

$$Ч = Ц_{ср}/Д \quad (2.7)$$

На рис. 2.7 наведена принципова схема прогнозування попиту на туристичні послуги, Схема базується на комплексному системному підході й враховує увесь набір ключових факторів попиту та їх взаємозв'язків.

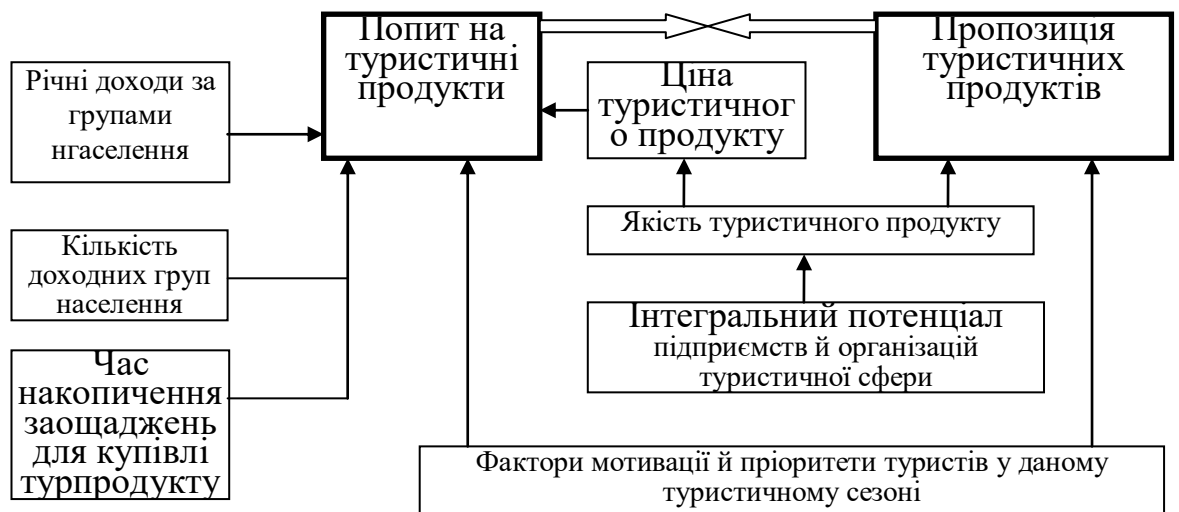


Рис. 2.7. Фактори попиту та пропозиції на туристичні продукти\*

\*Побудовано автором з використанням [63]

Розробка цільової програми розвитку туризму передбачає формулювання стратегічної мети розвитку туристичної сфери держави, регіону, населеного пункту. Стратегічна мета характеризує конкретний бажаний кінцевий стан туристичної сфери по закінченні періоду планування. Наступним кроком є визначення й вибір конкурентної стратегії розвитку туристичної сфери. Сформовану стратегію розвитку туристичної сфери доцільно деталізувати на частковій стратегії, як на рівні держави, так і на рівні

регіонів. Часткові стратегії повинні враховувати географічну, соціально-економічну й природно-кліматичну специфіку регіону.

Вказані блоки алгоритму є базисом формування комплексу цільових програм розвитку туристичної сфери на трьох рівнях: державний, регіональний, рівень міст та ОТГ.

Для реалізації цільових програм необхідне формування відповідного організаційно-економічного механізму. Це є основним етапом алгоритму, оскільки саме він визначає успіх реалізації поставлених цілей. У процесах реалізації програмних заходів повинні брати участь як органи влади, так і представники туристичного бізнесу, незалежно від форми власності.

Одним з найбільш важливих етапів є моніторинг й контроль ходу реалізації цільової програми. Саме цей етап забезпечує узгодження ходу процесу досягнення визначених цілей із очікуваними результатами.

Завершальним етапом є оцінка ефективності реалізації цільової програми розвитку туристичної сфери.

Одним з можливих підходів до оцінювання ефективності реалізації програми може бути цільовий, який передбачає порівняння досягнутих значень показників із плановими. Рівень досягнення цільового показника програми обчислюється так:

$$\Delta P_{\text{ц}} = P - \Phi, \quad (2.8)$$

де  $P$  – плановий показник цілі регулювання, що передбачалося досягти за умови оптимальної дії алгоритму;

$\Phi$  – фактичне значення показника досягнення цілі.

Чим менше значення  $\Delta P_{\text{ц}}$ , тим вище ефективність регулювання туристичної сфери. Органи регулювання повинні прагнути до забезпечення мінімуму відхилень фактичних значень показників від планових.

Ефективність реалізації цільової програми розвитку туристичної сфери виражається рівнем досягнення поставленої мети регулювання або рівнем наближення до неї. Тобто ефективність є функцією від  $\Delta P_{\text{ц}}$ :

$$E = f(\Delta P_{\text{ц}}) \quad (2.9)$$

У процесі аналізу та визначення стратегічних напрямків розвитку туристичної сфери регіону, її можна умовно розглядати як окрему організацію, яка повинна забезпечити собі високі конкурентні позиції на туристичному ринку та зробити внесок у розвиток регіону. Для забезпечення високих конкурентних позицій доцільно сконцентрувати ресурси туристичної сфери та регулюючі впливи на розробці оригінального регіонального туристичного продукту, заснованого на використанні унікальних природних ресурсів і історико-культурної спадщини регіону. Доцільно сконцентруватися не повному сегменті туристичного ринку.

Дотримання такої конкурентної стратегії визначає основний стратегічний напрямок розвитку туристичної сфери регіону – максимізація використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону із метою задоволення зрослих потреб українських й іноземних туристів, на засадах диверсифікації та розвитку перспективних туристичних напрямків: екологічний туризм, етнічний туризм, сільський туризм, бізнесовий туризм тощо.

Важливим методичним завданням є оцінка ефективності заходів щодо розвитку туристичної сфери регіону. Економічний ефект від стимулювання розвитку туристичної індустрії та регіонального туристичного ринку є багатограним. Так, зокрема у результаті розвитку туристичної сфери формується бюджетний ефект, тобто ріст надходжень до бюджетів різних рівнів за рахунок податків від діяльності підприємств й організацій туристичної сфери та обслуговуючої інфраструктури.

Ефект від розвитку туризму має дві основні складові: економічний ефект й соціальний ефект.

Оскільки туристична індустрія належить до високоприбуткових сфер економічної діяльності, як базові оціночні показники прийнято використовувати прямі економічні результати. Водночас, соціальні результати не належать до визначальних у цій сфері. Слід вказати, що окрім прямого економічного результату від функціонування туристичної індустрії

також отримуються непрямий економічний та соціальний ефекти.

Для завдань діагностики, планування й прогнозування розвитку туристичної сфери необхідне формування деякої загальної концепції аналізу й оцінювання соціально-економічної ефективності розвитку туризму на рівні регіону або туристичної дестинації/центру. Оціночна модель може ґрунтуватися на таких положеннях. Перш за все, розвиток секторів туристичної сфери регіону слід розглядати з точки зору системного підходу та аналізу альтернатив. Тобто необхідна порівняльна оцінка економічної й соціальної ефективності альтернативних варіантів розвитку секторів туристичної сфери із урахуванням їх взаємозв'язків між собою та із іншими сферами та секторами регіональної економіки для урахування впливу туризму на діяльність інших галузей регіонального господарства.

Оскільки існуючі методичні підходи та інструменти оцінювання непрямого економічного ефекту є недосконалими та не дозволяють врахувати міжгалузевий вплив, із певною умовністю, як критерій оптимальності доцільно прийняти прибуток від туристичної діяльності, який одержується соціально-економічною сферою регіону.

Цей критерій  $\Delta D$  у загальному вигляді представлений у наступній формулі:

$$\Delta D = [D_1 + (1 - k)D_2] - B \quad (2.10)$$

де  $D_1$  – доходи від в'їзного туризму;

$D_2$  – доходи від виїзного туризму;

$B$  – витрати господарства регіону на розвиток туристичної сфери;

$k$  – коефіцієнт, що враховує відрахування частини доходів від виїзного туризму.

Особливостями представленого методичного підходу є такі:

1. Прибуток від туристичної діяльності  $\Delta D$  є частиною прибутку, формованого у туристичній сфері, яка залишається у регіоні й використовується поза туристичною індустрією. Тобто не враховується та

частина прибутку, яка спрямовується на розширене відтворення самої туристичної сфери.

2. Доходи від в'їзного ( $D_1$ ) та виїзного туризму ( $D_2$ ) формуються з податкових надходжень від діяльності підприємств й організацій туристичної сфери, а також з податків, сплачуваних підприємствами пов'язаних сфер й секторів, які задіяні у обслуговуванні туристів. До їх складу також варто включити оплату за кредити, надані державою для розвитку туризму в регіоні.

3. Обсяг витрат  $B$  враховує регіональні інвестиції у розвиток туристичної інфраструктури, які повертаються через певний відрізок часу. Тому сума прибутків та витрат необхідно привести до початкового моменту часу шляхом їх дисконтування:

$$\Delta D = \frac{\sum_{t=1}^T [D_{1t} + (1-k)D_{2t}]}{(1+r)^t} - \frac{\sum_{t=1}^T B_t}{(1+r)^t}, \quad (2.11)$$

де  $r$  – дисконтна ставка.

Отже, управлінські рішення щодо розвитку туристичної сфери (зокрема коефіцієнт  $k$ ) є часовою функцією.

Базові залежності витрат й доходів від розвитку тур ситної сфери можна представити таким чином:

Показники доходів та витрат ( $D_1$ ,  $D_2$ ,  $B$ ) є функціями в'їзного ( $ТП_1$ ) і виїзного ( $ТП_2$ ) туристичних потоків. Критерії  $ТП_1$  й  $ТП_2$  водночас також є часовими функціями. Їх можна показати таким чином:

$$ТП_1 = f[CE_{1t}, I_{1t}, P_{1t}], \quad (2.12)$$

$$ТП_2 = f[CE_{2t}, I_{2t}, P_{2t}] \quad (2.13)$$

де  $CE_{1t}$ ,  $CE_{2t}$  – оціночні показники впливу на в'їзні й виїзні туристичні потоки соціально-економічних умов країни й регіону;

$I_{1t}$ ,  $I_{2t}$  – показники рівня розвитку туристичної й обслуговуючої інфраструктури в'їзного й виїзного туризму, а також маркетингової



активності підприємств й організацій туристичної сфери регіону;

$P_{1t}$ ,  $P_{2t}$  – показники результативності просування в'їзного й виїзного туристичного продукту на туристичний ринок підприємствами й організаціями туристичної сфери регіону.

Показники  $I_{1t}$ ,  $P_{1t}$  є функціями витрат  $V_{1t}$  регіональних органів влади та місцевого самоврядування на розвиток інфраструктури в'їзного туризму. Відповідно величини  $I_{2t}$ ,  $P_{2t}$  є функціями витрат  $V_{2t}$  регіональних органів влади та місцевого самоврядування на розвиток інфраструктури виїзного туризму.

Оцінювання ефективності розвитку туристичної сфери регіону вимагає визначення залежностей  $D_1=D_1(TP_1)$ ,  $D_2=D_2(TP_2)$  й  $V=V(TP_1, TP_2)$ , а також визначення доходів й витрат, які належать до  $TP_1$  й  $TP_2$ .

Варіант формалізації залежності формування доходів від розвитку туристичної сфери представлений у наступній формулі:

$$D_{1,2} = \sum_i D_{1i} [TP_{1t}] + \sum_j D_{2j} [TP_{2t}], \quad (2.14)$$

де  $D_{1i}$  –і-й вид доходів, що надходить до регіонального бюджету від розвитку в'їзного туризму;

$D_{2j}$  –j-й вид доходів, що надходить до регіонального бюджету від розвитку виїзного туризму.

Доходи від розвитку в'їзного та виїзного туризму забезпечуються завдяки діяльності підприємств й організацій туристичної сфери регіону та обслуговуючої інфраструктури.

Стимулювання розвитку туристичної сфери регіону вимагає від органів державної влади та місцевого самоврядування спрямування певних коштів на ці цілі, як у прямій, так і у непрямій формі. Найчастіше, таке вкладання коштів має непрямий характер й далеко не завжди спрямовується саме на розвиток туристичних об'єктів. Ці кошти виділяються переважно на розвиток інфраструктури регіону, яка використовується також і туристичною сферою.

Витрати коштів на вказані цілі з регіональних джерел можна описати формулою:

$$B_{1,2} = B_y [ТП_{1t}, ТП_{2t}] + B_{np} [ТП_{1t}, ТП_{2t}] + B_{инф} [ТП_{1t}, ТП_{2t}] + B_p [ТП_{1t}, ТП_{2t}] + B_{екс} [ТП_{1t}, ТП_{2t}] \quad (2.15)$$

де  $B_y[ТП_{1t}, ТП_{2t}]$  – витрати на функціонування апарату управління туристичною сферою регіону;

$B_{np}[ТП_{1t}, ТП_{2t}]$  - витрати на розробку й реалізацію цільових регіональних програм розвитку туризму;

$B_{инф}[ТП_{1t}, ТП_{2t}]$  – витрати на розвиток туристичної й обслуговуючої інфраструктури;

$B_p[ТП_{1t}, ТП_{2t}]$  – витрати на маркетинг й просування регіонального туристичного продукту на ринок, формування регіонального туристичного бренду тощо;

$B_{екс}[ТП_{1t}, ТП_{2t}]$  – втрати коштів, пов'язані із експортом капіталу у інші регіони та держави при виїзному туризмі.

Доходи від розвитку туристичної діяльності й туристичної сфери регіону також можна деталізувати у розрізі в'їзних та виїзних туристичних потоків.

Доходи по в'їзних туристичних потоках:

- прямі доходи, отримувані від в'їзного туризму у вигляді надходжень податків до обласного та державного бюджетів, сплачуваних підприємствами й організаціями туристичної сфери ( $D_{1пр}[ТП_{1t}]$ );

- доходи від розміщення, харчування, транспортування та ін. послуг для туристів ( $D_{1посл}[ТП_{1t}]$ );

- додаткові непрямі доходи від збільшення рівня завантаження потужностей засобів розміщення готелів, розважальних закладів, атрактивних об'єктів тощо ( $D_{1розв}[ТП_{1t}]$ );

- непрямі доходи від збільшення рівня зайнятості ( $D_{1зайн}[ТП_{1t}]$ ).

Доходи по виїзних туристичних потоках:

- прямі доходи від податкових надходжень від оподаткування

діяльності суб'єктів туристичного бізнесу по відправленню туристів ( $D_{2\text{пр}}[\text{ТП}_{2t}]$ );

- додаткові доходи від збільшення використання потужностей транспортної та ін. обслуговуючої інфраструктури при відправленні туристів ( $D_{1\text{тр}}[\text{ТП}_{2t}]$ );

- непрямі доходи від збільшення рівня зайнятості ( $D_{2\text{зайн}}[\text{ТП}_{2t}]$ ).

До складу доходів й витрат на розвиток туристичної сфери слід включити витрати підприємств й організацій на проведення подієвих та представницьких заходів, що приваблюють туристів.

Для стимулювання розвитку регіональної туристичної сфери необхідно, щоб частина доходів від виїзного туризму надходила до обласного бюджету ( $k$ ) й витрачалася на розвиток туристичної інфраструктури регіону та просування туристичного продукту. Тобто в'їзний туризм має розвиватися за рахунок коштів, отриманих від виїзного туризму.

У представленій методиці базовими показниками оцінювання рівня розвитку туристичної сфери є в'їзні ( $\text{ТП}_1$ ) та виїзні ( $\text{ТП}_2$ ) туристичні потоки. Розрахунок  $\Delta D$  із урахуванням коефіцієнту  $k$ , визначає частку доходів від розвитку виїзного туризму, що спрямовується на розвиток інфраструктури ( $I_1$ ) й маркетингу ( $P_1$ ) в'їзного туризму.

Підсумовуючи слід вказати, що для вирішення поставленого методичного завдання аналізу й оцінювання розвитку туристичної сфери регіону необхідно вирішити такі завдання:

1. Діагностика соціально-економічного розвитку регіону із визначенням основних показників регіонального розвитку, а також оцінка впливу показників регіонального розвитку на стан туристичної сфери.

2. Формування системи показників, які характеризують рівень розвитку туристичної сфери й здійснення оцінки стану туристичної діяльності по в'їзному й виїзному туристичних потоках.

3. При здійсненні оцінювання принципово важливим є розмежування в'їзного й виїзного туристичних потоків та їх окреме дослідження.

Оцінювання в'їзного й виїзного туристичних потоків слід здійснювати із використанням таких методичних підходів:

- статистичне спостереження в'їзду й виїзду туристів та побудова трендових моделей;

- побудова факторних залежностей.

4. Визначення методичних принципів та здійснення оцінювання ефективності витрат регіону на розвиток туристичної сфери.

Точність оцінювання й прогнозування визначається повнотою й достовірністю інформації про компоненти доходів й витрат, як органів влади, так і бізнес-структур туристичної сфери регіону.

Система фінансування програм та проектів розвитку туристичної сфери регіонів України повинна бути побудована на засадах об'єднання зусиль органів влади на всіх рівнях – Уряду, обласних державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування тощо, по стимулюванню розвитку туризму та просуванню регіональних туристичних продуктів, що втілюються у формі розробки й реалізації державних та регіональних цільових програм.

Ефективне фінансове забезпечення розвитку вимагає чіткого визначення цільових настанов. Основою прогресивного розвитку регіональної туристичної сфери є ґрунтовано опрацьована стратегія та механізми її реалізації.

## **Висновки до розділу 2**

1. В результаті дослідження впливу геополітичного положення та економічного стану Миколаївської області на розвиток регіональної туристичної сфери визначено, що туристична галузь регіону є недостатньо розвиненою, потенціал розвитку туристично-рекреаційного комплексу використовується неповною мірою, в основному через невідповідність матеріально-технічної бази більшості регіональних туристично-рекреаційних об'єктів сучасним вимогам. Основними причинами, що негативно впливають

на конкурентоспроможність туристичного продукту Миколаївщини є такі: порівняно високі ціни на товари й послуги для туристів; низький якісний рівень обслуговування туристів; недостатня нерозвиненість транспортного обслуговування та ін.

2. В результаті дослідження розроблені методичні засади аналізу й оцінювання конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту на засадах визначення його споживчої корисності. Регіональний туристичний продукт описано за допомогою мультиатрибутивної моделі, побудованої на принципах теорії корисності, яка дозволяє визначити корисність кожної ключової характеристики туристичного продукту (загальний стан туристичного обслуговування; якість засобів розміщення; якість харчування; якість екскурсійного обслуговування, розваг та інших додаткових послуг) та його сукупну корисність, що виступає критерієм конкурентоспроможності.

3. На засадах системного підходу побудовано модель функціонування й розвитку регіонального туристичного ринку, яка дає можливість планувати й прогнозувати процеси сталого розвитку туристичної сфери регіону, визначати її проблемні складові та оцінювати рівень використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону. Розроблена принципова схема прогнозування попиту на туристичні послуги, яка базується на комплексному системному підході й враховує увесь набір ключових факторів попиту та їх взаємозв'язків.

4. Запропоновано універсальну систему кількісних та якісних показників, які всебічно характеризують регіональний туристичний ринок, соціально-економічний потенціал й ефективність функціонування туристичної сфери регіону. Пропонована система показників оцінки розвитку туристичної сфери регіону дає можливість здійснювати моніторинг й контроль тенденцій розвитку туристичної індустрії та регіонального туристичного ринку, а також здійснювати стратегічне планування й прогнозування розвитку туризму.

5. Побудовано модель регулювання розвитку туристичної сфери

регіону, яка має у складі алгоритм формування й реалізації цільових галузевих програм. Модель передбачає сегментацію дій щодо формування комплексу цільових програм розвитку туристичної сфери. Застосування внутрішнього алгоритму дозволить сформувати комплекс цільових галузевих програм розвитку туристичної сфери регіону. Цей комплекс структурно складається з трьох рівнів, які є взаємопов'язаними за ресурсним забезпеченням, виконавцями робіт, строками реалізації програмних заходів за блоками: НДДКР, виробництво, соціально-економічні заходи, екологія, організаційно-управлінські заходи, нормативно-правовий базис та ін.

6. Розроблено методичний підхід до оцінювання ефективності заходів щодо розвитку туристичної сфери регіону. Критерієм ефективності прийнято прибуток від туристичної діяльності, який формується у системі координат: доходи від в'їзного туризму; доходи від виїзного туризму (із урахуванням відрахування частини доходів від виїзного туризму); витрати господарства регіону на розвиток туристичної сфери.

## РОЗДІЛ 3

### СТРАТЕГІЯ ТА МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У ЕКОНОМІЧНОМУ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ РЕГІОНУ

#### 3.1. Концепція розвитку туристичної сфери регіону

Розвиток туристичної сфери переважно визначається ростом продуктивності суспільної праці в результаті інноваційного розвитку, підвищенням якості життя й добробуту населення, збільшенням тривалості вільного часу, що зумовлює зростання витрат населення на отримання туристичних послуг.

Незважаючи на прояв негативних зовнішніх та внутрішніх факторів, кризові явища у глобальному розвитку, пов'язані із карантинними обмеженнями, туристичні послуги залишаються затребуваними. Змінюється їх структура, переважно у бік внутрішнього туризму.

Туризм є динамічно розвиненою сферою людської активності, що зумовлює зміну способу світосприйняття, поглядів людей на культуру й переосмислення ними способу життя. З цієї точки зору, туристична сфера є важливим сервісним сектором глобальної та національної економіки [41].

Окрім цього, туристична сфера є вагомим фактором соціально-економічного розвитку регіональної економіки України, яка зазнає значних політичних та соціокультурних трансформацій.

В регіонах із визначеною туристично-рекреаційною спеціалізацією зміни спостерігаються у всіх сферах діяльності пов'язаних із туризмом. Зокрема слід відзначити розширення спектру туристичних послуг, запровадження нових технологій – маркетингових, інформаційних, розважальних, рекреаційних, транспортно-логістичних тощо, які переважно переймаються з досвіду інших країн із розвиненою туристичною сферою та давнім досвідом залучення туристичних потоків [80].

Регіональна туристична політика за рівнем важливості вже стоїть у одному ряду із національною в силу того, що:

- ніяка загальнонаціональна стратегія не спроможна повною мірою врахувати специфіку українських регіонів, які характеризуються різноманітністю територій, природних ландшафтів, кліматичних умов, місцевих традицій, ремесел та ін., що визначають самобутність конкретної території чи району;

- потенціал розвитку туристичної сфери у вирішенні регіональних соціально-економічних проблем визначає необхідність формування кожним регіоном власної туристичної політики.

Кожен регіон може запропонувати різний туристичний продукт у різних сферах туристичної активності – історико-культурний, бізнесовий, пізнавальний, рекреаційний, екологічний тощо. Тому кожен регіон застосовує різний набір інструментів формування й розвитку локальної туристичної сфери. Втім необхідний пошук та опрацювання загальних підходів, застосованих для регулювання розвитку туристичних сфер різних регіонів країни [93].

З точки зору активізації соціально-економічного розвитку Миколаївського регіону туристична сфера є одним з пріоритетних стратегічних напрямків розвитку господарства регіону. Метою розвитку туристичної сфери Миколаївської області є підвищення конкурентних позицій регіонального туристичного продукту, як на українському, так і на міжнародних ринках.

У процесі розвитку туристичної сфери Миколаївської області трансформувалася й структура попиту на туристичні послуги. Територія регіону має сформовану туристичну спеціалізацію – курортний туризм.

Для забезпечення сталого розвитку туристичної сфери регіону необхідно застосовувати можливості диверсифікації регіонального туристичного продукту. Слід спрямовувати зусилля на реалізацію потенціалу об'єктів історико-культурного туризму, ділового туризму тощо.

Розробка й реалізація стратегії сталого розвитку туристичної сфери регіону



вимагає формування відповідного організаційно-управлінського механізму на основі виявлених сильних і слабких сторін регіону, потенційних можливостей і загроз розвитку із урахуванням перспективних стратегічних рішень. Модель формування стратегії сталого розвитку регіональної туристичної сфери наведена на рис. 3.1.

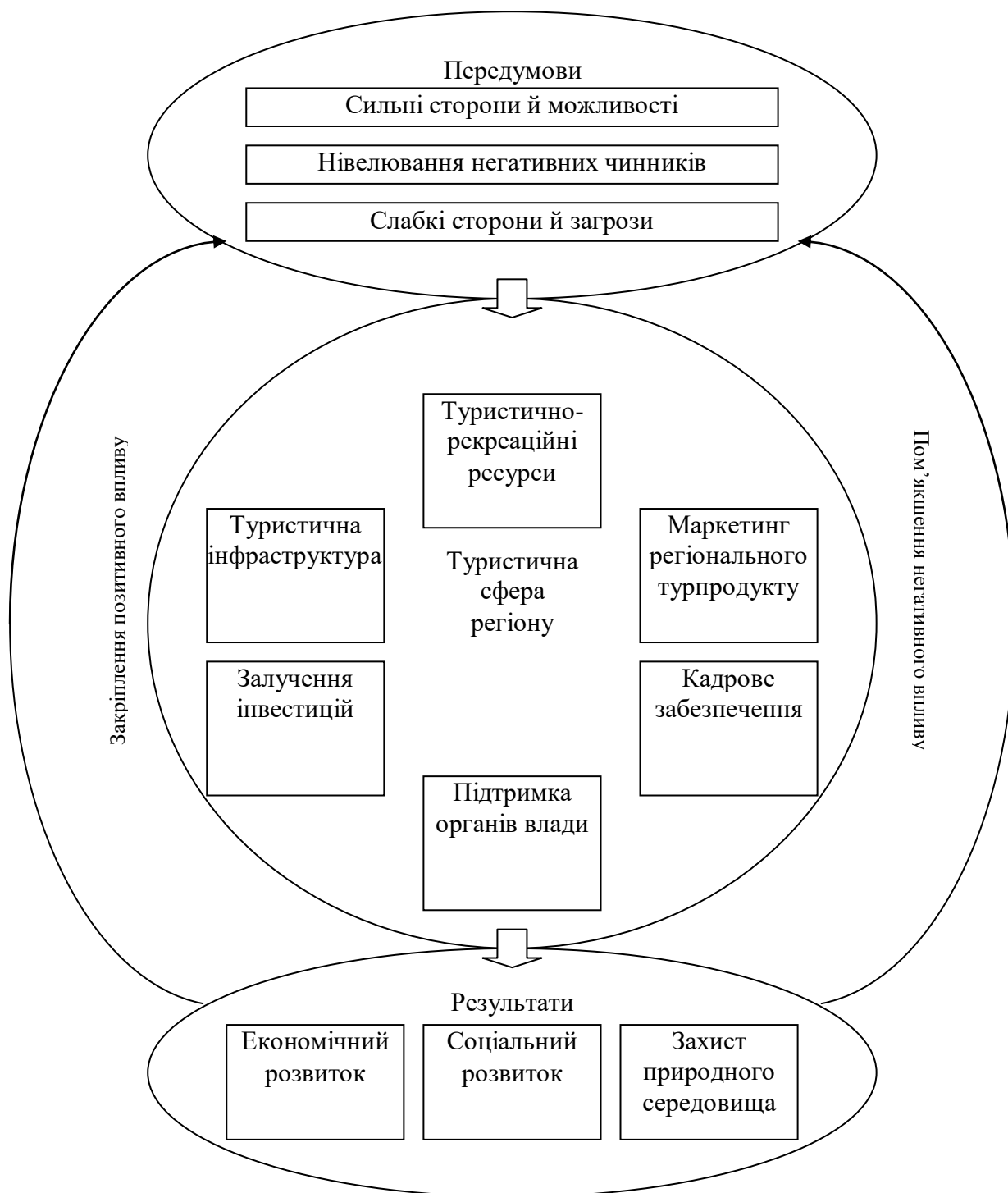


Рис. 3.1. Модель формування стратегії сталого розвитку туристичної сфери регіону\*

\* Розробка автора

Формування й реалізація стратегії сталого розвитку туристичної сфери дозволяє зменшити руйнівний вплив негативних факторів, нівелювати слабкі сторони туристичної сфери регіону, а також підсилити переваги регіону та максимально реалізувати потенціал розвитку.

Отже, при забезпеченні комплексного системного підходу до розвитку складових туристичної сфери регіону, а саме: удосконалення туристичної інфраструктури, маркетингу туристичного продукту, створення регіонального туристичного бренду, забезпеченні державної підтримки й залученні інвестицій, можливо реально досягти зростання турпотоків, розвитку як самої туристичної індустрії, так і суміжних галузей, підвищення рівня зайнятості населення, збільшення надходжень до бюджетів доходу від суб'єктів туристичної сфери, що сприятиме соціально-економічному розвитку регіону та забезпечить у перспективі мультиплікативний вплив розвитку туристичної галузі на інші сфери й сектори регіонального господарства.

Ефективне управління розвитком регіональної туристичної сфери вимагає перегляду й удосконалення регіональної політики у сфері диверсифікації турпродукту, розробки методичних рекомендацій щодо оцінки привабливості конкретного регіону для розвитку конкретного виду туристичної активності й оцінювання соціально-економічної ефективності прийнятих рішень у цій сфері [91].

До основних інструментів диверсифікації регіонального туристичного продукту слід віднести формування дієвої регіональної туристичної політики. Її головними завданнями мають бути: економічний розвиток, соціальний розвиток й захист природного середовища.

Регіональна туристична політика (політика розвитку туристичної сфери регіону) є складною цілісною системою підходів й інструментів реалізації стратегічних завдань розвитку туристичної сфери регіону. До складу базових інструментів слід віднести програмно-цільові методи формування й реалізації регіональної туристичної політики.

Об'єктом, на які спрямований вплив регіональної туристичної політики є соціально-економічні процеси у туристичній сфері, які визначають розвиток окремих видів туристичної активності, туристичної індустрії, інфраструктури та господарства регіону в цілому.

Предметом регіональної туристичної політики виступає сукупність організаційно-управлінських й економічних інструментів впливу на розвиток туристичної сфери регіону.

Суб'єктами реалізації регіональної туристичної політики є органи державної влади та місцевого самоврядування регіону, бізнес-суб'єкти туристичної індустрії та суміжних сфер й секторів регіонального господарства, інвестори й споживачі туристичного продукту [16].

Інструментами реалізації регіональної туристичної політики є стратегії й програми, які визначають механізми, засоби, форми, терміни та етапи вирішення цілей й завдань розвитку.

Організаційно-управлінська модель розробки й реалізації регіональної туристичної політики на засадах диверсифікації туристичного продукту наведена на рис. 3.2. Представлена модель характеризує послідовність етапів реалізації регіональної туристичної політики, а також документарне супроводження процесів організації й управління туристичним продуктом.

Забезпечення процесів організації й управління розробкою, просуванням на ринок й реалізації нового регіонального турпродукту вимагає залучення великої кількості підприємств й організацій туристичної індустрії та обслуговуючої інфраструктури, формування й втілення у життя регіональних концепцій, стратегій й програм, залучення інвестицій у реалізацію проектів розвитку туристичної сфери.

Успішна реалізація широкого спектру складних завдань реалізації регіональної туристичної політики вимагає координації з боку органів регіональної влади та/або спеціально створеного органу.

|                                     | Стратегія соціально-економічного розвитку регіону  | Стратегія розвитку туристичної сфери  | Програма розвитку нового туристичного продукту   |
|-------------------------------------|--|---|--|
| Етап I. Аналітичний                 | Оцінка потенціалу, проблем й перспектив розвитку регіону   | Оцінка конкурентних позицій туристичної сфери регіону   | Оцінка туристично-рекреаційного, ресурсного й економічного потенціалу регіону.<br>Оцінка факторів внутрішнього й зовнішнього середовища                            |
| Етап II. Постановка цілей й завдань | Визначення системи цілей соціально-економічного розвитку регіону                                 | Формулювання місії, цілей й завдань регіональної туристичної політики   | Визначення цілей, завдань й пріоритетних напрямків розвитку туристичного продукту  |
| Етап III. Обґрунтування рішень      | Визначення ключових напрямків соціально-економічного розвитку регіону й механізмів їх реалізації | Визначення пріоритетних напрямків розвитку туристичної сфери регіону на засадах, диверсифікації регіонального турпродукту           | Виявлення пріоритетних видів туристичного продукту   |
| Етап IV. Реалізація                 | Сценарний аналіз, вибір й реалізація кращого сценарію соціально-економічного розвитку регіону    | Визначення складу та обсягу необхідних ресурсів для розвитку туристичної сфери та окремих видів туризму (фінансових, трудових тощо) | Реалізація маркетингових заходів щодо просування ту продукту.<br>Забезпечення співпраці органів влади регіону, суб'єктів туристичної індустрії та суміжних галузей |
| Етап V. Моніторинг й контроль       | Аналіз й оцінювання соціально-економічної ефективності програмних заходів                        | Діагностика й прогнозування результатів реалізації стратегії  | Аналіз й оцінка результатів реалізації програмних заходів  |

Рис. 3.2. Організаційно-управлінська модель формування й реалізації регіональної туристичної політики\*

\*Власна розробка автора

Основним завданням цього органу має стати маркетинг регіонального продукту, просування туристичного бренду регіону, залучення у Миколаївську область нових туристичних потоків, розробка нових конкурентоспроможних туристичних послуг, покращення показників соціально-економічного розвитку регіону.

Таким чином можна сформулювати основні положення концепції розвитку туристичної сфери регіону на прикладі Миколаївської області, яка за результатами аналізу туристично-рекреаційного потенціалу має значні можливості розвитку туризму. Реалізація концепції передбачає втілення таких заходів:

I. Формування сприятливих умов для розвитку туристичної діяльності в регіоні.

1.1. Удосконалення нормативно-правової бази розвитку туристичної сфери й системи регулювання її функціонування на рівні регіону. Це передбачає два напрями роботи:

- активна участь органів державної влади регіону та місцевого самоврядування у розробці й удосконалюванні законодавства у сфері туризму, а також внесення пропозицій щодо розвитку нормативно-правової бази туристичної діяльності на рівні Верховної ради, Президента, Уряду;

- формування регіональної нормативно-правової бази розвитку туризму (стратегії, цільових програм тощо) із урахуванням повноважень регіону.

1.2. Розробка програми інвестиційного розвитку туристичної сфери регіону та формування пакету інвестиційних пропозицій у сфері розвитку туристичної інфраструктури регіону.

1.3. Створення сприятливого клімату для залучення інвестицій у створення нових, модернізацію й реконструкцію існуючих об'єктів туристичної сфери.

1.4. Реалізація системи заходів щодо активізації участі малого бізнесу у сфері туризму.

1.5. Створення сприятливого податкового клімату, удосконалювання

системи податкового регулювання туристичної сфери, а також системи стратегічного й тактичного планування, обліку доходів й витрат від створення й реалізації туристичного продукту.

1.6. Забезпечення росту надходжень державних капітальних інвестицій у створення нових, модернізацію, реконструкцію й підтримку найбільш важливих існуючих об'єктів туристичної й обслуговуючої інфраструктури, особливо транспортної та інженерної. Фінансування соціальних програм розвитку регіону.

1.7. Створення дієвої системи регулювання функціонування туристичної сфери.

1.8. Запровадження системи заходів державної підтримки бізнес-суб'єктів туристичної сфери регіону, особливо малого бізнесу.

1.9. Створення й постійне оновлення туристичного паспорту територій регіону.

1.10. Проведення регіональних презентаційних заходів, націлених на залучення зовнішніх туристичних потоків.

1.11. запровадження системи заходів щодо забезпечення безпеки туристів.

## II. Розвиток матеріально-технічної бази туристичної сфери регіону.

2.1. Формування системи регіональних туристично-рекреаційних зон, як пріоритетного напрямку розвитку матеріальної бази регіонального туризму;

2.2. Створення й підтримка розвитку регіональних туристично-рекреаційних мережеских утворень – кластерів, стратегічних альянсів тощо.

2.3. Забезпечення умов соціально-економічного, екологічного й культурного відродження регіону на засадах кластерного підходу.

III. Розробка й просування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту.

Система заходів щодо створення й просування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту передбачає:

3.1. Заходи щодо розвитку існуючої у регіоні пропозиції туристичних продуктів, зокрема у сферах:

- курортного туризму;
- культурно-пізнавального туризму;
- рекреаційного й лікувально-оздоровчого туризму;
- ділового туризму;
- подієвого туризму;
- спортивного туризму й «активного» відпочинку.

3.2. Заходи із розробки нових туристичних продуктів. Цей комплекс заходів повинен охоплювати увесь спектр потенційних пропозицій туристично-рекреаційних послуг із урахуванням міжнародного й внутрішнього попиту й конкурентних переваг туристично-рекреаційного потенціалу регіону. Особливу увагу слід звернути та такі сфери, як:

- мисливський й рибальський туризм;
- екотуризм;
- екстремальний туризм;
- сільський туризм тощо.

3.3. Створення регіонального туристичного бренду та брендів туристичних локацій й маршрутів у регіоні.

3.4. Розробка й реалізація ефективної маркетингової стратегії просування регіонального турпродукту на внутрішньому й світовому туристичному ринках.

3.5. Покращення кадрового забезпечення функціонування підприємств й організацій туристичної сфери, зокрема розвиток системи підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації персоналу.

3.6. Наукове супроводження розвитку туристичної сфери регіону.

Успішне впровадження заходів концепції пов'язане із подоланням ризиків та факторів невизначеності, які можуть стати на заваді реалізації поставлених цілей. Основними ризиками, на які слід звернути увагу є такі:

1. Геополітичні ризики - зміни політичної ситуації як усередині країни,

так і на зовнішній політичній арені. Ці ризики є вкрай актуальними для України. Загострення військового конфлікту на Сході може спричинити скорочення туристичного потоку й погіршення туристичного іміджу країни та її регіонів, а також зниження потоків інвестицій у туристичну сферу.

2. Міжнародні ризики – погіршення міжнародних відносин України із іншим країнами, несприятливі зміни ситуації на міжнародних фінансових та товарних ринках, коливання валютних курсів, зміни векторів міжнародної інтеграції тощо.

3. Ризики макроекономічного рівня – можливі несприятливі зміни кон'юнктури внутрішнього й міжнародних туристичних ринків, сповільнення темпів економічного росту, зниження активності інвесторів, висока інфляція, фінансово-економічні кризи та ін.

4. Фінансові ризики - виникнення дефіциту бюджету й скорочення бюджетного фінансування програм розвитку туристичної сфери. Цей ризик підсилюється через низький рівень диверсифікації української економіки й залежність доходів бюджету від сировинних секторів, зокрема експорту аграрної продукції.

5. Екологічні ризики - зміни природно-кліматичних умов у регіоні внаслідок природних, технологічних або екологічних катастроф, додаткові витрати на ліквідацію їх наслідків. Також не слід недооцінювати глобальні тенденції у зміні кліматичних умов, що потенційно можуть вплинути на туристичну привабливість регіону.

Для контролю за результатами реалізації заходів концепції необхідно регулярно здійснювати оцінку бюджетної й соціально-економічної ефективності реалізації заходів концепції розвитку туристичної сфери регіону. Реалізація пропонованих заходів передбачає виникнення бюджетного ефекту за двома основними напрямками - збільшення податкових надходжень та інвестиційних доходів.

Збільшення обсягів податкових надходжень досягається шляхом збільшення бази оподаткування за такими групами [54]:



- єдиний соціальний внесок та податок на доходи фізичних осіб;
- місцеві податки й збори, якими обкладаються обсяги реалізації;
- частина податку на прибуток підприємств й організацій, що надходить до місцевого бюджету.

Для оцінювання загального обсягу приросту податкових надходжень від втілення конкретного заходу, передбаченого концепцією, доцільно використовувати формулу:

$$БД_i = I_i * (K_{\Delta ФОП_i} * П_1 + K_{\Delta ОР_i} * П_2 + K_{\Delta П_i} * П_3), \quad (3.1)$$

де  $БД_i$  - приріст бюджетних доходів від реалізації  $i$ -заходу концепції;

$I_i$  - обсяг інвестування у реалізацію  $i$ -заходу концепції;

$П_1$  – ставка єдиного соціального внеску та податку на доходи фізичних осіб;

$П_2$  - ставка місцевих податків і зборів з реалізації;

$П_3$  – ставка податку на прибуток у частині підраховуваної до місцевого бюджету регіону;

$K_{\Delta ФОП_i}$  – коефіцієнт приросту фонду оплати праці при реалізації  $i$ -заходу концепції;

$K_{\Delta ОР_i}$  - коефіцієнт приросту обсягу реалізації туристичних продуктів й послуг при реалізації  $i$ -заходу концепції;

$K_{\Delta П_i}$  – коефіцієнт приросту прибутку при реалізації  $i$ -заходу концепції.

У розрахунках ставки податків й зборів приймаються на рівня початку реалізації заходів концепції, що дозволить отримати порівнювані результати.

Коефіцієнти, що характеризують приріст фонду оплати праці, обсягу реалізації та приросту прибутку слід визначати окремо для кожного планованого заходу або їх блоку, на основі фактичних даних про діяльність підприємств й організацій туристичної сфери регіону, а також даних інвестиційних пропозицій та проектів, планованих до реалізації на території регіону у рамках реалізації концепції.

Коефіцієнт приросту фонду оплати праці в результаті реалізації здійснення конкретного заходу розраховується за формулою:

$$K_{\Delta\text{ФОП}_i} = 3\Pi_i * T_i / I_{\text{рм}_i}, \quad (3.2)$$

де:  $3\Pi_i$  – середньомісячний розмір зарплати працівників, задіяних у реалізації і-заходу;

$T_i$  - час зайнятості працівників для реалізації і-заходу, місяців;

$I_{\text{рм}_i}$  – обсяг інвестицій на створення одного додаткового робочого місця при реалізації і-заходу.

Розрахунок коефіцієнту приросту обсягів реалізації туристичних продуктів й послуг від реалізації заходів обчислюється за формулою:

$$K_{\Delta\text{ОР}_i} = \text{ВА}_i / \text{ПА}_i, \quad (3.3)$$

де  $\text{ВА}_i$  – віддача активів при реалізації і-заходу;

$\text{ПА}_i$  - частка необоротних активів у активах підприємств й організацій, задіяних у реалізації і-заходу концепції.

Розрахунок коефіцієнту приросту оподаткованого прибутку розраховується виходячи з прогнозного розміру рентабельності реалізації заходу:

$$K_{\Delta\Pi_i} = K_{\Delta\text{ОР}_i} * r_i / (1 + r_i), \quad (3.4)$$

де  $r$  – прогнозований рівень рентабельності і-заходу.

Розмір інвестиційного доходу від реалізації концепції розраховується лише для заходів, реалізація яких передбачає пряме бюджетне інвестування коштами обласного бюджету. Його величина розраховується за формулою:

$$I_{\text{Д}_i} = K_{\Delta\Pi_i} * (1 - \Pi_{\text{п}}) * \Pi_i * \text{Д}, \quad (3.5)$$

де  $\Pi_{\text{п}}$  - ставка прибуткового податку;

$\Pi_i$  - частка прямих капіталовкладень у загальному обсязі інвестицій, спрямованих на реалізацію і-заходу;

$\text{Д}$  - частка чистого прибутку, спрямовувана на виплату дивідендів.

Визначення обсягу необхідного фінансового забезпечення реалізації концепції розвитку туристичної сфери регіону з регіонального бюджету повинне виконуватися із урахуванням вітчизняного й світового досвіду, а також тенденцій розвитку туристичного ринку.

Приріст податкових надходжень до регіонального бюджету може бути

забезпечений за рахунок збільшення обсягу туристичних потоків, як внутрішніх, так і зовнішніх стосовно регіону.

Основним соціальним результатом реалізації концепції є зростання доходів, добробуту та якості життя населення Миколаївської області.

Передумовами оцінки ефективності концепції розвитку туристичної сфери регіону є такі:

- необхідність визначення ефективності функціонування туристичної сфери регіону в цілому, а не лише за окремими напрямками;
- планування росту рівня доходів та якості життя населення регіону;
- забезпечення росту ділової активності у регіоні.

Основними джерелами фінансування заходів концепції розвитку туристичної сфери мають бути кошти бюджету, а також кошти інвесторів. Головними напрямками реалізації концепції є такі:

- створення умов для розвитку туристичного бізнесу в регіоні;
- формування маркетингових стратегій просування регіонального туристичного продукту на рику;
- розвиток матеріально-технічної бази;
- підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту;
- наукове забезпечення розвитку туризму;
- підготовка та перепідготовка кадрів.

Розрахунок чистої приведеної вартості інвестицій у розвиток туристичної сфери регіону NPV повинен бути скоректований із урахуванням всієї множини передбачених концепцією заходів:

$$NPV = \sum_{t=1}^T (\sum_{i \in N_t} (E_{it} - B_{it}) - \sum_{i \in M_t} I_{it}) / (1+q)^t \quad (3.6),$$

де  $E_{ijt}$  - результат від реалізації  $i$ - заходу в туристичній сфері регіону в рік  $t$ ;

$B_{it}$  - експлуатаційні витрати, пов'язані із реалізацією  $i$ -заходу у рік  $t$ ;

$I_{it}$  – інвестиції, спрямовані на  $i$ -захід у рік  $t$ ;

$N_t$  - множина заходів, які втілюються у році  $t$ ,  $N_t = \{i: T_{3i} < t\}$ ;

$T_{pi}$  та  $T_{zi}$  - час початку та закінчення  $i$ - заходу концепції;

$M_t$  – множина інвестицій, які вкладаються у році  $t$ ,  $M_t = \{i: T_{pi} \leq t \leq T_{ki}\}$ .

Окрім NPV важливим показником ефективності інвестиції є індекс доходності (прибутковості) (PI):

$$IP = \sum_{t=1}^T \left[ \sum_{i \in G_t} (E_{it} - B_{it}) / (1+q)^t \right] / \left[ \sum_{i \in J_t} I_{it} (1+q)^t \right] \quad (3.7)$$

Індекс прибутковості розраховується як відношення приведенного до теперішнього моменту часу результату інвестування до приведених інвестицій. За конструкцією він схожий на коефіцієнт ефективності капітальних вкладень, але відрізняється дисконтуванням отриманого результату та суми інвестицій, тобто враховує фактор часу. Якщо  $IP < 1$ , то програма розвитку туристичної сфери в межах часового періоду  $T$  є неефективною, якщо  $IP > 1$ , то програма є ефективною, її доходи перевищують витрати на її реалізацію.

Значення індексу доходності може відрізнитися при розгляді різних сценаріїв стратегічного розвитку туристичної сфери регіону.

Досвід країн із розвиненою туристичною галуззю свідчить, що реалізація визначених концепцією заходів дає змогу збільшити туристичний потік за на 15-16%.

При розробці концепції та програми розвитку туристичної сфери регіону необхідно чітко встановити календарний план її реалізації - дати початку й закінчення реалізації окремих програмних заходів та програми в цілому. Визначення строків реалізації програмних заходів доводиться здійснювати в умовах обмежених ресурсів та із урахуванням ліміту часу на реалізацію заходів. Показники економічної й соціальної ефективності програмних заходів та програми в цілому знаходяться у залежності від встановлених строків їх реалізації.

Для підвищення рівня соціально-економічної ефективності програми необхідно визначити оптимальний календарний план її реалізації. Критерієм оптимальності має виступати NPV:

$$\sum_{t=1}^T \left\{ \left[ \sum_{i \in N_t^1} E_{it} - \sum_{i \in M_t^1} I_{it} \right] (1+q_1)^t + \left[ \sum_{i \in N_t^2} E_{it} - \sum_{i \in M_t^2} I_{it} \right] (1+q_2)^t \right\} \rightarrow \max \quad (3.8)$$

У наведеній формулі заходи програми розділено на два блоки:

- 1 – блок заходів економічної спрямованості;
- 2 – блок заходів соціальної та природоохоронної спрямованості.

Визначення оптимального календарного плану із чіткою послідовністю реалізації програмних заходів розвитку туристичної сфери регіону полягає у встановленні строків реалізації кожного програмного заходу, із урахуванням обмежень інвестиційних ресурсів, при максимальному значенні NPV.

Алгоритм оптимізації графіку виконання заходів програми складається з послідовних кроків (рис. 3.3).

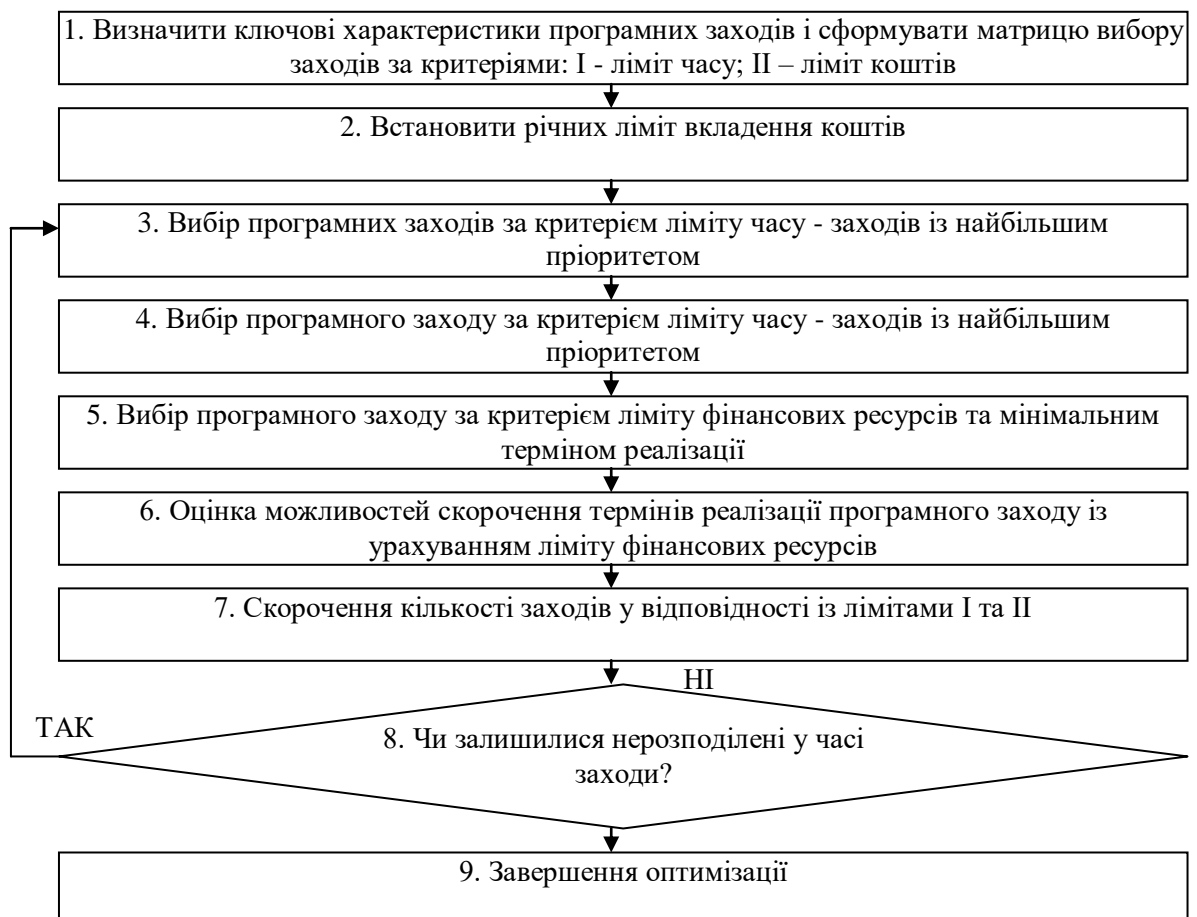


Рис. 3.3. Алгоритм оптимізації графіку виконання заходів програми розвитку туристичної сфери регіону\*

\*Власна розробка автора

Отже, підсумовуючи наведено, можна сформулювати перелік базових заходів із розвитку туристичної сфери Миколаївської області та інших областей Південного регіону України:

- формування комплексу фінансово-економічних й організаційно-управлінських умов для розвитку туристичної діяльності на території регіону;
- розробка туристичного паспорту й туристичної карти регіону;
- створення нових й розвиток існуючих рекреаційних, лікувальних, спортивних й інших центрів;
- на засадах маркетингових досліджень розробка нових туристичних маршрутів із урахуванням сезонності, запитів різних цільових груп споживачів, заснованих на перевагах та потенціалі туристичних дестинацій й об'єктів регіону;
- активне просування регіональних брендів й туристичних продуктів;
- підвищення рівня зайнятості населення регіону шляхом створення нових робочих місць у сфері туризму та обслуговуючої інфраструктури, стимулювання розвитку малих форм господарювання та само зайнятості у туристичній сфері;
- раціональне й ощадливе використання природно-ресурсного потенціалу території, охорона природного середовища, мінімізація негативного впливу туристичних потоків на екологію регіону;
- активізація наукових досліджень у сфері туризму;
- удосконалення системи підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів для туристичної сфери регіону.

### **3.2. Розвиток туристичної сфери регіону на засадах формування територіально-виробничих інтеграційних структур**

До основних напрямків підвищення конкурентоспроможності регіону, зниження впливу негативних факторів, забезпечення диверсифікації регіонального

туристичного продукту належить інтеграційний механізм розвитку туристичної індустрії. Територіально-виробнича туристична інтеграційна структура є регіональним або міжрегіональним об'єднанням, що створюється із метою поєднання потенціалу туристичної та обслуговуючої інфраструктури, туристично-рекреаційних ресурсів, туристичних товарів й послуг, людського потенціалу галузі для створення єдиного територіального туристичного простору, спроможного пропонувати конкурентоспроможний товар на регіональному, національному та світовому туристичному ринку.

Загальним підходом розвитку туризму у різних країнах та регіонах в останні роки став кластерний підхід, сутність якого полягає у формуванні на певних територіях туристично-рекреаційних кластерів.

Формування й розвиток туристично-рекреаційних кластерних утворень відповідає глобальним трендам трансформації підходів до регіонального менеджменту на основі кластеризації економічного простору.

Світова історія кластерних ініціатив бере свій початок із 80-х рр. ХХ ст., коли наука публічного управління й адміністрування прийшла до необхідності активізації участі територій регіонів у глобальних економічних процесах, а кращою формою було визнано кластерні утворення.

Економічна наука й практика значно просунулася у розвитку промислово-виробничих кластерних утворень. Втім, теорія туристично-рекреаційних кластерних утворень залишається на стадії розробки й удосконалення, через стрімкі трансформації у туристичній сфері, як на глобальному, так і на регіональному рівні [57, 73].

Туристично-рекреаційний кластер є об'єднанням географічно локалізованих взаємопов'язаних бізнес-суб'єктів - постачальників туристичних послуг, підприємств й організацій інфраструктури, науково-освітніх й інших установ й організацій, які органічно доповнюють один одного й мають спільною метою задоволення потреб суспільства у туристично-рекреаційних продуктах й послугах.

В основу кластерного підходу покладено мережний принцип

організації господарства. По-суті мережна організація господарського простору передбачає виявлення й зміцнення виробничих мереж, прямих до території, які включають у себе самостійні й взаємозамінні структурні елементи – окремі виробничі одиниці й комплекси [84].

Економічна потужність мережної організації туристичної сфери регіону зумовлюється не об'ємними показниками надання туристично-рекреаційних послуг, а об'єднаним потенціалом мережі та її сукупним значенням на регіональному, національному й міжнародному рівнях господарювання.

Ефект поєднання потенціалу бізнес-структур у рамках мережі дає можливість більш оперативно й адекватно реагувати на зміни та глобальні виклики.

Регіональна туристична мережа формує додаткову ціну активів, підвищує вартість капіталу та робочої сили, нарешті - вартість землі. Створення регіональної мережі туристичних та інфраструктурних підприємств дозволяє додати до вартості їх капіталу додаткову мережеву маржу [81].

Основною вимогою до формування мережевих структур є забезпечення їх конкурентоспроможності, як на національному, так і на міжнародному рівнях. Отже, регіональний туристичний кластер має інтегрувати у світовий економічний простір та стати невід'ємною складовою світового господарства.

Саме участь у процесах глобального обміну, відкритість регіону, визначає наявність на його території повноцінного туристично-рекреаційного кластера.

Основними ознаками, якими характеризується конкурентоспроможний туристично-рекреаційний кластер є такі:

- темп приросту виробництва й реалізації продукції кластера повинен перевищувати темп приросту ВРП;
- конкурентоспроможність галузевого кластерного утворення у вимірі



витрат-якість продукції та послуг не повинна поступатися конкурентоспроможності аналогічних сфер господарства інших регіонів й країн, а краще – перебільшувати її;

- у структурі кластерного утворення повинні відбуватися процеси кооперації вхідних бізнес-суб'єктів, створення на цій основі усталених мережних зв'язків;

- спільний маркетинг й розвиток інформаційної взаємодії між учасниками кластера повинен відбуватися на засадах використання новітніх техніко-технологічних досягнень [16].

Таким чином, у рамках міжрегіональної чи регіональної виробничої інтеграції зміцнюються існуючі та створюються нові ланки ланцюжка створення суспільного продукту, виробляються спільні норми й стандарти надання туристичних послуг, формуються спільні логістичні ланцюжки й система управління, створюються й просуваються нові туристичні бренди.

Слід констатувати, що в регіонах України, туристично-рекреаційні кластерні утворення знаходяться у початковій стадії їх формування.

Відсутність в регіонах України сформованих конкурентоспроможних туристичних кластерів багато в чому зумовлює відставання країни у використанні наявного туристично-рекреаційного потенціалу її територій.

Трансформація світового економічного простору, поява нових викликів, зумовлюють необхідність адаптації туристичної сфери регіонів до постійно змінних умов функціонування. Для цього необхідно задіяти інструменти й важелі державного управління та регіонального менеджменту, що дасть можливість не лише забезпечити ефективну діяльність бізнес-суб'єктів туристичної індустрії, але й зміцнити конкурентні позиції господарства туристичних регіонів [100].

Основним фактором, що визначає передумови для формування регіонального туристично-рекреаційного кластерного утворення є формування продуманої, науково-обґрунтованої регіональної туристичної політики та стратегії створення кластерної мережі, розробка дієвого гнучкого

механізму управління процесами соціально-економічного розвитку регіону. Останнє передбачає створення у структурі механізму ефективно діючих організаційної, економічної, управлінської й фінансової складових.

Лише наявність вивіреної регіональної політики розвитку туристичної сфери регіону дозволить сформувати необхідний сприятливий клімат та залучити інвесторів до туристичної індустрії, що позитивно відзначиться на об'єктному складі туристичної сфери, забезпечить зростання тур потоків та підвищення зайнятості населення регіону тощо.

Туристично-рекреаційний кластер передбачає тісний взаємозв'язок і взаємодію його учасників у рамках процесів вертикальної й горизонтальної інтеграції й кооперації. Це складна й відкрита економіко-виробнича система. Для туристично-рекреаційного кластера характерний саме просторовий аспект організації, оскільки його діяльність невід'ємна від ресурсів території його розташування. Розвиток кластеру тісно пов'язаний із процесами соціально-економічного розвитку території. Його діяльність, як складної, відкритої, динамічно розвиненої системи, супроводжується формуванням множини інтеграційних й кооперативних ланцюжків, які створюються у територіальному просторі навколо ядра кластерного утворення [84].

Отже, кластерне утворення є свого роду механізмом систематизації сталого розвитку господарства регіону, заснований на принципах:

- інтеграційної взаємодії;
- мінімізації витрат;
- диверсифікації виробництва;
- зростання обсягу й вартості продукції й послуг;
- постійного удосконалення й модернізації внутрішніх інтеграційно-коопераційних зв'язків;
- інноваційності розвитку.

Туристичний кластер системно поєднує інститути й механізми, що забезпечують підвищення конкурентоспроможності й отримання синергетичного ефекту.

Як вже наголошувалося, туристично-рекреаційний кластер є об'єднанням в рамках певної території взаємопов'язаних бізнес-суб'єктів, що займаються виробництвом, просуванням на ринок й реалізацією туристичного продукту (власне туристичних підприємств), а також підприємств й організацій суміжних видів діяльності (засобів розміщення, громадського харчування, транспортних підприємств, рекламних й інших організацій) [84].

Основною метою формування й розвитку туристично-рекреаційного кластеру на певній території є підвищення її конкурентоспроможності як туристичної дестинації на національному та міжнародному туристичному ринку за рахунок формування синергетичного ефекту, підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-учасників кластеру, впровадження інновацій й диверсифікації ту продуктів й послуг.

Формування регіонального туристично-рекреаційного кластеру пов'язано із ринковим позиціонуванням певної території, розробкою регіонального бренду та покращення іміджу регіону. Створення й розвиток кластерів є важливим фактором сталого розвитку туристичного бізнесу в регіоні та стимулом для залучення інвесторів.

Гнучкість та адаптивність регіонального кластерного утворення у туристичній сфері вимагає взаємопроникнення капіталу його учасників та створення оптимальної організаційної структури.

Структура регіонального туристично-рекреаційного кластера включає такі елементи:

1. Ядро кластера – формується з структуроутворюючих й позиціонуючих об'єктів кластера, тобто підприємств й організацій туристичної сфери регіону, що безпосередньо виробляють та просувають на ринок туристичний продукт та надають туристичні послуги;

2. Комплекс інфраструктурних об'єктів – інженерних мереж та транспортно-логістичної інфраструктури.

3. Туристично-рекреаційні об'єкти – наявність та склад на території

регіону атрактивних туристичних об'єктів – лікувальних, історико-культурних, природних тощо. При створенні кластеру необхідно враховувати права власності на необхідні ресурси, особливо земельні та водні, та природоохоронні обмеження;

4. Комплекс об'єктів обслуговуючої інфраструктури –сервісні й консалтингові підприємства й організації.

Створення й розвиток регіональних туристично-рекреаційних кластерів має відбуватися у рамках комплексного системного підходу до розвитку території. При створенні кластеру необхідно враховувати регіональні умови, напрямки й динаміку розвитку. За таких умов туристично-рекреаційні кластери можуть стати локомотивом інноваційного розвитку господарства регіону.

Концептуальна модель створення й просування на ринок нового регіонального туристичного продукту на засадах кластерного підходу показана на рис. 3.4.

До основних причин територіальної концентрації бізнес-суб'єктів туристичної сфери Миколаївського регіону слід віднести такі:

- можливість отримати економічну вигоду шляхом розподілу із партнерами витрат, пов'язаних із доступом до регіональних туристично-рекреаційних ресурсів при розробці, створенні, продажу та споживанні туристичного продукту й діяльності туристичних підприємств;

- можливість зниження цін на туристичні послуги й покращення сервісного обслуговування через територіальну близькість та доступність специфічних туристично-рекреаційних ресурсів регіону;

- створення спільного інформаційного простору та більш ефективне використання інформаційних ресурсів у процесі взаємодії територіально сконцентрованих бізнес-суб'єктів;

- більш ефективне використання сучасних технологій у сфері соціальних комунікацій та навчання персоналу, підвищення віддачі від робочої сили.

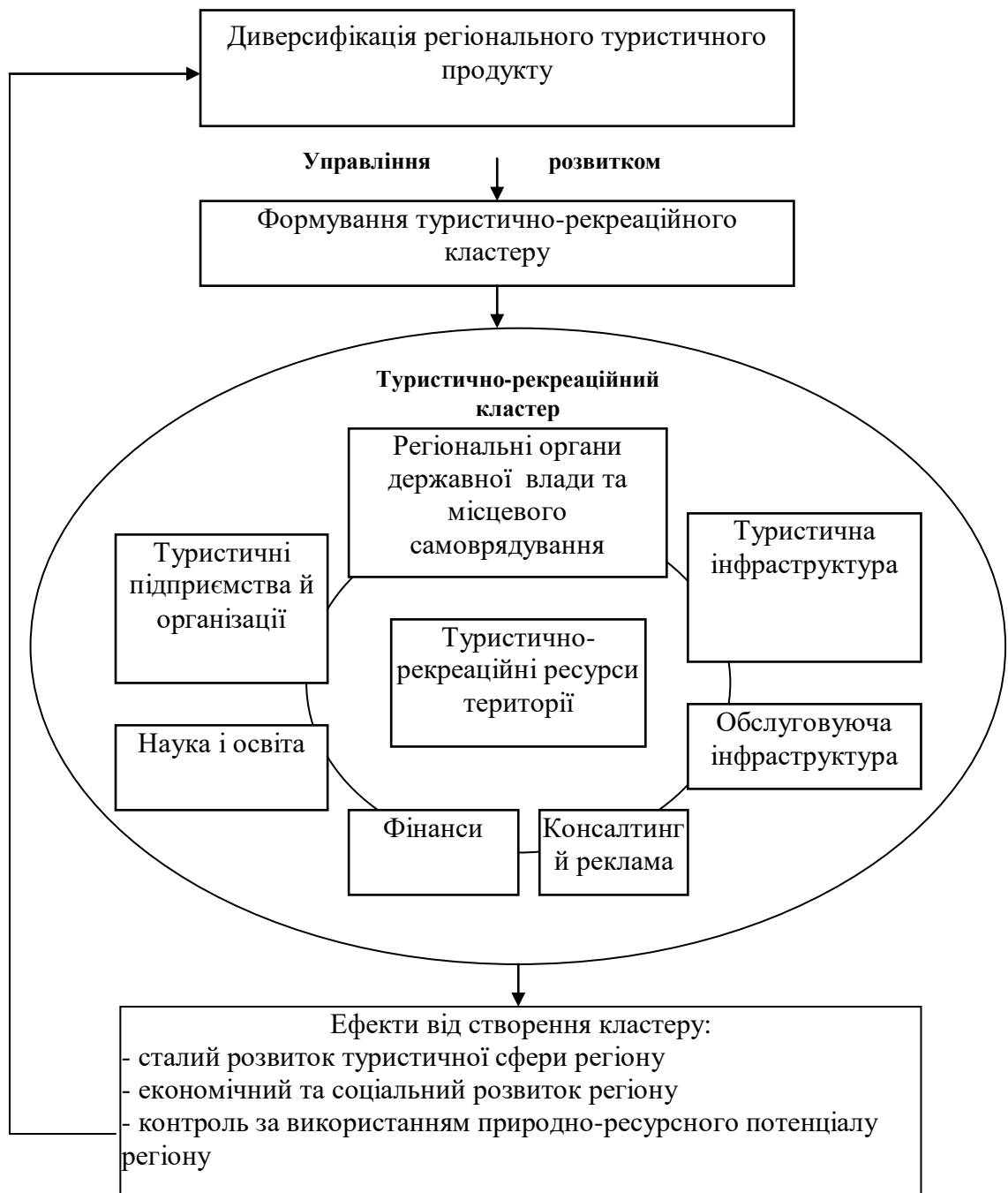


Рис. 3.4. Модель створення й просування регіонального туристичного продукту у рамках кластерного утворення\*

\*Власна розробка автора

Створення туристично-рекреаційного кластеру у досліджуваному регіоні передбачає врахування таких принципових положень:

- туристично-рекреаційний кластер є мезоекономічним утворенням і його формування вимагає комплексної діагностики, аналізу й оцінювання стану та перспектив розвитку туристичної сфери регіону;

- створення й розвиток туристично-рекреаційного кластеру передбачає формування й реалізацію дієвої регіональної стратегії розвитку туристичної сфери та пов'язаних туризмом сфер й секторів регіонального господарства в рамках загальної стратегії соціально-економічного розвитку регіону. Створення кластеру забезпечує підвищення економічної ефективності бізнес-суб'єктів цих сфер й секторів, зокрема: підвищення продуктивності праці, інноваційного рівня, рентабельності та конкурентоспроможності.

Слід вказати, що регіональний туристично-рекреаційний кластер не є суто об'єктом підприємницької діяльності. У процесах кластеризації туристичної сфери регіону важливу роль відіграють не лише підприємства туристичної індустрії, але й суспільний сектор та сектор домогосподарств.

Туристично-рекреаційний регіональний кластер спроможний підвищити ефективність функціонування всіх його складових бізнес-суб'єктів. У структурі кластеру покращується взаємний інформаційний обмін, впровадження інновацій, спрощується вирішення завдань узгодження й координації спільних дій, виникає можливість більш результативного використання об'єктів обслуговуючої інфраструктури, вирішуються питання підготовки ат підвищення кваліфікації персоналу. Окрім того, підприємства кластеру отримують можливість більш точної оцінки й порівняння ефективності своєї діяльності, пошуку резервів. У системі кластерного утворення створюються можливості для виникнення нових бізнес-структур, що сприятиме більш повному використанню трудових ресурсів території. Підприємства кластеру можуть спільно вирішувати питання спілкування із органами влади, зокрема захищати свої інтереси у сфері оподаткування, залучати державні та приватні інвестиції [108].

Загальна модель кластерного утворення туристичної сфери регіону показана на рис. 3.5.

Ключовим структурним елементом регіонального туристично-рекреаційного кластера є туристично-рекреаційні ресурси території, які визначають потенціалу розвитку туристичної діяльності, зокрема: природні

ресурси, історико-культурні та соціально-культурні атрактивні об'єкти та ін.

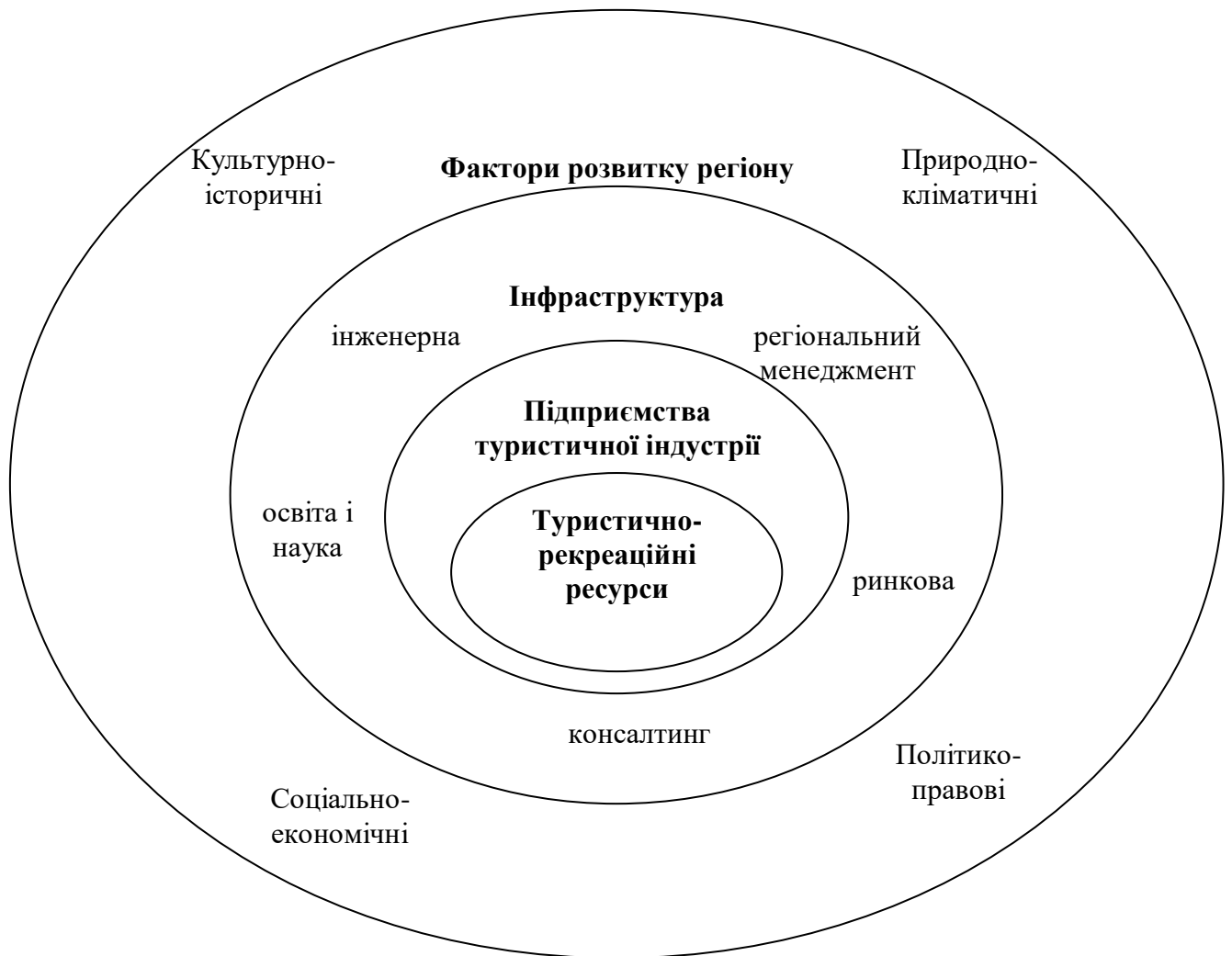


Рис. 3.5. Модель туристично-рекреаційного регіонального кластеру\*

\*Власна розробка автора

Туристично-рекреаційні ресурси регіону є базисом розробки туристичних продуктів та послуг. На основі їх обліку відбувається планування та прогнозування розвитку туристичної сфери регіону.

Невід'ємним структурним елементом моделі туристично-рекреаційного кластера є бізнес-структури туристичної індустрії регіону, зокрема туристичні підприємства, що виробляють і реалізують туристичні продукти й послуги, які діють у тісному взаємозв'язку із підприємствами й організаціями - постачальниками туристських послуг. До останніх, зокрема, слід віднести суб'єктів соціальної сфери регіону, які надають клієнтам спеціалізовані

соціальні послуги, включені до складу туристичного пакету.

Система туристичного сервісу умовно включає дві групи:

- пряме обслуговування - обслуговування туристів засобами розміщення й організаціями системи громадського харчування, при якому відбувається прямий контакт виробника послуги із клієнтом;
- непряме обслуговування – підприємства й організації, зайняті обслуговуванням всієї системи туристичної сфери регіону.

Вагоме значення у нормальному функціонуванні туристично-рекреаційного кластера мають підприємства інфраструктури, а також фактори розвитку регіону.

З позицій представленого підходу, Миколаївська область повною мірою відповідає вимогам та має всі необхідні передумови для розвитку туристично-рекреаційного кластера. У регіоні існує розвинена мережа підприємств й організацій туристичної індустрії та інфраструктури, а також соціальної сфери. В області виражений південний колорит й традиційна українська гостинність, збереглися історико-культурні об'єкти, місцеві традиції.

Першим етапом створення туристично-рекреаційного кластера в регіоні є ініціація, тобто прояв ініціативи суб'єктів щодо його формування. В українських реаліях формування кластера «знизу» є малоімовірним, тому ініціативу мають проявити органи державної влади та місцевого самоврядування регіону. Наступні етапи становлення кластера передбачає створення його керуючої ланки, формування стратегії розвитку туристичної діяльності на території регіону, реалізація завдань й функцій поточного управління, здійснення моніторингу й контролю діяльності кластера та забезпечення його саморозвитку. Керуюча ланка кластера зазвичай є окремою юридичною особою, яка здійснює діяльність на засадах державно-приватного партнерства й представляє інтереси всіх учасників туристично-рекреаційного кластера – органів регіональної влади, бізнес-суб'єктів й суспільства (табл. 3.1).



Таблиця 3.1

## Інтереси учасників туристично-рекреаційного кластера\*

| Учасники кластеру                              | Зміст інтересів   |
|--|---|
| Органи влади регіону                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- підвищення обсягів податкових надходжень до бюджету регіону через збільшення кількості платників податків та розширення бази оподаткування;</li> <li>- розвиток державно-приватного партнерства та налагодження партнерських відносин із підприємницьким сектором;</li> <li>- розвиток нових секторів й диверсифікація господарства регіону</li> <li>- підвищення соціально-політичної ролі місцевої влади</li> <li>- підсилення можливостей регулювання процесів соціально-економічного розвитку у сфері туризму</li> </ul> |
| Бізнес-структури                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- збільшення кількості бізнес-структур різних форм власності й господарювання</li> <li>- підвищення конкурентоспроможності підприємств й організацій туристичної сфери</li> <li>- ріст доходів й прибутковості туристичного бізнесу</li> <li>- підвищення соціальної відповідальності бізнесу</li> </ul>   |
| Соціальна сфера                                | Підвищення соціальних стандартів, створення нових робочих місць   |
| Населення                                      | Ріст доходів населення, задоволення попиту на туристичні послуги  |
| Всі учасники кластеру (консолідований інтерес) | Формування синергетичного ефекту, використання ефекту масштабу виробництва та реалізації туристичного продукту, впровадження інноваційних розробок, залучення інвестицій, підвищення соціально-економічної ефективності господарювання, активізація ЗЕД   |

\*Побудовано автором

Кластеризація туристичної сфери регіону дозволяє узгодити інтереси різних учасників кластерного утворення й сформувати необхідні передумови для сталого соціально-економічного розвитку регіону.

Факторами, що негативно впливають на розвиток процесів кластеризації туристичної сфери регіону є такі:

- недостатній розвиток туристичної та обслуговуючої інфраструктури;
- відсутність регіонального бренду та ефективного просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародних ринках;
- низький якісний рівень туристичних послуг.

Як бачимо, фактори, що стримують розвиток кластеризації перетинаються із загальними негативними факторами розвитку туристичної сфери регіону.

Особливості Миколаївської області зумовлюють можливість

формування в регіоні специфічних кластерних утворень у туристичній сфері. З соціально-економічної точки зору туристично-рекреаційні кластери формують передумови для регіонального розвитку.

Отже, формування туристично-рекреаційного кластеру фактично визначає ринкове позиціонування регіону й багато в чому впливає на його імідж.

Суб'єктами-учасниками туристично-рекреаційного кластера, окрім безпосередньо підприємств й організацій туристичної індустрії, що виробляють й реалізують туристичні продукти й послуги, є органи влади регіону (у особі їх представників або спеціально створених регулюючих та/чи наглядових структур), наукові й освітні установи, об'єднання підприємців тощо [99].

Туристично-рекреаційний кластер може бути сформований на різному галузево-територіальному рівні - на локальному, регіональному, міжрегіональному.

Туристично-рекреаційний кластер є базисом створення й позиціонування регіонального туристичного продукту із метою підвищення конкурентних позицій регіону на туристичному ринку за рахунок формування синергетичного ефекту й ефекту масштабу. Кластер також дає можливість підвищити ефективність діяльності його підприємств-учасників, забезпечити приплив інвестицій, активізацію інноваційної діяльності тощо.

Розвиток туристично-рекреаційного кластеру на території регіону включає кілька послідових стадій:

- ініціація його створення з боку органів влади («зверху»), бізнесу («знизу»), суспільства;
- створення керуючої компанії;
- розробка стратегічного плану розвитку кластеру та його узгодження із стратегією розвитку території регіону;
- поточне управління діяльністю підприємств кластера;
- подальший розвиток на засадах самоорганізації.

Така модель формування туристично-рекреаційного кластеру дає можливість врахувати інтереси всіх його учасників та створити передумови для сталого розвитку туристичної території.

### **3.3. Формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні**

Інновації у туристичній сфері передбачають формування нових підходів та шляхів використання ресурсного потенціалу галузі, а також розширення ресурсної бази розвитку. У фаховій літературі виділяють чотири базові типи інновацій: регулярні (постійні), нішові (часткові), революційні (радикальні) та архітектурні (структурні). З точки зору інноваційного розвитку туристичної сфери, постійні інновації передбачають безупинне підвищення якості надаваних послуг, підвищення рівня кваліфікації працівників й продуктивності їх праці. Нішові інновації у туризмі передбачають зміну відносин усередині бізнес-структури, але не зачіпають базових засад виробництва та реалізації турпродукту. Втім, вони передбачають нові комбінації існуючих продуктів й послуг. Радикальні інновації пов'язані із впровадженням бізнес-суб'єктами туристичної сфери нових технологій виробництва й надання послуг. Вони вимагають формування у працівників підприємств нових компетентностей, появи нових видів професійної діяльності у туристичній сфері. Структурні інновації у туризмі передбачають трансформацію бізнес-моделей діяльності підприємств й організацій, структурні зміни у галузі, що веде до створення нових бізнес-суб'єктів, їх об'єднань, туристичних об'єктів, розвитку ринкової та інженерної інфраструктури.

Якщо деталізувати наведену класифікацію інновацій у туризмі, то можна визначити такі групи галузевих інновацій: логістичні, інституційні, маркетингові, бізнесові, продуктові, процесні, концептуальні, ресурсні, організаційні, інфраструктурні. Узагальнена класифікація інновацій у

туристичній сфері наведена на рис. 3.6.

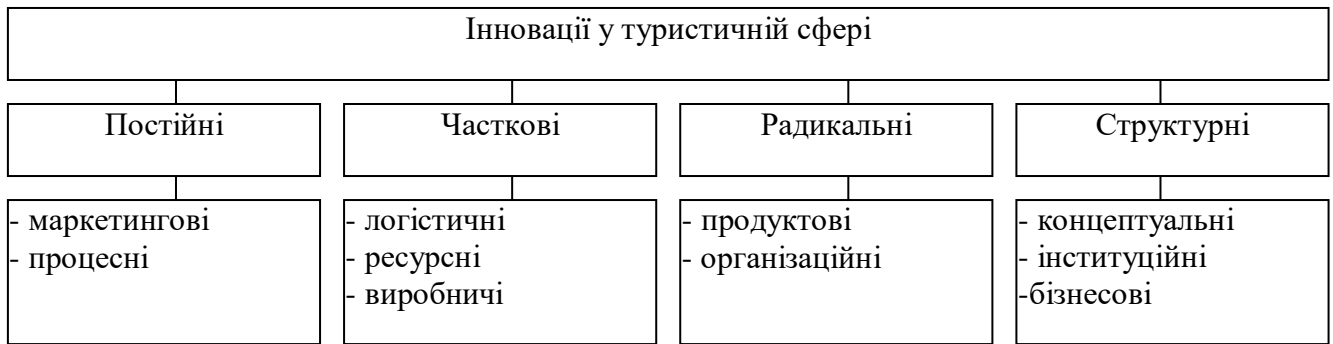


Рис. 3.6. Види інновацій у туристичній сфері\*

\*Згруповано автором

Слід зупинитися на інституційних структурних інноваціях у туризмі. Вони створюють нові умови й правила, а також змінюють існуючу систему регулювання туристичної сфери та суміжних секторів, формують нові види й форми співробітництва між органами влади регіону, бізнес-структурами та суспільством на туристичних територіях.

Розвиток туристичної сфери регіону вимагає участі органів державної влади, що здійснюють нормативно-правове регулювання туристичної діяльності, інвестування у розвиток туристичної та обслуговуючої інфраструктури регіону, зокрема інженерної. Втім, в українських реаліях, державні вкладення у розвиток туристичної сфери практично не дають необхідної економічної віддачі у вигляді збільшення податкових надходжень до бюджетів. Причиною цього є недосконала організація та способи взаємодії держави й бізнесу у туристичній сфері. Особливо складна ситуація із суб'єктами малого бізнесу та домогосподарствами, діяльність яких є мало контрольованою.

Необхідно розвивати взаємодію між туристичним бізнесом та органами влади регіону у формі державно-приватного партнерства. Запровадження нових ефективних моделей взаємодії влади, бізнесу та суспільства є інституційною інновацією. Результатом їх впровадження може бути поява нових бізнес-суб'єктів туристичної сфери, нових турпродуктів, збільшення

туристичних потоків, ріст надходжень податків до державного та місцевих бюджетів. Це є додатковим ефектом від інституційних інновацій. Отже, інституційні структурні інновації є одним з найбільш важливих, оскільки їх результат охоплює інтереси всіх стейкхолдерів розвитку туристичної сфери регіону, а інструментом реалізації цих інновацій є механізм державно-приватного партнерства.

Отже, необхідно сформувати нову концептуальну модель розробки й реалізації інноваційної стратегії розвитку туристичної сфери регіону на засадах державно-приватного партнерства, яка дала б можливість використати потенціал суб'єктів малого й середнього туристичного бізнесу та вивести їх доходи з тіні, тобто забезпечити легалізацію їх підприємницької діяльності.

Нова концептуальна модель формування й реалізації стратегії інноваційного розвитку регіональної туристичної сфери на засадах державно-приватного партнерства ґрунтується на кейнсіанській економічній теорії, у якій провідна роль у державному регулюванні економіки відведена гнучкій фіскальній політиці.

Сутність концепції інноваційного розвитку туристичної сфери регіону на засадах державно-приватного партнерства зводиться до того, що шляхом зниження податкового тягаря та підсилення контролю держава сприятиме виходу з тіні малих та середніх суб'єктів туристичного бізнесу, досягнувши тим самим збільшення кількості платників податків у туристичній сфері. Отже, при цьому досягаються такі результати:

- легалізація діяльності великої кількості бізнес-суб'єктів;
- збільшення податкових надходжень до бюджетів всіх рівнів;
- збільшення потенціалу реінвестування отриманих додаткових коштів у розвиток об'єктів регіональної інфраструктури;
- покращення іміджу органів влади та зростання рівня довіри населення до них.

Поетапний алгоритм формування стратегії інноваційного розвитку туристичної сфери регіону на засадах державно-приватного партнерства

наведений у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Етапи формування стратегії інноваційного розвитку туристичної сфери регіону\*

| Етап   | Зміст етапу  |
|--|--|
| Формування концепції інноваційного розвитку      | Легалізація діяльності бізнес-суб'єктів туристичної сфери та збільшення кількості платників податків дозволить:<br>- підвищити надходження податків до державного та місцевих бюджетів;<br>- вивести з тіні велику кількість бізнес-суб'єктів;<br>- підвищити потенціал реінвестування коштів у розвиток регіональної інфраструктури;<br>- покращити імідж влади та підвищити рівень довіри населення до неї |
| Створення механізму впровадження концепції       | Забезпечення інформування туристичних підприємств й організацій малого й середнього бізнесу про можливості зниження податкового навантаження та переваги легалізації доходів   |
| Розробка алгоритму реалізації                    | Класифікація підприємств й організацій туристичного бізнесу на групи за рівнем доходу та масштабами та подальша мінімізація оподаткування із забезпеченням індивідуального підходу до кожної групи, забезпечення вибору оптимальної системи оподаткування  |
| Запуск роботи алгоритму й автоматизація процедур | Формування інформаційної бази роботи алгоритму.<br>Впровадженні інформаційних технологій для забезпечення оптимізації податкового навантаження на підприємства туристичної сфери   |

\*Сформовано автором

Запровадження вказаної концепції передбачає широке інформування органами регіональної влади та місцевого самоврядування представників малого та середнього туристичного бізнесу про можливості зниження податкового навантаження на законних підставах, що сприятиме швидкому їх виходу з тіні та збільшенню бази оподаткування та, відповідно, надходжень податків до бюджету. На цій базі можливий подальший розвиток регіональної інфраструктури.

Відповідно до українського податкового законодавства підприємець має можливість обрати одну з систем оподаткування та змінювати систему оподаткування. Звичайно підприємці обирають систему оподаткування, яка дозволяє сплачувати менші суми податків. Отже, робота алгоритму

оптимізації податкового навантаження на підприємства й організації туристичної сфери передбачає такі етапи:

1. Деталізація діяльності підприємства туристичної сфери за підвидами.
2. Оцінка можливості застосування різних системи оподаткування для кожного підвиду діяльності із урахуванням нормативно-правових обмежень.
3. Розрахунок загальної суми сплати податків у розрізі підвидів й різних систем оподаткування.
4. Визначення мінімальної суми податкового навантаження для підприємства.

Робота описаного алгоритму вимагає формування необхідних умов, які забезпечують автоматизацію процесів оптимізації оподаткування та забезпечення мінімального податкового навантаження на бізнес-суб'єкти туристичної сфери.

Для ефективного функціонування та розвитку туристичної сфери регіону на інноваційних засадах необхідне формування системи управління інноваційною діяльністю її бізнес-суб'єктів та оптимального використання та нагромадження регіонального туристично-рекреаційного потенціалу на основі визначення факторів ресурсного забезпечення туристичної діяльності.

Туристична сфера регіону є складним синтетичним інтегрованим утворенням, яку охоплює у своїй структурі множину різнорідних суб'єктів й об'єктів, кожен з котрих має власні цільові настанови та функціональне призначення. Суб'єкти та об'єкти туристичної сфери регіону пов'язані господарськими зв'язками, які перебувають у процесі формування , трансформації та розвитку. У межах цих зв'язків відбуваються соціально-економічні процеси у галузі та її розвиток.

Механізм управління інноваційним розвитком регіональної туристичної сфери представлена на рис. 3.7.

Ключовою цільовою настановою представленого механізму є підвищення інноваційної активності соціально-економічної системи регіональної туристичної сфери. Реалізація інноваційного розвитку туризму

вимагає урахування факторів управління інноваційним потенціалом бізнес-суб'єктів та забезпечення його нагромадження. У цьому процесі важливого значення набувають інноваційні розробки, інтелектуальні ресурси галузі, моніторинг й контроль інноваційного розвитку, діагностика стану та динаміки елементів внутрішнього й зовнішнього середовища як окремих бізнес-суб'єктів, так і туристичної сфери регіону в цілому, особливо діяльність суміжних із туризмом секторів.



Рис. 3.7. Механізм управління інноваційним розвитком регіональної туристичної сфери\*

\*Власна розробка автора

Розробка та створення системи управління інноваційним розвитком регіональної туристичної сфери повинна ґрунтуватися на методичних засадах багатокритеріального аналізу. Зокрема, доцільне використання методу аналізу ієрархій. Необхідно здійснювати аналіз й оцінку факторів із сильною кореляцією, їх складових елементів, здійснювати оцінку їх значимості (вагомості) для отримання остаточних оціночних результатів впливу



факторів на систему управління інноваційним розвитком туристичної сфери регіону. Система ієрархій має мережну структуру. Отже, при сильній кореляції впливових факторів, мережні зв'язки переносять вплив на кінцеві показники діяльності системи управління інноваціями у туризмі. Ресурси системи управління інноваціями не слід розглядати відокремлено один від одного й у відриві від сформованої у галузі й регіоні системи господарських зв'язків й кооперативних взаємодій.

Ефективний розвиток туристичної сфери регіону вимагає адекватного (а краще – випереджального) розвитку інноваційної галузевої інфраструктури. Ця тенденція відповідає загальним інтенціями соціально-економічного розвитку національного та регіонального господарства на інноваційних засадах. Проголошений у стратегічних програмних документах перехід національного господарства від переважно сировинного до постіндустріального шляху розвитку на засадах формування інформаційної економіки та економіки знань потребує зусиль з боку органів державної влади у формуванні багаторівневої системи управління інноваціями на національному, галузевому та регіональному рівнях, а також створенні розвиненої інноваційної інфраструктури. Вирішення цього актуального завдання охоплює всі регіони країни, сектори й сфери економіки, у тому числі туристичну сферу.

Інноваційна інфраструктура туристичної сфери регіону має складатися з таких обов'язкових підсистем, що мають різне функціональне навантаження: фінансова інфраструктура, матеріально-технічна інфраструктура, інформаційна інфраструктура, кадрова інфраструктура, консалтингова інфраструктура.

Реалізація стратегії інноваційного розвитку туристичної сфери регіону вимагає наявності методики визначення рівня інноваційного потенціалу (інноваційності) території регіону. Така методика повинна бути заснована на визначенні пріоритетів факторів ресурсного забезпечення й управління інноваційною діяльністю бізнес-суб'єктів туристичної сфери регіону.

Головну роль у системі управління інноваційним розвитком туристичної сфери регіону відіграє інноваційна активність її бізнес-суб'єктів, яка здійснює вплив на систему управління, й водночас є об'єктом управління цієї системи.

Отже, при побудові методичного підходу до оцінювання інноваційності туристичної сфери регіону доцільно виходити з визначення мережних зв'язків всередині системи. Тут є сенс відзначити такі етапи:

- ідентифікація взаємодіючих елементів системи туристичної сфери;
  - визначення вектору й сили взаємодії елементів системи;
  - деталізація (декомпозиція) ієрархії зв'язків, виділення групи/кластерів.
- діагностика кожної групи/ кластера, їх подальша деталізація.

Після виділення підгруп/підкластерів у рамках кожної ідентифікованої групи/кластера здійснюється попарне порівняння цих елементів за ознакою їх вагомості.

Здійснення діагностики ускладнюється складністю мережних зв'язків, коли один елемент системи може одночасно належати до кількох груп [95].

Результативне значення вагомості елементу визначається силою взаємодії, а також значенням пріоритету у рамках системної ієрархії. За результатами такого аналізу вагомості всіх елементів системи туристичної сфери та їх груп визначаються пріоритети факторів.

Склад факторів інноваційного потенціалу розвитку туристичної сфери регіону показаний на рис. 3.8.

Значення пріоритетів різних факторів може змінюватися у часі. Також може змінюватися характер, частота й сила взаємодій елементів системи. Це пов'язано із складністю, гнучкістю та динамічністю соціально-економічної системи туристичної сфери регіону, яка характеризується наявністю численних динамічно змінних та різних за характером зв'язків між її структурними складовими. У процесі управління інноваційним розвитком туристичної сфери регіону необхідно враховувати ці її властивості.

Необхідно підходити до процесу управління інноваціями з точки зору системного підходу, бути готовими до управління змінами пріоритетом факторів та елементів системи, здійснювати постійний моніторинг й контроль змін, враховувати трансформації, що відбуваються усередині та зовні системи.



Рис. 3.8. Фактори інноваційного розвитку туристичної сфери регіону\*

\*Складено автором

Оцінка пріоритету факторів інноваційного розвитку туристичної сфери регіону визначається таким чином:

$$P_i = \frac{\sum_{k=1}^n P_{ik}}{\sum_{i=1}^m \sum_{k=1}^n P_{ik}} \quad (3.9)$$

де  $\sum P_{ik}$  – сумарна величина вагомостей (пріоритетів) k- фактору по n- групах факторів;

$\sum \sum P_{ik}$  - сума пріоритетів всіх факторів.

Методика оцінки пріоритетів факторів інноваційного розвитку туристичної сфери, заснована на аналізі ієрархії складових факторної

системи й визначенні мережних взаємодій цих складових факторних елементів дає можливість визначити ключові положення стратегії розвитку регіональної туристичної сфери на всіх рівнях регулювання: від національного – до місцевого.

Алгоритм оцінювання потенціалу інноваційного розвитку туристичної території регіону включає декілька послідовних етапів.

Інноваційний потенціал туристичної території складається з кількох пов'язаних елементів: наукового потенціалу, інвестиційного потенціалу, економічного потенціалу, соціального потенціалу, природного потенціалу. До цих складових слід додати потенціал, пов'язаний із розвитком пріоритетних видів туристичного бізнесу із урахуванням специфічних переваг регіону.

I етап - підготовчий. Здійснюється ідентифікація суб'єктів інноваційної діяльності туристичної сфери регіону, які визначають процеси розвитку інноваційної інфраструктури території. Визначаються особливості цих суб'єктів та узагальнюються їх характеристики.

II етап - формування системи оціночних показників. Система оціночних показників повинна всебічно характеризувати ключові напрямки туристичної діяльності на території регіону й складові його інноваційного потенціалу, тобто наукові, інвестиційні, соціально-економічні, природоохоронні пріоритети інноваційного розвитку туристичної сфери.

III етап – вибір еталону для порівняння. Визначається реальний або віртуальний регіон, який відповідає еталонним характеристикам розвитку туристичної сфери, тобто регіону із найбільш високим рівнем інноваційної активності у туристичній сфері. Значення кожного показнику розвитку оцінюється за максимальною оцінкою - 1.

Інтегральний показник оцінки інноваційного потенціалу туристичної сфери регіону за складовими елементами інноваційної системи розраховується таким чином:

$$III_o = \sqrt{\sum_{j=1}^n K_j} \quad (3.10)$$

де  $III_o$  – інтегральний показник інноваційного потенціалу складового елемента інноваційного розвитку туристичної сфери регіону, значення якого приймається за еталон;

$K_j$  – показник розвитку туристичної сфери еталонного регіону за рівнем інноваційної активності;

$n$  – кількість елементів інноваційного розвитку туристичної сфери.

IV етап передбачає нагромадженні інформації для розрахунку інтегральних показників за кожною групою, які визначаються шляхом порівняння фактичних значень із еталонними. За кожною складовою потенціалу визначається середнє значення інтегрального показника:

$$III_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n P_{j1} / P_{j0}} \quad (3.11)$$

де:  $III_i$  – середній інтегральний показник інноваційного потенціалу і-елемента інноваційного розвитку туристичної сфери регіону;

$P_{j1}$  – j-показник оцінки інноваційного потенціалу туристичної сфери досліджуваного регіону;

$P_{j0}$  – j-показник оцінки інноваційного потенціалу туристичної сфери еталонного (базового) регіону;

$n$  – кількість складових інтегрального показника.

V етап передбачає визначення с специфічних рис соціально-економічного розвитку регіону та його туристичної сфери. На основі цих даних визначаються особливі показники, що характеризують специфіку соціально-економічного розвитку туристичної сфери аналізованого регіону та їх інтегральний показник, що є корегуючим до основного. Розрахунок здійснюється експертним шляхом з використанням методу анкетування. VI етап – розрахунок сукупного інноваційного потенціалу розвитку туристичної сфери аналізованого регіону:

$$PI = \sum_{j=1}^n \frac{PI_{ij}}{PI_{0j}} K * 100\% \quad (3.12)$$

де  $PI_{ij}$  – інтегральний показник інноваційного потенціалу розвитку  $j$ -елемента туристичної сфери аналізованого регіону;

$PI_{0j}$  – інтегральний показник інноваційного потенціалу розвитку  $j$ -елемента туристичної сфери еталонного регіону;

$n$  – кількість складових інноваційного розвитку туристичної сфери регіону;

$K$  – корегуючий показник, що враховує специфіку соціально-економічного розвитку туристичної сфери конкретного регіону.

За даними такої оцінки необхідно визначити фактори впливу та вагомість впливу кожного фактору, що дозволить сформувати інформаційну базу для супроводження процесів стратегічного управління інноваційним розвитком туристичної сфери регіону.

Застосування описаного методичного підходу в управлінні розвитком туристичної сфери регіону вимагає таких дій:

1. Формування інформаційного забезпечення, удосконалення організації й методів збирання й обробки статистичних даних у регіоні, необхідних для розрахунку інтегральних показників.

2. Аналіз й оцінка статистичних даних щодо розвитку туристичної сфери регіону та вибір еталонного регіону для порівняння оціночних значень елементів інноваційного розвитку.

3. Прийняття методики на рівні державних інституційних структур та її використання при розробці цільових програм розвитку туристичної сфери регіону.

### **3.4. Розвиток регіонального туристичного маркетингу**

Як неодноразово наголошувалося у нашому дослідженні, одним з

основних елементів розвитку туристичної сфери регіону є маркетинг, зокрема формування туристичного бренду регіону, позиціонування та просування регіонального туристичного продукту.

Глобальною метою розвитку туристичної сфери Миколаївського регіону є формування іміджу Миколаївщини як національного й міжнародного туристичного центру.

Підцілями (цілями другого рівня) є такі:

- збільшення кількості внутрішніх й зовнішніх туристів, що відвідують регіон;
- збільшення податкових надходжень до бюджету регіону від активізації туристичної діяльності.

Реалізація вказаних цілей вимагає позиціонування й активного просування регіонального туристичного продукту на ринок.

Позиціонування передбачає пошук та прийняття певної позиції підприємства або продукту/послуги на ринку, яка буде вигідно відрізняти її від пропозицій конкурентів у очах споживачів.

Позиціонування здійснюється із прицілом на конкретно визначену цільову групу споживачів, для якої створюється специфічний продукт і визначаються його переваги перед конкурентами.

Слід більш детально зупинитися на специфіці основних концепцій й підходів до позиціонування фірми чи продукту на ринку:

1. Позиціонування переважно є елементом стратегічного планування, ніж тактичного. Процес позиціонування займає певний час й вимагає тривалої взаємодії із цільовою аудиторією.

Позиціонування туристичного продукту передбачає використання стійких засобів диференціації його якісних характеристик й формування сталих конкурентних переваг. Правильно визначені й зайняті ринкові позиції є стійкими, певним чином захищеними від атак конкурентів та адаптивними до змін й розвитку. Тобто ринкова позиція туристичного продукту може змінюватися на різних етапах його життєвого циклу.

2. Позичіонування відбувається у свідомості споживачів, тому воно має суб'єктивну складову сприйняття. Власне, позиція продукту - це уявлення споживача про нього, про його споживчу цінність. Таке уявлення пов'язано із сприйняттям споживачем комбінації характеристик продукту, яка «жорстких» (технічні характеристики, ціна тощо), так і «м'яких» (враження від сервісу та ін.). Отже, позиція товару врешті-решт визначається споживачем, а не продавцем товару. Окремі суттєві характеристики товару, такі як рівень ціни, канали розподілу, способи обслуговування можуть як зміцнити його позиції, так і звести заходи просування нанівець.

3. Позичіонування товару ґрунтується насамперед на одержанні споживачем вигоди від його споживання. Ефективні позиції товару перетворюють особливості товару на переваги для цільової аудиторії. Наприклад, низькі витрати при виробництві товару обертаються на порівняно низьку ціну для споживача. Сильні ринкові позиції пропонують споживачам чіткі вигоди, від покупки саме цього товару.

4. Оскільки різних споживачів цікавлять різні вигоди від споживання товару, оцінюючи товари-конкуренти, позиція конкретного продукту в уявленні різних споживачів може бути різною.

5. Позичіонування товару відбувається відносно інших товарів, які є конкуруючими. Порівняння товару в очах споживача відбувається у системі координат: вигода (споживча цінність)/ціна (грошовий еквівалент). Тому сам собою рівень цін, або якість не є визначальними. Конкурентоспроможним може бути як дешевий товар із сумнівною якістю, так і дорогий із високими якісними показниками. Головне, щоб грошова оцінка товару була еквівалентна його цінності у очах споживача.

Невдале позиціонування товару веде до того, що споживачі не розуміють потенційних переваг від його придбання. Сильне позиціонування багато в чому визначає увесь процес стратегічного планування й диференціації туристичних продуктів.

Отже, позиціонування туристичного продукту - це розробка пропозиції



товару, спрямоване зайняття їм у свідомості цільової аудиторії споживачів відособленого положення. Його результатом є успішне формування орієнтованого меседжу про цінність продукту цільовому споживачеві.

Позиціонування туристичного продукту регіону багато в чому визначається його туристично-рекреаційними ресурсами. Їх значення полягає у тому, що вони є базисом створення регіонального туристичного продукту, а отже і планування розвитку туристичної сфери регіону. Визначення видів й особливостей туристичних та рекреаційних ресурсів регіону визначають рівень та структур попиту на регіональні туристичні продукти й через це на формування й розвиток всієї сфери туризму та її інфраструктури. Визначення складу та кількості туристично-рекреаційних ресурсів регіону дозволяє визначити конкурентні переваги туристичного продукту. Їх унікальність впливає на специфіку туристичного продукту, процес його розробки, виробництва, реалізації й споживання, а головне – його цінність для цільової аудиторії.

Розвиток туристичного маркетингу в регіоні передбачає формування моделей управління позиціонуванням регіону та регіонального турпродукту на ринку і сталим розвитком туристичної сфери регіону.

Метою формування моделі управління позиціонуванням й стійким розвитком туристичної сфери в Миколаївській області є створення на її території сучасної конкурентоспроможної туристичної індустрії та її інфраструктури як однієї провідних сфер регіональної економіки, що максимально використовує регіональний туристично-рекреаційний потенціал для задоволення зростаючих потреб українських й іноземних споживачів у туристичних послугах, а також збільшення надходжень від туристичної сфери у бюджет регіону для забезпечення соціально-економічного розвитку області, зростання обсягів надходження інвестицій, збільшення кількості робочих місць, якості життя й рівня реальних доходів населення.

Концепція моделі наведена на рис. 3.9. Вона є послідовністю заходів по досягненню встановлених цілей, завдань й результатів розвитку туристичної

сфери регіону.

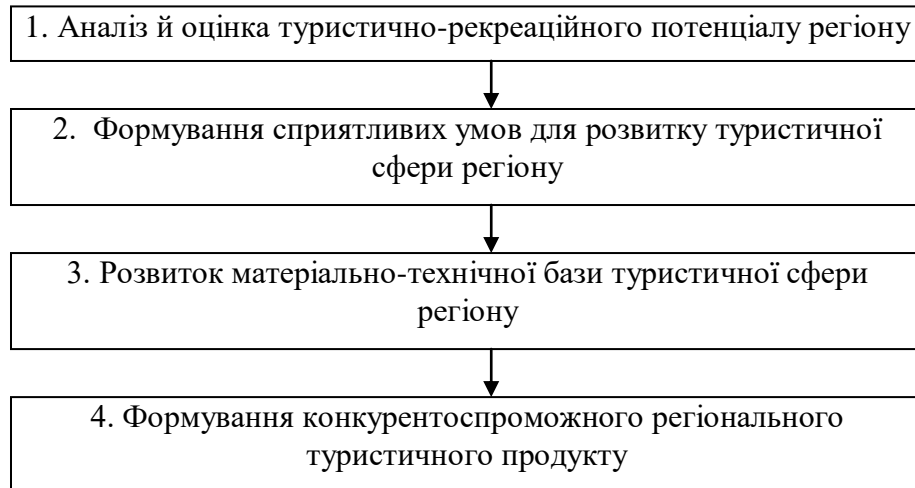


Рис. 3.9. Модель управління позиціонуванням і стійким розвитком туристичної сфери регіону\*

\*Власна розробка автора

Звичайно, що розвиток туристичної сфери вимагає, насамперед, активізації в'їзного туристичного потоку. Саме на зовнішніх туристів має бути націлене позиціонування регіонального тур продукту.

Концептуальна модель управління в'їзними туристичними потоками на засадах системно-маркетингового підходу наведена на рис. 3.10.

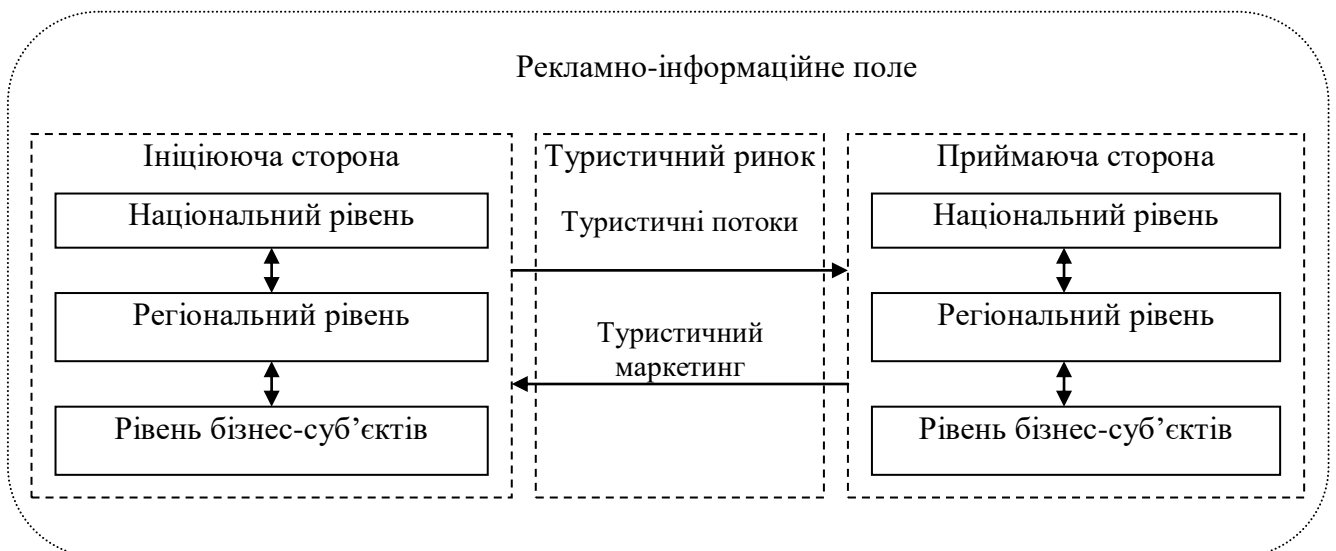


Рис. 3.10. Модель стимулювання в'їзних туристичних потоків на засадах системно-маркетингового підходу\*

\*Власна розробка автора

Модель передбачає багаторівневий ієрархічний тип архітектури системи заходів щодо стимулювання в'їзних туристичних потоків.

Системно-маркетингові заходи необхідно послідовно втілювати на всіх рівнях системи управління: національному, регіональному, рівня підприємств, із обов'язковим врахуванням особливостей управління на кожному рівні.

Реалізації моделі стимулювання в'їзних туристичних потоків на засадах системно-маркетингового підходу на регіональному рівні вимагає удосконалення нормативно-правової бази розвитку туристичної діяльності, організації аналітичних досліджень, маркетингу тощо.

Регіональний туристичний маркетинг передбачає розробку й реалізацію ряду системних заходів, зокрема:

- постійний моніторинг й контроль туристичних потоків;
- аналіз й оцінювання вихідної позиції розвитку туристичної сфери;
- визначення цільових сегментів для позиціонування регіонального турпродукту з метою розвитку в'їзного туризму;
- інформування споживачів про туристично-рекреаційні ресурси регіону (історико-культурні, оздоровчі, природні та ін.);
- проведення PR-кампанії у цільових регіонах та країнах;
- підвищення кваліфікації кадрів туристичної сфери;
- організація й участь у міжнародних представницьких заходах - туристичних виставках, конференціях тощо.

Організаційний рівень системи управління в'їзними туристичними потоками передбачає використання системно-маркетингового підходу у діяльності всіх туристичних підприємств й організацій регіону, що зокрема передбачає:

- визначення кожною організацією чи підприємством туристичної сфери регіон у власного цільового сегменту у міжрегіональному та міжнародному туристичному ринках;
- укладання довгострокових угод із туристичними фірмами обраних

регіонів й країн;

- реалізація послідовної маркетингової політики, стратегії маркетингу й просування тур продукту на обраних сегментах із активним використанням системи рекламно-інформаційного забезпечення;

- проведення цільових маркетингових досліджень щодо пріоритетних напрямків розвитку туристичного ринку;

- коректування пропозиції туристичних продуктів на засадах отриманої маркетингової інформації.

Таким чином, перспективи підвищення ефективності управління туристичними потоками повинні реалізовуватися на принципах системно-маркетингового підходу.

Ідея перетворення Миколаївської області у туристичний центр міжнародного рівня має стати провідною у стратегії розвитку туристичної сфери регіону, а ключовим фактором, що визначає успіх реалізації цієї ідеї є унікальні природні ресурси, якими володіє регіон. Водночас необхідно звернути першочергову увагу на нагальну потребу у реконструкції туристичної та обслуговуючої інфраструктури, насамперед автошляхів й транспортного обслуговування, а також здійснення заходів із просування регіонального туристичного продукту на внутрішньому та міжнародних туристичних ринках. Ще одним важливим напрямком є підвищення освітнього й культурного рівня місцевого населення з метою підготовки кваліфікованих фахівців для роботи із внутрішніми та зовнішніми туристами (особливо іноземними).

Відзначені системно-маркетингові інструменти стимулювання в'їзних туристичних потоків у Миколаївській області базуються на маркетингових принципах функціонування підприємств й організацій туристичної сфери регіону й органів державної влади та місцевого самоврядування, використанні нових інформаційних технологій у процесах просування на ринок й реалізації регіонального туристичного продукту.

Для реалізації поставлених завдань доцільне створення регіонального

туристично-інформаційного центру, на який слід покласти виконання функцій посередництва між постачальниками ресурсів, виробниками туристичних та супутніх товарів й послуг, продавцями й безпосередніми споживачами – туристами (рис. 3.11.).



Рис. 3.11. Структура регіонального туристично-інформаційного центру

Миколаївської області\*

\*Власна розробка автора

Необхідна організація на території регіону регулярних презентаційних

заходів, що дасть змогу гнучко реагувати на зміни кон'юнктури туристичного ринку. Також доцільне підсилення контролю за дотримання норм природоохоронного законодавства й проведення постійного моніторингу екологічного навантаження на туристичні дестинації регіону. До важливих заходів слід віднести й контроль якості надання туристичних послуг, організацію обліку прибуваючих туристів й екскурсантів.

Сукупність вказаних органів регулювання туристичної активності в регіоні формує системно-маркетинговий механізм стимулювання розвитку туристичної сфери Миколаївської області.

Ефективне управління розвитком туристичної сфери регіону на засадах стратегії диверсифікації турпродукту та реалізація моделі удосконалення регіональної туристичної політики вимагає здійснення діагностики привабливості території регіону для розробки й просування нового туристичного продукту.

Загальний рівень привабливості регіону як туристично-рекреаційної дестинації, із урахуванням впливу сприятливих та негативних факторів, можна оцінити за допомогою інтегральної оцінки.

Такий методичний підхід є універсальним й дає змогу оцінювати туристично-рекреаційну привабливість території будь-якого регіону для організації будь-якого виду туристичної діяльності. Втім, для різних регіонів необхідно вносити певні уточнюючі корективи у оціночні показники. Методика інтегральної оцінки дає можливість визначити рейтинг найбільш привабливих для регіону видів туристичної діяльності із метою їх активного просування й підтримки. Основні етапи використання методики та зміст розрахунків на кожному з них наведені далі:

Етап I. Розрахунок інтегрального показника туристично-рекреаційної привабливості регіону для розвитку певного виду туристичної діяльності:

$$III = TRP \times \Phi, \quad (3.13)$$

де  $III$  - інтегральний показник оцінки туристично-рекреаційної привабливості регіону для розвитку певного виду туристичної діяльності;

$TRП$  – показник оцінки туристично-рекреаційного потенціалу регіону;

$\Phi$  – показник, який характеризує підтримуючі фактори реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону.

1.1. Розрахунок показника оцінки туристично-рекреаційного потенціалу регіону здійснюється за формулою:

$$TRП = TPP + TI + OI + K, \quad (3.14)$$

де  $TRП$  - показник оцінки туристично-рекреаційного потенціалу регіону;

$TPP$  - показник оцінки туристично-рекреаційних ресурсів регіону;

$TI$  – показник, що оцінює розвиток туристичної інфраструктури регіону;

$OI$  – показник, що оцінює розвиток обслуговуючої інфраструктури в регіоні;

$K$  – показник оцінки кадрового потенціалу туристичної сфери регіону.

Розрахунок складових  $TPP$ ,  $TI$ ,  $OI$ ,  $K$  здійснюється таким чином:

- визначення складу ресурсів й окремих об'єктів, що визначають розвиток конкретного виду туристичної діяльності: туристично-рекреаційні ресурси території; туристична та обслуговуюча інфраструктура регіону; кадровий потенціал туристичної сфери.

- визначення якісних критеріїв оцінювання: різноманіття ресурсів; достатність ресурсів; відповідність наявних встановленим вимогам; значимість ресурсів й об'єктів.

- здійснення експертного оцінювання ресурсів й об'єктів за встановленими критеріями. Оцінювання кожного критерію відбувається експертним шляхом із залученням фахівців, стекхолдерів та незалежних експертів.

- розрахунок інтегральної оцінки кожної складової ( $TPP$ ,  $TI$ ,  $OI$ ,  $K$ ):

$$IOP = \sum_{i=1}^n P_i * D_i * B_i * Z_i, \quad (3.15)$$

де  $IOP$  - інтегральна оцінка і-складової туристично-рекреаційного

потенціалу регіону ( $TPP, TI, OI, K$ );

$P$  - показник різноманітності і-складової;

$D$  - показник достатності і-складової;

$B$  - показник відповідності і-складової;

$Z$  - показник значимості і-складової.

- узагальнення оцінки туристично-рекреаційного потенціалу регіону.

1.2. Розрахунок показника, який характеризує підтримуючі фактори реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону:

$$\Phi = IP + ДП + M + P, \quad (3.16)$$

де  $\Phi$  – показник підтримуючих факторів використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону;

$IP$  - показник, що характеризує фактор інвестиційного розвитку регіону;

$ДП$  – показник, що характеризує фактор державної підтримки розвитку туристичної сфери регіону;

$M$  – показник, що характеризує фактор туристичного маркетингу території (просування й реклама регіонального тур продукту);

$P$  – показник, що характеризує ринковий фактор (попит, пропозиція, ціна, конкуренція).

Розрахунок складових  $IP, ДП, M, P$  здійснюється таким чином:

- визначення переліку підтримуючих факторів використання туристично-рекреаційного потенціалу території: обсяг надходження інвестицій на розвиток об'єктів туристичної та обслуговуючої інфраструктури; державна підтримка стратегічного розвитку туристичної сфери регіону; маркетинг туризму; ринкові фактори, достатність та значимість кожного фактору.

- визначення якісних критеріїв оцінки складових факторів підтримки розвитку – здійснюється експертним шляхом, кожному критерію присвоюється бальна оцінка.

- розрахунок інтегральної оцінки за кожним складовим фактором ( $IP,$



ДП, М, Р):

$$IO\Phi = \sum_{j=1}^t D_j * Z_j, \quad (3.17)$$

де  $IO\Phi$  - інтегральна оцінка  $j$ -фактора;

$D_j$  – показник достатності  $j$ -фактора;

$Z_j$  - показник значимості  $j$ -фактора.

- узагальнення отриманих результатів по оцінці факторів, що підтримують розвиток й термалізацію туристично-рекреаційного потенціалу регіону.

Етап II. Порівняння складових критеріїв оцінки туристично-рекреаційної привабливості регіону: показника оцінки туристично-рекреаційного потенціалу регіону ( $TRP$ ) та показника, який характеризує підтримуючі фактори реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону ( $\Phi$ ):

- визначення найбільш сильних та слабких факторів за результатами експертного оцінювання.

- розробка та обґрунтування рекомендацій щодо підсилення слабких факторів (додаткове фінансування, непряма підтримка тощо) та подальшого утримання й зміцнення сильних факторів.

Етап III. Формування рейтингу туристично-рекреаційної привабливості регіону для конкретних видів туристичної діяльності. На цьому етапі за результатами бальних оцінок визначається місце кожного виду туристичної активності у рейтингу та робляться висновки для прийняття управлінських рішень .

Ефективна реалізація пропонованих підходів й заходів щодо удосконалення регіональної туристичної політики дозволить стимулювати всі складові сталого розвитку регіону:

- економічний розвиток - підтримка динаміки розвитку економіки регіону, необхідної для забезпечення високого рівня життя й доходів населення, зменшення рівня безробіття, залучення інвестицій у туристичну сферу та туристичних потоків у регіон, сприяння ефективному розвитку

регіонального господарства;

- соціальний розвиток – покращення умов та якості життя населення: збільшення очікуваної тривалості життя при народженні; покращення медичного обслуговування й системи освіти; забезпечення високих соціальних стандартів та соціального захисту населення;

- захист природного середовища (екологічна складова) – забезпечення й підтримка екологічної рівноваги, ощадливе використання природних ресурсів, захист природного середовища.

### **Висновки до розділу 3**

1. Визначено основні положення регіональної туристичної політики. Визначено об'єкт та предмет туристичної політики, суб'єктів та базові інструменти її реалізації. Розроблено організаційно-управлінську модель розробки й реалізації регіональної туристичної політики на засадах диверсифікації туристичного продукту, яка характеризує послідовність етапів реалізації регіональної туристичної політики, а також документарне супроводження процесів організації й управління туристичним продуктом.

2. На основі системного підходу розроблено модель організаційно-управлінського механізму формування та реалізації стратегії сталого розвитку туристичної сфери регіону на засадах виявлення сильних і слабких сторін регіону, потенційних можливостей і загроз розвитку із урахуванням перспективних стратегічних рішень, що сприятиме соціально-економічному розвитку регіону та забезпечить у перспективі мультиплікативний вплив розвитку туристичної галузі на інші сфери й сектори регіонального господарства.

3. Сформульовано базові положення концепції розвитку туристичної сфери регіону на прикладі Миколаївської області. Заходи концепції систематизовано за блоками: формування сприятливих умов для розвитку туристичної діяльності в регіоні; розвиток матеріально-технічної бази туристичної сфери регіону; розробка й просування конкурентоспроможного

регіонального туристичного продукту. Ідентифіковано і деталізовано групи ризиків реалізації концепції: геополітичні, міжнародні; макроекономічні; фінансові; екологічні.

4. Розроблено методичний підхід до оцінки бюджетної й соціально-економічної ефективності реалізації заходів концепції розвитку туристичної сфери регіону за складовими: збільшення податкових надходжень та інвестиційних доходів. Розроблено модель й алгоритм оптимізації календарного плану-графіку виконання заходів концепції, критерієм оптимальності у якій виступає чиста дисконтована вартість програмних заходів.

5. Обґрунтовано пропозиції щодо розвитку туристичної сфери регіону на засадах формування територіально-виробничих інтеграційних структур – кластерів, що визначає ринкове позиціонування регіону й формує його імідж. Розроблено концептуальну модель створення й просування на ринок нового регіонального туристичного продукту на засадах кластерного підходу. Пропонована модель формування туристично-рекреаційного кластеру дає можливість врахувати інтереси всіх його учасників та створити передумови для сталого розвитку туристичної території.

6. Для забезпечення ефективного функціонування та розвитку туристичної сфери регіону на інноваційних засадах запропоновано механізм управління інноваційною діяльністю її бізнес-суб'єктів та оптимального використання та нагромадження регіонального туристично-рекреаційного потенціалу на основі визначення факторів ресурсного забезпечення туристичної діяльності. Механізм управління інноваційним розвитком регіональної туристичної сфери ґрунтується на методичних засадах багатокритеріального аналізу факторів впливу на інноваційний потенціал бізнес-одиниць, зокрема методі аналізу ієрархій.

7. Визначено й обґрунтовано пропозиції щодо розвитку регіонального туристичного маркетингу, зокрема розроблено модель управління позиціонуванням регіону та регіонального турпродукту на ринку і сталим

розвитком туристичної сфери регіону із використанням системно-маркетингових інструментів стимулювання в'їзних туристичних потоків. Запропоновано методичні засади діагностики привабливості території регіону для розробки й просування нового туристичного продукту на основі інтегральної оцінки із урахуванням впливу сприятливих та негативних факторів.

## ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі на основі теоретичного узагальнення обґрунтовано новий підхід до вирішення важливого наукового і практичного завдання – формування регіональних механізмів розвитку туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону. Отримані в результаті дослідження наукові результати дозволяють зробити такі висновки теоретичного, методичного та практичного характеру:

1. В результаті дослідження й узагальнення понятійно-термінологічного апарату, уточнено зміст поняття «туристично-рекреаційні ресурси регіону», що сформульоване як сукупність всіх ресурсів території, як природних, так і штучно створених, які допомагають здійснювати туристично-рекреаційну діяльність в регіоні, тобто реалізувати функції туристичної сфери, зокрема: рекреаційну, соціокультурну й економічну (господарську). Напрямки й інтенсивність використання туристично-рекреаційних ресурсів регіону зумовлюються низкою чинників, які формують умови соціально-економічного розвитку території регіону: соціально-економічні; суспільно-політичні; природно-кліматичні; екологічні; чинники взаємодії регіону із ближнім й дальнім зовнішнім оточенням.

2. Аналітичне дослідження впливу геополітичного положення та економічного стану Миколаївської області на розвиток регіональної туристичної сфери показало, що область володіє значним потенціалом розвитку туристичної індустрії. За період 2017-2019 рр. обсяги туристичного збору в регіоні зросли у 2,07 рази - з 1429,1 до 2963,1 тис. грн. 99% туристів прибувають у регіон із цілями відпочинку. Втім, туристична галузь Миколаївської області є недостатньо розвиненою. SWOT-аналіз показав, що найбільш вагомими причинами неповного використання потенціалу є: невідповідність матеріально-технічної бази більшості регіональних туристично-рекреаційних об'єктів сучасним вимогам; порівняно високі ціни на товари й послуги для туристів; низький якісний рівень сервісу; недостатня

нерозвиненість транспортного обслуговування та ін.

3. Визначено концептуальні передумови формування регіональної політики й стратегії розвитку туристичної сфери. Головну мету регіональної туристичної політики визначено як розвиток конкурентоспроможної туристичної сфери регіону, здатної розробити та запропонувати національному та світовому ринку унікальний туристичний продукт високої якості. Сформульовано базові положення регіональної туристичної політики: об'єкт та предмет туристичної політики, суб'єктів та базові інструменти її реалізації. Розроблено організаційно-управлінську модель формування й реалізації регіональної туристичної політики на засадах диверсифікації туристичного продукту, яка характеризує послідовність етапів реалізації регіональної туристичної політики, а також документарне супроводження процесів організації й управління туристичним продуктом.

4. Побудовано організаційно-економічну модель регулювання розвитку туристичної сфери регіону, яка має у складі алгоритм формування й реалізації цільових галузевих програм. Модель передбачає сегментацію дій щодо формування комплексу цільових програм розвитку туристичної сфери. Застосування внутрішнього алгоритму дозволить сформувати комплекс цільових галузевих програм розвитку туристичної сфери регіону. Цей комплекс структурно складається з трьох рівнів, які є взаємопов'язаними за ресурсним забезпеченням, виконавцями робіт, строками реалізації програмних заходів за блоками: НДДКР, виробництво, соціально-економічні заходи, екологія, організаційно-управлінські заходи, нормативно-правовий базис та ін.

5. В результаті дослідження розроблені методичні засади аналізу й оцінювання конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту на засадах визначення його споживчої корисності. Регіональний туристичний продукт описано за допомогою мультиатрибутивної моделі, побудованої на принципах теорії корисності, яка дозволяє визначити корисність кожної ключової характеристики туристичного продукту (загальний стан туристичного обслуговування; якість засобів розміщення; якість харчування;

якість екскурсійного обслуговування, розваг та інших додаткових послуг) та його сукупну корисність, що виступає критерієм конкурентоспроможності.

6. На засадах системного підходу побудовано модель функціонування й розвитку регіонального туристичного ринку на засадах системного підходу, яка дає можливість планувати й прогнозувати процеси сталого розвитку туристичної сфери регіону, визначати її проблемні складові та оцінювати рівень використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону. Модель ґрунтується на універсальній системі кількісних та якісних показників, які всебічно характеризують регіональний туристичний ринок, соціально-економічний потенціал й ефективність функціонування туристичної сфери регіону, враховує специфіку регіонального туристичного ринку, виконує завдання його регулювання із метою досягнення прогнозованих результатів, сприяє реалізації соціально-економічного розвитку регіону, а також національної туристичної сфери.

7. Розроблено методичний підхід до оцінювання ефективності заходів щодо розвитку туристичної сфери регіону. Головним критерієм ефективності прийнято прибуток від туристичної діяльності, який формується у системі координат: доходи від в'їзного туризму; доходи від виїзного туризму; витрати господарства регіону на розвиток туристичної сфери. В рамках пропонованого підходу оцінка бюджетної й соціально-економічної ефективності реалізації заходів концепції розвитку туристичної сфери регіону здійснюється за складовими: збільшення податкових надходжень та інвестиційних доходів. Розроблено модель й алгоритм оптимізації календарного плану-графіку виконання заходів концепції, критерієм оптимальності у якій виступає чиста дисконтована вартість програмних заходів.

8. Сформульовано рекомендації щодо формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні. Для забезпечення ефективного функціонування та розвитку туристичної сфери регіону на інноваційних засадах запропоновано механізм управління інноваційною

діяльністю її бізнес-суб'єктів та оптимального використання та нагромадження регіонального туристично-рекреаційного потенціалу на основі визначення факторів ресурсного забезпечення туристичної діяльності. Механізм управління інноваційним розвитком регіональної туристичної сфери ґрунтується на методичних засадах багатокритеріального аналізу факторів впливу на інноваційний потенціал бізнес-одиниць, зокрема методі аналізу ієрархій.

9. Визначено й обґрунтовано пропозиції щодо розвитку регіонального туристичного маркетингу, зокрема розроблено модель управління позиціонуванням регіону та регіонального турпродукту на ринку і сталим розвитком туристичної сфери регіону із використанням системно-маркетингових інструментів стимулювання в'їзних туристичних потоків, які базуються на маркетингових принципах функціонування підприємств й організацій туристичної сфери регіону й органів державної влади та місцевого самоврядування, використанні нових інформаційних технологій у процесах просування на ринок й реалізації регіонального туристичного продукту.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дис. ... д.е.н.: спец. 08.00.05 "Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка". Львів, 2008. - 35 с.
2. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): автореф. дис. ... к.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Львів, 2010. 23 с.
3. Бедрак Н. О. Адміністративно-правове регулювання туристичною галуззю: автореф. дис. ... к.ю.н.: спец. 12.00.07 "Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право". Київ, 2010. 18 с.
4. Білецька І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму. Журнал європейської економіки. 2011. Том 10. № 2. С. 178–187.
5. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): автореф. дис. ... к.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Львів, 2010. 23 с.
6. Бойко М.Г. Економіко-предметне обґрунтування розвитку термінологічного апарату туризму. Економіка та держава. 2010. № 3. С. 47–49.
7. Богданова Ж.А. Особливості діяльності туроператорів і турагентів: обліковий аспект. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2015. № 1(19). С. 59–64.
8. Борисова О.В. Ефективність інноваційної політики підприємств у сфері туризму. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2013. Т.18. Вип. 2. С.18-26.
9. Быков В.А. Измеримая инновационная организация. Промышленная политика. 2008. №10. С. 41-46.
10. Валентюк І. В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України: автореф. дис. ... к.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Київ, 2005. 20 с.

11. Вишнева Н. Как найти свое место в туристическом бизнесе? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://statuspress.com.ua/big-theme/kak-najti-svoemesto-v-turisticheskom-biznese.html>. (Дата звернення: 06.06.2020).
12. Вуйцик О. Вплив рекреаційно-туристичного комплексу на розвиток економіки держави. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». Львів, 2008. № 24. С. 35-42.
13. Всесвітня туристична організація ((ВТО) United Nations World Tourism Organization; UNWTO). Офіційний сайт. URL: <http://www2.unwto.org/> (Дата звернення: 20.03.2019).
14. Власова Н. М. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. Культура народів Причорномор'я. 2009. № 176. С. 113–114.
15. Великий тлумачний словник сучасної української мови / за ред. В.Т. Бусела. Київ, Ірпінь. Перун, 2005. 1728 с.
16. Горіна Г.О. Сутність та особливості типології туристичних підприємств як суб'єктів управління. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2016. Вип. 20. С. 46-49.
17. Горбылева З.М. Экономика предприятий туризма: [учеб.-метод.пособие]. Минск: РИПО, 2014. 226 с.
18. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 23. С. 29-31.
19. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія. за заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.
20. Дехтяр Н. А. Державна підтримка розвитку туризму у цільових програмах: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.03 "Економіка та управління національним господарством". Харків, 2011. 19 с.
21. Давидова О.Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. (Серія «Економіка»). 2015. № 7 (172). С. 65-69.

22. Данильчук В.Ф., Алейникова Г.М., Бовсуновская А.Я., Голубничая С.Н. Методология оценки рекреационных территорий. Донецк: ДИТБ, 2003. 197 с.

23. Жукович І.В. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. Наука та наукознавство. 2017. №2. С. 69-81.

24. Жежуха В.Й. Поняття інноваційності технологічних процесів машинобудівних підприємств. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: зб. наук. пр. / відп. ред. О. Є. Кузьмін. – Л.: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2009. 564 с.

25. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. Москва: Финансы и статистика, 2003. 384 с.

26. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>. (Дата звернення: 17.05.2020).

27. Зеленська М.О., Ширяєва Б.О. Зовнішній потенціал туристичного оператора. Вісник ОНУ імені Мечникова. 2014. Т. 19. Вип. 1/1. С. 167–171.

28. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV, (із змінами) від 04.07.2002 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (Дата звернення: 10.08.2020).

29. Зуева М. Инновационная деятельность как средство укрепления инновационного потенциала индустрии туризма [Электронный ресурс]. Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/uecs41-412012/item/1359-2012-05-25-06-57-28>. (Дата звернення: 11.08.2020).

30. Зінов'єв Ф.В. Управлінський консалтинг як інструмент розвитку українських підприємств. *Держава та регіони: Економіка та підприємництво*. 2008, № 6. С. 88

31. Інтернет видання «Сегодня.ua» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.segodnya.ua/turizm-yak-kozirna-karta-ukranksko-ekonomki-706563.html](http://www.segodnya.ua/turizm-yak-kozirna-karta-ukranksko-ekonomki-706563.html). (Дата звернення: 25.04.2020).
32. Іванюк У.В. Особливості функціонування туристичних підприємств в сучасних економічних умовах. Моделювання регіональної економіки. 2012. № 2. С. 436–444
33. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Организация деятельности: учебник. М.: Финансы и статистика, 2014. 240 с.
34. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
35. Кушнар'ов В. В. Туристична реклама в соціокультурному просторі сучасної України: автореф. дис. ... к.культур.: спец. 26.00.01 "Теорія та історія культури". Київ, 2010. 15 с.
36. Козловський Р. Україна: туристичний рух – 2013. Український туризм. 2014. № 1. С. 26-28.
37. Камушков О. С. Управління розвитком туристичної сфери України: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.03 "Економіка та управління національним господарством". Запоріжжя, 2010. 25 с.
38. Кучеренко В.С. Особливості та сучасні тенденції управління туристичною сферою. Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zavantag.com/docs/index-22506858.html?page=28>. (Дата звернення: 18.08.2020).
39. Куліцька Н.В. Економічна безпека туристичних підприємств. Інформатика та інформаційні технології: мат. студ. наук. конф. (20 квітня 2015 р.). Одеса: ОНЕУ, 2015. С. 68–71.
40. Кальченко О.М. Економічна безпека підприємств туристичної сфери. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2013. № 1. С. 136–143.

41. Кальченко О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. Вісник Чернігівського державного технологічного університету : зб. наук. праць. Чернігів : ЧДТУ, 2011. № 4 (54). С. 147–155.
42. Кіндрик Т.О., Головінов О.М. Інноваційна діяльність в туристичному господарстві України. Матеріали конференції «Ефективні інструменти сучасних наук — 2010». URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/kindryk.htm/](http://tourlib.net/statti_ukr/kindryk.htm/) (Дата звернення: 10.08.2020).
43. Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М.В., Кузик С.П.. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Наукове видання. - Львів: НАН України. ІРД НАН України. 1999. 78 с.
44. Карташевская И.Ф. Оптимизация процессов управления туристскими ресурсами на региональном уровне. Культура народов Причерноморья. № 45. 2003. С. 173–178.
45. Карташевская И.Ф. Статистический метод определения экономической эффективности туризма в национальной экономике Украины. Культура народов Причерноморья. 2013. №262. С.40-43.
46. Лігоненко Л.О. Методологія та інструменти оцінювання інноваційності підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій 2015. № 3. С. 105-117.
47. Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму. Державне будівництво. 2010. № 2. URL: <http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/DeBu/2010-2/index.html>. (Дата звернення: 10.07.2019).
48. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
49. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: Монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2012. - 176 с.
50. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. Посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.

51. Малишева О. В. Державне управління сферою туризму та охороною культурної спадщини (регіональний аспект): автореф. дис. ... к.держ. упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Харків, 2008. 20 с.
52. Моран О. І. Розвиток туристичного ринку в економічній системі регіону: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.05 "Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка". Львів, 2008. 22 с.
53. Малыхина А.А. Системный анализ деятельности туристического предприятия. Информационные управляющие системы и компьютерный мониторинг: мат. конф. (19 мая 2013 г.). Донецьк: ДоННТУ, 2013. С. 597–600.
54. Момонт Т.В. Особливості організації бухгалтерського обліку підприємствами туристичної сфери. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2014. № 1. С. 34–41.
55. Михайліченко Г. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону [Електронний ресурс]. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2012. № 7 (727). С. 341–350. – Режим доступу: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13980/1/50\\_341-349\\_Vis\\_727\\_Menegment.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13980/1/50_341-349_Vis_727_Menegment.pdf). (Дата звернення: 15.03.2020).
56. Маклашина Л.Р. Роль инноваций в развитии туризма. Креативная экономика. 2011. № 12 (60). С. 130-136.
57. Майлс Й. Сервисные инновации в XXI веке. Форсайт. 2011. № 2. - С. 4-15.
58. Малахова Н. Н. Инновации в туризме и сервисе. М. : ИКЦ «МарТ», Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2008. 224 с.
59. Мітюк О.В. Оцінка привабливості туристичних об'єктів і територій Столичного регіону. Географія та туризм. 2012. Вип. 19. С. 60-65. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt\\_2012\\_19\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2012_19_11). (Дата звернення: 18.09.2020).

60. Новиков В. Инновации в туризме : учеб. пособие [Электронный ресурс]. М.: Изд. центр "Академия", 2007. 208 с. Режим доступа: <http://infotour.in.ua/novikov.htm>. (Дата звернення: 22.08.2020).

61. Національний класифікатор України: класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 № 530 від 29.11.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ubc.ua/Links/codesua2.html>. (Дата звернення: 10.11.2020). Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса. ОНЕУ, 2016. 262 с.

62. Остап'юк Н. І. Державне регулювання розвитку туристичної галузі в Україні: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.03 "Економіка та управління національним господарством". Харків, 2011. 23 с.

63. Орленко Я. Ю. Імперативи розвитку туристичної галузі України. Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія : Державне управління. 2016. Вип. 2. С. 25–36.

64. Опекун Е.В. Инновационность предприятия: критерии и подходы к измерению. Теоретические и прикладные вопросы экономики : сборник научных трудов. Киев, 2011. Вып. 23. С. 96-105.

65. Олдак П.Г. Индустрия туризма – одно из ведущих направлений развития современной экономики. Проблемы развития индустрии туризма. Новосибирск: ИЭ и ОППО АН СССР, 1990. С. 49–54.

66. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (Дата звернення: 06.11.2020).

67. Про внесення змін до Закону України "Про туризм": Закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show>. (Дата звернення: 19.01.2020).

68. Пеклун О. С. Сприяння органів державної влади створенню позитивного іміджу країни в міжнародному туристичному просторі. Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології: зб. наук. пр. 2012. № 1. С. 186–192.

69. Поліщук А. О. Державне регулювання детінізації туристичного бізнесу: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.03 "Економіка та управління національним господарством". Запоріжжя, 2009. 20 с.

70. Про підтримку розвитку туризму в Україні. Указ Президента України від 2 березня 2001 р. № 127/2001. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show>. (Дата звернення: 25.10.2020).

71. Про надання чинності в Україні міждержавним стандартам, змінам до міждержавних стандартів та скасування нормативних документів. – [Електронний ресурс]: Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики N 285. 05.10.2005 р. – [Електрон. дані]. – 2007. – Режим доступу: <http://ua-info.biz/legal/baseft/ua-smwzcr.htm>. (Дата звернення: 26.10.2020).

72. Похомчикова Е.О. Индустрия гостеприимства: эволюционный подход: автореф. дис. ... к. э. н.: 08.00.05, Иркутск, 2015. 24 с. URL: <http://economy-lib.com/industryagostepriimstva-evolyutsionnyu-podhod> (Дата звернення: 12.12.2019).

73. Портер М.Э. Конкуренция. М.: Издательство Дом "Вильямс", 2005. 608 с.

74. Рега М.В. Туристичний бізнес в економічному просторі України. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2009. № 19. С. 299–303.

75. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / За заг. ред. професора В. Г. Герасименка ; авт. кол. : В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.]. Одеса : Астропринт, 2013. 304 с.

76. Суходуб В.С. Роль міжнародного туризму в економічному розвитку країн світу. Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. Луцьк, 2007. № 12. С. 245-251.

77. Саух І.В. Концептуальні основи формування системи туризму в Україні. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2016. № 1. С. 113–122.



78. Саак А.Є., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. СПб.: Питер., 2007. 512 с.
79. Скворцов Д.І. Інновація, інноваційність та інноваційний розвиток з позицій економічної теорії. Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2013. №776. – С. 309-314.
80. Садков В.Г. Оценка уровня инновационности экономики и ключевые направления формирования целостной многоуровневой национальной инновационной системы. Инновационная экономика. 2006. №1. – С. 49-53.
81. Святохо Н.В. Концептуальные основы исследования туристского потенциала региона. Экономика и управление. 2007. №2. С. 30-36.
82. Скляр Г. П. та ін. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 2(48). С. 157-162.
83. Скляр Г. П. Проблеми гармонізації показників розвитку сфери туризму в Україні з міжнародними стандартами. Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: людинорозмірність, духовність, партнерство, кооперація [Електронний ресурс]: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 1 листопада 2016 р.). Текст. і граф. дані (2,4 МБ). Полтава: ПУЕТ, 2016. С. 185-190.
84. Трілленберг Г. Інноваційно-кластерний підхід до розвитку туризму України в умовах глобалізації. Журнал європейської економіки. 2014. Т. 13. № 4. С. 401–414.
85. Темник І.О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. Ефективна економіка: [електронне наукове фахове видання] [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tourism-book.com/books/book-34/chapter-1372/> (Дата звернення: 16.04.2020).
86. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та ін. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / За заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.

87. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : Монографія. К. : КНТЕУ, 2006. 537 с.
88. Терехух А.А., Мороз О.І. Оцінювання туристичного потенціалу DESTINATION. Актуальні проблеми економіки. 2016. №7(181). С. 335-343.
89. Устименко Л. М. Історія туризму. К. : Альтерпрес, 2008. – 354 с.
90. Хомутский Д. Как измерить инновации. Управление компанией. 2006. №2. С. 8-11.
91. Цимбал О.І. Туристична сфера України як плацдарм до розвитку національної економіки та міжнародного туризму. Сталий розвиток економіки. 2012. №2. С.133-136.
92. Шаптала О. С. Державне управління сферою рекреаційного обслуговування в Автономній Республіці Крим в умовах ринкових відносин: авто-реф. дис. ... д.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Київ, 2005. 36 с.
93. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичної галузі: дис. ... д. екон. н. К.: КНТЕУ, 2006. 433 с.
94. Школа І.М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: [монографія] / За ред. І.М. Школи. Чернівці: Книги – XXI, 2007. 292 с.
95. Шешегов С.В. Показатели оценки уровня инновационности в пищевой промышленности [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://economics.openmechanics.com/articles/204.pdf>
96. Шелементьєва Т.В. Узагальнення підходів до оцінювання туристично-рекреаційного потенціалу країни (регіону). Вісник економічної науки України. 2018. №1. 187-191.
97. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: учебное пособие / Г. А. Яковлев. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: РДЛ, 2004. 376 с.
98. Яковенко Е.В. Сущность и типы инноваций в сфере туризма. Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. №2 (12). С. 102-105.

99. Яковенко Е.В. Методические аспекты оценки инновационной активности туроператоров Крыма. Культура народов Причерноморья. 2010. №196. С. 230-234.
100. Harper D. Online etymology dictionary [Electronic resource] / D. Harper. – Access mode : [http://www.etymonline.com/index.php?allowed\\_in\\_frame=0&search=tour&search\\_mode=none](http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=tour&search_mode=none) (Дата звернення: 11.07.2020).
101. Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology / A. Baever. – Wallingford : CAB International, 2002. – P. 313.
102. Hunziker W. Grundris Der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Schriftenreihe des Seminars fur Fremdenverkehr an der Handels. Zurich: Polygraph, 1942. № 1. 392 p.
103. UNWTO technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics. Madrid : World Tourism Organization, 1995. P. 14.
104. Recommendations on Tourism Statistics. Statistical Papers. New York : United Nations, 1994. № (83):54. P. 5.
105. Hall C.M., Williams A. Tourism and innovation. London: Routledge. 2008. 263 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=-LF8AgAAQBAJ&hl=ru> (Дата звернення: 28.12.2019).
106. Den Hertog P., Van der Aa W., De Jong M.W. Capabilities for Managing Service Innovation: Towards a Conceptual Framework. Journal of Service Management. 2010. Vol. 21. № 4. P. 490-514.
107. Gallouj F., Weinstein O. Innovation in services. Research Policy. 1997. № 26 (4-5). P. 537–556.
108. Carlborg P. Kindström D., Kowalkowski C. The evolution of service innovation research: A critical review and synthesis. The Service Industries Journal. 2014. № 34 (5). P. 373-398.
109. Snyder H., Witell L., Gustafsson A. et. al. Identifying categories of service innovation: A review and synthesis of the literature. Journal of Business Research. 2016. URL: <http://paulfombelle.com/wp->

<content/uploads/2015/05/categories-of-service-innovation-JBR-2016.pdf> (Дата  
звернення: 05.11.2019).

110. Van Ark B. Services Innovation, Performance and Policy: A Review, Synthesis Report in the Framework of the Structural Information Provision on Innovation in Services, DIALOGIC and Innovation studies / Van Ark B., Broersma L. and den Hertog, P. – Utrecht University, 2003. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rug.nl/staff/h.h.van.ark/research?format=print&lang=en> (Дата звернення: 25.10.2020).

111. Becic E., Crnjar K., Licul M. Measures of innovation activities in tourism according to CIS survey. Tourism and Hospitality Industry, Congress proceedings. 2014. P. 90–105. URL: [http://www.fthm.uniri.hr/files/Kongresi/THI/Papers/2014/THI\\_May2014\\_90to105.pdf](http://www.fthm.uniri.hr/files/Kongresi/THI/Papers/2014/THI_May2014_90to105.pdf) (Дата звернення: 19.12.2020)..

112. Jacob M., Tintoré J., Aguilo E. et al. Innovation in the tourism sector: Results from a pilot study in the Balearic Islands. Tourism. Economics. 2003. Vol. 9. № 3. P. 279-295.

113. Hjalager A.-M. A review of innovation research in tourism. Tourism Management. 2010. Vol. 31. № 1. P. 1-12.

114. Carlisle S., Kunc M., Jones E. et al. Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. Tourism Management. 2013. № 35. P. 59-69.

115. Booyens I., Rogerson C.M. Unpacking the geography of tourism innovation in Western Cape Province, South Africa. Bulletin of Geography: Socio-Economic Series. 2016. Vol. 31. P. 19-36.

# ДОДАТКИ

Узгодження цілей і завдань у Стратегії розвитку Одеської області на період до 2020 року (складено автором за [м38])



Туристична діяльність в умовах реалізації регіональної туристичної політики (на прикладі Миколаївської обл.)\*

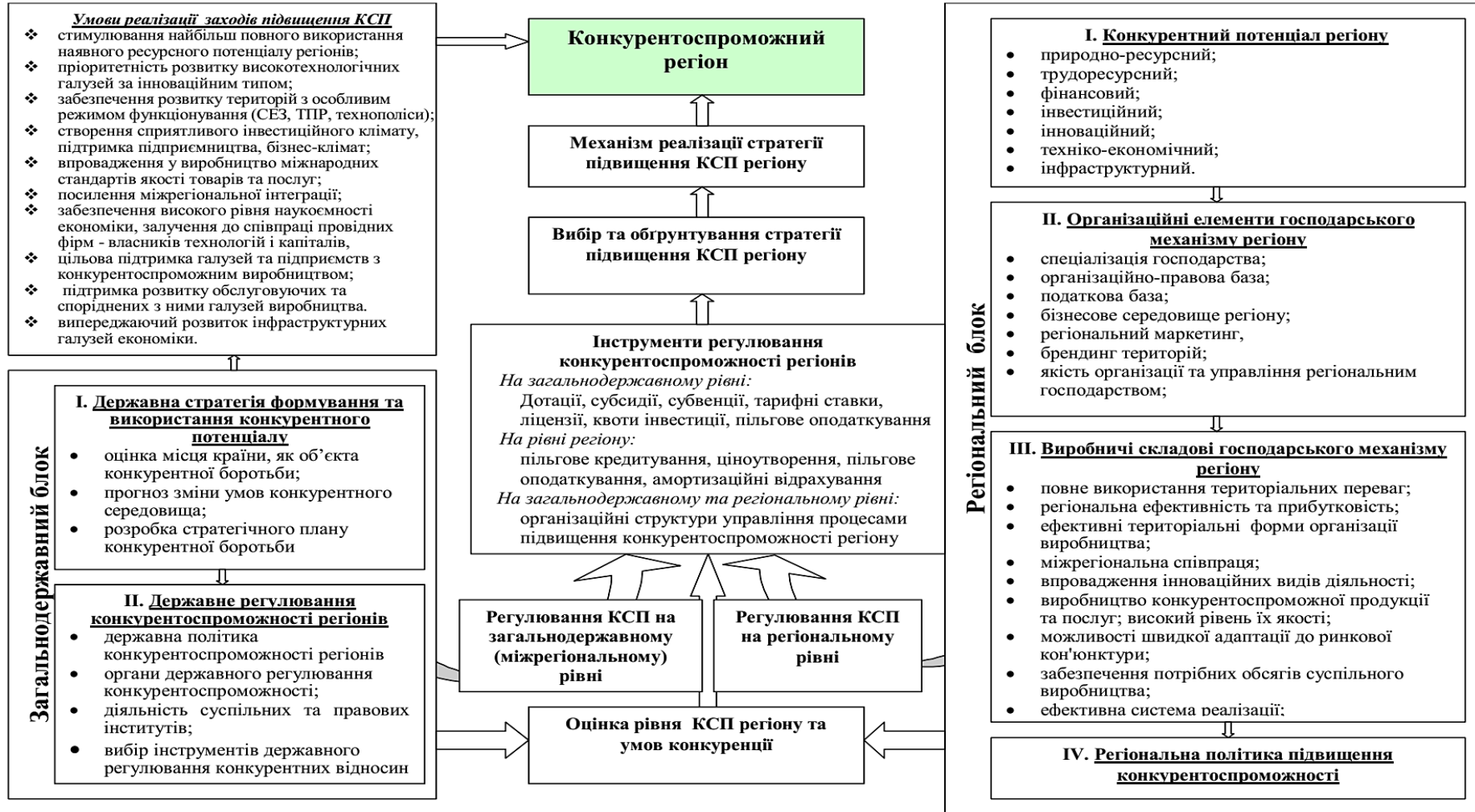
| Основні стратегічні завдання Програми розвитку туризму та курортів в Миколаївській області | Основні цілі Стратегії розвитку Миколаївської області у туристичній галузі      |  |   |
|--|---|--|---|
|  | Підвищення якості та конкурентоспроможності туристично - рекреаційного продукту | Рациональне використання рекреаційного та туристичного потенціалів регіону | Розвиток регіональної інформаційної інфраструктури туристичних послуг |
| Орієнтація транспортної інфраструктури на обслуговування туристичних потоків               | <i>Розвиток різноманітних сфер та видів туристичного бізнесу</i>                | x  | x   |
| Підвищення якості та конкурентоспроможності туристичного продукту                          | <i>Позитивний імідж регіону в Україні та Східній Європі</i>                     | x  | x   |
| Рациональне використання рекреаційного та туристичного потенціалів регіону                 | x   | <i>Підвищення ефективності рекреаційної діяльності</i>                     | x   |
| Розвиток регіональної інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг      | x   | x  | <i>Покращення управління та регулювання туристичною діяльністю</i>    |

\* Складено автором

Узгодження цілей і завдань з проектами у Стратегії розвитку Миколаївської області на період до 2024 року







Господарський механізм формування конкурентоспроможності туристичного регіону

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

*Статті у наукових фахових виданнях України, у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз:*

1. Лагодієнко В.В., Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Векторна спрямованість регіональних туристичних кластерів та їх змістовна характеристика. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*, 2018, випуск 3(78), С. 90-97. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (загальний обсяг – 0,29 друк. арк., особистий внесок автора – 0,09 друк. арк.: розкрито особливості формування регіональних туристичних кластерів).

2. Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Інноваційний вплив на регіональні туристичні ринки. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2020. № 1. С. 166-176. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (загальний обсяг – 0,41 друк. арк., особистий внесок автора – 0,25 друк. арк.: розкрито аспекти інноваційного впливу на регіональні туристичні ринки).

3. Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Напрями модернізації та регулювання конкурентоспроможного середовища на регіональних туристичних ринках. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”*. № 3. 2020. с. 318-330. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (загальний обсяг – 0,50 друк. арк., особистий внесок автора – 0,3 друк. арк.: розкрито методичні аспекти оцінки конкурентоспроможного середовища на регіональних туристичних ринках).

4. Огієнко М.М., Любаров Ю.Й. Проблеми інтеграції туристичної індустрії регіонів України у світовий економічний простір. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2020. № 1. С. 334-345. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus).

(загальний обсяг – 0,45 друк. арк., особистий внесок автора – 0,25 друк. арк.: проаналізовано головні проблеми інтеграції туристичної індустрії регіонів).

5. Огієнко М. М., Огієнко А. В., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр.* 2020. Вип. 6(146). С. 54-62. (загальний обсяг – 0,33 друк. арк., особистий внесок автора – 0,08 друк. арк.: обґрунтовано особливості формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу).

6. Ужва А.М., Огієнко А.В., Любаров Ю.Й. Інноваційні напрямки підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери регіону. *Український журнал прикладної економіки.* 2020. Том 5. № 3. С. 225 – 232. (загальний обсяг – 0,29 друк. арк., особистий внесок автора – 0,09 друк. арк.: досліджено напрями підвищення ефективності регулювання туристичної сфери).

7. Огієнко М. М., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Розвиток регіональних туристичних ринків шляхом впровадження інновацій. *Економічний простір* №164. 2020 (2). С. 152-159. (загальний обсяг – 0,29 друк. арк., особистий внесок автора – 0,09 друк. арк.: досліджено види туристичних інновацій).

8. Любаров Ю. Й. Розвиток туристичної сфери регіону на засадах формування територіально-виробничих інтеграційних структур. *Проблеми економіки.* 2020. №4. С.106-112. (0,25 друк. арк.).

9. Любаров Ю.Й. Напрямки й бар'єри регіонального розвитку туристичної індустрії. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки».* 2020. № 2. С. 435-444. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних Index Copernicus). (0,38 друк. арк.).

10. Любаров Ю.Й. Геополітичне положення та соціально-економічний стан Миколаївської області як фактори розвитку регіональної туристичної сфери. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”.* № 4. 2020. с. 215-223. (журнал представлено у міжнародній наукометричній базі даних

Index Copernicus). (0,33 друк. арк.).

*Статті та публікації в наукових виданнях іноземних держав:*

11. A. Sarkisyan, Y. Lyubarov Latest aspects of the development of gastronomic tourism as a component of the economic and socio-cultural environment of the regions of Ukraine [Новітні аспекти розвитку гастрономічного туризму як складової економічного і соціокультурного середовища регіонів України]. *East European Scientific Journal*. Том 1 № 11(63). Jerozolimskie 85/21, 02-001 Warsaw, Poland. 2020. P.66-72. (загальний обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок автора – 0,12 друк. арк.: досліджено основні економічні детермінанти сталого розвитку підприємства).

*Опубліковані матеріали апробаційного характеру:*

12. Любаров Ю.Й. *Туристичний бізнес, як складова економічного та соціокультурного середовища регіону. Шляхи підвищення конкурентоспроможності соціально-економічної системи країни: збірник матеріалів V всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 27 листопада 2019 р.). – Миколаїв: ММІРЛ ВНЗ «Університет «Україна»», 2019. С. 50-52.*

13. Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. *Складові інноваційного туристичного бізнесу для розвитку економічного та соціокультурного середовища регіону. Управління розвитком соціально-економічних систем: збірник матеріалів Четвертої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції присвяченої 90-річчю ХНТУСГ ім. Петра Василенка (м. Харків, 08 жовтня 2020 р.). – Харків: ХНТУСГ ім. Петра Василенка, 2020. С. 59-63. (загальний обсяг – 0,16 друк. арк., особистий внесок автора – 0,08 друк. арк.: досліджено основи інноваційного туристичного бізнесу для розвитку економічного та соціокультурного середовища регіону).*

14. Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. *Інноваційні напрямки розвитку*

*туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону. Сучасні аспекти модернізації науки в Україні: стан, проблеми, тенденції розвитку: збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції (м. Лондон (Великобританія), 07 листопада 2020 р., дистанційно). – Лондон; Великобританія: ФОП КАНДИБА Т.П. С. 122-127. (загальний обсяг – 0,2 друк. арк., особистий внесок автора – 0,1 друк. арк.: розкрито основні проблеми інноваційного туристичного бізнесу).*

15. Любаров Ю.Й. *Туристична сфера в економічному та соціокультурному середовищі регіонів України. Інтеграція світових наукових процесів як основа суспільного прогресу: збірник матеріалів IV міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27-28 листопада 2020 р.). – Одеса.: ГО «Інститут інноваційної освіти», 2020. С. 65-67. (0,08 друк. арк.)*

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення та результати дисертаційного дослідження оприлюднені автором на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях серед яких найбільш важливими були: всеукраїнська науково-методична конференція «Слобожанський гуманітарій – 2018» (Харків, ХНТУСГ, 30 березня 2018 р.); V всеукраїнська науково-практична конференція «Шляхи підвищення конкурентоспроможності соціально-економічної системи країни» (м. Миколаїв, 27 листопада 2019 р.); IV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція присвячена 90-річчю ХНТУСГ ім. Петра Василенка «Управління розвитком соціально-економічних систем: збірник матеріалів» (м. Харків, 08 жовтня 2020 р.); III міжнародна науково-практична конференція «Сучасні аспекти модернізації науки в Україні: стан, проблеми, тенденції розвитку» (м. Лондон (Великобританія), 07 листопада 2020 р., дистанційно); IV міжнародна науково-практична конференція «Інтеграція світових наукових процесів як основа суспільного прогресу» (м. Київ, 27-28 листопада 2020 р.).