

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

Колективна монографія

За редакцією Поворознюк І. М.

Умань
ВПЦ «Візаві»
2019

УДК 338.48(02)

Ф79

Рецензенти:

Чирва О. Г., доктор економічних наук, професор (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини);

Басюк Д. І., доктор економічних наук, професор (Національний університет біоресурсів і природокористування України);

Пенькова О. Г., доктор економічних наук, доцент (Уманський національний університет садівництва)

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
(протокол № від грудня 2019 року)*

Формування і розвиток регіонального туристично-рекреаційного
Ф79 комплексу: кол. монографія / МОН України, Уманський держ. пед.
ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін-т економ. та бізнес-освіти ;
за ред. І. М. Поворознюк ; рец.: Чирва О. Г., Басюк Д. І., Пенькова О.
Г. – Умань : Візаві, 2019. – 195 с.

Коллективна монографія є підсумковою роботою професорсько-викладацького складу кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи відповідно до теми наукових досліджень «Теоретичні та практичні аспекти розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні» (номер державної реєстрації 0115U000072).

Вирішені задачі організації та становлення регіонального туристично-рекреаційного комплексу Черкащини, його значення у сучасній індустрії туризму. Визначені умови оцінювання можливостей системи стратегічного управління розвитком регіонального туристично-рекреаційного комплексу та напрями його вдосконалення.

УДК 338.48(02)

©Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, 2019 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. РЕГІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ КОМПЛЕКС, ЙОГО СТАНОВЛЕННЯ ТА ЗНАЧЕННЯ У СУЧАСНІЙ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	7
1.1. Методологія формування регіонального туристично-рекреаційного комплексу	7
1.2. Фактори та передумови формування і розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу	18
1.3. Сучасна структура та інфраструктура туристично-рекреаційних комплексів, як суб'єктів індустрії туризму	33
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ	45
2.1. Дослідження елементів регіонального туристично-рекреаційного комплексу	45
2.2. Формування системи показників регіонального туристично-рекреаційного комплексу	60
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ	84
3.1. Причини і шляхи розвитку рекреаційних зон туристичного призначення, їх характер та цілі	84
3.2. Умови формування регіональних стратегій розвитку у сфері туристично-рекреаційних послуг	91
3.3. Основні принципи стратегії формування та розвитку регіональних туристично-рекреаційних комплексів	102
3.4. Парадигма та стратегія розвитку туризму	105
3.5. Теоретико-методологічні засади дослідження туристичної рекреації для забезпечення збалансованого розвитку території	107
РОЗДІЛ 4. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ	112
4.1. Методологічні підходи до формування системи стратегічного управління розвитком регіональним туристично-рекреаційним комплексом	112
4.2. Методологічні вектори стратегічного планування розвитку інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу	123
4.3. Інструменти стратегічного управління розвитком регіональним туристично-рекреаційним комплексом	147
РОЗДІЛ 5. ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР ЯК НАПРЯМ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ РЕГІОНУ	159

5.1. Туристичний кластер як детермінант соціально-економічного розвитку регіону	159
5.2. Стратегічні пріоритети розвитку туристичного кластера «Західна Черкащина»	165
ВИСНОВКИ	178
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	180
ДОДАТКИ	194

ВСТУП

Туризм – це одна з самих багатообіцяючих галузей світової економіки. Проте потенціал цієї галузі не розвивається в Україні належним чином. Туризм повинен стати одним з основних пріоритетів економічного розвитку України, особливо в умовах поточної кризи.

Наша країна багата всілякими природними, культурними і географічними пам'ятками. Регіони України володіють високим потенціалом розвитку туризму, який обмежений рядом проблемних особливостей більшості регіонів: недорозвинена туристична і базова інфраструктура, кадровий голод, погано організований маркетинг, відсутність відповідних законодавчих норм.

Досвід інших країн показує, що (за винятком міжнародного маркетингу і законодавства) велика частина роботи по розвитку туризму повинна вироблятися на регіональному рівні. Фактично, необхідна конкретна робота на регіональному рівні для розвитку необхідного інституційного і організаційного потенціалу.

Оскільки в різних регіонах існують різні умови господарювання, туризм розглядається як важлива форма економічного розвитку. Досвід багатьох країн доводить, що туристична галузь лідирує в порівнянні з іншими секторами, зокрема, завдяки багатосторонній дії на економіку. Розвиток туризму надає вплив на такі сектори економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, легка промисловість і народні ремесла.

Сучасний стан сфери туризму і рекреації в регіонах України можна охарактеризувати як незадовільний. Руїнування існуючої інфраструктури, відсутність належного фінансування для розвитку, криза в більшості підприємств даної сфери зумовлюють необхідність пошуку шляхів відновлення і поступального розвитку туризму в регіонах нашої держави. У сучасних умовах регіональні ТРК мають ряд серйозних проблем: низька якість надаваних туристично-рекреаційних послуг, слабка інфраструктура ТРК, високий ступінь зносу його основних фондів, стагнація розвитку внутрішнього і в'їзного туризму.

Ситуацію може змінити розробка ефективної системи стратегічного управління ТРК на регіональному рівні, що має єдину мету, стратегію і програму реалізації. Туристично-рекреаційний комплекс традиційно відігравав важливу роль в господарському комплексі України, тому проблеми його розвитку вимагають детального вивчення, аналізу та вироблення стратегії управління і системи заходів для їх вирішення.

Вдосконалення системи стратегічного управління туристично-рекреаційним комплексом обумовлено пріоритетами соціальної політики держави, що дозволяють вирішити ряд найважливіших завдань: створення ефективного механізму відтворення капіталу і трудових ресурсів; розвиток сучасної туристичної індустрії та її інфраструктури, вирішення питань землекористування та залучення інвестицій, в тому числі і іноземних, розвиток

програмно-цільових і конкурентних механізмів бюджетного фінансування туризму і рекреації.

Забезпечення переходу України та її регіонів до моделі збалансованого розвитку, важливо поширювати туристично-рекреаційну діяльність, адже вона за умов раціональної організації дозволяє покращувати еколого-економічні параметри господарства, вирішувати питання соціального порядку. Рекреаційний туризм як специфічна сфера економіки, що тісно пов'язана із суміжними та обслуговуючими її галузями, здійснює безпосередній мультиплікативний вплив на соціально-економічний розвиток регіону, є фактором оптимізації структури регіональних господарських комплексів.

Необхідність розгляду питань розвитку туристично-рекреаційної сфери в Черкаській області є особливо актуальною, оскільки цей регіон має потужний ресурсно-рекреаційний потенціал, про що, зокрема, свідчить прийняття спеціальної державної програми «Золота підкова Черкащини». Водночас Черкаська область не відноситься до регіонів України, які мають рекреаційну спеціалізацію та інтенсивно у цьому напрямі досліджується.

У науковій літературі дослідженню проблем розвитку рекреації присвячено чимало робіт у різних галузях, проте існує ряд невирішених питань, що потребують подальшого поглибленого вивчення, зокрема набуття туристично-рекреаційною сферою оптимального поширення та ефективного функціонування у господарському комплексі регіону для забезпечення його збалансованого розвитку.

Колективна монографія «Формування і розвиток регіонального туристично-рекреаційного комплексу» є підсумковою роботою професорсько-викладацького складу кафедри технологій та організації туризму та готельно-ресторанної справи відповідно до тематики наукових досліджень. Авторами складових частин колективної монографії є:

Розділ 1. – викладач О. В. Литвин;

Розділ 2. – к.е.н., доцент Поворознюк І. М.

Розділ 3. – к.е.н., доцент Акулов М. Г.

Розділ 4. – к.е.н., доцент Слатвінська Л. А.

Розділ 5. – к.е.н., доцент Кирилюк І. М.

Відповідно до зазначених проблем, вирішені задачі організації та становлення регіонального туристично-рекреаційного комплексу Черкащини, його значення у сучасній індустрії туризму; визначені умови оцінювання можливостей розвитку; обумовлена стратегія сталого розвитку регіонального рекреаційного туризму; визначено організаційно-економічні основи побудови системи стратегічного управління розвитком регіонального туристично-рекреаційного комплексу та напрями його вдосконалення.

РОЗДІЛ 1

РЕГІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ КОМПЛЕКС, ЙОГО СТАНОВЛЕННЯ ТА ЗНАЧЕННЯ У СУЧАСНІЙ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

1.1. Методологія формування регіонального туристично-рекреаційного комплексу

Важливою складовою економіки України на сучасному етапі розвитку стає туристично-рекреаційна діяльність. Рекреацію й туризм розглядають як потужний соціальний феномен, пов'язаний із «революцією послуг», як галузь економіки, що перебуває на стадії формування, як міжгалузевий господарський комплекс із дуже нечіткими межами, як вид діяльності – економічний та позаекономічний, як різновид життєдіяльності.

Для подальших досліджень важливим є визначення співвідношення понять «туризм» і «рекреація». Згідно з чинним українським законодавством, «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» [123].

Положення Міністерства охорони навколишнього природного середовища України «Про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України» визначає рекреацію, як «відновлення за межами постійного місця проживання у визначених згідно із законодавством місцях природно-заповідних територій та об'єктів розумових, духовних і фізичних сил людини, що здійснюється шляхом загальнооздоровчого, культурно-пізнавального відпочинку, туризму, оздоровлення, любительського та спортивного рибальства, полювання тощо» [181, с. 396].

Таким чином, туризм і рекреація розрізняються об'ємом понять: рекреація включає короткочасну рекреаційну активність, а для туризму характерна зміна звичного способу життя.

Сучасний стан у сфері формування в регіонах України територіально-галузевих підсистем і диверсифікованих виробничих кластерів можна уявити скоріше, як результат мимовільних виникаючих у ринковому середовищі різномасштабних інтеграційних процесів, ніж цілеспрямованих скоординованих дій системи управління розвитком.

Крім того сформовані у такий спосіб територіально-галузеві підсистеми, розглянуті з позицій регіонального розвитку, характеризуються наявністю низки серйозних проблем: жорсткі організаційні та управлінські зв'язки окремих елементів, міжрегіональний характер взаємодій призводять до значних розбіжностей цільових орієнтирів розвитку комплексу з пріоритетами регіону, не сприяють розвитку ринкової інфраструктури, знижують ефективність дії заснованих на конкуренції механізмів саморегуляції [77, с. 202].

Також у науковій літературі існує декілька близьких за змістом узагальнених визначень територіально-туристично-рекреаційних утворень.

Так, Фоменко Н. В. стверджує, що територіальний рекреаційний комплекс характеризується єдиною територією, яка має значний рекреаційний потенціал, сукупність рекреаційних установ, з тісними виробничими зв'язками, єдністю організаційних форм і правління, які забезпечують ефективно використання природних рекреаційних ресурсів і соціально-економічних умов, що склалися на даній території [170, с. 42].

Магійович Р. І., Пилип'як О. В., Шкрібинець О. О. зазначають, що туристично-рекреаційний комплекс – це комплекс, що об'єднує систему туристично-рекреаційних закладів, обслуговуючих їх підприємств інфраструктури та інших галузей, які мають тісні виробничі та економічні зв'язки, спільно використовують ресурси з метою задоволення різноманітних оздоровчих, пізнавальних, культурних та інших потреб населення [141, с. 166].

На думку Топчієва О.Г., під рекреаційно-туристичним комплексом слід розуміти сукупність галузей і видів економічної діяльності, які забезпечують рекреаційними послугами населення країни, регіону, міста та створюють необхідні передумови для нормального функціонування рекреаційно-туристичного господарства [164, с. 562].

Будь-який з існуючих туристично-рекреаційних комплексів має свою історію, стадії розвитку, структуру, внутрішню організацію, спеціалізацію на певних видах туризму і відпочинку, свої переваги та недоліки.

Передумовами створення і розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону є ціла система складових туристично-рекреаційного процесу, таких як туристично-рекреаційні ресурси, туристично-рекреаційні потреби, а також економічні можливості суспільства (або певного регіону).

Наявність на території туристично-рекреаційних ресурсів є найважливішим чинником виробництва туристичного продукту та основою територіальної організації туризму. Незважаючи на поширене вживання поняття «туристично-рекреаційні ресурси», досі відсутнє його чітке наукове трактування. Воно використовується або як таке, що не потребує пояснення, або як терміни-синоніми: «туристичні» та «рекреаційні» ресурси.

Задіяні в туристичному бізнесі рекреаційні ресурси у поєднанні з реальним, фінансовим і людським капіталом, а також технологіями створюють реальні посилки для організації і розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу.

Рекреаційні ресурси є одним з чинників зростання туристичного потенціалу території, розвитку туристичної сфери і базою для планування виробництва і реалізації туристичного продукту. Вони також відіграють велику роль в становленні і розвитку соціального туризму. Підвищення ефективності функціонування туристично-рекреаційного комплексу безпосередньо впливає на соціально-економічну ситуацію в регіоні і країні в цілому.

Туристично-рекреаційна діяльність – туropераторська та турагентська діяльність, а також інша діяльність з організації відпочинку, лікування, оздоровлення і туризму.

Туристично-рекреаційна індустрія – сукупність готелів і інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів санаторно-курортного лікування та відпочинку, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розміщення, об'єктів пізнавального, ділового, лікувально-оздоровчого, фізкультурно-спортивного та іншого призначення, організацій, які здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, операторів туристичних інформаційних систем, і навіть організацій, що надають послуги екскурсіводів (гідів), гідів-перекладачів та інструкторів-провідників.

У сучасних роботах термін «комплекс» стосовно туризму та рекреації найчастіше зустрічається в контексті аналізу інфраструктурних об'єктів індустрії: готелів, спеціалізованих організацій відпочинку та туризму, транспорту і т. д.

У науковій літературі поняття туристично-рекреаційного комплексу використовується досить широко, однак єдності поглядів щодо його змісту на даний час немає. Розбіжності є як в трактуванні сутності туристично-рекреаційного комплексу, так і щодо складу видів діяльності, властивих його підприємствам.

Найчастіше до туристично-рекреаційного комплексу відносять сукупність об'єктів та видів діяльності, що створюють матеріальні і культурні умови для відпочинку і реабілітації населення. З нашої точки зору, регіональний туристично-рекреаційний комплекс являє собою профільну сферу економічної діяльності, що визначає його як особливий об'єкт наукового дослідження.

Таким чином, регіональний туристично-рекреаційний комплекс охоплює широкий спектр підприємств та установ комерційного та некомерційного характеру, що діють на основі принципів самофінансування і бюджетного фінансування, об'єднаних здійсненням подібних функцій у процесі задоволення рекреаційних потреб населення окремої території.

Під регіональним туристично-рекреаційним комплексом ми визначаємо єдину систему природних, туристичних, лікувально-оздоровчих та соціально-культурних підсистем, що характеризується територіальною цілісністю, що приводиться в рух суміжними з нею галузями: сільським господарством і харчовою промисловістю, пасажирським транспортом і зв'язком, торгівлею та громадським харчуванням.

У найбільш загальному вигляді регіональний туристично-рекреаційний комплекс можна визначити з двох сторін: з позиції споживання, з позиції виробництва.

У першому випадку йдеться про особливий вид соціально-культурної діяльності у рамках усього вільного переміщення населення від місця свого проживання і роботи в інший регіон (в межах цієї країни або за кордон).

У другому – про індустрію, що виробляє особливі послуги, необхідні для задоволення попиту споживачів, що виникають у час подорожей.

Існує різноманіття видів туристично-рекреаційної діяльності. Воно викликане наявністю великого числа класових ознак. Зокрема, до них відносяться: основний зміст турпакета, мотивація споживача, спосіб

пересування, вік споживачів відповідних послуг, значення споживання, тривалість подорожей і видів відпочинку, соціальна група споживача, інтенсивність споживчих потоків, громадська функція і технологія, характер організації.

Найбільш поширеними є пізнавальний і рекреаційний види туризму. У «чистому вигляді» один вид туризму практично визначити дуже складно. Тому статистика туристично-рекреаційного комплексу повною мірою не здатна точно кількісно виявити число різних видів туризму. Існує різноманіття змішаних видів туризму: рекреаційно-пізнавальний, пізнавально-діловий, екстремально-екологічний та ін. [183, с. 56].

Це, в свою чергу, ускладнює проведення їх класифікації. Проте, більшість науковців одноставні у поділі туристично-рекреаційних ресурсів на дві основні групи: природні та антропогенні. Існуючу класифікацію удосконалено з урахуванням таких складових, як інноваційно-інформаційні та інвестиційні туристично-рекреаційні ресурси.

Крім туристично-рекреаційних ресурсів, важливою передумовою розвитку туризму та рекреації як складової частини регіональної системи є формування туристично-рекреаційних потреб, їх основні групи відображені на рис. 1.1.

Відповідно до потреб споживача має формуватися матеріально-технічна база регіону, яка складає мережу підприємств туристично-рекреаційного обслуговування, яка формується під впливом різноманітних соціально-економічних факторів і втілюється у відповідному територіальному розподілі і розвитку. Туристично-рекреаційні заклади поділяються на лікувально-оздоровчі, туристично-екскурсійні та заклади відпочинку (рис. 1.2).

Оскільки туристично-рекреаційна діяльність є надзвичайно різноплановою та різноаспектною, вона важко підлягає систематизації [16, с. 34]. Найкраще її диференціацію здійснювати через типізацію територіальних туристично-рекреаційних систем регіону, тому розглянувши та систематизувавши різноманітні підходи значної кількості вітчизняних науковців, на нашу думку, доцільно представити розроблену типологію територіальних туристично-рекреаційних систем згідно з такими критеріями:

- напрям діяльності;
- значення для споживачів;
- територія поширення;
- тривалість проведення рекреаційних занять;
- міра віддаленості від потенційних споживачів;
- ступінь сформованості та характер середовища, у якому функціонують певні туристично-рекреаційні системи [110] (рис. 1.3).

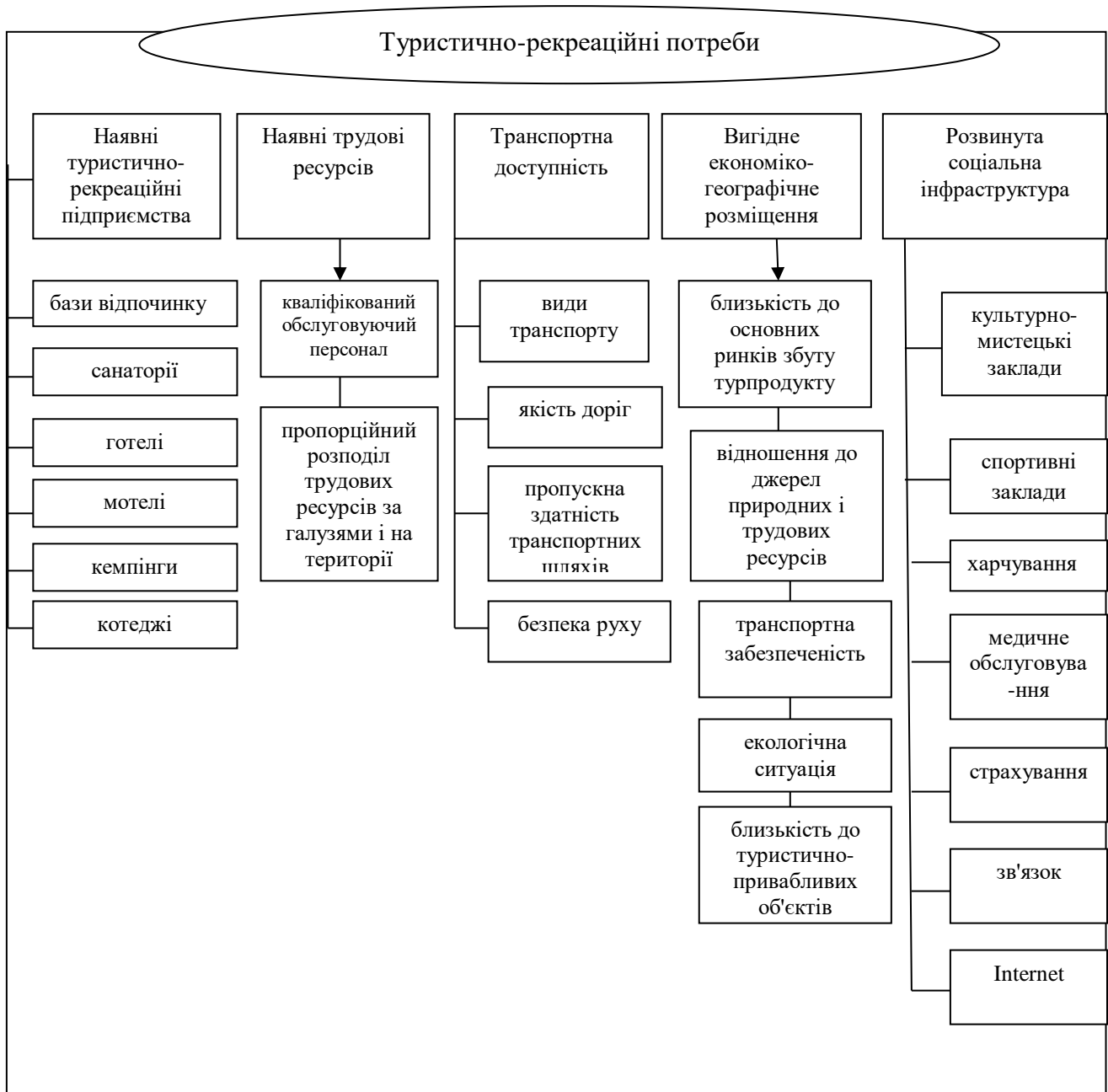


Рис. 1.1. Туристично-рекреаційні потреби*

**Джерело: [187].*

Перші два типи територіальних туристично-рекреаційних систем є важливими, оскільки кожна територіальна туристично-рекреаційна система повинна задовольняти рекреаційні потреби і запити, міжнародних спільнот, представників багатьох держав, населення країни або жителів певного регіону, мешканців конкретного населеного пункту щодо лікування та оздоровлення; володіти унікальними, визначними та цінними рекреаційними ресурсами; надавати послуги та бути забезпеченою інфраструктурою відповідних стандартів і рівня у достатніх для функціонування системи обсягів.

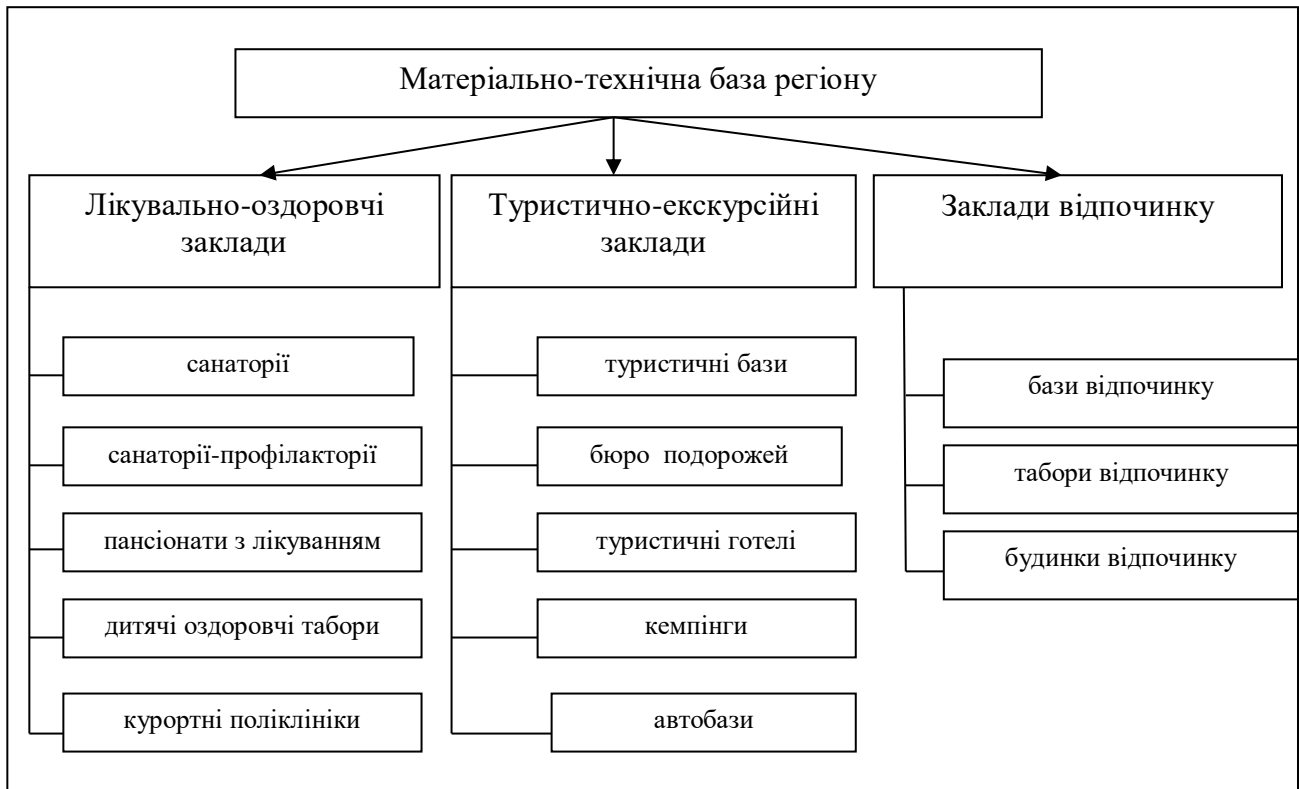


Рис. 1.2. Матеріально-технічна база регіону*

**Джерело: [187].*

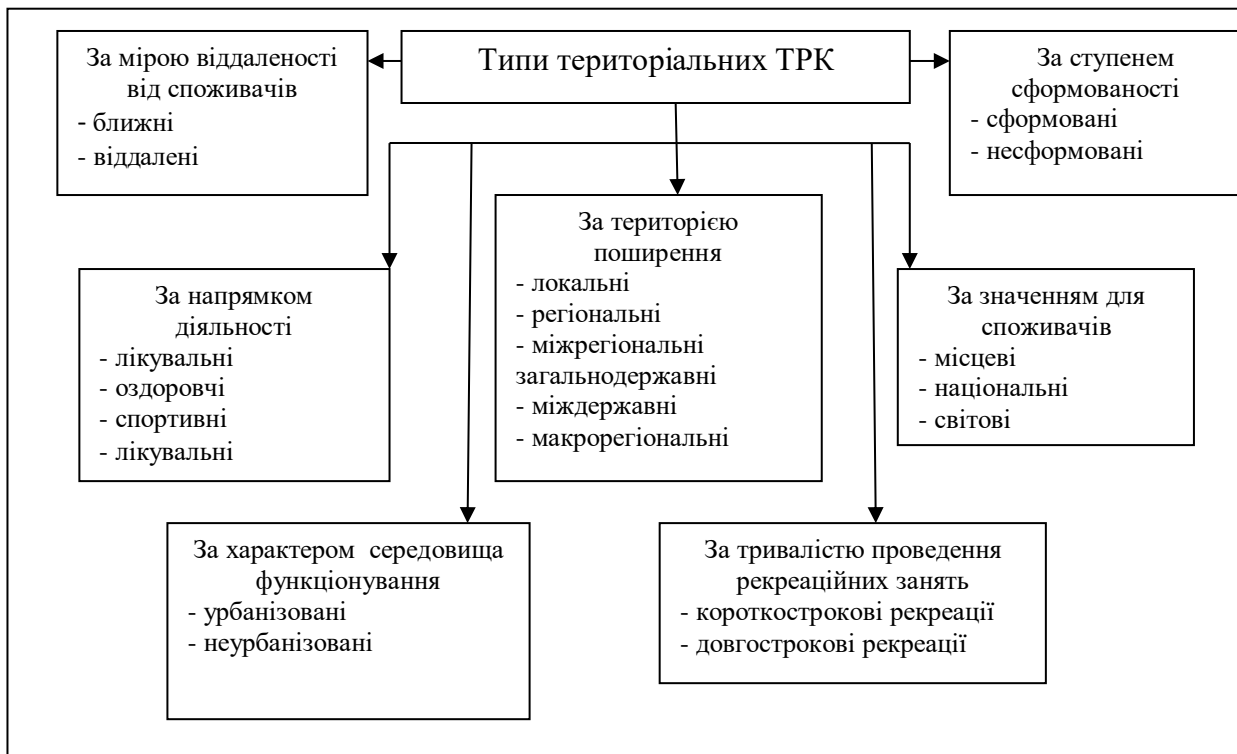


Рис. 1.3. Типізація територіальних туристично-рекреаційних систем*

**Джерело: [91].*

Однак, не кожна рекреаційна територія є територіальною туристично-рекреаційною системою, бо цього статусу вона набуває лише тоді, коли починає задовольняти всі вимоги базової моделі територіальної туристично-рекреаційної системи [110], тому важливим критерієм типізації туристично-рекреаційних систем регіону є площа їх поширення.

Від вищевказаних чинників відповідно залежать тривалість проведення рекреаційних занять (системи короткотривалої та довготривалої рекреації) та періодичність функціонування конкретних територіальних туристично-рекреаційних систем у межах певного регіону.

Не менш важливими чинниками, що формують типізацію територіальних туристично-рекреаційних систем є характер середовища, в якому функціонує певна система (урбанізовані та неурбанізовані системи), міра віддаленості від споживачів і ступінь сформованості територіальних туристично-рекреаційних систем, тобто створення сприятливого середовища для розвитку туристично-рекреаційного комплексу.

Для сталого розвитку та ефективної туристичної діяльності необхідно виділити дві групи передумов утворення та розвитку рекреаційно-туристичного комплексу – природні та соціально-економічні.

Природні найчастіше лежать в основі утворення туристично-рекреаційного комплексу. Вони ж у більшості випадків визначають туристично-рекреаційну спеціалізацію комплексу.

На сьогодні, виходячи з досвіду українських регіонів та інших країн, можливі два основні шляхи економічного розвитку туристично-рекреаційних комплексів.

В основі першого шляху лежать колишні схеми розміщення туристично-рекреаційних об'єктів. По цьому шляху йдуть регіони з історично сформованим туристично-рекреаційним господарством Першочергове завдання для таких регіонів – відновлення, реконструкція та розвиток уже існуючих об'єктів [3, с. 53].

Другий шлях передбачає нове освоєння районів, що раніше не відрізнялися концентрацією, а в них об'єктів туристично-рекреаційного призначення.

Дослідники визначили три основні варіанти виникнення нових туристично-рекреаційних комплексів:

1) основним стимулятором розвитку туристично-рекреаційних комплексів виступають локальні природні ресурси;

2) туристично-рекреаційний комплекс формується на базі великих міських агломерацій з високорозвиненою економікою. Жителі великих міст формують попит на відпочинок, і це впливає на організацію сфери відпочинку. Як правило, це регіони зі сприятливим економіко-географічним положенням, розвинутою транспортною мережею і виробничими потужностями, здатними обслуговувати туристично-рекреаційні об'єкти;

3) туристично-рекреаційні комплекси розвиваються на основі впливу соціальних, національних, історичних, архітектурних, археологічних, національних та інших факторів.

Кожен тип туристично-рекреаційного комплексу має властиві йому характеристики. Крім вже згадуваних (функціонального призначення, етапів розвитку, рівня спеціалізації), це тип закладів відпочинку, кадровий склад, технологічні процеси обслуговування, особливості виробничих фондів, сезонності, тривалості перебування.

Еволюційна динаміка економічного регулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу сформулювала ряд передумов, які зумовлюють необхідність пошуку та впровадження нових методів, технологій, інструментів у процес прийняття рішень у системі управління туристично-рекреаційним комплексом регіону. Розвиток туристично-рекреаційного комплексу, що виявляється в багатогалузевому характері і тісній факторній взаємозалежності з іншими підсистемами національної економіки, ініціює необхідність теоретичного дослідження та практичної реалізації процесу управління регіональним туристично-рекреаційним комплексом з урахуванням територіальних особливостей і функцій.

Ефективне економічне регулювання туристично-рекреаційним комплексом як територіальною системою передбачає пошук, впровадження та адаптацію до конкретних економічних умов функціонування економічної системи регіону, інноваційних інструментів і методів удосконалення процесів прийняття рішень. Беручи до уваги підвищену ступінь складності та структурного різноманіття елементів і підсистем туристично-рекреаційного комплексу як об'єкта регіонального економічного регулювання в існуючих умовах невизначеності і нестійкості внутрішнього і зовнішнього середовища, виникає необхідність використання резервів, закладених у модернізації процесу економічного регулювання туристично-рекреаційним комплексом [184, с. 42].

Територіальна туристично-рекреаційна система нормально функціонує при тісній взаємодії декількох галузей на певній території.

Для сформованої територіальної туристично-рекреаційної системи як міжгалузевого утворення необхідно мінімум п'ять функціональних галузей і їх груп:

– Група галузей, які виконують основну функцію системи – це курортні, туристичні господарства, сфера відпочинку (у вузькому розумінні слова). Ці галузі становлять центральне ядро системи. Єдність на деякій території вже тільки цих галузей (єдність їх цілей, функцій, загальне використання певних природних ресурсів та ін.) дає можливість трактувати туристично-рекреаційну систему як вид міжгалузевих систем. Кожна зі складових галузевих частин туристично-рекреаційної системи є системою досить різних галузей, підгалузей і видів діяльності. Склад ядра туристично-рекреаційної системи свідчить про те, що вона є переважно міжгалузевою системою невиробничої сфери.

– Група галузей переважно виробничого обслуговування ядра туристично-рекреаційної системи представлена будівництвом (у тому числі і

капітальним, оскільки будь-яка туристично-рекреаційна система є системою швидкозростаючою, зазвичай, вона збільшує свою ємність зведенням нових об'єктів); транспортом (в першу чергу пасажирським, оскільки для туристично-рекреаційної системи характерні потоки рекреантів). До туристично-рекреаційної системи можна зарахувати культурне обслуговування, торгівлю, виробництво спеціального туристичного спорядження, сувенірів тощо.

Ланцюжкові міжгалузеві зв'язки ядра туристично-рекреаційної системи прямо і безпосередньо впливають на сільське господарство, харчову, а також легку промисловість, викликаючи якісні та кількісні зрушення у розвитку та територіальній організації останніх. Отже, туристично-рекреаційна система як міжгалузеве явище тісно пов'язана з іншими системами території.

– Галузі, які мають систему навчальних закладів, що готують спеціалістів вищої і середньої кваліфікації для курортно-туристичного господарства і сфери відпочинку, а саме: лікарів, інструкторів фізичної культури, культмасовиків, й інструкторів з туризму й альпінізму, екскурсководів, економістів, плановиків для курортно-туристичних галузей та ін.

– Галузі, які мають систему спеціалізованих проектно-конструкторських інститутів, бюро, а також науково-дослідних закладів, які орієнтуються на забезпечення потреб санаторно-курортного та туристичного господарства. Сюди входить і діяльність із планування рекреаційних зон, районів, вузлів, центрів і пунктів.

– Спеціалізовані органи управління, які отримують інформацію про стан інших підсистем туристично-рекреаційної системи, дають вказівки, які стосуються питань оптимального функціонування і подальшого розвитку туристично-рекреаційної системи [170, с. 42–45].

Крім сформульованих у наявних дослідженнях передумов економічного розвитку туристично-рекреаційних комплексів, що включають наявність локальних природних ресурсів, великої міської агломерації з високорозвиненою економікою (прикладом можуть бути численні комплекси для відпочинку практично в межах міст) або специфічних національних, історичних, археологічних та інших аналогічних факторів, необхідно виділити додаткові передумови, що мають значення для сучасного етапу розвитку туризму як специфічного способу життя населення.

Першою з таких передумов є наявність відносно малонаселеного просторового комплексу, в рамках якого зберігається характерна для даної місцевості натуральне екологічне середовище. Такі території можуть служити базою для формування та розвитку спеціалізованих туристично-рекреаційних комплексів, користувачами яких стануть дві основні категорії клієнтів.

Перша – клієнти, зацікавлені в екологічному туризмі, що є одним з найперспективніших напрямів туристичної галузі.

Друга – споживачі, діяльність яких пов'язана з великою кількістю міжособистісних контактів, тому є їх ключовою вимогою до умов відпочинку максимальне скорочення спілкування.

На базі таких точок зростання в регіонах можуть бути сформовані «унікальні» туристично-рекреаційні комплекси, попит на які на ринку буде забезпечений зростанням чисельності виявленої другої категорії споживачів.

Друга виявлена в рамках цього дослідження передумова розвитку туристично-рекреаційного комплексу являє собою потребу певної категорії туристів у знайомстві з відсутністю специфічних національних, історичних, археологічних та інших аналогічних чинників. Навпаки, центром тяжіння туристів стає можливість ознайомитися з культурою, яка не має значних традицій, культурою на стадії формування, що є особливо значущим чинником для туристів, які представляють цивілізації з багаторічною усталеною культурою. На базі таких точок зростання можуть бути сформовані «динамічні» туристично-рекреаційні комплекси, привабливі для клієнтів, що цікавляться процесами розвитку цивілізаційних утворень.

Виділені передумови дозволяють визначити, що кожна мезорівнева соціально-економічна система має хоча б одну точку росту для формування туристично-рекреаційного комплексу на своїй території, що має принципове значення для розвитку системи управління індустрією туризму і відпочинку в регіоні [184, с. 41-42].

Не менш важливими чинниками, що формують типізацію територіальних туристично-рекреаційних систем є наявність певних властивостей конкретної території. Максимальний показник у цьому питанні мають рекреаційні території. Але задля їх максимальної віддачі потрібно не просто використовувати їх в людській діяльності, а й вміти правильно та ефективно ними керувати, щоб з часом вони не втратили своїх рекреаційних властивостей. Для цього потрібно чітко розуміти, якими ж властивостями наділені рекреаційні території (рис. 1.4).

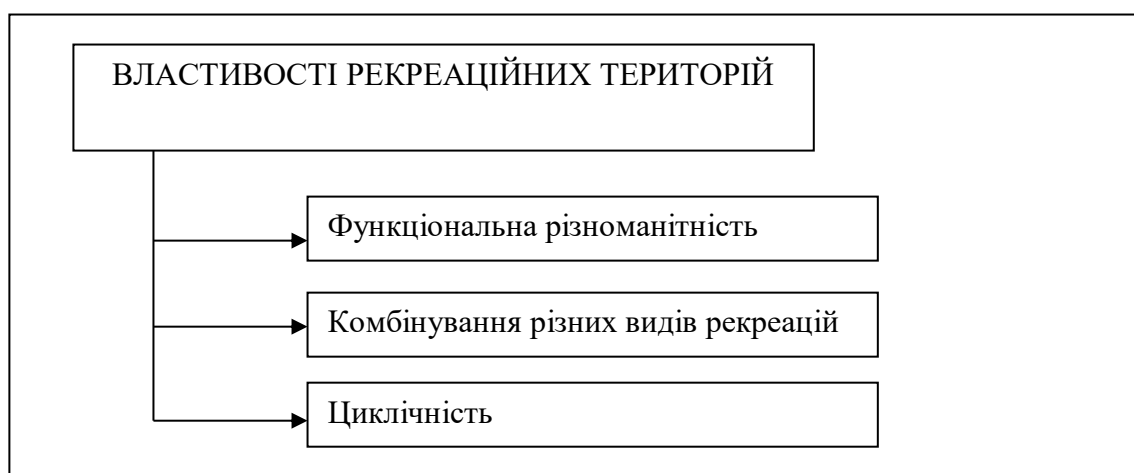


Рис. 1.4. Властивості рекреаційних територій*

**Джерело: [157].*

Функціональна різноманітність є головною ознакою класифікації рекреаційної діяльності. На сьогодні вчені виділяють такі рекреаційні функції:
– лікувальна – спрямована на відновлення здоров'я людини;

– пізнавальна – спрямована на розвиток духовного потенціалу особистості;

– спортивна – спрямована на розвиток фізичних сил людини.

Велика кількість туристично-рекреаційних комплексів характеризується своїми особливостями та властивостями, які і визначають їх потенціал. Чим більше перерахованих вище видів рекреації зможе запропонувати одна рекреаційна територія, тим вище буде її рекреаційна цінність.

Циклічність. Однією з найважливіших властивостей рекреаційних територій є циклічність надання рекреаційних послуг. Тобто рекреаційні властивості територій повинні або повністю відновлюватись в часі до моменту їх наступного використання, або їх використання взагалі не повинне зменшувати їх цінності. Якщо ці вимоги не задовольняються, суб'єктам надання рекреаційних послуг потрібно здійснювати витрати на приведення рекреаційних територій до їх первинного стану.

До соціально-економічної групи факторів відносять вплив на рекреаційні території встановленого рівня цін на рекреаційні послуги та їх економічної доступності для різних верств населення. Середні доходи населення в регіоні суттєво впливають на вартість та різноманіття наявних рекреаційних послуг та розвитку території в певному заданому напрямі.

Крім того, необхідно відзначити низьку інвестиційну привабливість маловідвідуваних курортів. Як правило, для зменшення підприємницьких ризиків інвестиції йдуть в кращі курорти, це приводить до виникнення великої кількості занедбаних об'єктів, що так і залишаються без уваги.

Демографічні фактори містять інформацію про вікову структуру населення (співвідношення дітей, дорослих та пенсіонерів), стать тощо. До демографічних показників також відносять показники народжуваності, смертності, природного руху населення та середня тривалість життя. До цієї групи факторів необхідно віднести й проблему відтоку постійного населення.

Відомо, що основною вимогою для розвитку рекреаційної діяльності в тому чи іншому регіоні, крім природних сприятливих факторів, є проживання місцевого населення. Однак низький рівень заробітної плати, проблеми з працевлаштуванням і відсутність життєвих перспектив приводять до поступового зменшення постійного населення, до зменшення привабливості рекреаційних територій у цьому регіоні.

Ресурсно-екологічна група факторів охоплює фактори навколишнього середовища.

По-перше, людині для повноцінного фізичного та морального відпочинку необхідна наявність певних ресурсів – джерел рекреації. Це можуть бути водні джерела (природні або штучно створені), лісопаркові зони тощо.

По-друге, чим більші екологічні показники території, тим більш пристосована вона для розміщення рекреаційних об'єктів. Проте не варто забувати, що людина не лише спостерігає за природою, а й є активним споживачем ресурсів.

Зважаючи на це, найбільш привабливими для розміщення рекреаційних об'єктів будуть території, що мають сприятливі умови для збору грибів, ягід, ловлі риби й полювання, пляжного відпочинку тощо.

Геополітичні фактори. Їх значення в сучасному світі займає не останнє місце. Майже всі країни світу мають дохідну статтю бюджету у вигляді доходів від туризму та використання рекреаційних територій. Геополітичні фактори характеризують доступність різних верств населення до певних рекреаційних територій. На цей показник може впливати зовнішня та внутрішня політика держави щодо переміщень населення з метою відпочинку та туризму (тривалість та складність оформлення туристичних віз до певної країни, кількість документів, що потрібно для цього зібрати), різноманітність способів такого переміщення (літаком, потягом, автошляхами тощо).

Повноцінно відпочити й отримати максимальний рекреаційний (оздоровчий) ефект людина може лише на спеціальних територіях у віддалені від місця свого постійного проживання. Ці території володіють такими характеристиками як: мальовничість, контрастність форм ландшафту, наявність водних об'єктів, сприятливі природно-кліматичні умови, доступність, велика різноманітність видів ягід, грибів, лікарських рослин тощо [21, с. 27].

Соціально-психологічні. Ця група факторів враховує ментальність та традиції населення, що проживає на тій чи іншій території. З економічної точки зору, ментальність, традиції та звички формують попит населення на той чи інший вид відпочинку. Це, у свою чергу, впливає на його доступність та популярність. Проте сліпе слідування стереотипам у плануванні розвитку рекреаційних територій певного регіону може привести до зниження цінності такого відпочинку, а отже, й до зниження його ефективності. Соціально-психологічні фактори необхідно враховувати під час планування рекреаційних територій, але вподобання з часом можна змінити, направивши їх в потрібне русло. Звичайно, це більш затратно та має більший термін окупності, але у разі правильного підходу гарантується довготривалий результат, який задовольнятиме соціально-економічні потреби населення.

Таким чином, забезпечуючи розвиток рекреаційної сфери регіону, реалізація її потенціалу здатна прискорити загальний регіональний розвиток, що відповідає основним принципам сталого розвитку території.

1.2. Фактори та передумови формування і розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу

Рекреаційна діяльність безпосередньо впливає на економіку регіону та держави через споживання рекреаційних послуг. Опосередкований вплив рекреації проявляється у стимулюванні попиту на такі види економічної діяльності, як транспорт, зв'язок, готельне і ресторанне господарство, роздрібна торгівля, харчова промисловість, фінанси і страхування. Завдяки цьому покращується економічна ситуація в регіоні та державі, створюються додаткові робочі місця на постійній та сезонній основі. Регіон та держава загалом

отримують додаткові вигоди від притоку капіталу, зокрема вкладень коштів у розвиток інфраструктури регіону вітчизняними і іноземними інвесторами у результаті посилення зацікавлення з їхнього боку.

Нині потреба в рекреаційних послугах набуває все більш яскраво виражену соціальну спрямованість, стаючи потребою не тільки у відновленні біоенергетичного потенціалу індивідуума для посилення його життєдіяльності, але і в забезпеченні його різноманітних функцій у трудовій діяльності та соціальної активності.

Для визначення потреб населення в рекреації необхідно проаналізувати дію сукупності факторів, що впливають на її формування та розвиток, серед яких доцільно виділити такі:

1. Фактори, що діють на рівні продуктивних сил:

1.1. Загальноекономічні чинники: загальний рівень розвитку національної економіки, обсяг і структура виробництва продукції і послуг, що задовольняють комплексну потреба населення у відпочинку.

1.2. Демографічні фактори: стан здоров'я та фізіологічні особливості, статевовіковий склад населення, сімейний стан, ступінь урбанізації та співвідношення міського і сільського населення. Всі вони визначають потребу лише в загальному вигляді.

2. Фактори, що впливають на рівень виробничих відносин:

2.1. Фактори, що діють на стадії виробництва, серед яких: розподіл населення по галузях і сферах зайнятості, професійний склад трудових ресурсів, умови праці, тривалість щорічної відпустки та час її надання.

2.2. Фактори, що діють на стадії споживання, серед яких виділяються показники, що характеризують ступінь задоволення різноманітних потреб населення (крім потреби у відпочинку).

3. Фактори, що впливають на формування відносин. До них належать такі показники: культурний рівень населення і його диференціація, тип культурного життя, соціальний склад населення, організація реклами та інформації, а також соціально-психологічні фактори: інтенсивність культурних і ділових зв'язків, широта спілкування з туристами, вплив моди, національні традиції.

4. Фактори, що формують платоспроможний попит. Дану групу факторів характеризують такі показники: розподіл національного доходу, суспільні фонди споживання, грошові доходи населення та їх диференціація, ціни на путівки і інші рекреаційні послуги, транспортні тарифи та вартість проїзду до місця відпочинку. Наявна ситуація на ринку рекреаційних послуг на початку третього тисячоліття багато в чому визначається саме цією групою факторів [94, с. 47–48].

Оскільки ефективність рекреаційної сфери значною мірою залежить від територіальних особливостей, то доцільно було б розкрити ці фактори для окремо взятого регіону, у якому здійснюється рекреаційна діяльність. Хоча рекреаційна сфера в регіоні не є внутрішньозамкненою системою, а має свої інтегровані зв'язки із рекреаційною сферою країни, які можна охарактеризувати особливостями впливу зовнішніх факторів на рекреаційну сферу в регіоні.

Узагальнюючи дані підходи, на нашу думку, фактори розвитку рекреаційної сфери можна класифікувати за змістом, за динамікою розвитку, за напрямом впливу, за характером впливу на розвиток рекреаційної сфери та як фактори ринку рекреаційних послуг. Розглянемо класифікацію факторів розвитку рекреаційної сфери в регіоні (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація факторів розвитку рекреаційної сфери в регіоні*

Класифікаційна ознака	Фактори
За змістом	Економічні, соціальні, екологічні, політико-правові
За динамікою розвитку	статичні (ресурсні, географічні, кліматичні, історико-культурні), динамічні
За напрямом впливу	зовнішні (прямого та опосередкованого впливу), внутрішньотериторіальні
За характером впливу на розвиток рекреаційної сфери	активізації (екстенсивні та інтенсивні), стримуючі (гальмування)
Фактори ринку рекреаційних послуг	попиту пропозиції

*Джерело: [84].

Фактори розвитку рекреаційної сфери в регіоні за змістом поділяються на економічні, соціальні, екологічні і політико-правові. Це дозволить розглянути їх залежно від сутності і внутрішньої особливості їх впливу на функціонування рекреаційної сфери в регіоні.

Економічні фактори розвитку рекреаційної сфери визначають можливості ефективного використання рекреаційного ресурсного потенціалу в регіоні, шляхом створення рекреаційних послуг як важливої умови зростання суспільного добробуту.

Розвиток рекреаційної сфери в регіоні визначається станом її матеріально-технічної бази, яка характеризується перш за все забезпеченістю засобами розміщення, підприємствами громадського харчування, роздрібною торгівлі, частиною матеріального виробництва, яка безпосередньо забезпечує потреби рекреації, використовуваними рекреацією об'єктами інфраструктури, а також зростанням та удосконаленням транспорту (залізничного, автомобільного, повітряного), розгалуженістю доріг та їхньою якістю, рівнем обслуговування споживачів.

Цілком зрозуміло, що оновлення і збільшення транспорту, будівництво автомобільних шляхів, створення розгалуженої системи висококласних санаторіїв, пансіонатів, баз відпочинку, розширення системи музеїв, заповідників і т. д. потребує значних нагромаджень капіталу, збільшення капіталовкладень та їх ефективне використання.

Недостатнє забезпечення суб'єктів рекреаційного підприємства основними фондами, матеріальними, паливно-енергетичними ресурсами призвело до наявності в рекреаційній сфері низьких «стартових» показників матеріально-технічної бази, що значно стримує розвиток рекреаційної сфери порівняно з іншими галузями.

Соціальні фактори розвитку рекреаційної сфери в регіоні визначаються умовами праці та життя населення регіону. Серед соціальних факторів виділяють такі як:

- рівень доходів населення;
- статеві-вікова структура населення;
- співвідношення міського і сільського населення;
- структура сімей;
- міграційні процеси;
- професійно-кваліфікаційна структура населення;
- рівень працевлаштування регіону [84].

Залучення рекреаційних ресурсів до процесу рекреаційної діяльності може бути різноманітні по характеру: сприйматися нашим зором (пейзаж, об'єкти екскурсії). використовуватися непрямо – безпосередньо в процесі рекреації.

Рекреаційні ресурси можна класифікувати за [26]:

- походженням – природні та суспільні;
- специфікою використання в процесі туристично-рекреаційної діяльності – спеціальні (прямого використання – мінеральні води, лікувальні грязі, термальні води), загальні (опосередкованого використання чи впливу – лісові та водні ресурси);
- функціональним призначенням – лікувальні, оздоровчі, пізнавальні, спортивні;
- компонентною структурою – природні (бальнеологічні, водні, лісові, ландшафтні та кліматичні умови), суспільні (культурно-історичні, туристично-рекреаційна інфраструктура, інформаційне та кадрове забезпечення, ландшафтно-техногенні комплекси, агроландшафти); економічні, соціально-демографічні, інформаційні передумови розвитку туристично-рекреаційної сфери, інфраструктурні, екологічна та соціальна безпека);
- рівнем унікальності – типові та унікальні;
- критерієм доступності – добре доступні, доступні та важкодоступні;
- статусом: ресурси природно-заповідного фонду, курортно-санаторних та рекреаційних зон.

Рекреаційні ресурси багато в чому є похідними від рекреаційних потреб населення, які в свою чергу визначаються задачами соціокультурного освоєння території.

Таким чином, основні причини та фактори перетворення сукупності тих чи інших властивостей території в рекреаційні ресурси – це потреби соціокультурного освоєння території. Поєднання та наявність природно-рекреаційних ресурсів свідчить про існування природно-рекреаційного потенціалу як необхідної умови розвитку рекреації.

Існування природно-рекреаційного потенціалу можливе лише при збереженні його здібності до саморегуляції та самопідтримки. Порушення цієї умови призведе до деградації природного середовища, втраті його рекреаційних властивостей та якостей.

Під потенціалом рекреаційної галузі слід розуміти розвідані і ті, що знаходяться в експлуатації природні рекреаційні ресурси.

Об'єктом економічної оцінки природно-рекреаційного потенціалу є природні рекреаційні ресурси, характер використання яких визначається відповідними природними умовами рекреаційно-туристичної діяльності.

Отже, до завдання економічної оцінки потенціалу регіону входить визначення сукупної можливості наявних природних рекреаційно-туристичних ресурсів задовольняти рекреаційні потреби; виявлення, таким чином, максимальних можливостей їх використання рекреаційно-туристичною сферою і розрахунок народногосподарської цінності рекреаційно-туристичних ресурсів [95, с. 256].

Критеріями економічної оцінки рекреаційно-туристичних ресурсів у першому випадку є продуктивність рекреаційних ресурсів, у другому – народногосподарський ефект від їх використання.

Продуктивність рекреаційних ресурсів виражається за допомогою науково обґрунтованих норм споживання природних ресурсів рекреантами. Норми споживання того чи іншого ресурсу різні і залежать від специфіки ресурсів, тривалості лікування або відпочинку. Норми являють собою знаменник, який дозволяє кількісно порівняти різні види природних ресурсів.

Показником продуктивності природно-рекреаційного потенціалу виступає кількість людей, яким можна надати лікування, відпочинок і туристичні послуги виходячи з запасів природних рекреаційних ресурсів регіону за один рік. Цей показник дозволяє не тільки кількісно порівняти рекреаційні ресурси, але і виразити можливості рекреаційного використання різних видів ресурсів і їх суми.

Отримавши, таким чином, кількісний вираз можливостей рекреаційного використання природних ресурсів регіону, можна охарактеризувати величину його природного рекреаційного потенціалу.

Обов'язковою умовою використання РТП (рекреаційно-туристичного потенціалу) є визначення допустимої кількісної та якісної межі споживання рекреаційних ресурсів, що не допустять необоротних процесів зміни навколишнього середовища, зумовлюючих аномалії та допомагаючи у визначенні строків їх настання.

Здатність природно-рекреаційного потенціалу до самовідновлення та підтримки стійкого стану може бути реалізована за допомогою механізмів раціонального природокористування, а також ряду інших факторів які відносяться як до внутрішнього так і до зовнішнього середовища (табл. 1.2).

Вказані в таблиці 1.2 фактори дозволяють обґрунтувати механізми раціонального використання рекреаційних ресурсів регіону в довгостроковій перспективі, а також формують основу оцінки ТРК регіону [129].

В якості природних передумов формування природно-рекреаційного потенціалу, насамперед, виступають природно-територіальні комплекси різних видів, їх компоненти та окремі властивості, в тому числі контрастність,

географічна специфіка, екзотичність, унікальність або, навпаки, типовість, розміри та форми природних об'єктів та їх географічне положення.

Таблиця 1.2.

Фактори, що забезпечують функціонування туристично-рекреаційного потенціалу територій*

Внутрішні фактори функціонування ТРК		
Саморегуляція рекреаційної екосистеми	ТРК володіє значними можливостями саморегулювання, самоочищення за рахунок процесу кругообігу речовин.	
Стійкість екосистеми ТРК	Можливість продовження процесу споживання рекреаційних ресурсів, використання їх якостей забезпечує стабільність задоволення потреб.	
Різноманітність використання ТРК	Властивості та якості складових ТРК визначають різноманіття видів рекреаційної діяльності.	
Оптимальність реалізації ТРК	На всіх рівнях використання ТРК повинні зберігатися об'єктивні пропорції між масштабами, темпами використання ТРК та темпами зберігання для послідуєчого використання.	
Дія закону цілісності	На кожному з етапів використання ТРК існують резерви, зумовлені вже відомими властивостями окремих елементів ТРК.	
Фактори зовнішнього середовища		
Законодавча основа використання ТРК	Організаційно-економічна основа використання ТРК.	Техніко-технологічна основа використання ТРК.

*Джерело: [129].

На ефективність та тривалість використання туристично-рекреаційного потенціалу впливають ряд факторів. Так С. Ю. Цьохла пропонує класифікувати фактори розвитку туризму за такими ознаками і видами [176]:

- 1) за ступенем впливу (статичні і динамічні);
- 2) за напрямом впливу (зовнішні і внутрішні);
- 3) за характером впливу (екстенсивні та інтенсивні);
- 4) за результатами впливу (позитивні та негативні).

Найчастіше використовується розподіл факторів на зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які у туризмі мають специфічні прояви.

Завдяки екзогенній регіональній політиці відбувається безпосередній вплив держави на розвиток її регіонів, їх співіснування. Це здійснюється через надання субсидій, субвенцій, пільгових кредитів окремим підприємствам та установам. Така політика є доцільною у тих випадках, коли необхідно активізувати розвиток регіонів (територій) із особливо несприятливими умовами соціально-економічного розвитку, незначними конкурентними перевагами та обмеженими можливостями для розвитку підприємництва, створення сприятливих умов проживання населення. Такі регіони не в змозі ефективно використати свої переваги в територіальному поділі праці, наявність соціально-економічного потенціалу, можливостей спеціалізації виробництва та надання послуг. Тут, як правило, є значні проблеми із залученням демографічного та науково-виробничого потенціалу. Це передусім стосується монофункціональних міст, старопромислових регіонів, периферійних сільських територій та ін. [105, с. 149].

Ендогенна регіональна політика більшою мірою ґрунтується на внутрішньому розвитку регіонів, мобілізації їх власних ресурсів та умов.

Завдяки цій політиці передбачається опосередковане застосування регулюючих важелів для створення загального сприятливого середовища в регіоні – надання податкових пільг, створення окремих спеціальних зон розвитку, що стимулюють появу «полюсів росту», розбудови інфраструктури, вдосконалення системи освіти та професійної підготовки кадрів. Це може відбуватися без прямого фінансування окремих підприємств та галузей.

Для досягнення високих результатів такої політики важливим є детальне дослідження (аналіз) природно-ресурсного, демографічного, промислового, сільськогосподарського, науково-інтелектуального, транспортного потенціалу з метою визначення конкурентних переваг і пріоритетів розвитку регіону загалом і певних його галузей, секторів, видів діяльності зокрема. Впроваджуючи ендогенну регіональну політику, держава таким чином надає регіону привілеї та можливості для розвитку всієї території, а не окремих галузей або суб'єктів господарювання. Це особливо важливо з огляду на принципи вільної конкуренції та вимоги регуляторної політики. Одночасно регіони мають вирішувати, як найкраще скористатися наданими державою пільгами з урахуванням власних пріоритетів, наявних можливостей та конкурентних переваг [105, с. 147].

Зовнішні фактори впливають на туризм, у першу чергу, за допомогою демографічних і соціальних змін, а також через фінансово-економічні умови. Серед численних зовнішніх факторів, що впливають на розвиток туристичної індустрії доцільно виділити основні їх групи: політичні, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні (рис. 1.5).

Наведені на рис. 1.5 фактори впливу на ТРК визначають пріоритетні напрямки розвитку туристичної індустрії. Варто враховувати, що комплекс факторів, які впливають на розвиток туристичної та рекреаційної галузі, містить фактори як позитивного, так і негативного впливу.

1. Політичні фактори. Стабільна політична ситуація в країні – необхідна умова функціонування туристичної індустрії. Крім того, для розвитку туризму в тій чи іншій країні важливий тип міжнародних відносин, що склалися з іншими державами; стан торговельного балансу даної країни та її партнерів; міжнародна ситуація у світі або в окремо взятому регіоні

2. Економічні фактори. До зовнішніх факторів належать також фінансово-економічні умови: поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації обумовлює збільшення (зниження) персонального доходу.

Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше коштів на відпочинок, подорожі, дозвілля. Міжнародному розвитку туризму сприяють активна зовнішньоекономічна діяльність держави, процеси глобалізації й інтеграції, що відбуваються в усіх галузях світової економіки.

3. Соціально-демографічні фактори. До соціально-демографічних факторів, що впливають на зростання розвитку туризму, належать: підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб населення. Як елемент естетичних

потреб можна розглядати прагнення людей познайомитися з побутом, історією, культурою, умовами життя в різних країнах.

4. *Науково-технічні фактори.* Науково-технічні фактори дозволяють вчасно виявити можливості, зокрема розвиток НТП відкривають для виробництва нових видів послуг, їхнього збуту й удосконалення обслуговування клієнтів. Розвиток науки й техніки сприяє технологічним змінам, удосконаленню матеріально-технічної бази, модернізації транспортної інфраструктури.

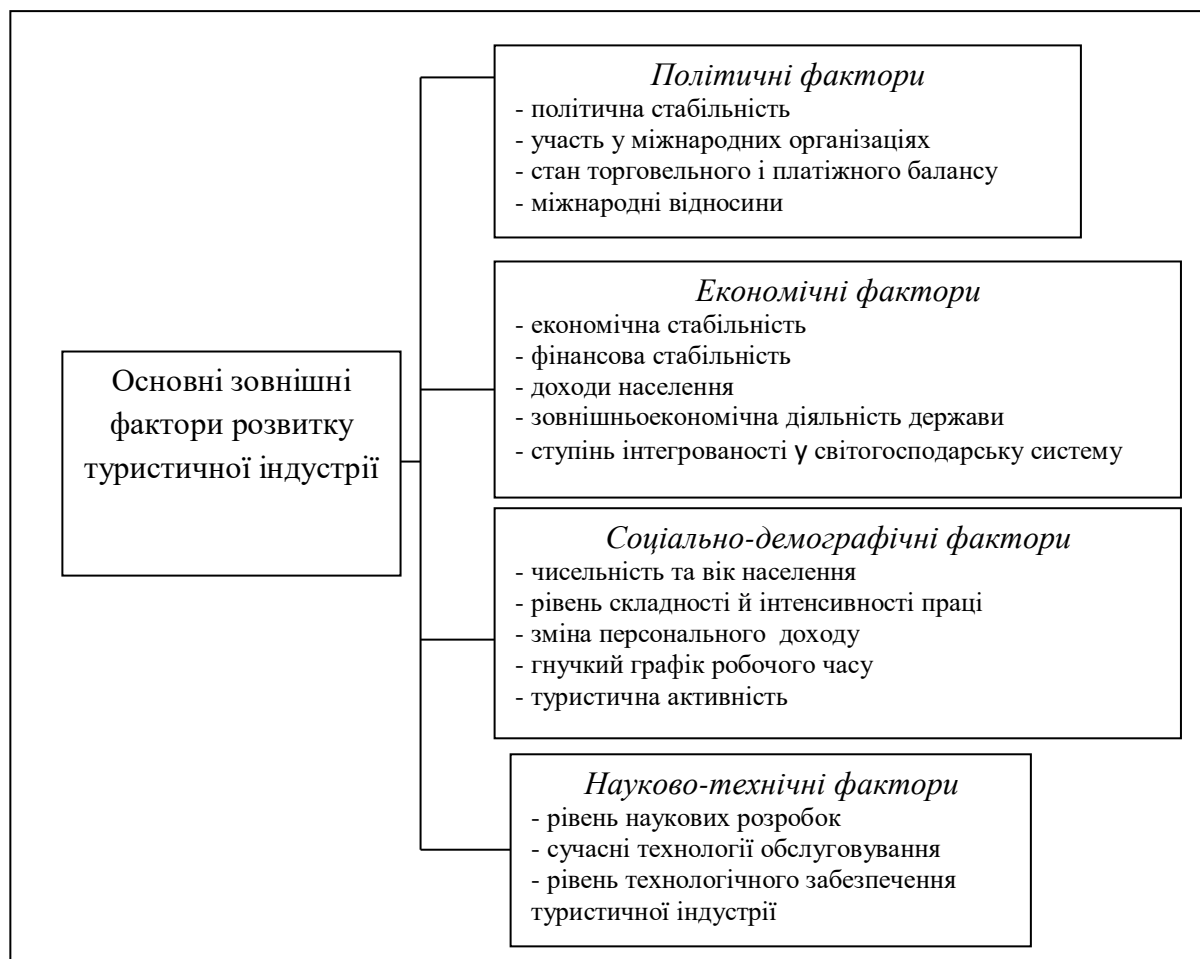


Рис. 1.5. Зовнішні фактори розвитку ТРК*

*Джерело: [129].

Внутрішні фактори – це фактори, що впливають безпосередньо в сфері туризму: матеріально-технічні фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, роздрібної торгівлі і т.д.

До внутрішніх факторів належать:

– процеси попиту, пропозиції й поширення (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму;

– зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньо регіональних туристичних сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул та ін.;

– зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристичного бізнесу і т.д.);

– зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів;

– зростання ролі фахівців у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно кваліфікованої структури і т.д.);

– зростання представників туристичного бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні турпослуги).

Взаємодія внутрішніх та зовнішніх чинників формує кон'юнктуру ринку та створює середовище бізнес-діяльності, впливає на попит (його обсяг, структуру, ритмічність), який забезпечується діяльністю національної індустрії туризму зі створення відповідного кон'юнктурі турпродукту.

Комліченко О. О. у своїх дослідженнях доповнила існуючі класифікації факторів, які впливають на розвиток туристичної галузі та зокрема на розвиток туристично-рекреаційних комплексів [80].

Досліджуючи регіональну політику розвитку рекреаційної сфери, З. Герасимчук та М. Глядіна, узагальнюючи підходи до визначення факторів розвитку рекреаційної сфери, виділяють стримуючі та активізуючі фактори, поділивши останні на екстенсивні та інтенсивні.

Автори стверджують, що економічні фактори розвитку визначають можливість ефективного використання ресурсного потенціалу в регіоні шляхом створення рекреаційних послуг як важливої умови зростання суспільного добробуту [41, с. 17].

Таким чином для забезпечення сталого розвитку туризму з наведених класифікацій варто виокремити фактори, що характеризують саме сталий розвиток. До них слід віднести економічні, соціальні та екологічні фактори [26, с. 235].

Крім того, до основних груп факторів впливу на розвиток туризму та ТРК в регіоні та стан підприємництва цієї галузі віднесемо організаційно-економічні, соціально-економічні, природно-кліматичні, історико-культурні.

Організаційно-економічні фактори включають туристичну інфраструктуру розвитку туризму, нормативно-правову базу, обсяг попиту та його динаміку, обсяги економічних ресурсів, ємність ринку, інвестиційний клімат, податково-кредитну політику тощо.

Соціально-економічні фактори включають рівень доходу, життя та освіти населення регіону, чисельність та структуру населення, наявність кваліфікованих кадрів сфери туризму тощо.

Природно-кліматичні чинники містять потужність, різноманітність природно-географічного потенціалу, сприятливість природно-кліматичних умов, стан довкілля, його екологічність тощо.

Історико-культурні фактори включають наявність у туристичних регіонах релігійних, культурних, історичних пам'яток, культурних цінностей, які формують прагнення до нових вражень та подорожей тощо [161, с. 230-231].

Усі зазначені фактори є визначальними в розвитку туризму на рівні регіону. Як засвідчують дослідження, більшість факторів впливу на розвиток туризму регіонів України мають гальмуючий ефект.

Для подальшого визначення впливу факторів на стан та розвиток ТРК в регіонах країни необхідно провести систематизацію можливих загрозливих факторів як специфічного сегменту ринку туристичних послуг.

Усі такі фактори впливу пропонуємо розділити на шість груп, а саме фінансові, інноваційні, інтелектуально-кадрові, політико-правові, інфраструктурні, безпекові, або екологічні (рис. 1.6).

Так, в сучасних умовах нерівномірності розвитку туризму в регіонах України великого значення набувають загрози та ризики, які виявляються в нерівномірності розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, нерівномірності освоєння природно-ресурсного потенціалу, диспропорційному економічному, соціальному та інноваційно-технологічному розвитку туристичних регіонів тощо.

Аналіз сучасних організаційно-правових засад стимулювання підприємницької діяльності у сфері туризму в регіоні є недостатньо вивченим та потребує уваги. Цей напрям досліджень повинен включати вивчення законодавчої та нормативно-правової бази, яка регламентує розвиток туризму регіонів України. В цьому сенсі існують перспективи для вирішення проблематики регіонального розвитку туризму, обґрунтування шляхів вирішення правових проблем функціонування досліджуваної сфери господарювання.

Важливою складовою виступає забезпечення інформаційної підтримки розвитку туризму в регіоні, створення інформаційних комунікацій, розгортання сфери їхнього обслуговування.

Крім того, виняткове значення в розвитку ТРК в регіоні має наявний природно-ресурсний потенціал.

Головними складовими природно-ресурсного потенціалу регіону виступають земельні ресурси, водні ресурси, лісорослинні, рибні, мисливські ресурси, мінерально-сировинні ресурси, природоохоронні ресурси, рекреаційно-туристичні ресурси.

Для оцінювання запасів цих ресурсів та можливостей їхнього господарського використання застосовують три основні підходи, а саме економічний, географічний та екологічний.

Якщо ж досліджувати природно-ресурсний потенціал територій сільських рад, агроформувань різних типів, агрогосподарств, то спектр методів дослідження, дослідницьких технологій має суттєво змінитися за рахунок залучення технологій, картографування та картографічного моделювання, анкетування та опитування населення, польових обстежень сільської місцевості, мікро- й наностатистичних узагальнень, які стосуються щодо використання природно-географічних, екологічних, людських, фінансових та матеріально-технічних ресурсів.

Варто також аналізувати ефективність використання біокліматичного, вітро-, геліо- та водоресурсного потенціалу сфери туризму тощо.

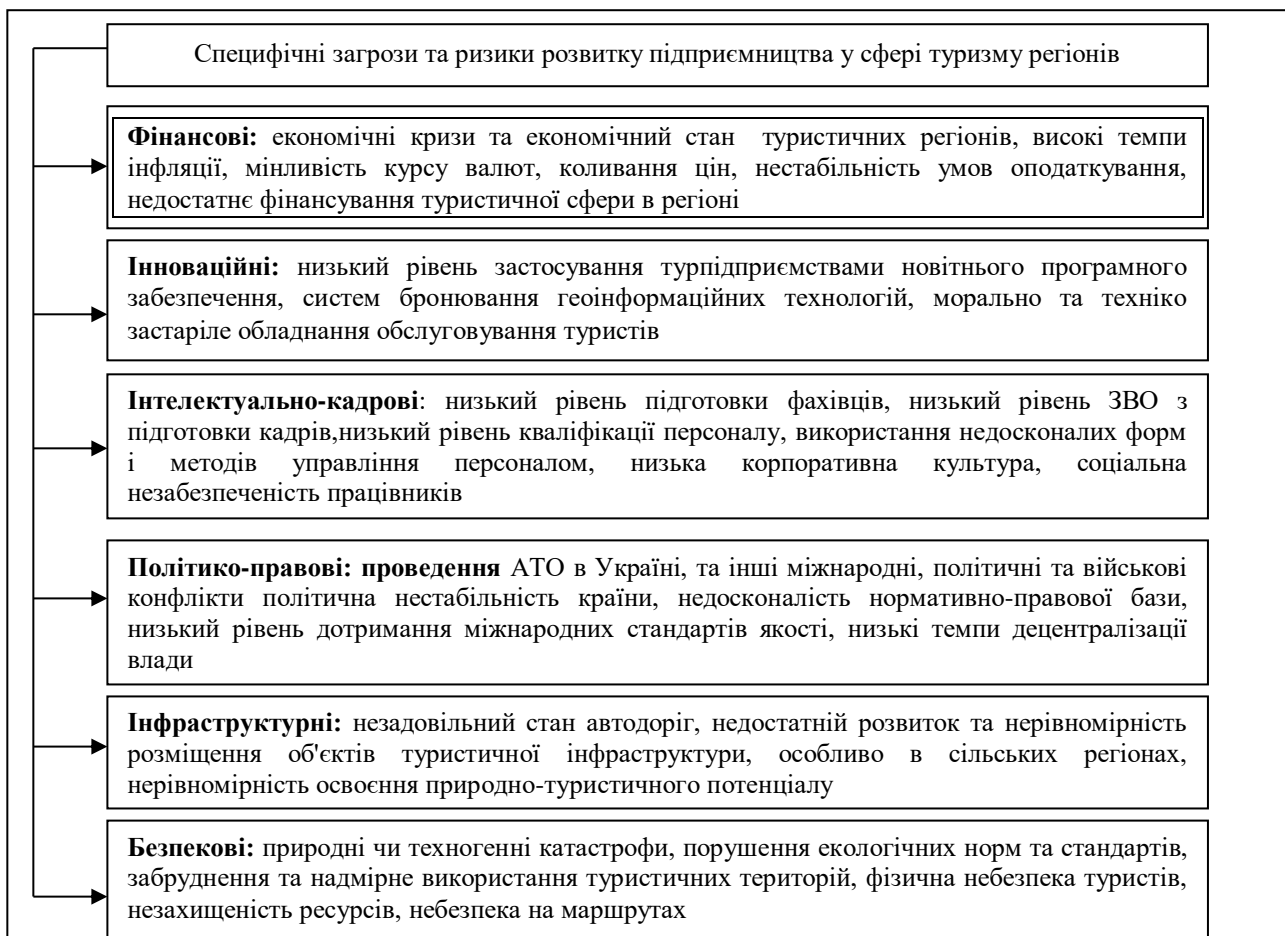


Рис. 1.6. Систематизація специфічних факторів (загроз та ризиків) розвитку туризму в регіоні*

*Джерело: [86].

Так, до основних проблем розвитку ТРК більшості регіонів країни віднесено:

– низький рівень кваліфікації працівників туристичної сфери, якості та культури обслуговування туристів;

- невідповідність якісних характеристик та організаційно-економічних механізмів функціонування рекреаційної та транспортної інфраструктури загально визнаним вимогам;
- незадовільний стан під'їзних шляхів до об'єктів туристичних відвідувань;
- невідповідність більшості закладів розміщення міжнародним стандартам;
- низька ефективність чинних механізмів заохочення інвестицій щодо будівництва та реконструкції об'єктів туристичної сфери;
- слабкість інформаційно-рекламного забезпечення на загальноукраїнському та міжнародному ринках тощо [93, с. 155].

При прогнозуванні та плануванні розвитку туристичної галузі і розвитку ТРК необхідно враховувати дію факторів, які найчастіше використовується у дослідженнях, а саме зовнішніх (екзогенних) і внутрішніх (ендогенних), які в туризмі мають специфічні прояви.

Серед зовнішніх факторів, які впливають на розвиток туристичної галузі, можна виділити такі групи: політичні, фінансово-економічні, соціально-демографічні, науково-технічні (рис. 1.7).

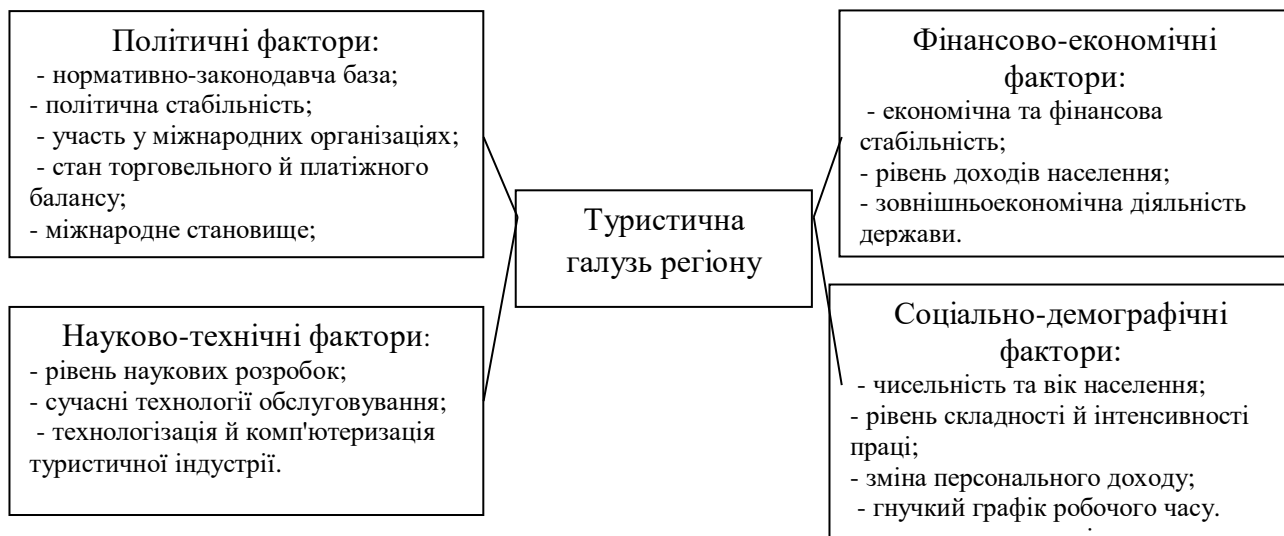


Рис. 1.7. Зовнішні фактори розвитку туристичної галузі*

**Джерело: [41, с 56-58].*

Суттєвим фактором, який може активізувати або гальмувати розвиток туристичної галузі, є нормативно-законодавча база. В умовах глобалізації економіки, входження України до Світової організації торгівлі виникла необхідність уніфікації національного законодавства у сфері туризму відповідно до вимог міжнародного співробітництва.

Національне туристичне законодавство в Україні знаходиться на стадії формування та складається з двох частин. Перша – Конституція України, закони України, укази Президента та постанови Кабінету Міністрів України, що

прямо чи опосередковано стосуються розвитку туристичної галузі. Друга – численні міжнародні договори щодо розвитку туризму, у яких бере участь Україна. Основним нормативно-правовим документом, що регламентує туристичну діяльність, є Закон України «Про туризм», прийнятий Верховною Радою України із змінами, що вступили в дію з 1 січня 2004 року і мали на меті вдосконалення законодавчої бази щодо забезпечення безпеки туристів, уточнення прав і обов'язків туристів, туристичних фірм тощо. Цим законом розвиток туризму визнано одним із пріоритетних напрямів господарської діяльності, що передбачає проведення стимулюючої державної туристичної політики [60].

Одним з важливим інструментів державного впливу повинні стати ліцензування, сертифікація та стандартизація послуг сфери туризму. Це є дуже актуальним питанням, оскільки, наприклад, єдиною гарантією надійності турфірми для споживача зараз є її реклама або думки інших споживачів, що вже скористались її послугами, тому турфірми приділяють основну увагу своїй PR-кампанії, а не прагнуть покращити якість послуг, що вони надають. Цю проблему може вирішити саме введення стандартизації та сертифікації. Тут також не можна не згадати про необхідність стандартизації готельних послуг в Україні, тому що ціна на них є надто високою порівняно з якістю наданих послуг. Для цього вкрай необхідно здійснити реконструкцію діючих готелів, привести рівень обслуговування в них до світових стандартів.

Важливим напрямом державної туристичної політики має бути підтримка галузей і виробництв, що є постачальниками товарів та послуг для підприємств туристичної індустрії – кафе, ресторанів, кінотеатрів, побутових послуг тощо.

Особливу увагу тут слід приділити також відродженню, розвитку та підтримці місцевих ремесел, фольклорних і культурних традицій, народних звичаїв, щоб туристи могли повністю відчувати український колорит. Комплексна реалізація поданих заходів, спрямованих на реалізацію туристичного потенціалу України, вимагає як державної підтримки, так і залучення приватного та іноземного капіталу в модернізацію інфраструктури туризму. Україна має великі, а головне реальні, перспективи розвитку туристичної галузі, тому вона може і повинна зайняти одне з чільних місць серед країн – світових туристичних лідерів. Для ефективності використання природних рекреаційних ресурсів необхідно вдосконалити еколого-економічну класифікацію природних рекреаційних ресурсів та систему показників для оцінки їх використання.

Дослідження стану використання рекреаційних ресурсів та аналіз показників господарської діяльності суб'єктів рекреаційного природокористування та санаторно-курортної сфери дає можливість розробити стратегію економічного розвитку регіону при застосуванні адміністративних та економічних інструментів регулювання використання природних рекреаційно-туристичних ресурсів [112].

Питання підвищення конкурентоспроможності туристично-рекреаційних комплексів та їх інфраструктури стають найбільш актуальними, оскільки в

даний час на туристичному ринку існує гостра конкурентна боротьба. Але туристично-рекреаційні комплекси – це не просто території, які надають послуги щодо задоволення різноманітних потреб туристів, а й території, на яких проживає місцеве населення. Чим вища конкурентоспроможність комплексів, тим більше туристів її відвідує, а це, в свою чергу, покращує економічний стан даної території, підвищує добробут і якість життя місцевого населення. Тому, в підвищенні конкурентоспроможності туристично-рекреаційних комплексів повинні бути зацікавлені не тільки підприємства туристичної індустрії, місцеве населення, але, перш за все, органи місцевої влади даної території, оскільки розвиток туризму позитивно позначається на розвитку усього регіону (туристичної дестинації).

При формуванні конкурентоспроможного туристично-рекреаційного комплексу необхідно ставити перед собою певні завдання, пріоритетними серед яких мають бути:

- раціональне розміщення рекреаційних установ по території країни з урахуванням природно-кліматичних та інших умов;
- всебічне й ефективне використання наявних рекреаційних ресурсів;
- формування оптимальних пропорцій між галузями рекреаційного комплексу;
- досягнення оптимального співвідношення між галузями спеціалізації, супутніми галузями та інфраструктурою;
- створення місцевих ремонтних, реставраційних та будівельних баз;
- забезпечення послугами комунально-побутового і культурного обслуговування, громадського харчування, споживчими та сувенірними товарами;
- розвиток високопродуктивного сільського господарства і харчової промисловості, що максимально забезпечують потреби відпочиваючих і місцевого населення у високоякісному продовольстві;
- розвиток сучасної транспортної системи, всіх видів зв'язку і сучасного сервісу, всебічний розвиток і раціоналізація внутрішньорайонних і міжрайонних транспортних зв'язків;
- забезпечення зайнятості населення та раціональне використання трудових ресурсів;
- забезпечення безпеки як місцевого населення, так і очікуваного контингенту туристів і відпочиваючих [169, с. 98].

Таким чином, під час формування ТРК мають братися до уваги потенційні можливості регіону розвивати його. Під час розроблення програм розвитку туризму хоча і приймаються до уваги регіональні особливості, проте вони орієнтовані не стільки на проблеми включення ТРК у процеси розвитку території, скільки на напрями його розвитку як окремої відокремленої сфери дії, що, на нашу думку, методологічно невірно.

У сучасних умовах основний акцент робиться не тільки на необхідності формування та розвитку туристично-рекреаційного комплексу з урахуванням потреб населення, але і з урахуванням їх можливостей. З огляду на це, вивчення

ринкових механізмів функціонування і розвитку ТРК, зокрема врахування його територіальної орієнтації, повинно підтримувати і забезпечувати можливості поєднання ринкових механізмів з державною економічною політикою.

Своєю чергою, туристично-рекреаційний комплекс сприяє нагромадженню капіталу та спрямуванню його в реальний сектор економіки через будівництво об'єктів розміщення й інших інфраструктурних елементів. Тобто, з одного боку, даний комплекс сприяє збільшенню інвестиційного потенціалу регіону, з іншого – він дає змогу вирішити одну з головних соціальних проблем населення.

Розвиток туристично-рекреаційних комплексів (ТРК) впливає на соціально-економічне становище району, де розміщується комплекс, а також підвищує ефективність регіону в цілому. Розглядаючи розвиток ТРК із позицій теорії регіональної економіки, зупинімося на понятті «ефективність».

У теорії і практиці регіональної економіки аналізується сукупність видів ефективності: економічна, соціальна, екологічна; зовнішня і внутрішня; пряма і непряма. Проте існує проблема визначення сукупності показників або інтегрального показника ефективності щодо об'єктів, у нашому дослідженні – формування і розвитку ТРК [177, с. 135].

Дослідники виділяють досить велику кількість показників, за допомогою яких можна оцінити вплив ТРК на соціально-економічний розвиток території, проте найчастіше цей перелік є дуже великим і неструктурованим, що негативно впливає на ефективність проведення оцінки [33, с. 135-169].

На нашу думку, необхідно проводити оцінку впливу ТРК на соціально-економічне становище території, що враховує глибину впливу системи на економіку регіону з виділенням національного та регіонального рівнів.

Для поставлених цілей доцільно розглянути такі групи показників, як економічні, фінансові, соціальні та показники підприємницької активності. Пропонується така сукупність показників за виділеними групами:

1. Показники, що характеризують економічні аспекти впливу: інвестиції в основний капітал, середньомісячна заробітна плата зайнятого населення.

2. Показники, що характеризують фінансові аспекти впливу: доходи бюджету (єдиний податок на поставлений дохід для окремих видів діяльності, податок на майно), залишки грошових вкладів населення в банках.

3. Показники, що характеризують соціальні аспекти впливу: трудові ресурси, середньорічна чисельність зайнятих (працівників), кількість безробітних.

4. Показники підприємницької активності: кількість зареєстрованих індивідуальних підприємств, кількість суб'єктів малого і середнього підприємництва у вигляді юридичних осіб [88, с. 153].

Серед показників, що характеризують підприємницьку активність, можна виділити кількість зареєстрованих індивідуальних підприємств, представників малого та середнього підприємництва у вигляді юридичних осіб.

Такі показники відповідають таким критеріям:

– відображають сутнісні характеристики функціонування ТРК (переважання малого і середнього бізнесу та індивідуального підприємництва та ін.);

– кількість даних показників є мінімальною і достатньою для оцінки впливу ТРК на соціально-економічний розвиток регіону.

Економічні показники для оцінки впливу ТРК на розвиток території включають у себе інвестиції в основний капітал та середньомісячну заробітну плату зайнятого населення.

Привабливість території для інвесторів – найважливіша характеристика для формування і розвитку ТРК, у зв'язку із цим інвестиційна активність на території певних комплексів свідчить про ефективність розвитку ТРК, а також про позитивну соціально-економічну динаміку розвитку території. Крім того, величина інвестицій в основний капітал є основою для визначення ефективності інвестиційних процесів, які можуть бути розраховані як для ТРК у цілому, так і для окремих його елементів.

1.3. Сучасна структура та інфраструктура туристично-рекреаційних комплексів, як суб'єктів індустрії туризму

Інфраструктуру туризму можна розглядати як комплекс видів діяльності щодо створення умов для реалізації туристичних послуг. Слушним є і розуміння туристичної інфраструктури як сукупності різноманітних об'єктів, що використовуються для задоволення потреб туристів.

Якщо в першому випадку акцент ставився на діяльнісному, динамічному аспекті, то в другому випадку наголошується на матеріально-технічному, статичному прояві туристичної інфраструктури. Близьким за змістом є і понятійна конструкція «туристична індустрія», яку слід тлумачити як сукупність суб'єктів туристичної діяльності, підприємств харчування, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів.

Туристична інфраструктура сприяє виробництву туристичного продукту – попередньо розробленому комплексу 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, наприклад, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо.

Під інфраструктурою туристичного бізнесу розуміють також сукупність організаційних структур і нормативно оформлених процедур, що забезпечують функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності і регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та зовнішнім (соціальним і природним) середовищем.

Зокрема, більшість вітчизняних науковців пов'язують туристичну інфраструктуру саме з матеріальним забезпеченням функціонування туристичної галузі. Але за умов розвитку інформаційного постіндустріального суспільства до традиційних компонентів туристичної інфраструктури додалися ще такі, які пов'язані з нематеріальними активами, а також сервісом, зв'язком,



Рис. 1. 8. Складові туристичної інфраструктури

На думку А. Гайдук, структуру туристичної ринкової інфраструктури можна представити у вигляді трьох складових: інституційної, інформаційної, регламентуючої [38, с. 173].

Інституційну складову становлять загальні інституції (транспорт, готелі, банки, страхові компанії, митниця, інвестиційні фонди тощо) і спеціалізовані інституції (туристичні фірми, рекламні підприємства, спеціалізовані страхові компанії, служби маркетингу тощо).

Інформаційна складова містить такі елементи як:

- розповсюдження інформації (Інтернет, засоби масової інформації);
- інформаційний та рекламний бізнес;
- інформаційно-туристичний ресурс (необхідність створення образу романтичної подорожі, який би приваблював туристів, стимулював туристичну активність і ефективно використання туристичного потенціалу регіону).

Регламентуюча складова туристичної інфраструктури містить в собі нормативно-правові акти, що регулюють відносини в цій сфері життєдіяльності суспільства.

Туристична інфраструктура охоплює:

– туристичні ресурси – сукупність природних, історичних, культурних, соціально-економічних та інших ресурсів відповідної території, які задовольняють різні потреби туриста;

– суб'єктів туристичної діяльності – суб'єкти господарювання, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством тієї чи іншої країни порядку, і мають ліцензію або дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної із наданням туристичних послуг та внесені до Державного реєстру суб'єктів туристичної діяльності; такий суб'єкт туристичної діяльності як туроператор безпосередньо та регулярно здійснюють діяльність щодо створення турпродукту, реалізації та надання туристичних послуг, а також посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх послуг;

– туристичну індустрію – сукупність суб'єктів туристичної діяльності, організаційні структури підприємств харчування, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів;

– туристичні послуги – послуги щодо розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів;

– туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс, який поєднує такі послуги, що реалізуються або пропонуються до реалізації за єдиною ціною. Сюди входять:

– послуги перевезення;

– послуги проживання;

– інші туристичні послуги, не пов'язані із перевезенням і проживанням [83].

Існує також бачення, що туристично-рекреаційний комплекс – це комплекс, що об'єднує систему туристично-рекреаційних закладів, обслуговуючих їх підприємств інфраструктури та інших галузей, які мають тісні виробничі та економічні зв'язки, спільно використовують ресурси з метою задоволення різноманітних оздоровчих, пізнавальних, культурних та інших потреб населення [187].

У свою чергу, вважаємо, що туристично-рекреаційний комплекс – це спеціалізована сукупність підприємств (туристичних і постачальників товарів і послуг), які функціонують для задоволення потреб туристів, сконцентровані на певній території та використовують спеціалізовані туристично-рекреаційні ресурси забезпечуючи туристичну інфраструктуру.

Рішення про створення регіонального туристично-рекреаційного комплексу має базуватися на результатах аналізу таких аспектів:

1) туристично-рекреаційне районування території (районування за рівнем споживання; районування за рівнем спеціалізації підприємств індустрії туризму);

2) інвентаризація наявних ресурсів регіонального туризму (матеріально-технічних, трудових, інформаційних, фінансових) та їх оцінка [107, с. 137].

Доцільно також здійснити типологізацію рекреаційного регіону, визначити основні чинники формування територіальних туристично-рекреаційних утворень та відповідним чином, охарактеризувати їх на основі попередньо виділених просторово-часових, територіальних та організаційно-господарських ознак і на практичному матеріалі проаналізувати чинну структуру санаторно-курортних комплексів [11, с. 16].

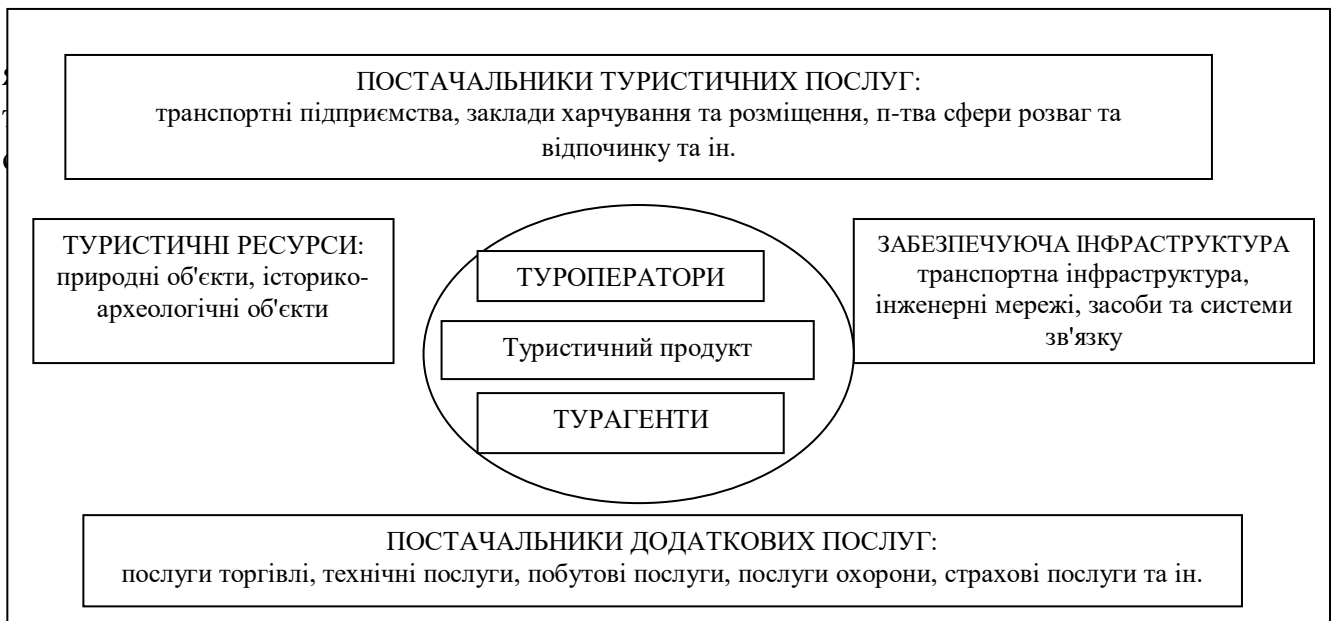


Рис. 1.9. Структура туристично-рекреаційного комплексу*

**Джерело: [50].*

Рекреаційна інфраструктура має складну внутрішню будову – розрізняють компоненти, ланки, об'єкти. Основою поділу рекреаційної інфраструктури на компоненти та ланки є спільне функціональне призначення складових у процесі суспільного відтворення, тобто спрямованість об'єктів та створення умов для задоволення певного кола рекреаційних потреб суспільства, населення. У найзагальнішому вигляді рекреаційна інфраструктура поділяється на рекреаційно-виробничу, рекреаційно-побутову, функціонально-спеціалізовану та культурно-історичну складові (рис. 1.9).

Особливістю структури туристично-рекреаційного комплексу є висока залежність ефективності інтеграції об'єктів туристичної індустрії (постачальників послуг і підприємств туристичної індустрії) та ресурсної бази, інфраструктури території та факторів розвитку туристично-рекреаційної діяльності на певній території (рис. 1.10).

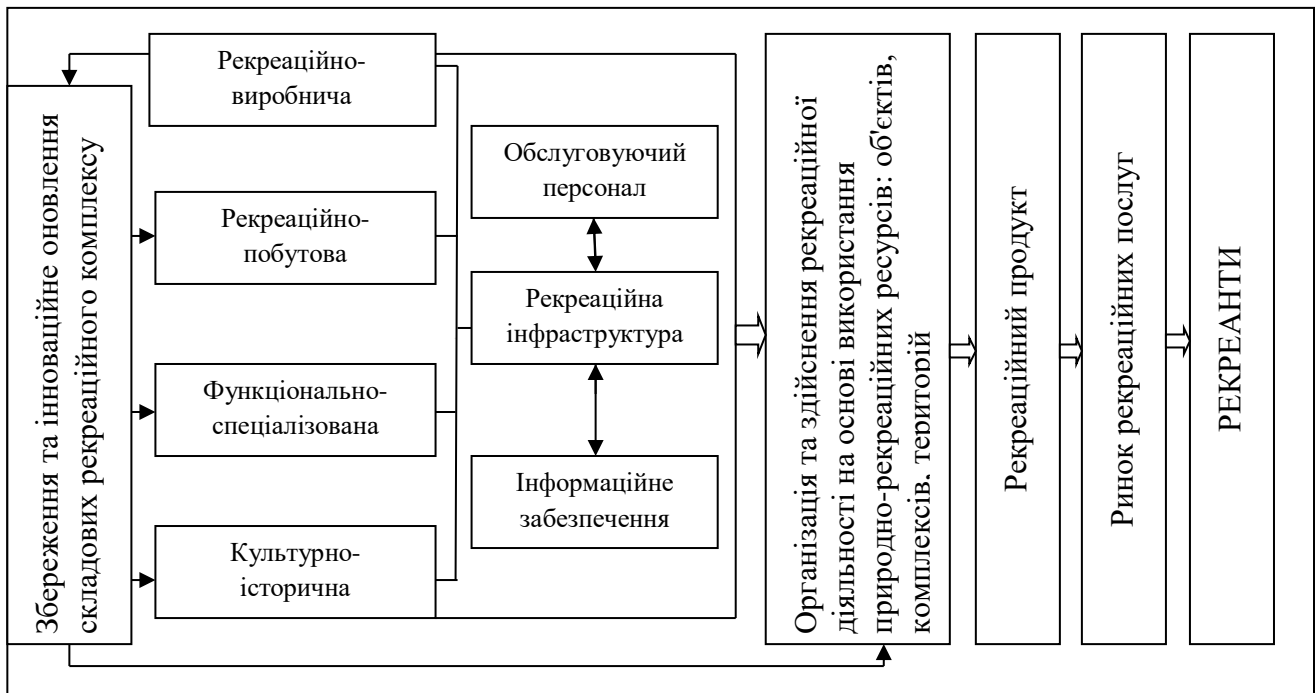


Рис. 1.10. Функціональна роль, склад та місце рекреаційної інфраструктури в рекреаційному просторі*

*Джерело: [10].

Рекреаційно-виробнича інфраструктура рекреаційної сфери створює та підтримує в належному матеріально-технічному стані інші складові інфраструктури (соціально-побутові, функціонально-спеціалізовані), так і складові рекреаційного потенціалу – природно-рекреаційні ресурси, об'єкти, комплекси, території. Наявність комплексуютьчих ознак, в якості яких виступають технологічні зв'язки галузей, вони є головними для рекреаційно-виробничої інфраструктури і є основним функціональним призначенням її створення до відповідних умов та для безперервного процесу відтворення на різних рівнях [87, с. 303-305].

Територіальний аспект розвитку рекреаційно-виробничої інфраструктури полягає у специфічному характері розміщення і просторової організації її матеріально-технічної бази. Він обумовлений як роллю, місцем та функціями галузей інфраструктури рекреаційної сфери у територіальній структурі господарства, так і їх техніко-економічними особливостями.

У склад рекреаційно-виробничої інфраструктури входять: будівельні та будівельно-монтажні підприємства; реставраційні та художні майстерні; спеціалізовані ремонтні підприємств та санітарні служби; підприємства видобутку рекреаційних матеріалів, засобів, сировини та ін.; інженерні мережі, дамби, греблі, захисні споруди та інші об'єкти і комунікації (рис. 1.11).

Завдяки функціонуванню рекреаційно-виробничої інфраструктури здійснюється збереження, інноваційне оновлення та нарощування матеріально-

технічної бази рекреаційного комплексу регіону, збільшується якісний потенціал рекреаційного простору, підвищується ефективність регенеративних, профілактичних, оздоровчих та лікувальних функцій відповідних підприємств рекреаційної інфраструктури.



Рис. 1.11. Складові рекреаційно-виробничої інфраструктури*

*Джерело: [10].

Завдяки функціонуванню рекреаційно-виробничої інфраструктури здійснюється збереження, інноваційне оновлення та нарощування матеріально-технічної бази рекреаційного комплексу регіону, збільшується якісний потенціал рекреаційного простору, підвищується ефективність регенеративних, профілактичних, оздоровчих та лікувальних функцій відповідних підприємств рекреаційної інфраструктури.

Рекреаційно-побутова інфраструктура спрямована на створення умов для відтворення здоров'я людини, задоволення її потреб у належних умовах життя під час відпочинку. В її складі розрізняють такі компоненти (рис. 1.12): житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування, транспорт, зв'язок, сільське господарство, переробна та харчова промисловість, торгівля та громадське харчування тощо.

Основною компонентою рекреаційно-побутової інфраструктури є житлово-комунальне господарство, яке забезпечує першочергові потреби населення у житлі та суттєво впливає на створення необхідних умов для

функціонування готелів та всього рекреаційного простору. Підприємства готельного господарства є одним з найголовніших елементів інфраструктури рекреаційної сфери, яка істотно впливає на розвиток рекреаційної діяльності в регіоні. Також, діяльність рекреаційних підприємств не можлива без об'єктів життєзабезпечення (комунального господарства): електро-, тепло-, водопостачання, системи каналізації та очищення стоків, дороги тощо.

Побутове обслуговування є необхідною складовою рекреаційно-побутової інфраструктури, оскільки надає десятки різноманітних виробничих і невиробничих послуг.

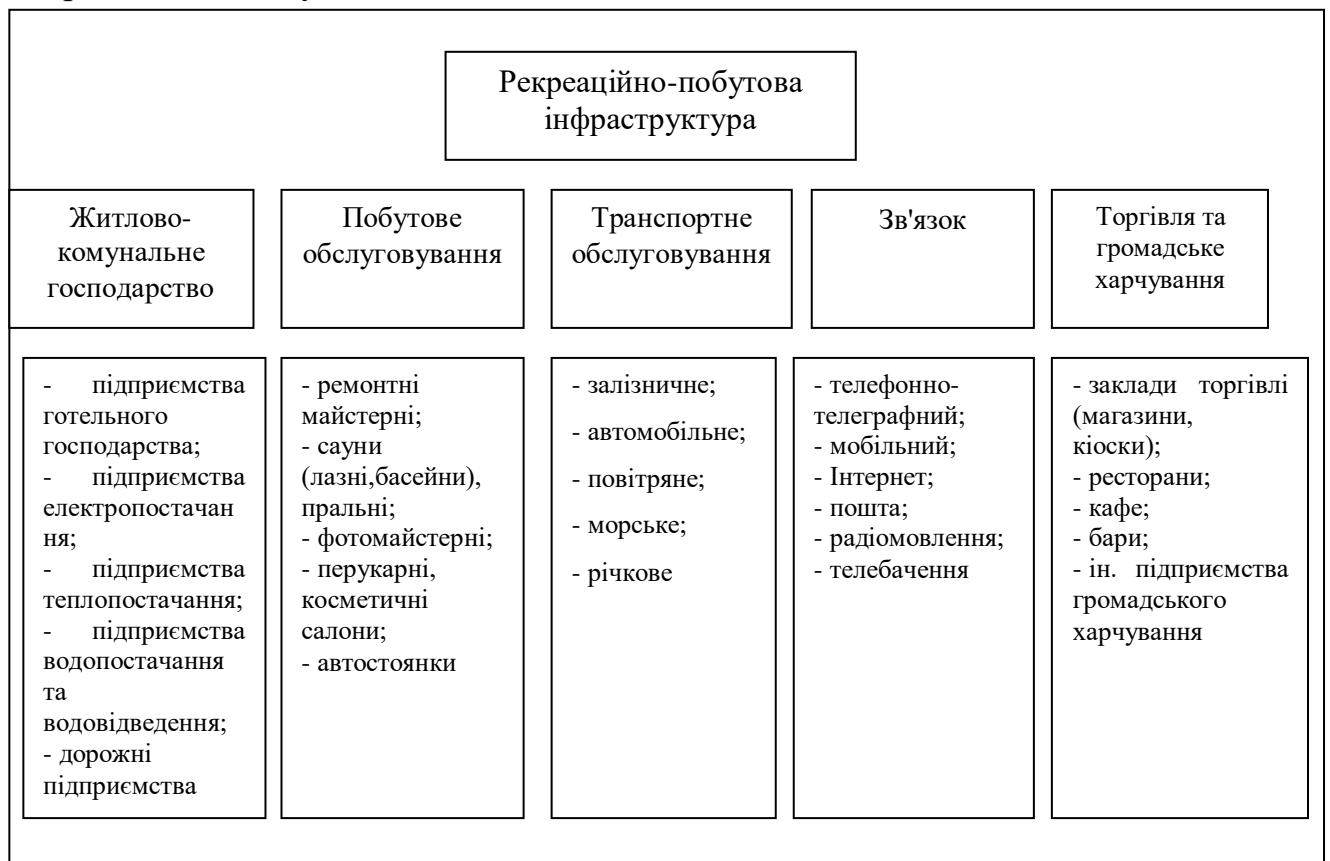


Рис. 1.12. Складові рекреаційно-побутової інфраструктури*

**Джерело: [10].*

Рекреаційно-побутова інфраструктура відіграє одну з основних функцій в організації рекреаційної діяльності регіону, оскільки створює необхідні умови для організації надання рекреаційних послуг.

Фундаментальною основою розвитку рекреаційної індустрії є функціонально-спеціалізована інфраструктура, оскільки виконує відтворювальну функцію.

Відновлення фізичних властивостей індивіда здійснюється на базі лікувально-профілактичних закладів, де формується фізично підготовлена та активна особистість, що відповідає певним вимогам суспільства до якості робочої сили. Вона охоплює заклади та установи (рис. 1.13), які забезпечують загальнооздоровчий відпочинок (пансіонати, будинки та бази відпочинку,

дитячі оздоровчі табори), санаторно-курортне лікування (санаторії, профілакторії, курортні поліклініки), заняття фізичною культурою і спортом (спортивні бази, кемпінги, фізкультурно-розважальні комплекси, плавальні басейни, спортивні майданчики, майданчики з пляжного волейболу, майданчики для масового катання на ковзанах, майданчики для гри в хокей тощо), любительське і спортивне полювання й рибальство (туристичні бази) тощо.

Культурно-історична інфраструктура зорієнтована на відтворення духовних, інтелектуальних (через культурно-освітнє середовище) властивостей людини. До неї належать об'єкти, створені людиною, пов'язані з історією, культурою та сучасною діяльністю людей, які мають суспільно-виховне значення, пізнавальний інтерес і можуть використовуватись в рекреаційній діяльності для задоволення специфічних рекреаційних потреб населення. Поділяється культурно-історична інфраструктура на такі складові (рис. 1.14): археологічні, архітектурні, подієво-інформаційні, літературно-мистецькі, героїко-виховні та науково-пізнавальні.



Рис. 1.13. Складові функціонально-спеціалізованої інфраструктури*

*Джерело: [10].

Археологічні об'єкти досить рідко, але стають визначальним чинником формування рекреаційної інфраструктури. Так, археологічні знахідки, зібрані в одному місці, стають привабливими для великої кількості туристів. Архітектурні споруди, як об'єкти споглядання, переходять у ранг рекреаційної культурно-історичної інфраструктури, оскільки відрізняються унікальністю й культурною значимістю. Важливим моментом при цьому є обсяг інформації,

сконцентрованої в об'єкті, його естетична й науково-пізнавальна цінність, а також рівень подієвості, який дозволяє перетворювати архітектурні комплекси на вузлові пункти при організації екскурсій та інших видів рекреаційної діяльності.

Одними із динамічних чинників розвитку рекреаційної індустрії є подієво-інформаційні комплекси, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі та охоплюють найбільш суттєві прояви сучасного життя з його модою, переконаннями й уявленнями про стиль і стереотип поведінки, включають його пропаганду й механізми реалізації.

Літературно-мистецькі об'єкти як складові культурно-історичної інфраструктури пов'язані з мистецтвом, особистостями та їх культурною спадщиною.



Рис. 1.14. Складові культурно-історичної інфраструктури*

*Джерело: [10].

Рекреаційне освоєння історичної спадщини має не тільки економічне значення, але й виховне. Героїко-виховні об'єкти опосередковано впливають на формування рекреаційної інфраструктури і частіше пов'язані із знаковими подіями, що супроводжували розвиток історії й культури та особистостями, які лишили слід в історії людства. До них належать серії комплексів, пов'язаних однією історичною подією або об'єднаних пам'яттю про одну і ту ж історичну особистість.

Культурно-історична інфраструктура відіграє не менш важливу роль для розвитку рекреаційної сфери, оскільки культурне збагачення людини у вільний час представляє собою невід'ємну частину соціального та духовного життя особистості.

Першоосновою для організації рекреаційної діяльності є природно-рекреаційні ресурси. Рекреаційна інфраструктура спрямована на ефективне використання природно-рекреаційних ресурсів з метою задоволення рекреаційних потреб населення.

Природно-рекреаційні ресурси є базою, на якій створюється рекреаційна інфраструктура. Природно-рекреаційні ресурси є визначальною компонентою рекреаційного простору, оскільки з одного боку, як вид місцевості, є середовищем, в якому відбуваються рекреаційні процеси, а з іншого унікальним об'єктом споглядання, тобто перетворюється на рекреаційну атракцію. В склад природно-рекреаційних ресурсів входять: погодно-кліматичні, водні, ландшафтні, флоро-фауністичні та геологічні ресурси (рис. 1.15).



Рис. 1.15 Складові природно-рекреаційних ресурсів*

*Джерело: [10].

Одними з визначальних чинників для розвитку рекреаційної діяльності є природно-кліматичні ресурси, які зумовлюють просторову організацію відпочинку, оскільки, лікувальна дія клімату може використовуватись для профілактики і лікування захворювань в будь-яких кліматичних районах.

З метою формування цілісної системи функціонування індустрії рекреації необхідно виділити основні чинники щодо її інфраструктурного забезпечення:

удосконалення системи управління компонентами інфраструктури рекреації; збалансований розвиток її компонентів; постійне їх удосконалення; створення сприятливого інвестиційного клімату та використання сучасних форм інвестування в об'єкти рекреаційної інфраструктури; збільшення виробничих потужностей та пропускних можливостей підприємств рекреаційної сфери; підвищення якості послуг та конкурентоспроможності підприємств, що пов'язані з рекреаційною сферою; удосконалення кооперації та спеціалізації підприємств.

Таким чином, під комплексним розвитком та вдосконаленням рекреаційної інфраструктури розуміємо скоординовану діяльність державних, регіональних та приватних структур щодо реалізації управлінських і практичних завдань, які спрямовані на збільшення виробничих потужностей, постійний, збалансований та скоординований розвиток її компонентів, створення сприятливого інвестиційного клімату, підвищення якості послуг та конкурентоспроможності підприємств, подолання територіальних та відомчих бар'єрів, ефективне використання рекреаційних ресурсів [185, с. 308].

Безперечно, стан наявної рекреаційної інфраструктури визначає конкурентні позиції окремого регіону в межах країни або на міжнародному рівні. Сьогодні вихід регіонів України на європейський ринок рекреаційних послуг стримується низьким рівнем розвитку інфраструктури рекреаційної сфери. Проблеми розвитку рекреаційної сфери, зокрема рекреаційної інфраструктури на загальнонаціональному (загальнодержавному) рівні обумовлені: недосконалою нормативно-правовою базою забезпечення рекреаційної сфери; відсутністю чіткого визначення джерел фінансування розбудови рекреаційної інфраструктури; слабким рівнем інформаційного забезпечення; відсутністю системної державної підтримки цього напрямку; низьким рівнем застосування механізмів державно-приватного партнерства, механізмів державного стимулювання активізації інвестування у об'єкти рекреаційної сфери та інфраструктурне забезпечення цієї галузі.

Системними проблемами розвитку рекреаційної інфраструктури на локальному (регіональному, місцевому) рівні є: низький рівень зацікавленості регіональної влади у використанні наявного на місцевому рівні рекреаційного потенціалу; суб'єктивна недооцінка рекреаційної сфери як пріоритетного напрямку структурної перебудови економіки регіону; відсутність жорсткого державного контролю за дотриманням екологічної безпеки та екологічних стандартів.

Розвиток інфраструктури рекреаційних послуг можна представити у вигляді системи взаємозв'язків між основними суб'єктами, що реалізують державну політику в галузі рекреації та напрямів розвитку інфраструктури ринку рекреаційних послуг у системі розвитку галузі рекреації в цілому. Попри те, що державна політика розвитку рекреаційної галузі спрямована на усунення найбільш проблемних місць у розвитку галузі як на національному, так і на регіональному рівнях, її безпосередній вплив на розвиток галузі є незначним через відсутність належного фінансування. За таких умов активну роль у

розвитку інфраструктури ринку рекреаційних послуг у регіоні повинні відігравати місцеві органи управління (що випливає з основних цілей реформи по децентралізації), а також об'єднання (асоціації, агентства) з рекреаційного розвитку на місцевому та регіональному рівнях, суб'єкти, що здійснюють та/або забезпечують рекреаційну діяльність [19].

Особливої уваги потребують питання, які посприяють формуванню позитивного іміджу рекреаційного регіону, а саме: інфраструктурне забезпечення модернізації рекреаційної індустрії, що сприятиме підвищенню якості рекреаційних послуг, зниженню соціальної напруги, збільшенню надходжень до місцевого бюджету тощо; запровадження регіонального підходу до інвестування розвитку рекреаційної інфраструктури, який передбачає різні механізми інвестування в залежності від обсягів залучених фінансових ресурсів та інвестиційного попиту; визначення чітких правил ведення інвестиційного бізнесу у рекреаційній сфері регіону; переорієнтація у процесі розвитку підприємств рекреаційної інфраструктури на маркетинг, вивчення конкурентів, оцінка ризиків та розробка стратегії розвитку підприємств залежно від змін зовнішнього оточення.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

2.1. Дослідження елементів регіонального туристично-рекреаційного комплексу

Останніми роками роль туризму в економіці істотно зросла. Це підтверджується статистичними даними ряду національних і міжнародних організацій. Всупереч усім негативним прогнозам навіть світова фінансово-економічна криза серйозно не вплинула на світові туристичні потоки.

На початку ХХІ століття туризм став одним з провідних напрямів соціально-економічного, культурного і політичного напрямку діяльності більшості країн та регіонів світу. Туризм відіграє значну роль у зміцненні міжнародних зв'язків між сім'ю мільярдами жителів планети: щороку близько мільярда чоловік відвідують інші країни з туристичними цілями. Згідно з прогнозом Всесвітньої туристичної організації «Туризм: Бачення на 2020 р.», кількість міжнародних туристичних поїздок досягне 1,6 млрд. до 2020 року за умови середньорічного зростання світового туризму на 4% [114].

За підсумками 2018 року сукупні надходження туристичного збору та податкових платежів з туристичної галузі в Україні зросли на 20,7% – до 4,2 мільярда гривень, надходження туристичного збору зросли на 29,2% і склали 90,7 мільйона гривень.

Держприкордонслужба зафіксувала у 2018 році зростання кількості туристів з неприкордонних країн, зокрема Європи: Іспанії – на 68%, Великобританії – 47,3%, Литви – 23,4%, Італії – 15,4%, Німеччини – 13,3 %, Франції – 9,2%, а також Індії – на 57,4 %, Китаю – на 38,8%, Японії – на 38,3%, Ізраїлю – на 21,7% та США – на 19%. Прикордонний рух навпаки скоротився.

Такі зміни в структурі туристичного потоку стали результатом активізації просування України на міжнародному туристичному ринку, двостороннього співробітництва, візової лібералізації, збільшення пропозицій прямого та бюджетного авіасполучення.

За даними українських мобільних операторів (ПрАТ «Київстар», ПрАТ «ВФ Україна», ТОВ «лайфселл»), за 2018 рік зафіксовано 162,2 млн переміщень Україною абонентів мобільного зв'язку, з них 139,8 млн – українських і 22,3 млн – іноземних.

До найбільш популярних для відвідування іноземцями областей входить Закарпатська, Одеська та Харківська (набуває ролі центру ділового туризму) області. Українці найбільше відвідують Київську, Львівську, а також Полтавську, Черкаську та Дніпропетровську області [168].

Для успішного розвитку туризму уряд планує на 2020 рік створити центральний орган виконавчої влади, який буде опікуватися індустрією гостинності та промоцією туристичної України в світі. Форма такого органу – державна агенція. В Україні у 2011 році в Україні було створено Державне

агентство України з туризму та курортів. У січні 2015 року агентство було ліквідовано, після чого функції з забезпечення державної політики у сфері туризму почав виконувати Департамент туризму та курортів при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі.

Також на 2020 рік вперше в історії України в проєкті держбюджету на розвиток туризму заплановано 240 млн гривень. «Вона в 10 разів більша минулорічної», – написав голова Асоціації індустрії гостинності Олександр Лієв. Ці кошти будуть спрямовані на розвиток внутрішнього туризму, створення туристичної інфраструктури, промоцію українських туристичних продуктів у світі та на підвищення рівня туристичного сервісу в Україні. У 2018 році доходи від туризму в Україні зросли майже на третину [168].

Тому, в сучасних умовах глобалізації і жорсткої конкуренції актуальними стають питання раціонального використання ресурсів та розвиток на основі інноваційних підходів регіональних центрів економічного зростання. Для Черкаської області, як і для інших регіонів України, стратегічного значення набуває раціональне використання туристично-рекреаційних ресурсів.

Розглядаючи туризм як систему природних, історико-культурних, політичних, економічних, соціальних та інших компонентів, що знаходяться у взаєминах і направлених на задоволення потреб людини у відпочинку, необхідно розуміти механізми, якими регулюється розвиток туризму.

Для організації туризму як виду діяльності необхідний комплексний підхід, формою реалізації якого є туристично-рекреаційний комплекс. Формування його безпосередньо пов'язане з соціально-економічним розвитком господарських суб'єктів туристичної інфраструктури в умовах поточного стану зовнішнього середовища.

Туристично-рекреаційний комплекс це комплекс взаємозв'язаних галузей, що забезпечують здійснення туристичної діяльності в Україні.

При всьому своєму різноманітті визначень формування і розвиток туристично-рекреаційного комплексу залежить від двох складових: по-перше, від усіх туристично-рекреаційних ресурсів, які є основоположними при плануванні або формуванні пакету туристичного продукту, а по-друге, повною мірою від розвиненої соціально-економічної інфраструктури туристично-рекреаційного обслуговування туриста.

Соціально-економічна система регіону утворює єдиний туристично-рекреаційний простір, елементами якого є природне середовище; пам'ятники історії і культури; засоби розміщення; підприємства громадського харчування; розважальні і спортивні споруди; туристичні фірми; підприємства торгівлі; інфраструктура – транспортна, фінансова, інформаційна, соціальна та ін.

Слід звернути увагу, що не кожен регіон, може вважатися туристичним. Для цього необхідно виділяти критерії, по яких ми можемо вважати чи є той або інший регіон туристичним.

Кожен туристичний регіон нашої країни має свій набір специфічних характеристик та проблем їх розвитку. Вони різняться за економічними,

природними, соціально-політичними, демографічними та іншими факторами. Відповідно чіткий їх розподіл по специфічним особливостям дасть можливість розробити основи маркетингу території та сформулювати ефективні підходи до територіального позиціонування і формування іміджу туристичного регіону.

Так, Джанджугазова Е. А. класифікує типологію регіонів за такими чинниками [51, с. 38].

По рівню економічного розвитку:

- високорозвинуті регіони;
- розвиваючі регіони;
- слаборозвинуті регіони.

По поточному стані економіки, фінансів, соціальної сфери та природного середовища:

- успішно розвинуті регіони, які взяли ринкову модель господарювання;
- кризисні регіони, де в критичному стані знаходяться окремі галузі;
- депресивні регіони, де депресією охоплені господарський комплекс або окремі галузі виробництва.

По природно-географічним або геополітичним характеристикам:

- екстримальні та природньо-кліматичні зони;
- приморські регіони;
- прикордонні регіони.
- регіони віддаленні від основної території країни.

Типологія регіонів, на думку автора дасть можливість побудувати ефективну регіональну політику, більш точно оцінити можливості регіону, а також слабкі його сторони розвитку.

Для прийняття ефективних управлінських рішень необхідно виділяти тактичну та стратегічну типологію регіонів.

Тактична типологія виділяє :

- «опорні», або добре розвинуті регіони в основному з економічної точки зору;
- «самозабезпечені» регіони (враховують регіони, які формують ринкові відносини);
- «фінансово-стабільні» регіони;
- «нестабільні» регіони (перш за все, з точки зору соціально-економічного розвитку).

Стратегічна типологія включає:

- старі промислові регіони;
- регіони перехідного типу;
- регіони, які освоюються.

Автор, зауважує і на тому, що необхідно проводити типологію регіонів і для виокремлення основних напрямків державного регулювання регіонального розвитку. Так виділяють чотири типи регіонів:

- традиційно-відсталі;
- депресивні;
- традиційно-розвинуті (індустріальні, рекреаційні, аграрні та інші);

– регіони, які мають ресурси національного значення [51, с. 39].

Туристично-рекреаційний комплекс (ТРК) має велике значення в господарському комплексі Черкащини, проблеми якого вимагають детального аналізу і вироблення стратегії управління і комплексу заходів для їх вирішення.

У системі регіональної економіки туристично-рекреаційний комплекс функціонує не ізольовано, а знаходиться в тісному взаємозв'язку з іншими структурними елементами. Його розвиток мультиплікативно пов'язаний з багатьма видами економічної діяльності, бо зростання ТРК обумовлює відповідні трансформації в роздрібній торгівлі, громадському харчуванні, пасажирському транспорті, побутових послугах та ін.

Туристично-рекреаційний комплекс регіону – це сукупність економічних стосунків між основними його учасниками в цілях формування попиту і пропозиції туристичних послуг. Це сукупність галузей виробництва і сфери послуг для населення, де інвестиційні ресурси прямують для підвищення економічної і соціальної ефективності, що виражається в задоволенні потреб та підтримці здоров'я і працездатності громадян.

З даного визначення, можна виділити характерні особливості туризму:

- особливий суб'єкт мезорівня;
- об'єкт економічного управління з боку держави в цілях реалізації соціальної політики, що забезпечує підтримку життєдіяльності і життєзабезпечення людини;
- сфера, де інвестиційні засоби виступають як ресурсне забезпечення галузей виробництва і сфери послуг, що входять до складу туристично-рекреаційного комплексу;
- сфера розміщення інвестиційних ресурсів для приросту їх первинної величини (участь у реальному інвестуванні). Розвиток туристично-рекреаційного комплексу здатний забезпечити: формування умов для активізації інвестиційної діяльності в галузях виробництва і сфери послуг ринкового простору регіону, що входять до складу ТРК і забезпечення економічного зростання на основі інвестиційної складової;
- приплив українських та іноземних інвестицій у регіон;
- трансформація заощаджень населення в інвестиції;
- перерозподіл тимчасовий вільних грошових коштів споживчого, промислово-фінансового комплексу регіону і засобів, що поступають з інших джерел, інвестиційні ресурси, що направляються на збереження і відтворення історико-культурної спадщини території, формування додаткових об'єктів та інтересів туристів.

Структура комплексу включає елементи, де кожен виконує певну функцію відповідно до мети всієї системи. До елементів належать наступні компоненти: споживачі послуг (туристи), туристичні ресурси (природні і культурно-історичні та ін.), установи, що надають туристичні послуги, туристична інфраструктура (засоби харчування, розміщення, транспортування), а також органи організації і управління (турагенти, туроператори).

Основна мета функціонування туристично-рекреаційного комплексу – створення турпродукту для задоволення попиту споживачів.

Турпродукт, що створюється в ТРК, формується відповідно до туристичних ресурсів.

Структура ТРК досліджується в трьох аспектах: функціональному, територіальному (просторовому) і організаційно-управлінському.

В Україні при розробці програм розвитку туризму, хоча і беруться до уваги регіональні особливості, проте, вони орієнтовані на проблеми, а не на перспективи розвитку. Основний акцент повинен робитися не лише на необхідність формування і розвитку туристично-рекреаційного комплексу з врахуванням потреб населення, але і з врахуванням їх можливостей. Вивчення ринкових механізмів функціонування і розвитку ТРК і, зокрема, облік його територіальної приналежності повинно обов'язково поєднуватися з державною економічною політикою.

Як зазначає Г. М. Романова: «з встановленням регіональної економіки державне управління набуває форми регіонального». Регіональні соціально-економічні системи мають певну локальну самостійність, тому доцільним є моделювання розвитку туризму на рівні регіону, що володіє повноваженнями і ресурсами для ухвалення рішень у відповідній сфері [143, с. 279].

У свою чергу, туристично-рекреаційний комплекс дозволяє приростити капітал, направляє його в реальний сектор економіки через будівництво об'єктів розміщення та інших інфраструктурних елементів. Тобто, з одного боку, даний комплекс представляє інтерес для суб'єктів економіки, що реалізують свої економічні інтереси у вигляді приросту величини розміщених інвестиційних засобів, з іншого боку, він дозволяє вирішити одну з головних соціальних проблем населення.

Планування розвитку туристичної галузі, як будь-якої складної системи, вимагає кількісних і якісних оцінок, вивчення закономірностей процесів їх функціонування, які можуть бути отримані на основі комплексу математичних моделей.

Використання математичного моделювання дозволяє здійснювати прогнозування в складних системах і приймати ефективні управлінські рішення в питаннях вибору шляхів подальшого розвитку. Умовно схему реалізації стратегії стійкого розвитку туризму можна побачити на рис. 2.1.

Стійкий розвиток туризму передбачає розвиток в умовах економічної, екологічної і соціальної стабільності. Кожен блок має фактори, що визначають його розвиток та індикатори, що їх характеризують. Фактори та індикатори повинні бути сформовані індивідуально для кожного конкретного регіону.

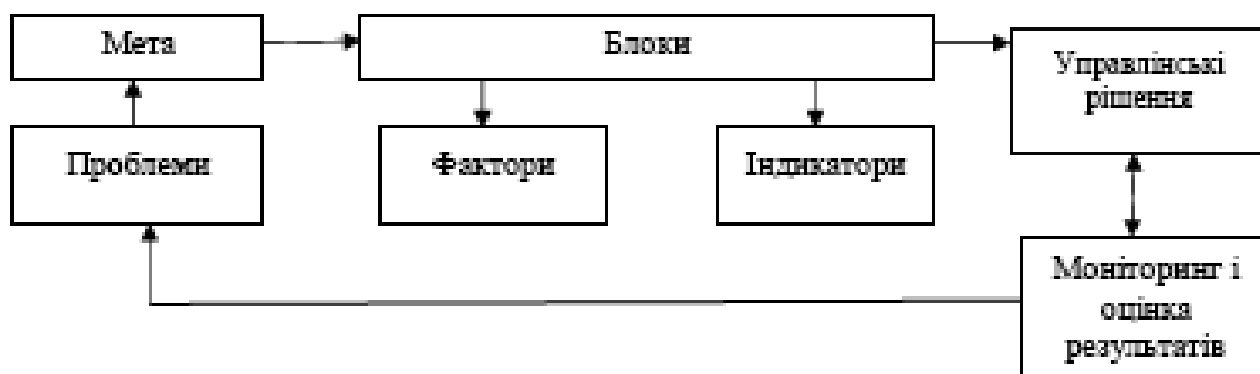


Рис. 2.1. Схема реалізації стратегії стійкого розвитку

При розробці стратегії туризму місцеві органи влади, співтовариства і бізнес повинні виробити механізми координації своїх дій з міністерствами, відповідальними за охорону довкілля, енергетику, працю, сільське господарство, транспорт, охорону здоров'я, фінанси, безпеку та ін. Необхідно встановити чіткі вимоги в: районуванні, захищеності території, захисті довкілля, трудовому законодавстві, сільськогосподарських стандартах, охороні здоров'я, енергопостачанні, викидах, водопостачанні, відходах і санітарно-гігієнічних нормах.

Визначення стратегії розвитку туризму означає рух в одному напрямку. Головне завдання – професійно показати дійсну картинку регіону, та співробітництво з відповідними постачальниками послуг.

Однією з основних частин розвитку стратегії є її пріоритетні напрями.

1. Розробка політики, організація структури і створення законодавчої бази по туризму: затвердження політики місцевого і регіонального плану розвитку туризму як єдиного документу; допомога в розвитку регіонального центру або туристичного агентства для залучення капіталу в туристичну галузь; зміцнення нормативно-правової бази по туризму для забезпечення відповідних стандартів; організація мережевих центрів по всій місцевості для надання консультацій по туристичних програмах.

2. Розвиток та навчання персоналу.

3. Програми розвитку через партнерство: залучення місцевого населення до розвитку туризму і розробка інтегрованих планів розвитку туризму, включаючи всі елементи інфраструктури для запобігання некерованому розвитку; ефективна організація державного і приватного сектора та підтримка тісної співпраці між громадськими, приватними і державними організаціями в регіоні, в яких вони задіяні; створення партнерства для спеціальних зон, щоб забезпечити цілорічну роботу визначних пам'яток регіону.

3. Підтримка захисту довкілля, захист і охорона ресурсів: підтримка розвитку екотуризму, національних парків, заповідників і сільських регіонів; заходи по захисту довкілля; стандарти розвитку (правова база розвитку регіону) і розробка директив для туристичних об'єктів.

4. Розвиток інфраструктури і залучення інвестицій у туризм: розвиток регіональної транспортної системи, включаючи дороги, залізниці залежно від потреб туризму; розширення системи для збору, аналізу і поширення статистичних даних і регулярних маркетингових досліджень для залучення інвестицій та допомоги в ухваленні рішень; впровадження механізмів і субсидій для залучення інвестицій від місцевих та іноземних інвесторів; визначення можливостей інвестування та вживання заходів по продовженню туристичного сезону в регіоні; збільшення державного фінансування для розвитку туристичних об'єктів та інфраструктури; ефективне і систематичне фінансування окремих туристичних проєктів.

5. Розробка, диверсифікація і просування пропозицій для туристів: інформаційні послуги; створення координованої мережі туристичних інформаційних центрів у всіх основних туристичних регіонах для поліпшення інформування гостей про гостинність, надання ними точної інформації, що допомагає орієнтуватися в туристичному напрямку і отримувати від нього задоволення; організація туристичних маршрутів.

6. Маркетингові напрямки: створення регіональної бази даних продуктів, об'єктів, заходів і послуг, як для туристичної галузі, так і для суспільного доступу; розробка туристичного інтернету-порталу місцевості як основного інструменту просування, інформування та організації зустрічей; створення і просування на туристичному ринку бази даних про культурні заходи в регіоні.

Уперше термін стійкий розвиток був введений ООН в 1972 році і використовувався для акцентування уваги на необхідність використання відповідних дій у проєктах по розвитку. Основною концепцією стійкого розвитку туризму є задоволення потреб туристів і громадськості, а також захист туристичних місць як частини економічних ресурсів країни. Туризм повинен поліпшити якість життя місцевого населення за рахунок захисту і охорони природнього середовища [114].

Багато українських регіонів сьогодні виділяють туризм як пріоритетний сектор економіки. Проте вибір пріоритетного для регіону сектора економіки вимагає як мінімум адекватної оцінки вкладу цього сектора в приріст ВВП, а також оцінки його перспектив.

Можна виділити два підходи до оцінки впливу туризму на економіку країни або регіону. При першому використовуються рахунки сателітів туризму, які передбачають аналіз попиту в туристичній сфері. Цей підхід набув широкого поширення в зарубіжній практиці і використовується статистичними організаціями багатьох країн. Другий підхід заснований на економічних розрахунках і передбачає розрахунок туристичного мультиплікатора, отриманого з кейнсіанської макроекономічної моделі.

Суть мультиплікативного ефекту полягає в тому, що збільшення витрат призводить до збільшення національного доходу суспільства на величину більшу, ніж первинне зростання витрат. В українській статистиці рахунки сателітів в даний час не використовуються, тому фахівці у сфері туризму, вирішуючи задачу оцінки впливу туризму на економіку, вибирають другий

підхід. При розрахунках використовуються різні типи мультиплікатора: мультиплікатор доходу, мультиплікатор податків, мультиплікатор зайнятості.

Останнім часом робляться спроби використовувати різні підходи до оцінки розвитку туризму на регіональному рівні. Проте, не дивлячись на велику кількість публікацій з даної тематики, більшість авторів обмежуються або лише постановкою проблеми, або описом математичних моделей, не переходячи безпосередньо до самих розрахунків. На наш погляд, це пояснюється недоліком статистичної інформації, яка необхідна вже безпосередньо для розрахунків, а також містить помилки методичного характеру.

При цьому цінність даного результату для практики державного і регіонального управління, на наш погляд, невисока. Простий розрахунок сукупного доходу від туризму з врахуванням мультиплікативного ефекту тільки ілюструє значущість цього сектора економіки для регіону.

Тому, потрібна інша інформація, отримана з маркетингового аналізу даного регіонального ринку (рис. 2.2).

Зокрема, в цілях реалізації державної політики доцільно використовувати не один інтегральний показник (сукупний дохід від туризму), а цілу систему показників, пов'язаних з оцінкою:

- загального туристичного потоку і чинників, що впливають на його величину;
- просторового розподілу туристичних потоків у регіоні;



Рис. 2.2. Послідовність маркетингового аналізу туристичних територій

- величини туристичних витрат: основних і додаткових;
- частки туристичних витрат, пов'язаних з купівлею послуг і товарів місцевого виробництва;
- податкових платежів у регіональний бюджет;
- масштабів і ролі неврахованої пропозиції на ринку туристичних послуг;
- зайнятості: основною і сезонною, легальною і нелегальною.

Таким чином, дослідження повинне включати: аналіз офіційної статистичної інформації; досвід представників туристичного бізнесу.

Для реалізації цього етапу потрібно розробити детальний план маркетингу і просування туристичного сектора, враховуючи якість і кількість туристичних продуктів, різноманітність внутрішніх, регіональних і міжнародних пріоритетних ринків, імідж і позиціонування, брендування, якість, способи поширення маркетингових матеріалів (включаючи електронний маркетинг), а також правові механізми маркетингу включаючи партнерство між приватним і державним секторами. Необхідно оцінити стратегічне позиціонування регіону/місцевості як туристичний напрям, визначити переваги регіону.

Механізм вдосконалення ключових параметрів внутрішнього туристичного ринку регіону полягає у визначенні його стану, потенційних можливостей і основних напрямів розвитку. Як ключовий параметр доцільно виділити рівень соціально-економічної привабливості тієї або іншої туристичної території в рамках регіону, що невід'ємно пов'язане з інвестиційною привабливістю.

Далі коротко представимо результати дослідження розвитку туристично-рекреаційного комплексу Черкащини.

Черкаська область розташована у центральній частині України, в басейні середньої течії Дніпра. Межує на півночі з Київською, на сході – з Полтавською, на півдні – з Кіровоградською і на заході – з Вінницькою областями.

Площа Черкаської області становить 20,9 тис. кв. кілометрів, що складає 3,5 % території держави (18 місце в Україні).

Для оцінки реальної ситуації на туристичному ринку Черкащини розглянемо його регіональний аспект в цілому по Україні. Кількість функціонування суб'єктів туристичної діяльності за регіонами України характеризується нерівномірним розподілом (табл. 2.1).

Аналізуючи дані табл. 2.1. зауважимо, що у 2018 році найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності зосереджена у м. Київ, Дніпропетровській, Львівській та Одеській областях. Нажаль Черкащина у п'ять разів відстає по кількості суб'єктів туристичної діяльності серед інших областей України. Більшу частку на туристичному ринку Черкащини займають турагенти 19 одиниць, а туроператорів всього – 7 одиниць.

Таблиця 2.1.

**Кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні за регіонами
у 2018 році, од.***

Регіон	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	У тому числі		
		Туроператори	Турагенти	Суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Україна	1833	529	1243	61
Вінницька	25	7	18	–
Волинська	19	3	12	4
Дніпропетровська	119	12	107	–
Донецька	31	6	25	–
Житомирська	16	3	11	2
Закарпатська	28	14	14	–
Запорізька	62	4	58	–
Івано-Франківська	34	10	23	1
Київська	45	6	35	4
Кіровоградська	13	–	13	–
Луганська	8	–	8	–
Львівська	142	58	72	12
Миколаївська	18	3	15	–
Одеська	135	17	111	7
Полтавська	15	–	14	1
Рівненська	27	1	23	3
Сумська	18	3	15	–
Тернопільська	20	7	10	3
Харківська	83	4	79	–
Херсонська	16	1	11	4
Хмельницька	25	1	20	4
Черкаська	27	7	19	1
Чернівецька	39	9	30	–
Чернігівська	12	1	11	–
м. Київ	856	352	489	15

*Джерело: [115].

Аналізуючи кількість туристів – громадян України (табл. 2.2), обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом 2018 року в Черкаській області становила 3364 особи, що на 29 осіб більше ніж у 2017 році, іноземних туристів – 24 особи. Кількість іноземних туристів становила 24 особи у 2018 році. Для переважної більшості туристів основною метою подорожі була організація дозвілля та відпочинку.

Оцінку колективних засобів розміщування можна побачити в табл. 2.3. Так, з 2011 року по 2018 рік кількість колективних засобів розміщування зменшилося на 74 одиниці (42%). Причиною такого зменшення є застаріла матеріально-технічна база та низький попит на дані заклади.

Таблиця 2.2

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму в Черкаській області, осіб*

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього ¹	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	22730	1010	600	21120
2001	23174	602	578	21994
2002	25261	576	533	24152
2003	34353	4110	1049	29194
2004	28322	1151	1900	25271
2005	34459	1449	3301	29709
2006	39046	1791	4884	32371
2007	40901	1112	6930	32859
2008	43049	953	10619	31477
2009	31702	441	6942	24319
2010	36289	712	8260	27317
2011	36289	13	7066	4296
2012	12260	34	8556	3670
2013	15984	11	10451	5522
2014 ¹	9694	12	7504	2178
2015 ¹	8520	-	6742	1778
2016 ¹	11684	-	10015	1669
2017 ¹	20953	-	17618	3335
2018 ¹	26383	24	22995	3364

*Джерело: ¹Юридичними особами та фізичними особами-підприємцями. 2000-2010 роки – за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 року – за даними Держстату [43].

Таблиця 2.3.

Колективні засоби розміщування в Черкаській області *

Роки	Кількість колективних засобів розміщування, од	Кількість місць у колективних засобах розміщування, од	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування, осіб
2011	128	9055	107038
2012	115	7293	106398
2013	125	7528	129630
2014	124	8282	125489
2015	119	7806	133913
2016	124	6915	150386
2017	119	6858	174712
2018	54	3978	105209

*Джерело: [43].

Що стосується санаторно-курортних та оздоровчих закладів в Черкаській області то показники нажаль теж мають тенденцію до зменшення.

Таблиця 2.4.

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади в Черкаській області *

Роки	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії профілакторії		Будинки і пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку	
	всього	У них ліжок, тис.	всього	У них ліжок, тис.	всього	у них місць, тис.	всього	у них місць, тис.
1995	9	2,3	10	1,1	1	0,2	10	7,8
1966	9	2,3	11	1,2	1	0,2	125	7,6
1997	9	2,2	9	0,9	1	0,1	69	5,3
1998	9	2,2	9	0,9	1	0,1	67	4,2
1999	9	2,3	8	0,9	1	0,1	66	4,0
2000	9	2,3	8	0,9	-	-	63	3,3
2001	10	2,2	7	0,7	1	0,1	61	3,9
2002	10	2,1	5	0,5	1	0,1	63	4,2
2003	10	2,0	4	0,4	-	-	62	4,4
2004	10	2,1	5	0,4	-	-	66	4,8
2005	10	2,3	5	0,4	-	-	66	4,9
2006	11	2,6	5	0,4	-	-	68	4,4
2007	10	2,0	5	0,4	-	-	46	4,0
2008	9	1,9	4	0,3	-	-	48	4,5
2009	9	1,8	4	0,3	-	-	50	4,4
2010	9	1,8	4	0,3	-	-	47	4,1
2011	9	1,7	4	0,3	-	-	48	4,9
2012	9	1,7	3	0,2	-	-	38	2,8
2013	9	1,7	3	0,2	-	-	38	2,8
2014	9	1,7	3	0,2	-	-	39	3,8
2015	8	1,6	-	-	-	-	36	3,5
2016	8	1,7	-	-	-	-	36	2,4
2017	7	1,5	-	-	-	-	34	2,4

*Джерело: У 2002-2011 роках інформація наведена за 12 місяців: з 1 жовтня попереднього по 30 вересня звітного року [43].

Статистика аналізу дитячих закладів оздоровлення та відпочинку які працювали влітку теж зменшилися порівняно з 2013 роком на 311 одиниць, хоча кількість дітей, які перебували у закладах за останні 2017 і 2018 роки зростає.

Це вказує на те, що на даний вид послуги має попит, тому треба продумати чітку регіональну політику щодо оздоровлення та відпочинку дітей у нашому регіоні.

Ефективній реалізації туристичного потенціалу регіону в сучасних умовах перешкоджає дія цілого ряду невирішених проблем і складнощів організаційного, нормативно-правового, науково-технічного, виробничого і фінансового характерів.

Таблиця 2.5.

Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку в Черкаській області *

Роки	Кількість закладів, од		У них місць, од		Кількість дітей, які перебували у закладах, осіб	
	усього	у тому числі заклади оздоровлення ¹	усього	у тому числі у закладах оздоровлення ¹	усього	у тому числі у закладах оздоровлення ¹
2000	541	15	3074	2744	32629	6426
2001	671	12	2614	2284	37374	5344
2002	744	14	3509	3159	37595	5875
2003	913	14	3650	3220	54982	6452
2004	1043	13	4252	2860	68083	6490
2005	986	14	5088	2960	70159	6772
2006	995	11	4372	2080	66472	6084
2007	1021	12	4096	2210	65469	6262
2008	1038	13	4134	2334	65189	5797
2009	1006	14	4297	2549	61986	5307
2010	1004	10	3410	1815	60417	3644
2011	1025	7	3468	835	60323	1212
2012	1004	16	3375	2610	61195	4673
2013	1025	21	3879	2967	65652	5708
2014	971	21	3606	2856	62264	5583
2015	824	18	3263	2376	48983	3161
2016	830	18	3430	2346	51321	3532
2017	800	16	2763	2073	50903	2968
2018	754	11	2308	1924	46842	2660
2019	714	9	2249	1439	47088	1846

*Джерело: У 2000-2009 роках – позаміські оздоровчі табори та табори санаторного типу[43].

Серед них найважливішими є: недостатній розвиток туристичної інфраструктури, зокрема: недостатній рівень розвитку готельного комплексу, а також відносно слабкий (в порівнянні зі світовим) рівень розвитку комплексу послуг, регіональної транспортної системи: залізниця, річковий, авіаційний і автомобільний; незадовільний стан великої кількості туристичних об'єктів.

Згідно з думкою Всесвітньої туристичної організації, інфраструктура є головним чинником розвитку туризму. Туристи витрачають лише малу частину свого бюджету безпосередньо на визначні пам'ятки. Основні витрати туристів відносяться до транспорту, помешкання, харчування, покупок та організації дозвілля.

Розвиваючи туризм, необхідно усвідомлювати комерційні реалії свого регіону: як раціонально стимулювати збільшення витрат туристів з користю для свого об'єкту і місцевого населення.

Туристична інфраструктура є компонентом регіонального туристичного продукту. Вона складається з декількох компонентів, що дозволяють туристам зупинитися в регіоні і відвідувати визначні пам'ятки:

- засоби розміщування;
- заклади ресторанного господарства;
- послуги у сфері активного відпочинку;
- мережа роздрібної торгівлі;
- розважальні центри;
- інформаційно-туристичні центри;
- банки, пункти обміну валют;
- медичні послуги;
- безпека.

Розвиток інфраструктури Черкаської області можна провести за допомогою аналітичного дослідження фонду міжнародних та регіональних досліджень. Колектив дослідників розрахував індекси розвитку інфраструктури регіонів України [69].

Для кожного значення індексу використовувалися різні показники. Так, наприклад для розрахунку значення індексу транспортної підсистеми регіону були взяті показники до порівняння із вантажообороту, пасажирообороту, щільності залізничних колій і автомобільних доріг. Серед досліджуваних 22 областей Черкаська область посіла 6 місце за рівнем розвитку транспортної підсистеми.

Значення показника рівня розвитку підсистеми зв'язку області розраховувалось з наступних даних: рівень зростання споживчих цін на послуги зв'язку, рівень зростання цін на промислову продукцію, доходи від надання послуг Internet, кількість мешканців, дохід від надання мобільних послуг. За цими показниками Черкаська область зайняла 7 місце в Україні.

Розрахунок індексу екологічної (природоохоронної) підсистеми здійснювався виходячи з даних кількості споживання води в регіоні, обсягів викидів забруднюючих речовин з врахуванням площі регіону. В результаті, за цими показниками Черкаська область посіла 9 місце.

Задля вирахування індексу розвитку рекреаційної підсистеми (туризм) області було взято коефіцієнт використання місткості закладів готельного типу та темпи росту туристів. За цими показниками Черкаська область зайняла 16 місце в Україні.

Індекс розвитку підсистеми житлово-комунального господарства області розраховувався з огляду на темпи зростання прийняття в експлуатацію житла та індекс капітальних інвестицій в житлове будівництво. Серед 22 областей Черкаська область за рівнем розвитку цієї підсистеми посіла 10 місце.

Значення показника рівня розвитку освітньої підсистеми Черкаської області розраховувалось з наступних даних: рівень охоплення дітей дошкільними навчальними закладами, індекс учнівських місць, кількість учнів ПТУ, кількість студентів I-IV рівнів акредитації. За цими показниками Черкаська область зайняла 11 місце в Україні.

Розрахунок індексу медичної підсистеми здійснювався виходячи з рівня забезпечення населення лікарнями та планової ємності амбулаторно-

поліклінічних закладів. У результаті, за цими показниками Черкаська область посіла 9 місце.

Значення показника рівня розвитку підсистеми соціального забезпечення Черкаської області розраховувалося з наступних даних: рівень забезпеченості місцями у будинках-інтернат. За цим показником Черкаська область має 3 місце серед областей України.

Задля вирахування індексу розвитку культурної підсистеми області було взято рівень відвідувань театрів, музеїв, концертних організацій та рівень забезпечення клубними закладами. Серед 22 областей Черкаська область за рівнем розвитку цієї підсистеми посіла аж 20 місце. Загальний рейтинг області наведений у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Розрахункові індекси розвитку інфраструктури*

Складові інфраструктури (підсистема)	Індекс	Значення індексу	Рейтинг
Транспортна підсистема	ІРт.с	0,996441	6
Підсистема зв'язку	ІРс.з	1,15788	7
Екологічна (природоохоронна) підсистема	ІРп.с	1,3832	9
Рекреаційна підсистема (туризм)	ІРр.с	0,961754	16
Підсистема житлово-комунального господарства	ІРс.жкг	2,021282	10
Освітня підсистема	ІРо.с	0,983011	11
Медична підсистема	ІРм.с	1,005845	10
Підсистема соціального забезпечення	ІРс.с.з.	1,014494	3
Культурна підсистема	ІРк.с.	0,988024	20
Інтегральний індекс динаміки розвитку інфраструктури	ІРінф	1,13483	5

*Джерело: [69].

Отже, з табл. 2.6. видно, що індекс інфраструктури Черкаської області становить 1,13483 і в порівнянні з іншими областями України займає 5-те місце, це не поганий показник серед областей України. Але нажалі індекс розвитку туризму у рейтингу становить 16.

Слід, звернути увагу, що дуже здивував показник підсистеми соціального забезпечення, адже він є дуже вузькопрофільним і не здатен відобразити рівень розвитку в цілому, всієї цієї підсистеми. Доволі очікуваними були результати здійснених підрахунків з таких підсистем: рекреаційної (туризм), культурної, освітньої, медичної підсистем та підсистеми житлово-комунального господарства. Саме вони потребують особливої уваги з боку всіх рівнів місцевої влади та модернізації не лише основних фондів але й докорінної зміни методів та підходів до їх функціонування, а також змісту надання ними послуг. Дуже важливо розвивати ці підсистеми з огляду на стратегічні та операційні цілі Стратегії регіонального розвитку, адже тут є і промоція регіонального туризму і розширення програм соціального житла, розвиток та підтримка

малого і середнього бізнесу, започаткування сприятливого інвестиційного клімату по пріоритетним галузям розвитку регіону з врахуванням тенденцій до реформування загальнодержавних систем таких як освіта та медицина. Водночас дуже важливо залучати зовнішні ресурси через проекти, зокрема фінансування інфраструктурних проектів з Державного фонду регіонального розвитку.

Таким чином, з позицій ціленаправленості на максимальну реалізацію туристичного потенціалу території, необхідно зосередити пильнішу увагу на інвестиційний аспект здійснення туристичної діяльності в регіоні.

Активне залучення інвестицій у практику територіального господарювання могло б внести значний вклад до розвитку інфраструктури туристичної індустрії регіонів. Її різноманітність (по пріоритетах і масштабах інвестицій) зумовлюється природно-географічними, соціально-економічними і іншими регіональними чинниками, проте є можливість створення типових варіантів активізації інвестиційної діяльності в регіонах із врахуванням стану і тенденцій розвитку туристичного потенціалу території.

Крім того, регіональна індустрія туризму настільки багатогранна, що вимагає вживання найрізноманітніших інформаційних технологій, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію роботи окремої туристичної фірми або готелю, до використання глобальних комп'ютерних мереж.

Важливою умовою створення ефективно функціонуючої системи управління інвестиційними процесами туристичної галузі виступає підвищення наукової обґрунтованості управлінських рішень в області інвестування, забезпечення взаємодії таких основних елементів системи управління, як принципи, методи, функції управління, інструментарій, орієнтуючі реалізацію інвестиційних проектів на досягнення необхідних результатів і рівня ефективності. Ці обставини зумовлюють необхідність формування такого механізму управління процесом інвестування засобів у регіональний турбізнес, який би забезпечував досягнення поставлених цілей інвестиційного проектування в стратегічному аспекті.

2.2. Формування системи показників регіонального туристично-рекреаційного комплексу

У господарському комплексі регіону, що має туристично-рекреаційну спеціалізацію, розвиток туристично-рекреаційного комплексу (ТРК) вимагає ретельного аналізу, визначення стратегії управління і розробки комплексу заходів для його реалізації. Це пояснюється, перш за все, тим, що ТРК, виконуючи економічні і соціальні функції, відноситься до найбільш динамічних секторів економіки, стимулює розвиток ключових галузей економіки, сприяє соціально-економічному розвитку суспільства, що веде до росту благополуччя його населення.

Ринок внутрішнього регіонального туризму, що розвивається, як і будь-який інший ринок, виконує найважливіші функції по ефективному використанню чинників виробництва і наданню свободи споживчого вибору. Механізм вдосконалення ключових параметрів внутрішнього туристичного ринку регіону полягає у визначенні його стану, потенційних можливостей і основних напрямів розвитку.

Тому, аналіз і оцінка ресурсів розвитку туризму регіону необхідні для визначення його туристичного потенціалу, за яким повинно здійснюватися планування його розвитку.

У науковій літературі, існує безліч підходів до оцінки потенціалу території туристичних ресурсів.

Так, колектив учених пропонують при оцінці величини і ефективності туристичного потенціалу території використовувати наступні показники [120]:

- сумарний об'єм ресурсів туристичного потенціалу;
- величину туристичного потенціалу;
- показник реалізації туристичного потенціалу.

Сумарний об'єм ресурсів туристичного потенціалу території характеризує максимально можливий об'єм туристичних ресурсів на даний час. Комплексну оцінку туристичного потенціалу території доцільно проводити за допомогою економічних методів, що дозволяють вибрати єдині вартісні одиниці виміру та здійснити розрахунок валового доходу за умови як найповнішого використання туристичного потенціалу. Це можливо за допомогою оцінки сумарної величини туристичних витрат і вивчення їх розподілу між різними підприємствами, які обслуговують туристів. Значна складність при їх проведенні полягає в необхідності використання великого об'єму первинної інформації, а це вимагає великих фінансових витрат на збір та її обробку.

Економічна оцінка туристичного потенціалу території може бути інтервальною величиною (наприклад, річною) або сумарною за період, рівна середньому циклу відтворення туристичного потенціалу. Згідно з думкою авторів методики, кількісним вираженням туристичного потенціалу може слугувати певне число туристів, що розміщуються на даній території без збитку довкіллю, історико-культурні об'єкти, місцеве населення, якість відпочинку, а також розвиток інших галузей господарства.

При аналізі туристичного потенціалу території необхідно оцінити ефективність використання ресурсів, тобто оцінити не просто потенціал туристичних ресурсів, а їх вплив на розвитку туризму в регіоні.

Критерії ефективності використання туристичного потенціалу території може бути представлено у вигляді наступного співвідношення:

$$K_e = E_{\pi} / Z_{\pi}, \quad 2.1.$$

де, E_{π} – ефект від реалізації територіального туристичного потенціалу;
 Z_{π} – витрати, які були потрібні для досягнення E_{π} .

У свою чергу, $E_{\text{п}}$ може бути представлений у вигляді суми двох складових, одна з яких характеризує вклад туризму у вирішення регіональних і державних проблем, а інша – ефект, тобто різницю між станом туризму на початку циклу та в кінці туристичного циклу.

Що стосується необхідних витрат $Z_{\text{п}}$, то вони залежать від специфіки конкретних заходів щодо реалізації потенціалу і можуть бути визначені по методиках відомих на практиці розрахунків ефективності великих інвестиційних проектів.

Є в науковій літературі методика оцінки туристичного потенціалу територій, запропонована А. В. Дроздовим [52].

Дана методика оцінки туристичного потенціалу орієнтована на особливі природні території, що охороняються, – національні парки. Проте вона може бути використана для інших територій, оскільки методологічних відмінностей при її використанні для оцінки інших туристичних територій немає.

Методика А. В. Дроздова передбачає виділення основних компонентів туристичного потенціалу регіону, що підлягають оцінюванню. Ці компоненти доцільно підрозділити на дві основні групи:

1. Природні і культурні ландшафти;
2. Засоби і умови здійснення турів, програм, екскурсій.

Багато компонентів на практиці оцінюються кількісно. Для здобуття сумарної оцінки необхідно переводити кількісні оцінки, в якісні. Згідно з методикою звичайні градації якісної шкали наступні: дуже низька, низька, середня, висока, дуже висока. Якісна шкала може містити і додаткові градації, наприклад, дуже низька та дуже висока.

Потім якісну шкалу слід перетворити в бальну оцінку, після чого здійснюється просте підсумовування балів. Наприклад, оцінюючи компоненти підгрупи «Умови здійснення турів», такі, як сприятливість і придатність території об'єкту для здійснення туру по конкретних характеристиках, необхідно розділити їх на ті які сприяють і ті, які перешкоджають здійсненню туру. Останнім необхідно привласнювати бали з негативними значенням, віднімаючи їх із загальної суми підсумкової оцінки.

Методика оцінки туристичного потенціалу регіону запропонована Е. Ю. Колбовським, пропонує оцінювати туристичний потенціал території по наступному плану [78]:

- наявність привабливих об'єктів історичної спадщини, пам'ятників археології, монастирі, сільські храми, місця пов'язані з цікавими історичними подіями, архітектурні центри, що збереглися, пам'ятні місця та ін.;
- наявність унікальних природних об'єктів та об'єктів пов'язаних з культурним ландшафтом;
- наявність місць, вибраних населенням для відпочинку самотійно;
- висновок про характер туристично-рекреаційного потенціалу регіону;
- види рекреаційних або туристичних занять у межах регіону;
- об'єкти, що активно використовуються в туризмі;

- види туризму, що мають перспективи для розвитку;
- нові маршрути запропоновані туристам;
- проблеми обмеження використання природного і культурно-історичного потенціалу території.

Дана методика має чіткий алгоритм оцінки, але в ній не відпрацьовані інструменти оцінки шкали та критерії.

Методика оцінки туристично-рекреаційного потенціалу території, запропонована Ю. А. Худеньких, формується на бальній оцінці туристичного потенціалу територій. Виявлені основні компоненти: природний, історико-культурний і соціально-економічний. Туристичний потенціал оцінюється відносно з найбільш масових форм туризму: оздоровчого, пізнавального, спортивного, ділового, лікувального [175].

Суб'єктом оцінки в даному випадку є абстрактний турист, що проживає за межами регіону. Величину природного і історико-культурного компонентів туристичного потенціалу пропонується вимірювати на основі цінності спадщини території. Для цілей кількісної оцінки туристичного потенціалу необхідно знати: об'єкти спадщини, які чітко зафіксовані в нормативних документах і доступних літературних джерелах, рівень їх порівняльної значущості, що дозволяє легко виразити їх значущість в балах.

При цьому значення таких чинників, як клімат, рельєф та інше можна враховувати за допомогою коефіцієнтів. При оцінці соціально-економічного компонента туристичного потенціалу враховують транспорт і спеціальну туристичну інфраструктуру, що впливає на розвиток різних видів туризму.

Для оцінки ролі транспорту ключовим критерієм може служити щільність транспортних магістралей, що характеризує рівень доступності різних територіальних об'єктів. Туристична інфраструктура оцінюється на основі розрахункового показника, що відображає відношення числа підприємств розміщення та харчування до чисельності населення території.

Автор методики наводить приклади розрахунку балів по кожному компоненту. При розрахунку природного компонента об'єктам місцевого значення привласнюється один бал, регіонального – два бали, національного, – три бали, зарезервованим об'єктам – один бал.

Додатково вводяться коефіцієнти по наступних чинниках:

- ландшафтна привабливість;
- рівень природно-осередкових захворювань;
- популярність географічних об'єктів на території (розраховується на основі частоти згадок в енциклопедичному довіднику).

При розрахунку в балах історико-культурного компонента враховується не лише значущість об'єктів пам'яток національного значення – три бали, місцеві, – один бал, але і різноманітність нерухомих об'єктів. Вони оцінюються за допомогою коефіцієнтів виходячи з міри туристичної привабливості: археологічні і монументальні – 0,6, історичні – 0,8, містобудівні, архітектурні і комплексні – один бал. На наш погляд, приведена оцінка шкали в сучасних

умовах вже втратила свою актуальність, потрібне коректування оціночних значень.

Останнім часом інтерес до проведення комплексної оцінки ресурсної бази туризму зріс, з'явилося декілька нових методичних розробок за інтегральною оцінкою туристичного потенціалу території. При проведенні інтегральної оцінки, наприклад, пропонується виділяти ключові чинники розвитку туризму, що впливають на величину туристично-рекреаційного потенціалу: ресурсний, екологічний, інфраструктурний та споживчий чинники, автор методики – Е. Н. Карчевська [72].

Дана методика представляє науковий інтерес, але має свої недоліки. Автором пропонується оцінювати потенціал по сукупності дії ресурсного, екологічного, інфраструктурного і споживчого чинників з використанням регіональних найбільш значущих критеріїв.

Для ресурсного чинника найбільш важливими є показники насиченості адміністративних районів природно-рекреаційними, культурно-історичними ресурсами. Для екологічного чинника найважливіші – показники радіоактивного забруднення, техногенного перетворення.

Отже, для розвитку регіонального туризму необхідно оптимально використовувати наявні ресурси, при цьому найбільша віддача можлива лише при комплексному їх використанні.

Можливість ефективного розвитку будь-якого виду ресурсу ґрунтується на кваліфікованому аналізі туристичного потенціалу, а саме: де цей ресурс знаходиться на ринку, обґрунтованому підборі найбільш відповідних даному ресурсу доріг і форм їх розвитку, на забезпеченні скоординованих дій усіх учасників процесу освоєння і розвитку даного ресурсу.

Необхідність розвитку туристичних територій виникає з комплексного характеру використання ресурсів, особливостей формування турпродукту.

Для розвитку регіонального туризму необхідно оптимально використовувати наявні ресурси, при цьому найбільша віддача можлива лише при комплексному їх використанні.

Кожен регіон повинен використовувати наявний туристичний потенціал для надання якісних послуг з метою задоволення потреб місцевого населення, забезпечення обслуговування туристів з інших регіонів та іноземних туристів.

Для грамотного і ефективного управління ресурсним потенціалом регіону необхідні: кількісна оцінка ресурсів, оцінка структури потенціалу, міра використання приватного потенціалу, оцінка можливостей використання ресурсів, систематичний облік стану туристичних ресурсів та визначення їх ролі у розвитку туризму регіону.

Різноманітність методів оцінки туристичних ресурсів обумовлена різною природою ресурсів туризму і можливістю їх використання в туристичній і рекреаційній діяльності. Це обставина доки не дозволяє сформувати універсальну методику оцінки ресурсів розвитку туризму, оскільки у кожного автора свій погляд на перелік параметрів оцінки та свої критерії.

Для оцінки певних туристичних ресурсів можуть бути використані конкретні методи оцінки. Слід враховувати специфічні особливості і ресурсо-орієнтованість різних видів туризму регіону.

У науковій літературі обумовлено оцінювати туристичні ресурси по їх потенціалу. Але, автори зазвичай оцінюють потенціал саме туристичних ресурсів, а не потенціал їх розвитку.

Економічна оцінка туристичних ресурсів базується на кількісних характеристиках. Кількісна характеристика розміру або запасу ресурсу для економічної оцінки має бути пов'язана з видами діяльності, здійснюваними з використанням даного ресурсу. Для здійснення економічної оцінки туристичних ресурсів пропонується використовувати методи прямої оцінки (наприклад туристична рента) і непрямой оцінки туристичних ресурсів (податки, платежі та збори).

Для визначення напрямів і перспектив розвитку туристичного потенціалу в регіоні необхідно:

- виявити потенціал;
- провести оцінку потенціалу;
- оцінити можливості інтенсифікації його використання;
- оцінити чинники, які стримують розвиток туризму в регіоні;
- підготувати перспективну модель територіальної організації туристичної сфери регіону.

Як ключовий параметр доцільно також виділяти рівень соціально-економічної привабливості тієї або іншої туристичної території в рамках регіону, що невід'ємно пов'язане з інвестиційною привабливістю. Для обґрунтування такого механізму ефективним інструментом як ми описували в параграфі 2.1 є маркетинговий підхід до аналізу територіальних ринків.

Також при дослідженні розвитку туризму регіону слід використовувати естетичну оцінку. При естетичній оцінці досліджується вплив природного ландшафту або його компонентів, які впливають на емоційний стан людини. Йдеться про емоційну реакцію людини на той чи інший природний комплекс. Територія високої естетичної цінності користуються підвищеним попитом. Серед методів естетичної оцінки природних ресурсів останнім часом розробляються такі заходи як: екзотичність та унікальність території. Екзотичність визначається як ступінь контрастності місця відпочинку по відношенню до постійного місця проживання, а унікальність – як ступінь виявлення й неповторність об'єктів і явищ (прикладом можуть слугувати Дубаї).

Важливою є і технологічна оцінка культурно-історичних ресурсів. За допомогою критеріїв її оцінки можна показати, в якому технологічному стані знаходяться туристичні об'єкти або комплекси, чи готовий об'єкт до прийняття відвідувачів.

Економічна оцінка є найбільш важливою, оскільки вона дозволяє оцінити ефективність використання туристичних ресурсів та ефективність освоєння

нових туристичних територій. При цьому саме економічна оцінка туристичних ресурсів є найскладнішою.

Слід зазначити, що проведення економічної оцінки використання туристичних ресурсів повинно включати аналіз показників ефективності використання туристичних ресурсів в регіоні. Економічна ефективність розвитку туризму на мікрорівні характеризується системою економічних показників, що відображають кількісний об'єм реалізації туристичних послуг та їх якісну сторону:

- об'єм туристичного потоку;
- величину туристичних витрат;
- стан та розвиток матеріально-технічної бази;
- показники фінансово-економічної діяльності;
- показники розвитку міжнародного туризму.

До показників, що характеризують об'єм туристичного потоку, відносять: загальну кількість туристів, кількість туро/днів, ночівель, ліжко/днів), середньомісячну кількість туро/днів. Загальне число туристів вимірюється кількістю чоловік, які взяли участь у подорожах. Показник визначається сумою кількості зареєстрованих туристів за конкретний період.

Кількість туро/днів можна визначити по формулі:

$$D = Ч \times t_{cp}, \quad 2.2$$

де, D – кількість туро/днів, люд/днів;

$Ч$ – кількість туристів;

t_{cp} – середня тривалість перебування одного туриста в даному регіоні, днів.

Величина сумарних туристичних витрат P у конкретному регіоні розраховується по формулі:

$$P = D \times P_{cp}, \quad 2.3$$

де, P_{cp} – середні витрати одного туриста в період подорожі в день, грн.

Коефіцієнти нерівномірності K_n можна розрахувати трьома способами по формулах:

$$K_n = D_{max} / D_{min} \times 100\%, \quad 2.4$$

де, D_{max} , D_{min} – число туро/днів в місяці максимального і мінімального туристичного потоку відповідно, люд/днів;

$$K_n = D_{max} / D_{год} \times 100\%, \quad 2.5$$

$D_{год}$ – річне число туро/днів, люд/днів;

$$K_n = D_{max} / D_{cm} \times 100\%, \quad 2.6$$

$D_{см}$ – середньомісячне число туро/днів, люд/днів;
Середньомісячна кількість туро/днів розраховується по формулі:

$$D_{см} = D_{год} / 12, \quad 2.7$$

Група показників потужності розвитку інфраструктури включає:

– ліжковий фонд будинків відпочинку, пансіонатів, турбаз, готелів, санаторіїв та ін;

– число ліжок, що надаються місцевими жителями;

– число місць у торгівельних залах підприємств харчування для туристів;

– число місць у театрах, відведених для туристів;

– число ванн у водолікарнях для туристів та ін.

Потужність ліжкового фонду визначається по формулі:

$$M_k = K_r \times 365 \times K_c \times t_c, \quad 2.8$$

де, M_k – загальна кількість ліжко/місць, од.;

K_r – число ліжко/місць цілорічного використання, од.;

K_c – число ліжко/місць сезонного використання, од.;

t_c – число днів сезонного використання, днів.

Показники фінансово-економічної діяльності туристичного підприємства включають:

– виручку від реалізації туристичного продукту;

– показники використання ресурсів робочої сили;

– показники використання основних фондів і оборотних коштів;

– показники продуктивності праці та фонду заробітної плати;

– показники фінансового стану туристичного підприємства.

До показників, що характеризують стан і розвиток міжнародного туризму, відносяться:

– кількість туристів, що відвідали країни за межами де вони проживають (визначається по кількості перетинів державного кордону);

– кількість туро/днів по іноземних туристах;

– сумарні грошові витрати, вироблені туристами під час зарубіжних поїздок.

Облік даних параметрів дозволяє якнайповніше розкрити і проаналізувати специфіку розвитку внутрішнього туризму в регіоні.

Розглядаючи методико-аналітичний апарат оцінки рівня розвитку регіонального ринку туристичних послуг, використовуваний сучасною економічною теорією, зокрема в дослідженнях ринку послуг, можна провести оцінку привабливості ринку туристичних послуг регіону на основі ряду системних показників:

1. Індекс Херфіндаля. Дозволяє виявити рівень монополізму на регіональному ринку туристичних послуг:

$$L_x = \sum d_i^2 \quad 2.9$$

де, d_i^2 – доля і-го постачальника туристичних послуг на ринку регіону, що спеціалізується на окремих напрямках організованих туристичних потоках.

Максимальне значення індексу 10000. Чим менше значення індексу, тим нижче рівень монополізму. Високе значення індексу свідчить про недостатню розвиненість ринку туристичних послуг регіону (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Індекс Херфіндаля

Значення	Бали
До 500	5
501-1000	15
1001-3000	25
3001-5000	35
більше 5000	50

2. Коефіцієнт концентрації населення регіону. Показує міру концентрації населення у великих населених пунктах і дозволяє оцінити можливості охоплення туристичними послугами центральних територіальних утворень:

$$N_k = \sum b_i^2 \quad 2.10$$

де, b_i^2 – доля і-го населеного пункту з чисельністю населення 100 тис. чоловік і більш.

Чим менше значення коефіцієнта, то регіон можна характеризувати як проблемний з точки зору розвитку ринку туристичних послуг. Якщо ж при високому значенні N_k то, навпаки, регіон можна вважатися перспективним (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Коефіцієнт концентрації населення регіону

Значення	Бали
До 1000	70
1001-2500	50
2501-5000	30
більше 5000	10

3. Коефіцієнт співвідношення середньорічних доходів населення і витрат на туристичні послуги. Привабливість регіону багато в чому залежить від рівня доходів населення, причому для нас є важливим не лише їх абсолютний рівень, але і співвідношення з річними витратами на споживання туристичних послуг:

$$K = \frac{D}{Z} \quad 2.11$$

де, D – середньорічний рівень доходів на душу населення;

Z – середньорічний рівень витрат на туризм і відпочинок з розрахунку на одного жителя.

Чим вище величина коефіцієнта, тим більше привабливий регіон по рівню розвитку туристичних послуг (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Коефіцієнт співвідношення середньорічних доходів населення і витрат на туристичні послуги

Значення	Бали
Менше 0,1	5
1,01-1,5	10
1,51-2,0	15
2,01-4,0	25
4,01-6,0	50
Більше 6,0	80

4. Індекс пріоритетних витрат на туристичні послуги характеризує схильність населення регіону до напряму пріоритетних туристичних послуг:

$$I_{\text{п}} = \frac{hi}{h} \quad 2.12$$

де, h_i – доля витрат на туристичні послуги в сукупних витратах населення i -го регіону;

h – аналогічний показник в цілому по країні.

Чим вище значення індексу, тим привабливіший регіон для розвитку туристичних послуг (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Індекс пріоритетного витрачання засобів на туристичні послуги

Значення	Бали
Менше 0,50	10
05,0-0,70	20
0,71-0,85	35
0,86-1,0	50
1,01-2,0	70
2,01-3,00	85
Більше 3,0	95

5. Індекс випередження темпів економічного зростання регіону. Характеризує динаміку економічних процесів регіону порівняно з аналогічною динамікою в цілому по країні:

$$I_{\text{в}} = \frac{li}{h} \quad 2.13$$

де, I_i – темп зростання ВВП i -го регіону;
 h – темп зростання ВВП в цілому по країні.

Чим вище індекс (а відповідно, економічна активність в регіоні), тим більші темпи наростання потреби в нових робочих місцях, вищі доходи населення регіону a , отже, вища потреба в розвитку туристичних послуг (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Індекс випередження темпів економічного зростання регіону

Значення	Бали
Менше 1,0	20
1,01-1,20	40
1,21-1,50	50
1,51-2,0	65
Більше 6,0	80

6. Індекс вікової структури населення. Характеризує співвідношення долі населення у віці від 15 до 45 років у загальній чисельності населення регіону і аналогічного показника по країні в цілому:

$$I_{\text{вк}} = \frac{g^i}{g} \quad 2.14$$

де, g_i – доля групи населення від 15-45 років у загальній чисельності населення;

g – те ж в цілому по країні.

Значення індексу важливе, оскільки дана категорія населення є найбільш активною в частині споживання туристичних послуг.

Наступним етапом процесу оцінки привабливості ринку туристичних послуг регіону є побудова загального показника, що дозволяє отримати комплексну оцінку. Для цього можна застосувати зведені показники, що враховують усі обчислені показники, оцінені в балах (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Індекс вікової структури населення

Значення	Бали
Менше 0,50	10
0,51-0,80	20
0,81-1,0	30
1,01-1,10	40
1,11-1,20	60
Більше 1,20	80

7. Зведений показник привабливості ринку туристичних послуг регіону.

$$K = \sum W_e * B_e, \quad 2.15$$

де, W_e – ваговий коефіцієнт e -го показника оцінки привабливості ринку туристичних послуг;

B_e – бальна оцінка e -го показника привабливості ринку туристичних послуг.

Виходячи з формули, використання бальної оцінки кожного показника вимагає розрахунок відповідного показника, а потім оцінки його в балах, яку доцільно проводити на основі побудованої експертним апробованим шляхом 100-бальної шкали.

Далі визначається ваговий коефіцієнт для кожного показника. Доцільно використовувати наступні вагові коефіцієнти (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Вагові коефіцієнти для показників

Найменування показника	Ваговий коефіцієнт
Індекс Херфіндаля	0,05
Коефіцієнт концентрації населення	0,15
Коефіцієнт співвідношення доходів та витрат на туризм	0,25
Індекс пріоритетності витрачання засобів на туризм	0,25
Коефіцієнт випередження темпів економічного зростання	0,15
Індекс вікової структури населення	0,15

Завершальним етапом такої оцінки є знаходження максимального і мінімального значень зведеного показника $K_{ко}$ і побудова таким чином його інтервалу.

Для обґрунтування маркетингового аналізу туристичної привабливості регіону доцільно провести розбиття (зонування) регіону на окремі територіальні складові і провести їх оцінку з точки зору рівня і потенціалу розвитку туризму. Для повноти дослідження таку оцінку важливо провести в детальнішому розгляді (для регіону – по окремих районах).

Для побудови моделі туристичної привабливості регіону по окремих територіях необхідно виділити ряд завдань:

1. Для такого аналізу доцільно охопити всю територію регіону, розбивши його на ряд туристичних районів, що включають один або декілька районів тобто найбільш переважним є географічне розбиття.

2. В цілях зіставлення всі розглянуті показники повинні обчислюватися як відносні (наприклад, обсяг виробництва туристичних послуг на душу населення).

3. Інтегральний потенціал, як і рівень розвитку туризму окремого регіону визначається сумую усіх відповідних коефіцієнтів.

При такому підході розбиття регіону на туристичні території необхідне для простоти аналізу, а їх оцінка – для точності і детальнішого вивчення, та для формування рекомендацій по оздоровленню територіального туристичного ринку.

Отже, складання справжньої моделі вимагає визначення відносних показників (коефіцієнтів) розвитку туризму в кожному районі і в цілому по регіону (Додаток А).

Така модель повинна чітко зважати на територіальну специфіку і будуватися на загальній оцінці туристичної привабливості кожного району, що входить в ту або іншу туристичну територію. Дані показники обчислюються на основі аналітичних матеріалів профільних міністерств, запитів та анкетування районних і міських адміністрацій, існуючих наукових і проектних розробок, впровадження концепцій і програм розвитку регіонального туризму, бізнес-планування об'єктів ринкової інфраструктури туризму в регіоні, даних регіональної статистики, загальноукраїнських довідкових матеріалів.

Дана модель відображає рівень існуючої ринкової інфраструктури, що впливає на розвиток регіонального туризму, а також потенційні можливості окремих територій у нарощуванні туристичної привабливості регіону. Ці параметри є ключовими для входу на ринок туристичного бізнесу і подальшої реалізації концепції розвитку регіонального туризму з боку держави. Це також багато в чому визначає інвестиційну привабливість регіону.

Завершальним етапом такого аналізу є визначення слабких сторін кожного з туристичних територій (або детальніше – кожного району) і виробітку комплексу рекомендацій. Використовуючи результати методики, можна виділити найпривабливіші для розвитку туристичні території.

Доцільно відзначити, що таку оцінку необхідно підкріплювати чинниками, до яких можна віднести:

- природні чинники (природно-кліматичні умови, особливості рельєфу місцевості, ландшафтів, наявність окремих природних історичних місць та ін.);
- економічні чинники (вид планованої туристичної діяльності, фірми – конкуренти, можливий рівень попиту, політика місцевої адміністрації, дія державних проектів, програм та ін.);
- соціальні чинники (специфіка розташування населених пунктів, об'єктів інфраструктури, місцеві умови життя та ін.).

Дані чинники необхідні для обов'язкового обліку при складанні програм, інвестиційних, інноваційних проектів, бізнес-планів і можуть бути обстежені безпосередньо на місці, у тому числі використовуючи засоби маркетингового аналізу. Проте вже на етапі рейтингової вибірки можна спрогнозувати перспективи та сформулювати рекомендації для кожної туристичної території.

Туристичний продукт різносторонній і створюється зусиллями багатьох підприємств, в цьому його специфіка. Причому кожне підприємство має власні методи і технології роботи і, як наслідок, свої цілі по створенню, просуванню і реалізації туристичного продукту. Дана ситуація об'єктивно створює організаційні складнощі при узгодженні дій у виробництві та реалізації турпродукту при обслуговуванні туристів.

Відповідно кінцева мета та вміст реалізації і просування туристичного продукту будуть різні. Можна виділити декілька рівнів просування турпродукту:

- просування на рівні туроператорів і турагентів;
- просування на рівні виробників туристичних послуг: засобів розміщення, підприємств харчування, підприємств транспорту, екскурсійного обслуговування;
- просування на рівні громадських туристичних організацій – національних туристичних організацій, інформаційних центрів, суспільних об'єднань в туризмі;
- просування на рівні території.

За функціональною ознакою на всіх рівнях формування турпродукту необхідно застосовувати інструменти стратегічного і тактичного (операційного) маркетингу.

Операційний маркетинг використовує такі інструменти просування, як ціна, система збуту, продажі, рекламні заходи. Стратегічний маркетинг направлений на вибір ринків збуту, на прогноз попиту, сегментацію, формування цільової аудиторії. Ці два підходи повинні працювати спільно, оскільки найпотужніша реклама не може створити попит там де відсутня потреба, тому базисом просування повинні стати інструменти стратегічного маркетингу, а інструменти операційного маркетингу допоможуть просуванню на ринку турпослуг.

Туристичний продукт розглядається в маркетингу з позиції багаторівневої мультиатрибутивної моделі. Базові ідеї даної моделі представляють теоретичні основи для сегментації ринку, позиціонування турпродукту і розробки відповідної продуктової політики туристично-рекреаційного комплексу, які формуються в трьох напрямках:

- основний напрям – сам турпродукт, який здатний задовольнити певну потребу;
- супутній напрям, який включає продукти, що дозволяють використовувати основний турпродукт, тобто певний набір послуг, що дозволяють задовольнити потребу клієнта;
- розширений напрям, який дозволяє сформувати турпродукт, що включає його споживчу цінність, створену на турпідприємстві, атмосферу, легкість спілкування клієнтів з персоналом та ін.

Даний підхід дозволяє на практиці змодельювати концепцію турпродукту:

1. Визначення системи цінностей і набору потрібних атрибутів турпродукту у споживача. Основними методами можуть виступити проведення фокусу-групи, досвіду, експертні оцінки.

2. Оцінка турпродукту з точки зору міри присутності атрибуту для споживачів.

Для ілюстрації даного підходу використовуємо формулу Фішбейна:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i \quad 2.16$$

де, A_o – відношення споживача до продукту;

b_i – відносна важливість атрибуту для споживача;

e_i – значущість для споживача міри присутності атрибуту в продукті;
 p – число значимих атрибутів.

Результати повинні бути представлені в таблиці. Зразок оформлення таблиці показано на рис. 2.3

Атрибут	Відносна важливість атрибуту для споживача	Значущість для споживача міри присутності атрибуту в продукті (бальна оцінка)	Зважена оцінка

Рис. 2.3. Оцінка турпродукту з точки зору міри присутності атрибуту для споживачів

3. Оцінка сприйняття споживачами аналогічних продуктів, пропонованих конкурентами. Здійснюється таким самим способом (рис. 2.4).

Атрибут	Пропозиція конкурентів					
	Продукт А		Продукт Б		Продукт В	
	Бальна оцінка	Зважена оцінка	Бальна оцінка	Зважена оцінка	Бальна оцінка	Зважена оцінка
Всього						

Рис. 2.4. Оцінка сприйняття споживачами аналогічних продуктів, пропонованих конкурентами

4. На основі отриманих даних розробляється мультиатрибутивна модель туристичного продукту.

5. Формування програми реалізації та підтримки розробленої моделі туристичного продукту із врахуванням елементів: ціна, збут, комунікації.

Для української туріндустрії виникає багато перепон для її розвитку серед яких основними є:

- падіння економічного зростання в сукупності із зовнішньополітичною кризою;
- зниження попиту на туристичні послуги внаслідок зниження реальних доходів населення;
- нездатність багатьох туроператорів виконувати свої боргові зобов'язання, внаслідок багаторічного демпінгу;
- нестабільність страхового ринку;
- військовий конфлікт на Сході України.

Ситуація, що склалася, доводить про необхідність переходу на інноваційно-орієнтований шлях розвитку регіональних туристичних систем, що у свою чергу обумовлює важливість створення комплексної системи оцінки туристично-інноваційного потенціалу регіону, яку потрібно, для:

- визначення цілей інноваційної політики, а також політики в області розвитку туризму регіону;

- розробки стратегії розвитку регіонального туризму;
- формування інформаційної бази для ухвалення управлінських рішень органами влади;
- міжрегіонального або міжнародного зіставлення досягнутих результатів;
- інформування громадськості і усіх зацікавлених осіб.

Будь-яка оцінка базується на комплексі показників, що найбільш повно характеризують об'єкт оцінювання.

Для того, щоб охарактеризувати інноваційний потенціал регіону необхідно оцінити його за кількістю показників. Так, А. А. Андреева пропонує оцінити інноваційний потенціал регіону у сфері туризму за допомогою показників науково-освітнього, кадрового, інвестиційного та інституціонального потенціалів (табл. 2.15) [8].

Таблиця 2.15.

Система показників, що характеризує інноваційний потенціал регіону у сфері туризму*

Показник	Одиниця виміру
1. Науково-освітній потенціал	
Кількість установ вищої і середньої професійної освіти, що здійснюють підготовку кадрів для сфери туризму	одиниць
Кількість внутрішніх і зовнішніх конференцій, форумів, семінарів з питань розвитку регіонального туризму, в яких брали участь представники регіону	одиниць
2. Кадровий потенціал	
Чисельність працівників, зайнятих в туристичній індустрії регіону	осіб
Об'єм фінансування заходів по перепідготовці, підвищенню кваліфікації і атестації туристичних кадрів	тис. грн
3. Інвестиційний потенціал	
Об'єм в'їзного туристичного потоку	тис. осіб
Доля надходжень від туризму у ВВП	%
Доля витрат на науково-дослідні роботи в загальному об'ємі фінансування регіональної програми розвитку туризму	%
4. Інституційний потенціал	
Наявність регіональних нормативно-правових актів, що регулюють інноваційну діяльність	да = 1 ні = 0
Кількість чинних регіональних нормативно-правових актів у сфері туризму	одиниць
Кількість проектів у сфері рекреації і туризму регіону	одиниць

*Джерело: [8].

Черкащина має усі умови для розвитку туризму. Виділимо найбільш вагомі фактори, які сприяють стійкому розвитку туризму в регіоні.

- високий ресурсний потенціал (наявність великої кількості історичних і культурних об'єктів та ін.);
- зростання кількості туристичного потоку;

– розвиток туризму на основі кластерного підходу.

До факторів, що перешкоджають розвитку туризму, можна віднести:

- високий рівень цін на туристичні послуги;
- відсутність зростання кількості туристів, що зупиняються в колективних засобах розміщення регіону;
- посилення конкуренції з боку регіонів України;
- недостатнє використання механізму державно-приватного партнерства для реалізації проектів, у тому числі інфраструктурних у сфері туризму;
- недостатня скоординованість дій органів виконавчої влади в питаннях реалізації регіональної політики у сфері туризму;
- падіння споживчого попиту і об'єму інвестицій на тлі загального економічного спаду.
- недосконала законодавча і нормативно-правова база;
- відсутність конкретного розмежування повноважень органів державної виконавчої влади і місцевого самоврядування у сфері управління, контролю і розвитку регіонального рекреаційно-туристичного комплексу;
- неефективне функціонування наявних об'єктів регіонального рекреаційно-туристичного комплексу;
- недостатня кількість та потужностей об'єктів ТРК і місць розміщення;
- обмежений набір рекреаційних послуг, що надаються;
- низька розвиненість інфраструктури;
- неефективна система управління розвитком комплексу;
- пасивність маркетингової та інформаційно-рекламної діяльності;
- зношеність основних засобів курортно-туристичного комплексу – поступове виснаження природно-кліматичних ресурсів;
- низька кваліфікація кадрів як наслідок відсутність чітко працюючої багатоступінчастої системи освіти в області туристичної індустрії, що охоплює всі рівні, – від професійної орієнтації школярів до вищого рівня кваліфікації.

Особливе значення має проблема вдосконалення системи підготовки професійних кадрів для сфери туризму. І вирішувати її, на наш погляд, необхідно, як це підкреслює Кріс Копер, перш за все, з врахуванням новітніх тенденцій ХХІ ст. [189, с. 187].

На нашу думку, якщо туризм є пріоритетним напрямом розвитку регіону, важливо мати кваліфікований і досвідчений персонал, експертів у своїй справі. Це один з найважливіших чинників успішного розвитку регіонального туризму. Плануючи розвиток туризму в регіоні, необхідно враховувати: кваліфікацію персоналу, задіяного в туристичному секторі на даний час; доступність освітніх закладів, центрів і програм по вивченню туристичної діяльності; надання кваліфікованої робочої сили в майбутньому.

При цьому також слід враховувати особливість туристичної діяльності, яка полягає в багатопрофільності характеру. Розвиток туристично-рекреаційного комплексу, як відомо, веде до розвитку суміжних галузей, що, природно, створює з одного боку, потребу в новітніх технологіях

обслуговування туристів і потребу у формуванні для них фахівців, а з іншої – потреба в багатопрофільних фахівцях. Тому, для всіх країн і регіонів характерні, як підкреслює С. А. Грінько, дві основні системи підготовки кадрів для туристичної сфери:

– підготовка фахівців для підприємств, що конкретно беруть участь у виробництві турпродукту;

– підготовка фахівців для суміжних галузей економіки країни [48, с. 243].

Розвиток системи безперервного навчання для підготовки фахівців для туристично-рекреаційної сфери буде лише тоді ефективним, коли будуть об'єднані, скоординовані, а інколи і скооперовані зусилля таких організацій, як учбові центри, заклади вищої освіти, інститути підвищення кваліфікації (як головні навчально-методичні центри) мережа курсів по підготовці і перепідготовці організаторів і таке інше.

Для усунення виявлених проблем розвитку туризму, а також подолання негативних економічних тенденцій потрібний перехід на інноваційний шлях розвитку туризму Черкаської області. Тому, для інноваційного розвитку туризму Черкащини необхідно враховувати перелічені показники, які наведені в таблиці 2.15.

Аналіз інфраструктури регіонального рекреаційно-туристичного комплексу Черкащини показав, що в поганому стані знаходиться комунальна інфраструктура. Не ведеться в необхідних об'ємах будівництво доріг і мостів, будівництво об'єктів розміщення, харчування та розважальної інфраструктури, не на належному рівні інженерний захист та охорона довкілля і спортивних об'єктів. Слабо розвинена мережа підприємств швидкого харчування, а також торгівельно-побутового обслуговування. Відчувається слабкий зв'язок туристичної інфраструктури з іншими галузями господарства.

Для виявлення основних чинників, що впливають на інфраструктурний розвиток ТРК регіону, доцільно використовувати підхід В. Г. Герасименка, який виділяє чинники макрорівня, мезорівня, мікрорівня. До першої групи він відносить чинники, які визначають стан економіки регіону, до другої групи – визначальні показники стану галузі, до третьої – стан підприємств, організацій і установ рекреаційної і туристичної сфери [40].

Як зазначають Ф. Котлер, Дж. Боуен і Дж. Мейкензі, К.Л. Келлер: «Розвиток туризму, як і будь-якої іншої сфери економіки, знаходиться під впливом різних чинників, деякі з яких визначають напрями їх розвитку, інші ж гальмують. Ці чинники ще називають загрозами і можливостями дії середовища (внутрішнього і зовнішнього)». У своїй роботі автори розглядають і дають оцінку впливу кожного з них [190, с. 128].

Аналіз чинників інфраструктури регіону показав, і те, що можна визначити оптимальні напрями розвитку, виділити ключові елементи усередині кожної групи, розподілити повноваження і завдання, знайти ресурси для їх виконання, що дасть можливість розширити та відтворити економіку регіону, вивести туристично-рекреаційний комплекс на новий, якісний рівень розвитку.

З врахуванням виявлених проблем інфраструктурного забезпечення слід сформулювати рекомендації з метою вдосконалення системи управління розвитком рекреаційно-туристичного комплексу.

Рекомендації повинні ґрунтуватися на принципах:

- ретельне дослідження стану найбільш важливих для споживачів послуг туристично-рекреаційного комплексу;

- визначення перспективних тенденцій ефективності діяльності підприємств ТРК регіону;

- використання методів та інструментів маркетингу;

- дослідження внутрішнього середовища підприємств ТРК в цілях порівняння їх показників з аналогічними показниками підприємств-конкурентів;

- дослідження зовнішнього середовища, яке повинне включати дослідження кон'юнктури ринку туристично-рекреаційних послуг, а також покупців і конкурентів;

- дослідження кон'юнктури ринку з метою здобуття інформації про можливих посередників і партнерів;

- визначення власних конкурентних переваг, проведення swot-аналізу, що включає вивчення займаної конкурентами долі на ринку, якість сервісу і відношення споживачів. Вивчення фінансової, кадрової, інформаційно-інноваційної та управлінської політики конкурентів і наявного потенціалу в цих областях, виявлення на основі такого дослідження способів, прийомів та методів досягнення підприємствами вигіднішого, ніж у конкурентів, положення на ринку, визначення переваги перед конкурентами за рахунок якості послуг, що надаються;

- дослідження споживачів з метою здобуття даних про ті чинники, якими вони керуються при здійсненні вибору послуг;

- розробка прогнозів очікуваного попиту, сегментація ринку і вибір цільових сегментів ринку;

- розробити індивідуальний перелік послуг для кожного споживача з врахуванням вимог ринку, що підвищить конкурентоспроможність, провести аналіз можливості надання нових видів послуг та ін.;

- дослідження каналів збуту з метою визначення ефективних способів і засобів швидкого доведення послуг ТРК до споживача та їх реалізації;

- дослідження засобів та прийомів, які дозволять створити новий або поліпшити існуючий імідж підприємств ТРК. Такі відомості дозволять підвищити ефективність сервісних комунікацій;

- дослідження реклами, брендінга з метою проведення оцінки рекламної та брендінгової кампаній і визначення перспектив їх поліпшення.

Сам процес управління розвитком ТРК має бути системою послідовних етапів:

1. Визначення мети розвитку ТРК.

2. Виявлення проблем і розробка їх рішення.

3. Формування системи показників на основі прийнятого рішення.

4. Створення інформаційної бази.

5. Розробка робочого інструментарію і аналіз отриманої інформації.

6. Формулювання висновків та розробка основних напрямів по вдосконаленню управління розвитком ТРК.

Лише повноцінна взаємодія, допомога та підтримка з боку всіх учасників сфери туристично-рекреаційних і санаторно-курортних послуг, а також органів державної влади, здатні багато разів покращити становище, що склалося в регіоні.

Реалізація всього комплексу заходів, запропонованих у роботі, приведе до формування на Черкащині вискоелективного і конкурентоздатного туристично-рекреаційного комплексу, який забезпечить, по-перше, широкі можливості задоволення потреб клієнтів у туристично-рекреаційних і лікувальних послугах. По-друге, розвиток ТРК дозволить за рахунок внесення податків до бюджету і створення додаткових робочих місць значно збільшити внесок у розвиток економіки регіону, розробити і впровадити ефективну систему механізму державного регулювання раціонального використання ресурсів ТРК, зберегти природне багатство та історико-культурну спадщину Черкащини.

Для Черкаської області пріоритетним напрямком туризму є розвиток екотуризму. Черкащина має значні площі з унікальним природним середовищем, які ще не піддані антропогенній дії, з багатим і всіляким рослинним та тваринним світом, прекрасними ландшафтами.

Для того, щоб розвивати цей вид туризму, необхідно, перш за все, залучити інвесторів створити таку інфраструктуру, яка б забезпечила сервісне обслуговування відвідувачів; створити систему матеріальних стимулів для керівників і фахівців, які ефективно працюють у сфері екотуризму; розробити екскурсійні екопрограми для різних категорій відвідувачів; улаштувати екологічні стежки і маршрути одночасно з розробкою і впровадженням системи їх сертифікації; здійснити модернізацію існуючих музеїв природи і створювати нові музеї та інформаційні центри на територіях, що особливо охороняються; налагоджувати партнерські зв'язки із заповідниками, національними і природними парками Черкащини, з екотуристичними компаніями нашої країни так і зарубіжних країн, які зацікавлені в розвитку екотуризму. Все це стане потужним чинником залучення туристів до екологічного туризму.

Адже розвиток екологічного туризму є одним із перспективних видів туризму у всьому світі [12, с. 26].

Протягом весни та літа 2019 року лісівники Черкащини відкрили 10 еколого-просвітницьких стежок [179].

Головна мета екологічних стежок – це виховання грамотної поведінки людини в лісі, усвідомлення цінності природи, формування екоорієнтованих природничих умінь та навичок. Їх призначення також полягає в тому, щоб забезпечити усім охочим можливість спостерігати природні об'єкти і явища, вивчати тваринний та рослинний світ, знайомитися з особливостями довкілля рідного краю, роботою лісівників, технологіями вирощування лісових

насаджень. Крім того, це об'єкти для проведення природничих, лісівничих, історичних досліджень та екскурсій.

На прокладених маршрутах є зупинки, які особливо подобаються лісовим туристам. Так, приміром, у Смілянському лісгоспі в державному ландшафтному заказнику місцевого значення «Теклінська дача» є «Готель для комах», дерева-талісмани, оригінальна екзаменаційна зупинка.

Кам'янські лісівники облаштували стежку «Поміж віками» в самому серці Холодного Яру, яка проходить популярними визначними місцями, що розташовані в межах Креселецького лісництва – тут поєднали давню історію та лісівничу працю.

У Юрківському лісництві Уманського лісгоспу можна побачити тризуб із самшиту, мініпасіку та вольєр для розведення диких кабанів.

На Виграївській екостежці Корсунь-Шевченківського лісгоспу є чудове «Озеро лісовика» та пізнавальні різнопланові галявини серед лісу. Пам'ятний ліс імені великого Кобзаря Тараса Шевченка та віковий дуб перебувають під опікою лисянських лісівників в урочищі «Шевченківська дача».

У білозірських лісах Черкаського лісгоспу на маршруті є велетні-дуби, яким понад 300 років, їх поважно називають козацькими. А у Вільхівському лісництві Золотоніського лісгоспу учні шкільного лісництва можуть самостійно доглядати за посадженим власноруч сосновим лісом.

Клонові лісонасінневі плантації та гарний лісовий розсадник є на маршруті «Дубина» Чорнявського лісництва Чигиринського лісгоспу.

Усі ці новостворені заходи є одними із перспективних показників розвитку екотуризму Черкащини. Можна зауважити і на тому, що на Черкащині з 855 населених пунктів 824 – це села, які мають свою унікальну історію, чудовий природний ресурс та власну родзинку, якою при належному оформленні можна зацікавити туристів.

Селяни Черкаського краю уже розпочали роботу в цьому напрямку. Перші зелені агросадиби та тематичні села уже є на території Придніпров'я у Чигиринському, Смілянському, Кам'янському та Черкаському районах.

Розвиток зеленого туризму в районах – це своєрідний крок до впровадження реформи місцевого самоврядування в сільській місцевості. Адже кожна майбутня територіальна громада повинна мати власні засоби для самозабезпечення. Ці ресурси може дати й розвиток зелених агросадиб. Лідером у цьому напрямку є Смілянщина [178].

У сучасних умовах глобалізації і жорсткої конкуренції актуальними є питання раціонального використання ресурсів та їх розвитку на основі інноваційних підходів, одним з яких є розвиток нових туристичних маршрутів, та розвиток екотуризму.

Необхідне також створення ефективного web-порталу, що надасть повну інформацію на різних мовах, створення цілодобового контакту-центру, а також дорожньої інфраструктури туристичних міст, забезпеченої показниками та вивісками.

У світі серед туристів набуває розвиток саме сільського туризму. З одного боку, цей інтерес обумовлений тим, що у ряді європейських країн потреба туристів у традиційному пляжному відпочинку задоволена, з іншої – бажання туристів провести свій відпочинок далеко від мегаполісів, насолоджуючись тишею і свіжим повітрям.

Ефективність розвитку сільського туризму для Черкащини так і для країни в цілому, відбивається в наступних аспектах:

- створення сприятливих умов для розвитку підприємницького середовища;

- потік грошових коштів з міст у сільську місцевість служить підвищенням рівня життя сільського населення, забезпечує появу нових робочих місць і підвищує зацікавленість сільської молоді залишатися в сільських поселеннях, а не шукати роботу в мегаполісах чи за кордоном;

- зберігаються традиції та звичаї, підвищується відчуття патріотизму;

- сільський туризм виступає як інструмент, що впливає на підвищення ефективності виробництва сільського господарства, забезпечує умови для створення ринку збуту сільськогосподарській продукції;

- сільський туризм надає позитивний вплив на соціальний клімат в регіоні;

- сільський туризм забезпечує можливість відпочинку для туристів з відносно низькими витратами;

- сільський туризм перерозподіляє рекреаційні потоки від пляжних територій в ті регіони, які раніше не були задіяні в туристичних напрямках, тим самим знижуючи навантаження з екологічного боку на загальноновизнані місця рекреаційного відпочинку;

- сільський туризм робить доступною рекреацію для верств населення з рівнем достатку нижче середнього;

- сільський туризм сприяє розвитку інфраструктури села, забезпечує умови для загального благоустрою населення і санітарного стану;

- сільський туризм підвищує якість обслуговування туристів і жителів сіл, як з боку побуту, так і з боку торгівлі, медицини, безпеки.

Необхідно відзначити, що для розвитку сільського туризму, як одного з туристичних напрямів, не вимагається великих інвестицій. Об'єктом сільського туризму виступають культурні традиції і звичаї місцевого населення, сільськогосподарські роботи, умови життя селян, а також туристичні програми – кінні прогулянки, знайомство з місцевим ремеслом, рибалка, можливість побачити і стати учасником місцевих обрядів і свят.

Сільський туризм, інтерес до якого зростає в зарубіжних туристів, має всі шанси стати одним з перспективних туристичних напрямів на Черкащині.

Наявність величезних можливостей для розвитку сільського туризму в нашому регіоні може стати одним з пріоритетних напрямів розвитку регіону, але на його розвиток впливає недосконале чинне законодавство, що вимагає внесення ряду поправок.

Як зазначають зарубіжні вчені, успішний розвиток ТРК регіону багато в чому залежить від іміджу території її репутації у вітчизняних і зарубіжних суспільно-політичних і ділових кругах [92].

Позитивний імідж регіону – це не розкіш і не новомодний атрибут. В умовах інформаційного суспільства і все проникаючої глобалізації – це життєва необхідність. Соціально-економічна, культурно-історична, інвестиційна і туристична привабливість регіону не виникає на порожньому місці, а є наслідком розумно сформованого іміджу. Розвиток туристичної інфраструктури, розширення переліку послуг, що пропонуються, розвиток нових сфер діяльності, створення додаткових робочих місць, підвищення життєвого рівня населення, пошук коштів для фінансування і підтримки культурно-історичної спадщини, забезпечення міжкультурного обміну, безпосередньо пов'язано з іміджем регіону [64].

Необхідність формування власного іміджу кожного регіону та посилення елементів упізнання українських територій очевидна. Тому, що у результаті, це сприяє привертанню уваги до регіону, дає можливість ефективно лобювати свої інтереси, покращувати інвестиційний клімат, отримувати додаткові ресурси для розвитку регіональної економіки, збереження пам'яток історико-культурної спадщини. Більше того, просування іміджу регіонів – перспективний шлях подолання труднощів у формуванні іміджу України в цілому.

Не слід забувати і те, що у сучасному розвитку туристичного бізнесу економічна складова переважає над інтересами збереження і примноження природної і культурно-історичної спадщини. Проте, інноваційний сценарій соціально-економічного розвитку регіону передбачає не лише переорієнтацію самої структури виробництва, але і формування мислення, направлено на соціальну відповідальність і планування господарської діяльності підприємств з врахуванням дотримання інтересів сторін суспільства в цілому.

На даному етапі розвитку підприємств туристичної галузі, необхідне посилення контролю з боку адміністрації регіону за способом використання природних ресурсів регіону та покладання відповідальності на учасників туристичного бізнесу за екологічний стан території.

Формування екологічної культури громадськості, яке засноване на введенні обов'язкових освітніх програм, направлених на підвищення значущості збереження природних ресурсів регіону і становлення соціальної свідомості та відповідальності, є важливою умовою для ведення екологічної політики території.

Використовуючи наявний рекреаційний потенціал регіону, який об'єднує в собі природні ресурси, антропогенні ресурси та підприємницький потенціал, необхідно розробити стратегію розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону, що включає наступні завдання планування розвитку регіону:

- виявлення потенціалу і стримуючих чинників розвитку території;
- визначення туристичної спрямованості території;
- вибір сценарію розвитку;

– диверсифікація туристичної пропозиції.

При розвитку державно-приватного партнерства необхідно звернути увагу на наступні аспекти: формування єдиної інформаційно-маркетингової політики; інфраструктурний розвиток; науково-кадрове забезпечення; екологічний моніторинг; податково-кредитна політика.

Раціональне планування розвитку регіону і вдосконалення державно-приватного партнерства є ключовим моментом якісних перетворень в туристичній сфері і може сприяти стійкому розвитку підвищенню конкурентоспроможності туристично-рекреаційного комплексу Черкаської області.

Для розвитку внутрішнього і в'їзного туризму в Україні необхідна чітка стратегія туристичного освоєння території країни, реалізація науково обґрунтованих і ефективних програм розвитку туризму в регіонах, а також інтенсивна діяльність по просуванню туристичних можливостей країни на світовому ринку туристичних послуг.

Аналіз різних існуючих підходів до оцінки ресурсного потенціалу туризму Черкаської області показав, що основна проблема, що об'єктивно обмежує визначення ресурсних можливостей, полягає у відсутності достатніх статистичних даних, що характеризують кількісний і якісний склад природних, культурно-історичних і соціально-економічних ресурсів. Це, у свою чергу, не дозволяє визначити результативність використання ресурсів для розвитку туризму в регіоні.

Вирішення поставлених завдань неможливе без комплексної оцінки ресурсів розвитку туризму всіх регіонів країни. У сучасних умовах саме регіональний туризм повинен стати «точкою зростання» для вітчизняної економіки.

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Причини і шляхи розвитку рекреаційних зон туристичного призначення, їх характер та цілі

Перехід до ринкових відносин викликав глибокі перетворення в сфері туризму. В результаті скасована централізована система управління туризмом, державна фінансова підтримка розвитку регіональних туристичних центрів, порушені основи взаємодії різних регіонів у створенні і просуванні на споживчий ринок туристичного продукту. Разом з тим кожен регіон володіє значними туристичними ресурсами, унікальність та істотна привабливість яких створює передумови для формування внутрішньорегіонального і міжрегіонального туристичного продукту. Різноманіття природних, кліматичних, ресурсних, історичних умов, що сприяють формуванню туристичного продукту, стали основою для створення нових рекреаційних зон туристичного призначення. Однак вирішення всіх питань, пов'язаних з відкриттям нових туристичних комплексів, є досить складним процесом, незабезпеченим ні концептуально, ні стратегічно, ні програмно.

Усе це визначає необхідність створення соціально-економічного моніторингу сфери туризму, єдиного інформаційного простору, скоординованої державної та регіональної політики з розвитку сфери туризму, організаційно-правового забезпечення реалізації туристичних процесів, економіко-фінансової стратегії розвитку регіонального туризму.

На даний час туризм – одна з наймогутніших галузей що, динамічно розвивається, високоприбуткова галузь світової економіки, виступає в числі найважливіших факторів соціально-культурного розвитку територій. Це сприяє підвищенню рівня і якості життя населення. Розвиток туризму, що виявляється в його багатогалузевому характері і тісній факторній взаємозалежності практично з усіма сферами життєдіяльності, дозволяє використовувати туризм як діючий інструмент стимулювання соціально-економічного росту на національному і місцевому рівнях. Державною програмою розвитку туризму визначено стратегію розвитку галузі, обґрунтовано основні напрями розвитку туризму, серед яких: підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини. Виходячи із стратегічних завдань розвитку галузі, актуальною і практично значущою проблемою є теоретичне осмислення стратегії розвитку рекреаційних зон туристичного призначення. Вивчення можливих стратегій створення нових місць туристичного призначення на сьогодні є однією з найактуальніших проблем в галузі туризму.

Перш за все, для того щоб визначити першопричини появи нових місць туристичного призначення, розглянемо який вплив чинить розвиток туризму на населення і економіку окремо взятої країни, зважимо всі переваги і недоліки

туризму і на основі цієї інформації зробимо висновок щодо причин появи нових туристичних місць.

1. Туризм як вид діяльності являє собою тимчасове переміщення людей (туристів) з місць постійного проживання в місця відпочинку (або місця туристичного призначення) [58]. У результаті туризм впливає на дві групи: це туристи і місцеві жителі. Під час свого перебування в іншій країні туристи спілкуються з місцевими жителями й у результаті цього спілкування відбуваються якісні зміни в стилі життя місцевого співтовариства, підпадає під вплив також система цінностей, поділ праці, відносини усередині родини, відносини між індивідами, традиції та ін. Поряд з цим, змінюється спосіб життя і самих туристів.

Чим більше розходження між туристами і місцевим співтовариством, тим більше очевидні ці зміни. Найбільш істотний вплив на стиль життя місцевих співтовариств і туристів роблять два фактори – це взаємини місцевого співтовариства з туристами і навпаки, а також розвиток туристичної інфраструктури.

Можна виділити сім сфер життя, що завдають свій вплив на туризм і на який впливає туризм:

1. *Якість життя* – це ключова сфера і тим самим ціль усіх наших зусиль. Вона означає здоров'я, безпеку, добробут як громадян країни, так і гостей; роботу, якість житла, можливості для проведення дозвілля, відпочинок недалеко від будинку, соціальні контакти, мистецтво і культура, спорт, ігри, приватне життя.

2. *Суспільство*. Мається на увазі розвиток населення, що піддається обчисленню, його склад і запити; щільність населення, віковий склад, кількість працездатного населення, соціальна структура; можливість для прийому й обслуговування гостей, соціально обумовлений туризм.

3. *Освіта й інформація*. Доступ до інформації через ЗМІ; шкільне виховання, навчання і підвищення кваліфікації (у тому числі) у туризмі; просвітня робота в напрямку здорового способу життя, планування родини, усвідомлення себе як частини навколишнього середовища, здійснення особистих планів; розширення обрії; «активна» толерантність.

4. *Економіка*. Загальні положення: виробництво і ріст промисловості, сільського господарства, прикладних ремесел, сфери послуг.

5. *Захист навколишнього середовища*. Упровадження екологічних методів і продуктів у промисловість і сільське господарство, вторинна переробка і екологічні види енергії, гуманізація ринку праці, створення екологічних замкнутих циклів, екологічно відповідальний туризм.

6. *Навантаження на навколишнє середовище*. Узагальнення всіх небудуманих наслідків нашої діяльності: вихлопні гази, стічні води, надлишкове тепло, шум, хижацьке відношення до природи, руйнування ландшафтів, знищення лісів, розрив природних замкнутих циклів, транспортний хаос, розпад міст, масовий туризм.

7. *Політика.* Здатність і можливості уряду; його авторитет і популярність, авторитетність прийнятих рішень і далекоглядність, велика мета і направляюча лінія, розсудливість, проникливість урядових програм, ступінь кооперації між урядом і приватним підприємництвом та туризмом [70, с. 278].

Вплив на соціокультурне середовище виникає в результаті соціальних і економічних розходжень між місцевими жителями і туристами, поза залежністю від того, чи належать вони до однієї чи різних культур.

У зв'язку з загальними процесами модернізації унікальний культурний характер регіону може бути втрачений частково чи цілком, якщо туризм не забезпечить визначену підтримку для його збереження. Як позитивний соціальний вплив, у цьому випадку розглядається збереження культурної спадщини тієї чи іншої країни. Туризм допомагає утримувати музеї, театри, пам'ятники природи і культурні установи. Культурна самосвідомість місцевих жителів, що щодня спостерігають непідроблений інтерес до своєї культури, зростає, і бажання прилучитися до її досягнень збільшується. Відбувається культурне взаємне збагачення туристів і місцевих жителів.

Розвиток туризму, особливо в регіонах з поганою інфраструктурою, приводить до розвитку цієї інфраструктури, поліпшуються дороги, будуються нові житлові будинки, з'являються культурні і медичні установи. У результаті місцеве населення користується вигодами від поліпшення інфраструктури поряд з туристами.

Міжнародний туризм робить також позитивний вплив на міжнародну політику. Він може розглядатися як одна із найголовніших головних миротворчих сил. Число поїздок туристів з розвинутих країн у країни, що розвиваються, і навпаки, зростає з кожним роком і допомагає встановленню прямих контактів між людьми з різним образом і рівнем життя. Це сприяє кращому розумінню між народами, з іншого боку, внутрішній туризм також стимулює почуття національної гідності.

При правильному плануванні туризм може також впливати на навколишнє середовище. На сьогоднішній день багато національних парків розвивають туризм для того, щоб одержувати доходи на своє утримання. Це, з одного боку, допомагає туристам побачити унікальні природні визначні пам'ятки, з іншого боку, допомагає акумулювати фінансові засоби на їхнє утримання.

Однак, як зазначають дослідники, негативні процеси впливу на культуру можуть виникнути в результаті надмірної комерціалізації і втрати справжньої самобутності в сфері традиційного мистецтва, ремесел і способу життя [66, 73, 74, 75].

Проблеми, особливо в молодіжному середовищі, може породити так називаний «демонстраційний ефект» [75]. Непорозуміння і конфлікти можуть виникнути між місцевими жителями і туристами через розходження в мові, звичаях, релігійних цінностях і характері поведінки. Місцеві жителі цілком обґрунтовано можуть критикувати усе, що зв'язано з туризмом, якщо в результаті його розвитку вони втрачають доступ до своїх власних місць

відпочинку й об'єктам інфраструктури. Туризм може сприяти загостренню таких соціальних проблем, як наркоманія, алкоголізм, злочинність і проституція, однак він не є першопричиною цих лих.

Туризм може викликати серйозні диспропорції в економіці і зайнятості, якщо концентрація туристичних об'єктів спостерігається лише в окремих місцях, і відбувається відтік працівників із інших галузей економіки (наприклад, сільського господарства) у сферу туризму.

Надмірна залежність від туризму в окремо узятому регіоні може призвести до спаду в інших галузях і загальному розбалансуванні економіки. Безконтрольний розвиток туризму може викликати перенаселення і позбавити місцевих жителів елементарних зручностей.

Дуже сильний негативний вплив туризму, може робити на навколишнє середовище. Дуже часто саме туристи винні в забрудненні навколишнього середовища і руйнуванні дикої природи.

Однак усі вище перераховані негативні впливи можна уникнути за допомогою розумного планування і відповідальним веденням справи.

Таким чином, можна зробити висновок, що туризм має як позитивні, так і негативні впливи на розвиток окремого регіону, держави. Аналіз літератури дозволяє визначити ключові поняття дослідження: рекреаційна зона; рекреаційні зони туристичного призначення. Рекреаційна зона це – місце яке використовується для відновлення здоров'я і працездатності шляхом відпочинку поза житлом на лоні природи; рекреаційна зона туристичного призначення це – місце для відновлення здоров'я і працездатності шляхом відпочинку під час туристичної подорожі, яка пов'язана з відвідуванням цікавих для оглядання місць, у тому числі національних парків, архітектурних і історичних пам'яток тощо.

Визначимо шляхи появи нових рекреаційних зон туристичного призначення. Шляхів появи нових рекреаційних зон туристичного призначення є декілька, і вони напряду залежать від виду туризму на якому спеціалізується країна чи окремих регіон. Розглянемо більш докладніше, які існують види туризму на сьогодні.

Основною зміною, що відбувається в туризмі можна назвати перехід туризму від *масового* (твердого) до так названого *екотуризму* (м'якого) [73, с. 115]. У таблиці 3.1 представлені порівняльні характеристики «твердого» і «м'якого» туризму.

За статистичними показниками турпакети, характерні для масового туризму останніх років, починають виходити з моди [67]. Вони були розраховані на масового споживача, як правило, містили в собі відпочинок на пляжах як основне заняття.

2. Однак, на сьогоднішній день усе більше туристів прагнуть до самовираження, до отримання нових знань, а також до активних і динамічних форм проведення часу. Водночас з цим, підсилюється рух у напрямі захисту навколишнього середовища, й все більше уваги приділяється стійкому розвитку

туризму і суспільства в цілому. На думку дослідників, сучасний світовий туризм характеризується наступними основними мегатенденціями: [73, с.118].

Таблиця 3.1

Порівняльні характеристики двох видів туризму

«Твердий» туризм	«М'який» туризм
Агресивні дії	М'які дії
Орієнтування на сектор	Орієнтування на нішу
Швидкий процес розвитку	Повільний процес розвитку
Задоволення індивідуальних інтересів	Задоволення громадських інтересів
Зростання кількості	Зростання якості
Короткостроковий прибуток	Довгостроковий прибуток

- Глобалізація > < Локалізація;
- Панування електронних технологій;
- Диктувати умови будуть споживачі;
- Поляризація туристичних переваг;
- Туристичний напрямок як «Модний аксесуар»;
- Компанії з забезпечення стійкого розвитку туризму і «справедливої торгівлі»;
- Протиріччя між зростаючою соціально-екологічною свідомістю споживачів і прагненням активно споживати туристичні продукти.

Туризм визнається як ефективний інструмент, що дозволяє впливати на поліпшення економічної, соціальної й екологічної ситуації. Однак його розвиток пов'язаний із низкою проблем. Тому, при плануванні розвитку туризму повинні прийматися в увагу економічні, соціальні, культурні потреби населення і туристів, а також потреби навколишнього середовища, що є основною базою для туризму.

Фактори, що роблять найбільш істотний вплив на розвиток туризму, можна розділити на чотири основні групи: соціальні; демографічні; економічні; політичні.

Розглянемо їх докладніше.

Демографічні і соціальні фактори. Зміни демографічної структури і соціальної моделі народонаселення в розвинутих індустріальних країнах, обумовлені:

- збільшенням числа працюючих жінок;
- зростанням кількості самотніх людей похилого віку;
- появою тенденції до більш пізніх шлюбів;
- швидким ростом числа бездітних сімейних пар у порівнянні з ростом населення;
- збільшенням тривалості оплачуваних відпусток;

– більш раннім виходом на пенсію і усвідомленням туристичних можливостей, що збільшуються та ведуть до того, що усе більше людей має в розпорядженні вільний час і доходи, які використовуються для подорожей.

Основними причинами поліпшення показників туристичної галузі, є зміна способу життя людини, від статичного до динамічного, його прагнення познайомитися з культурою, побутом, історією інших країн і народів.

У результаті росту народонаселення планети збільшується світовий туристичний потенціал. У туристичну діяльність залучаються нові людські ресурси, і в той же час збільшується кількість людей подорожуючих. Помітним є зростаючий приплив молоді в туризм, і в зв'язку з цим бурхливий розвиток юнацького туризму.

Економічні фактори. Існує чіткий зв'язок між тенденціями розвитку туризму і загальним економічним розвитком. Туристичний ріст дуже чутливий до будь-якої економічної зміни. При рості споживання на 2,5 % витрати на туризм зростають на 4% [66, с. 201]. У випадку, якщо споживання зменшується на 1%, то в туризмі відчувається спад. Але в кожній окремій країні така реакція на економічні зміни виявляється за своїм відхиленням від середнього показника, який також виступає в різних формах.

Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, прагнення до використання передового досвіду інших країн у створенні матеріальних і духовних цінностей виявляється в розширенні наукових і ділових контактів. Це приводить до появи таких видів туризму, як науковий (конгресовий) і діловий туризм.

Політичні фактори. Важливим політичним фактором є внутрішньополітична стабільність країни, відсутність військових конфліктів і наявність добросусідських відносин між державами. Такий фактор, як наявність міждержавних і міжурядових угод по співробітництву в сфері економіки, торгівлі і культури, також впливають на розвиток туризму.

Таким чином серед шляхів появи нових місць туристичного призначення можна виокремити шляхи, що обумовлені видом туризму («твердий» та «м'який» туризм) та факторами, що на нього впливають. Для прикладу розглянемо ситуацію в галузі туризму і можливості появи нових місць туристичного призначення в Україні.

Необхідно відзначити, що туристична індустрія у нас перебуває у зародковому стані. Наявні туристичні фірми працюють у абсолютній більшості на вивіз туристів, а отже і капіталу. Навіть такі туристично привабливі міста як Львів, Ужгород, Чернівці, Мукачеве не мають необхідної інфраструктури для прийому груп зарубіжних туристів. Туристична індустрія потребує відповідного рівня товарів і послуг. Таким чином, сільський район має забезпечити якісними продуктами харчування та створити умови для розвитку зеленого сільського туризму. Міста потребують необхідної кількості відповідного рівня готелів, а їхня інфраструктура вимагає складної техніки та якісних комунальних послуг. Необхідно мати розвинені інформаційну та транспортну системи, які забезпечать обмін інформацією і пересування туристів. Туристичні оператори та менеджери туристичних фірм мають

розробити привабливі туристичні маршрути і забезпечити необхідний рівень дозвілля й екскурсій. Найкращим варіантом є комбінація усіх видів туризму. Ділова людина, яка приїхала на конференцію, семінар або симпозіум, повинна мати можливість у стислі терміни отримати набір туристично-пізнавальних та розважальних послуг. На часі – створення ділових центрів, де належним чином були б представлені туристичні можливості України та відповідного регіону.

Майже нерозвинений в Україні сільський туризм. На цьому рівні необхідна просвітницька робота щодо створення умов для туристів. Одночасно на рівні регіонів бажано мати туристичні агенції, які будуть займатися організацією і транспортуванням відповідних груп, оскільки без попередньої підготовки такий туризм розвивається дуже повільно. Необхідно мати транспортні засоби для переміщення туристів, оскільки ця категорія людей відчуває потребу рухатись і рідко погоджується сидіти на одному місці тривалий термін.

На сьогодні мало використовуються кільцеві туристичні маршрути та нетрадиційні напрямки, які приваблюють туристів. Розвиток таких маршрутів потребує кооперації у регіонах та між ними. Додатковими видами можуть стати кінний та піший туризм у Карпатах, водний туризм ріками тощо. Активніше має розвиватися туризм в екологічно чистих районах, де вода, повітря та їжа лікують і сприяють моральному відпочинку. При занепаді колгоспного господарства і потребі його реструктуризації цей напрямок може стати важливим елементом у формуванні економічної інфраструктури сільського району.

Таким чином, можна зробити висновок, що оптимальним варіантом розвитку туристичної індустрії України та появи нових місць туристичного призначення міг би бути комплексний підхід, який передбачає формування необхідної інфраструктури. Останню можна сформувати лише на засадах кооперації і ділового партнерства. Практично це є шлях до формування регіональних програм економічного розвитку на основі пріоритету, яким є туризм.

Включення в світовий туристичний процес, розбудова індустрії туризму та діяльність суб'єктів туристичного ринку потребує наукового обґрунтування напрямків розвитку на основі узагальнення світових тенденцій та їх конкретно-наукового осмислення для забезпечення відповідального, доступного та сталого розвитку національного туризму, зокрема створення та розвитку вітчизняного туристичного продукту.

Як соціально детерміноване явище, туризм потребує наукового осягнення та теоретичного осмислення, в межах якого сполучаються різноманітні дослідження як соціального явища. Створення туристичних послуг і товарів та їх реалізація є справою великої кількості галузей, підприємств, організацій, що спеціалізуються на виробництві та наданні певних послуг.

Беручи за основу теоретичні наукові напрацювання в цій сфері ми хотіли би запропонувати наступну концептуальну модель кадастру:

1. Оцінка природних ресурсів з метою їх використання у туристично-рекреаційній діяльності.
 2. Моніторинг екологічної безпеки територій.
 3. Визначення стійкості територій району до антропогенних туристичних навантажень.
 4. Оцінка територій районів міста по насиченості природними та культурними туристичними ресурсами, визначення їх атрактивності.
 5. Районування туристичних територій міста у межах адміністративних границь районів.
 6. Оцінка інфраструктури та індустрії туризму адміністративних районів міста повинна враховувати:
 - місткість баз розміщення та харчування;
 - потужність підприємств транспорту міста;
 - потужність підприємств побутового обслуговування та туристичного сервісу;
 - оцінку трудових ресурсів;
 - оцінку історико-культурних об'єктів;
 - оцінку розважальних об'єктів і заходів.
 7. Економічна і соціальна оцінка туристичних територій.
 8. Оцінка адміністративних територій міста та їх класифікація на зони.
 9. Паспортизація туристичних територій та сукупних туристичних ресурсів.
 10. Розробка стандартів споживання туристичних ресурсів по виділених зонах з урахуванням допустимих антропогенних навантажень на територію району міста.
 11. Розробка генеральної схеми розміщення туристських ресурсів, туристських зон, об'єктів інфраструктури та індустрії туризму.
 12. Розробка системи оперативного моніторингу та контролю споживання туристичних ресурсів.
- Інвестиційна привабливість туристичних територій визначаються наявністю стійких туристичних ресурсів, які мають ринкову ціну. Тоді витрати на створення капіталомісткої інфраструктури туризму будуть виправданими, а рентабельність туристичного продукту конкурентоспроможна.

3.2. Умови формування регіональних стратегій розвитку у сфері туристично-рекреаційних послуг

Формування системи стратегічного розвитку туристично-рекреаційного комплексу (ТРК) обумовлено пріоритетами соціальної політики держави, що дозволяють вирішити ряд найважливіших завдань: створення ефективного механізму відтворення капіталу і трудових ресурсів; розвиток сучасної туристичної індустрії та її інфраструктури, вирішення питань землекористування та залучення інвестицій, в тому числі і іноземних, розвиток

програмно-цільових і конкурентних механізмів бюджетного фінансування туризму і рекреації.

Сучасний стан сфери туризму і рекреації в регіонах України можна охарактеризувати як незадовільний. Руїнування існуючої інфраструктури, відсутність належного фінансування для розвитку, криза в більшості підприємств даної сфери зумовлюють необхідність пошуку шляхів відновлення і поступального розвитку туризму в регіонах нашої держави. В сучасних умовах регіональні ТРК мають ряд серйозних проблем: низька якість надаваних туристично-рекреаційних послуг, слабка інфраструктура ТРК, високий ступінь зносу його основних фондів, стагнація розвитку внутрішнього і в'їзного туризму. Ситуацію може змінити розробка ефективної системи стратегічного управління ТРК на регіональному рівні, що має єдину мету, стратегію і програму реалізації.

Туристично-рекреаційний комплекс традиційно відігравав важливу роль в господарському комплексі України, тому проблеми його розвитку вимагають детального вивчення, аналізу та вироблення стратегії управління і системи заходів для їх вирішення.

Для функціонування, регулювання і управління туристично-рекреаційною сферою України важливе значення має регіональний аспект. Саме в регіонах реалізуються конкретні кроки по формуванню нових і відновленню наявних ТРК, їх диверсифікації та оновлення, здійснюється прив'язка інвестиційних проектів до конкретних підприємств, розвивається підприємництво, проводяться ринкові реформи.

Перенесення центру ваги ринкових реформ в регіони декларується в заявах всіх гілок державної влади. Пов'язана з цим децентралізація проголошена одним з головних принципів державної політики. Узагальнення досвіду роботи в регіонах показує, що конструктивні моделі побудови концепції туристичної політики регіону повинні мати такі найважливіші ознаки.

По-перше, в основу їх розробки необхідно покласти обґрунтовані ідеї і критерії вироблення системи пріоритетів регіонального розвитку у сфері туризму, його структурної політики. По-друге, для забезпечення реалізації запропонованої системи пріоритетів регіонального розвитку туризму в моделях необхідно обґрунтувати певні форми організаційно-економічного механізму функціонування ТРК, тобто, мова може йти про різні принципи формування туристичної політики регіону.

При формуванні туристичної політики в регіоні можливе використання системного та сценарного підходів до управління.

Системний підхід допомагає представити туристичну політику як певну сукупність реалізованих можливостей регіону завдяки ефективному використанню наявних туристично-рекреаційних ресурсів та їх подальших результатів (рис. 3.1).

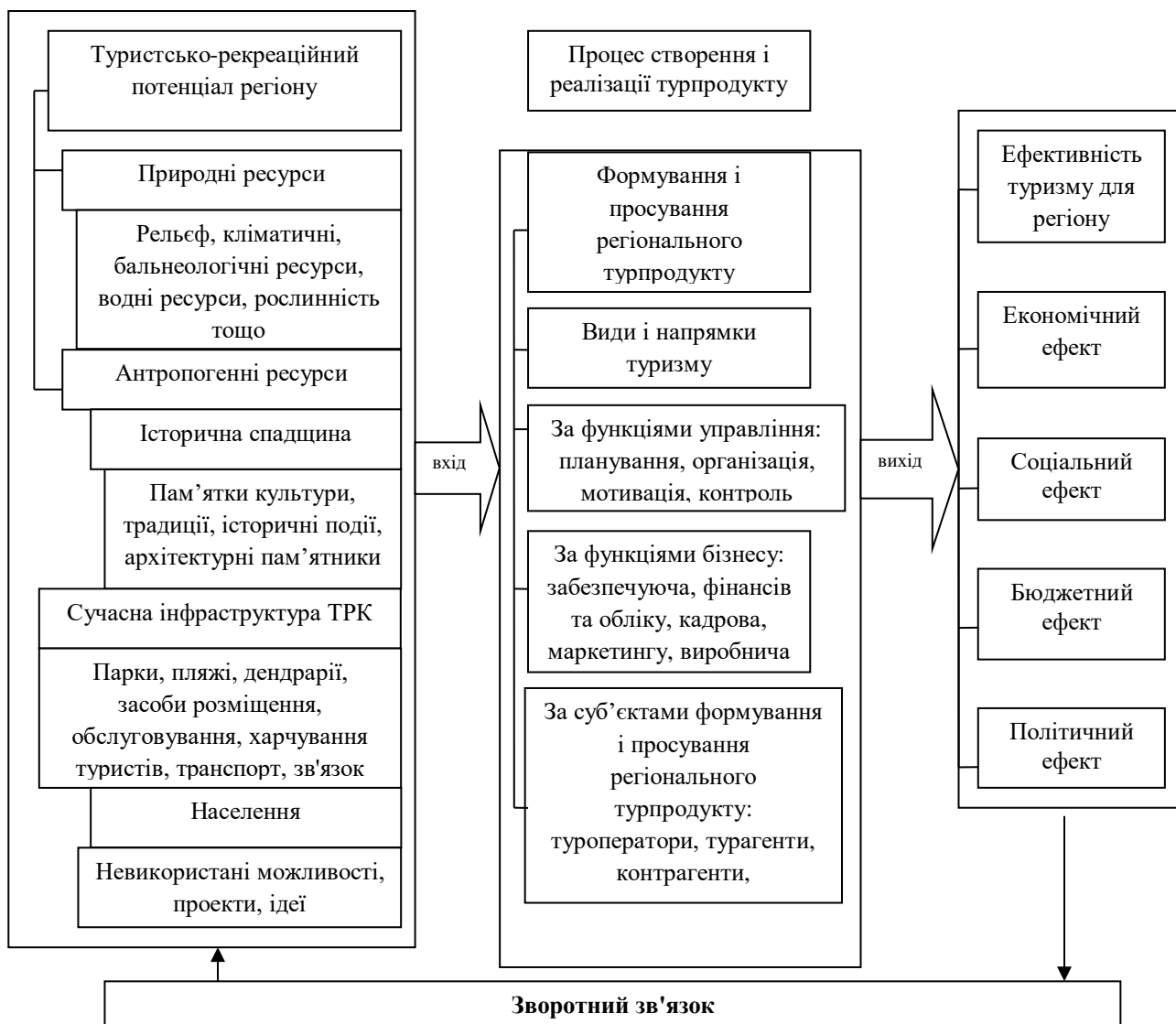


Рис. 3.1. Системний підхід при формуванні туристичної політики регіону

Відповідно до даного підходу кожна складова туристичної політики регіону (ТПР) включається в процес створення і реалізації регіонального продукту, який розповсюджується по заздалегідь встановлених напрямках, виходячи з розробленої концепції розвитку регіонального ТРК, що враховує необхідну перспективу формування його виробничої структури та інфраструктури, а також можливий ідеал стану, до якого слід прагнути.

За сценарного підходу до формування регіональної туристичної політики на першому етапі (рис. 3.2) використовують результати економічного аналізу і оцінки розвитку ТРК регіону. За таких умов необхідно провести вибір типу базової стратегії структурних перетворень ТРК, яким буде відповідати певна туристична політика в регіоні. На другому етапі визначаються ключові завдання, які становлять сутність і технологічні принципи побудови ТПР.

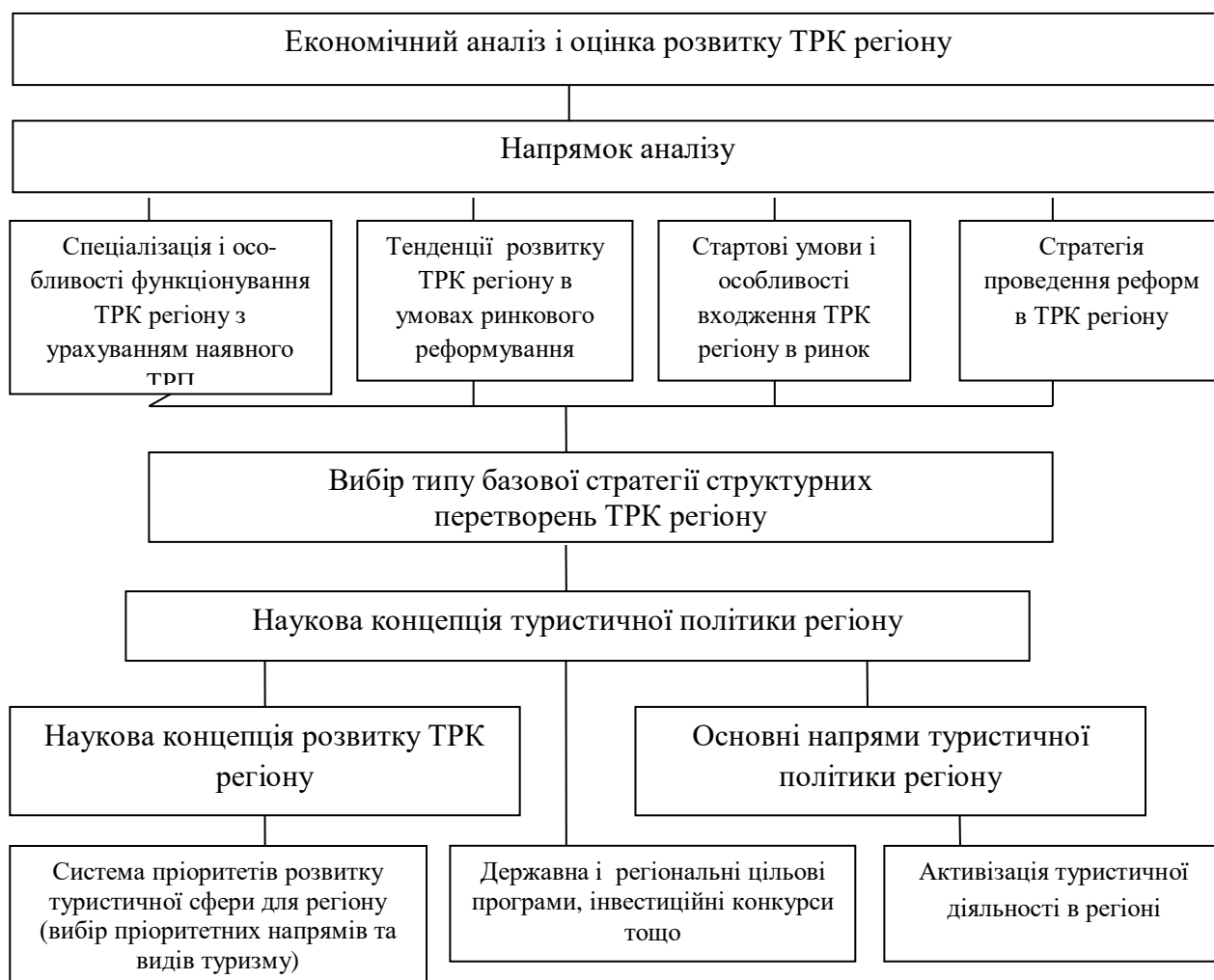


Рис. 3.2. Формування туристичної політики в регіоні за сценарієм

Зміст даного підходу полягає в тому, щоб в сучасних умовах різноспрямованих економічних і політичних процесів сформулювати стратегічну модель розвитку ТРК регіону, ґрунтуючись на об'єктивних умовах, і прогностичних оцінках його розвитку, щоб будь-якими доступними методами регіонального впливу сприяти розвитку туризму в регіоні саме в обраному напрямку.

Концепція туристичної політики регіону повинна містити наступні складові її науково-методичного забезпечення:

- наукову концепцію розвитку ТРК регіону на перспективу, в основі якої закладається система пріоритетів розвитку ТРК і структурної політики по відношенню до нього в регіоні;

- основні напрями туристичної політики регіону, які виступають в якості умов, що забезпечують реалізацію концепції. На їх основі розробляються конкретні пропозиції щодо активізації туристичної діяльності в регіоні.

Практичними формами реалізацій концепції туристичної політики в регіоні є: державна комплексна програма розвитку ТРК регіону, інші державні і регіональні цільові програми, інвестиційні конкурси проектів ТРК тощо.

Важливою умовою забезпечення завершеності процесу стратегічного управління регіональним ТРК виступає постійний аналіз і оцінка ефективності процесу, що складається з економічної, соціальної та бюджетної складових.

У процесі управління ТРК беруть участь, в тій чи іншій мірі, практично всі підрозділи і гілки регіонального державного управління, а також галузеві міністерства і відомства. Безпосереднє управління ТРК в Україні закріплено за Департаментом туризму та курортів Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.

Департамент проводить єдину державну політику в сфері туризму і здійснює управління ТРК, зокрема, у визначенні шляхів і методів її регулювання, розробки та реалізації соціально-економічної політики, що забезпечує сталий розвиток регіону.

Основними завданнями департаменту є:

- забезпечення формування та реалізації державної політики у сфері туризму та курортів;
- забезпечення розроблення та виконання програм розвитку туризму та курортів в Україні;
- забезпечення координації міжрегіональної співпраці з питань туризму та курортів;
- сприяння розвитку внутрішнього та в'їзного туризму;
- забезпечення розгляду клопотання про оголошення природних територій курортними;
- забезпечення створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів;
- забезпечення встановлення відповідних категорій об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо);
- оформлення та видача свідоцтва про встановлення об'єктам туристичної інфраструктури відповідної категорії;
- забезпечення створення та ведення реєстру свідоцтв про встановлення категорій об'єктам туристичної інфраструктури;
- забезпечення відповідно до законодавства ліцензування туроператорської діяльності;
- забезпечення ведення Ліцензійного реєстру суб'єктів туроператорської діяльності;
- забезпечення здійснення державного нагляду (контролю) за дотриманням суб'єктами господарювання вимог ліцензійних умов проведення туроператорської діяльності;
- участь у здійсненні стандартизації туристичних послуг та об'єктів туристичної інфраструктури (готелі, інші об'єкти, призначені для надання послуг з розміщення, заклади харчування, курортні заклади тощо);
- участь у представленні країни в міжнародних туристичних організаціях і на міжнародних туристичних заходах;

- поширення інформації про Україну та її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку [139].

Уявлення про процес управління ТРК в регіоні дають спільні цілі і напрямки роботи Уряду, стратегія розвитку туризму у регіонах, існуючі програми і концепції розвитку галузі, що розвивають форми і методи управління ТРК.

Аналізуючи стратегію розвитку ТРК у Черкаському регіоні, можна констатувати, що генеральною метою туристичної політики є розвиток конкурентоспроможного ТРК, здатного представити якісний і унікальний турпродукт на національному та міжнародному ринках туристичних послуг. Підцілями даної стратегії є розвиток внутрішнього, в'їзного та спортивно-оздоровчого туризму.

Туристична стратегія Черкащини документально оформлена [137]. Її загальна спрямованість простежується при аналізі роботи обласної адміністрації по управлінню ТРК [104]. За сучасних умов це безпріоритетний розвиток, тобто розвиток туризму і стимулювання розвитку ТРК здійснюється без виділення певних пріоритетних напрямків або видів туризму.

Традиційно Черкащина виступала туристичним регіоном, що спеціалізуються на рекреаційному туризмі, санаторно-курортному відпочинку, спортивному і культурно-пізнавальному туризмі, екскурсійній справі. Динамічно також розвивається сільський зелений туризм.

На даний час в Черкаській області реалізовується «Програма розвитку туризму 2020». У програмі пропонується структура розвитку туризму, що складається з взаємопов'язаних комплексу готелів та інших засобів розміщення, підприємств харчування, торгівлі, розваги та оздоровлення. Програма покликана стати тим документом, в якому визначені всі параметри і складові елементів майбутньої туристичної структури, методи та етапи її формування.

Основними завданнями Програми є такі [137], але вимагають доповнення наступним переліком:

- реалізація в Черкаській області концепції сталого розвитку туризму як екологічно безпечної форми використання природних і культурних ресурсів;
- визначення основних напрямків діяльності обласної адміністрації з управління туристичними ресурсами і туристичною індустрією;
- формування в регіоні сучасного туристичного ринку на основі розвитку конкуренції, поглиблення спеціалізації і кооперації в роботі туристичних підприємств;
- пріоритетний розвиток внутрішнього і в'їзного туризму;
- впорядкування відносин власності у сфері туризму з урахуванням особливостей характеру туристичної діяльності;
- стимулювання розвитку матеріальної бази туризму (засобів розміщення та інфраструктури) шляхом залучення вітчизняних та іноземних інвестицій для реконструкції і нового будівництва туристичних об'єктів;
- створення нового туристичного продукту, який дозволить регіону вийти в лідери за короткий проміжок часу;

- впорядкування відносин власності у сфері туризму з урахуванням особливостей характеру туристичної діяльності;
- розробка і впровадження на регіональному туристичному ринку прогресивних технологій туристичного обслуговування;
- проведення активної рекламної діяльності, спрямованої на формування образу Черкащини як регіону, сприятливого для розвитку туризму;
- здійснення комплексу наукових досліджень в галузі туризму за участю наукових установ Черкащини.

Реалізація Програми дозволить:

- отримати конкурентні переваги на туристичному ринку, зміцнити статус Черкащини як туристичного центру;
- зупинити щорічне зниження показників туристичної сфери Черкащини;
- збільшити доходи санаторно-оздоровчих закладів, туристичних фірм та інших організацій, що працюють в області прийому та обслуговування туристів, а отже і податкові надходження до бюджетів усіх рівнів;
- привернути увагу інвесторів до фінансування розвитку індустрії туризму Черкащини;
- створити сприятливі умови для залучення в сферу туристичного бізнесу малого і середнього підприємництва.

Аналіз стану конкретних напрямків інвестиційної політики в ТРК Черкаської області показав наявність в регіоні певної політики за напрямками залучення банківського капіталу, створення сприятливого інвестиційного клімату в ТРК регіону (табл. 3.1).

Однак методів впливу регіональних органів в даному напрямі явно недостатньо. Практично не опрацьовані такі складові інвестиційної політики ТРК регіону, як залучення коштів населення, амортизаційна політика, стимулювання використання прибутку підприємств на інвестиційні цілі. На стадії розробки знаходиться політика щодо розвитку ринку цінних паперів, ринку страхових послуг, а також ринку лізингової діяльності.

У той же час зусилля і робота сектору розвитку туризму вказують на ряд певних напрямків в політиці та управлінні ТРК регіону, які почали реалізовуватися:

- інформаційне забезпечення туриста та інвестора;
- моніторинг за туристичними потоками;
- просування потенціалу Черкащини на регіональних і міжнародних виставках;
- залучення та реклама інвестиційних можливостей ТРК Черкащини.

Проте, слід зазначити, що функції управління сильно розмежовані і розрізнені як між окремими відомствами, так і між різними рівнями управління.

Заходи зі створення сприятливого інвестиційного клімату розвитку ТРК Черкаської області

№	Напрямок роботи	Наявність у Черкаській області
1.	Встановлення суб'єктам інвестиційної діяльності ТРК пільг зі сплати місцевих податків і пільгових умов користування землею та природними ресурсами, що є у власності регіону	Надходження від сплати земельного податку повністю звільняються санаторно-курортні та оздоровчі заклади, установи відпочинку, які у публічній і профспілкової власності. Пільги мають санаторно-курортні установи з податку на майно.
2.	Уніфікація правил і процедур інвестиційної діяльності в регіоні	Регіональні органи прагнуть до забезпечення простих і зрозумілих правил інвестиційної діяльності, проте повного вирішення цього завдання в регіоні немає.
3.	Поліпшення інформаційного забезпечення інвесторів і туристів	Ведення банків даних про потреби в інвестиціях і потенційних інвесторах, розробка привабливих інвестиційних пропозицій, проектів - робота в цьому напрямку тільки розпочато.
4.	Методична та інформаційна допомога в підготовці інвестиційних проектів (туристичним підприємствам і організаціям)	Консультативна допомога. Надання необхідної методичної, статистичної, інформаційної підтримки при підготовці інвестиційних проектів.
5.	Презентація інвестиційних проектів, турів, окремих туристичних об'єктів	Широке представлення інвестиційних проектів на різних заходах і в різних інформаційних джерелах.

У результаті, ефективність управління практично дорівнює нулю. Відсутній стратегічний підхід в управлінні, немає чітких цілей і орієнтирів в розвитку. Останнім часом намітилася тенденція до впорядкування і посилення урядування ТРК на регіональному рівні, однак про нормальному положенні справ говорити ще рано. ТРК регіону має масу проблем і негативів, вирішувати, які потрібно спільно як на рівні окремого туристичного підприємства, так і за активної участі держави в особі галузевого міністерства.

Аналізуючи ситуацію розвитку підприємництва в сфері рекреації Черкащини, необхідно констатувати, що інвестування різних форм підприємницької діяльності проводиться неефективно, дана обставина зумовлено тим, що Черкаський регіон не може протистояти таким рекреаційним територіям, як Карпати і Чорноморське узбережжя.

У зв'язку з цим, можливо створення цільових регіональних програм, що стимулюють інвестиційну активність. У ній повинні бути розроблені механізми мобілізації коштів вітчизняних та іноземних інвесторів на активний розвиток підприємництва в рекреаційній сфері.

Структурно-логічна схема реалізації механізму інвестування рекреаційних підприємств в системі регіональної економіки може бути представлена наступним чином (рис. 3.3).

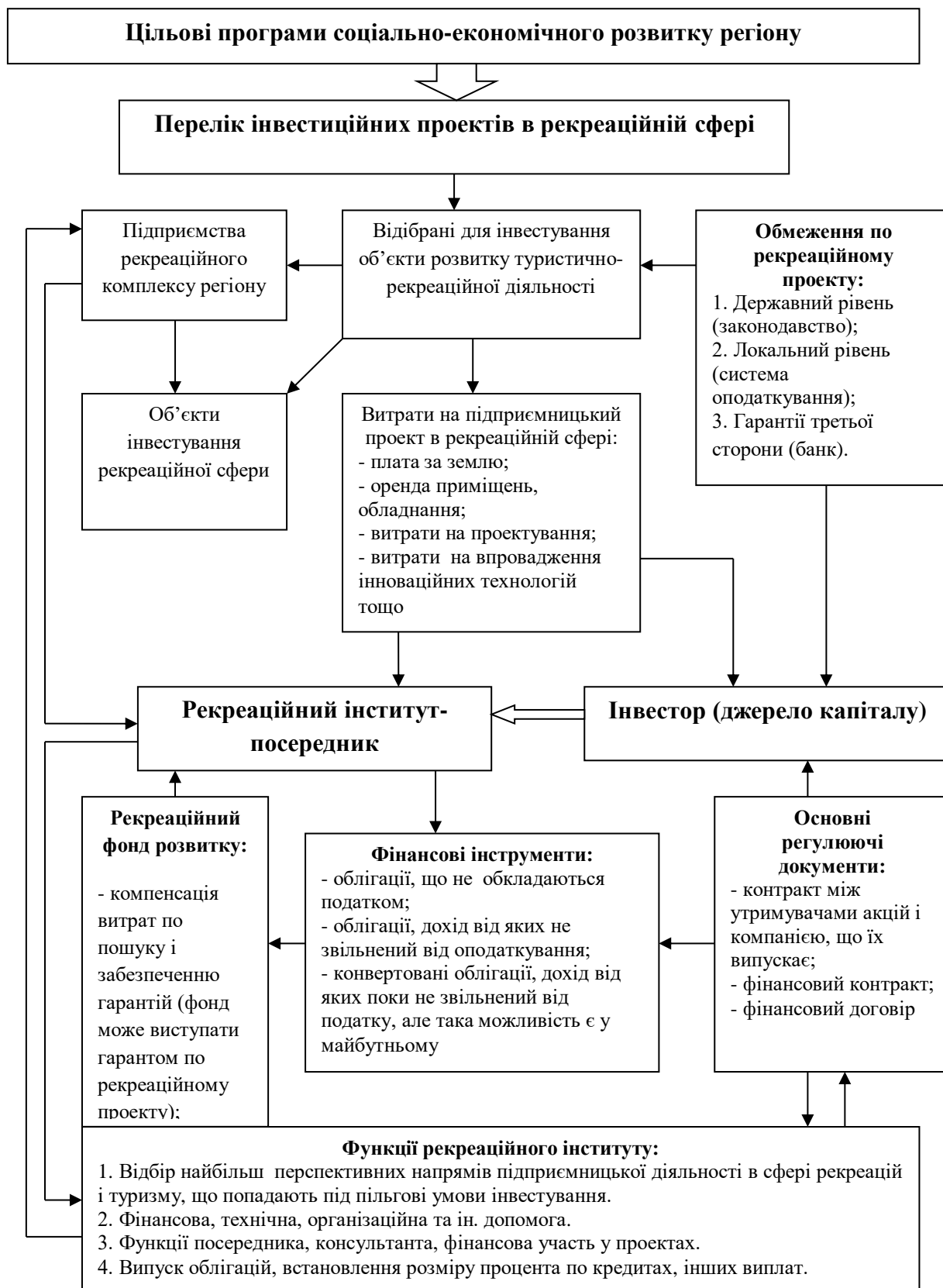


Рис. 3.3. Схема реалізації механізму інвестування рекреаційних проектів у регіоні

З даної схеми видно, що фінансові інститути можуть надавати великий вплив на рішення з інвестицій та управління в рекреаційній сфері регіону, враховуючи вплив на навколишнє середовище. На рис. 3.3 відображені функції рекреаційних суміжних організацій – інституту-посередника, фонду розвитку, інвестора.

У запропонованій схемі роль посередника полягає у вирішенні важливого завдання конструктивної взаємодії органів державної влади та рекреаційного бізнесу в регіоні як частини цільового механізму залучення додаткових інвестицій для створення ефективних структур і розвитку інфраструктури регіону. Ефективність створення посередницької організації диктується тим, що не завжди підприємці, маючи цікавий проект, можуть його реалізувати. В цьому випадку посередник визначає привабливість, конкурентоспроможність та економічну доцільність проекту.

Такий підхід допоможе створювати в регіонах економічні і фінансові умови для залучення інвестицій, зближення банківського і промислового секторів економіки, зниження ризиків кредитування виробників товарів і послуг. Для цього відповідними нормативними актами необхідно передбачити наступні механізми:

- надання інвестиційних податкових кредитів за рахунок коштів державного бюджету;
- погашення за рахунок коштів державного бюджету витрат підприємств, які здійснюють інвестиційні проекти, по виплаті відсотків за користування довгостроковими кредитами банків;
- часткового фінансування інвестиційних витрат підприємств за рахунок кредитних ресурсів банків і засобів місцевих бюджетів, що вдвічі знижувало б витрати на виплату відсотків за користування позиковими засобами;
- фінансових гарантій капіталовкладень за рахунок активів відповідного фонду, запланованого в бюджеті розвитку країни;
- надання гарантій підприємствам малого бізнесу державним Фондом підтримки малого підприємництва;
- створення банківських траншів для фінансування сполучених інвестиційних проектів;
- конкурсного відбору інвестиційних проектів на фінансування з усіх можливих джерел.

Згідно із запропонованою концепцією Черкащина зуміє скористатися своїми перевагами (наявними туристично-рекреаційним потенціалом, унікальним географічним положенням) і домогтися розвитку ефективних і пріоритетних напрямків ТРК. Він посилить свою роль активного туристичного центру, який надає якісний і унікальний турпродукт як вітчизняним, туристам, так і туристам із зарубіжних країн. Туристичний продукт стане більш якісним, привабливим і диференційованим. У число унікальних послуг можуть увійти конгресовий, екстремальний і спортивний туризм, що приверне принципово нові групи туристів, стимулює розвиток обслуговуючого виробничого сектора,

створить приплив інвестицій в ТРК регіону, супутні підприємства і суміжні галузі, забезпечить регіон новими робочими місцями.

Такий підхід має бути реалізовано в три етапи. Перший зосередить в собі поліпшення організаційної та матеріальної інфраструктури республіки, він триватиме близько 3-х років. У ході другого етапу буде відбуватися переважно поліпшення бази розміщення. Крім того, передбачається істотне розвиток секторів спортивного та екскурсійного туризму. Цей етап буде кілька перетинатися з першим, тривати близько 7 років і забезпечить невеликий приріст числа іноземних туристів. Заключний етап дасть переважно розвиток екстремального і конгресового туризму, а також дитячого та сімейного туризму. Він триватиме все друге десятиліття періоду реалізації Стратегії.

Реалізація стратегії повинна включати пріоритетні програми дій, заходи щодо вдосконалення управління, а також ефективні механізми фінансування напрямків розвитку ТРК регіону відповідно до обраної стратегії.

Спираючись на базові цілі розвитку ТРК Черкащини були встановлені пріоритетні програми дій по реалізації стратегії:

1. Збільшення позабюджетних джерел інвестицій в ТРК регіону;
2. Відновлення і розвиток (поліпшення) туристичної інфраструктури регіону;
3. Розвиток паломницького, конгресового і екскурсійного туризму;
4. Створення позитивного туристичного іміджу Черкащини;
5. Посилення інститутів управління регіональним ТРК;
6. Створення системи інформаційного забезпечення ТРК регіону і інститутів по її обслуговуванню;
7. Маркетинг в ТРК регіону;
8. Поліпшення матеріально-технічної бази.

Кожна з цих програм актуальна протягом стратегічного періоду і повинна включати конкретні проекти. Їх необхідно буде продовжувати до кінця періоду. На кожному з цих програм буде призначено по одній відповідальній особі з числа керівників регіональних державних органів, які будуть гарантувати доступ до ресурсів і їх ефективне використання.

Важливим аспектом реалізації обраної стратегії виступає її ефективна організація. Аналіз показав наявність в Черкаському регіоні цілого комплексу проблем у сфері управління ТРК і його маркетингу, серед них: недостатність масштабу регіональної структури управління ТРК, обмеженість фінансування, слабкість реалізації та контролю намічених заходів, відсутність належної технічної та інформаційної оснащеності регіональних органів управління, незадовільні внутрішні комунікації, розрізненість регіональних структур, які здійснюють управління окремими складовими ТРК. Вирішення зазначених проблем можливе шляхом консолідації усіх галузей економічної діяльності регіону у напрямі розвитку туристичної сфери, індустрії гостинності, а разом з тим і соціокультурного піднесення.

3.3. Основні принципи стратегії формування та розвитку регіональних туристично-рекреаційних комплексів

Розвиток регіонального туристично-рекреаційного комплексу (РТРК) – це режим функціонування, який орієнтований на позитивну динаміку параметрів рівня і якості туристичного продукту, забезпеченого стійким, збалансованим і багатофакторним відтворенням туристичного, соціального, культурного, економічного та екологічного потенціалів регіону.

У Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні до 2026 року метою розвитку туризму визначається формування сучасного ефективного конкурентоспроможного ринку, що забезпечує широкі можливості для задоволення потреб українських та іноземних громадян в туристичних послугах, підвищення зайнятості і рівня доходів населення [151].

Сьогодні для покращання своїх конкурентних позицій РТРК можуть залучати одну із шести обраних стратегій.

1. Заохочення туристів і ділових відвідувачів – партнерів.
2. Залучення бізнесу з інших місць і територій.
3. Утримання і розширення існуючого бізнесу.
4. Стимулювання розвитку малого бізнесу.
5. Збільшення обсягу експорту і залучення сторонніх інвестицій.
6. Збільшення числа жителів або зміна структури населення [151].

Формування стратегій, тобто стратегічний вибір, є одним з найважливіших етапів стратегічного управління РТРК. Стратегії розробляються для конкретного об'єкта управління і залежать від його специфіки, тому саме цей етап найменш піддається уніфікації. Формування стратегії досить складний процес, що має незворотні наслідки при допуску помилок на цьому етапі, і при здійсненні цього процесу необхідно дотримуватися ряду принципів:

- цілеспрямованості, що передбачає вибір функцій, пріоритетних для об'єкта стратегічного управління і спрямованих на досягнення певних соціальних стандартів;
- комплексності, який передбачає визначення набору функцій об'єкта стратегічного управління з урахуванням узгодження всієї сукупності прогностичних оцінок і факторів його розвитку;
- системності, що передбачає врахування передумов і обмежень розвитку об'єкта стратегічного управління, які зумовлені функціонуванням і зміною зовнішнього навколишнього середовища;
- адаптивності, що полягає у виробленні спеціального механізму, який дозволяє вносити корективи в стратегічні плани і проекти під впливом змін як у самому об'єкті, так і в навколишньому середовищі;
- ефективності, а з точки зору регіонального розвитку – соціально-економічної ефективності, що передбачає визначення такого набору функцій, які дозволять досягти стратегічних цілей за раціонального використання ресурсів регіону;

– мінімізації ризиків, що полягає в забезпеченні максимально можливої мінімізації ризиків (невизначеностей), обумовлених виконанням об'єктом стратегічного управління тих чи інших функцій у перспективі.

Процес формування стратегії складається з трьох послідовних етапів: формування альтернативних варіантів стратегії розвитку РТРК; оцінки альтернативних варіантів стратегії; стратегічного вибору.

На регіональному рівні розробляються і затверджуються, як правило, три варіанти стратегічних рішень [3]. Стосовно до регіонального туристично-рекреаційного комплексу вони будуть виглядати наступним чином (рис. 3.4).

1. Песимістичний, коли має місце складний економічний стан, як самого регіону, так і його туристичних ресурсів.

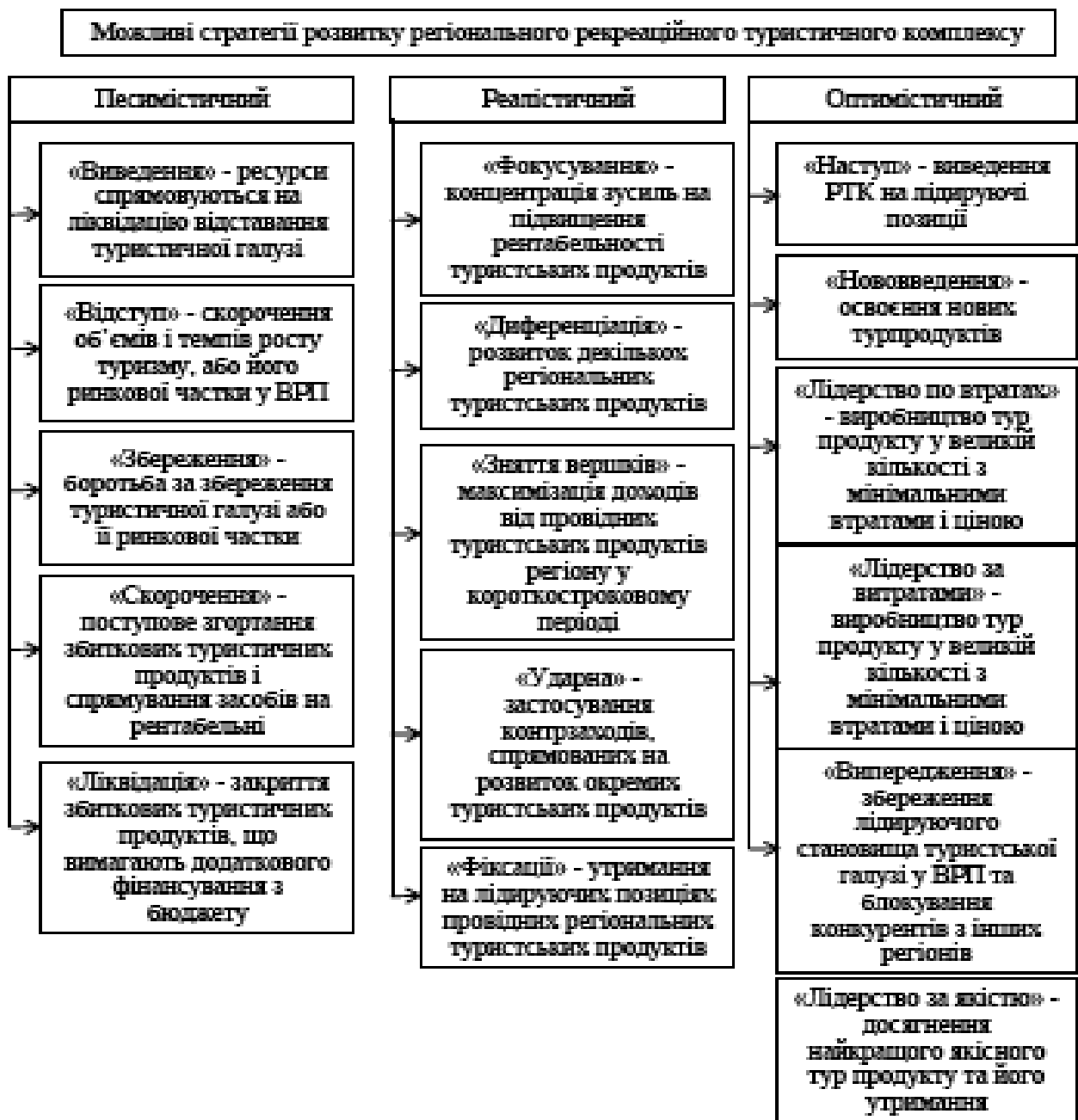


Рис. 3.4. Рекомендовані стратегії розвитку туристично-рекреаційного комплексу

2. Реалістичний, найбільш доцільний для положення, коли регіон знаходиться в стадії зрілості, його регіональний туристичний комплекс сформований і стабільно функціонує.

3. Оптимістичний, коли регіон має високі доходи, стійке соціально-економічне становище, розвиток його туристичного комплексу здійснюється з високими темпами, всі підсистеми знаходяться в стані інтенсивного використання і функціонування.

У рамках кожного з варіантів доцільно використовувати конкретні стратегії, які потрібні для розробки комплексних програм сталого розвитку туризму і РТРК, насамперед, у тих напрямках, де регіон має конкурентну перевагу. На рис. 3.4 представлені можливі стратегії розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу в рамках кожного з варіантів.

Реалізація цілей стратегічного управління РТРК, розробка та здійснення комплексів заходів щодо їх реалізації повинні проводитися відповідно до наступних основних принципів:

– принцип обов'язковості – розвиток туристичного комплексу має бути обов'язковою функцією органів регіональної влади, органів місцевого самоврядування, туристичних організацій та підприємств усіх організаційно-правових форм;

– принцип правової обумовленості – розвиток регіонального туристичного комплексу має здійснюватися у суворій відповідності з чинними законодавчими та правовими актами України, та стратегією розвитку туризму відповідного регіону;

– принцип універсальності – стратегічне управління регіональним туристичним комплексом різних регіонів будується на використанні універсальних методів і інструментів стратегічного управління;

– принцип превентивності-стратегічне управління розвитком регіонального туристичного комплексу здійснюється, перш за все, в інтересах соціально-економічного розвитку регіону, ґрунтується на поступовому виведенні туристичної галузі на необхідний для регіону рівень і масштаб;

– принцип розумної достатності – стратегічні плани, програми і проекти розвитку елементів РТРК плануються та реалізуються з урахуванням розумної достатності їх обсягів і строків, економічної, соціально-культурної та екологічної обґрунтованості;

– принцип диференційованості – характер, обсяг, строки і порядок здійснення програм, проектів, планів розвитку РТРК повинні відповідати особливостям кожного регіону і передбачати раціональне використання туристичних та інших ресурсів регіону;

– принцип розмежування функцій – стратегічне управління розвитком регіонального туристичного комплексу будується на поділі повноважень між органами державної, регіональної влади, органами місцевого управління, адміністрацією туристичних організацій і підприємств туристичної інфраструктури, на поєднанні централізму з обов'язковою активною участю всіх ланок.

3.4. Парадигма та стратегія розвитку туризму

Сучасним етапом розвитку економіки України є структурне відтворення її галузей, становлення міжгалузевих зв'язків на корпоративно-індустріальних платформах де поряд з іншими, набуває пріоритетності – індустрія туризму. За таких умов, структурне оновлення економіки неможливе без стратегії розвитку та вироблення ефективних планів становлення галузі, її координації на основі загальної спрямованості виробничих і управлінських та маркетингових процесів. Своєчасним тут постає розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16 березня 2017 р., № 168-р в якому зазначено, що метою реалізації стратегії є створення умов для активізації туристичної галузі економіки відповідно до міжнародних стандартів якості та з урахуванням європейських цінностей, що сприяє підвищенню рівня життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [134].

Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. у розвитку туризму стали проявлятися тенденції, пов'язані із загальним економічним зростанням і негативним його впливом на оточуюче середовище. Це спонукало світову громадськість до формування нової економічної парадигми життєдіяльності людини, що ґрунтується на формуванні соціуму як підсистеми в межах економічної системи і туризму як інтегрованої системи в межах соціально-економічної системи, що виразилось у концепцію стійкого розвитку туризму.

Розвиток туристичної сфери призвів до трансформації міжгалузевих відносин бізнесу, перетворивши туризм на неодмінну складову соціально-економічного і культурного життя, пов'язаний з чинниками нового рівня розвитку суспільства. Сучасне відродження туристичної галузі обумовлюється формуванням нової економічної парадигми заснованої на розвитку глобальної екосистеми та туризму як інтегрованої соціально-економічної системи, що надало можливість розвивати положення концепції сталого розвитку туризму.

Сталий (гармонійно-довготривалий та збалансований) розвиток – це процес, що забезпечує рівновагу економічної динаміки, як баланс між соціально-економічними та культурно-природними складовими.

Не вдаючись до термінологічних дискусій, можна вважати, що сталий (соціально-економічний, інтегрований, культурно-екологічний) – це такий необхідний варіант розвитку, при якому економічні, екологічні та соціальні цілі врівноважуються та інтегруються, а темпи економічного зростання не перевищують темпів відтворення природних ресурсів, причому основним показником такого розвитку вважається поліпшення якості життя [117].

Предмет дослідження сталого розвитку туризму досить розгалужений, складний і практично необмежений. Необхідно зазначити, що ідеї, концепції і теорії, які активно досліджуються, є лише передумовою дискусій, що базуються на твердженнях про цінності, ніж на емпіричних даних. У більшості випадків висновки фахівців щодо важелів забезпечення або віднесення певних форм і видів туризму до його сталого розвитку залежать від рівня інтелекту й

освіченості стосовно цих питань, обмеженості ресурсів, особистих уподобань вчених щодо відпочинку й організації дозвілля, розміру доходів і належності до тієї чи іншої соціальної групи.

У контексті сталого розвитку туризму ключовим постає питання постійного узгодження та гармонізації взаємовідносин суб'єктів соціуму та їхнього оточення за: вектором часу, як досягнення короткотермінових і довгострокових цілей у вирішенні альтернативних проблем отримання швидкого та максимального прибутку туристичним бізнесом, використання туристичних ресурсів у межах відновлюваного процесу або оптимізація цих взаємовідносин; вектором простору, як задоволення потреб міжнародного туристичного руху та міжнародного капіталу у вирішенні логістичних проблем географічного просування туристичних потоків у нові DESTINATIONI, екологічно чисті та заповідні зони, труднодоступні місця без певних обмежень, поліпшення економічних умов розвитку місцевих громад, розвиток окремих потенційних DESTINATIONI і туристичних об'єктів, або ж оптимізація цих підходів з мінімізацією туристичного втручання в умови й уклад життя окремих громад.

Конфлікт інтересів у межах кожного вектора туристичного потоку є динамічним і багатofакторним. Тому, пошук сучасних шляхів його вирішення знаходиться у площині дотримання принципів і критеріїв сталого розвитку туризму, розробки механізму партнерства між усіма зацікавленими сторонами процесу.

У розробку основ концепції сталого розвитку туризму як складової цілісної парадигми сталого розвитку суспільства в цілому в тому вигляді, в якому вона склалася на сучасному етапі, закладено динаміку збалансованої єдності соціоекономічних та культуроекологічних характеристик. Можна впевнено стверджувати, що концепція сталого розвитку є основою динамічного моделювання розвитку світу, окремих країн, регіонів і міжрегіональних утворень; окремих галузей, видів економічної діяльності і секторів економіки. Сьогодні вона акумулює такі обумовлені імперативні компоненти як мобільність, туристифікацію простору, екологізацію, соціологізацію, гуманізацію та технологізацію, що характеризують туризм як одну з найважливіших складових споживчих моделей сучасного суспільства [118].

У проекті Закону України «Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року» [132] концепція сталого розвитку постає програмою стратегічного державного регулювання, що полягає у виборі ключових напрямків, а також у забезпеченні необхідного потенціалу для довгострокового соціально-економічного розвитку країни та її регіонів.

Кінцевим результатом стратегічного державного регулювання є відповідна, остаточно сформована ефективна стратегія, яка являє собою функцію, що залежить не від часових характеристик, а визначається характеристиками напрямків. Вона не потребує вживання негайних заходів, а реалізується через розробку комплексних планів, систему бюджетів усіх рівнів, впровадження цільових програм розвитку тощо [174].

Формування стратегії державного регулювання туристичної діяльності, відповідно до стратегії сталого розвитку, може реалізовуватися наступними етапами:

1. Проведення аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування системи та аналіз наявних туристичних ресурсів.

2. Формування місії, стратегічних цілей та вибір пріоритетів державного розвитку туристичної галузі.

3. Дослідження альтернативних стратегій розвитку туризму за визначених місії і пріоритетних цілей.

4. Вибір оптимальної стратегії державного регулювання туристичної діяльності, розробка програми та заходів її впровадження.

5. Реалізація стратегії державного регулювання галузі туризму та встановлення індикаторів моніторингу регулюючих впливів.

6. Оцінка та контроль виконання стратегії державного регулювання туризму.

Відповідно до обраної стратегії розробляється ієрархія стратегічних цілей державного планування. Перш за все, встановлюються ключові довгострокові цілі, після чого визначаються середньострокові і короткострокові цілі, що відповідають загальній місії розвитку системи. При цьому стратегічні цілі державного планування повинні бути пов'язані з відповідними функціями держави в сфері, що досліджується, зокрема, у сфері туризму та курортів [180].

Слід акцентувати увагу на тому, що цілі стратегічного державного планування визначаються на основі відповідних стратегічних пріоритетів розвитку туризму і стратегічного державного планування розвитку галузей. Відповідно, забезпечити сталий розвиток туристичної індустрії може лише державне планування, що спирається на стратегічні пріоритети, під якими слід розуміти міжфункціональні цілі державного планування, визначені відповідно до складових комплексної державної політики у сфері туризму та курортів, виконання яких є критично важливим для державного управління в туристичній індустрії з урахуванням регіональних особливостей.

3.5. Теоретико-методологічні засади дослідження туристичної рекреації для забезпечення збалансованого розвитку території

Для забезпечення переходу України та її регіонів до моделі збалансованого розвитку важливо розвивати раціонально організовану туристично-рекреаційну діяльність як найменш екологічно шкідливу та нересурсоємну галузь, що сприяє досягненню позитивного економічного, соціального, екологічного ефектів розвитку території. Діяльність з організації туристичної рекреації вигідна як підприємствам, які надають послуги рекреаційного спрямування, через можливість застосування невеликого стартового капіталу та швидкого обігу коштів, реалізації потреби у відпочинку всім і завжди, а тому наявності попиту, так і державі та місцевим громадам, адже при цьому створюються робочі місця, надходять іноземна валюта, кошти

до місцевого бюджету, раціональніше використовуються рекреаційні ресурси, стимулюються прибуткові внутрішні галузі – транспорт, громадське харчування, зв'язок, народні промисли, рекламно-інформаційна справа тощо.

Визначаючи рекреацію як суспільне явище, пов'язане з відтворенням і розвитком фізичних, психічних, духовних та інтелектуальних сил людини, що відбувається в місцях, які можуть бути використані для цих цілей як у межах населеного пункту, що є місцем проживання відпочиваючих, так і поза ним, вважаємо її явищем, а рекреаційну діяльність – процесом, в якому воно реалізується.

Зважаючи на те, що концепція туристичних рекреаційних систем виступає теоретичною основою досліджень територіальної організації рекреації, будемо використовувати більш сучасні назви підсистем, як дві групи складових: ті, що утворюють туристично-рекреаційний потенціал території («туристично-рекреаційні ресурси», «рекреаційна інфраструктура», «туристично-рекреаційні послуги»), та головні компоненти («рекреанти», «рекреатори») – керівні органи, які здійснюють туристично-рекреаційну діяльність. Зазначені компоненти, що входять до складу ТРК, самі можуть виступати у ролі досить складних систем.

Туристично-рекреаційні системи за площею поширення поділяються на макрорегіональні, мезорегіональні, загальнодержавні, регіональні, ареальні, локальні; рівнем атрактивності – світові, національні, місцеві; видом середовища – урбанізовані, руральні, міжпоселенські, комбіновані; сформованістю – сформовані, започатковані, неврівноважені; періодичністю функціонування – постійні, сезонні, тимчасові; тривалістю – довготривалі та короткочасної рекреації; метою діяльності – психофізичної, духовно-інтелектуальної рекреації, комплексні.

Рекреаційний потенціал території являє собою ступінь потужності певної території в рекреаційному відношенні, сукупність засобів, необхідних для здійснення рекреаційної діяльності. Прогресивною тенденцією розвитку території вважається підвищення реалізації її рекреаційного потенціалу, що досягається екстенсивним шляхом або інтенсифікацією використання наявних ресурсів.

Рекреаційні ресурси – наявність або запас будь-яких складових (об'єкт, місце, явище, процес, захід, властивість тощо), при безпосередньому або опосередкованому споживанні, яких відбувається відтворення і розвиток фізичних, психічних, духовних та інтелектуальних сил людини.

Сучасна класифікація туристично-рекреаційних ресурсів спирається на їхні специфічні особливості, які виникають при належності до одного із кінців чотирьох шкал: «матеріальність – нематеріальність», «визначеність у просторі – територіальна необмеженість», «статичність – динамічність», «надання рекреаційних послуг – неможливість самостійно надавати рекреаційні послуги». Варіанти поєднання цих особливостей дають можливість виділити 6 груп ресурсів: об'єкти туристичної рекреації, рекреаційні угіддя, рекреаційні властивості простору, явища та процеси рекреаційної дії, туристично-

рекреаційні заклади, рекреаційні заходи. Окремою групою туристично-рекреаційних ресурсів вважаємо історико-культурні заповідники через їх комплексність.

Послуги, що забезпечують та відновлюють здоров'я, задовольняють культурні, інтелектуальні потреби, підтримують духовний і фізичний розвиток особи, нормальну життєдіяльність споживача, відносяться до рекреаційних послуг. Такі послуги продукують рекреатори – «суб'єкти господарювання (фізичні та юридичні особи), які отримали право займатися рекреаційною діяльністю в порядку, визначеному законодавством із метою отримання прибутків чи виконання соціального замовлення на госпрозрахункових умовах» [133].

Розрізняємо рекреаційні послуги за видами діяльності рекреантів і часовим обмеженням на їх здійснення (туристичні, екскурсійні, культурно-дозвіллієві послуги, послуги курортно-профілактичного лікування та оздоровлення), функціональним призначенням (курортно-лікувальні та профілактично-оздоровчі, культурно-пізнавальні та культурно-розважальні, культурно-освітні та розвиваючі, спортивно-оздоровчі, організації професійно-ділової, промисельної рекреації, організації сільського (зеленого) туризму, розважальні), фінансовими витратами споживача (платні, безкоштовні; з повною або частковою оплатою), залежно від задіяння у рекреаційній та інших сферах господарства: цільові, коли вони забезпечують основну мету здійснення рекреаційної діяльності (послуги туроператорів і турагентів, лікувально-оздоровчих, культурно-освітніх, культурно-пізнавальних, розважальних закладів); нецільові, що створюють нормальні умови життєзабезпечення рекреанта (транспортування, розміщення, харчування, побутового, інформаційно-рекламного, банківсько-страхового обслуговування та ін.).

Туристично-рекреаційна інфраструктура – сукупність засобів, закладів, споруд, мереж та інших елементів матеріально-технічної бази, що допомагають здійснювати туристично-рекреаційну діяльність. Залежно від участі в інших сферах життєдіяльності суспільства туристично-рекреаційну інфраструктуру поділяємо на універсальну (загальнодоступну, таку, що обслуговує загальні потреби суспільства), соціальну (орієнтовану на соціальні потреби суспільства), спеціалізовану (ту, що застосовується лише у рекреаційній сфері), а також інституційну (таку, що забезпечує функціонування галузі з науково-методичних, координуючих позицій); за згрупованістю виділяємо окремі елементи, групи елементів або агрегат; за функціональним призначенням вирізняємо специфічну (наявність якої потрібна обов'язково, без якої неможливо займатися певним видом рекреаційної діяльності) та звичайну (що створює комфортні умови для рекреації).

Рекреантів, під якими розуміємо всіх людей (як місцевих, так і приїжджих), що в межах певної території здійснюють туристично-рекреаційну споживчу діяльність і задовольняють свої рекреаційні потреби (необхідність психофізіологічного та духовно-інтелектуального відтворення та розвитку сил індивіда), класифікуємо за географічною (територія походження, тип

поселення, природні особливості постійного місця), демографічною (вік, стать, сімейний стан, склад сім'ї), соціально-економічною (матеріальний стан, соціальний статус, рівень освіти, рід заняття), медико-біологічною (стан здоров'я, біологічні потреби), психолого-поведінковою (спосіб життя, особистісні характеристики, поведінкові особливості) ознаками.

Територіальною організацією туристично-рекреаційної діяльності вважаємо науково обґрунтоване просторове поєднання (вертикальні та горизонтальні зв'язки) рекреаційного потенціалу території, що включає ресурсну та інфраструктурну складові, а також послуги, що надаються туристичними і рекреаційними підприємствами.

У територіальній структурі туристично-рекреаційної діяльності виділяємо точкові (пункт, центр, вузол), ареальні (ареал, район, зона) та регіональні складові. Якщо рекреаційному пункту притаманний прояв одного – двох видів рекреаційних ресурсів, у рекреаційному центрі поєднується кілька видів рекреаційних ресурсів та наявна інфраструктура, то у рекреаційному вузлі при високому рівні розвитку інфраструктури поєднуються кілька видів рекреаційних ресурсів для занять кількома видами туристично-рекреаційної діяльності.

Рекреаційний ареал – невелика за площею територія, в межах якої сконцентровані ресурси для здійснення конкретного виду рекреаційних занять; рекреаційний район – більша за площею територія, на якій поширені ресурси для кількох видів рекреаційної діяльності; рекреаційна зона – значна за площею територія, на якій проявляються ресурси для багатьох видів рекреаційної діяльності. Регіональні складові територіальної структури за площею співпадають з адміністративною областю, адміністративним районом, територією міської, селищної або сільської ради.

На формування територіальної структури рекреаційної діяльності впливають економічні, соціальні, екологічні, політико-правові, природно-географічні чинники та географічне положення.

Дослідження організації рекреаційної діяльності в регіоні пропонуємо розглядати у трьох аспектах:

- 1) загальнодержавному – у порівнянні з іншими регіонами України;
- 2) загальнорегіональному – у співставленні рекреаційного потенціалу регіону рекреаційним потребам населення;
- 3) внутрішньорегіональному – через виявлення відмінностей між територіальними складовими регіону (у даному разі – адміністративними районами).

При віднесенні адміністративних одиниць до певного типу регіону за ступенем розвитку рекреаційної діяльності враховувались такі інтегральні показники, як забезпеченість рекреаційними ресурсами та розвинутість рекреаційної галузі. У результаті з'ясувалось, що Черкаська область разом із 17 областями відноситься до групи регіонів із середнім ступенем розвитку рекреації, високий ступінь мають Київська, Львівська, Одеська області, низький – Кіровоградська, Сумська області.

Виявлення особливостей рекреаційної діяльності на загально регіональному рівні запропоновано проводити в такій послідовності:

I етап – оцінювання рекреаційного потенціалу (рекреаційних ресурсів, розвинутості рекреаційних послуг, рекреаційної інфраструктури).

II етап – виділення елементів територіальної структури (точкових, ареальних, регіональних).

III етап – виявлення рекреаційних потреб населення.

IV етап – співставлення рекреаційних потреб населення і рекреаційного потенціалу території.

V етап – надання рекомендацій щодо вдосконалення територіальної організації рекреаційної діяльності (надання пропозицій для гармонізації співвідношення між рекреаційним потенціалом території і рекреаційними потребами населення, виявлення перспективних напрямів рекреаційної діяльності).

Обґрунтовуючи кожен з п'яти позицій, пропонуємо враховувати такі оцінки рекреаційних ресурсів: наявність, кількість, різноманітність, ціннісний ранг, ефективність використання, рівень забезпеченості видів рекреаційної діяльності, рівень задоволення рекреаційних потреб.

При цьому робота суб'єктів рекреаційної господарської діяльності може бути оцінена у натуральному (чисельність обслугованих, кадровий або трудовий потенціал) та у вартісному або грошовому (обсяги наданих послуг, отриманих прибутків) вираженнях. Дані розвитку галузі рекреації у межах певної території та діяльності окремих підприємств, які надають рекреаційні послуги, можуть виражатися абсолютними, але краще відносними показниками (до загальних обсягів по даній території, до попередніх років, у розрахунку на певну кількість жителів, на 1-го обслуговуваного, на 1-го працюючого в даній сфері, на 1-е підприємство тощо). Останнє зауваження стосується й оцінювання розвинутості рекреаційної інфраструктури – відносні показники можуть виражатися через щільність об'єктів, місткість, забезпеченість (у розрахунку на певну кількість (100, 1000, 10 тис., 100 тис. осіб) місцевих жителів або приїжджих).

З'ясування відмінностей організації туристично-рекреаційної діяльності на внутрішньорегіональному рівні запропоновано проводити так:

I етап – оцінка туристично-рекреаційного потенціалу (оцінка забезпеченості рекреаційними ресурсами, оцінка розвинутості туристично-рекреаційної інфраструктури, оцінка розвинутості рекреаційних послуг);

II етап – виявлення ступеню розвитку рекреації;

III етап – визначення збалансованості між складовими рекреаційного потенціалу;

IV етап – надання рекомендацій для урівноваження складових туристично-рекреаційного потенціалу.

РОЗДІЛ 4

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

4.1. Методологічні підходи до формування системи стратегічного управління розвитком регіональним туристично-рекреаційним комплексом

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Розвиток туристичної галузі є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем та постійну мінливість внутрішнього. Тому, важливо визначити, які саме фактори їх обумовлюють та впливають на збалансованість та ефективність використання туристичного потенціалу [47].

Найближчі 7 років ефективність розвитку кожного регіону значною мірою залежатиме від того, як саме буде побудований процес стратегічного планування та управління. Вже зараз, у 2020 році в областях приступають до підготовки регіональних стратегій розвитку на 2021-2027 роки та планів заходів їх реалізації. У Міністерстві регіонального розвитку дали чіткий сигнал – державні кошти у наступні роки будуть спрямовувати на фінансування проектів розвитку лише у відповідності до якісно розроблених регіональних стратегічних документів.

«...Найбільша помилка попереднього періоду у тому, що регіони відбирали на фінансування проекти, спрямовані на освоєння коштів, а не на створення нових робочих місць та зростання доходів бюджетів. Ця помилка має свої причини. Деякі регіональні стратегії були неякісними, розробленими в кабінетній тиші, без врахування затвердженої методики та обговорення з представниками бізнесу та наукових закладів, органів місцевого самоврядування, регіональними експертами. І ще – відбір регіональними органами влади проектів на фінансування за кошти ДФРР, інших бюджетних програм не був спрямований на досягнення завдань регіональних стратегій. Така практика є неприйнятною і безперспективною...» [151].

Угода про асоціацію з ЄС передбачає, що до кінця 2025 року Україна повинна максимально наблизити своє законодавство до законодавства ЄС та імплементувати у вітчизняне законодавство положення близько 350-ти директив, регламентів та рішень ЄС, що позитивно відобразатиметься на розвитку туристичної діяльності.

Удосконалення системи стратегічного планування регіонального розвитку є одним із основних завдань державної регіональної політики. Від обґрунтованості та виваженості формування Державної стратегії регіонального розвитку та регіональних стратегій розвитку залежить ефективність державної регіональної політики та перспективи фінансового забезпечення заходів

реалізації стратегій. Маючи чітко виражений європейський вектор суспільного розвитку Україні необхідно гармонізувати підходи вітчизняного стратегічного планування з європейськими [98].

Уряд України схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму. Реалізація акта передбачається за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів та інших джерел не заборонених законодавством, а обсяг фінансування визначатиметься щороку з урахуванням конкретних завдань і реальних можливостей [152].

Поєднання туристичної та рекреаційної галузей органічно викликає створення туристично-рекреаційного комплексу – типового міжгалузевого комплексу, в якому прямо чи опосередковано беруть участь багато різних галузей як матеріального, так і нематеріального виробництва. Він є системою економічно та соціально поєднаних окремих галузей, виробництв, виробничих підприємств та підприємств сфери послуг на певній території, призначення яких полягає у забезпеченні рекреаційними послугами населення конкретної територіальної одиниці. Поняття «рекреаційний» підкреслює спрямованість функцій комплексу на реалізацію оздоровчих потреб населення та відновлення життєвих сил людини, а «туристичний» означає тимчасовий виїзд громадян з місць постійного проживання з метою відновлення життєвих сил і непов'язаний з оплачуваною діяльністю [36].

Туристично-рекреаційний комплекс (ТРК) як система характеризується складною внутрішньою структурою, великою кількістю різномірних за своєю природою елементів і взаємозв'язків, наявністю невизначеності та ризику, неоднозначністю наслідків від прийнятих управлінських рішень тощо. Згідно з сучасними системними уявленнями ТРК належить до класу складних слабо структурованих систем, для яких часто виявляється неможливим розробити досконалу стратегію внаслідок значної невизначеності взаємодії елементів і підсистем та наявності прямих та опосередкованих зворотних зв'язків, нелінійних і синергетичних ефектів [36].

На даний час в туристично-рекреаційному секторі економіки спостерігається інтенсивне формування різних бізнес-процесів різних сфер діяльності, платформою для яких є стратегії галузевого, національного, міжнародних, інтегрованих рівнів.

Метою реалізації національної стратегії є 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 [134].

Не всі території чи регіони України є однаково потужними з економічної точки зору, не всі мають однакові природні характеристики, котрі роблять їх привабливими для проживання, праці, здійснення інвестицій, розвитку туризму тощо. Регіони мають неоднакові економічні, соціальні чи екологічні можливості, що впливають на їх привабливість для здійснення господарської діяльності. Економічний та соціальний розвиток у деяких регіонах значно повільніший, ніж в інших.

Певні види господарської діяльності не можуть розвиватися або здійснюватися на всіх територіях, оскільки деякі території мають об'єктивні переваги або вади.

Проте основним ресурсом будь-якого регіону є його мешканці, інституції та співпраця між ними. Цей чинник міг мати меншу вагу в минулому, але сьогодні він є ключем до успішного майбутнього. Досвід показує, що успішними стають ті регіони та комплекси, які вдало розвивають власну внутрішню спроможність та поліпшують ті внутрішні умови, які впливають на інвестиції та підтримують їх.

Розв'язання деяких проблем не завжди вимагає значних коштів, якщо регіональні (місцеві) зацікавлені сторони, співпрацюючи один з одним, можуть щось робити, принаймні, з точки зору ініціювання процесу розвитку. Як правило, першими кроками цього процесу є партнерство регіональних та місцевих кіл, яке базується на основі спільного розуміння ситуації та бачення майбутніх змін.

Саме тому, регіони та сформовані на їх платформі туристично-рекреаційні комплекси працюють над підготовкою власної стратегії на основі співпраці різних суб'єктів регіонального розвитку і ця методика має стати робочим інструментом з підготовки такого документу.

Правові відносини у даній сфері врегульовано Законом України «Про засади державної регіональної політики», Законом України «Про стимулювання розвитку регіонів», постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 року № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року», а також постановами Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 931 «Про затвердження Порядку розроблення Державної стратегії регіонального розвитку України і плану заходів з її реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених Стратегії і плану заходів» та № 932 «Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів» [59, 127, 130, 131].

У нашому дослідженні ми звертаємось до методології інтегрованого планування регіонального розвитку в Україні, що була розроблена у рамках Програми ЄС «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні» (ППРПУ) з метою систематизації та покращення підходу до планування та імплементації регіонального розвитку.

У 2018 році групою радників з впровадження державної регіональної політики в Україні (програма «U-LEAD з Європою») ця методологія була доповнена підходом, що передбачає визначення регіональних пріоритетів смарт-спеціалізації (розумної спеціалізації) у процесі стратегування [98].

На основі вище зазначених законів та нормативно-правових актів та методологічних аспектів планування регіонального розвитку в Україні визначаємо, методологічні підходи, що можуть бути застосовані при формуванні системи стратегічного управління розвитком регіонального туристичного комплексу, що включають застосування принципу розумної спеціалізації, в рамках якої визначаються пріоритети в галузі досліджень та інновацій для створення конкурентних переваг, що відповідають новим можливостям та розвитку, а також уникнення дублювання та фрагментації дослідницької та інноваційної діяльності у сфері стратегічного управління у сфері туризму.

Методологічні підходи опосередковано сприяють збалансованому та постійному поліпшенню якості життя громадян України за допомогою:

- збалансованого розвитку регіонів і громад;
- створення нових робочих місць та інших економічних можливостей;
- надання якісних туристично-рекреаційних послуг з рівним рівнем доступності;
- забезпечення чистого та безпечного середовища проживання;
- просування досліджень та інновацій в рамках застосування смарт-спеціалізації у туризмі.

Таким чином, методологія інтегрує ключові аспекти життєдіяльності і розвитку регіонального туристичного комплексу: економічні, соціальні, екологічні та технологічні, підтримуючи їх безперервну взаємодію і сприяючи запровадженню інновацій. Надання публічних послуг і просторове планування підтримують реалізацію прийнятих рішень щодо розвитку у певному адміністративному (регіональному) контексті, а також у просторовому вимірі.

Визначені підходи сприяють активній участі усіх зацікавлених і компетентних осіб у процесі регіонального планування та реалізації планів розвитку відповідно до їх інтересів і можливостей. Заохочують до участі тих, хто очолює державні, приватні та неурядові організації, а також тих, хто переважно був далеко від процесу прийняття рішень – представників уразливих груп – визнаючи таким чином принципи соціальної інтеграції.

Передбачається включення місцевих планів розвитку в структуру регіональної стратегії, та включення регіональних планів розвитку в стратегії вищого рівня, такі як Державна стратегія національного розвитку.

Передбачається взаємодія різних учасників процесу розвитку у процесі створення спільної перспективи, у тому числі перспективи для зацікавлених сторін, що беруть участь в процесі. Інновації відіграють вирішальну роль у інтеграції зусиль всіх секторів, щоб зробити територіальну економічну систему більш конкурентоздатною та стійкою в умовах глобалізації.

В основі методологічних підходів є інструкція з розвитку винахідливості і підтримки творчого мислення, зокрема, шляхом розумної концентрації ресурсів на найбільш стратегічних можливостях та викликах, це документ для творчого застосування.

Високоякісні рішення у сфері регіонального розвитку не завжди є ефективними, оскільки ефективність рішення часто залежить не тільки від його якості, але й від його прийнятності для ключових зацікавлених сторін. Якщо якість або прийнятність рішення дорівнює нулю, то не буде ніяких ефектів від застосування такого рішення. Тому, якщо якість рішення є найбільш важливим фактором для фахівців-теоретиків, то прийнятність є переважаючим фактором для фахівців-практиків і зацікавлених сторін в сфері регіонального розвитку. З цих причин методологія розроблена у спосіб, який забезпечує ефективний баланс між якістю та прийнятністю регіональних стратегій.

Основну рекомендацію для всіх користувачів методології можна резюмувати у вигляді формули: Прийняти-Застосувати-Корегувати.

Прийняття – відноситься до першої фази (навчання та практики) і означає чітко, наскільки це можливо, дотримання вимог і рекомендацій методології.

Перелік переваг методологічних підходів для різних груп зацікавлених сторін наведено в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1.

Переваги методології для різних груп зацікавлених сторін *

Зацікавлені сторони (бенефіціари)	Переваги
Для керівників регіонів (голів обласних рад та обласних державних адміністрацій)	<p>...які вже досягають результатів у регіональному розвитку, методологія може допомогти стабілізувати і збалансувати ці результати у всіх сферах розвитку, як у галузевому так і у територіальному вимірі;</p> <p>... які досі мають середні результати, методологія може допомогти поліпшити ці результати, спочатку в окремих, а потім у всіх сферах.</p> <p>... які готові підвищити конкурентоспроможність регіону, незалежно від поточної ситуації, шляхом сприяння інноваціям у пріоритетних секторах.</p> <p>Методологія може бути корисною для консолідації та координації різних галузевих процесів планування щодо їх змісту і термінів, які мають бути узгоджені і сконцентровані протягом певного періоду часу для кожного циклу планування. Це одночасно допомагає заощаджувати час, ресурси та енергію ключових осіб всередині і поза адміністрацією. За своєю суттю, методологія також представляє собою допомогу керівникам регіонів у найскладніших частинах їх роботи: вона допомагає збалансувати конфліктуючі запити, пов'язані з необхідністю досягнення результатів у короткостроковій і довгостроковій перспективі, і допомагає вирішувати і пропонувати комплексні</p>

	<p>стратегічні рішення.</p> <p>Методологія впроваджує та інтегрує концепцію та застосування смарт-спеціалізації, за допомогою якої регіони можуть відповідати на глобальні виклики.</p>
Для партнерів	<p>... які працюють безпосередньо над підготовкою та реалізацією планів розвитку, незалежно від того, чи вони працюють в органах влади, чи в неурядових організаціях, що займаються питаннями регіонального розвитку, методологія забезпечує багатовимірну, системну перспективу в плануванні. Це допомагає їм краще орієнтуватися в складних питаннях щодо взаємодії.</p> <p>Методологія являє собою щось на кшталт «GPS-навігатора» для водіїв, що дозволяє безпечніше і простіше подорожувати у важких умовах.</p>
Інші зацікавлені сторони щодо питань регіонального розвитку і учасники процесу стратегічного планування	<p>Методологія може допомогти сприймати всеосяжність і мету процесу планування розвитку так, що вони можуть регулювати свою участь і зробити свій внесок в ті частини роботи, в яких вони найбільш компетентні, та які для них є найбільш цікавими. Методологія пропонує всім зацікавленим сторонам об'єднати зусилля щодо формулювання стратегічних цілей та підготовки до майбутнього шляхом зосередження ресурсів навколо найбільших можливостей та викликів та спільного здійснення процесу підтримки підприємництва.</p>
Зовнішні експерти, які допомагають у складанні планів розвитку	<p>Методологія допомагає ефективно використовувати взаємодію не тільки між різними компонентами і секторами, але й між людьми та організаціями. Це дає їм можливість перетворити результати цих взаємодій на рішення, які можуть бути ефективно реалізовані на практиці.</p> <p>Досвідчені консультанти знають, що написання тексту документу є лише невеликою частиною процесу створення стратегії розвитку, яке відбувається лише в самому кінці роботи, і що сотні сторінок всебічного аналізу часто створюють більше проблем, аніж приносять користі особам, які приймають рішення.</p> <p>Методологія надає консультантам можливість взяти участь у створенні якісних, прийнятних і здійснених стратегій розвитку. За своєю суттю, методологія дозволяє експертам успішно виконувати свою функцію помічників в процесі планування і надання підтримки щодо прийняття рішень. Поради та оцінки експертів при такому підході сприймаються з повагою, але це не означає, що експерти повинні самі зробити роботу замість тих, хто відповідальний приймати рішення і виконувати їх.</p>

Джерело: [98].

Застосування – відноситься до другої фази, коли методологія використовується для підготовки стратегій розвитку у тій чи іншій ситуації і закликає до адекватного використання методології у відповідності з можливостями і обмеженнями конкретної ситуації. Це означає, що застосовується тільки те, для чого існують передумови. Для тих елементів, які не можуть бути застосовані, слід шукати альтернативні рішення.

Корегування – слід розглядати як своєрідне «просунуте» використання і вдосконалення методології, що передбачає творчі інновації. Рекомендується це робити під час розробки наступної стратегії – після того, як учасники процесу

планування зрозуміють обмеження і можливості поліпшення методології через її практичне застосування в конкретних ситуаціях.

Правильно використовувати методологію зможуть тільки ті, хто сприйматиме її не як процедуру, а скоріше як компас для більш точної орієнтації в стратегічному плануванні. Для всіх інших, хто шукатиме готових рецептів планування регіонального розвитку, методологія буде більше заважати, аніж допомагати.

У формуванні стратегії регіонального розвитку туристично-рекреаційного комплексу необхідно застосовувати методологію, яка розглядає сталість (сталій розвиток, ощадливе використання ресурсів нинішнім поколінням та збереження і можливість відтворення цих ресурсів майбутніми поколіннями) і соціальну інтеграцію як основні принципи регіонального розвитку, як це викладено в таблиці 4.2:

Таблиця 4. 2

Основні принципи розвитку регіонального туристичного комплексу*

<p>Відповідальне управління навколишнім середовищем та раціональним використанням природних ресурсів</p>	<p>Здорова і справедлива громада</p>
<ul style="list-style-type: none"> • покращення обізнаності щодо обмежених природних ресурсів та небезпеки для середовища проживання; • поліпшення середовища проживання, важливі природні ресурси зберігаються для майбутніх поколінь; • просування досліджень та інновацій для мінімізації використання ресурсних та екологічних активів. 	<ul style="list-style-type: none"> • забезпечення різних потреб усіх громадян через сприяння особистому благополуччю та соціальній інтеграції; • забезпечення рівних шансів для всіх; • впровадження інновацій, які приносять користь всьому суспільству.
<p>Стала економіка</p>	<p>Практика належного управління</p>
<ul style="list-style-type: none"> • створення сильної, динамічної і сталої економіки, яка забезпечує процвітання; • створення рівних економічних можливостей для всіх. Екологічні втрати компенсують ті, хто їх спричиняє. Ефективне використання ресурсів стимулюється; • створення конкурентних позицій за рахунок інвестицій в окремі галузі знань і вихід на провідні позиції в глобальних виробничо-збутових ланцюжках. 	<ul style="list-style-type: none"> • постійне вдосконалення ефективного управління із залученням творчості та енергії громадян; • запрошення всіх зацікавлених сторін до спільного розвитку підприємництва та виявлення підприємницьких можливостей.

*Джерело: сформовано автором на основі [98].

Рекомендована методологія підкреслює два виміри інтегрованості, важливі для планування регіонального розвитку туристичного комплексу:

А) горизонтальна інтегрованість:

- інтегрованість компонентів стратегії (економічний розвиток, соціальний розвиток плюс надання публічних послуг та інфраструктура, захист навколишнього середовища та природних ресурсів);

- інтегрованість галузей (міжгалузевий підхід замість галузевого підходу);

Б) вертикальна інтегрованість – узгодження регіональних планів розвитку з ієрархічно вищими системами – державними стратегіями і програмами:

- державна стратегія регіонального розвитку;
- галузеві стратегії і плани;
- державні цільові програми;
- бюджетні програми.

У реальному житті компоненти стратегії є сукупністю або системою різних і постійних взаємодій. Однак, ці аспекти часто розглядаються окремо в плануванні та управлінні, не беруться до уваги їх взаємозв'язки та синергія. Такий спосіб планування часто призводить до неефективного використання обмежених ресурсів, що може становити серйозну проблему. Причиною цього є вузько-галузевий або вузько-компонентний підхід до планування розвитку, оскільки галузеві плани часто мають різні мотиви, цілі, суб'єкти і практики.

Прагнення до отримання прибутку і суперництво представляють рушійну силу економічного розвитку, в той час як протилежні цінності, такі як солідарність і взаємна підтримка, є предметом для соціального захисту.

Однією з умов ефективного функціонування ринкової економіки є максимальна відповідальність підприємств, установ, організацій за результати своєї діяльності (як позитивні, так і негативні). Це означає, що максимальна кількість спричинених підприємством зовнішніх ефектів – екстерналій – має бути переведена у внутрішні показники, що відчуюються суб'єктом – витрати, доходи [124].

При плануванні та управлінні розвитком регіонального туристичного комплексу інтенсивне використання природних ресурсів часто є головним важелем підприємництва та економічної діяльності, в той час як захист і відновлення цих ресурсів є головною цінністю для підходів, спрямованих на збереження навколишнього середовища. Збалансованість цих потреб може бути значно посилено за рахунок сприяння дослідженням та інноваціям на основі унікальних регіональних знань, матеріальних активів та талантів.

Ці підходи, які видаються конкурентними, можуть насправді бути збалансовані, якщо процес планування розвитку побудований у такий спосіб, щоб підкреслити, а не ігнорувати взаємну залежність. Саме тому, комплексний (інтегрований) підхід відповідає потребам щодо забезпечення сталого розвитку краще, ніж галузевий підхід.

Представники базового рівня самоврядування, як правило, більше зацікавлені в гармонізації з політикою і планами вищого рівня, оскільки вони безпосередньо стикаються з економічними, соціальними, технологічними та екологічними проблемами, що породжені економічною кризою і структурними змінами. На нижчих рівнях наслідки цих процесів помітні найбільш чітко: втрата робочих місць; громадяни стикаються з проблемами сучасності; забруднення навколишнього середовища і нераціональне використання природних ресурсів ставлять під загрозу благополуччя майбутніх поколінь. Ці

проблеми можуть бути вирішені тільки за допомогою узгодженої політики і планів на різних рівнях через узгодження інтересів різних секторів у відповідності до спільного бачення майбутнього.

Концепція комплексного (інтегрованого) розвитку означає, що кожний рівень і кожна галузь зберігають свої акценти паралельно з досягненням синергетичних ефектів за рахунок взаємодії у вигляді сталого розвитку та покращення якості життя. Інтегрованість не є результатом арифметичного додавання одного аспекту до іншого. Якщо різні аспекти механічно скласти до купи, не роблячи відмінності і не передбачаючи можливості синергії, є ймовірність, що цілі економічного, соціального, екологічного та просторового розвитку не будуть досягнуті.

Дослідницькі та інноваційні стратегії смарт-спеціалізації (RIS3, S3) є відносно новим підходом, який швидко став одним з основних напрямів політики у регіонах ЄС. Основні завдання S3 спрямовані на підвищення конкурентоспроможності ТРК, регіонів (і країн) і, в кінцевому підсумку, виведення їх на провідні позиції в окремих галузях знань, зміцнення позицій на глобальному ринку, підвищення стійкості в умовах глобального конкурентного тиску шляхом тіснішої інтеграції в національні, міжнародні та глобальні ланцюжки доданої вартості. Крім того, для менш розвинутих ТРК та регіонів S3 забезпечують структурований перехід до більш інноваційних і більш конкурентоспроможних регіональних систем.

Вітчизняними дослідниками обґрунтовано доцільність впровадження моделі смарт-спеціалізації регіонів України для забезпечення сталого регіонального розвитку на інноваційній основі та покращення умов життя. Смарт-спеціалізація – це нова модель регіонального та міжрегіонального партнерства, що має значний потенціал забезпечення сталого розвитку регіонів України та є пріоритетною до впровадження [147].

Урядом внесено зміни до порядків, затверджених постановами Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 931 і 932 [126], що створило правову основу для впровадження підходів смарт-спеціалізації в процес стратегічного планування регіонального розвитку в Україні, формування Державної стратегії регіонального розвитку та регіональних стратегій розвитку на засадах інноваційної спрямованості.

Зокрема, передбачено запровадження підходів європейської методології смарт-спеціалізацій до процесу стратегічного планування регіонального розвитку в Україні. Результатом реалізації зазначених змін стане підвищення ефективності стратегічного планування регіонального розвитку в Україні та управління інноваційними процесами у регіонах; розвиток інновацій в певних галузях економіки; зростання рівня інноваційної й інвестиційної активності регіонів та інвестиційної привабливості регіонів.

Відповідно до ухвалених змін: смарт-спеціалізація – підхід, що передбачає аргументоване визначення суб'єктами регіонального розвитку в рамках регіональної стратегії окремих стратегічних цілей та завдань щодо розвитку видів економічної діяльності, які мають інноваційний потенціал з

урахуванням конкурентних переваг регіону та сприяють трансформації секторів економіки в більш ефективні; інноваційний потенціал регіонів – сукупність наявних у регіоні інтелектуальних, трудових, технологічних, науково-виробничих ресурсів з відповідним інфраструктурним забезпеченням, які за умови їх ефективного використання (поєднання) сприяють прийняттю та впровадженню нових технологічних рішень; інтегрований підхід – підхід, який застосовується під час розроблення проектів Стратегії і плану заходів та передбачає поєднання секторальної (галузевої), територіальної (просторової) та управлінської складових державної регіональної політики; суб'єкти регіонального розвитку – центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові особи, агенції регіонального розвитку, асоціації органів місцевого самоврядування, представники суб'єктів підприємництва, закладів вищої освіти, науково-дослідних установ.

Впровадження смарт-спеціалізації у стратегічне планування регіонального розвитку здійснюється з метою: забезпечення сталого розвитку регіонів; підвищення ефективності управління інноваційними процесами у регіонах; створення сприятливого середовища для провадження інноваційної діяльності; підвищення рівня інноваційної та інвестиційної активності регіонів; запровадження системної державної підтримки розвитку інновацій у регіонах; розроблення проектів Стратегії і плану заходів здійснюється на засадах смарт-спеціалізації з використанням інтегрованого підходу.

Не менше ніж одна стратегічна ціль регіональної стратегії визначається на засадах смарт-спеціалізації та передбачає інноваційний розвиток пріоритетних видів економічної діяльності регіону, підвищення рівня конкурентоспроможності регіону. Особливої актуальності впровадження зазначеного підходу набуває на даний час. Адже настав час для підготовки Державної стратегії регіонального розвитку та регіональних стратегій розвитку областей на період 2021-2027 роки [35].

Дослідження [148] присвячене розкриттю економічної суті смарт-спеціалізації розвитку регіону та виявленню напрямів впливу такої спеціалізації на підвищення конкурентоспроможності та інноваційної активності регіону. Визначено, що концепція старт-спеціалізації передбачає взаємозв'язок між наукою, освітою і економікою, причому у контексті регіонального розвитку мова іде про тріаду «бізнес-наука-громадська сфера». Відповідно до цих відносин мета старт-спеціалізації – це оптимальне використання потенціалу окремих регіонів і країн через максимальне пристосування можливих напрямів розвитку науки і освіти у цих регіонах або країнах до їх конкретних соціально-економічних умов.

Встановлено, що основною перевагою смарт-спеціалізації на рівні регіону є підвищення його конкурентоспроможності та інноваційної активності, оскільки наявність інновацій в сучасному глобалізованому світі є основним фактором економічного росту. Констатовано необхідність впровадження концепції смарт-спеціалізації в Україні в сфері регіональної політики, в першу чергу в напрямі залучення університетів, інших закладів освіти та

дослідницьких центрів до визначення порівняльних переваг регіонів та формування стратегій їх розвитку на основі спеціалізації на реалізації таких переваг.

Концепція смарт-спеціалізації передбачає взаємозв'язок між наукою, освітою і економікою, хоча у контексті регіонального розвитку можна швидше говорити про відносини між бізнесом, наукою і громадською сферою. Відповідно до цих відносин мета смарт-спеціалізації – це оптимальне використання потенціалу окремих регіонів і країн через максимальне пристосування можливих напрямів розвитку науки і освіти у цих регіонах або країнах до їх конкретних соціально-економічних умов.

Тобто, спрямування державного втручання у такі ініціативи, заходи і проекти, які уможливають спеціалізацію у цьому регіоні або країні, або розвиток базових технологій чи продуктів і послуг з використанням цих технологій. Реалізація визначеної вище мети старт-спеціалізації визначає можливість досягнення основної її мети – підвищення конкурентоспроможності та інноваційної активності на регіональному рівні, оскільки наявність інновацій в сучасному глобалізованому світі є основним фактором економічного росту [148].

Запровадження підходів європейської методології смарт-спеціалізації в процес стратегічного планування регіонального розвитку туристично-рекреаційних комплексів в Україні забезпечить ідентифікацію пріоритетних сфер для інвестування на регіональному рівні шляхом визначення сильних сторін та конкурентних переваг кожного регіону у певних галузях економіки і, таким чином, підвищить ефективність використання власних та залучених фінансових ресурсів комплексу за рахунок їх зосередження на розвитку інновацій в потенційно перспективних видах економічної діяльності.

Використання смарт-спеціалізації у регіональному розвитку туристично-рекреаційного комплексу призводить до застосування чотирьох простих правил, що відносяться до сфери досліджень та інновацій та які можуть також застосовуватися у інших сферах (соціальній, економічній, охороні довкілля):

- вибір і критична маса: обмежена кількість пріоритетів на основі власних сильних сторін та міжнародної спеціалізації – з метою уникнення дублювання та фрагментації, а також для концентрації фінансових ресурсів на технологічній, дослідницькій та інноваційній діяльності;
- конкурентні переваги: мобілізація талантів за рахунок відповідності потенціалу технологічної, дослідницької та інноваційної діяльності потребам бізнесу за допомогою інструментів підтримки підприємництва;
- взаємозв'язок та кластери: розробка конкурентоспроможних кластерів та відповідних різноманітних/міжсекторних зав'язків всередині регіону та за кордоном, які забезпечують спеціалізовану технологічну диверсифікацію, а саме поєднання внутрішніх активів та талантів із зовнішніми;
- спільне управління: ефективні інноваційні системи колективних зусиль на основі державно-приватного партнерства – експериментування та

надання підтримки, виявлення ініціатив, які у перспективі можуть стати точкою економічного зростання.

Отже, застосування досвіду синергії прогресивних європейських моделей єдності, регіонального розвитку та інновацій з соціальною моделлю ЄС спрямовано на досягнення головного кінцевого результату – розширення прав та можливостей, захист та забезпечення безпеки громадян і регіонів, забезпечення сталого розвитку. У цьому контексті стратегії управління розвитком регіонального туристично-рекреаційного комплексу вже мають тенденції до змін під час їх формування та реалізації, покращуючи якість інвестиційної привабливості та ефективності, політики єдності та інновацій.

Відповідно до вимог часу європейські системи стратегічного управління є невід’ємною частиною раціонального підходу до інновацій та наочним прикладом для національного стратегічного планування в аспекті ефективного управління розвитком туристично-рекреаційного комплексу на основі залучення регіональних стейкхолдерів: влади, бізнесу, громадських організацій та науки до спільного створення та реалізації унікальної інноваційної стратегії розвитку регіону.

4.2. Методологічні вектори стратегічного планування розвитку інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу

Розвиток рекреаційно-туристичного комплексу України є пріоритетним напрямком національної економіки і культури, важливим фактором підвищення міжнародного престижу країни, джерелом соціально-економічного розвитку регіонів, важливою умовою збереження історико-культурної спадщини.

Рекреаційно-туристичний комплекс України може розглядатися у двох аспектах: з однієї сторони, як міжгалузевий комплекс у складі сфери послуг, де виникають і розвиваються економічні відносини з виробництва, обміну та споживання рекреаційно-туристичного продукту; з другої – як складова частина соціальної інфраструктури територій різного рівня, що являє собою комплексну систему (мережу) підприємств і закладів з виробництва, просування і реалізації рекреаційно-туристичних послуг.

Рекреаційно-туристичний комплекс виділяється ознаками самостійного об’єкта: спеціалізованою матеріально-технічною базою; специфічними природно-антропогенними ресурсами; унікальністю продукування послуг і власною технологією обслуговування; формуванням принципово нової схеми міжгалузевого і територіального управління; суспільною значимістю, в тому числі економічною, соціальною, екологічною та політичною.

Практично, туризм є відправною точкою формування міжгалузевого рекреаційно-туристичного комплексу, складовими якого є підприємства, заклади та організації різних сфер економіки [121].

Сучасне розуміння інфраструктури сприймається як комплекс взаємопов’язаних обслуговуючих структур, які складають та/або забезпечують

основу для вирішення проблеми (завдання). У науковій літературі термін «інфраструктура» найчастіше тлумачиться у двох таких напрямках:

1) сукупність галузей, видів діяльності, спеціалізованих на конкретних діях систем у широкому розумінні, які безпосередньо забезпечують умови та процеси діяльності основної системи, маючи підпорядкований, допоміжний характер по відношенню до неї;

2) матеріально-технічна база, необхідна для функціонування самої спеціалізованої (галузевої) системи [138].

До інфраструктурних (соціально-економічних) ресурсів рекреації прийнято відносити всю сукупність підприємств, закладів та організацій матеріального виробництва та невиробничої сфери, відповідні трудові ресурси, які забезпечують виробництво, розподіл, реалізацію та споживання товарів та послуг, здатних задовольняти рекреаційні потреби. Ці підприємства, заклади та організації належать до різних галузей і беруть безпосередню участь у задоволенні рекреаційних потреб (первинні підприємства) або забезпечують нормальне функціонування й умови для здійснення рекреаційної діяльності (вторинні підприємства). Перші підприємства надають клієнтам виключно послуги, які задовольняють різноманітні рекреаційні потреби і, відповідно, отримують доходи тільки від цієї діяльності, а для других це лише один із напрямів комерційної діяльності й одне з джерел отримання доходу.

Перші підприємства формують рекреаційне господарство, а другі прийнято називати підприємствами рекреаційної інфраструктури. Іноді дуже складно розподілити підприємства за цим принципом, тоді рекомендується скористатися прийомом, сутність якого полягає у спробі уявити, що рекреація не існує як масове явище, і визначити доцільність існування тих чи інших підприємств і організацій. Якщо існування суб'єкта господарювання в умовах відсутності рекреації недоцільне, то його слід віднести до рекреаційного господарства, якщо в зазначених умовах суб'єкт господарювання лише несуттєво скоротить обсяги своєї діяльності, то його слід віднести до рекреаційної інфраструктури.

У будь-якому випадку всі названі підприємства виступають невід'ємною і необхідною складовою рекреаційних ресурсів, перелік яких складає рекреаційну інфраструктуру:

- підприємства, які надають послуги розміщення, в тому числі санаторно-курортні заклади;
- заклади ресторанного господарства;
- транспортні підприємства і мережа шляхів сполучення;
- туристичні підприємства, які займаються розробкою і реалізацією туристичного продукту: туристичні оператори і туристичні агенти;
- екскурсійні підприємства;
- підприємства сфери дозвілля та розваг;
- підприємства роздрібною торгівлі;
- рекламно-інформаційні організації;
- учбові заклади;

- органи управління;
- наукові й проектні установи;
- підприємства неvirобничої сфери: зв'язок, транспорт, страхування, медичне обслуговування, побутове обслуговування;
- підприємства виробничої сфери, які беруть участь у створенні рекреаційних об'єктів, випускають товари рекреаційного призначення [122].

Туристична галузь в Україні є п'ятою за значенням складовою поповнення бюджету, і її питома вага має значно зрости з огляду на такі об'єктивні передумови, як вигідне геополітичне розташування України в центрі Європи, наявність значного туристично-рекреаційного потенціалу, сприятливий клімат, багата флора та фауна, чисельні культурно-історичні пам'ятки світового рівня.

Основними причинами гальмування розвитку туризму в Україні є: відсутність цілісної системи державного регулювання туризму в регіонах; підпорядкування закладів розміщення туристів, санаторно-курортних, оздоровчих та рекреаційних установ різним міністерствам і відомствам, а також іншим органам виконавчої влади; нечітке визначення в законодавстві належності підприємств готельного господарства до підприємств, які надають туристичні послуги; повільні темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму; невідповідність більшості туристичних закладів, які поступово приходять в занепад, міжнародним стандартам, що вимагає значних інвестицій; недостатнє забезпечення туристичної галузі висококваліфікованими фахівцями; недостатність державної підтримки та комплексного підходу до рекламування національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг; недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; тенденція скорочення кількості підприємств готельного господарства; високі податки; незадовільний стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг та міжнародних транспортних коридорів [113].

Стратегічне планування розвитку інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу потребує інноваційного підходу.

Інноваційні зміни в туризмі створюють внутрішню енергію ефективного зростання. Ці зміни порушують збалансованість, але створюють основи подальшого розвитку, перехід системи в нову якість. Тому, саме професійне введення інновацій у життя і є розвитком тієї або іншої галузі. Сучасні фахівці з розвитку суспільства стверджують, що жодна з проблем, з якою стикається в наші дні бізнес, не є важливішою і складнішою, ніж проблема нововведень. Крім чинників зовнішнього середовища, що стримують інноваційні процеси у розвитку туристичної галузі, багато чого залежить від чинників внутрішнього середовища, що стимулюють інноваційні зміни. До чинників внутрішнього середовища належить:

- політика і стратегія туристичного підприємства;
- наявність у колективі працівника-ініціатора;

- беззастережна підтримка інноваційних ідей з боку керівництва;
- всебічне сприяння експериментам на усіх рівнях і в усіх підрозділах туристичного підприємства;
- використання мотиваційних систем, які включають різні форми заохочення творчої та інноваційної діяльності;
- наявність спеціалізованого підрозділу з реалізації нововведень;
- необхідний рівень фінансових можливостей;
- розвинені комунікаційні системи;
- організаційно-технічна готовність до реалізації нововведення, чітко спланована система управління персоналом, їх інтелектуальним потенціалом.

Для розвитку туризму в Україні необхідно виконати низку завдань, які полягають у такому:

- істотне нарощування мережі туристичних об'єктів і інфраструктури;
- підтримка малого підприємництва у туристичній сфері;
- розвиток міжнародної співпраці у галузі туризму;
- економічне стимулювання розвитку матеріальної бази, туристичної інфраструктури через залучення позабюджетних джерел, зокрема іноземних інвестицій для реконструкції і нового будівництва туристичних об'єктів;
- вдосконалення системи інформаційного забезпечення туристичної індустрії, створення крайової інформаційно-довідкової системи туризму, проведення активної рекламної діяльності;
- вдосконалення системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації туристичних кадрів;
- проведення необхідних наукових досліджень у сфері туризму;
- розвиток та підтримка приватного сектору.

Втілення цих завдань у реальність дасть змогу привабити як іноземних, так і національних туристів. Потрібно реконструювати і розширити мережі туристичних об'єктів і послуг. Допомогу повинні отримати й суб'єкти малого і середнього бізнесу. Приватний сектор становить незначну конкуренцію у готельній сфері підприємництва. За допомогою дрібних підприємців туристи можуть справді відчути колорит культури України, бути віддаленішими від навколишнього світу і водночас почувати себе у безпеці [139].

Щоб досягти високого рівня туристичної привабливості та отримати максимальний соціально-економічний ефект, туристичний центр повинен мати сучасну розвинену матеріально-технічну базу туризму та туристичну інфраструктуру. Адже, якими б багатими та унікальними не були природні ресурси та історико-культурна спадщина країни чи регіону, без матеріально-технічної бази та інфраструктури туризму, які б відповідали міжнародним стандартам, не слід очікувати, що туристична індустрія в межах певної території буде отримувати високі прибутки [140].

До головних стратегічних напрямків розвитку рекреаційно-туристичного комплексу і формування ринку туристичних послуг в Україні можна віднести:

- забезпечення загальнодержавної та регіональної підтримки туризму, залучення до його розвитку як державних, так і підприємств інших форм власності, а також окремих громадян;
- створення розвиненої туристичної інфраструктури з метою надання якісних і різноманітних послуг туристам;
- забезпечення пріоритетності вітчизняного внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму на основі використання туристичних ресурсів, національної історико-культурної спадщини українського народу;
- розвиток інформаційно-рекламної та маркетингової діяльності;
- підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів для потреб рекреаційно-туристичної діяльності.

Ці та інші напрямки визначають орієнтири і пріоритети розвитку рекреаційно-туристичної діяльності в Україні. В її основу мають бути покладені регіональні цільові програми та бізнес-плани [121].

Організаційно-економічний рух стратегічного планування розвитку інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу повинен починатися із процесу планування стратегічної платформи, яка визначає довгостроковий горизонт планування. Операційна частина стратегії складається з середньострокових планів розвитку (оперативні цілі та завдання) та короткотермінової частини, яка, у свою чергу, складається з плану реалізації.

Реалізація стратегії відбувається в іншій послідовності, починаючи з плану реалізації, який містить технічні завдання на проекти і програми, які входять до складу оперативних цілей і, нарешті – досягнення стратегічних цілей та бачення розвитку.

Для формування системи стратегічного управління розвитком регіонального туристичного комплексу необхідно орієнтуватися на регіональну стратегію розвитку (РСР), що має принаймні дві підстави. Одна формальна – цього вимагає Закон України «Про засади державної регіональної політики» [130], інша об'єктивна – регіональна влада відповідальна за розвиток регіону і тільки розвиток може забезпечити гідний рівень життя населення.

Пристаюючи до розроблення системи стратегічного управління розвитком регіонального туристичного комплексу, варто запам'ятати декілька ключових правил:

1. Оскільки нам необхідно розробити універсальний та практичний для реалізації документ, тому тут потрібен не поспіх, а копітка та якісна праця.

2. Не може бути якісним документ, розроблений лише чиновниками або навіть дуже хорошими експертами, якщо у роботі над розробленням документа не беруть участі місцеві суб'єкти.

3. Процес розроблення системи стратегічного управління розвитком регіонального туристичного комплексу має бути максимально публічним, максимально прозорим. До роботи над проектом необхідно залучити місцевих науковців та винахідників, громадських активістів, підприємців, представників бізнес-асоціацій, органів місцевого самоврядування. Якомога більша кількість економічних та соціальних груп має відчутти причетність до цього процесу.

Так, як туризм на законодавчому рівні [134] визнаний пріоритетним напрямком національної економіки, тому на всіх етапах роботи над розробкою системи стратегічного управління розвитком регіонального туристичного комплексу до процесу необхідно залучити найбільш активних депутатів обласної ради, причому бажано з різних фракцій, аби стратегія не стала документом, до якого існує опозиція.

Першим етапом розробки системи стратегічного управління розвитком регіонального туристичного комплексу є розробка стратегічної платформи.

Планування регіонального розвитку включає розробку соціально-економічного аналізу (у т.ч. охоплення всіх аспектів сфери досліджень та інновацій), SWOT-аналізу, визначення і відбору конкурентних переваг, і визначення концепції (бачення) розвитку і стратегічних цілей. Це часто називають стратегічною платформою.

Стратегічна платформа економічного розвитку суб'єктів являє собою набір їх ресурсно-компетенційних і функціональних характеристик, які уможливають довгострокову діяльність та забезпечують виокремлення їх як одиниць господарювання, й складається з трьох основних елементів: ресурсів, ключових компетенцій та організаційних спроможностей, які знаходяться в ієрархічному взаємозв'язку [153].

Стратегія управління розвитком регіонального туристичного комплексу є документом довгострокового характеру, який спрямований на те, щоб сприяти розвитку регіону в цілому. Бажано, щоб термін стратегія управління розвитком регіонального туристичного комплексу збігався із регіональними стратегіями, а також зі стратегіями на державному рівні. Стратегічний рівень являє собою основу регіонального розвитку. Всі стратегічні задуми засновані на стратегічній платформі.

Структура стратегічної платформи включає в себе наступні елементи (кожен містить дослідницькі та інноваційні аспекти у відповідності з підходом смарт-спеціалізації):

- резюме соціально-економічного аналізу ситуації розвитку області;
- ключові внутрішні і зовнішні чинники (SWOT-аналіз);
- стратегічне фокусування;
- концепція (бачення) розвитку;
- стратегічні цілі розвитку.

Процес розробки стратегії починається з підготовчого етапу, який включає запуск процесу розробки стратегії та мобілізацію регіональних зацікавлених сторін. Розробка стратегії регіонального розвитку туристично-рекреаційного комплексу зазвичай починається з підготовчого етапу. У рамках цієї фази область забезпечує виділення необхідних ресурсів і адекватну участь регіональних зацікавлених сторін у роботах зі стратегування.

Є кілька причин, чому участь зацікавлених сторін регіону у процесі розробки стратегії регіонального розвитку туристично-рекреаційного комплексу є важливою.

По-перше, участь різних зацікавлених сторін створює міжгалузевий підхід і забезпечує можливість розглянути кожне стратегічне питання з різних точок зору, що призводить до кращого розуміння умов розвитку і підвищення якості стратегії в цілому, а також її складових.

По-друге, залучення відповідних зацікавлених сторін, таких, як влада та лідери громадської думки, збільшує довіру до процесу розробки стратегії. Ця участь мотивує інших до участі, а також робить внесок в розбудову атмосфери довіри в регіоні, особливо щодо стратегічного планування та управління процесами розвитку.

По-третє, належна та своєчасна участь зацікавлених сторін у процесі підготовки регіональної стратегії створює почуття власності, необхідне для успішної реалізації стратегії на засадах партнерства. Це особливо актуально в умовах дефіциту розвиткових ресурсів на рівні багатьох регіонів і більшості територіальних громад України. Участь широкого кола зацікавлених сторін може допомогти мобілізувати широкий спектр ресурсів, якими вони володіють – матеріальних, інтелектуальних, інформаційних тощо.

З точки зору підходу смарт-спеціалізації, залучення всіх представників дослідницького сектору, бізнесу, державного управління та недержавного сектору є частиною рекомендованої системи управління, участі у процесі розвитку, а також спільного процесу виявлення підприємницьких можливостей і викликів.

Одним із важливих чинників, що забезпечує стабільність і підвищення конкурентоспроможності підприємств, є професійне навчання персоналу. Саме це на сучасному етапі забезпечує стійке економічне зростання в довгостроковій перспективі, а, отже, і конкурентоспроможність підприємства в країні та за її межами. Зараз конкурентоспроможність підприємства визначається не обсягом природних і виробничих ресурсів, а насамперед інтелектуальним потенціалом і здатністю генерувати нові знання. Тому, для підприємств, організацій, компаній України є актуальним питання професійної підготовки та підвищення кваліфікації кадрів [6].

Фахівці, які можуть бути корисними для розробки стратегії, повинні бути належним чином вмотивовані, щоб брати участь у процесі і отримати чітке розуміння того, в який спосіб вони можуть зробити свій внесок. Поряд з розумінням того, що розробка і реалізація стратегії є спільною справою, зацікавлені сторони повинні бути поінформовані, що від них очікується, які їх завдання, і що вони повинні зробити, щоб виконати ці завдання. Вони повинні бути також поінформовані про переваги, на які можна очікувати після того, як стратегія регіонального розвитку туристсько-рекреаційного комплексу буде розроблена і почнеться її реалізація.

Для того, щоб успішно почати процес підготовки стратегії розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу, бажано, щоб підготовчий етап складався з наступних кроків:

1. Офіційний запуск процесу розробки стратегії.

Цей крок має бути зроблений за участю та підтримки регіональної адміністрації в рамках стандартних управлінських процедур. Рішення про офіційний початок процесу розробки стратегії має містити інформацію про період, на який ця стратегія розробляється, повноваження та ресурси, необхідні для успішного виконання процесу, ключові етапи підготовки та очікувані терміни.

2. Створення команди розробників стратегії.

Команда розробників, в якості оперативного органу, що складається з 5-10 осіб, відіграє ключову технічну роль у підготовці стратегії і повинна в ідеалі отримати підтримку зовнішніх експертів. Склад команди повинен передбачати збалансовану участь регіональних партнерів з розвитку щодо кожної стратегічної цілі, щоб забезпечити міждисциплінарний підхід і взаєморозуміння. У команді повинні бути представлені обласна рада, обласна державна адміністрація та регіональні установи, а також державні і приватні підприємства, громадські організації.

Лідерство в сучасних складних соціально-економічних умовах діяльності підприємств виступає невід'ємним чинником ефективного менеджменту. Наявність лідерських якостей у керівників та лідерської моделі управління може бути суттєвим гарантом досягнення конкурентоспроможності [89].

Тому, команді розробників слід мати координатора, відповідального за загальний процес підготовки стратегії. Координатор повинен мати можливість безпосередньо спілкуватися з регіональним керівництвом, а також з особами, які приймають рішення, і іншими зацікавленими сторонами. Координатор повинен підтримувати зв'язок між представниками регіональних зацікавлених сторін і зовнішніми експертами щодо всіх технічних аспектів підготовки стратегії. Відповідно, він повинен мати відмінні навички спілкування, добре розуміти процес розробки стратегії, мати довіру і авторитет, і повинен бути здатним спрямовувати процеси підготовки стратегії.

Дуже важливо підтримувати комунікацію між зацікавленими сторонами, чії позиції можуть не збігатися. Координатор повинен мати достатньо свого часу для вирішення всіх завдань процесу розробки стратегії. Відповідно, якщо координатор є державним службовцем, його, наскільки це можливо, треба звільнити від інших обов'язків.

Після вибору членів команди і координатора має бути зроблено перший крок щодо зміцнення спроможності у формі семінару-практикуму для забезпечення спільного розуміння всіма членами команди методології підготовки стратегії (кроки, ролі, результати, динаміка, визначення сфер смарт-спеціалізації та процесу «виявлення підприємницьких можливостей»). Крім того, на семінарі слід напрацювати узгоджений загальний план розробки стратегії, що включає етапи, терміни і розподіл обов'язків.

3. Мобілізація регіональних зацікавлених сторін.

Цей крок складається з двох основних завдань: визначення регіональних зацікавлених сторін та формалізація регіонального партнерства.

Оперативна і управлінська структура процесу має бути побудована таким чином, щоб забезпечити участь якомога ширшої сукупності суб'єктів, від яких залежить розвиток регіону. Це, зокрема:

- особи, які приймають рішення (на різних управлінських рівнях);
- обрані представники установ/організацій (зацікавлених сторін), які впливають на процеси розвитку територій/регіону (представники бізнесу та громадськості);
- експерти з розвитку різних сфер та галузей господарської системи регіону.

Стрімка популярність у світовій практиці реалізації інфраструктурних проектів шляхом державно-приватного партнерства (ДПП) пов'язана з політикою залучати потенціал приватного бізнесу на взаємовигідних умовах для вирішення нагальних суспільних потреб. Інтенсивний розвиток переважної більшості країн продукує зростання потреб та вимог у сфері надання публічних послуг. Сучасні можливості управління, технологічний та інноваційний капітал приватного власника, його фінансові ресурси дозволили зайняти гідне місце партнера держави в спільному вирішенні подальшої ролі проектів. Взаємодія державного та приватного секторів виявляє себе в різноманітних формах, які дають можливість отримувати позитивні результати для кожного із учасників [102].

Мета полягає в тому, щоб розпізнати відповідні зацікавлені сторони, щоб оцінити їх потенціал і зацікавленість взяти участь в процесі розробки стратегії, а також встановити умови для забезпечення участі тих, хто не може бути готовий взяти участь, але чий вміння потрібні для розробки стратегії.

Після того, як зацікавлені сторони визначені, партнерство з тими, хто братиме участь в розробці стратегії, має бути формалізовано. Команда розробників повинна організувати зустріч представників визначених регіональних зацікавлених сторін. Команда розробників виступає в якості технічного секретаріату групи партнерства протягом усіх етапів процесу, готує необхідні матеріали і організовує зустрічі. Нові члени можуть також приєднатися до регіонального партнерства на будь-якому наступному етапі, якщо вони здатні зробити свій внесок і зацікавлені в участі.

Підготовчий етап орієнтований на офіційний початок процесу розробки стратегії, створення команди розробників і мобілізацію регіональних зацікавлених сторін. Ця фаза може вважатися успішною, якщо існує загальне розуміння підходів, процесів і очікуваних результатів, а також ролі команди розробників та інших ключових зацікавлених сторін, і якщо є критична маса регіональних зацікавлених сторін, що беруть участь у планувальному процесі.

У процесі розробки стратегії особливу увагу слід приділяти забезпеченню участі представників уразливих і маргінальних груп, а також питанням гендерної рівності. В цілому, процес повинен відбуватися прозоро, гарантуючи, що всі зацікавлені сторони та громадськість точно і своєчасно проінформовані про мету, ключові кроки і результати. З точки зору досліджень та інноваційного розвитку (стратегічний підхід смарт-спеціалізації) важливо приділяти особливу

увагу адекватній участі та діалогу між науково-дослідними установами, вищими навчальними закладами та бізнес-сектором.

Окрім команди розробників і регіональної групи партнерства, є дві додаткові важливі структури для розробки стратегії: Керівний комітет і робочі/фокус-групи [98].

Керівний комітет – орган, призначений для управління процесом стратегічного планування. Він складається з осіб, які приймають рішення вищого рівня і уповноважений офіційно схвалити основні кроки/дії процесу побудови стратегії. Він розглядає і затверджує соціально-економічний аналіз області, бачення і цілі розвитку, а також текст стратегії в цілому. У процесі введення стратегії в дію, керівний комітет також повинен схвалити план реалізації стратегії. До складу керівного комітету повинно входити не більше 15 осіб (голова/заступники обласної ради, облдержадміністрації, міські голови, керівники ключових підприємств, закладів науки і освіти, профспілок, або професійних об'єднань роботодавців, громадських організацій).

Робочі/фокус-групи – це колектив, що складається з 70-100 представників органів місцевого самоврядування (громад та районів), бізнесу, громадських організацій, місцевих установ та інститутів, експертів, делегованих для участі у процесі розробки стратегічного плану.

Робочі/фокус-групи – головний оперативний орган процесу розробки стратегії в кожній з цільових сфер.

Перелік установ, організацій та інших груп громадян, яких доцільно залучати до процесу розробки стратегічного плану:

- органи державної влади та місцевого самоврядування – найважливіша група. Безпосереднім обов'язком місцевої влади є втілення в життя більшості заходів, що виникають у процесі стратегічного планування. По можливості, буде дуже корисною присутність у групі представників обласної ради, обласної державної адміністрації, міських та районних рад, районних державних адміністрацій, які входять до складу регіону;

- громадські організації. Це можуть бути зареєстровані, або легалізовані організації, або навіть ініціативні групи;

- підприємці, підприємства, у т.ч. комунальні, у т.ч. ті, діяльність яких залежить від місцевих ресурсів;

- комунальні або приватні служби, які працюють на місцевому та регіональному рівні;

- регіональні підрозділи державних установ;

- науково-дослідницькі установи;

- навчальні заклади різних рівнів;

- представники місцевих осередків політичних партій;

- релігійні та етнічні групи;

- професійні спілки та інші організації працівників;

- активні місцеві жителі, які представляють власні інтереси або представники широких кіл громадськості;

- засоби масової інформації – представники місцевих газет, радіо та телебачення, соціальні мережі.

Робочі/фокус-групи представляють собою спеціальні структури, до складу яких входять члени регіонального партнерства, і яким доручено провести конкретні заходи в ході розробки регіональних стратегій розвитку туристично-рекреаційних комплексів. Наприклад, робочі групи будуть створені для підготовки SWOT-аналізу і стратегічного фокусування, в той час як фокус-групи відповідатимуть за підготовку таких складових як оперативні цілі, завдання та ін.

Крім того, протягом всього процесу розробки стратегії регіону та комплексу, зокрема, повинні працювати на створення регіональної мережі для підготовки проектів. Ця мережа буде використовуватися на стадії розробки стратегії для створення проектних ідей, необхідних для практичної реалізації стратегії, а також в ході її реалізації шляхом імплементації впровадження проектів регіонального розвитку.

Після того, як процес підготовки стратегії регіонального розвитку туристично-рекреаційного комплексу офіційно розпочався, команда розробників може приступити до підготовки соціально-економічного аналізу регіону.

Проблема аналізу соціально-економічного розвитку регіонів постійно знаходиться в центрі уваги теорії і практики регіонального управління. Однак, у сучасних кризових умовах вона набула особливої значимості, оскільки кризові умови господарювання вимагають формування ефективних і дієвих механізмів управління складними територіальними системами, які б, базуючись на новітніх наукових досягненнях, дозволяли ефективно вирішувати актуальні проблеми подолання кризи з мінімальними негативними соціальними та економічними наслідками, а також сприяли попередженню виникнення кризи на мезорівні [7].

Соціально-економічний аналіз (СЕА) є важливою, але не єдиною складовою процесу розробки стратегії розвитку туристично-рекреаційного комплексу, тому не може розглядатись окремо від інших етапів роботи. Проте саме СЕА лягає в основу розробки можливих сценаріїв розвитку, визначення сильних та слабких сторін комплексу.

В Україні та й в ЄС не існує надто формалізованих підходів до підготовки СЕА, але уже сформовані загальні традиції щодо структури такого документу, його глибини та візуалізації.

Соціально-економічний аналіз (інші назви – аналіз ситуації, базовий аналіз) охоплює всі важливі аспекти життєдіяльності і розвитку цільового регіону або іншої місцевості. Правильно зроблений і адекватно використаний аналіз ситуації дозволяє членам робочої групи краще зрозуміти актуальний стан та тенденції в економічній, соціальній, екологічній та інноваційній сферах регіону. Цей аналіз також створює потужну основу для своєчасного виявлення бажаних і небажаних змін в регіоні, а також основу для прийняття

обґрунтованих рішень щодо регіонального розвитку туристично-рекреаційного комплексу.

Є кілька причин для підготовки соціально-економічного аналізу, який є базою для стратегічного планування розвитку інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу. Перша полягає у розробці ключових питань і висновків, підтверджених відповідними даними, які необхідні для подальших кроків планування. Це допомагає виявити нові та попередні заходи, з якими може бути узгоджений розвиток, або сигналізувати регіональним зацікавленим сторонам, чи владі вищого рівня, в разі, коли дані показують, що щось йде не так, щоб ми могли стратегічно втрутитися, щоб зупинити небезпечні або небажані тенденції.

Наступна важлива причина, чому потрібен соціально-економічний аналіз, полягає у створенні основи для моніторингу та оцінки реалізації стратегії. Для цілей моніторингу (а також для оновлення стратегій розвитку) необхідно створити механізми для регулярного оновлення соціально-економічних даних.

Збір даних є першим кроком в підготовці СЕА. З метою забезпечення повноти і точності даних і аналізу варто організувати збір двох типів даних: вторинні (кількісні, офіційні, статистичні і об'єктивні) і первинні (якісні, менш формальні, такі, що висловлюють думки, суб'єктивні).

Як правило, починаємо зі збору вторинних даних, які можна швидше і легше зібрати, з меншими затратами ресурсів. Це, в основному, кількісні дані з таких джерел як управління статистики, звіти відповідних установ тощо.

Ефективність збору даних може бути підвищена шляхом точного формулювання структури даних і поданням своєчасних запитів до відповідних джерел. Важливо знати умови, за яких відповідні джерела надають дані, можливі витрати, які можуть виникнути та придатність даних щодо процесу розробки стратегії.

Для того, щоб відповідати вимогам розробки та реалізації стратегії, створена база даних повинна, по можливості, містити всі ключові аспекти і тематики розвитку. Крім того, вона повинна регулярно оновлюватися (принаймні, щорічно) для того, аби відображати поточну ситуацію і ясно показувати зміни. По можливості, вона має містити розбивку по статі з метою забезпечення основи для гендерно-чутливого аналізу в таких аспектах, як соціальна інтеграція та рівні можливості.

Хоча вторинні дані вважаються об'єктивними, часто цього не досить для повного розуміння всіх відповідних аспектів життєдіяльності і розвитку в регіоні. Таким чином, рекомендується доповнити соціально-економічний аналіз первинними даними, які є якісними і відображають суб'єктивні думки, але допомагають забезпечити глибоке розуміння тенденцій і умов розвитку.

Джерелом первинних даних зазвичай є експерти у відповідних областях, керівники провідних підприємств, громадських організацій та інші особи (лідери громадської думки), які мають знання в одній або декількох областях,

що є предметом нашого аналізу ситуації. Інструменти, які можуть бути використані для збору первинних даних, опитування, інтерв'ю та фокус-групи.

Кроки в проведенні опитувань включають: визначення вибірки, підготовка анкети, проведення опитування, обробка даних і аналіз даних.

Фокус-групи проводяться у разі, коли взаємодія між кількома особами вважається стимулюючою, і може призвести до плідної дискусії та взаємодії зацікавлених сторін.

Хороший соціально-економічний аналіз регіону попереджає: він показує, від чого слід відмовлятися (де витрати перевищують вигоди), а також – куди потрібно спрямовувати ресурси, де є потенціал для розвитку.

Структура даних може відрізнятися в різних регіонах, залежно від основних регіональних інтересів і наявності даних. Етапи підготовки соціально-економічного аналізу: збір даних, створення бази даних, аналіз даних і висновки, завершення.

Як правило, готує СЕА невелика група експертів, які розуміють логіку такої роботи, її важливість та сповідують певну спільну ідеологію, щодо методики роботи над стратегічними документами. До цієї роботи залучаються по мірі необхідності працівники органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, служб статистики.

Враховуючи той фактор, що в нашому випадку соціально-економічний аналіз здійснюється з метою стратегічного планування розвитку інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу, необхідно враховувати рекомендації які регулюється Постановою Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 932 «Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів».

У Постанові № 932 частково визначено загальний зміст аналітичної частини РСР – яка є власне СЕА області: «9-1. Аналітична частина включає:

- результати аналізу соціально-економічного розвитку регіону, у тому числі оцінку природно-ресурсного, виробничого, трудового, наукового, фінансового та інноваційного потенціалу регіону; характеристики зовнішніх ринкових та технологічних тенденцій, що впливатимуть на соціально-економічний розвиток регіону; характеристику основних проблем, що стримують розвиток регіону;

- результати аналізу сильних та слабких сторін, конкурентних переваг регіону, викликів та ризиків на основі SWOT-аналізу».

Підготовка якісного СЕА є дуже важливим елементом для всієї роботи над регіональною стратегією розвитку туристичного комплексу, адже саме СЕА дає змогу визначити сильні та слабкі сторони регіону, оцінити можливі сценарії розвитку та визначити внутрішні ресурси і конкурентні переваги регіону перед іншими.

СЕА готується на основі відкритих даних обласного управління статистики, податкової служби, управлінь ОДА, а також Держстату. При

підготовці СЕА бажаним є використання Схеми планування території області, а також матеріалів статистичних даних Міжнародного економічного форуму, Світового банку, публікацій науково-дослідних інститутів, дослідницьких та аналітичних центрів, соціологічних служб.

СЕА має бути досить детальним, але водночас не переобтяженим надмірною кількістю цифрових даних та розлогих текстів наукового характеру.

Соціально-економічний аналіз є загальнодоступним документом і при його гарній підготовці та візуалізації цей документ довго буде затребуваним при підготовці регіональних проектів, просуванні регіону в інформаційному просторі, підготовці наукових та популярних видань про регіон. Також СЕА є тим макетом ситуації до початку реалізації стратегії, з яким можна буде порівнювати досягнення чи провали у її реалізації.

Інфраструктура регіонального туристично-рекреаційного комплексу має широкий діапазон суб'єктів та багатофункціональне призначення. Тому, стратегічне планування її розвитку потребує глибини дослідження.

СЕА має бути логічно структурованим та містити інформацію, придатну для підготовки певних висновків, які покладаються в основу стратегічного планування. Аналіз являє собою не скорочений виклад статистичної інформації, а її осмислення, візуалізацію та прив'язку певних показників до території регіону: адміністративно-територіальних одиниць районів та міст обласного значення. Готується відповідно до структури, що враховує, але не обмежується вимогами Постанови № 932. Кожен параграф аналізу, що стосується певної теми має містити короткий висновок – наскільки саме ця характеристика регіону має вплив на розвиток комплексу, чи створює обмеження для такого розвитку.

Дуже часто в різних регіонах України працівники оперують недостатньо перевіреними даними чи перебувають в полоні міфів і стереотипів, які склалися багато років тому і сьогодні взагалі не відповідають дійсності, а це надзвичайно шкодить реальному оцінюванню ситуації і плануванню розвитку.

В одних регіонах стверджують: у нас високорозвинене сільське господарство, в інших – у нас високорозвинена промисловість, у нас висококваліфіковані кадри, у нас найбільше об'єктів для туризму тощо. Насправді ситуація може бути не такою оптимістичною, тому варто пам'ятати, що проведення СЕА має містити порівняльний аналіз обласних показників із середньо українськими показниками, а також показниками регіонів-сусідів та регіонів, що належать до однієї з вашим регіоном типології. Такі регіони слід обрати серед українських регіонів, а також рекомендується взяти по одному регіону із близьких країн-сусідів. Таке порівняння є дуже важливим не тільки на етапі підготовки стратегії, а й на етапі моніторингу та оцінки її реалізації.

Ряд показників мають свої особливості дослідження у розрізі окремих складових. При аналізі показників, що характеризують розміщення та типологію необхідно описати розміщення регіону в Україні і визначається до якого типу регіонів відноситься ваш регіон. Типологія регіонів визначається у

розробках Проекту підтримки регіонального розвитку в Україні, що реалізується за підтримки ЄС [98].

При описі розміщення, варто звернути увагу на такі речі: розміщення регіону у певній історичній частині України; близькість регіону до Києва, чи до основних великих промислових та логістичних центрів та ринків.

Слід звернути увагу на компактність самого регіону та розміщення на його території найбільших міст, визначити яка частина території і яка частка населення регіону проживає на відстані понад 100 км від обласного центру. Чим компактніше розміщений регіон, чим ближче до його географічного центру знаходиться адміністративний центр, тим краще це для планування розвитку регіону та забезпечення інтегрованості його території.

Опис географічного розміщення має показати наявність чи відсутність перепон природного характеру для інтегрованості території – великі річки, що протікають через територію регіону, гірські хребти, великі масиви боліт – це додаткові ускладнення для регіонального розвитку. Натомість вихід до моря, наявність глибоководних портів чи бухт є безумовною перевагою.

Важливим елементом оцінки розміщення регіону є його включеність у міжнародні та українські транспортні коридори і щільність автодоріг та залізниць у регіоні. Для такої оцінки варто використовувати інформацію загальноукраїнського характеру.

Розміщення регіону, його компактність підлягає порівнянню із кліматом, оскільки перебування всієї території в одній кліматичній зоні створює додаткові ризики (можливості) для розвитку сільськогосподарського виробництва.

Кліматичні умови в регіоні можуть бути відмінними через особливості її географічного розміщення та рельєфу, якщо є такі значні відмінності то їх варто описати та показати на карті області. Якщо для області характерним є підтоплення земель чи ризики повеней, посух, варто також створити карти з позначенням ризикових територій.

У цьому параграфі знаходиться основна характеристика регіону: територія, населення, рівень урбанізації, частка регіону за цими основними показниками в Україні, сусіди, регіони з якими здійснюється порівняння, тощо.

До кожного параграфу пропонується сформулювати певні висновки.

При аналізі показників, що характеризують природні ресурси необхідно описати природні ресурси, що є важливою передумовою для стратегічного планування розвитку регіону, але в сучасних умовах це не є визначальним. Часто вигідне географічне розміщення, а особливо наявність достатньої кількості кваліфікованої робочої сили є більш важливим для економічного зростання, ніж наявність тих чи тих корисних копалин. В цьому параграфі варто дати опис основних природних ресурсів, та розміщення наявних корисних копалин, інших ресурсів в межах території області [98].

При описі природних ресурсів слід звертати уваги не тільки на корисні копалин, але й наявність лісів, водойм, заповідних та історичних територій, усього того, що об'єктивно є в межах території області і може мати вплив на її

розвиток, або окремих адміністративних районів. Для територій, які мають перспективні об'єкти для розвитку туризму та рекреації варто більш детально описати ці об'єкти, їх потенціал та можливості використання.

При описі туристичних ресурсів варто відразу виявляти існуючі туристичні потоки та місця накопичування потенційних туристів (наприклад курорт, на якому відпочиває кілька тисяч людей досить легко може бути вмонтованим у туристичний маршрут із відвідуванням історичного чи природного об'єкту).

При аналізі показників, що характеризують демографію та адміністративно-територіальний устрій потрібно врахувати, що будь-яка стратегія реалізується в інтересах людини і реалізується власне людьми, які проживають в регіоні. Саме тому, вивчення ситуації в регіоні, пов'язаної із складом населення, його рухом, динамікою зміни, вікового та статевого складу є надзвичайно важливою.

СЕА має містити характеристику системи розселення в області від загальної: чисельність населення, щільність, темпи приросту, рівень урбанізації, до візуалізації цих показників в межах адміністративно-територіальних одиниць – районів та міст обласного значення. Розподіл населення за віком має бути в кожному СЕА, оскільки він показує, що чекати в середньостроковій перспективі в сфері робочої сили, кількості пенсіонерів та дітей. Важливо отримати візуалізацію показників демографічного навантаження по АТО, оскільки це дає змогу відразу бачити тенденцію щодо появи проблем соціального характеру в окремих територіях уже на середньострокову перспективу.

При розгляді системи розселення та адміністративно-територіального устрою варто звернути увагу на величину та економічну спроможність сілрад та районів, оскільки для всіх українських регіонів притаманними у більшій чи меншій мірі є подрібненість цих одиниць, що створює додаткові проблеми регіонального розвитку. Варто в кожному районі визначити потенційні точки зростання туристично-рекреаційного підприємництва, навколо яких можливий розвиток економіки. Такими точками зростання в першу чергу виступають об'єкти туризму та рекреації в містах районного значення та домінуючих великих сільських поселеннях. Визначення таких потенційних точок зростання є важливим для етапу підготовки проектів регіонального туристично-рекреаційного розвитку.

Для стратегічного планування розвитку інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу вагомим чинником є стан регіональної економіки. Один із найбільших розділів СЕА, що складатиметься із декількох параграфів присвячений регіональній економіці. При підготовці цього розділу особливо важливим є встановлення реальної ситуації в економіці області. Тут, на жаль, трапляються проблеми зі статистичними даними, оскільки часто деякі нові види економічної діяльності не присутні в статистиці (наприклад послуги в сфері інформаційних технологій, дизайну, консалтингу, сегментарному туризму). В цьому розділі слід визначити структуру регіональної економіки та

відслідкувати її зміни упродовж останніх 10 років. Структура економіки та динаміка змін має бути візуалізованою [98].

При оцінці регіональної економіки варто звернути увагу на найбільш важливі для області сектори, особливо на зміну їх питомої ваги в структурі, а також розміщення їх в просторі. В Україні для багатьох областей є притаманним наявність одного-двох підприємств в місті чи районі, які є домінуючими і дуже залежними від зовнішніх впливів, що створює серйозні ризики для всієї соціально-економічної інфраструктури міста, району чи області. Також необхідно приділити увагу розвитку малого та середнього бізнесу, який сьогодні складає економічну основу більшості українських регіонів. Зважаючи на це, такий аналіз може бути винесений в окремий підрозділ СЕА.

Дуже важливим елементом аналізу є визначення найбільших платників податків на прибуток в кожному районі та місті обласного значення в області, а також спільної частки найбільших двох платників у структурі надходжень від податку на прибуток. Це дає змогу зрозуміти наскільки вразливим є економічна ситуація в регіоні від ситуації на цих суб'єктах.

Можливості економічного розвитку суттєво залежать від інвестицій в економіку та іноземних інвестицій зокрема, тому важливим для прогнозування сценаріїв розвитку є оцінка залучення інвестицій в регіони і розподіл цих інвестицій в межах регіону.

Загалом розділ про регіональну економіку має давати відповіді на питання: яка структура економіки, її тренди, сильні та слабкі сторони та можливості впливу на неї з боку органів влади регіонального рівня. Чим більш монополізованою є регіональна економіка, чим більші підприємства її складають, тим більше ризиків від зовнішніх впливів і менше впливу місцевої влади.

Сільськогосподарське виробництво має бути представлене в розділі, де мова йде про загалом регіональну економіку і формування продовольчого забезпечення для туристично-рекреаційного комплексу. Суб'єкти економічної діяльності в сільському господарстві часто є платформою для розвитку сільського зеленого та екологічного туризму. Збереження та розвиток сільських територій є важливим для усіх регіонів, ЄС та ООН надають цьому питанню окрему увагу, тому варто передбачити окремий розділ, який стосується аграрного сектору та розвитку сільських територій.

Практика показує, що навіть у найбільш урбанізованих та індустріальних областях частка сільськогосподарського виробництва у ВРП (валовий регіональний продукт) є досить значною (8-10%). В сільських територіях проживає досить багато людей (особливо це характерно для Центральної, Північної та Західної України). До того ж на переробку сільськогосподарської продукції та випуск харчових продуктів орієнтовано значну частину місцевого підприємництва. Саме тому, питання сільського господарства та сільських територій бажано виділяти в окремий розділ, структура якого може бути не зовсім уніфікованою, як для усіх областей, оскільки це залежить від кількості

сільського населення, його зайнятості в с/г виробництві та внеску с/г виробництва у стан соціально-економічного розвитку регіону.

Має бути визначено структуру с/г виробництва, як за секторами (рослинництво, тваринництво, ягідництво) так і за виробниками (індивідуальні ОСГ, фермери, с/г підприємства, агрохолдинги) та проаналізовано зміни структури за останні 10 років, а також у порівнянні з 1990 роком.

Важливими показниками, які мають бути вивчені, є виробництво основних продуктів харчування у регіоні, рівень споживання та відповідність його медично обґрунтованим нормам.

Дуже важливо в процесі вивчення ситуації в аграрному секторі та сільських територіях оцінити нинішню зайнятість сільського населення у сільськогосподарському виробництві та інших галузях. Тенденції до зміни зайнятості та внутрішню маятникову міграцію із сільських територій у міста на роботу.

Питання формування бюджету та його наповнення в СЕА варто показати з позиції загальних тенденції зі структурою бюджету регіону, рівень його дотаційності, розмір бюджету розвитку. Добрим є порівняння бюджетної забезпеченості по регіону. Важливим індикатором стану регіональної економіки є структура надходжень до місцевих бюджетів регіону за рахунок місцевих платників податків, у тому числі малих та середніх підприємств [98].

Частина СЕА, у якій досліджується ситуація із місцевими бюджетами та податковими надходженнями в регіоні є чи не найбільш складною для її формування і чутливою для оцінки. Тому, тут дуже важливо, аби прочитання цього блоку викликало суперечки щодо правильності підрахунків, чи дискусій на кшталт «хто кого годує» в області. Варто також спробувати оцінити використання коштів бюджету розвитку регіону, а також коштів субвенцій з державного бюджету на соціально-економічний розвиток, які отримували регіони впродовж останніх 5 років (територіальний та галузевий аспекти та відповідність діючим на час реалізації регіональним планувальним документам).

Впровадження концепції регіонального смарт-туризму (смарт-дестинації) сприяє підвищенню ефективності функціонування туристичних дестинацій та зміцненню їх конкурентних позицій на глобалізованому ринку шляхом підвищення інноваційної складової туристичного продукту, зростання рівня лояльності споживачів, зменшення рівня невизначеності умов розвитку. Через різновекторність, ефективність застосування, прогресивність і перспективність розвитку доцільно визначити смарт-принцип як парадигму сучасних туристичних міст, інноваційний інструмент ведення міжнародного туристичного бізнесу та економічного зростання.

В умовах сталого розвитку розумні технології мають ряд особливостей, серед яких можна виділити окремі, що здійснюють вплив на дестинацію в якій застосовують елементи смарт-технологій. Результат цього впливу розподіляється на сторони, які можуть брати участь у процесі

взаємодії з туристом, а саме: туристичні організації, уряди, місцеві жителі та місцеві громади, самі туристи, а також навколишнє середовище.

Впровадження концепції регіонального смарт-туризму (смарт-дестинації) сприяє підвищенню ефективності функціонування туристичних дестинацій та зміцненню їх конкурентних позицій на глобалізованому ринку шляхом підвищення інноваційної складової туристичного продукту, зростання рівня лояльності споживачів, зменшення рівня невизначеності умов розвитку. Через різновекторність, ефективність застосування, прогресивність і перспективність розвитку доцільно визначити смарт-принцип як парадигму сучасних туристичних міст, інноваційний інструмент ведення міжнародного туристичного бізнесу та економічного зростання.

Функціонування сфери туризму супроводжується безперервним кругообігом інформації, від розподілу й використання якої залежить конкурентоздатність всіх елементів глобалізованого ринку. Нові вимоги суспільства до необхідності змін у способах і засобах надання туристичних послуг, потреба у інноваціях в умовах сталого розвитку, забезпечення довготривалих контактів з партнерами та споживачами туристичних послуг із використанням «розумних технологій». Smart-туризм на практиці реалізують не лише застосуванням комп'ютерів, інтернету або інновацій. Невід'ємним елементом smart-туризму виступає нейронний маркетинг. Це технологія, спрямована на стимулювання споживчого попиту, що використовує ті закономірності роботи людської психіки, які, як правило, самим клієнтом усвідомлюються, а часом навіть і не передбачаються їм у власній поведінці. Чим вище повинен бути ефект, тим складніше буде комплекс нейромаркетингу [165].

Стратегічне планування розвитку передбачає впровадження інновацій як фактору ефективності. Тому, здійснюючи соціально-економічний аналіз на основі якого буде здійснюватися стратегічне планування розвитку інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу необхідно застосувати аналітичні методи для визначення потенційних пріоритетних сфер смарт-спеціалізації.

Відповідно до методології планування регіонального розвитку в Україні [98] можна застосовувати ряд ефективних методів.

Перший метод – це аналіз невикористаних можливостей, метою якого є:

- а) визначення потреб та перешкод з акцентом на сферу інновацій;
- б) оцінка рівня підтримки, що забезпечується бізнес-інфраструктурою в регіоні.

Для цього виду аналізу застосовуються наступні методи та інструменти: анкетування (он-лайн або оф-лайн), особисті інтерв'ю (в робочих групах, по телефону).

Важливим та необхідним інструментом аналітичного етапу є залучення зовнішніх експертів. Однак, незважаючи на переваги такого структурованого підходу, є певні недоліки у використанні цієї методології: вона відображає лінійний (експертний) погляд на інновації та недостатньо відображає рівень

потенційних можливостей, які можуть бути сформовані завдяки підтримки цього процесу регіональними та місцевими органами влади.

Другий метод – аналіз синергії наукової та технологічної спеціалізації: аналіз напрямків та спеціалізації інвестицій в НДДКР, публікації, згадування та цитування, патентні заявки. Регіон має відносну (порівняльну) перевагу в певній галузі за умови, якщо показники цієї галузі вищі середнього у порівнянні з показниками інших країн.

Перевага такого методу – дані доступні в порівнюваному форматі (враховуючи деякі обмеження), недолік – метод скоріш відображає потенціал наукових досліджень та технологічних розробок ніж ринкову (комерційну) цінність або інноваційний потенціал. Найскладніше – пов'язати наукові дисципліни з технологічними сферами діяльності та галузями виробництва, оскільки багато дисциплін та технологій є універсальними та знаходять своє застосування в багатьох різних галузях. Класифікація галузей є також певним обмеженням оскільки вона використовує доволі застарілі дані щодо формулювань техніко-економічних показників, що не співпадають з поточним асортиментом продукції (наприклад, труднощі у визначенні екологічної продукції або галузі послуг). Цікавим є розрахунок змін серед показників з часом, що дають розуміння щодо перспектив розвитку науково-технічної спеціалізації у регіоні.

Третій метод – це аналіз ефективності економічної спеціалізації регіону: кількісний аналіз визначає глибину спеціалізації на основі даних про трудову зайнятість (додаткову вартість). Коефіцієнт локалізації (розташування) даної галузі (виробництва) на території регіону – визначає ті галузі, які значно більше представлені в економіці регіону, аніж у інших регіонах/країнах.

Можливі також інші комбінації зазначених факторів, і в кожному випадку слід застосовувати судження експерта та/або обговорення під час засідання робочої групи.

Таким чином, показники спеціалізації вказують на наявність критичної маси, проте не пов'язані з інноваційною діяльністю. Дуже важливо, щоб дані спеціалізації відповідали показникам ефективності (додана вартість, експорт, тощо).

Четвертий метод – поглиблене дослідження кластерів та експертна оцінка (peer review): перехід до якісного аналізу сфер діяльності, у яких регіон демонструє відносну спеціалізацію. Це передбачає експертну роботу та аналіз ланцюжків доданої вартості (проведеного на міжнародному рівні, інформування щодо просторового розподілу праці), передумови для розвитку та функціонування кластерів, ситуація на ринку праці, тощо. Це також враховує аналіз зв'язків між кластерами, або між кластером та галузями промисловості, що мають подібні потреби та вимоги, що є надзвичайно важливим аспектом для передачі знань між кластерами (завдяки мобільності людей).

Він базується на мережевому аналізі, що використовує дані про зміни робочих місць між галузями, демонструючи близькість між галузями в контексті компетенції та спектру професійних навичок. Складний аналіз

кластерів можна об'єднати з функціональним аналізом, що зв'язує економічну структуру з проблемами та викликами кластерів та оцінює функції, які взяв на себе той чи інший кластер. Функції, які необхідно проаналізувати: створення та розповсюдження знань, виявлення можливостей та бар'єрів, стимулювання підприємництва/управління ризиками, формування ринку, мобілізація ресурсів і процес легітимації (узаконолення). Ці типи аналізу проводяться експертами, які досліджують кейси у тісній співпраці з безпосередніми представниками кластерів. Це допомагає врахувати інноваційні можливості, визначені провідними стейкхолдерами (компаніями, університетами, посередниками). Співпраця регіональних експертів з міжнародними фахівцями допомагає краще визначитися щодо питання міжнародної конкурентоспроможності. Також, залучення стейкхолдерів з іноземних кластерів додає більше цінності до процесу аналізу та оцінки.

П'ятий метод – форсайт (метод довгострокового прогнозування): цей метод апелює до оцінок, описів і аргументації висококваліфікованих фахівців – експертів. Для зниження рівня суб'єктивності експертних прогнозів, до їх розробки залучають широке коло компетентних експертів, сприяючи виробленню ними узагальненої і узгодженої групової оцінки. Форсайт-прогнозування визнає можливість альтернативних сценаріїв розвитку майбутнього та націлене на формування бажаних траєкторій розвитку. Форсайт-прогнозування має наступні характеристики: орієнтоване на дії, відкрите для альтернативних перспектив, інтерактивне. Форсайт пропонує багато різних методів, які можна об'єднувати для здійснення дослідження.

Шостий метод – метод Дельфі (Delphi) – метод проведення повторних опитувань експертів (багато-раундового експертного дослідження). На основі вище зазначених методів, здійснивши аналіз можна переходити до наступного етапу стратегічного планування – прийняття рішення щодо визначення сфер смарт-спеціалізації регіону.

Ухвалення рішення про щодо потенційних або вірогідних сфер смарт-спеціалізації (економіка/знання/ринкові ніші) є складним, оскільки необхідно враховувати багато чинників. На додаток до попередніх рішень за наведеними далі рекомендаціями, сфери смарт-спеціалізації повинні бути вибрані у процесі спільного обговорення за активної участі представників підприємницького середовища. Підприємці допоможуть отримати додаткові уявлення та, можливо, виявити «слабкі ринкові сигнали» та нові неочевидні можливості. Проте, після аналізу ситуації, деякі потенційні сфери смарт-спеціалізації мають бути спочатку запропоновані для обговорення представниками державних органів, дослідницьких та навчальних закладів, бізнес-сектору, громадських організацій.

Критеріями, які використовуються для вибору пріоритетних сфер смарт-спеціалізації, є:

- наявність ключових ресурсів (активів) та спроможності регіону (включаючи профільні навички та резерви робочої сили);

- потенційна здатність до диверсифікації цих галузей, міжгалузевих відносин або інших економічних сфер;
- наявність критичної маси та/або критичного потенціалу в рамках кожного сектору/галузі,
- місце регіону на міжнародному ринку в якості вузла в глобальному ланцюгу доданої вартості.

На додаток до конкретних технологічних або галузевих пріоритетів, необхідно звернути увагу на визначення пріоритетів горизонтального типу для поширення та застосування Ключових Інноваційних Технологій (Key Enabling Technologies), а також, соціальні та організаційні інновації, фінансування розвитку щойно започаткованих підприємств, що часто є недоліком в багатьох регіонах, що поставили в пріоритет створення фірм, орієнтованих на технологічні інновації проте не відстежують стан розвитку цих фірм або їх кількість робочих місць.

Якщо пріоритетні сфери смарт-спеціалізації визначені досить узагальнено, наприклад, «еко-інновації», «відновлювана енергія», «екологічно чиста транспортна система», то більшість регіонів не зможуть визначити свої унікальні конкурентні переваги. Для того, щоб пріоритетні сфери були більш ефективними та максимально синхронізованими до майбутнього плану заходів з реалізації регіональної стратегії, пріоритетні сфери повинні бути ідентифіковані максимально вузько, наприклад: «інновації в галузі активного довголіття на базі ІКТ», «інноваційне рішення для зниження міських заторів», «еко-будівництво з використанням деревини».

Найбільш поширеними помилками у процесі визначення пріоритетних сфер смарт-спеціалізації (та пов'язаний з ними доступ до державного фінансування), є:

- розповсюдження коштів серед найбільш потужних лобі в регіоні;
- копіювання пріоритетів інших регіонів.

Завершення соціально-економічного аналізу вимагає конструктивної комунікації з регіональними зацікавленими сторонами. Проект аналізу, як правило, надається регіональним суб'єктам для зауважень і поправок, а також представляється широкій громадськості регіону, можливо, через організацію відповідного заходу.

Після того, як регіональні зацікавлені сторони представили свої зауваження до аналізу, зібрані пропозиції зворотного зв'язку оцінюються командою розробників і використовуються для його покращення. Доопрацьований варіант соціально-економічного аналізу публікується у вигляді електронного або друкованого документа.

Резюме соціально-економічного аналізу ситуації, яке містить висновки щодо основних тенденцій в регіоні, а також аргументацію для визначених пріоритетних сфер смарт-спеціалізації, як правило, включається до першої частини документа стратегії регіонального розвитку.

Інтегральні підсумки соціально-економічного аналізу повинні стати інформаційно-аналітичною базою для формулювання інерційного сценарію

розвитку регіону та інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу.

Необхідною умовою успішності планування, крім об'єктивного аналізу соціально-економічної ситуації в області є достатньо вірогідні прогнози, побудовані на статистично зафіксованих тенденціях і кількісних показниках, з урахуванням особливостей функціонування тих секторів і сфер економіки регіону, які є найбільш вагомими для цієї території.

Найважливішими прогнозами в контексті формулювання сценаріїв розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу є демографічний та економічний прогнози.

Демографічний прогноз – це довготермінове передбачення кількості населення та його статевовікової структури. Він будується на припущення щодо народжуваності, очікуваної тривалості життя і міграції. При виконанні регіонального демографічного прогнозу варто користуватися демографічними прогнозами Інституту демографії НАНУ.

Економічний прогноз повинен ґрунтуватися на історичних трендах та аналізі зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на функціонування економіки регіону та загальнодержавних прогнозах розвитку економіки через значні зв'язки економіки області з рештою країни. Основними економічними параметрами, які необхідно оцінити та спрогнозувати, є випуск товарів і послуг секторами економіки регіону, зайнятість, доходи бюджету, заробітна плата. При побудові економічного прогнозу необхідно брати до уваги глобальні економічні тренди.

Роль прогнозування у процесі обґрунтування управлінських рішень важко переоцінити, адже від здатності передбачати майбутні перспективи розвитку, стан середовища, потенційні можливості та загрози залежить ефективність, здатність до виживання у конкурентній боротьбі. Саме прогнози різного рівня та ступеня деталізації формують інформаційну основу для визначення ключових напрямів стратегічного та тактичного розвитку, планування господарських процесів [135].

Важливим є зв'язок демографічного та економічного прогнозів, бо розвиток економіки регіону безумовно залежить від очікуваної кількості осіб працездатного віку, а окремі сектори суттєво пов'язані з обслуговуванням окремих вікових груп.

Сценарне моделювання (планування) це один із найбільш ефективних системних інструментів стратегічного менеджменту взагалі та стратегічного аналізу зокрема.

Майбутнє є невизначеним, а ефективна стратегія є умовою необхідною, але не достатньою для досягнення ринкового успіху. Підприємства, які застосовують методику сценарного моделювання здатні максимально знизити невизначеність, набути більшої упевненості та гнучкості у виборі варіанту, знизити ризики масштабних інвестицій через розробку планів дій на випадок розгортання певного сценарію. Їх стратегії більш надійні, працездатні та гнучкі. Доведено, що сценарний підхід – це дійсно один із потужних інструментів,

який дозволяє підвищити рівень стратегічного управління організацією в умовах сучасного світу, що швидко змінюється. Сценарне моделювання є адекватним методом дослідження перспектив розвитку інноваційних процесів, із застосуванням методики, основаної на алгоритмі сценарного моделювання, яке складається з логічно побудованої послідовності кроків, організованих у структуру, що має блоки, цикли та ядро, яке складають специфічні процедури побудови теоретичної та сценарної моделей, формування структури варіантів, експертної оцінки характеристик факторів, розрахунків за сценарною моделлю, описів отриманих сценаріїв. Як будь-яка системна методологія, сценарний підхід є методологією, що неухильно розвивається, набуваючи нових прогресивних більш локальних теорій та практик створення вартості бізнесу, ефективні галузеві бізнес-моделі, конкурентні переваги тощо. Таким чином, застосування методики забезпечить базу науково обґрунтованого підходу до вивчення проблеми прогнозування розвитку інноваційних процесів у туристичній індустрії [159].

Сценарне моделювання є важливою методологічною базою стратегічного вибору. Сценарієм називаємо деяку послідовність подій (у випадку територіальної соціально-економічної системи – станів), які можуть відбутися в майбутньому із значною долею ймовірності за певних умов. Такі умови, або фактори, можуть бути як зовнішні, так і внутрішні.

Іншими словами, в основі кожного сценарію повинні бути покладені базові сценарні припущення, за яких можуть виникати ті чи інші фактори впливу.

Основними сценаріями розвитку регіону є: інерційний (песимістичний), оптимістичний та реалістичний.

Інерційний (песимістичний), сценарій розвитку регіону формується за комплексу припущень, що тривкий у часі (горизонті планування) баланс зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на стан регіону як соціально-економічної системи залишається незмінним, тобто послідовність станів системи змінюється за інерцією: регіон рухається по інерції, суспільно-економічний стан країни не сприяє розвитку.

Оптимістичний сценарій розвитку будується на припущеннях, за яких формуються найсприятливіші зовнішні (глобальні та національні) та внутрішні (ті, які регіон здатен створити самостійно) фактори впливу: регіон активно використовує можливості в умовах швидкого суспільно-економічного розвитку країни.

Реалістичний (інколи його ще називають цільовим) сценарій є результатом критичної оцінки та можливих обмежень формування системи припущень оптимістичного сценарію розвитку: регіон докладает розвиткових зусиль, хоч суспільно-економічний стан країни не сприяє розвитку. Сценарії формулюються у формі опису демографічних, економічних, соціальних та інших важливих характеристик регіону у їх динаміці.

Отже, методологічні вектори стратегічного планування розвитку інфраструктури регіонального туристично-рекреаційного комплексу направлені

на раціоналізацію використання ресурсів на всіх етапах реалізації стратегії. Векторність стратегічних моделей дасть можливість презентувати результати сценарного моделювання, які є важливою методологічною базою для стратегічного вибору.

4.3. Інструменти стратегічного управління розвитком регіональним туристично-рекреаційним комплексом

Сучасним інструментом управління розвитком підприємств і галузей, що формують туристично-рекреаційний комплекс в умовах наростаючих змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі і пов'язаній з цим невизначеності являється методологія стратегічного управління.

Інструмент стратегічного управління слід розуміти як комплексний управлінський елемент, що включає перелік і порядок збору необхідної інформації, сукупність наукових методів її обробки і способів подання, послідовність виконання аналітичних задач у сфері стратегічного управління. Існує величезна кількість цих інструментів, і вони, будучи відносно самостійними, всі знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності. При цьому кожен із них є автономним об'єктом вивчення окремими дослідниками, тому, як стратегічне управління загалом, може не мати однозначних суджень і визначень [171].

У 2020 році Smart-спеціалізацію вважають новим інструментом регіональної політики. «Smart-спеціалізація – це можливість обернути синергію науки, бізнесу та місцевого самоврядування на абсолютно нові інвестиційні перспективи регіонів та вивести громади на новий рівень розвитку». Smart-спеціалізація дозволить впроваджувати інновації, використовувати сучасні наукові розробки, застосовувати swot-аналіз проектів та створювати нові конкурентні види діяльності. «Це фактично новий інструмент регіональної політики, який сприятиме підвищенню інвестиційної активності і конкурентоспроможності регіонів». У Європейському Союзі на регіональному та національному рівнях розроблено 120 стратегій smart-спеціалізації. Цей підхід вже застосовується в 12 країнах, в Україні – у пілотних областях: Запорізькій, Одеській та Харківській. «Якщо ми хочемо економічно інтегруватись із загальним ринком ЄС, включитись в глобальні ланцюги доданої вартості, то ми просто приречені реалізувати в Україні ідеї регіональної smart-спеціалізації» [191].

В умовах посилення інтеграційних процесів відбуваються значні зміни на регіональному рівні управління. Надання регіонам більшої самостійності, делегування відповідних повноважень стосовно організації процесу соціально-економічного розвитку підвищує рівень складності управління регіоном як системи. Тобто, за словами представників Департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку облдержадміністрації, держава передала обласним органам влади повноваження і значні ресурси у сфері регіонального розвитку. Це вимагає формування таких методів регіонального

управління, які б відповідали не лише новому статусу регіону, але й умовам зовнішнього середовища, що характеризуються високим рівнем нестабільності.

Відтак, новий статус регіонів визначає необхідність формування стратегічних методів управління та планування, які реалізують функцію стратегічного бачення розвитку регіону. Стратегія повинна стати підґрунтям для розробки короткотермінових та середньострокових програм економічного і соціального розвитку [90].

Регіональна стратегія розвитку – це довгостроковий план розвитку регіону, який визначає цілі, завдання, пріоритети, напрямки сталого економічного та соціального розвитку. Законом України «Про засади державної регіональної політики» [130] та Порядком розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, затвердженим постановою КМУ від 11.11.2015 № 932, визначені основні критерії до структури відповідних стратегій. Останні законодавчі зміни визначають обов'язкове застосування у стратегічних планах підходів smart-спеціалізації, що передбачає аргументоване визначення в рамках регіональної стратегії окремих стратегічних цілей та завдань щодо розвитку видів економічної діяльності, які мають інноваційний потенціал з урахуванням конкурентних переваг регіону та сприяють трансформації секторів економіки у більш ефективні [34].

SMART – це скорочення для п'яти критеріїв, яких потрібно дотримуватися у процесі визначення цілей: S M A R T. Specific (конкретні) – відображення конкретних дій (або життєво важливих вимір; Measurable (вимірювані) – застосування кількісних показників; Achieving the Client (досяжні) – спрямованість дій на конкретну цільову групу; Realistic (реалістичні) – реалістичність виконання за наявних умов; Time-Limited (визначені у часі) – конкретизація часових рамок (періоду) досягнення цілей [188].

Смарт-спеціалізація розглядається в розвинених країнах в якості концептуальної моделі формування не тільки інноваційної, а й соціально-економічної політики в цілому. Вона передбачає виявлення і стимулювання розвитку унікальних галузей або видів економічної діяльності, що становлять власне спеціалізацію тих чи інших регіонів у рамках національної економічної системи. Смарт-спеціалізація передбачає не стільки стимулювання інновацій, скільки активізацію довгострокових структурних змін в економіці регіону з орієнтацією на перспективу, тобто формування такої політики, яка дозволить регіону зайняти важливі ніші на глобальних ринках.

Концепція старт-спеціалізації підкреслює роль:

- регіональних органів влади;
- інституціональних одиниць, що засновані на знаннях та
- підприємців у формуванні спеціалізації та підвищенні конкурентоспроможності.

Крім того, технології загального призначення відіграють особливо важливу роль у зміцненні існуючих спеціалізацій і виявленні нових економічних можливостей не лише у високотехнологічних секторах, а й у

традиційних галузях економіки. Для оцінювання регіону з метою початку в ньому процесу формування смарт-спеціалізації в рамках концепції потрійної спіралі «бізнес, наука, держава» [31].

Відповідно до Рекомендацій розроблення стратегії смарт спеціалізації базується на чотирьох принципах економічної трансформації («4 К»):

1. Критична маса і строгий відбір: обмежена кількість пріоритетів на основі регіональних можливостей та міжнародної спеціалізації. Концентрація фінансових ресурсів і більш ефективне управління бюджетом.

2. Конкурентна перевага: адаптація інноваційного потенціалу до потреб бізнесу через підприємницьке відкриття.

3. Кластери та взаємозв'язок: розвиток кластерів та створення платформ для міжгалузевих зв'язків у регіоні і поза його межами.

4. Спільне (коллаборативне) управління: створення ефективної інноваційної системи на основі державно-приватного партнерства [34].

Зважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний стає на шлях та здобуває можливості конкурувати з туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформуванню туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Відповідно до Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [152] за сьогоденними реаліями вбачається єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів – це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Відповідно до стратегії [152] умовами сталого розвитку сфери туризму і рекреації є: забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу; концентрація ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів; створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі; удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів; сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів; удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції; запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації); розроблення

національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів; популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі; розвиток туристичних територій.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку туристично-рекреаційних комплексів в регіонах повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни.

Відповідно до головної мети реалізації Стратегії є 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.

З урахуванням основних стратегічних цілей розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року можемо орієнтовно визначити, стратегічні цілі регіонального туристично-рекреаційного комплексу:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

- забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

- системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;

- забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

- організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення

кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів.

Відповідно до поставлених цілей визначаються і основні завдання стратегічного планування та управління розвитком регіонального туристично-рекреаційного комплексу, які полягають в наступному:

- здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів;

- забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню туристичних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері туризму та курортів;

- об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму;

- гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави.

Стратегія держави та стратегія регіону в напрямку розвитку туризму визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який передбачає поєднання таких складових: галузевої (міжгалузева координація та системний розвиток складових сфери туризму та курортів), а саме:

- туристична діяльність (туроператори, турагенти; екскурсійне обслуговування);

- послуги з розміщення (колективне розміщення; індивідуальне розміщення);

- транспорт (повітряний; залізничний; автомобільний; водний: морський та річковий; міський громадський);

- туристичні інформаційні центри;

- музеї та галереї;

- театри, арени, клуби;

- конгрес-холи і конференц-центри;

- заклади громадського харчування;

- спортивні арени;

- торгові центри, магазини, сувенірні лавки;

- ІТ-компанії;

- страхові компанії;

- медіа-компанії.

Територіальна складова передбачає (міжрегіональну кооперацію, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон), а саме: північ, південь, схід, захід, центр; області; райони; територіальні громади; курорти; туристичні території.

Секторальна складова передбачає (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні), а саме:

- міський туризм; екологічний (зелений); етнічний; сільський; культурно-пізнавальний; подієвий; медичний, лікувально-оздоровчий; гастрономічний;
- релігійний; гірський, спортивний, велосипедний; пригодницький та активний;
- науковий та освітній; круїзний та яхтовий; шопінг та розважальний туризм;
- інші пріоритетні види туризму.

Основними напрямками реалізації національної Стратегії, які поширюються і на регіональні стратегії розвитку туристично-рекреаційних комплексів є «безпека туристів», яка передбачає забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, що сприятиме підвищенню якості наданих туристичних послуг шляхом:

- надання невідкладної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації та/або постраждали під час подорожі;
- створення «гарячої» телефонної лінії для прийому і ведення обліку звернень та скарг туристів, у тому числі іноземних, а також надання необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги;
- проведення моніторингу надзвичайних подій, що трапляються з туристами в регіонах;
- посилення відповідальності суб'єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг.

За напрямом «Нормативно-правова база сфери туризму та курортів» стратегічне планування розвитку регіонального комплексу повинно передбачити внесення змін та доповнень до діючих нормативно-правових актів на всіх рівнях та ініціювання нових, необхідних для формування ефективного правового поля в сфері туризму.

Сьогодні на порядку денному стоїть питання імплементації законодавства ЄС у сфері туризму та курортів, що забезпечить вдосконалення законодавства у зазначеній сфері з урахуванням досвіду провідних туристичних країн ЄС шляхом: розроблення пропозицій щодо внесення змін до Законів України «Про туризм» [58; 60], розроблення законопроектів щодо запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації), заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії (щодо створення режиму сприяння для залучення інвестицій у розбудову туристичної індустрії); приведення у відповідність з міжнародними вимогами методів статистики у сфері туризму та курортів та впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка; візової лібералізації та спрощення візових процедур для туристів із країн, що є цільовими ринками для України; актуалізації діючих та укладення нових міжвідомчих та міжурядових угод про співпрацю у сфері туризму та курортів; розроблення і

затвердження порядку створення і ліквідації туристичних представництв України за кордоном.

Питання гармонізації національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами також відображається на ефективності розробки, реалізації та контролю стратегії розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіонального рівня, тому що це сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту шляхом: забезпечення діяльності технічних комітетів стандартизації із залученням суб'єктів туристичного ринку, організацій роботодавців та громадських об'єднань у сфері туризму та курортів; впровадження міжнародної системи якості послуг за такими напрямками, як туроператорська та турагентська діяльність; готелі та аналогічні засоби розміщення; заклади громадського харчування; гіді-перекладачі та екскурсоводи; туристичні інформаційні центри; курорти, оздоровчі послуги та кемпінги; пляжі, дайвінг; екологічний, сільський, активний туризм; інші пріоритетні види туризму для держави та регіонів; виставкова та конгресна діяльність тощо; визначення та забезпечення типізації та спеціалізації курортів;

Стратегія національного та регіонального рівнів розробляється з урахуванням лібералізації та ефективного регулювання провадженням підприємницької діяльності у сфері туризму та курортів шляхом: скасування ліцензування туроператорської діяльності і впровадження альтернативного механізму ефективного регулювання діяльності туроператорів та інших суб'єктів туристичного ринку; скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних засобів розміщення; створення сприятливих умов для організації діяльності національних туристичних операторів та підтримка малого бізнесу у сфері туризму та курортів.

Отже, провівши дослідження щодо розвитку туристичної інфраструктури необхідно зазначити, що однією із головних умов забезпечення комплексного розвитку територій є формування на них туристично-рекреаційних комплексів, що обумовлене створенням сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури.

Стратегічне планування та управління націлене на проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури у регіонах. Підготовка каталогу інвестиційних проектів на рівні регіону у сфері туризму та курортів для представлення потенційним вітчизняним та іноземним інвесторам, участь інвестиційних проектів, що передбачені стратегією розвитку туристично-рекреаційного комплексу у міжнародних ярмарках інвестиційних проектів.

Стратегічно необхідним вважається визначення можливостей і потреби у формуванні туристичних та туристично-інформаційних центрів, забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення.

Стратегічно важливим для розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону є забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та

рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення шляхом: регулювання інтенсивності туристичних потоків (антропогенних навантажень), долучення до створення Державного кадастру природних курортних територій та Державного кадастру природних лікувальних ресурсів; збору інформації та проведення аналізу стану використання природних туристичних і курортних ресурсів, удосконалення системи показників розрахунку обсягів туристичної та курортної діяльності,

Участь у проведенні державного моніторингу екологічного стану навколишнього природного середовища та природних лікувальних і рекреаційних ресурсів, фізичних факторів на курортах, туристичних територіях, у місцях відпочинку населення.

Стратегічне управління розвитком регіонального туристично-рекреаційного комплексу сприяє встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами шляхом впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту.

При формуванні, реалізації та контролі реалізації стратегії розвитку комплексу невід'ємно важливим є розвиток людських ресурсів, що відображається в удосконаленні системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів та інших сфер діяльності, пов'язаних із туризмом, що сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки фахівців у сфері туризму та курортів та якості обслуговування споживачів туристичних послуг шляхом: комплексного дослідження ринку праці у сфері туризму та курортів з метою визначення потреби у фахівцях відповідного профілю, розроблення відповідних базових компетентностей фахівців та підготовки освітніх програм з професійного навчання у сфері туризму та курортів з урахуванням виявлених потреб; гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у вищих навчальних закладах, які забезпечують підготовку фахівців у сфері туризму та курортів, і стандартів професійної підготовки; затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу; залучення населення до популяризації туризму.

Беручи за основу інновації як фактор ефективності партнерства держави, бізнесу, освіти та науки постає важливе питання, що має бути відображене у регіональній стратегії – це питання забезпечення наукового супроводження та досліджень у сфері туризму і курортів, запровадження прогресивних інноваційних розробок шляхом: заохочення молоді до активної діяльності, розроблення інноваційних продуктів і започаткування бізнесу у сфері туризму та курортів за результатами проведення конкурсів на регіональному та галузевому рівні.

Стратегічне управління розвитком регіонального туристично-рекреаційного комплексу базується на ефективній маркетинговій політиці розвитку туризму та курортів України. Стратегічним передбаченням є формування позитивного іміджу України як привабливої для туризму країни, що сприятиме збільшенню туристичних потоків до України, шляхом: розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного

туристичного продукту; маркетингового просування офіційного туристичного бренду України та регіонів; створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу із представленням у єдиному форматі достовірної та актуальної інформації про туристичні можливості регіонів та міст України; розроблення, виготовлення та поширення в Україні та за кордоном друкованої продукції, яка пропагує туристичні можливості регіонів нашої держави; презентації туристичного потенціалу України та її регіонів на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах тощо; становлення інституту саморегулюючих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації).

Стратегічний підхід до формування та реалізації конкурентоспроможних національних та регіональних туристичних продуктів сприятиме зростанню попиту на туристичні послуги, збільшенню надходжень від реалізації туристичних послуг до державного та місцевих бюджетів шляхом: створення національної мережі туристичних брендів України (області, райони, міста, територіальні громади, курорти, туристичні території); створення інтерактивної бази даних, що містить інформацію про туристичні та рекреаційні ресурси України, придатні для використання у сфері туризму та курортів, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду, рекомендовані для відвідування туристами та формування національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів; забезпечення інформаційного супроводження реалізації державної політики у сфері туризму та курортів.

Для досягнення цілей стратегії розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів.

Правовий механізм орієнтований на дотримання учасниками процесу реалізації стратегії принципів конституційності, законності та прозорості. Основними інструментами правового механізму повинні бути нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських організацій. Чітке визначення завдань учасникам реалізації Стратегії дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх виконання.

Основними складовими організаційного механізму є:

- план заходів з реалізації стратегії, який дасть змогу із застосуванням установлених показників розвитку провести оцінку досягнення цілей стратегії, шляхом проведення моніторингу та визначення ефективності впливу заходів, що здійснюються на державному, регіональному та місцевому рівні;

- цільові та регіональні програми розвитку;

- договори, що укладаються, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства.

Економічний механізм забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та утримання високого рівня конкурентоспроможності шляхом: використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь; надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції; сприяння фінансовому оздоровленню підприємств туристичної галузі; впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій.

Фінансовий механізм забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади з розподілу коштів державного бюджету, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банків та небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингових компаній.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії здійснюється у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, не заборонених законом. Обсяг фінансування Стратегії визначається з урахуванням конкретних завдань та у межах коштів, передбачених державним бюджетом на відповідний рік.

Однією з умов успішної реалізації стратегії розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу є розроблення і впровадження системи моніторингу з урахуванням об'єктивних показників розвитку. Крім того, проводиться постійне порівняння результатів її реалізації у частині досягнення цілей стратегії.

Реалізація положень стратегії, виконання плану заходів, моніторинг стану їх виконання здійснюються центральними та місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування на підставі, у межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Моніторинг реалізації стратегії проводить профільне міністерство. До проведення моніторингу з метою дотримання об'єктивності та неупередженості залучаються громадські організації, незалежні інститути та експерти.

Інститути громадянського суспільства здійснюють контроль за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо реалізації стратегії, зокрема шляхом проведення громадської експертизи проектів нормативно-правових актів та концептуальних документів з питань розвитку туристично-рекреаційного комплексу. Результати моніторингу можуть бути підставою для коригування планів заходів з реалізації стратегії.

Для оцінки стану розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу та досягнення основних стратегічних цілей, визначених стратегією, використовуються контрольні показники розвитку, результати державних статистичних спостережень у сфері туризму та курортів, інші дані центральних органів виконавчої влади та індекси міжнародних рейтингів розвитку туристичної галузі.

Основним оцікуваним результатом є реалізація стратегії. Ці результати

будуть відображені у підвищенні конкурентоспроможності національного та регіональних туристичних продуктів; підвищенні якості життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів; створені нових робочих місць, розширенні можливостей населення щодо працевлаштування та самозайнятості; створенні сучасної туристичної інформаційної інфраструктури, а також забезпеченні поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі.

Отже, на основі проведеного науково-теоретичного дослідження щодо визначення організаційно-економічних основ побудови системи стратегічного управління розвитком регіонального туристично-рекреаційного комплексу в сучасних соціально-економічних умовах функціонування, зробимо наступні висновки, що ці основи базуються на загальновідомих методологічних підходах формування системи стратегічного управління розвитком комплексу, які в свою чергу з часом отримали практичну підтримку, технологічну модернізацію, інноваційну наповненість.

Висвітлені методологічні підходи покликані сприяти становленню ініціативного та відповідального стратегічного планування та управління регіональним розвитком туристично-рекреаційним комплексом. Туризм є одним із ключових пріоритетів для українських регіонів і країни в цілому. Ініціативне управління розвитком у даній галузі означає творче формулювання майбутнього у поєднанні з систематичними зусиллями, спрямованими на досягнення цього майбутнього. Відповідальне управління, перш за все, включає в себе відповідальність перед громадянами, у тому числі майбутніми поколіннями.

Стратегічне планування та управління розвитком туристично-рекреаційним комплексом опосередковано сприяє збалансованому та постійному поліпшенню якості життя громадян України за допомогою збалансованого розвитку регіонів і громад, створення нових робочих місць та інших економічних можливостей, надання якісних публічних послуг у сфері туризму та рекреації з рівним рівнем доступності, забезпечення чистого та безпечного середовища проживання.

Таким чином, стратегічне планування та управління інтегрує ключові аспекти життєдіяльності і розвитку: економічні, соціальні та екологічні, підтримуючи їх безперервну взаємодію. Надання публічних послуг у туристично-рекреаційній сфері та просторове планування підтримують реалізацію прийнятих рішень щодо розвитку у певному адміністративному (регіональному) контексті, а також у просторовому вимірі.

Визначені методологічні підходи сприяють активній участі усіх зацікавлених і компетентних осіб у процесі регіонального планування та реалізації планів розвитку відповідно до їх інтересів і можливостей. Основними підходами є: заохочення до участі тих, хто очолює державні, приватні та неурядові організації, а також тих, хто переважно був далеко від процесу прийняття рішень – представників уразливих груп – визнаючи таким чином

принципи соціальної інтеграції. Також передбачається включення місцевих планів розвитку в регіональній стратегії та включення регіональних планів розвитку в стратегії вищого рівня, такі як Державна стратегія регіонального розвитку.

Методологічні підходи базуються на креативному поєднанні ключових компонентів розвитку – соціального, економічного та екологічного з міжгалузевими пріоритетами. Передбачається взаємодія різних учасників процесу розвитку у процесі створення спільної перспективи, у тому числі перспективи для зацікавлених сторін, що беруть участь у процесі.

РОЗДІЛ 5

ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР ЯК НАПРЯМ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ РЕГІОНУ

5.1. Туристичний кластер як детермінант соціально-економічного розвитку регіону

В умовах глобалізації та структурної перебудови економіки, посилення національної і світової конкуренції, а також поширення інтеграційних тенденцій туризм відіграє важливу роль у подоланні кризових явищ в економіці країни, оскільки є важливим фактором соціально-економічного розвитку регіонів. Позитивна тенденція розвитку вітчизняного туризму, яка спостерігається протягом останніх років, забезпечує зростання рівня зайнятості населення, надходження інвестиційних потоків до регіонів, наповнення державного та місцевих бюджетів.

Ділова активність суб'єктів господарювання, які функціонують на території регіону безпосередньо впливає на темпи і стійкість його соціально-економічного розвитку в умовах невизначеності ринкового середовища. Одним із чинників організації високотехнологічного виробництва та засобом підвищення ефективності використання туристично-рекреаційних ресурсів регіону є формування туристичних кластерних утворень галузевого та міжгалузевого характеру. Ефективність використання кластерних механізмів у подоланні кризових явищ підтверджує світова практика.

В сучасних умовах кластерний підхід є одним з ключових інструментів туристичної політики європейських держав. Італія, Франція, Норвегія, Греція, Бельгія активно впроваджують кластерну модель організації туризму. В Італії завдяки взаємодії організацій з державним апаратом туризм має сучасну та досить розвинену туристичну інфраструктуру. Розвиток туристичних кластерів в цій країні відзначається високим науковим рівнем, що в комбінації із системною державною підтримкою забезпечило створення високоефективних кластерів, які активно використовують багаті природні ресурси: «Тразименське озеро» в Умбрії (об'єднує поряд з туристичними підприємствами, закладами розміщення й харчування також торговельні структури, підприємства з виробництва товарів, специфічних для даної місцевості (вино, оливкова олія); «Салінунтінські терми» (Сицилія); «Адріатичне море і берег»; «Міста мистецтв, культури та бізнесу» (Емілія-Романія) [111].

Успішними тематичними туристичними кластерами, що виникли на перетині різних галузей є: Каліфорнійський винний кластер (Долина Напа, США); Кластерний консорціум Південної Африки; Тропічний кластер Північного Квінсленду (Австралія).

Одним із найбільш успішних прикладів розвитку туристичного кластера є туризм у Хорватії. Тут учасники кластера представлені Міністерством туризму Хорватії, готельними комплексами, туроператорами, ресторанами,

концесіонерами, транспортними організаціями, власниками магазинів, музеями, освітніми установами, супутніми галузями. Робочі групи кластера створені за такими сферами, як: маркетинг і брендінг, розробка продукту, кадрові питання, інфраструктура, законодавче і регулятивне середовище. Стратегією розвитку кластера туризму в Хорватії є стратегія диверсифікації економіки. Шляхом диверсифікації індустрія надає унікальну і високоякісну цінність хорватському співтовариству (населенню Хорватії) і відвідувачам Хорватії через високу якість продукції, а також конкурентні переваги продуктів індустрії [158].

Прикладом розвитку та діяльності туристичних кластерів є Польща, де існує близько 11-ти туристичних кластерів. До них належать:

- «Сонце регіону» (воєводство Святокиське) – метою діяльності якого є впровадження сучасних технологій у туристичному секторі, надання підтримки процесу інформатизації туристичним підприємствам;

- Північно-східний туристичний кластер «Кристал Європи» – спеціалізується на виробництві екологічно чистих продуктів (координатор кластера Парк науково-технологічний «Польща - Схід» у Сувалках);

- «Міський - Краків» – кластер утворено за ініціативи влади міста;

- Підкарпатський медично-туристичний кластер (дільниці Тарнова, Жешув) – у кластері активно бере участь 35 підприємств із дільниці Південно-Східної Польщі, загалом працюють у сфері медичної туристики [23].

Аналіз карти створення туристичних кластерів в Польщі свідчить про тенденцію створення туристичних кластерів по всій країні, і кожен наступний кластер має свої специфіку і різновид діяльності, чим збільшує пропозицію і, відповідно, породжує попит на туристичний продукт.

Кластери у всьому світі вважаються ефективним засобом формування національних конкурентних переваг, підвищення ефективності виробництва за рахунок вертикальної та горизонтальної інтеграції як окремих галузей, так і підприємств. Активна взаємодія всіх учасників туристичного кластеру дозволяє отримати загальний результат – комплексний туристичний продукт, що конкурентоспроможний на міжнародному ринку туристичних послуг, який не можливо отримати від ізольованого функціонування кожного елементу цієї системи. В процесі розвитку кластера особливо проявляється ефект синергії, який дозволяє отримати загальний ефект, що не дорівнює сумі ефектів від ізольованого функціонування кожного елементу даної системи. Для розвитку та функціонування сфери туризму в регіональному масштабі кластерний синергетичний ефект досягатиметься швидше завдяки близькості та тісному контакту учасників кластера, що в свою чергу сприятиме популяризації туризму у регіоні.

За визначенням М. Портера: кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (університетів, агентств з стандартизації, торгових об'єднань) у певних галузях, які конкурують між собою, але при цьому ведуть спільну роботу [125, с. 256].

Туристичний кластер відрізняється від виробничого, оскільки індустрія туризму має свої особливості тому, відповідно, потребує інтеграції зусиль підприємств багатьох видів економічної діяльності в процесі формування комплексного туристичного продукту конкурентоспроможного на міжнародному ринку туристичних послуг.

Наукові погляди сучасного наукового співтовариства щодо визначення сутності поняття «туристичний кластер» наведено у табл. 5.1.

Таблиця 5.1

Визначення сутності поняття «туристичний кластер»

Джерело	Визначення
А.Ю. Александрова [3, с. 52]	група географічно межуючих взаємодіючих компаній, громадських організацій і пов'язаних з ними органів державного управління, що формують і обслуговують туристичні потоки і використовують рекреаційний потенціал території;
А.В. Бакурова, А.В. Діденко, О.Ю. Попова [13]	соціально-економічна система, що складається з виробників, постачальників, споживачів та інших елементів інфраструктури, взаємозалежних між собою в процесі створення додаткової вартості;
М. М. Біль [18, с. 123]	є особливими організаційними формами об'єднання державних, наукових, освітніх, громадських та приватних структур, що здійснюють свою діяльність у туристичній галузі та розташовані на суміжних територіях;
С. П. Гаврилюк, А. Г. Охріменко [37, с. 282]	територіально локалізована та галузева форма об'єднання певних суб'єктів (підприємств, установ та ін.), що характеризуються спільністю туристичної діяльності, використанням спеціалізованої туристичної інфраструктури та ресурсів, взаємодоповненням один одного та підсиленням конкурентних переваг;
Л. І. Гонтаржевська [45]	система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту;
О. Крайник, М. Біль [82]	оптимальна форма соціального діалогу, що дає змогу об'єднати зусилля всіх учасників управління туристичної галузі, підвищуючи таким чином ефективність територіальної організації продуктивних сил суспільства;
О. Д. Коль [79]	комплекс територіально локалізованих і взаємопов'язаних підприємницьких структур різних галузей господарства великого міста, діяльність яких направлена на створення умов для духовних та емоційних переживань споживача туристичних послуг, і підвищення конкурентоспроможності міста на вітчизняному та міжнародному туристичних ринках.

Аналізуючи наведені визначення зазначимо, що серед науковців не існує єдності у трактуванні даного поняття. Одні автори розглядають туристичний кластер як соціально-економічну систему, інші – як комплекс територіально локалізованих і взаємопов'язаних підприємницьких структур різних галузей господарства, є також погляди на туристичний кластер як на систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії або оптимальної форми соціального діалогу. На нашу думку, всі наведені

визначення відображають характерні особливості туристичного кластеру, який об'єднує зусилля всіх його учасників, направлені на процес створення конкурентоспроможного туристичного продукту з метою зростання туристичних потоків до регіону та задоволення вимог кожного споживача туристичних послуг. Функціонування туристичного кластера, який є формою концентрації у регіоні туристичних складових, створює можливості більш повного використання туристсько-рекреаційного потенціалу регіону за рахунок формування мережевих зв'язків між підприємствами, які географічно зосереджені на його території і задіяні як у формуванні, просуванні, так і реалізації туристичного продукту, сприяє розвитку туристичних дестинацій.

Формування кластера може здійснюватися за декількома підходами (табл. 5.2).

Таблиця 5.2

Підходи до формування кластерів*

Назва	Сутність
Еволюційний	розглядає процес створення та етапи розвитку кластеру, формування взаємозв'язків між об'єктами кластеру;
Інституційний	передбачає опис кластерної структури як сукупності інституцій, регламентованих відносин, організаційно-економічних відносин та організаційно-економічних механізмів взаємодії учасників;
Ресурсно-технологічний	акцентує увагу на необхідності комбінації ресурсів, акумулювання додаткових знань, спільного отримання компетентностей підприємствами учасниками туристичного кластера як передумови створення додаткової цінності – високоякісного туристичного продукту;
Географічний	зосереджується на територіальній ознаці;
Якісний	оцінює кластер з точки зору отримання додаткових вигід підвищення ефективності, досягнення результативності;
Поведінковий	визначає кластер як набір відносин, ситуаційних моделей поведінки між індивідами та організаціями;
Структурний	характеризує кластер з позиції його організаційної будови та наявності організаційних зв'язків між елементами;
Управлінський	характеризує кластер з позиції специфічних організаційних форм управління територіально-інтегрованими незалежними суб'єктами;
Системний	досліджує кластер як системне утворення з притаманними йому ознаками, властивостями та характеристиками;
Стратегічний	визначає кластер з позиції формування ринкових переваг, дослідження стратегічних цілей.

*Джерело: [27].

В структурі типового туристичного кластеру виділяють 4 основних сектори:

1. Сектор виробництва туристичних послуг – включає підприємства, що безпосередньо виробляють і реалізують туристичні послуги: тур операторські фірми й турагенства, заклади з розміщення, оздоровлення, перевезення, харчування й організації дозвілля туристів.

2. Сервісний сектор – об'єднує банківсько-кредитні установи та страхові компанії, навчальні заклади туристичного профілю, наукові установи, а також бізнес-центри, лізингові компанії.

3. Допоміжний сектор – по-перше, включає різноманітні підприємства з виробництва сувенірів, туристичного спорядження, специфічних для певної місцевості товарів; по-друге, поліграфічні підприємства, картографічні фабрики, періодичні видання, телерадіокомпанії; по-третє, органи державної влади, агенції регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми.

4. Сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластера – включає маркетингові, рекламно-інформаційні, логістичні та юридично-аудиторські підприємства.

Умовно виокремлюють чинники, які впливають на розвиток туристичного кластера:

1. Ресурси – фундамент, на основі якого будується успішність будь-якого туристичного бізнесу, зокрема туристичного кластера. Ресурси поділяються таким чином:

– природні ресурси, атракційні ресурси, модні тенденції, паломництво, інші ресурси, об'єкти, які лежать в основі туристичного продукту;

– людські ресурси – необхідний ресурс для обслуговування туристичного продукту;

– фінансові ресурси – легкість та доступність до різних джерел інвестування;

– інформаційні ресурси – джерело для полегшення доступу до інформації, прийняття правильних організаційних рішень, перспективи стратегічного розвитку кластера, впровадження інноваційних технологій тощо;

– науково-технічні ресурси, які отримують учасники кластера, доступність і якість отриманих досліджень.

2. Допоміжні галузі, які опосередковано впливають на розвиток туристичного кластера, але без яких кластер не зможе ефективно функціонувати.

3. Адміністративні бар'єри: фіскальна політика, кримінальна ситуація, все, що перешкоджає створенню та розвитку кластера.

4. Державні органи влади: важелі впливу, нормативні акти, закони, з одного боку, з іншого – підтримка та сприяння розвитку кластера.

Ефективність функціонування туристичного бізнесу може бути пов'язане з реалізацією ідеї про необхідність координації дії всіх підприємств, що беруть участь у створенні туристичного продукту та послуг, налагодженні партнерських відносин між цими підприємствами, об'єднанням технологічно пов'язаних підприємств, пошук суміжних і підтримуючих підприємств для покращення інфраструктури, укладання угод про співпрацю.

Для підприємств туристичного бізнесу членство в кластері дозволяє:

– отримати ширший доступ до інформації щодо різних аспектів діяльності;

- можливості виходу на національний або світовий ринок;
- залучення капіталовкладень для покращення якості послуг та посилення конкурентних переваг;
- доступ до юридичних та маркетингових консультацій;
- участь керівного складу туристичних підприємств у семінарах, що проводяться для ознайомлення з особливостями ведення бізнесу.

Кластерний підхід дає низку переваг (інституційні, інноваційні, підвищення ефективності діяльності), за рахунок яких забезпечується економічне зростання, залучення прямих іноземних інвестицій, вирішення проблеми зайнятості.

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичної діяльності національних підприємств є:

- підвищення економічної ефективності й конкурентоспроможності спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств порівняно з відокремленою діяльністю;
- зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів і туристичної інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників і споживачів туристичних послуг, розвитку кооперування, договірної спеціалізації;
- стимулювання інноваційного розвитку, розширення доступу до інновацій шляхом збільшення міжфірмових потоків ідей та інформації;
- формування локального галузевого ринку праці, що дозволяє здійснювати обмін співробітниками, їхнє стажування, підвищення кваліфікації; покращення інвестиційної привабливості регіонів;
- кластеризація туристичної діяльності при правильній організації стимулює зростання й розвиток інших виробництв;
- кластерні технології сприяють налагодженню зв'язків між державними й бізнесовими колами при розв'язанні економічних проблем регіонів [71].

Основним споживачем туристичних послуг є турист, який формує вимоги до туристичного продукту. Зважаючи на це, саме ступінь задоволення духовних, емоційних потреб туриста формує рівень конкурентоспроможності в галузі. Під час формування туристичного кластера на будь-якому територіальному рівні необхідно враховувати, що недостатній рівень розвитку хоча б однієї із складових туристичної інфраструктури може негативно відобразитись на загальному враженні туриста від відвідування туристсько-рекреаційного регіону. Тому завданням туристичного кластеру є успішне просування на ринку туристичного продукту і досягнення спільного економічного результату завдяки ефективному управлінню й застосуванню маркетингових комунікацій та співпраці взаємопов'язаних підприємств та установ, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці.

Створення туристичних кластерів у різних регіонах країни є перспективним напрямом та має позитивний вплив на розвиток регіонального туризму. Застосування кластерного підходу є досить ефективним на

регіональному рівні завдяки тісному контакту між учасниками кластера. Учасники туристичного кластера отримують ряд переваг:

- підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур;
- скорочення поточних витрат (на підготовку та навчання персоналу, на спільні маркетингові дослідження і т.д.);
- більш широкі можливості проведення маркетингових досліджень, рекламних компаній, PR-акцій, розширення ринків збуту;
- можливості ефективного обміну ідеями між фахівцями, а отже, формування конкурентного середовища.

Розташування в одному регіоні співучасників дозволяє оперативно ставити цілі, задачі та приймати необхідні рішення щодо існуючих проблем.

5.2. Стратегічні пріоритети розвитку туристичного кластера «Західна Черкащина»

Створення, формування і функціонування регіонального туристичного кластера завжди пов'язане з появою і проявом зростаючого ефекту, насамперед, синергетичного, який забезпечує кількісний і якісний ріст багатьох складових соціально-економічного розвитку регіону, що в свою чергу сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону в цілому. Регіональному кластеру належить провідна роль у процесі активізації інноваційного розвитку туристичної індустрії регіону, оскільки в результаті його діяльності оптимізується діяльність виробничих систем, активізується розвиток високотехнологічних і наукоємних виробництв, використовуються переваги спеціалізації компаній, створюючи на цій основі потужний синергетичний ефект соціально-економічного зростання як на регіональному, так і на національному рівні.

Черкащина – унікальний регіон, що має вдале географічне розташування, природно-рекреаційний потенціал, історичне минуле та культурне значення. Ефективному використанню цього потенціалу сприятиме створення у липні 2018 року на території області у м. Умані туристичного кластера «Західна Черкащина». Кластер створено в рамках реалізації національного проекту «Туристичні кластери 300+», який ґрунтується на світовому досвіді кластерної моделі туристичної індустрії.

Керівництво діяльністю туристичного кластера здійснюється через Громадську організацію «Асоціація туризму та гостинності Західної Черкащини». У грудні 2018 року в Черкасах під час туристичного форуму «Відкриваємо Черкащину разом» підписано Меморандум про співпрацю між Черкаською ОДА та громадською організацією «Асоціація туризму та гостинності Західної Черкащини», у січні 2019 – Меморандум про співпрацю з Уманською міською радою і Уманською районною радою.

Туристичний кластер «Західна Черкащина» діє на території дев'яти районів Черкаської області: Жашківського, Звенигородського, Катеринопільського, Лисянського, Маньківського, Монастирищенського,

Тальнівського, Уманського та Христинівського. Загальна площа туристичного кластеру – 7820 кв.км, населення – 305,3 тис. жителів [166].

Метою діяльності туристичного кластеру «Західна Черкащина» є покращення умов для прийому туристів в Умані, а також створення сучасної туристичної інфраструктури в Буцькому каньйоні та в інших популярних туристичних місцях регіону.



Рис. 5.1. Синергетичний ефект існування туристичного кластера в регіоні*

*Джерело: [156].

Перспективи формування кластерів на території регіону визначаються як позитивними так і негативними чинниками (рис. 5.2).



Рис. 5.2. Чинники розвитку кластерів на території України

Основними завданнями діяльності кластеру є об'єднання підприємців, інвентаризація туристичних об'єктів кластеру, залучення інвестицій до туристичної та супутніх галузей регіону, створення конкурентоспроможного туристичного продукту, надання консультацій та інформаційної підтримки членам туристичного кластеру та створення стратегії туристично-рекреаційного розвитку Західної Черкащини.

Створення у туристичному кластері сучасного, цікавого туристичного продукту високої якості, безпечного і доступного для споживачів, дасть змогу привабити туристів та домогтися їх заінтересованості залишитися на декілька днів для відвідування усіх туристичних об'єктів на території, яку він об'єднує. З цією метою фахівці туристичного кластеру «Західна Черкащина» спільно з туроператором SunCity Travel розпочали здійснювати регулярні тури вихідного дня з Києва за наступними маршрутами:

– «Інша Умань» – основна мета якого показати інший бік м. Умані, зокрема, «Маленький Львів», адже в місті розташований архітектурний заповідник «Стара Умань» до якого входять римсько- і греко-католицькі церкви і печери; «Маленький Єрусалим», тому що місто стало домівкою для сотень єврейських хасидських родин і місцем поховання хасидського цадика рабина

Нахмана; «Маленька Вінниця», тому що в місті є унікальний комплекс фонтанів з лазерним шоу;

– «Український Стоунхендж – Буцький каньон» – релакс-тур до перлини Черкащини «маленької Швейцарії» та фіорду в серці України з купанням, трекінгом і смачним барбекю-обідом;

– «Заповідник «Трипільська культура» + дегустація вина в м. Умані» – тур для тих, хто цікавиться історією України і Трипільської культури і є поціновувачами шляхетного напою – вина. В селі Легедзиному працює унікальний музей під відкритим небом – заповідник «Трипільська культура», в якому відтворено поселення трипільців у натуральну величину. Уманський винороб і професійний сомельє проводить справжні винні шоу. В дегустаційному залі туристи мають можливість продегустувати всю лінійку вин його власного виробництва та елітні вина українського та іноземного виробництва, навчитися підбирати до вин правильні келихи та дізнатися про тонкощі еногастрономії.

За короткий період діяльності фахівцями туристичного кластеру «Західна Черкащина» організовано і проведено масштабні заходи, зокрема:

– туристичний ярмарок «Західна Черкащина» на території Державного історико-архітектурного заповідника «Стара Умань» на честь Міжнародного дня туризму. Його учасниками стали навчальні заклади м. Умані, власники засобів розміщення, зелених садиб і розважальних парків, митці, винороби та всі, хто цікавиться туризмом;

– Фестиваль сиру і вина на якому діяло 8 локацій, представлено продукцію 40 виноробів, 40 сироварів і 20 виробників меду. Учасники фестивалю мали змогу не тільки скуштувати мед, сири і вина від місцевих майстрів, а також дізнатися про культуру сироваріння та традиції виноробства від представників зі всієї України;

– День вуличної музики, який вже вчетверте проходив у центрі туристичного кластеру «Західна Черкащина» – місті Умані. На декількох локаціях відбулися виступи виконавців і колективів, що виконують музику у різних жанрах – класику, рок, поп, джаз;

– Вуку Grill Fest, який відбувся у Буцькому каньоні (с. Буки). Гості заходу мали змогу насолодитися чудовими краєвидами, послухати музику, активно відпочити, придбати сувеніри, скуштувати свіжі м'ясні страви, сири і вина, які виготовляють мешканці міст і сіл, що розташовані на території туристичного кластеру «Західна Черкащина»;

– 4-й фестиваль HOLI DANCE UMAN 2019 приурочений до Міжнародного дня захисту дітей. Участь у фестивалі взяли 31 колектив із 27 міст України. За два дні фестиваль відвідало близько 8 000 гостей, а під час битв кольорами було використано більше 500 кг фарб.

Проведення таких заходів об'єднує підприємців з 9 районів центру України, спонукає до створення сучасного конкурентоспроможного туристичного продукту для внутрішнього туризму та сприяє розвитку в'їзного

туризму, приваблює значну кількість туристів, що в свою чергу забезпечує додаткові надходження до місцевого бюджету.

Одним із важливих факторів забезпечення ефективної діяльності туристичного кластера є те, що регіон має значний освітній і науковий потенціал, що забезпечує інноваційний напрям розвитку кластерів та є однією з конкурентних переваг.

Туристичний кластер «Західна Черкащина» працює у взаємодії з вищими навчальними закладами регіону, які здійснюють підготовку кадрів для туризму та рекреації, а також з організаціями, що надають послуги з підвищення кваліфікації або професійного навчання фахівців сфери туризму та HoReCa.

До співпраці залучаються і зарубіжні фахівці сфери туризму. Так, у жовтні 2018 року спеціалістами кластеру організовано візит експерта Асоціації роботодавців у сфері готельного та ресторанного бізнесу Німеччини DEHOGA, автора концепції туристичного розвитку міста Батумі (Грузія) Ганса Ульріха Трозієна. Під час свого візиту експерт відвідав визначні пам'ятки розташовані на території кластеру, дав оцінку туристичного потенціалу регіону, провів відкриту лекцію для студентів, які навчаються в вищих навчальних закладах за фахом туризм та готельно-ресторанна справа, взяв участь у круглому столі з членами туристичного кластеру «Західна Черкащина» та представниками міської та районної влади під час роботи якого були визначені подальші напрямки розвитку туризму в регіоні, окреслені основні проблеми та визначені напрямки їх вирішення.

За ініціативи працівників туристичного кластера спільно з Всеукраїнською асоціацією гідів здійснено підготовку гідів у м. Умань, навчання яких проводилось за новітніми технологіями європейського рівня.

Підготовка фахівців для туристичної галузі дає можливість забезпечити сферу туризму в регіоні кваліфікованим персоналом, а розвиток туризму на території кластеру сприятиме створенню нових робочих місць для цих спеціалістів. Така взаємодія сприяє формальному і неформальному обміну знаннями, співпраці між організаціями із взаємодоповнюючими активами і професійними навичками.

Туристичний кластер «Західна Черкащина» виступає каталізатором регіональної інтеграції, популяризує туризм в регіоні, саме від рівня розвитку процесів кластеризації, значимості та унікальності туристичного кластеру залежить привабливість регіону для потенційних туристів. Завдяки його активному функціонуванню розкриваються можливості регіону як цікавої туристичної дестинації та забезпечується залучення інвестицій, розвиток в'їзного туризму, розширення ринків збуту регіонального туристичного продукту та вихід на міжнародний ринок, створення нових робочих місць, наповнення коштів місцевих і державного бюджетів, збереження і нарощення культурного потенціалу, активна участь регіональних органів влади, територіальних громад та суб'єктів господарювання, підвищення якості життя місцевого населення.

Подальше функціонування туристичного кластера дозволить підвищити конкурентоспроможність економіки регіону, активізувати інноваційні процеси узгодження інтересів влади, бізнесу, науки та освіти при розробці стратегії розвитку як на рівні окремого суб'єкта господарювання, учасника кластера, так і на рівні регіону. Ефективна діяльність кластера визначається характером взаємовідносин його потенціальних учасників з регіональними органами управління.

Кластерний підхід надає органам влади інструментарій ефективної взаємодії з бізнесом, більш глибокого розуміння його характерних показників і тактичних завдань, можливість цілеспрямованого, реального і мотивованого стратегічного планування ресурсів регіону, розвитку територій. Для успішної реалізації обраної регіональними органами самоврядування кластерної політики повинні бути взаємопов'язані та узгоджені стратегія розвитку регіону та стратегії розвитку окремих кластерів. Регіональні органи управління мають бути зацікавлені в комплексному соціально-економічному розвитку територій, забезпеченні нормальних умов життєдіяльності населення, створенні кластерів і досягненні їхньої ефективної структури.

При формуванні кластерної стратегії має бути врахований тип побудови кластеру: географічний, горизонтальний, вертикальний, латеральний, технологічний, фокусний, якісний. Для рекреаційно-туристичної сфери характерне поєднання декількох галузей чи секторів економіки. Це свідчить про пріоритетність горизонтального типу побудови рекреаційно-туристичних кластерів.

Для того щоб розвивати діяльність туристичного кластера «Західна Черкащина» в регіоні, необхідна активна кластерна політика, яка могла б забезпечувати зняття різних бар'єрів, з одного боку, і сприяти розширенню і зміцненню міжгалузевих і міжсекторальних зв'язків з іншого.

Під кластерною політикою слід розуміти комплекс заходів державного регулювання, які здійснюються органами державної влади з метою підвищення конкурентоспроможності економіки країни шляхом створення умов для розвитку кластерів. Кластерна політика є одним із інструментів регіонального розвитку тому має стимулювати ініціативу бізнесу на регіональному та місцевому рівнях.

Розрізняють чотири типи кластерної політики за способами її здійснення:

1) каталітична кластерна політика – при цьому уряд зводить зацікавлені сторони (наприклад, приватні компанії та дослідницькі фірми) і надає їм невелику фінансову підтримку;

2) підтримуюча – в цьому випадку каталітична політика доповнюється значними інвестиціями в інфраструктуру і різні важливі сфери (освіта, професійне навчання, маркетинг та ін), що створюють сприятливе середовище для появи і розвитку кластерів;

3) директивна кластерна політика, що передбачає впливові дії держави в рамках програм трансформації економіки регіону шляхом створення кластерів;

4) інтервенціоналістська – коли уряд активно формує спеціалізацію кластерів за допомогою трансфертів, субсидій, стимуляторів і обмежувачів, а також контролює діяльність кластерів [62, с. 79].

Основними завданнями кластерної політики держави мають бути:

– формування сприятливих умов для ефективного організаційного розвитку кластерів, включаючи виявлення потенційних учасників кластеру, усунення певних обмежень, забезпечення збільшення конкурентних переваг учасників кластеру;

– координація діяльності місцевих органів виконавчої влади та об'єднань підприємців у напрямках реалізації кластерної політики;

– забезпечення ефективної методичної, інформаційно-консультаційної та освітньої підтримки реалізації кластерної політики на регіональному та галузевому рівнях;

– забезпечення ефективної підтримки проектів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності учасників кластеру з урахуванням пріоритетів розвитку кластерів [49].

Підтримуюча кластерна політика держави, орієнтована на розвиток туристичної інфраструктури в регіоні, стимулювання інновацій, ініціювання проведення освітніх програм, проектів для суб'єктів господарювання туристичної сфери, запровадження певних пільг та преференцій для стимулювання розвитку підприємницької діяльності є необхідною умовою для ефективного розвитку туристичного кластера «Західна Черкащина».

Для підвищення ефективності функціонування і розвитку регіонального туристичного кластера необхідний організаційно-економічний механізм управління, основу дії якого становить узгодження цілей і завдань з методами і засобами досягнення намічених результатів реалізації прийнятих рішень. Важливою функцією організаційно-економічного механізму управління стає формування принципово нових підходів адаптації учасників кластера до взаємодії, коопераційних зв'язків, готовності розвитку форм і методів внутрішньо мережевого співробітництва. Інноваційний підхід результативно-орієнтованого спрямування об'єднує увесь управлінський цикл від планування і закінчуючи контролем.

Інновації в туристичній сфері розглядають як результат дій, які спрямовані на створення нового продукту, освоєння нових ринків, впровадження інформаційних технологій, вдосконалення процесу надання рекреаційно-туристичних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення бізнесу, впровадження сучасних організаційно-управлінських форм діяльності спеціалізованих підприємств. Інноваційний продукт – нові пропозиції послуг, напрями, маршрути, які пропонуються та реалізуються на ринку [154, с. 64].

Інноваційний підхід регіонального туристичного кластероутворення має складатися з:

– пошуку оптимальних шляхів розвитку;

– виявлення перспективної взаємодії підприємств, організацій і установ;

- економічного регулювання процесу інноваційного кластероутворення;
- організаційного, правового, інвестиційного та іншого забезпечення прискореного злиття сфери виробництва та послуг інноваційного характеру.

Інноваційний підхід регіонального рекреаційно-туристичного кластероутворення можливий з дотриманням наступних принципів:

- побудова такої організаційної структури, яка формує сприятливі умови для креативної праці;
- визначення загальних напрямів функціонування і розвитку рекреаційно-туристичних послуг регіону, спираючись на управління контрольованими факторами змінного середовища з метою забезпечення необхідного вектору їхнього розвитку;
- створення сприятливих умов для генерації альтернативних поглядів та ідей;
- заохочення готовності брати на себе відповідальність і самостійність організації праці в наданні якісних рекреаційно-туристичних послуг [150].

Діяльність туристичного кластера «Західна Черкащина» створює відповідні умови інвестування нових перспективних проектів на основах кластерних технологій. Об'єднання підприємств туристичного бізнесу у туристичний кластер в межах регіону дає можливість ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади та брати участь у великих інвестиційних програмах. Кластеризація туристичних підприємств дає змогу контролювати інвестиційні надходження, оптимізує їх використання. Ініціатива створення та реалізації туристичних проектів вимагає відповідних інвестицій, тому лише нові, оригінальні, нестандартні інноваційні ідеї можуть зацікавити інвестора; тільки інтеграція зусиль влади, бізнесу та інституцій громадських і науково-освітніх організацій (здатні забезпечити потреби туристичних кластерів у висококваліфікованих кадрах, які зможуть відповідати за стратегію розвитку і маркетингові дослідження новоутвореного туристичного кластера) може бути умовою успішного залучення інвестицій на певну територію; без обміну інформацією про потенційні можливості регіону, його пріоритети, інвестиційну привабливість і перспективи розвитку неможливо отримати інвестиційну пропозицію від потенційних інвесторів; рекламне забезпечення діяльності кластеру належить до пріоритетних напрямків його розвитку; тільки економічний інтерес від вкладеного капіталу може бути гарантією успішної реалізації будь-якого реального інвестиційного проекту (рис. 5.3).

Важливою умовою для розвитку туризму в регіоні є іміджева складова функціонування туристичного кластеру «Західна Черкащина», яка проявляється в популяризації конкурентних переваг туристичної сфери в певному територіальному розрізі. В даному випадку принципово важливим є усвідомлення того, що при такому розумінні регіону в центрі його конкурентоспроможності виявляється не стільки конкурентність продукції, скільки сам регіон як певна «символічна цінність». Потрапляючи в інформаційне середовище, під впливом інформаційно-комунікативних

технологій така «символічна цінність» стає частиною іміджу регіону і набуває цілком реальну оціночну вартість.

Через кластерні технології формується комплексне уявлення про регіон, яке за допомогою інструментів територіального маркетингу трансформується в імідж. Створення іміджу та його підтримка залежить від маркетингових зусиль, направлених на розвиток кластеру.

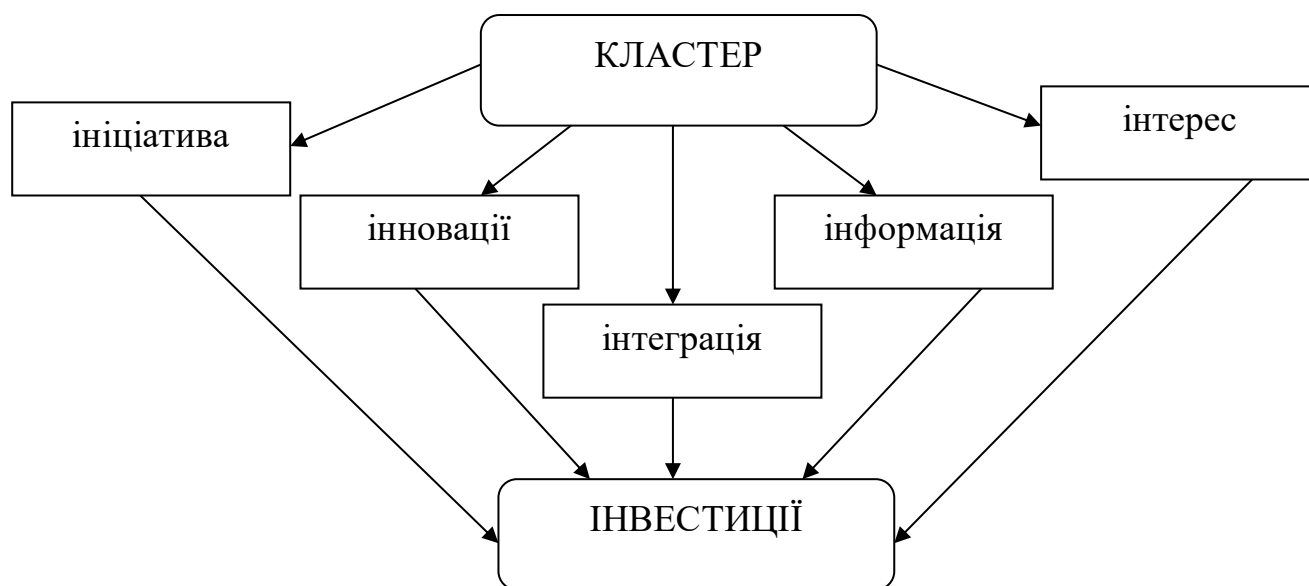


Рис. 5.3. Умови інвестування на засадах кластерних технологій

Маркетинг території є стратегічним інструментом, який має створити місію та бачення майбутнього розвитку регіону. Для цього спеціалістам туристичного кластеру необхідно визначити:

- проблеми регіону та сформулювати певні цілі: місію для майбутнього, цілі, конкурентне середовище;
- цільові групи: інвестори, туристи, гості, мешканці тощо;
- методи та інструменти маркетингу;
- види послуг, які мають надаватись та їх обсяги для досягнення економічно оптимального рівня туристичної привабливості території.

Одним із важливих інструментів маркетингу території є SWOT-аналіз території, який визначає сильні та слабкі сторони, можливості та загрози зовнішнього середовища (табл. 5.3).

Відповідно до проведеного аналізу для досягнення оптимального рівня туристичної привабливості діяльність туристичного кластера «Західна Черкащина» має бути спрямована на:

- визначення унікальності наявних туристичних ресурсів;
- використання новітніх інформаційних технологій;
- залучення місцевого населення до регіональної маркетингової політики, яка спрямовує усі зусилля на розвиток конкретного місця;
- використання своїх сильних сторін як переваги перед конкурентами;

– встановлення ціни на туристичні послуги з урахуванням можливостей споживачів.

Таблиця 5.3

**SWOT-аналіз стратегічного розвитку туристичного кластера
«Західна Черкащина»**

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
<p>1. Високий потенціал рекреаційних ресурсів.</p> <p>2. Сприятливі природно-кліматичні умови.</p> <p>3. Вигідне транспортно-географічне положення.</p> <p>4. Розвинена транспортно-логістична інфраструктура.</p> <p>5. Визначні історичні пам'ятки регіону</p> <p>6. Широкий спектр допоміжних послуг (закладів харчування, розважальних закладів тощо).</p> <p>7. Наявність суспільних та комерційних організацій, які можуть сприяти розвитку туризму.</p> <p>10. Значний потенціал розвитку релігійного (паломницького) туризму.</p> <p>11. Наявність ЗВО, які готують за спеціальностями «Туризм», «Готельно-ресторанна справа» тощо.</p>	<p>1. Незадовільний транспортно-експлуатаційний стан частини автомобільних доріг та недостатній рівень забезпечення інформаційно-комунікаційною інфраструктурою, насамперед у сільській місцевості.</p> <p>2. Неналежне утримання та недостатнє фінансування більшості об'єктів історико-архітектурної спадщини.</p> <p>3. Недостатнє інформаційне забезпечення створення та функціонування кластерів.</p> <p>4. Низька зацікавленість туристичних підприємств об'єднуватись внаслідок неправильного та неповного розуміння принципів діяльності кластерних об'єднань.</p> <p>5. Незначний досвід функціонування кластерів в регіоні та Україні загалом внаслідок недостатнього вивчення світового досвіду формування кластерної політики розвитку держави.</p> <p>6. Відсутність інвесторів у зв'язку з інвестиційною непривабливістю.</p> <p>7. Недостатня розвиненість інфраструктури готельно-туристичного комплексу міста, стан її ще не відповідає світовим стандартам у туризмі.</p> <p>8. Відсутність або складність під'їздів до багатьох туристичних об'єктів.</p> <p>9. Недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму, зокрема на національному рівні.</p>
Можливості (O)	Загрози (T)
<p>1. Розвиток різних елементів туристичної та відпочинкової інфраструктури.</p> <p>2. Покращення екологічної ситуації регіону, збереження його біорізноманіття.</p> <p>3. Освоєння нових туристичних ринків (територіального, ринку споживача).</p> <p>4. Наявність інвестиційних проектів розвитку територій відпочинку.</p> <p>5. Пріоритетний розвиток туристичного бізнесу в регіоні, що задекларовано у територіальних та галузевих стратегіях розвитку.</p> <p>6. Можливість росту ринку туристичних послуг, при ефективному використанні</p>	<p>1. Зміни в законодавстві.</p> <p>2. Жорстка конкуренція в туристичному бізнесі.</p> <p>3. Відсутність належної підтримки держави</p> <p>4. Занепад архітектурних пам'яток, часто неконтрольоване та необґрунтоване будівництво.</p> <p>5. Низька купівельна спроможність населення.</p> <p>6. Посилення виїзного туризму в сусідні регіони та закордон у зв'язку з низьким рівнем надаваних послуг (невідповідність «ціна-якість»).</p> <p>7. Кризи – політичні, військові конфлікти тощо.</p>

<p>наявних туристичних ресурсів та інфраструктури.</p> <p>7. Зростаючий інтерес громадян до історико-культурної спадщини та природно-географічних компонентів як ресурсів мотивації до подорожі.</p> <p>8. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.</p>	8. Підвищення рівня небезпеки.
---	--------------------------------

Основними компонентами маркетингу територій є:

- 1) розробка для території привабливого позиціонування та іміджу;
- 2) постачання продуктів та послуг в ефективній та доступній формі;
- 3) пропаганда привабливих та корисних якостей території з метою повноцінного інформування користувачів про її переваги [92, с. 44].

При реалізації кластерної політики в сфері маркетингових комунікацій спостерігається використання двох основних стратегій: створення єдиного (зонтичного) бренду кластера або концентрація на просуванні бренду підприємства, що виступає ядром кластеру [65].

Брендинг є одним з ефективних інструментів, що дозволяють регіону визначити не тільки свою унікальність та неповторність, але й надати позитивний поштовх розвитку інвестиційної привабливості території, підвищити свою конкурентоспроможність на вітчизняному та світовому ринках. Бренд регіону – це сукупність вражень про регіон, які формуються у свідомості споживачів (мешканців, інвесторів, туристів тощо) і визначають його становище на ринку, тобто рейтинг серед інших регіонів. На думку більшості науковців, бренд регіону є тим ресурсом, що дає можливість вирізнитися на фоні інших регіонів, забезпечуючи вплив грошових ресурсів у вигляді інвестиційних потоків, впливаючи на продуктивність ведення господарства, тобто підвищення конкурентоспроможності регіону [108, с. 43].

Підвищення брендово-іміджевих характеристик кластеру в цілому або окремих ключових господарюючих суб'єктів кластера (ядра) сприяє скороченню витрат на рекламу за рахунок користування спільним брендом. Рекламуючи один суб'єкт господарювання, у туристичній галузі спрацьовує синергетичний ефект і реклама розповсюджується на всю територію, тим самим, залучаючи потенційного споживача не тільки до певного атрактора, а й до сусідніх. Популярність бренду підприємства – ядра кластеру дає широкі можливості для просування торгових марок підприємств постачальників. У зв'язку з цим оцінка маркетингового ефекту для компанії кластеру та бюджету може бути оцінена таким чином:

$$E_{\text{мар}} = \Delta E + \Pi \quad (5.1)$$

Де, $E_{\text{мар}}$ – ефект від зниження маркетингових витрат;

ΔE – зниження кожного виду маркетингових витрат;

П – приріст об'єму продажів *i*-ї компанії за рахунок використання спільного бренду [182, с. 27].

Брендинг регіону невіддільний від процесів підвищення його конкурентоспроможності, тому що бренд за своєю природою є демонстрацією конкурентних переваг і, відповідно, більшої вартості. Крім того, бренд регіону є важливим елементом забезпечення соціальної стабільності. Це досягається завдяки тому, що бренд підвищує рівень самооцінки місцевих жителів, роблячи їх проживання більш комфортним і менш конфліктним [29, с. 14].

Використання сучасних трендів популяризації туризму як в регіоні, так і в країні та за її межами сприятимуть подальшому розвитку туризму в регіоні.

Подальший розвиток і функціонування туристичного кластера «Західна Черкащина» сприятиме не лише розвитку туризму, а й розвитку економіки регіону шляхом:

- створення сприятливого середовища для залучення туристів, що передбачає зростання грошових, в тому числі валютних надходжень;
- зміцнення конкурентних переваг та доходності підприємств і організацій, що сприятиме збільшенню ними податкових виплат;
- покращення загального рівня розвитку та галузевої структури економіки регіону;
- стимулювання залучення інвестицій;
- сприяння розвитку малого і середнього бізнесу та розвитку підприємницької ініціативи;
- стимулювання інноваційної активності підприємницьких структур в тому числі щодо розвитку туризму (розробка пропозицій нових туристичних маршрутів, об'єктів, послуг);
- створення умов для підвищення професійного рівня трудових ресурсів;
- зростання рівня зайнятості та, відповідно, зниження соціальної напруженості на ринку праці; зменшення дотаційної залежності одних регіонів та покращення фінансової незалежності інших;
- забезпечення об'єднання зусиль підприємницьких структур та органів влади для вирішення соціально-економічних завдань, що є найефективнішим механізмом приватно-державного партнерства;
- посилення ролі економічних факторів в управлінні кластерами і, відповідно, зменшення адміністративних.

Кластерна модель розвитку туристичної сфери є ефективним напрямом системного розвитку всіх учасників туристичної інфраструктури, які об'єднані в кластерне групування. Проте для подальшого розвитку туристичних кластерів необхідно здійснити ряд заходів:

- забезпечити розробку відповідної законодавчої бази для формування сприятливих умов для розвитку туристичних кластерів;
- провести інформаційну кампанію серед потенційних учасників щодо роз'яснення конкурентних переваг кластерів в умовах перехідної та ринкової економіки;

- підвищити роль у розвитку туристичних кластерів неурядових, неприбуткових організацій, ділових асоціацій, орієнтованих на формування сприятливого підприємницького середовища;
- підвищити ефективність системи підготовки кадрів, професійного навчання;
- знизити адміністративні бар'єри під час запровадження та регулювання діяльності кластерів;
- створення сприятливого інвестиційного клімату, формування ефективної інвестиційної політики на всіх рівнях влади з метою підвищення притоку інвестицій в регіони;
- підвищення рівня конкурентоспроможності туристичних підприємств та туристичних послуг;
- розвиток туристичної інфраструктури;
- формулювання чіткої державної політики в галузі туризму, розробка регіональних концепцій і програм розвитку туризму;
- надання фінансової підтримки, зокрема через зниження вартості кредитів, надання пільгового кредитування, зниження митних ставок тощо.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження вирішено важливе наукове завдання – обґрунтовано, розроблено та апробовано теоретико-методичні основи дослідження територіальної організації туристично-рекреаційної діяльності в регіоні, оцінено відповідність рекреаційного потенціалу території існуючим і перспективним потребам суспільства, обґрунтовано шляхи удосконалення господарського механізму та управління рекреацією. На основі проведеного дослідження сформульовано наступні висновки:

1. Реалізація науково-теоретичних розробок на прикладі Черкаської області дозволила напрацювати прогноз основних напрямів туристично-рекреаційної діяльності та запропонувати ряд заходів у регіоні на задоволення рекреаційних потреб.

2. Для розвитку внутрішнього і в'їзного туризму в Україні необхідна чітка стратегія туристичного освоєння території країни, реалізація науково обґрунтованих і ефективних програм розвитку туризму в регіонах, а також інтенсивна діяльність по просуванню туристичних можливостей країни на світовому ринку туристичних послуг.

Аналіз різних існуючих підходів до оцінки ресурсного потенціалу туризму Черкаської області показав, що основна проблема, що об'єктивно обмежує визначення ресурсних можливостей, полягає у відсутності достатніх статистичних даних, що характеризують кількісний і якісний склад природних, культурно-історичних і соціально-економічних ресурсів. Це, у свою чергу, не дозволяє визначити результативність використання ресурсів для розвитку туризму в регіоні.

3. Аналізуючи ситуацію розвитку підприємництва в сфері рекреації Черкащини, необхідно констатувати, що інвестування різних форм підприємницької діяльності проводиться неефективно, дана обставина зумовлено тим, що Черкаський регіон не може протистояти таким рекреаційним територіям, як Карпати і Чорноморське узбережжя.

У зв'язку з цим, можливо створення цільових регіональних програм, що стимулюють інвестиційну активність. У ній повинні бути розроблені механізми мобілізації коштів вітчизняних та іноземних інвесторів на активний розвиток підприємництва в рекреаційній сфері.

Для усунення виявлених проблем розвитку туризму, а також подолання негативних економічних тенденцій потрібний перехід на інноваційний шлях розвитку туризму Черкаської області.

4. Висвітлені методологічні підходи, які покликані сприяти становленню ініціативного та відповідального стратегічного планування та управління регіональним туристично-рекреаційним комплексом.

Доведено, що впровадження смарт-спеціалізації у стратегічне планування регіонального розвитку буде сприяти: забезпеченню сталого розвитку регіонів; підвищенню ефективності управління інноваційними процесами у регіонах; створенню сприятливого середовища для провадження інноваційної діяльності;

підвищенню рівня інноваційної та інвестиційної активності регіонів; запровадженню системної державної підтримки розвитку інновацій у регіонах; розробленню проектів Стратегії і плану заходів здійснюється на засадах смарт-спеціалізації з використанням інтегрованого підходу.

Стратегічне планування та управління розвитком туристично-рекреаційним комплексом сприяє збалансованому та постійному поліпшенню якості життя громадян України за допомогою збалансованого розвитку регіонів і громад, створення нових робочих місць та інших економічних можливостей, надання якісних публічних послуг у сфері туризму та рекреації з рівним рівнем доступності, забезпечення чистого та безпечного середовища проживання.

5. Серед пріоритетних шляхів удосконалення господарського механізму та управління рекреаційною галуззю на регіональному рівні з урахуванням потреб забезпечення регіону до збалансованого розвитку є кластерна модель розвитку туристичної сфери, що є ефективним напрямом системного розвитку всіх учасників туристичної інфраструктури, які об'єднані в кластерне групування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азар В. І. Економіка і організація туризму. Москва, Аспект-Пресс, 2003. 439 с.
2. Азар В. Туризм – еще один феномен XX века. *Туризм: практика, проблемы, перспективы*, №5. 2005. С.15-17.
3. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебник для студ. высших учеб. заведений по специальности «География». М., 2002. 337 с.
4. Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования. *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2007. Вып. 1. С. 51–61.
5. Алексеева Н. Ф., Сакун Л. М. Регіональні аспекти стратегії розвитку туристичної індустрії URL: http://tourlib.net/statti_ukr/alekseeva.htm (дата звернення 13.12.2019).
6. Аналіз показників професійної підготовки та підвищення кваліфікації кадрів в Україні. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2589> (дата звернення 01.01.2020).
7. Аналіз соціально-економічного розвитку регіонів України на предмет кризовості. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/415> (дата звернення 03.04.2020).
8. Андреева А. А. Формирование системы показателей эффективности инновационной деятельности в туризме). *Вестник РМАТ*. 2013. № 1(7). С. 43-47.
9. Андропов О. М. Стан рекреаційного комплексу України. *Економіка і Екологія*. 2005. № 24. С.55-60
10. Анопрієнко В. О. Рекреаційна інфраструктура як основна складова рекреаційного простору регіону *Ефективна економіка*, 2012, № 10 URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1469> (дата звернення 05.01.2020).
11. Баєва О. В. Організаційно-економічні засади управління туристично-рекреаційними комплексами. Симферополь: Издательский центр Крымского института бизнеса, 2008. С.14–16.
12. Байсултанова Л. Б., Карашева А. Г. Теоретические основы организации экологического туризма в экономике туристско-рекреационного региона. Нальчик: Изд-во М. и В. Котляровых, 2010. 192 с.
13. Бакурова А. В., Діденко А. В., Попова О. Ю. Оптимізація діяльності туристичних підприємств при формуванні міжрегіонального кластеру. *Економіка. Управління. Інновації*, 2011. № 1 (5). URL: : http://tourlib.net/statti_ukr/bakurova2.htm
14. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма : учебное пособие. Москва : Финансы и статистика, 2003. 176 с.

15. Бавельский А. Д., Зорин И. В., Сеселкин А. И. Доступная среда как фактор развития и безопасности безбарьерного туризма. *Туризм: право и экономика*. 2012. №1. С.2-5.
16. Бейдик О. О. Географія туризму : навч.-метод. комплекс для студентів спеціальності «Туризм». К. : ВГЛ «Обрії», 2007. 108 с.
17. Бейдик О. О., Новикова В. І. Нові підходи до вивчення регіональних рекреаційно-туристських ресурсів. *Проблеми безперервної географічної освіти і картографії: Збірник наукових праць*. Вінниця: Антекс–УЛТД. Випуск 4, 2004. С. 36–39.
18. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект : монографія / за наук. ред. д. е. н. О. П. Крайник. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. 228 с.
19. Близнюк А. С. Рекреаційна інфраструктура як головна складова рекреаційного простору. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2019/21.pdf (дата звернення 09.01.2020).
20. Богатко О. Г. Вплив лісів на клімат в Україні. *Україна Молода*. 19 січня 2005. С.4
21. Боголюбова С. А. Эколого-экономическая оценка рекреационных ресурсов *Международный журнал экспериментального образования*. 2010. № 3. С. 27–28.
22. Большаков Н. М. Рекреационная роль лесов. *Економіка і Екологія*. 2005. №10. С.45-50.
23. Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я., Страхорчук К. О. Зарубіжний досвід функціонування туристичних кластерів. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип.5. С.31–37.
24. Бородина В. В. Ресторанно-гостиничный бизнес. М.: Книжный мир, 1999. 364с.
25. Борозняк В. С. Перспективи розвитку українського туризму. *Бізнес*. №15. 2005. С. 15-16.
26. Борщук Є. Основи стійкого розвитку еколого-економічних систем: монографія. Львів: Растр-7, 2007. 436 с.
27. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
28. Бочарников С. А. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы, М.: Финансы и статистика, 2000. 270с.
29. Брендинг міст: досвід країн Вишеградської групи для України / за загальною ред. О. І. Соскіна. К. : Вид-во «Інститут трансформації суспільства», 2011. 80 с.
30. Бутусов Г. Аналіз туристичного ринку України. *Галицькі контракти* №5. 2006. С.8-10.
31. Визначення основних напрямів смарт-спеціалізації міста. URL: https://dei.kyivcity.gov.ua/files/2019/10/22/Zvit_dosl.pdf (дата звернення 19.01.2020).

32. Виноградова М. В. Основи стратегического планирования развития инфраструктуры регионального туристского комплекса : монография. Москва : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2006. 98 с.
33. Волков С. Н Туризм и информатизация общества. М.: Финансы и статистика, 2005. 254с.
34. Впровадження smart-спеціалізації у регіональну стратегію розвитку підвищить конкурентоспроможність Одеського регіону. URL: <http://oblrada.odessa.gov.ua/blog/vprovadzhennya-smart-spetsializatsiyi-u-regionalnu-strategiyu-rozvytku-pidvyshhyt-konkurentospromozhnist-odeskogo-regionu/> (дата звернення 08.01.2020).
35. Впровадження підходу Європейського союзу до регіонального розвитку щодо смарт-спеціалізації. URL ://rozvytok.in.ua/4247-vprovadzhennia-pidkhodu-yevropeiskoho-soiuzu-do-rehionalnoho-rozvytku-shchodo-smart-spetsializatsii-3 (дата звернення 15.01. 2020).
36. Вуйцик О. І. Рекреаційно-туристичний комплекс: питання термінології. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 3 (46). Ч.2. С. 39 – 44.
37. Гаврилюк С. П., Охріменко А. Г. Понятійно-термінологічна ідентифікація регіонального туристичного кластера. *Карпатський край*. 2015. № 1–2. С. 280–288.
38. Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг. *Регіональна економіка*. 2009. №2. С. 172–178.
39. Гаспарян А. А. Розвиток гірського туризму в Україні. *Бізнес*. 2006. №5. С.96-100
40. Герасименко В. Г. Развитие теории системного подхода применительно к исследованию сферы туризма. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/> (дата звернення: 8.01.2020).
41. Герасимчук З., Глядіна М. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізми формування та реалізації: монографія. Луцьк: Надстир'я. 2006. 161с.
42. Гнатів О. К. Проблеми розвитку вітчизняного туризму. *Економіка України*. №5. 2006. С.23-25.
43. Головне управління статистики в Черкаській області: веб-сайт. URL : <http://www.sk.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.01.2020).
44. Гонгало П. Ф. Проблеми відтворення ресурсного комплексу України. *Економіка і Екологія*. 2001. №15
45. Гонтаржевська Л. І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: 08.05.01. Київ, 2006. 21с. URL: http://tourlib.net/aref_tourism/gontarjevaska.htm. (дата звернення 03.12.2019).
46. Горобець Н. П. Нові технології в галузі туризму. *Економіка і інформатизація*. №7. 2006. С. 27-28.

47. Гризовська Л. О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Випуск 28-1. С. 115-118. URL://bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/24.pdf
48. Гринько С. А. Рынок подготовки туристских кадров. Реалии и перспективы развития. *Слобожанський науковоспортивний вісник*. 2006. №10. С. 243-246.
49. Давиденко І. В. Туристичні кластери як напрям регулювання туристичного бізнесу. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28(1). С. 68–70.
50. Давидюк Ю. В. Туристсько-рекреаційний комплекс: сутність, структура, функції URL: http://tourlib.net/statti_ukr/davydjuk3.htm (дата звернення 05.01.2020).
51. Джанджугазова Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для СПО. М. : Издательство Юрайт, 2019. 208 с.
52. Дроздов А. В. Выявление, оценка и использование туристских ресурсов России: современная ситуация, проблемы и пути их решения. *Актуальные проблемы туризма: сб. науч. тр. Российской международной академии туризма*. Вып. 1. М.: Меркурий, 2007. С. 228–250.
53. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризм: учебн. пособие / Под общей ред. З.М. Горбылевой. Мн. «Экономпресс», 1998. 400с.
54. Економіка сьогодні. Минулого року 79% черкащан подорожували за кордоном. URL: <http://www.siogodennya.org.ua/?p=42551> (дата звернення 13.12.2019).
55. Жмуденко В. О., Полянська А. В. Формування стратегії розвитку туризму Черкаської області. Випуск № 17 / 2018 *Економіка і суспільство* URL : http://economyandsociety.in.ua/journal/17_ukr/63.pdf. (дата звернення: 26.09.2019).
56. Заячківська Г. А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація. *Інноваційна економіка*. 2015. №1. С. 153-157
57. Закон України «Про Загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2000. N 47. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1989-14>
58. Закон України «Про туризм» *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1995. № 31. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
59. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
60. Закон України «Про туризм» у редакції від 26.04.2014 URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>. (дата звернення 05.01.2020)
61. Заставний Ф.Д. Географія України. У 2-х кн. / Ред. М. П. Парцей. – Львів: Світ. 1994. 472 с.

62. Захарченко В. И., Осипов. В. Н. Кластерная форма территориально-производственной организации. *Экономические кластеры как новая форма организации производства в регионе* [Ч. 1]. Одесса: «Фаворит»–«Печатный дом». 2010. 122 с.
63. Зіновчук Т. С. Вплив екологічних факторів на туризм. *Екологічний вісник*. №9. 2005. С.7-10.
64. Значення формування привабливого іміджу території для збереження природної та історико-культурної спадщини URL: <file:///c:/users/1/downloads/3230-8642-1-pb.pdf> (дата звернення: 5.01.2020).
65. Зонтичные бренды. URL: <http://www.advertme.ru/osn/zontichnye-brendy>. (дата звернення 03.12.2019).
66. Иванов В. М., Красильников В.П. Менеджмент в туризме. М.: Финансы и статистика, 2005. 345с.
67. Інформаційно-статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні» URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm
68. Інформація Держкомстату України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
69. Інфраструктура регіонів України. Пріоритети модернізації. Аналітичне дослідження : ГО «Поліський фонд міжнародних та регіональних досліджень», Фонд імені Фрідріха Еберта. Київ, 2017. 108с. URL: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/13246.pdf> (дата звернення: 6.01.2020)
70. Калиновский С. С., Гончаренко П. А и др. Стратегический менеджмент туризма. С-Пб.: Оркестр, 2006. 561с.
71. Кальченко О. М. Кластеризація в туристичній галузі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2009. №39. С.186–195.
72. Карчевская Е. Н. Методическое обеспечение регионального развития и пространственной дифференциации туризма на примере Гомельской области: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. географич. наук. Гомельский государственный технический университет им. П. О.Сухого, 2008. 22 с.
73. Качанівський В. С. Концепція розвитку туризму в Україні. Л.: Брама. 2006. 317 с.
74. Квартальнов В. А. Иностранный туризм. М.: Финансы и статистика. 2003. 232 с.
75. Квартальнов В. А. Туризм.: учебник. М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.
76. Купчак П. М. Перспективи розвитку деревообробної промисловості в Україні. *Ефективна економіка* № 11. 2014. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3556>
77. Коваль П. Ф., Андреева Г. П. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського туризму. *Вісник ДІТБ серія «Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері)»*. 2008. 12. С. 199-204.

78. Колбовский Е. Ю. Экологический туризм и экология туризма. М.: Академия, 2006. 256с.
79. Коль О. Д. Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе. *Проблемы современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал*. 2010. № 1. С. 379–383.
80. Комліченко О. О. Фактори розвитку туристичної галузі URL: file:///C:/Users/admin/Desktop/Nvkhdu_en_2014_8(3)_18.pdf (дата звернення 28.11.2019).
81. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: ИМА-Кросс, 1997. 471с.
82. Крайник О. Біль М. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект. *Науковий вісник «Демократичне самоврядування»*, 2009. Вип. 4. URL: : http://tourlib.net/statti_ukr/krajnyk.htm. (дата звернення 03.12.2019).
83. Кривега К. В. Туристична інфраструктура: поняття та складові URL: file:///C:/Users/admin/Desktop/znpgvzdia_2005_21_13.pdf ((дата звернення 09.01.2020).
84. Кулик М. В. Класифікація факторів розвитку рекреаційної сфери регіону URL: http://tourlib.net/statti_ukr/cjohla.htm (дата звернення 03.12.2019).
85. Куроїдов О.Н. Навколишнє середовище та розвиток рекреаційного комплексу України. Україна Молода, 7 листопада 2000.
86. Лепкий М. І. Фактори розвитку туристичного господарства в регіонах України URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Lepkij-M.-I..pdf> (дата звернення 05.12.2019).
87. Липец Ю. Г., Пуляркин В. А., Шлихтер С. Б. География мирового хозяйства: учеб. пособие для студентов. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. 400 с.
88. Лихоманова О. В. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 6. С. 149–155.
89. Лідерство як невід’ємна складова ефективного менеджменту. URL: file:///D:/Загрузки/134214-288801-1-SM.pdf (дата звернення 03.01.2020).
90. Майбутнє розвитку регіонів – за стратегічним плануванням з елементами смарт-спеціалізації. URL: <http://rada-bershad.gov.ua/novunu/maybutnye-rozvytku-regioniv-za-strategichnym-planuvanniam-z-elementamy-smart-specializaciyi> (дата звернення 08.01.2020).
91. Макара О. В., Гарасюк Д. М. Теоретичні основи формування територіальних туристично-рекреаційних систем. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2014. № 2 (64). С. 53–58.
92. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге. СПб., 2005. 376 с.

93. Матвійчук Л., Тищук І. Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. 260 с.
94. Мацола В. И. Рекреационно-туристский комплекс Украины : учеб. пособ. Львов : Центр учебной литературы. 2007. 183 с.
95. Мельник В. В. Теоретичні засади соціально-економічного розвитку регіону як складник державного регулювання економіки. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. № 17. С. 125–130.
96. Менеджмент туризма : учебник. Чудновский А. Д. и др. Москва. Федеральное агентство по туризму, 2014. 576 с.
97. Масечко І., Волошин І., Бутиріна М., Рацлав В. Методика дослідження курортних територій *Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі*. Луцьк : 2018. С. 238–256.
98. Методологія планування регіонального розвитку в Україні. URL : https://docs.google.com/document/d/1ecQO_A57SLKehKhMPS_YhGS1ZttC75s/edit#heading=h.1t3h5sf (дата звернення 08.01.2020).
99. Менеджмент туристичної індустрії: навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. Чернівці: ЧТЕІ.КНТЕУ. 2003. 662с.
100. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Офіційний веб-сайт. Департамент туризму та курортів. URL: : <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e42d3b8-108a-4c21-a4138d80aa724e5c&title=ViddilRozvitkuTurizmu> (дата звернення 13.12.2019).
101. Мішогло Г. О. Економічна географія України з основами виробництва: навч.метод. посібник. К.: Компанія «Акутуальна освіта». 1997. 54с.
102. Моделі визначення ефективності проектів державно-приватного партнерства. URL: http://pa.stateandregions.zp.ua/archive/1_2018/21.pdf (дата звернення 02.01.2020).
103. Молнар О. С. Критерії та чинники впливу держави на розвиток туристично-рекреаційного комплексу регіону. *Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Моніторинг соц.-екон. розвитку регіону: методологічний підхід*. Львів, 2005. № 3(53). С. 217-229.
104. На Черкащині працюють над Програмою розвитку туризму-2020. URL : <http://ck-oda.gov.ua/na-cherkaschyni-pratsyuyut-nad-prohramoyu-rozvytku-turizmu-2020/> (дата звернення: 26.09.2019).
105. Науменко Ж. Г. Аналіз ендегенних та екзогенних диспропорцій на рівні регіону. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2013. Т.18. Вип. 3/2. С.147–150.
106. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Одеса : Астропринт, 2009. 304с.
107. Нездоймінов С. Г. Формування кластерної стратегії розвитку підприємництва в регіональному туристично-рекреаційному комплексі. *Економічні інновації: Формування економічних стратегій розвитку*

підприємства, регіону, держави: зб. наук, праць. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2009. Вип. 38. С.134–143.

108. Нечай О. Маркетинг регіону, як метод підвищення конкурентоспроможності. *Економіка і регіон*. 2010. № 25. С. 41–45.

109. Новикова В. І. Виявлення елементів територіальної структури рекреаційної діяльності в регіонах України та Черкаській області із застосуванням методу контент-аналізу. *Географія і сучасність: Збірник наукових праць Національного педагогічного імені М. П. Драгоманова*, 2008. Вип. 18. С. 159 – 172.

110. Новикова В. І. Типізація територіальних рекреаційних систем і виявлення їх прояву в межах Черкаської області. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. Михайла Коцюбинського. Серія: Географія*. 2008. № 16. URL: http://www.nbuuv.gov.ua/portal/natural/Nzvdpu_geogr/2008_16/index.htm/. (дата звернення 25.12.2019).

111. Оленічева Ю. О. Проблеми й перспективи формування туристичних кластерів в Україні. *Вісник ДІТБ. Серія : Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2013. №17. С. 201–206.

112. Олеся О. Сунцова Розвиток рекреаційно-туристичного потенціалу регіону за рахунок впровадження дорадницько-консалтингових проєктів URL: file:///C:/Users/admin/Desktop/Vknutd_2016_6_5.pdf (дата звернення 05.01.2020)

113. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/24.pdf (дата звернення 01.01. 2020).

114. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації : веб-сайт. URL : <http://www2.unwto.org/en> (дата звернення: 3.01.2020)

115. Офіційний сайт державної служби статистики України : веб-сайт. URL : www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 10.01.2020)

116. Папирян Г. А. Экономика туризма, М.: Финансы и статистика, 2000. 435с.

117. Парадигма сталого розвитку туризму: сутність, принципи, критерії. URL: <https://studlib.info/ekonomika/1320467-paradigma-stalogo-rozvitku-turizmu-sutnist-principi-kriterii/> (дата звернення 07.01.2020).

118. Парфіненко А. Парадигма туризму XXI століття. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/12534> (дата звернення 07.01.2020).

119. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колект. моногр. за наук. ред. проф. Волошин І. М. та проф. Матвійчук Л. Ю. – Вид. 4-те. – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. 340с.

120. Планирование на предприятии туризма / Е. И. Богданов и др.; под ред. Е. И. Богданова. СПб.: Бизнес-пресса, 2005. 288 с.

121. Планування розвитку туризму на національному рівні. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/planuvannya-rozvytku-turyzmu.htm. (дата звернення 07.01.2020).

122. Покоłodна М. М., Полчанінова І. Л. Рекреаційні комплекси світу (в тому числі турресурси України). URL: <http://eprints.kname.edu.ua/25283/1/КЛ%20ПК+ТРУ%20печ%202010.pdf> (дата звернення 05.12.2019).

123. Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України: Наказ М-ва охорони навколишнього природного середовища України від 22 червня 2009 р. № 330 URL: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення 28.12.2019).

124. Поняття ефекту як результату діяльності підприємства URL: http://pidruchniki.com/1911052264756/ekonomika/integralna_otsinka_stanu_diyalnosti_pidpriyemstva (дата звернення 08.01.2020).

125. Портер М. Конкуренція: пер. с англ. Москва : Вільямс, 2005. 608 с.

126. Постанова Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 931 і 932. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 05.12.2019).

127. Постанова Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 року № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року». URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 05.12.2019).

128. Потемкін О. С. Київ туристичний. *Галицькі контракти*. №5. 2006. С.17-20.

129. Потишняк О. М., Дудник О. В., Краля В. Г. Рекреаційні ресурси та природно-рекреаційний потенціал як необхідна умова розвитку рекреації URL: <file:///C:/Users/admin/Desktop/126409-270009-1-SM.pdf> (дата звернення 05.12.2019).

130. Про засади державної регіональної політики: Закон України від 05.02.2015 № 156-VIII. Дата оновлення: 05.02.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19> (дата звернення 02.01.2020).

131. Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 932. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 07.01.2020).

132. Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року. Проект Закону України. URL: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html (дата звернення 07.01.2020).

133. Територіальна організація рекреаційної діяльності у контексті збалансованого розвитку регіону (на прикладі Черкаської області). URL: <https://otherreferats.allbest.ru/> (дата звернення 07.01.2020).

134. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <http://www.kmu.gov.ua/npras/249826501> (дата звернення 07.01.2020).

135. Прогнозування соціально-економічних явищ як інструмент обґрунтування управлінських рішень. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7395/1/90.pdf> (дата звернення 03.01.2020).
136. Постанова Верховної Ради України Про Програму перспективного розвитку заповідної справи в Україні (*Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 1994. N 48. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/177/94-%D0%B2%D1%80>
137. Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2012 – 2020 роки м. Черкаси, 2012. URL : <http://ua.convdocs.org/docs/index-199751>. (дата звернення: 26.09.2019).
138. Рекреаційна інфраструктура: суть поняття, види, методи дослідження. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/novykova2.htm (дата звернення 02.01.2020).
139. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/miroshnyk.htm (дата звернення 03.01.2020).
140. Розвиток туристичної інфраструктури – визначальний чинник туристичної привабливості території. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13287/1/038_Rozvitok%20turistichno_229_237_714.pdf (дата звернення 10.01.2020).
141. Розвиток туристично-рекреаційного комплексу в Західному регіоні / Магійович Р. І. та ін. *Науковий вісник НЛТУУ*, 2008. Вип.18.7. С.164–169
142. Розміщення продуктивних сил / Під ред. Є.П. Качана. К., Діло. 1998. 375 с.
143. Романова Г. М. Региональное планирование развития туристско-рекреационных зон. *Известия РГПУ им. А.И. Герцена*. 2003. №5. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/regionalnoe-planirovanie-razvitiya-turistsko-rekreatsionnyh-zon> (дата звернення : 26.12.2019)
144. Савицька Л. Т., Федорюк А. Л., Чаплінський Ю. Б. Державне регулювання туристичної галузі України. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. (Серія «Економічні науки»). Чернівці: АНТ Лтд, 2005. Вип. IV. Ч. 2. С. 13-23.
145. Саух І. В. Основні проблеми, принципи, стратегії формування та розвитку регіональних туристичних комплексів. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. №1 (9). URL: <http://infotour.in.ua/sauh2.htm> (дата звернення 13.12.2019).
146. Служба статистики України: офіційний сайт. Туристична діяльність Черкаської області URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 13.12.2019).
147. Смарт-спеціалізація для покращення умов життя домогосподарств: європейський досвід. URL: <file:///D:/Загрузки/6573-13202-1-SM.pdf>
148. Смарт-спеціалізація розвитку регіону як важливий напрям підвищення його конкурентоспроможності та інноваційної активності. URL: <http://elar.nung.edu.ua/bitstream/123456789/7015/1/54.pdf> (дата звернення 08.01.2020).

149. Статистичний щорічник України
URL:http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm
150. Стешенко О.Д., Ільєнко А.Ю. Економічна стратегія розвитку туристичної галузі в Україні. *Научно-технічний збірник*. 2010. № 94. С. 414–417.
151. Стратегії регіонального розвитку 2021-2027: що мають зробити регіони в цьому році, щоб вийти на якісно новий рівень стратегічного планування. URL:[://decentralization.gov.ua/news/10591](http://decentralization.gov.ua/news/10591) (дата звернення: 15.01.2020)
152. Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні до 2026 року
URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249826501> (дата звернення 13.12.2019).
153. Стратегічна платформа економічного розвитку підприємств оборонно-промислового комплексу України. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/20_1_2018ua/3.pdf (дата звернення 02.01.2020).
154. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Бойко М. Г. та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.
155. Стратегія розвитку Черкаської області на період до 2020 року. 2015. С. 20–35.
156. Стрішенець О., Ляшенко О. Теоретичні аспекти туристичних кластерів як детермінант соціально-економічного розвитку регіону. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 4. С. 7–12.
157. Ступень Н. М. Фактори розвитку рекреаційного потенціалу територій. *Науковий вісник Херсонського державного університету* 2016. №18. Частина 2. С. 117–119.
158. Сураганова С. К. Мировой опыт развития туристского кластера. *Проблемы становления инновационной системы и развития предпринимательства в Республике Казахстана* : материалы международной научно-практической конференции. Караганда, 2009. Т. 2. – С. 155–158. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/suraganova2.htm.
159. Сценарне моделювання – оптимальний підхід до планування. URL: <http://global-national.in.ua/archive/2-2014/99.pdf> (дата звернення 02.01.2020).
160. Тимчук О. Перспективи розвитку гірського туризму в Україні. *Збірник наукових праць НДФІ*. №7. 2005. С.31-34.
161. Ткаченко Т. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Вид. 2-ге, випр. та доп. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
162. Томаневич Л. М. Організаційно-економічний механізм управління туристично-рекреаційними комплексами в Україні : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук Львів, 2006. 18 с.
163. Томаневич Л. Формування ринку туристично-рекреаційних послуг в Україні в контексті євроінтеграційних процесів. *Матеріали міжнародної*

науково-практичної конференції «Стратегічний розвиток регіону – економічне зростання та інтеграція». Чернівці, 2006. С. 362-365.

164. Топчієв О. Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики: навч. посіб. Одеса: Астропринт, 2005. 632 с.

165. Туник О. М. Smart-туризм: новітні технології та виклики сучасності. *Творчий пошук молоді – курс на ефективність* : тези доповідей VI Міжнародної науково-теоретичної конференції молодих учених, аспірантів, студентів, м. Хмельницький, 25 лютого 2015 р. Хмельницький : ХКТЕІ, 2015. С. 401–402.

166. Туристичний кластер Західна Черкащина. URL: <http://tourcluster.ck.ua/>

167. Туристичні потоки Черкаської області URL: http://www.ck.ukrstat.gov.ua/source/arch/2017/turizm_ (дата звернення 13.12.2019).

168. У 2018 році доходи від туризму в Україні зросли майже на третину: веб-сайт. URL: https://zik.ua/news/2019/02/21/u_2018_rotsi_dohody_vid_turyzmu_v_ukraini_zrosly_mayzhe_na_tretynu__mert_1514507 (дата звернення: 5.01.2020)

169. Федорченко В. К., Дворова Т. А. Історія туризму в Україні : навч. посіб. К. : Вища школа, 2002. 195 с.

170. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.

171. Характеристика стратегічних інструментів соціально-економічного розвитку регіонів. URL: <file:///D:/Загрузки/623-1614-1-PB.pdf> (дата звернення 04.01.2020).

172. Харічков С. К., Нездоймінов С. Г., Дишловий І. М. Регіональна парадигма цільової програми розвитку рекреації та туризму // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. №2. С.221-230. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_2_30 (дата звернення: 26.09.2019) (дата звернення: 26.09.2019).

173. Харрис Г., Кац К. Стимулирование международного туризма. М.: Финансы и статистика, 1992. 578с.

174. Хлопяк С. В. Формування механізму управління туристичним підприємством в умовах державного регулюючого впливу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 16. С. 64-69.

175. Худеньких Ю. А. Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края. *География и туризм*: сб. науч. тр. Пермь: ПГУ, 2006. С. 217–230.

176. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*. Том 22(61). 2009. № 2. С. 373–380.

177. Чаплигін О. В. Структура, соціально-економічне значення і фактори розвитку туристично-рекреаційного комплексу на регіональному рівні. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. С. 132–137.

178. Черкаська обласна державна адміністрація. В області зацікавлені у розвитку зеленого туризму URL: <http://ck-oda.gov.ua/v-oblasti-zatsikavleni-u-rozvytku-zelenoho-turyzmu/>(дата звернення : 9.01.2020).
179. Черкаська обласна державна адміністрація. Лісовий туризм Черкащини: цьогоріч створили 10 екопросвітницьких стежок. URL: <http://ck-oda.gov.ua/lisovij-turizm-cherkashhini-cogorich-stvorili-10-ekoprosvitnickix-stezhok/> (дата звернення : 9.01.2020)
180. Черчик Л. М. Напрями удосконалення державного управління у сфері рекреаційного природокористування. *Наук.-інформ. вісн. Акад. наук вищ. освіти України*. 2012. № 2. С. 105-112.
181. Шабалина Н. В. Эволюция представлений о туристско-рекреационном потенциале как основе формирования и развития туристско-рекреационных систем. *Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования* : сб. трудов межд. научн. конф. М. : Советский спорт, 2008. С. 391– 399.
182. Шилкіна К. О. Оцінка ефективності діяльності підприємств туристичного кластеру. *Технологический аудит и резервы производства*. 2014. № 6(2). С. 25–28
183. Шпак Л. О. Деякі аспекти інституціонально-економічних передумов формування та регулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 23. С. 53–56.
184. Шпак Л. О. Науково-методичні засади економічного регулювання розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу. *Агросвіт*. 2013. № 22. С. 40–45
185. Шульгіна Л. Формування інфраструктури інформаційної підтримки прийняття рішень підприємства туристичної галузі. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту*: VI Міжнар. наук.-практ. конф. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2016. С. 407-409.
186. Щепанський Е. Організаційний механізм інвестування туристично-рекреаційного комплексу регіону. *Державне управління та місцеве самоврядування: Збірник наукових праць*. 2010. Вип.1(4). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/schepansky.htm. (дата звернення 09.01.2020).
187. Щепанський Е. В., Ступарь Ю. В. Теоретичні основи розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону. *Наука й економіка*. 2012. №2(26). С.170–174.
188. Як організувати процес стратегічного планування практичні рекомендації для українських міст та районів. URL: https://regionet.org.ua/files/03_How_to_organize_SP_-_UA.pdf
189. Cooper Chris. *Contemporary Tourism: An International Approach* / Chris Cooper, Michael Hall. Elsevier, 2008. 377 p.
190. Kotler. F., Bowen J., Meykenz J. *Marketing. Hospitality. Tourism*. М.: Unity. Dana, 2012. 1071 p.

191. Smart-спеціалізація як новий інструмент регіональної політики.
URL: <https://vezha.net.ua/economy/smart-specializaciya-yak-novij-instrument-regionalnoi-politiki/> (дата звернення 10.01.2020).

Показники потенціалу та рівня розвитку туристичної території

№ п/п	Показник	Формула розрахунків
Показники потенціалу розвитку туризму		
Географічний потенціал		
1.	Лісові ресурси	Коефіцієнт дорівнюватиме відношенню об'єму лісових ресурсів на душу населення в районі
2.	Водні ресурси	Відношення об'єму водних ресурсів на душу населення в районі
3.	Мінеральні ресурси	Відношення об'єму мінеральних ресурсів на душу населення в районі
4.	Транспортні ресурси	Відношення кількості автомобільних, з/д, водних, повітряних маршрутів до цього показника в цілому по регіону
5.	Рівень охоплення туристичними маршрутами	Відношення кількості офіціальних туристичних маршрутів в цілому по регіону
Демографічний потенціал		
6.	Частка працездатного населення	Відношення питомої ваги економічно активного населення в загальній чисельності населення району
Економічний потенціал		
7.	Виробництво промислової продукції	Відношення обсягу виробництва промислової продукції на душу населення в районі
8.	Виробництво с/г продукції	Відношення обсягу виробництва сільськогосподарської продукції на душу населення в районі
9.	Капітальні вкладення	Відношення об'єму капітальних вкладень на душу населення в районі
10.	Наявність інформаційних джерел (місцеві канали, інтернет –видання, преса)	Відношення кількості місцевих інформаційних джерел до того ж показника в цілому по регіону
11.	Кількість промислових і с/г підприємств	Відношення кількості даних підприємств до того ж показника в цілому по регіону
12.	Кількість підприємств побутового обслуговування	Відношення кількості даних підприємств до того ж показника в цілому по регіону
13.	Наявність туристичних об'єктів (в т.ч. проектів будівництва)	Відношення кількості об'єктів і ті, які пройшли державну експертизу в цілому по регіону
14.	Наявність культурних і природних пам'яток	Відношення об'єктів (в т.ч. музеїв, театрів, б/к, галерей, бібліотек і ін.) до того ж показника в цілому по регіону
15.	Роздрібний товарооборот	Відношення об'єму роздрібного товарообігу на душу населення в районі
16.	Вільні виробничі площі	Питома вага вільних площ для потреб підприємницького сектора в загальному об'ємі виробничих площ в районі
17.	Дороги з твердим покриттям	Питома вага асфальтованих доріг в загальній протяжності доріг в районі

18.	Чисельність зайнятих в підприємницькому секторі	Питома вага зайнятих на 1000 чоловік в районі
Соціальний потенціал		
19.	Рівень безробіття	Відношення рівня офіційного безробіття до загальної чисельності економічно активного населення в районі
20.	Забезпеченість туристичними кадрами	Відношення кількості фахівців туристичного обслуговування і готельного/ресторанного господарства в загальній чисельності економічно активного населення в районі
21.	Забезпеченість засобами зв'язку	Відношення рівня забезпеченості населення засобами зв'язку (інтернет) до загальної чисельності населення району
Адміністративний потенціал		
22.	Дія державних програм розвитку туризму	Відношення проектів, що реалізуються на місцевому рівні, програми розвитку туристичного підприємництва (національні, регіональні, місцевого значення) до загальної кількості таких проектів і програм в регіоні
23.	Економічна освіта в місцевих адміністраціях	Питома вага працівників адміністрацій з економічною освітою в загальній чисельності персоналу адміністративного апарату
Фінансовий потенціал		
24.	Збір податкових платежів на одну людину	Відношення суми податкових платежів за рік до загальної чисельності населення району
25.	Місцевий бюджет без допомоги регіонального бюджету	Відношення суми місцевого бюджету (за вирахуванням усіх регіональних субсидій) до загальної чисельності населення району
26.	Доля збиткових підприємств	Питома вага збиткових підприємств, організацій у загальній кількості підприємств, організацій в районі
27.	Доходи на одну людину	Відношення середньої заробітної плати в районі до того ж показника в цілому по регіону.
Показники рівня розвитку туризму		
28.	Кількість підприємств малого і середнього бізнесу, зайнятих в області туризму	Питома вага таких підприємств (в т.ч. держпідприємств) у загальній чисельності підприємств малого і середнього бізнесу
29.	Чисельність персоналу зайнятих у туризмі	Відношення чисельності працівників, зайнятих у туризмі, до загальної чисельності зайнятих в районі
30.	Наявність об'єктів внутрішнього туризму	Відношення кількості таких об'єктів (санаторії, профілакторії, бази і ін.) до того ж показника в цілому по регіону
31.	Кількість місць наявної інфраструктури закладів ресторанного / готельного господарств	Кількість посадкових місць і ліжко/місць на душу населення
32.	Об'єм туристичних послуг, що надаються, на місцевому ринку за рік	Відношення поточної ємкості ринку туристичних послуг до того ж показника в цілому по регіону, млн грн.
33.	Доходи від експлуатації готельних підприємств	Питома вага середньорічного значення доходів готельних підприємств до того ж показника в цілому по регіону