

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО**  
**ТРАНСПОРТУ ІМЕНІ АКАДЕМІКА В. ЛАЗАРЯНА**

*Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису*

**ЮХНОВСЬКА ЮЛІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА**

УДК 338.48: 330.34(477)

**ДИСЕРТАЦІЯ**  
**ЗБАЛАНСОВАНИЙ РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗИ**  
**УКРАЇНИ: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА**

08.00.03 – економіка та управління національним господарством

Подається на здобуття наукового ступеня  
доктора економічних наук

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

\_\_\_\_\_  
(підпис,

Ю.О. Юхновська .  
ініціали та прізвище здобувача)

Науковий консультант: **Головкова Людмила Степанівна**, доктор економічних наук, професор

## АНОТАЦІЯ

**Юхновська Ю.О. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України: теорія, методологія, практика – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Дніпровський національний університет залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна, Дніпро, 2020.

У дослідженні розглянуто сутності економічної категорії шляхом побудови структурно-логічної послідовності вивчення цього поняття, що надало змогу сформулювати авторське визначення поняття «туризм» як складна соціально-економічна система невиробничої галузі, яка, на відміну від інших, включає в себе діяльність територіально окремих фінансово-кредитних, медичних, рекреаційних, лікувально-оздоровчих, митних, освітніх, транспортних, торгівельних, культурно-розважальних, інформаційних, рекламних, об'єктів розміщування і харчування туристичних одиниць, які сприяють тимчасовому індивідуальному, груповому, самодіяльному і плановому в'їзду, виїзду, проживанню та пересуванню всередині і за межами певної держави, міста, регіону людей (споживачів послуг) з метою відновлення працездатності, отримання відпочинку, пізнавальних, спортивних, культурно-розважальних, освітніх, професійно-ділових та спеціалізованих послуг, що здійснюються на підставі внутрішніх і міжнародних угод з урахуванням діючих національних та міжнародних звичаїв.

Уточнено та удосконалено понятійний апарат щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни. Розкрито сутність поняття «потенціал туристичної галузі», виявлено вплив на туристичну діяльність для забезпечення та досягнення розвитку та стійкості економіки області та основні складові інфраструктури потенціалу туристичної галузі.

Сформовано та обґрунтовано поняття «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі», як стратегічна єдність розвитку інтегрованих

складових потенціалу туристичної галузі (інституціональна, інноваційна, соціальна, екологічна, економічна, фінансова) та соціально-економічних й екологічних підсистем, що спрямована на узгодженість та раціональне використання природних, лікувально-оздоровчих, культурно-історичних джерел розвитку областей, країни з метою задоволення потреб споживачів, підвищення добробуту суспільства та нарощування потенціалу туристичної галузі та національної економіки країни у стратегічному аспекті.

Узагальнюючи світовий досвід і тлумачення сутності концепції кластерів, враховуючи український досвід створення кластерних об'єднань у виробничій та невиробничій сферах, сформульовано наступне визначення поняття «туристичний кластер» як неформального об'єднання установ, організацій, фірм туристичного профілю, що розташовані на території туристичної дестинації або туристичної області з метою системної та узгодженої розробки, просування та продажу конкурентоспроможного туристичного продукту. Здійснено порівняння ключових характеристик туристичного кластеру та туристичної дестинації. Визначено ознаки кластеру туристичної галузі.

Досліджено існуючі методики оцінки потенціалу туристичної галузі та виявлено, що єдина методика щодо комплексної оцінки привабливості потенціалу туристичної галузі відсутня. Виявлено недоліки методик, які досліджують оцінки потенціалу туристичної галузі. Визначено, що при оцінюванні потенціалу туристичної галузі областей України необхідно враховувати всю сукупність внутрішніх (ендогенних) і зовнішніх (екзогенних) факторів, що обумовлюють пріоритети та перспективи розвитку туристичної галузі в даній області. Провівши дослідження підходів та методів оцінки розвитку потенціалу туристичної галузі, запропоновано науково-методичний підхід до комплексного оцінювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації.

Систематизовано показники розвитку туристичних кластерів, через розрахунок яких можна визначити збалансованість туристичного кластера. Визначено, що для виявлення туристичних кластерів доцільно застосовувати

комплексні методи ідентифікації, які включають кількісний і якісний аналіз. Охарактеризовано методика оцінки мультиплікаційного ефекту від створення туристичного кластера. Запропоновано методичний підхід оцінювання формування туристичного кластеру в областях країни.

Проведено дослідження теорій особливості збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі та окреслено напрямки його розвитку як потенційного високоприбуткового сектора економіки.

Охарактеризовано та обґрунтовано методологічні положення збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, які охоплюють систему методів, принципів, способів, прийомів та інструментів, які враховують специфічні особливості галузі.

Запропонована та обґрунтована цілісна концепція збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні. Запропоновано схема реалізація цілісної концепції, яка побудована на комплексному використанні системно-цільового підходу до вибору та реалізації варіантів управління збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі України.

Проаналізовано основні тенденції розвитку світового туризму та його вплив на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України. Досліджено Індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму та зміну позицій України та деяких країн світу. Сформовано фактори впливи на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі. Досліджено вплив глобальної світової кризи та наслідки викликані COVID-19 на туристичну галузь України. Запропоновано зміни до Стратегії розвитку туристичної галузі в областях країни, враховуючи кризу в туристичній галузі.

Проаналізовано сучасний стан використання потенціалу туристичної галузі в областях України. Визначено, що Україна має значний потенціал для розвитку туристичної галузі, вигідне географічне положення в центрі Європи, сприятливий клімат, велику кількість пам'яток, що може сприяти прискоренню соціально-економічного розвитку держави.

Дана оцінка потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей. Визначено, що області мають великий потенціал розвитку туристичної галузі, але в той же час достатньо низький рівень розвитку туристичної інфраструктури. Сформовано потенційні напрямки розвитку видів туризму в Дніпропетровській та Запорізькій областях.

Проведена оцінка стратегій збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни. Виявлені основні причини неефективної реалізації стратегій туристичної галузі в областях країни. Запропоновано концептуальний підхід формування стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України. Провівши оцінювання всіх регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі, визначено загальну інтегральну оцінку якості.

Обґрунтовано вибір стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей України. Запропоновано науково-методичний підхід комплексного оцінювання потенціалу туристичної галузі областей країни. Проаналізовано позиціонування потенціалу туристичної галузі областей України. Розраховано інтегральний показник розвитку потенціалу туристичної галузі всіх областей України. Виділено спільні проблеми і фактори, які стримують збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі.

Сформовано стратегічні пріоритети збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей країни. Досліджено перспективи збалансованого розвитку потенціалу та фактори, які впливають на галузь, використовуючи PEST-аналіз. Досліджено фактори впливу потенціалу галузі, які впливають на потенціал туристичної галузі України. Виділено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для подальшого розвитку потенціалу туристичної галузі методом SWOT-аналіз. Розроблено напрями та заходи підсилення конкурентних переваг потенціалу туристичній галузі Запорізької області. Оцінено життєвий цикл різних видів туристичної галузі Запорізької області та позиціонування з використанням матриці BCG.

Виявлено основні проблеми щодо збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі та результати, що можуть бути отримані при їх вирішенні.

Проведено комплексний аналіз та удосконалено підхід до оцінювання впливу чинників на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України за допомогою кореляційно-регресійного методу, обрано основним показником – обсяг реалізованої продукції всіх суб'єктів туристичної галузі.

Запропоновано методичний підхід розробки інтегрального показника оцінки потенціалу туристичної галузі на основі кластеризації. Надано класифікація методів системного аналізу. Побудовано когнітивну карту збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, яка включає основні групи факторів і взаємозв'язки, які виникають при збалансованому розвитку туристичної галузі Запорізької області.

Запропоновано науковий підхід до збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області (за результатами когнітивного моделювання).

Охарактеризовано позитивні риси та можливості створення туристичних кластерів в області країни. Розроблено та обґрунтовано раціоналістичну модель формування туристичного кластера на обласному рівні із застосуванням методологічних положень. В дисертаційному дослідженні удосконалено граничну модель факторів впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі в Україні. Отримала подальшого розвитку теоретична оптимізаційна модель формування стратегії розвитку туристичного кластера Запорізької області з організаційно-економічним механізмом її реалізації. Визначено стратегічні напрямки розвитку туристичного кластеру Запорізької області.

**Ключові слова:** збалансований розвиток, кластер, туристичний кластер, туризм, туристична галузь, потенціал туристичної галузі, розвиток, моделі, стратегія.

## ANNOTATION

### **Yukhnovska Yu.O. Balanced development of the potential of the tourism industry of Ukraine: theory, methodology, practice – Manuscript.**

Thesis for the degree of Doctor of Economic Sciences, specialty 08.00.03 – Economics and management of national economy. – Dnipro National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Dnipro, 2021.

The study analyzes the essence of the concept "economic category" by constructing a structural and logical sequence of researching this notion, which allowed to form the author's definition of "tourism" as a complex socio-economic system of the non-productive sphere. In contrast to other spheres it includes the activities of territorially separate financial and credit, medical, recreational, health and wellness, border control, educational, transport, trade, cultural and entertainment, information, advertising, accommodation and catering tourist units. Such units promote temporary individual, group, independent and planned arrival, departure, residence and transportation within and outside a country, city, region of people (consumers of services) for the purpose of vocational rehabilitation, recreation, getting cognitive, sports, cultural and entertainment, educational, professional, business and specialized services provided on the basis of domestic and international agreements, taking into account current national and international customs.

The conceptual framework for the balanced development of the potential of the country's tourism industry has been clarified and improved. The essence of the concept "potential of the tourism industry" has been revealed; the author has analyzed factors that influence tourism activities to ensure and achieve the development and sustainability of the region's economy and the main components of the infrastructure potential of tourism industry.

The concept "balanced development of the tourism industry potential" has been formulated and substantiated. It is characterized as strategic unity of development of integrated components forming the tourism industry potential (i.e. institutional, innovative, social, environmental, economic and financial components) and socio-economic as well as environmental subsystems. It is aimed at coherence and rational

use of natural, health, cultural and historical resources for development of regions or countries in order to meet the needs of consumers, increase the welfare of society and build the potential of the tourism industry as well as the national economy in the strategic aspect.

Summarizing international experience and interpretation of the conceptual essence of clusters, taking into account the Ukrainian experience of creating cluster associations in the productive and non-productive spheres, the author has proposed the definition of the term "tourism cluster". Tourism cluster is defined as an informal association of institutions, organizations and companies of touristic profile located in the territory of a tourist destination or tourist region for the purpose of systematic and coordinated development, promotion and sale of competitive tourism products. The key characteristics of a tourism cluster and a tourist destination have been compared. The features of the tourism cluster have been identified.

The existing methods of assessing the potential of the tourism industry have been studied and it has been revealed that there is no single method for a comprehensive assessment of the attractiveness level of tourism industry potential. The disadvantages of the methods that investigate assessments of the tourism industry potential have been distinguished. It is determined that when assessing the potential of the tourism industry of the regions of Ukraine it is necessary to take into account the whole set of internal (endogenous) and external (exogenous) factors that determine the priorities and prospects of tourism in a certain area. Having conducted a study of approaches and methods for assessing the development of the tourism industry potential, the author has proposed a scientific and methodological approach to a comprehensive assessment of the balanced development of the tourism industry potential at different levels of its implementation.

The indicators of development of tourism clusters have been systematized – through their calculation it is possible to determine the balance of a tourism cluster. It has been determined that to identify tourism clusters it is advisable to use comprehensive identification methods, which include quantitative and qualitative analysis. The method of estimating the multiplier effect from the creation of a



tourism cluster has been described. A methodical approach to assessing the formation of a tourism cluster in various regions of the country has been offered.

The author has studied the theories concerning peculiarities of the balanced development of the tourism industry potential and outlined the directions of its development as a potentially highly profitable sector of the economy.

The methodological provisions of the balanced development of the tourism industry potential have been characterized and substantiated – they cover the system of methods, principles, methods, techniques and tools that take into account specific features of the sphere.

A holistic concept of balanced development of the potential of the tourism industry in Ukraine has been proposed and substantiated. The author offers the scheme of realization of the integral concept which is built on complex use of system-target approach to a choice and realization of management options for the balanced development of tourism industry potential of Ukraine.

The main trends in the development of world tourism and its impact on the balanced development of the potential of the Ukrainian tourism industry have been analyzed. The author has studied the Travel and Tourism Competitiveness Index and the change of positions in it of Ukraine and some foreign countries. Factors influencing the balanced development of the tourism industry potential have been identified. The impact of the global crisis and the consequences caused by COVID-19 on the tourism industry of Ukraine have been studied. Changes to the Strategy for the Development of Tourism Industry in the regions of the country have been proposed, taking into account the present-day crisis in the tourism industry.

The current state of using the potential of the tourism industry in the regions of Ukraine has been analyzed. It is determined that Ukraine has a significant potential for developing its tourism sphere – the country has a favorable geographical location in the center of Europe, good climate and a large number of monuments that can accelerate the country's socio-economic development.

An assessment of the tourism industry potential of Dnipropetrovsk and Zaporizhzhia regions has been performed. It is determined that both regions have a

great potential for the development of tourism industry, but at the same time they show a fairly low level of tourism infrastructure development. Potential directions of developing various types of tourism in Dnipropetrovsk and Zaporizhzhia regions have been distinguished.

The strategies of balanced development of the potential of the country's tourism industry have been assessed. The main reasons for ineffective implementation of tourism strategies in the regions of the country have been identified. A conceptual approach to the formation of a strategy for the balanced development of the tourism industry potential of Ukraine has been proposed. After evaluating all regional programs for the development of the tourism industry potential, a way of general integrated quality assessment has been determined.

The choice of the strategy for balanced development of the tourism industry potential of Ukrainian regions has been substantiated. The scientific and methodical approach to complex estimation of tourism industry potential of the country's regions has been offered. The positioning of the tourism industry potential of the regions of Ukraine has been analyzed. An integrated indicator of the development potential of the tourism industry of all the Ukrainian regions has been calculated. Common problems and factors that hinder the balanced development of the tourism industry potential have been highlighted.

Strategic priorities of balanced development of the tourism industry potential of the country's regions have been formulated. Prospects of balanced potential development and factors influencing the industry have been studied using PEST-analysis. The author has studied the factors influencing the potential of the industry, which affect the potential of the tourism industry in Ukraine. Strengths and weaknesses, opportunities and threats for further development of the tourism industry potential have been highlighted using the SWOT-analysis method. Directions and measures to strengthen the competitive advantages of the tourism industry potential of Zaporizhzhia region have been developed. The life cycle of different types of tourism industry in Zaporizhzhia region and its positioning have been assessed using the BCG matrix.

The main issues of balanced development of the of the tourism industry potential have been identified together with the results that can be obtained by solving these problems.

The author carried out a comprehensive analysis of and improved the approach to assessing the impact of various factors on the balanced development of the tourism industry potential of Ukraine using the correlation-regression method; its main indicator has been selected which is the amount of sales of all tourism entities.

The author proposes a methodical approach to the development of an integrated indicator for assessing the tourism industry potential on the basis of clustering. The classification of methods for systemic analysis has been given. A cognitive map of balanced development of the tourism industry potential of Zaporizhzhia region has been built up, which includes the main groups of factors and relationships that arise in the balanced development of the tourism industry of Zaporizhzhia region.

A scientific approach to the balanced development of the tourism industry potential of Zaporizhzhia region has been proposed (basing on the results of cognitive modeling).

The positive features and possibilities of creating tourism clusters in the regions of the country have been characterized. A rationalist model of tourism cluster formation at the regional level has been developed and substantiated with the use of the methodological provisions given in the thesis. The thesis improves the boundary model of factors influencing the balanced development of the tourism industry potential in Ukraine. The theoretical optimization model of forming the strategy of tourism cluster development in Zaporizhzhia region has received its further development; the organizational and economic mechanism of its realization have been highlighted. Strategic ways of developing tourism clusters in Zaporizhzhia region have been determined.

**Key words:** balanced development, cluster, tourism cluster, tourism, tourism industry, potential of tourism industry, development, models, strategy.

## СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

### *Монографії*

1. Юхновська Ю.О. Формування та розвиток потенціалу туристичної галузі: регіональний аспект : монографія. Запоріжжя. Просвіта, 2020. 312с. (18,4 д.а.).
2. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Соціально-економічна характеристика сучасного ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Innovations in the development of socio-economic systems: microeconomic, macroeconomic and mesoeconomic levels: Collective monograph. Lithuania: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2016. Vol. 2. P. 311–326. (0,86 д.а.; особистий внесок автора: досліджено природні лікувально-рекреаційні ресурси України; запропоновано вадливі та пріоритетні цілі стратегії розвитку лікувально-оздоровчого комплексу. 0,3 д. а.).*
3. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Споживчі та економічні пропозиції бальнеологічних послуг на ринку лікувально-оздоровчого туризму країн Карпатського регіону. *Economic system development trends: the experience of countries of Eastern Europe and prospects of Ukraine: monograph / edited by authors. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2018. P. 278–305. (1,33 д.а.; особистий внесок автора: проаналізовано ресурсні можливості та пропозиції бальнеологічних послуг України та виявлено напрямки впливу споживчих та економічних характеристик бальнеологічних послуг на їх попит в країні. 0,67 д. а.).*
4. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Управління природними лікувальними ресурсами на ринку лікувально-оздоровчого туризму України. *Функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі України: монографія / за заг. ред. М. Ю. Барна. Львів: ЛТЕУ, 2018. С. 277–290. (0,70 д.а.; особистий внесок автора: проаналізовано вплив господарських суб'єктів на стан природних лікувальних ресурсів у деяких курортних дестинаціях України; визначено слабкі сторони менеджменту щодо ефективного використання природних лікувальних ресурсів на ринку лікувально-оздоровчого туризму України;*

запропоновано деякі напрямки оптимізації менеджменту щодо ефективного використання природних лікувальних ресурсів 0,4 д. а.).

### **Статті у наукових фахових виданнях України**

5. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Взаємозв'язок економічних інтересів суб'єктів на ринку лікувально-оздоровчого туризму України. *Інфраструктура ринку*. 2016. № 2. С72-77. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2016/2\\_2016\\_ukr/16.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2016/2_2016_ukr/16.pdf). Електронне фахове видання. (0,58 д.а.; особистий внесок автора: виявлено економічні умови та результати діяльності вітчизняних санаторно-курортних, оздоровчих закладів; обґрунтовано модель оптимальної взаємодії державного управління галуззю та ринковою діяльністю суб'єктів лікувально-оздоровчого туризму 0,3 д.а.).

6. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Складові частини та рівні управління розвитком лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 19. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/19-2018>. Електронне фахове видання. (0,87 д.а.; особистий внесок автора: обґрунтовано специфіку управлінських функцій державних, муніципальних суб'єктів та господарських суб'єктів на ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні; запропоновано напрямки підвищення ефективності управлінських заходів суб'єктів ринку лікувально-оздоровчого туризму України різних рівнів на основі узгодженості їх дій. 0,5 д. а.)

7. Юхновська Ю. О., Головкова Л.С. Стратегії розвитку туристичної галузі регіонів України. *Підприємництво та інновації*. Київ, 2019. Вип. №9, С. 18-23. (0,52 д.а.; особистий внесок автора: проведено аналіз оцінки програм розвитку туристичної галузі регіонів України та методом експертного оцінювання за допомогою середньоарифметичної визначено загальна інтегральна оцінка якості регіональних програм розвитку туристичної галузі регіонів України. 0,26 д. а.).

**Статті в наукових періодичних виданнях іноземних держав та у наукових фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз**

8. Юхновська Ю. О., Головкова Л. С. Розвиток туристичної галузі України та Запорізького регіону на основі кластерного підходу. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. Dnipro, 2019. Iss. 28 (4). P. 640–648.<sup>1</sup> (0,67 д.а.; особистий внесок автора: Запропоновано алгоритм формування та розвитку туристичної галузі регіону на основі кластерного підходу, запропонована структура туристичного кластеру регіону та орієнтована модель формування туристичного кластеру в Запорізькому регіоні. 0,35 д. а.)

9. Юхновська Ю. О., Гірняк Є. І. Розвиток туристичного потенціалу Запорізького регіону. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 7. URL: <http://www.easterneurope-eb.in.ua/7-2017-ukr> (дата звернення: 19.10.2018).<sup>2</sup> (0,59 д.а.; особистий внесок автора: обґрунтовано необхідність розвитку туристичного потенціалу України та Запорізької області. Запропоновано шляхи розв'язання проблем розвитку й управління лікувально-оздоровчим та санаторно-курортним туризмом Запорізької області. 0,4 д.а.)

10. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород, 2019. Вип. 23/2019. С. 147–152.<sup>3</sup> (0,60 д.а.).

---

<sup>1</sup> Міжнародні наукометричні бази: Web of Science, DOAJ, OAJI, CiteFactor, Index Copernicus International, ru, SCIARY, ru, Google Scholar, National Library of Ukraine Vernadsky, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), MIAR, Copac, Sudoc, WorldCat - OCLC, ZDB-OPAC, EZB - Electronic Journal Library, WILBEPT (Wildaüer Bucher +Medien Recherche-Tool), TIB, Scilt, Worldwide scientific and educational Library. Web of Science, DOAJ, OAJI, CiteFactor, Index Copernicus International, ru, SCIARY, ru, Google Scholar, National Library of Ukraine Vernadsky, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), MIAR, Copac, Sudoc, WorldCat - OCLC, ZDB-OPAC, EZB - Electronic Journal Library, WILBEPT (Wildaüer Bucher +Medien Recherche-Tool), TIB, Scilt, Worldwide scientific and educational Library.

<sup>2</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>3</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

11. Юхновська Ю. О. Вплив готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туристичної галузі України. *Проблеми системного підходу в економіці*: зб. наук. пр. Київ. Вип. 3 (71). Ч. 1. С. 148–154.<sup>4</sup> (0,61 д.а.).
12. Юхновська Ю. О. Вплив розвитку культурно-історичної спадщини на економічний розвиток туристичної галузі України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 6 (111). С. 55–59.<sup>5</sup> (0,39 д.а.)
13. Юхновська Ю. О. Дослідження діяльності туристичної галузі Запорізького регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород, 2019. Вип. 26/2019. С. 130–134.<sup>6</sup> (0,43 д.а.).
14. Юхновська Ю. О. Дослідження життєвого циклу туристичної галузі регіонів України. *Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал*. 2019. Вип. 5-1 (54). С. 78–82.<sup>7</sup> (0,49 д.а.).
15. Юхновська Ю. О. Дослідження потенціалу туристичної галузі конкурентоздатних регіонів України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 5 (110). С. 65–70.<sup>8</sup> (0,47 д.а.).
16. Юхновська Ю. О. Застосування матриці ADL для обґрунтування стратегії туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46. С. 73–76.<sup>9</sup> (0,43 д.а.).
17. Юхновська Ю. О. Комплексний метод оцінки ефективності потенціалу туристичної галузі. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. Чехія, 2019. Vol. 5. Iss. 2. P. 71–78.<sup>10</sup> (0,60 д.а.).
18. Юхновська Ю. О. Методика оцінки економічної ефективності інтегрованого туристичного кластеру. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48. С. 177-182.<sup>11</sup> (0,62 д.а.).

---

<sup>4</sup> Міжнародні наукометричні бази: НБУ ім. В.І. Вернадського, Index Copernicus, Google Scholar, CiteFactor, OAJSE, Eurasian Scientific Journal Index.

<sup>5</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>6</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>7</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>8</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>9</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>10</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>11</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

19. Юхновська Ю. О. Методичні підходи оцінки туристичного потенціалу України та регіонів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Київ, 2019. Т. 30 (69). № 4. С. 54–59.<sup>12</sup> (0,60 д.а.).

20. Юхновська Ю. О. Оцінювання привабливості окремих видів туристичної галузі Запорізького регіону. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль, 2019. № 4/2019. С. 33–39.<sup>13</sup> (0,51 д.а.).

21. Юхновська Ю. О. Розвиток туристичних залізничних перевезень України. *Економіка та суспільство*. 2017. № 13. URL: <http://economyandsociety.in.ua/>.<sup>14</sup> (0,38 д.а.).

22. Юхновська Ю. О. Сучасні тенденції розвитку потенціалу туристичної галузі України та Запорізького регіону. *Економіка та суспільство*. 2018. № 19. С. 261–268. URL: <http://economyandsociety.in.ua/> (дата звернення: 25.07.2019).<sup>15</sup> (0,66 д.а.).

23. Юхновська Ю. О. Сучасний стан транспортної інфраструктури туристичної галузі України. *Проблеми економіки транспорту: збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна*. Дніпро: Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2018. Вип. 16. С. 76–84.<sup>16</sup> (0,71 д.а.).

24. Юхновська Ю. О. Теоретичні засади збалансованого розвитку потенціалу національної туристичної галузі. *Review of transport economics and management: збірник наукових праць Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна*. Дніпро: Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2020. Вип. 3(19). С. 197–209.<sup>17</sup> (1,03 д.а.).

<sup>12</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>13</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, Google Scholar, EBSCO, ULRICHSWEB Global Serials Directory..

<sup>14</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>15</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>16</sup> Міжнародні наукометричні бази: Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; WorldCat; BASE; SIS; UIF.

<sup>17</sup> Міжнародні наукометричні бази: Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; WorldCat; BASE; SIS; UIF.



25. Юхновська Ю. О. Теоретичні підходи до визначення сутності туристичного потенціалу регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Київ, 2019. Т. 30 (69). № 1. С. 42–46.<sup>18</sup> (0,50 д.а.).

26. Юхновська Ю. О. Теоретичний підхід до визначення економічної категорії «туристичний кластер». *Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал*. Херсон, 2019. Вип. 6.1 (56). С. 131–135.<sup>19</sup> (0,52 д.а.).

27. Юхновська Ю. О. Чинники впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на розвиток потенціалу туристичної галузі Запорізького регіону. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент»*. Одеса, 2019. Вип. 40/2019. С. 53–59.<sup>20</sup> (0,59 д.а.).

28. Юхновська Ю. О. Формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль, 2019. № 2 (57). С. 18–27.<sup>21</sup> (0,71 д.а.).

29. Юхновська Ю. О. Формування стратегії розвитку кластеру туристичної галузі України та запорізького регіону. *Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр.* Київ, 2019. Вип. 4 (72). Ч. 2. С. 59–65.<sup>22</sup> (0,38 д.а.).

30. Юхновська Ю. О., Головкова Л.С. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. *«Бізнес інформ»*. Харків, 2020. №2. м. С. 179-186.<sup>23</sup> (0,61 д.а.; особистий внесок автора: досліджено та дана оцінка впливу чинників на формування та розвиток потенціалу туристичної галузі регіонів України регресійно-кореляційним методом 0,3 д.а.)

<sup>18</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>19</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>20</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

<sup>21</sup> Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, Google Scholar, EBSCO, ULRICHSWEB Global Serials Directory.

<sup>22</sup> Міжнародні наукометричні бази: НБУ ім. В.І. Вернадського, Index Copernicus, Google Scholar, CiteFactor, OAJSE, Eurasian Scientific Journal Index.

<sup>23</sup> Міжнародні наукометричні бази: Ulrichsweb Global Serials Directory; Research Papers in Economics; Російський індекс наукового цитування; Index Copernicus (Польща); Directory of Open Access Journals; Academic Journals Database; Research Bible; Соціонет; Open Academic Journals Index; GetInfo; BASE; OpenAIRE; SUNCAT Union Catalogue; Library Hub Discover; J-Gate; Open Access Library; Advanced Science Index; Академія Google; InfoBase Index; WorldCat.

***Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації***

31. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Інноваційні та інформаційні технології в економічному розвитку туристичної галузі України. *Modern Innovative and Information Technologies in the Development of Society / scientific editors A. Ostenda, T. Nestorenko. Copyright by: Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach. Katowice, 2018. (0,60 д.а.; особистий внесок автора: визначено основні напрями розвитку та впровадження інноваційних та інформаційних технологій в області туризму; проаналізовано тенденції та структурні зміни ринку туристичних послуг у контексті глобальної інформатизації туристичного бізнесу. 0,2 д. а.).*

32. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Конкурентоспроможність послуг на ринку лікувально-оздоровчого туризму. *Innovative Potential of Socio-Economic Systems: the Challenges of the Global World: International Scientific Conference, December 22th, 2017. Lisbon, Portugal: Baltija Publishing. Pt. I. P. 103–107. (0,18 д.а.; особистий внесок автора: дослідження взаємодії оціночних шкал конкурентоспроможності галузевих ринків. 0,06 д. а.).*

33. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Проблеми розвитку інклюзивного туризму в Україні. *Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. Pt. I. P. 99–101. (0,17 д.а.; особистий внесок автора: дослідження проблем та вирішення їх щодо обмеження або впливу на можливість організації інклюзивного туризму. 0,06 д. а.).*

34. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Управління розвитком лікувально-реабілітаційного та оздоровчого туризму в Україні. *Modern Problems of Improve Living Standards in a Globalized World: Conference Proceedings of the II International Scientific Internet-Conference (December 8, 2017, Opole – Berdyansk – Tbilisi – Slovyansk – Kropyvnytsky). 2017. С. 158–165. (0,26 д.а.; особистий внесок автора: запропоновано інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який*

*передбачатиме поєднання галузевої, територіальної та секторальної складових. 0,1 д. а.).*

35. Юхновська Ю. О. Кластирізація туристичної галузі в Запорізькому регіоні. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностичні сценарії та перспективи розвитку*: матеріали міжнар. наук.-пр. конф., м. Херсон, 25–26 квітня 2019 р. Херсон: Вид-во ФОП Вишемирський В. С., 2019. С. 129-132. (0,20 д.а.).

36. Юхновська Ю. О. Конкурентний потенціал туристичної галузі України: проблеми та перспективи. *Universum View 13. Economics and management*: міжнародна науково-практична конференція. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2019. С. 215–218. (0,23 д.а.).

37. Юхновська Ю. О. Методики оцінювання туристичного потенціалу регіону. *Механізми та стратегії розвитку господарюючих суб'єктів в умовах інтеграційних процесів*: матеріали науково-практичної INTERNET-конференції студентів та молодих вчених з міжнародною участю (м. Харків – Пшеворськ, 19 лютого 2019 р.) / Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku. Przeworsk: WSSG, 2019. С. 140–142. (0,12 д.а.).

38. Юхновська Ю. О. Основні проблеми та перспективи розвитку туристичного потенціалу Запорізького регіону. *Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємництва*: матер. I Міжнародної науково-практичної конференції (8-9 листопада 2018 р.). Житомир, 2018. С. 285-289. (0,18 д.а.).

39. Юхновська Ю. О. Оцінка розвитку транспортної інфраструктури в Україні. *Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика*: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції 24 листопада 2017 р. Запоріжжя: КПУ, 2017. С. 559–561. (0,19 д.а.).

40. Юхновська Ю. О. Проблеми та завдання інфраструктури туристичної галузі України. *Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика*: матеріали VI Міжнародної заочної науково-практичної конференції 30 листопада 2018 р. Запоріжжя: КПУ, 2018. С. 204–207. (0,22 д. а.).

41. Юхновська Ю. О. Проблеми та перспективи розвитку туристичної, лікувально-оздоровчої та курортно-рекреаційної сфери Запорізької області. *Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки*: тези V Міжнародної наук.-практ. конференції (2–3 листопада 2017 р.). Житомир, 2017. С. 355–357. (0,14 д.а.).

42. Юхновська Ю. О. Розвиток соціально-культурних рекреаційних ресурсів України. *Наука очима молоді – 2019*: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (17 травня 2019 року, м. Запоріжжя) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. Запоріжжя: Вид-во Хортицької національної академії, 2019. С. 300–301. (0,11 д.а.).

43. Юхновська Ю. О. Роль залізничного транспорту в туристичній індустрії України. *Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 10-річчю факультету міжнародного туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету, м. Запоріжжя, 30–31 березня 2017 р.: в 2 т. / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. Запоріжжя: Просвіта, 2017. Т. 1. С. 422–425. (0,16 д. а.).

44. Юхновська Ю. О. Світовий досвід функціонування туристичних кластерів країни. *Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України*: зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених (21 лист. 2019 р.) / Харків. нац. автомобільно-дорожн. ун-т. Харків: ХНАДУ, 2019. С. 313–315. (0,11 д.а.).

45. Юхновська Ю. О. Синергетична стратегія як основа управління розвитком потенціалу туристичної галузі України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 150–153. (0,12 д.а.).

46. Юхновська Ю. О. Вплив залізничного транспорту на туристичну галузь України. *Проблеми та перспективи розвитку залізничного транспорту*: тези 79 Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 16–17 травня 2019 р.). Дніпро: ДНУЗТ, 2019. С. 377–378. (0,12 д.а.).

47. Юхновська Ю. О. Стратегічне планування розвитку туристичної галузі регіонів країни. *Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах євроінтеграції*: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених (м. Львів, 24 січня 2019 р.). Львів: Львівський торговельно-економічний університет, 2019. С. 372–373. (0,12 д.а.).

48. Юхновська Ю. О. Теорії формування та розвитку регіонального потенціалу туристичної галузі України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: Х Міжнародна науково-практична конференція. Черкаси, 2019. С. 87–89. (0,15 д.а.).

49. Юхновська Ю. О. Теоретичні засади визначення потенціалу туристичної галузі. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання* XI Міжнародна науково-практична конференція : Черкаси, 2020. С.182-185. (0,16 д.а.).

50. Юхновська Ю. О. Теоретичні підходи щодо дослідження розвитку туристичної галузі України. *Universum N V: Proceedings of International Scientific Conference*. Morrisville: Lulu Press, 2019. P. 36–39. (0,23 д.а.).

51. Юхновська Ю. О. Теоретичні проблеми і практичні аспекти транспорту та його використання в туристичній сфері. *Наука та інновації як основні шляхи вдосконалення економічного потенціалу країни*: Міжнародна

науково-практична конференція, м. Львів, 18–19 листопада 2016 року / ГО «Львівська економічна фундація». Львів, 2016. С. 83–86. (0,14 д.а.).

52. Юхновська Ю. О. Фінансове забезпечення туристичної галузі України. *Наука і освіта в сучасному світі*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Караганди: РІО «Болашак-Баспа». 2019. Т. 1. С. 342–345. (0,24 д. а.).

53. Юхновська Ю. О. Чинники впливу євроінтеграції та глобалізації на туристичну галузь України. *Наука і вища освіта: XXVII Міжнародна наукова конференція студентів і молодих учених*, 14 листопада 2018 р. Запоріжжя: КПУ, 2018. С. 496–497. (0,10 д.а.)

54. Юхновська Ю. О. Комплексний метод ідентифікації туристичних кластерів. *I Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір»* (Запоріжжя, 14 травня 2020 року) – З.:ХННРА, 2020. – с. С.687-688. (0,16 д.а.).

## ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	2
ЗМІСТ.....	23
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	27
ВСТУП.....	28
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....</b>	<b>44</b>
1.1. Теоретичні аспекти функціонування туристичної галузі .....	44
1.2. Теоретико-методичні аспекти дослідження розвитку потенціалу туристичної галузі.....	62
1.3. Теоретичні засади та принципи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.....	81
1.4. Теоретичні підходи до розкриття сутності туристичного кластера як чинника збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.....	100
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	117
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 1.....	120
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....</b>	<b>153</b>
2.1. Методи оцінювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.....	153
2.2. Методичний підхід щодо оцінки туристичного кластера.....	174
2.3. Концептуальні підходи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України.....	198
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	228
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 2.....	230

РОЗДІЛ 3. ДІАГНОСТИКА СТАНУ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	240
3.1. Аналіз основних тенденцій розвитку світового туризму та його вплив на розвиток потенціалу туристичної галузі України	240
3.2. Аналіз сучасного стану використання потенціалу туристичної галузі України.....	263
3.3. Оцінка потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей.....	291
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	322
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 3.....	328
РОЗДІЛ 4. СТРАТЕГІЇ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	342
4.1. Оцінка стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.....	342
4.2. Вибір стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі .....	366
4.3. Стратегічні пріоритети збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі .....	392
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 4.....	417
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 4.....	420
РОЗДІЛ 5. МОДЕЛЮВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ .....	426
5.1. Моделювання оцінювання макросередовища збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України.....	426
5.2. Когнітивне моделювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області.....	453
5.3. Розвиток потенціалу туристичного кластеру Запорізької області	480
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 5.....	506
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 5.....	509
ВИСНОВКИ.....	519



	25
ДОДАТКИ.....	527
Додаток А. Підходи до трактування сутності поняття «туризм».....	528
Додаток Б. Підходи щодо визначення сутності понять «кластер» та «туристичний кластер».....	534
Додаток В. Сукупність ознак кластерів за та їх інтерпретація в економічних дослідженнях.....	536
Додаток Г. Моделі оцінки туристичних ресурсів.....	537
Додаток Д. Групи факторів для оцінки потенціалу туристичної галузі.....	539
Додаток Е. Методи ідентифікації туристичних кластерів.....	541
Додаток Ж. Методичні підходи щодо оцінювання результативності туристичного кластера.....	542
Додаток И. Індекс конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму–2018.....	546
Додаток К. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами.....	549
Додаток Л. Урядові заходи, застосовані Україною, сусідніми країнами та країнами-конкурентами.....	551
Додаток М. Динаміка основних показників діяльності суб'єктів туристичної діяльності України за 2015–2019 рр.....	555
Додаток Н. Мотивація туристичних поїздок громадян світу до України за 2011 – 2018 років.....	557
Додаток П. Колективні засоби розміщування 2011–2019 рр.....	558
Додаток Р. Готелі та аналогічні засоби розміщення України, які отримали свідоцтва про встановлення категорій, станом на 04.06.2019 р.....	559
Додаток С. Ключові компанії, що розвивають мережі закладів ресторанного господарства на автошляхах України за 2019 р.....	562
Додаток Т. Співвідношення індексів історико-культурного потенціалу (ІКП) та його реалізації за областями України.....	563
Додаток У. Потенціал туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей.....	564

Додаток Ф. Види активних видів туризму в Запоріжжі та їх характеристика.....	565
Додаток Х. Моделювання розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні. Анкета експертного опитування.....	567
Додаток Ц. Характеристика уточнених стратегій розвитку потенціалу туристичної галузі за матрицею ADL.....	568
Додаток Ш. Найбільш визначні об'єкти культурно-історичної спадщини України.....	570
Додаток Щ. Список публікацій здобувача.....	572
Додаток Ю. Відомості про апробацію та довідки про впровадження.....	581

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВВП – валовий внутрішній продукт

ВНП – валовий національний продукт

ВРП – валовий регіональний продукт

ВТО – Всесвітня туристична організація

ЗВО – заклад вищої освіти

ЗУ – Закон України

НДІ – науково-дослідний інститут

ООН – Організація Об'єднаних націй

ОЕСР – Організація економічного співробітництва та розвитку

ПДВ – податок на додану вартість

ПРС – природоохоронна рекреаційна система

РТК – регіональний туристичний комплекс

СОТ – Світова організація торгівлі

США – Сполучені Штати Америки

ТІЦ – Туристичний інформаційний центр

ТЕО – техніко-економічне обґрунтування

IATA – Міжнародною асоціацією повітряного транспорту

IUCN – Міжнародною спілкою охорони природи

UNWTO – (англ. World Tourism Organization), Світова туристична організація

WTTC – (англ. World Travel & Tourism Council (WTTC)), Світова рада подорожей та туризму

## ВСТУП

**Актуальність теми.** На сучасному етапі розвитку Україна активно інтегрується у глобальний соціально-економічний простір. Цьому сприяють як вигідне її географічне розташування, так і достатньо розвинена транспортна інфраструктура, активізація зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних господарюючих суб'єктів і дуже привабливі для розвитку різних видів бізнесу природні, людські ресурси та можливості потенційного наповнення пропозицією та попитом українських галузевих ринків. З огляду на зазначені умови зростає актуальність і важливість реалізації потенціалу туристичної галузі України. Туризм як комунікативна сфера діяльності стає найпривабливішою складовою розвитку областей країни, у якій безпосередньо знаходяться як наявні, так і потенційні ресурси, де працює велика кількість суб'єктів підприємництва, що сприятиме активному розвитку різних галузевих видів діяльності. Оптимальне використання потенційних можливостей туристичних ресурсів, історико-культурного потенціалу дозволяє не лише покращити економічний стан міст, областей країни, а й підвищити ефективність діяльності як підприємств туристичного бізнесу, так і інших учасників бізнес-процесів, а також вплинути на соціальний рівень життєзабезпечення соціуму, його добробуту та сприяти активному розвитку інфраструктури областей України.

В умовах трансформаційних змін в економіці України туристичний бізнес є одним із перспективних напрямів розвитку, враховуючи значні історичні, природні, культурні цінності України, існуючу національну, міжнародну кооперацію вітчизняних і закордонних підприємств та потенційні можливості прибутковості. Разом із тим освоєння нових напрямків, видів та форм забезпечення збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України потребує розробки та обґрунтування теоретико-методологічних, методичних підходів, практичних рекомендацій з метою визначення найбільш оптимальних варіантів розвитку систем туристичного бізнесу, забезпечення його конкурентоспроможності та економічної ефективності. Вирішення науково-

практичних проблем щодо формування систем збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України під цим кутом є вкрай актуальним, зважаючи на наявність у країні та недостатнє використання унікальних історичних, культурних пам'яток, природних лікувальних рекреацій, існуючого потужного промислового комплексу, який за своєю діяльністю пов'язаний з багатьма підприємствами України та зарубіжжя. У зв'язку з цим постає необхідність оцінки наявного потенціалу туристичної галузі України, визначення та обґрунтування можливих напрямів його активізації, реалізації та нарощування.

Ґрунтовні наукові результати в дослідженні питань розвитку потенціалу туристичної галузі України та її областей, складові, принципи формування та оцінювання отримані такими вченими: І. Ансоффом, К. Ноуменко, Л. Головковою, В. Геєцем, Н. Касьянковою, Г. Клейнером, М. Мартиненко, С. Смеричевським та ін. Особливості розвитку потенціалу туристичної галузі України як підсистеми національної економіки знайшли відображення у наукових розробках А. Аль Мамуна, Р. Балашової, О. Біленького, П. Гаман, М. Гудзь, П. Гудзь, І. Давиденко, Г. Заячківської, А. Лісового, Н. Луцівої, А. Меліан-Гонзалеса, Г. Савіної, Д. Стеценка, Т. Ткаченко, Н. Ушенко, Л. Шпак та ін. Дослідження потенціалу туристичної галузі області відображені у працях таких вітчизняних та зарубіжних авторів: Е. Арсентьєвої, М. Бутко, П. Гудзя, С. Дутчак, М. Лось, О. Пижової, О. Руденко.

Науковці Б. Андрушків, В. Вернадський, В. Голян, Д. Медоуз, Дж. Форрестер, І. Єрко, Л. Кауфман, Л. Марценюк, Л. Черчик, М. Ганич, М. Мельнічук, Н. Коленда, О. Арбузова, О. Дрейер, О. Міщенко, О. Шимова, С. Бобильов, С. Юрченко, Т.Стройко, Х. Мюллер та інші досліджували в своїх працях розвиток потенціалу туристичної галузі країни.

Проблемою кластеризації туристичної галузі займалися як зарубіжні вчені: Т. Андерсон, Д. Сорвік, Е. Ганссон (Швеція), К. Кетельс (Німеччина), М. Портер, В. Прайс, А. Бранденбургер, Б. Налбефф (США), А. Маршалл, С. Розенфельд (Англія), Т. Роеландт, П. Хертог (Франція), так і дослідники

України: А. Князевич, М. Войнаренко, С. Соколенко, Л. Янг, Л. Федулова, Б. Вашура, Р. Кузьменко, В. Захарченко та ін. Однак до пріоритетних напрямів досліджень вітчизняних науковців кластерна модель не входить.

Незважаючи на достатньо велику кількість наукових праць з окресленої проблематики та значущість отриманих результатів, варто визнати, що важливі теоретико-методологічні, науково-методичні та практичні підходи щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей України є не до кінця дослідженими та вирішеними, відсутній єдиний підхід щодо трактування поняття «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни та її областей», не сформована й не обґрунтована економічна концептуальна модель збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України, що й обумовило важливість і нагальність наукового дослідження. Актуальність та значущість зазначених науково-практичних проблем, недостатня їх теоретико-методична й практична розробленість зумовили вибір теми дисертації, її мету та завдання.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертація виконана згідно з тематикою держбюджетних і госпдоговірних наукових досліджень: Львівського торговельно-економічного університету «Формування теоретико-методологічного забезпечення розвитку і функціонування туристичної галузі України в умовах євроінтеграції» (№ держреєстрації 0117U00292, 2017-2022 рр.), у межах якої здобувачем проаналізовано вплив господарських суб'єктів на стан природних лікувальних ресурсів у деяких курортних дестинаціях України; визначено слабкі сторони менеджменту щодо ефективного використання природних лікувальних ресурсів на ринку лікувально-оздоровчого туризму України; запропоновано напрямки оптимізації менеджменту щодо ефективного використання природних лікувальних ресурсів; Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна: «Розвиток системи корпоративного управління акціонерних товариств у постіндустріальному суспільстві (№ держреєстрації 0113U007947, 2013-2018 рр.); «Конкурентоспроможність

транспортних систем країни в контексті розвитку транспортних коридорів» (№ держреєстрації 0117U007102, 2018-2022 рр.), у межах яких автором розроблено оптимізаційна модель формування стратегії розвитку туристичного кластера Запорізької області з інтегрованим організаційно-економічним механізмом її реалізації; Комунального закладу вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради «Розвиток лікувально-реабілітаційного та оздоровчого туризму в Україні: проблеми та шляхи вирішення (№ держреєстрації 0120U101600, 2020-2025 рр.), у межах якої автором розроблено та теоретично обґрунтовано раціоналістичну модель формування туристичного кластера в Запорізькій області.

**Мета і завдання дослідження.** *Метою дисертації є обґрунтування теоретико-методологічних засад, розробка методичних підходів і практичних рекомендацій щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, що визначає мету й сутність функціонування національної економіки.*

Відповідно до цієї мети поставлено такі завдання:

- удосконалити та теоретично узагальнити зміст окремих дефініцій, що формують категоріально-поняттєвий апарат дослідження, зокрема: «туризм», «потенціал туристичної галузі», «туристичний кластер»;
- сформувати та обґрунтувати поняття «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі»;
- розробити та теоретично обґрунтувати цілісну концепцію збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України як підґрунтя методології;
- запропонувати та обґрунтувати методологічні положення щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі;
- проаналізувати стан розвитку потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей та ідентифікувати національні та регіональні можливості галузі;
- розробити та теоретично обґрунтувати раціоналістичну модель формування туристичного кластера на обласному рівні;

- удосконалити граничну модель факторів впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі в Україні на основі застосування методології когнітивного моделювання та системного аналізу;
- з'ясувати науковий підхід до збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України за результатами когнітивного моделювання;
- запропонувати науково-методичний підхід до комплексного оцінювання збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації;
- визначити підхід до оцінювання впливу чинників на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України кореляційно-регресійним методом;
- удосконалити методичний інструментарій проведення стратегічного та конкурентного аналізу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі;
- розвинути концептуальний підхід до формування стратегії збалансованого розвитку туристичної галузі України;
- удосконалити теоретичну оптимізаційну модель формування стратегії розвитку туристичного кластера Запорізької області з інтегрованим організаційно-економічним механізмом її реалізації;
- розвинути науково-методичний підхід щодо оцінки формування туристичного кластера області.

*Об'єктом дослідження* є процеси формування та розвитку потенціалу туристичної галузі України.

*Предметом дослідження* є сукупність теоретико-методологічних положень, методичних підходів і практичних рекомендацій щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України.

*Методи дослідження.* Теоретико-методологічною базою дослідження стали положення економічної теорії, які представлені в фундаментальних роботах вітчизняних і зарубіжних науковців з питань формування, оцінювання, розвитку потенціалу в туристичній галузі.



З метою досягнення поставлених наукових завдань у роботі використано такі підходи, загальнонаукові та спеціальні методи: *структурно-логічний аналіз та узагальнення* – для логічної структурної побудови дисертаційної роботи й формування висновків (розділи та висновки); *узагальнення й систематизації* – для систематизації поглядів учених та узагальнення категоріального апарату, виділення підходів до збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей України, обґрунтування нових концептуальних положень (підрозділи 1.1, 1.2, 1.3, 2.3, 4.1, 4.2, 5.3); *аналізу та синтезу* – для визначення особливостей і проблем збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей України, факторів впливу на нього (підрозділи 2.1, 2.2, 4.1, 5.3); *схематичного та графічного зображення* – для наочного подання отриманих результатів дослідження проблеми й наочного зображення статистичних матеріалів і аналітичних даних (підрозділи 1.1, 1.2, 1.3, розділи 2–5); *статистичного аналізу та розрахунку* – при здійсненні аналізу основних тенденцій розвитку світового туризму та його впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України та її областей; сучасного стану використання потенціалу туристичної галузі України, Дніпропетровської та Запорізької областей (підрозділи 3.1, 3.2, 3.3); *порівняння* – для аналізу міжнародного й вітчизняного досвіду збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України та її областей (підрозділ 3.1.); *моделювання: граничні моделі* – для виявлення факторів впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі в Україні (підрозділ 5.2.); *раціоналістичні моделі* – для оцінювання впливу чинників на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України, прогнозування обсягу туристичних потоків (підрозділ 5.1.); для розробки моделі факторів впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України (підрозділ 5.2); для формування туристичного кластера на обласному рівні із застосуванням методологічних положень (підрозділ 5.3); *оптимізаційні моделі* – для формування стратегії розвитку туристичного кластера Запорізької області (підрозділ 5.3.); для аналізу

економічних показників України, від яких залежать туристичні потоки країни (підрозділ 5.1).

*Інформаційну базу дослідження* становлять нормативно-правові акти України, наукові публікації, довідкова література, статистичні дані Державної служби статистики України, аналітичні та статистичні дані міжнародних організацій, аналітичні публікації та матеріали офіційних веб-сайтів туристичних підприємств, результати, одержані автором у процесі власних досліджень.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних, методичних підходів та розробці практичних рекомендацій щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України. Основні положення наукової новизни, які виносяться на захист, полягають у такому:

*вперше:*

– запропонована та теоретично обґрунтована *цілісна концепція збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України*, яка ґрунтується на методології маржиналізму та філософії позитивізму, гедонізму та утилітаризму й охоплює як економічні дії, що пов'язані з ринковими процесами, так і позаринкову діяльність, яка здійснюється на різних рівнях державного і недержавного управління та характеризується чітким спрямуванням і визначеними пріоритетами, де раціональні регіональні підсистеми (економічна, екологічна, соціальна) прагнуть до стратегічної єдності, балансу інтересів і постійного розвитку при дотриманні низки умов (свобода конкуренції, мобільність ресурсів, доступність технологій тощо), що дозволить обґрунтувати, скоординувати й спрямувати функціональні зміни області (регіону) в економічному, просторовому, демографічному і культурному аспектах; сформувати організаційні системи туризму з позиції координації взаємовідносин, що постійно трансформуються на туристичному ринку областей (країни); визначити причини, мотиви вибору місць відвідування споживачів турпослуг; генерувати значний соціально-економічний ефект для

регіону шляхом стимулювання розвитку суміжних відносно туризму сфер, що розвиваються як еволюційним шляхом, так і шляхом трансформації під впливом низки локальних факторів; впровадити кластерний підхід і механізм збалансованого розвитку туристичного природокористування периферійної території для відпочинку зі сприятливими природними ресурсами; оптимізувати трансакційні витрати;

– запропоновано та обґрунтовано методологічні положення щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, які ґрунтуються на принципах формування та механізмах реалізації цілісної концепції, яка трансформується під впливом інституціонального середовища, базисом якої є кластеризація з метою створення сучасних туристичних еколого-інноваційних підсистем для отримання сукупного синергетичного ефекту в процесі ефективної взаємодії елементів потенціалу із зовнішнім середовищем (контрагентами, конкурентами, посередниками, законодавчими органами та державними установами, споживачами, соціальними та культурними факторами, науково-технічним прогресом, політичною ситуацією, природно-географічними умовами тощо), що сприятиме підвищенню висхідних потреб споживачів послуг туристичної галузі й забезпеченню стійкого економічного розвитку національної економіки;

– розроблено та обґрунтовано раціоналістичну модель формування туристичного кластера на обласному рівні із застосуванням запропонованих методологічних положень, яка сприятиме оновленню та зміцненню економічного потенціалу, залученню національних та іноземних інвесторів до фінансування туристичної галузі, підвищенню конкурентоспроможності та об'єднанню зусиль для залучення більшої кількості споживачів внутрішнього туризму, зменшенню витрат на рекламу, що сприятиме розвитку наявних та формуванню нових інноваційних видів туризму;

*удосконалено:*

– поняття «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі» як стратегічна єдність розвитку інтегрованих складових потенціалу туристичної

галузі (інституціональна, інноваційна, соціальна, екологічна, економічна, фінансова) та соціально-економічних й екологічних підсистем, що спрямована на узгодженість та раціональне використання природних, лікувально-оздоровчих, культурно-історичних джерел розвитку областей, країни з метою задоволення потреб споживачів, підвищення добробуту суспільства та нарощуванню потенціалу туристичної галузі й національної економіки країни у стратегічному аспекті;

– сутність окремих дефініцій, що формують категоріально-поняттєвий апарат дослідження шляхом авторського уточнення, а саме: терміни «туризм», «потенціал туристичної галузі», «туристичний кластер», що, на відміну від відомих, сформовані на основі комплексності та мотивації складної соціально-економічної системи невиробничої сфери до інтеграції, а також з врахуванням всіх пріоритетів і морально-етичних цінностей суспільства, що дозволяє розширити теоретичну базу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни;

– граничну модель факторів впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі в Україні, що, на відміну від відомих, сформована на основі застосування когнітивного моделювання та системного аналізу, що надало можливість визначити тенденції, які характеризують поточну ситуацію, бажані цілі розвитку, що впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України, систему спостереження за цими процесами, та врахувати їх при обґрунтуванні відповідних управлінських рішень щодо ефективного й комплексного використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу країни, підвищення рівня національної економіки й реалізації зовнішньої політики держави, що, своєю чергою, сприяє визначенню «песимістичної» та «оптимістичної» стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі окремих областей України з позиції застосування кластерного підходу;

– науковий підхід до збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі (за результатами когнітивного моделювання), який включає структурні

підрозділи спеціалізованого центру управління та підтримки збалансованого розвитку туристичної галузі області, який, на відміну від відомих, дозволить забезпечити необхідний екологічний, політичний, економічний і фінансовий рівні розв'язання регіональних проблем туристичних кластерів на основі постійного моніторингу ситуації;

– науково-методичний підхід до комплексного оцінювання збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації, в якому, на відміну від чинних, здійснюються розрахунки значень комплексного рівня, що надасть можливість оцінити якість розвитку національної туристичної галузі та сформулювати найбільш доцільний і коректний напрям збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни, що сприятиме економічному зростанню міст та областей України;

– підхід до оцінювання впливу чинників на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України за допомогою кореляційно-регресійного методу, який, на відміну від існуючих, здійснюється системно залежно від обсягу реалізованої продукції усіх суб'єктів туристичної галузі; факторів макросередовища; індексу споживчих цін, індексу економічної свободи та капіталовкладень; туристичних потоків України; кількості готелів та аналогічних засобів розміщування за регіонами України; лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери; наявності об'єктів культурно-історичної спадщини на базі табличного процесора Microsoft Excel, що дасть змогу якісно оцінити перспективи, спрогнозувати ймовірність збалансованості розвитку потенціалу національної туристичної галузі та відповідно прийняти ефективні управлінські рішення;

– методичний інструментарій проведення стратегічного та конкурентного аналізу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області внаслідок використання PEST-аналізу, SWOT-аналізу, матриці BCG, за допомогою яких запропоновано відповідні типи продуктивних стратегій, які дозволять повніше врахувати специфіку різних видів туризму, що дасть змогу отримати економічний ефект від реалізації стратегічних цілей

збалансованого розвитку потенціалу туристичного ринку, що буде виражатися у збільшенні надходжень до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності, збільшенні туристичних потоків, особливо іноземних споживачів послуг, залученні іноземних інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, створенні нових робочих місць, підвищенні обсягу та якості наданих туристичних послуг;

*набули подальшого розвитку:*

– концептуальний підхід формування стратегії збалансованого розвитку туристичної галузі України, яка полягає у комплексному забезпеченні безпеки туристів; удосконаленні чинної законодавчої та нормативно-правової бази туристичної галузі; розвитку туристичної інфраструктури та людських ресурсів; маркетинговій політиці збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, що забезпечить прискорення соціально-економічного розвитку країни та сприятиме гармонійному розвитку і консолідації різних верств суспільства, популяризації України в міжнародному просторі;

– теоретична оптимізаційна модель формування стратегії розвитку туристичного кластера Запорізької області з інтегрованим організаційно-економічним механізмом її реалізації, яка базується на врахуванні особливості туристичної галузі з метою підвищення ефективності функціонування туристичного кластера, реалізація якого можлива за умови узгодження стратегії розвитку з елементами організаційно-економічного механізму і реалізації відповідних методів і прийомів на мікро-, мезо- та макрорівнях, яка, на відміну від існуючих, спрямована на активізацію та нарощування економічного потенціалу туристичного кластера, використання якого залежить від наявних туристичних ресурсів і попиту в регіоні та поглиблення взаємодії галузей регіональної економіки, що сприятиме підвищенню ефективності системи стратегічного управління збалансованим розвитком туристичного кластера Запорізької області;

– науково-методичний підхід щодо оцінки формування туристичного кластера області, який включає в себе сукупність показників ефективності

(економічна, екологічна, соціальна), які оцінюють функціонування туристичного кластера і сукупного синергетичного ефекту, що принципово відрізняється від раніше запропонованого й дозволяє отримати інтегральні показники, на основі яких можна сформулювати обґрунтований висновок про доцільність створення кластера в туристичній сфері областей як сукупності взаємопов'язаних підприємств та організацій, які виробляють туристичні або інші супутні послуги, мають загальні інтереси та/або реалізують спільні цілі та ведуть спільну діяльність з метою відновлення та зміцнення соціально-економічного потенціалу туристичної галузі областей, країни, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі області для отримання можливостей визначення найбільш успішної моделі інтегрованого розвитку.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в науковому обґрунтуванні та поглибленні автором теоретико-методичних підходів, методологічних положень, практичних рекомендацій і висновків, які можуть бути використані для моніторингу, управління, моделювання, формування збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України та її областей.

Основні методологічні положення, концептуальні підходи та практичні рекомендації набули схвалення і впроваджені в науковій діяльності Запорізької обласної державної адміністрації Департаменту культури, туризму, національностей та релігій (довідка № 02-01-13/0375 від 06.03.2020) (*особистий внесок – запропоновано науково-методичний підхід до комплексного оцінювання збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації*); виконавчого комітету Запорізької міської ради (довідка № 370/5 від 12.06.2020) (*особистий внесок – удосконалено методичний інструментарій проведення стратегічного та конкурентного аналізу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області за рахунок використання PEST-аналізу, SWOT-аналізу, матриці BCG за допомогою яких запропоновано відповідні типи продуктивних стратегій*); туристичного агентства Z-Best Travel (довідка № 29/1 від 12.06.2020)

*(особистий внесок – проаналізовано структуру й особливості використання потенціалу туристичної галузі України та специфіку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, надано оцінку ефективності його використання);* Комунального підприємства «Туристичний інформаційний центр м. Запоріжжя» (довідка № 91 від 07.07.2020) *(особистий внесок – запропоновано граничну модель факторів впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі в Україні на основі застосування когнітивного моделювання та системного аналізу;* Департаменту культури і туризму Запорізької міської ради (довідка № 1424/042 від 29.09.2020) *(особистий внесок – розроблено науково-методичний підхід щодо оцінки формування туристичного кластера області, який включає в себе сукупність показників ефективності (економічна, екологічна, соціальна);* Комунального закладу вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради (довідка № 01-15/821 від 22.09.2020) *(особистий внесок – розроблено та обґрунтовано із застосуванням методологічних положень раціоналістичну модель формування туристичного кластера в Запорізькій області)* та Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна про впровадження результатів дослідження в навчальний процес (довідка № 01-15/821 від 08.09.2020) *(особистий внесок – розроблено теоретичну оптимізаційну модель формування стратегії збалансованого розвитку туристичного кластера Запорізької області з інтегрованим організаційно-економічним механізмом її реалізації).*

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійно виконаним науковим дослідженням, яке містить авторський підхід до розробки та удосконалення теоретико-методологічних положень, методичних підходів і практичних рекомендацій щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України. Наукові результати, отримані та викладені в дисертаційній роботі, винесені на захист, отримані автором особисто і знайшли відображення в наукових публікаціях автора. З опублікованих у співавторстві



наукових праць у дисертації використано лише ті ідеї та положення, які є результатом особистого доробку автора. Внесок автора в працях у співавторстві конкретизований у списку публікацій за темою дисертації. У наведеній роботі матеріали та висновки, отримані в кандидатській дисертації автора, не використовувалися.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення, висновки та результати дослідження апробовані автором у доповідях та отримали позитивне схвалення на 24 наукових, науково-практичних, науково-методичних міжнародних та всеукраїнських конференціях, зокрема: Modern Innovative and Information Technologies in the Development of Society / scientific editors A. Ostenda, T. Nestorenko. Copyright by: Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach (Katowice, 2018 p.); Innovative Potential of Socio-Economic Systems: the Challenges of the Global World: International Scientific Conference (Lisbon, Portugal, 2017.); Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings (Le Mans, France, 2017 p.); Modern Problems of Improve Living Standards in a Globalized World: Conference Proceedings of the II International Scientific Internet-Conference (Opole – Berdyansk – Tbilisi – Slovyansk – Kropyvnytsky, 2017 p.); Міжнародній науково-практичній конференції «Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнози сценарії та перспективи розвитку» (м. Херсон, 2019 p.); Міжнародній науково-практичній конференції «Universum View 13. Economics and management» (м. Вінниця, 2019 p.); Науково-практичній INTERNET-конференції студентів та молодих вчених «Механізми та стратегії розвитку господарюючих суб'єктів в умовах інтеграційних процесів» (м. Харків – Пшеворськ, 2019 p.); I Міжнародній науково-практичній конференції «Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємництва» (м. Житомир, 2018 p.); V Міжнародній науково-практичній конференції «Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика» (м. Запоріжжя, 2017 p.); VI Міжнародній науково-практичній конференції «Формування ефективних механізмів державного управління та

менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика» (м. Запоріжжя, 2018 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції «Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки» (м. Житомир, 2017 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Наука очима молоді – 2019» (м. Запоріжжя, 2019 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації» (м. Запоріжжя, 2017 р.); V Всеукраїнській науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України» (м. Харків, 2019 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів та вчених «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 2019 р.); 79 Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми та перспективи розвитку залізничного транспорту» (м. Дніпро, 2019-2020 рр.); Всеукраїнській науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах євроінтеграції» (м. Львів, 2019 р.); X Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» (м. Черкаси, 2019 р.); *Universum N V: Proceedings of International Scientific Conference.* (Morrisville: Lulu Press, 2019.); Міжнародній науково-практичній конференції «Наука та інновації як основні шляхи вдосконалення економічного потенціалу країни» (м. Львів, 2016 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Наука та освіта в сучасному світі» (м. Караганди, 2019 р.); XXVII Міжнародній науковій конференції студентів і молодих учених «Наука і вища освіта» (м. Запоріжжя, 2018 р.); I Міжнародній науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір» (м. Запоріжжя, 2020 р.).

**Публікації.** Результати дослідження викладено в 54 друкованих працях, з них: 30 – містять основні наукові результати дисертації (1 одноосібна

монографія, 3 колективні монографії; 25 статей у наукових фахових виданнях України, 1 стаття у зарубіжному виданні (у тому числі 23 включено до міжнародних наукометричних баз даних)); 24 наукові праці мають апробаційний характер. Загальний обсяг публікацій автора 40,77 друк. арк., з них особисто здобувачу належить 36,73 друк. арк.).

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертаційна робота складається зі вступу, п'яти розділів, списку використаних джерел до кожного розділу (загальна бібліографія – 630 найменувань на 71 сторінці), висновків та 24 додатків – 58 сторінок. Повний обсяг дисертації становить 588 сторінки друкованого тексту, із них: основний текст – 459 сторінки, додатки – 58 сторінок. Робота містить 80 таблиць, 76 рисунків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

#### 1.1. Теоретичні аспекти функціонування туристичної галузі

Туризм у наш час є цілісним міжгалузевим видом діяльності, який забезпечує вирішення багатьох економічних, соціальних, політичних, екологічних проблем.

Туристична галузь України в XXI столітті має великий потенціал щодо розвитку внутрішнього та іноземного туризму, для постійного прогресу галузі, яка поєднується, на нашу думку, з багатьма іншими, що обумовлює її провідне місце у соціально-економічному розвитку країн. В Україні сприятливі кліматичні умови, значний рекреаційний та культурно-пізнавальний потенціал, вигідне географічне розташування, багато цікавих історичних об'єктів.

Після набуття Україною (1991 рік) незалежності країна стала на шлях розвитку та вдосконалення туристичної галузі, і особливо її приватного сектору, визначивши туризм пріоритетною галуззю розвитку економіки.

Розвиток туризму особливо актуальний в економіці країни, оскільки саме завдяки туристичній галузі можна поліпшити соціально-економічну ситуацію загалом, адже він за рахунок свого мультиплікаційного ефекту може забезпечувати зростання доходів і покращення показників господарювання у багатьох видах економічної діяльності. Зокрема, завдяки туристичній галузі підтримується майже 50 суміжних, один турист дає роботу 10 особам, а створення одного робочого місця в туризмі в 20 раз дешевше, ніж у промисловості [232; 234].

Сучасний туризм – сфера соціально-економічного комплексу, яка в багатьох країнах перетворилась на індустрію, що бурхливо розвивається. Сьогодні у світі кожне 7-ме робоче місце припадає на туристичний бізнес. За прогнозами світової організації торгівлі (СОТ), у 2020 р. кількість міжнародних

туристських відвідувань складе 1,6 млрд, тобто в 3 рази перевищить показники 2000 р. Щоденні витрати туристів, виключаючи авіап перевезення, зростуть до 5 млрд дол. на день [126]. Аналіз впливу туризму на економіку країни свідчить про важливість розвитку туристичної галузі у світовій економіці, економіки України та її регіонів зокрема. Дослідження цього питання постійно проводяться світовими та вітчизняними дослідниками, але вони різняться і навіть суперечать одне одному. Сьогодні можна виділити два принципові підходи щодо досліджень розвитку потенціалу туристичної галузі, які ґрунтуються на різних методичних та методологічних складових, а саме географічний та економічний. У дослідженнях О. Бейдика [31], Т. Божук [41], Н. Кравченко [144], О. Любіцевої [160], М. Нудельмана [195], М. Рутинського [227] та інших розглядаються соціально-географічні аспекти формування та розвитку туризму загалом, окремі його види. У цих дослідженнях використовують переважно кількісні статистичні показники розвитку потенціалу туристичної галузі.

Як організаційно-економічний механізм розглядають туристичну галузь А. Князевич [97], А. Лісовий [156], О. Ільїна [120], В. Кіфяк [131], М. Мальська [167], Т. Стройко [249], Т. Ткаченко [257], Л. Чепурда [279], Л. Шпак [291] та інші.

Інноваційні засоби розвитку туризму досліджували І. Антоненко [16], А. Князевич [49], О. Кузьмін, Г. Михайличенко [152], Д. Стеченко [244], передумови та наслідки туристичної діяльності розглядав І. Алексєєв [261], підходи до управління підприємствами з надання послуг міжнародного туризму – І. Сазонець, К. Стоян [230], Т. Стройко [248], механізми відтворення регіональних ресурсів – С. Левицька, П. Скрипчук [149], В. Кравців [143], можливості підвищення результативності використання потенціалу туристичної галузі окремих регіонів України – О. Романів [225; 262], В. Данильчук [93], О. Ксифілінова [150], М. Мальська, І. Балабанов, І. Гарбуз, В. Жук, М. Мальчик, Н. Онищук [171], М. Римар, В. Курницький [223], зокрема за рахунок просування унікальних турпродуктів та створення бренду

Д. Басюк [25], З. Люльчак [161], О. Попова [208], І. Пурська [221], що уможливило виявлення нових засобів її ефективної організації на різних рівнях національної економіки. Окрім того, Н. Савіна розглядає туризм як частину організаційно-інституційного механізму державного управління інвестиціями в економіку країни [228; 229].

Систематизовані результати осмислення еволюції туристичного наукового аналізу здійснено у наукових школах багатьох країн, в першу чергу у тих, які є лідерами у туристичному бізнесі, – Великобританії (Е. Коен, Н. Тейлор, Дж. К. Холлоуей), Німеччини (В. Крісталлер, В. Нарштвейн, В. Фрейвер), Австрії (Дж. Страднер), Швейцарії (К. Крамф, Дж. Кріпендорф, В. Хунцікер), Франції (Дж. Джафарі, С. Перро, Ф. Франжіаллі), США (Ф. Котлер, Дж. Уокер, М. Холл), Данії (Н. Лейпер), Італії (А. Нетто, М. Паломо), Польщі (М. Борушак, В. Гаварецькі), Білорусі (А. Дурович, Н. Кабушкін). В Україні вагомий внесок у системні дослідження теорії туризму було зроблено у працях В. Бабарицької, Г. Балабанова, О. Бейдика, М. Бойко, В. Данильчука, Л. Дядечко, О. Любіцевої, М. Мальської, С. Мельниченко, Г. Михайліченко, В. Пазенка, Г. Папіряна, Т. Сокол, Т. Ткаченко, В. Федорченка та ін.

Одне з перших визначень поняття «туризм» сформував австрійський економіст Герман фон Шуллерд у 1910 р. Він трактував його як «загальну суму дій, переважно економічної сутності, що мають безпосереднє відношення до в'їзду, проживання та пересування іноземців всередині і за межами певної держави, міста або регіону» [148].

У 1954 році ООН визначила поняття «туризм» як активний відпочинок, який може вплинути на фізичний розвиток людини, зміцнення здоров'я, за межами постійного місця проживання [186; 188]. В основу сучасного визначення туризму, схваленого на Конференції з туризму і міжнародних подорожей ООН (Рим, 1963 р.), а також визнаного Гаазькою декларацією з туризму (1989) та конференцією ЮНВТО зі статистики подорожей і туризму (Оттава, 1991р.), туризм визначається як вид діяльності, що має найважливіше

значення для життя людей сучасних суспільств, перетворившись на важливу форму використання вільного часу і основний засіб міжособистісних зв'язків, а також політичних, економічних і культурних контактів [186; 188]. У 1993 р. Статистична комісія ООН дала визначення туризму як діяльності осіб, що подорожують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища в період до одного року з метою відпочинку, діловими й іншими цілями [186; 188].

Нова концептуальна основа розуміння сутності туризму ґрунтується на основних документах Всесвітньої туристичної організації, яка інтегрує погляди міжнародного співтовариства на дослідження і аналіз економіки туризму, встановлює підходи, визначення, класифікації та базовий набір даних і показників, які повинні бути частиною будь-якої національної системи статистики туризму. Як зазначається у Глосарії ЮНВТО, туризм є «соціальним, культурним та економічним явищем, що являє собою переміщення людей у країнах або місцях за межами їх звичайного середовища для особистих або ділових/професійних цілей. Ці люди є відвідувачами, які можуть бути або туристами, або екскурсантами; місцевими жителями і нерезидентами. Туризм має наслідки для економіки, природного і антропогенного середовища, впливає на життя місцевого населення пункту призначення і на самих туристів. Цей підхід рекомендується для того, щоб розробляти і здійснювати національні і місцеві політики у туристичній галузі, а також необхідні міжнародні угоди або інші процеси, що стосуються туризму» [328].

У Глобальному етичному кодексі туризму, який прийнятий ЮНВТО у 1999 році, зазначено, що «туризм – діяльність, що найчастіше асоціюється з відпочинком, дозвіллям, спортом і спілкуванням з культурою і природою, він повинен плануватися і практикуватися як привілейований засіб індивідуального і колективного удосконалення, туризм пов'язаний з духовним розкріпаченням, він стає унікальним фактором самоосвіти, терпимості та пізнання різниці між народами і розмаїтістю їхніх культур. В усіх видах туристичної діяльності необхідно дотримуватись рівності чоловіків і жінок; туризм повинен сприяти

забезпеченню прав людини й особливо специфічних прав найменш захищених груп населення, особливо дітей, літніх людей і інвалідів, етнічних меншин» [81].

У Законі України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95–ВР (зі змінами і доповненнями) поняття «туризм» трактується так: «...тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання з оздоровчими, пізнавальними, професійно-діловими чи іншими цілями без заняття оплачуваною діяльністю в місці перебування» [6].

Згідно з IRTS 2008 поняття «туризм» є підкатегорією поняття «подорож» і належить до діяльності відвідувача – мандрівника, «...який здійснює поїздку в якесь основне місце призначення, що знаходиться за межами його/її звичайного середовища, на термін менше року з будь-якою головною метою (ділова поїздка, відпочинок чи інша особиста мета), за винятком мети працевлаштування на підприємство, зареєстроване в країні або місці відвідування» [318].

Різні за формулюванням ці обидва визначення мають однакове смислове навантаження та передбачають переміщення особи, що подорожує з місця проживання (звичайного середовища) в інше місце призначення в оздоровчих, пізнавальних, ділових чи інших цілях.

Науковці по-різному підходять до трактування сутності туризму. На думку Т. Ткаченко, «туризм – це багатоманітність відносин і явищ, що виникають у процесі життєдіяльності людини, яка подорожує; соціально-економічний інститут, який забезпечує інтереси і потреби людини-мандрівника, регулює взаємодію туриста із різними секторами туристичної інфраструктури (гостинність, аніматорські центри тощо) [256].

Науковець О. Ільїна визначає туризм «як певну сукупність явищ та взаємовідносин, які виникають при взаємодії туристів, організаторів подорожей, місцевих органів влади та населення у процесі туристичної діяльності» [120]. Такий підхід є комплексним та ґрунтовним, але недостатньо підкреслює саме економічну складову туризму.



З іншого боку, деякі науковці, занадто сильно акцентуючи увагу на економічній значимості туризму, намагаються визначити його як повноцінну галузь економіки. Таке бачення можна знайти у роботах С. Білоус [36], М. Борушак [44], Ю. Забалдіної [109; 110], З. Іванової [118], І. Писаревського [205; 215], В. Герасименка [79; 224], А. Мазаракі [162] та інших.

Досліджуючи природу туризму, М. Мальська розкриває це поняття як:

- особливу форму діяльності людей, що мандрують і відвідують місця поза звичним місцем перебування терміном не більше 1 року;
- галузь світової і національної економіки, яка займається обслуговуванням осіб, що тимчасово перебувають поза межами постійного місця проживання;
- форму виховання та розвитку особистості;
- популярну форму відпочинку, дозвілля, пізнання рідного краю;
- діяльність суб'єктів господарювання з виробництва і реалізації туристичних послуг і товарів;
- сегмент ринку, на якому взаємодіють підприємства традиційних галузей з пропозицією комплексного турпродукту [170; 241].

Дослідники філософських аспектів феномену туризму підкреслюють, що «справді особистісно значущі соціальні та культурні зв'язки виникають тоді, коли особистість має безпосередній контакт з новою країною, містом, культурою, на власні очі побачить нове природно-географічне та культурне середовище, відмінне від реалій повсякденного існування» [201, с.132].

Аналізуючи екзистентично-етичну сутність туризму, В. Малахов відзначає, що «туристичне подорожування, створюючи для нас відокремлений від налаштувань практичного життя простір свободи, надає нам тим самим чи не ідеальну можливість випробувати себе в галузі своєї рідної прикладної антропології, чудову нагоду експериментувати» [201, с.132]. Цю думку продовжує А. Єрмоленко: «Мандрівка – це завжди вихід у новий світ, вихід за межі наявного буття, прагнення до того, що не існує» [201, с.148]. В. Пазенок вводить поняття «герменевтичний потенціал туристичної подорожі», під яким

розуміє «освоєння цінностей культури, яке здійснюється протягом туристичної подорожі засобами особистого усвідомлення, витлумачення та інтерпретації (розшифрування, розкодування смислів)» [201, с.148].

Цілком слушно Н. Лейпер вважав туризм системою взаємодії області, яка генерує туристів, та області, що приймає туристів [322].

На думку В. Квартальнова «туризм – тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або місцевість в межах своєї країни у вільний час з метою отримання задоволення і відпочинку, оздоровчих, гостьових, пізнавальних або в професійно-ділових цілях, але без заняття оплачуваною роботою в відвідуваному місці» [127].

Вивчення поняття «туризм» можливе за допомогою різних теорій, методів, гіпотез і підходів, які пропонують використовувати фахівці та науковці в туристичній галузі. Так, на думку М. Жукової, існуючі визначення туризму доцільно розділити на дві великі групи. Одні з них носять вузькоспеціалізований характер і стосуються окремих економічних, соціальних, правових і інших аспектів туризму або його видових особливостей і виступають інструментом для розв'язання конкретних завдань. Інші концептуальні визначення охоплюють предмет загалом, розкривають внутрішній зміст туризму, що виражається в єдності всього різноманіття властивостей і відносин, і дозволяють відрізнити його від подібних явищ [107].

Незважаючи на наявність визначення терміна «туризм» у національному законодавстві та міжнародних документах, які забезпечують теоретичні, концептуальні та прикладні засади розвитку туризму, наукова література перенасичена підходами до тлумачення сутності зазначеного поняття. Так, через множинність функцій, які виконує туризм, «поліфункціональність туризму і його тісний взаємозв'язок з іншими секторами економіки», діагностика теоретично-праксеологічного базису туризму відбувається за допомогою використання різних підходів [42, с.22].

Аналіз та узагальнення теоретичних напрацювань [42, с.22; 52, с.3; 104, с.22–23; 124, с. 5; 128, с. 57; 133, с.57; 133, с.65; 134, с.61; 153; 162, с. 85-86;

243, с.83; 268, с.22; 274, с.56] дозволяють запропонувати основні підходи до трактування терміна «туризм», а саме: системний, міграційний, соціокультурний, розумового та фізичного виховання, управлінський, споживчий (продуктовий), комунікаційний, економіко-виробничий, індустріальний (галузевий), міждисциплінарний, антропологічний, інституційний, правовий, історичний, соціологічний, географічний.

Необхідно зазначити, що з огляду на багатогранність поняття «туризм» зазначені підходи не суперечать один одному, а показують різні напрями цієї галузі. Дослідження змісту категорії «туризм», запропонованої у низці наукових робіт, дозволило проаналізувати та виділити різні теоретичні підходи до її трактування (Додаток А).

Враховуючи думки науковців, пропонуємо таке визначення поняття «туризм» – є складною соціально-економічною системою невиробничої галузі, яка, на відміну від інших, включає в себе діяльність територіально окремих фінансово-кредитних, медичних, рекреаційних, лікувально-оздоровчих, митних, освітніх, транспортних, торгівельних, культурно-розважальних, інформаційних, рекламних, об'єктів розміщування і харчування туристичних одиниць, які сприяють тимчасовому індивідуальному, груповому, самодіяльному і плановому в'їзду, виїзду, проживанню та пересуванню всередині і за межами певної держави, міста, регіону людей (споживачів послуг) з метою відновлення працездатності, отримання відпочинку, пізнавальних, спортивних, культурно-розважальних, освітніх, професійно-ділових та спеціалізованих послуг, що здійснюються на підставі внутрішніх та міжнародних угод з урахуванням діючих національних та міжнародних звичаїв. Виходячи з нашого визначення поняття «туризм», необхідно підкреслити, що це саме сфера економіки та життєдіяльності суспільства, яка інтегрує практично усі галузі (економічну, соціальну, освітню тощо) [301].

Питання класифікації туризму, яка дає можливість визначити місце туристичної галузі серед інших галузей економіки України, досліджували різні науковці, серед яких: А. Князевич А. Лісовий, В. Смолій, Т. Стройко,

В. Федоренко, В. Цибух, Т. Сокол, М. Крачило, Ю. Прасул, О. Бейдик, Г. Яковлев, Н. Гук, С. Дутчак, О. Колесник, С. Кузик, В. Гаворецький та ін.

Український туризмознавець М. Крачило виділив класи, форми та види туризму [146] (рис. 1.1.).

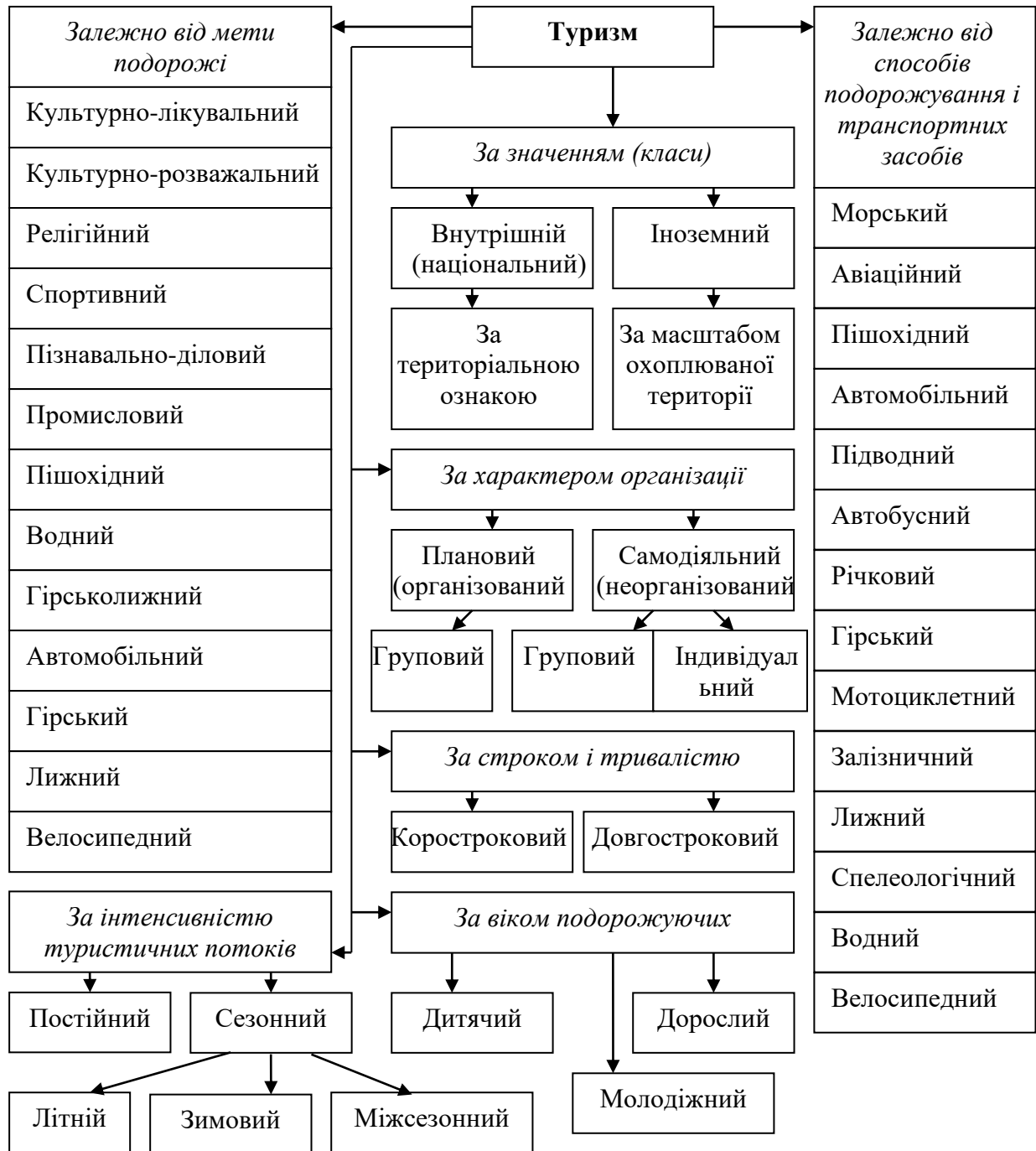


Рис. 1.1. Класифікація туризму (розроблено на основі [146])

У науково-дослідній літературі використовують багато підходів до класифікації туризму. В енциклопедичному словнику-довіднику з туризму знаходимо виділення категорій (видів) туризму за деякими ознаками (активний, альтернативний, аристократичний, багатоступінчастий, в'їзний, велосипедний, виїзний, військовослужбовців, внутрішній, водний, гастрономічний, гірський, груповий (колективний), дальній, діловий, екологічний, екскурсійний, елітарний, етнокультурний, заохочувальний, зелений, індивідуальний, іноземний, конгресовий, короткотерміновий, космічний, культурний, лижний, міжнародний, молодіжний, музейний, науковий, національний, неорганізований, ностальгічний (етнічний), організований, пізнавальний, пішохідний, пригодницький, регіональний, рекреаційний, релігійний, самодіяльний (кваліфікаційний), світовий, сільський, сімейний, соціальний, спеціалізований, стаціонарний, студентський, сусідній [240].

За видами та формами класифікує туризм Г. Яковлєв. Особливу увагу науковець звертає на те, що туризм різниться за мотивацією подорожуючих, тобто внутрішніми факторами, а його форми – за зовнішніми факторами і впливами [306]. У своїй праці С. Дутчак наводить уточнену класифікацію видів туризму (табл. 1.1.), яку запропонували М. Крачило та Т. Сокол [102].

Науковці А. Дурович, Г. Бондаренко та Г. Сергєєва зазначають, що відповідно до рекомендацій СТО, крім форм та видів, туризм можна класифікувати за типами (національною належністю подорожуючих) і категоріями (співвідношенням різних типів туризму) [101].

Дослідник О. Топчієв досліджував туризм як тип рекреаційної діяльності. При цьому вчений розподіляв його на види та підвиди: пізнавальний (краєзнавчий, релігійний, міжнародний); історико-етнографічний; історико-культурний; ландшафтно-екологічний; спортивний (рибальство, водно-спортивний, альпінізм, екстремальний); діловий; науковий; родинно-гостьовий; торговельний; громадсько-політичний; розважальний (спортивно-видовищний і фестивально-видовищний) та релігійний [260].

У своїх дослідженнях О. Колісник навів класифікацію видів туризму (рис. 1.2.), в якій виділяє науковий, екскурсійний, етнічний, сільський і релігійний як різновиди пізнавального туризму [137].

Таблиця 1.1

## Види туризму [137]

Ознаки	Види туризму
Спрямованість туристичних потоків	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виїзний туризм (за кордон);</li> <li>- внутрішній;</li> <li>- в'їзний (іноземний);</li> <li>- міжнародний</li> </ul>
Охоплення території	<ul style="list-style-type: none"> <li>- внутрішньо регіональний;</li> <li>- міжрегіональний;</li> <li>- кругосвітній</li> </ul>
Термін поїздки	<ul style="list-style-type: none"> <li>- туризм вихідного дня;</li> <li>- короткостроковий;</li> <li>- тривалий туризм</li> </ul>
Сезонність	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сезонний: літній, зимовий;</li> <li>- міжсезонний;</li> <li>- постійний</li> </ul>
Принцип оплати та організація продажу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- елітний (VIP);</li> <li>- комерційний;</li> <li>- соціальний;</li> <li>- інтенсив-туризм</li> </ul>
Ступінь організованості	<ul style="list-style-type: none"> <li>- на замовлення;</li> <li>- самодіяльний;</li> <li>- плановий організований</li> </ul>
Демографічний та соціальний склад учасників подорожі	<ul style="list-style-type: none"> <li>- туризм дитячий;</li> <li>- шкільний;</li> <li>- молодіжний;</li> <li>- сімейний;</li> <li>- третього віку;</li> <li>- інвалідів;</li> <li>- за професійним складом</li> </ul>
Форми організації подорожі	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стаціонарний;</li> <li>- тайм-шер;</li> <li>- клубний;</li> <li>- туризм самообслуговування</li> </ul>
Засіб пересування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- транспортний туризм та його підвиди: авіаційний, залізничний, автомобільний, водний (річковий, морський);</li> <li>- туризм з активними засобами пересування – пішохідний, лижний, водний, вело- та мототуризм, кінний туризм, спелеотуризм</li> </ul>
Мета подорожі	<ul style="list-style-type: none"> <li>- культурно-розважальний, пізнавальний;</li> <li>- етнічний, релігійний, діловий, навчальний;</li> <li>- спортивний, екстремальний;</li> <li>- рекреаційний;</li> <li>- промисловий;</li> <li>- екологічний;</li> <li>- екзотичний, пригодницький;</li> <li>- гастрономічний</li> </ul>



Рис. 1.2. Класифікація туризму за О. Колісник (розроблено автором на основі [137])

У своїй дисертації О. Корчинська пропонує класифікацію туризму з позиції споживача [142]:

- за територіальною ознакою: внутрішньодержавний та міжнародний (в'їзний і виїзний);
- залежно від тривалості подорожі: короткостроковий, довгостроковий, тури вихідного дня;

- за віком туристів: дитячий, молодіжний, дорослий;
- за метою відпочинку: релігійний, екотуризм, пізнавальний, сільський (агротуризм), оздоровчий, діловий, відпочинковий;
- за місцем локалізації туристичних об'єктів: міський, сільський, гірський.

У роботі В. Кіфяка використовується термін „внутрішньорегіональний туризм”, який разом із приміським та внутрішньодержавним туризмом був віднесений автором до внутрішнього туризму. Внутрішньорегіональний туризм був визначений як „поїздки та подорожі в межах певного регіону” [130, с.81]. Регіоном у даному випадку виступає як область, так і територіальна спільність комплексу областей, об'єднаних загальними культурно-історичними, природно-кліматичними, економічними або іншими особливостями.

За напрямком туристичного потоку традиційно виокремлюють виїзний, в'їзний і внутрішній туризм, що за різних комбінацій формує міжнародний, національний та туризм у межах країни. А. Александрова вважає, «що такий поділ може використовуватися на різних територіальних рівнях: глобальному, регіональному, в межах країни та місцевому. При цьому регіональний рівень виступає як наддержавний» [11, с.20].

Проведене узагальнення публікацій за визначеною проблематикою [3; 26; 45; 181] дозволило вдосконалити класифікацію видів туризму (рис. 1.3.).

Провівши огляд класифікацій туризму різних авторів, можна зауважити, що вони відображають туристичну діяльність з різних поглядів і дотримуються різних критеріїв. Проте з розвитком суспільно-економічних відносин, а також у результаті науково-технічного прогресу туризм, як частина сфери послуг, є динамічним явищем та змінює свої види і форми. Водночас автори М. Мальська, В. Худо та В. Цибух зауважують, що «досі немає чіткої загальноприйнятої класифікації туризму, адже практично неможливо виокремити чисті форми і види туризму» [169].



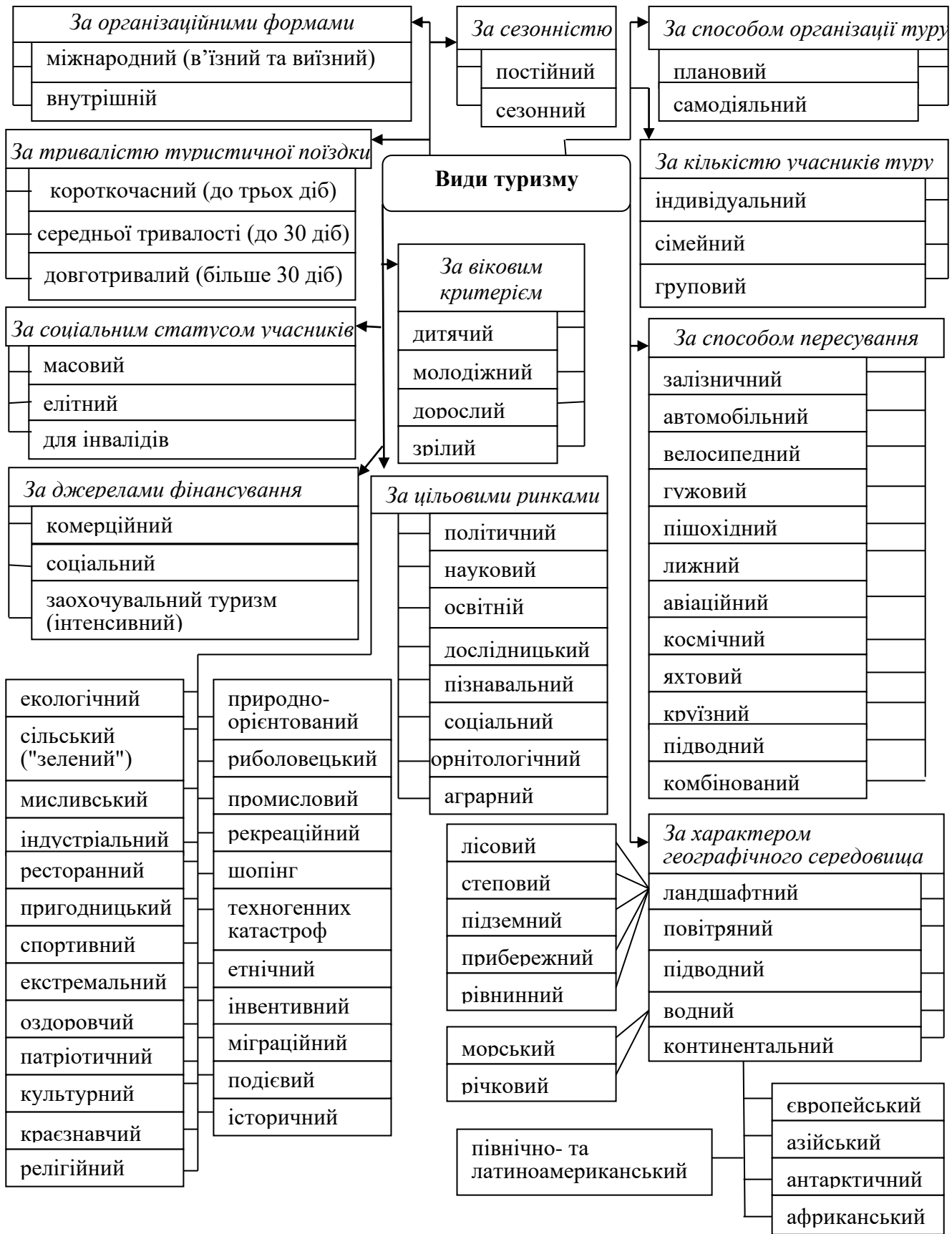


Рис. 1.3. Класифікація видів туризму (розроблено автором)

Туристична галузь в Україні як складова економічного комплексу виконує низьку суспільно значущих функцій, а саме: економічну [55; 284; 285], рекреаційну [34; 55], духовну, гуманітарну [35], медико-біологічну (санаторно-курортне лікування й оздоровлення, зняття виробничої і невиробничої психологічної втоми людини), соціально-культурну (потреби пізнання в широкому розумінні, пізнання навколишнього світу і свого місця в ньому як визначальної функції) [182; 284], соціальну, виховну, екологічну (відновлення робочої сили) [22], а саме: туризм являє собою вид відпочинку, сприяє відновленню сил і працездатності людини відповідно до психофізіологічних ресурсів суспільства; туризм сприяє раціональному використанню вільного часу людини; важливу роль туризм виконує у сфері зайнятості й підвищення життєвого рівня місцевого населення; туризм можна вважати екологічно безпечною сферою діяльності людини; туризм збагачує соціально-економічну інфраструктуру і міжрегіональну співпрацю країн, держав і народів [204, с.10]; культурно-просвітницьку [55].

Напрямки та стратегічні завдання розвитку туристичної галузі:

1) виробництво та реалізація туристичних послуг та туристичного продукту, включаючи супутні товари при активному використанні маркетингових комунікацій [95; 165; 189; 207];

2) охорона навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму та утворює специфічну сферу діяльності [37; 189; 207; 305];

3) набуття статусу галузі, в якій дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій [37; 123; 189; 305];

4) забезпечення конкурентоспроможності в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [123];

5) синергійний взаємозв'язок з усіма сферами, галузями й видами діяльності людини, зокрема регіональної [305];

б) мультиплікатор зростання національного доходу ВВП (ВНП) й підвищення рівня життя населення [37; 189; 207];

7) джерело істотних надходжень до державного [95; 250] та місцевого бюджету, припливу в країну значних коштів в іноземній валюті, розвитку інфраструктури та забезпечення зайнятості населення [165; 189; 207];

8) забезпечення міжкультурного обміну, встановлення ділових зв'язків між країнами та областями [95];

9) формування ефективної національної та регіональної економіки, розвитку її структури, збільшенню податкових і валютних надходжень, розвиток місцевої інфраструктури [72];

10) забезпечення економічного та соціального розвитку, культурного піднесення України у світових глобалізаційних процесах тощо [207; 253].

Отже, туризм у суспільстві відіграє велике значення та стимулює розвиток супутніх галузей – транспортну інфраструктуру, ресторанну та готельну галузі, сферу послуг, торгівлю, виробництво сувенірної продукції, зв'язок, банківську сферу, будівництво тощо, хоча сьогодні недостатньо розвинута туристична інфраструктура та низька якість надання відповідних послуг.

Туристична галузь відіграє велику роль в економіці країн та областей окремо, забезпечуючи раціональне використання і збереження природно-екологічних, культурно-історичних та інформаційно-пізнавальних ресурсів областей [301].

Організаційно-економічний підхід дослідження розвитку туристичної галузі областей країни представлений в українській науці працями М. Мальської, яка обґрунтовує суб'єкти розвитку туризму у межах категорії «просторова система послуг». Дослідник розглядає просторову систему послуг як «сегмент економічного простору, виокремлений на основі функціональних взаємозв'язків, що налагоджуються не тільки між виробниками, а й споживачами послуг різного виду і ступеня періодичності» [170, с.10]. На її думку, метою формування просторової системи послуг є «розвиток і

структурування економічного простору з урахуванням не тільки місця розташування суб'єктів, а й системи взаємовідносин між ними; а об'єктивною основою формування – екістична система області» [170, с. 13].

Більшість науковців досліджують туризм як галузь [12; 13; 15; 23; 26; 27; 45; 48; 57; 64; 69; 74], сферу діяльності [43; 54; 55; 64; 69; 73; 77; 91; 96; 100; 145], комплекс [91; 96; 113; 149; 174; 187; 189; 291], бізнес [34; 189; 207; 238], індустрію [12; 15; 20; 24; 26; 42; 55; 57; 70; 74; 77; 91].

У широкому розумінні туристичну галузь визначають як «міжгалузевий комплекс, який передбачає здійснення його основними суб'єктами господарювання, у т.ч. через посередників (банків, страхових, транспортних компаній, закладів харчування та розміщення тощо), різних видів економічної діяльності (фінансової, маркетингової, інформаційної, страхової, банківської, транспортної, послуг розміщення та харчування, оздоровлення тощо) з метою задоволення потреб споживачів (туристів) у відпочинку, розвагах, харчуванні, оздоровленні тощо» [178, с. 34].

На думку М. Жукової, під «галуззю туризму» слід розуміти «сукупність самостійних, територіально відособлених туристських господарських одиниць, що володіють певною матеріально-технічною базою та спеціалізуються на виробництві й реалізації туристичних послуг і товарів, об'єднаних єдністю діяльності й управління» [106, с.43]. Разом із тим науковець вважає, що до туризму слід підходити як до великого самостійного міжгалузевого господарського комплексу національної економіки, оскільки сфера туризму, поєднуючи різні галузі, не лежить у звичній вертикальній площині, а охоплює якийсь горизонтальний простір, включаючи підприємства й організації різної галузевої приналежності [106].

Окремим суб'єктом розвитку туристичної галузі вважає І. Давиденко рекреаційну систему, яку трактує як складне, частково самокероване утворення, що складається із закладів, що виробляють рекреаційний продукт, і містить низку підсистем (комплекси для відпочинку, природні комплекси, матеріальну базу, рекреаційну інфраструктуру, обслуговуючий персонал, органи

управління). На думку дослідника, сутність рекреаційної системи в областях країни полягає в тому, що вона «об'єднує економічні, суспільні та екологічні аспекти, пов'язана із багатьма видами економічної діяльності і має прямий та непрямий (мультиплікаційний) вплив на розвиток економіки регіону» [90, с. 7].

Науковець Л. Черчик, розвиваючи цей напрям досліджень, вважає, що регіональна рекреаційна система є «складним багатоаспектним утворенням, цілісність та нову якість якого формують взаємозв'язки та взаємодія» [281; 282].

Проаналізувавши вітчизняний та зарубіжний досвід досліджень щодо обґрунтування суб'єктів розвитку туристичної галузі областей (регіонів) країни, можемо виділити три основні наукові підходи, зміст та відмінності яких наведені у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Зміст основних підходів щодо дослідження розвитку туристичної галузі в областях країни (розроблено автором)

Порівняльні ознаки	Підходи		
	Галузевий	Просторовий	Системний
Конкретні об'єкти дослідження	Види туристичної економічної діяльності об'єднані в галузі (туристичні підприємства, заклади готельно-ресторанного, санаторно-курортного господарства та ін.)	Форми територіальної організації туристичної діяльності та туристичні об'єкти (дестинації)	Туристична діяльність як системоформувальна складова та низка підсистем (елементи регіональної суспільної системи, що мають зв'язки із туризмом)
Ключові методи	Статистичний, балансовий	Картографічний	Системний, моделювання
Основний результат застосування	Активізація розвитку різних видів туристичної діяльності в регіоні	Оптимізація просторової структури туристичної діяльності в регіоні та використання його туристичних ресурсів	Удосконалення державного регулювання розвитку туризму в регіоні, формування інноваційних структур (кластерів)

Туристичною областю є територія, яка має вигідне географічне положення, цікаві історико-культурні та інші об'єкти, які зацікавлять туриста, певні послуги, які надаватимуться, необхідні для задоволення потреб туристів.

Таким чином, розвиток туристичної галузі області характеризується як розвиток туристичної галузі у межах саме цієї області країни (окремий комплекс, місто, місцевість, район), яку турист обирає для своєї подорожі.

## **1.2. Теоретико-методичні аспекти дослідження розвитку потенціалу туристичної галузі**

Питанням розвитку, формування та функціонування потенціалу туристичної галузі сьогодні науковці та фахівці приділяють все більше уваги, оскільки вона для багатьох країн та областей є стратегічною, знаходиться у сфері пріоритетного розвитку економіки багатьох територій, у тому числі України та її областей [301; 304].

Туристична галузь є однією з найприбутковіших у світі. На основі інформації щодо компонентів розвитку потенціалу туристичної галузі та їх взаємозв'язків можна розробити комплексні програми розвитку галузі відповідної території, найбільш ефективно та оптимально використати всі її компоненти.

На нашу думку, аналіз розвитку потенціалу туристичної галузі проводять формально, не враховуючи сутність та взаємозв'язки між елементами, що призводить до того, що кількісна оцінка проводиться неповно та недостатньо, а якісна взагалі не враховується. Тому актуальним є уточнення, формування та вдосконалення поняттєвого апарату щодо розвитку потенціалу туристичної галузі країни.

Дослідженню сутності поняття «потенціал туристичної галузі» приділяється значна увага багатьох науковців, які використовують різні визначення зазначеної категорії, а саме: «рекреаційно-ресурсний потенціал» [31], «туристичний потенціал підприємства» [259], «рекреаційний потенціал» [283], але здебільшого у їх роботах йдеться про характеристику окремих ресурсів. Вони свідчать, що одні науковці використовують словосполучення

«туристичні ресурси», інші – «потенціал туристичної галузі», а іноді ці поняття використовують як синоніми [300; 301].

Сутність поняття «потенціал», «економічний потенціал», їх складові, принципи формування та оцінювання досліджувалися у працях вітчизняних і зарубіжних дослідників, таких як: Р. Акофф, К. Ноуменко, Л. Головкова, В. Геєць, Н. Касянова, Г. Клейнер, М. Мартиненко, С. Смеричевська та ін. Особливості розвитку потенціалу туристичної галузі України як підсистеми національної економіки знайшли відображення у наукових працях А. Аль Мамуна, Р. Балашової, О. Біленького, П. Гаман, М. Гудзь, П. Гудзь, І. Давиденко, Г. Заячківської, А. Лісового, Н. Луцівої, А. Меліан-Гонзалеса, Г. Савіної, Д. Стеценка, Т. Ткаченко, Н. Ушенко, Л. Шпак та ін. Дослідження потенціалу туристичної галузі відображені у працях таких вітчизняних та зарубіжних авторів: Е. Арсентьевої, М. Бутко, П. Гудзя, С. Дутчак, М. Лось, О. Пижової, О. Руденко. Однак, більшість дослідників розглядають потенціал туристичної галузі з точки зору конкретних видів туризму (винний, промисловий, сільський тощо) або з позиції географії, що викликає багато протиріч і дискусій.

В енциклопедичних джерелах категорія «потенціал» визначається як сукупність усіх наявних засобів, ресурсів, можливостей продуктивних сил, організаційних здібностей тощо, які можуть бути використані в якій-небудь галузі, ділянці, сфері життєдіяльності людини [62; 103].

На думку О. Самоукіна, поняття «потенціал» включає ті ресурси, які «володіють дієвими, конкретними, вивченими можливостями, які вже на даний момент можуть використовуватись у суспільному виробництві» [218].

У своїх дослідженнях А. Мельник визначає економічний потенціал як «складову частину інтегрального показника потенціалу області, разом із соціальним (трудовим), природно-ресурсним, інфраструктурним, інвестиційним, науково-технічним, податковим та експортним потенціалом» [197; 216, с. 99].

Науковець В. Максимов визначає економічний потенціал як «інтегральну складову всього народногосподарського комплексу» [164, с.15]. На його думку, «незалежно від конкретної області до її соціально-економічного потенціалу входять: природно-ресурсний, соціально-екологічний, соціально-демографічний, науково-технічний, виробничий, аграрний, трудовий, науковий, рекреаційний, інформаційний, соціальний, етнокультурний, організаційний потенціали» [164, с.15]. За його визначенням, поняття «економічний потенціал» включає «всі компоненти відтворення на місцевому рівні з урахуванням не тільки його здійснення в теперішній час, але також можливостей інтенсифікації в перспективі» [164, с.15].

У працях інших вчених економічний потенціал визначається як «сукупна здатність економіки та її галузей, підприємств, господарств здійснювати виробничо-економічну діяльність, випускати продукцію, товари і послуги, задовольняти запити населення, суспільні потреби, забезпечувати розвиток виробництва і потреби споживача» [288, с.11]. Дослідники зосереджують увагу на регіональних підходах до оцінки формування, розвитку і використання економічного потенціалу окремих територій, наголошують на тому, що тільки «вміле поєднання загальнодержавних та регіональних інтересів створює умови для ефективного використання природно-ресурсного та економічного потенціалу областей» [288, с.11], тобто якщо на певний час абстрагуватись від регіонального аспекту, знову ж таки бачимо, що економічний потенціал ототожнюється з ресурсним.

З економічної точки зору ресурси – це сукупність матеріальних і нематеріальних чинників і засобів, які можуть бути використані у виробничих і невиробничих сферах для задоволення потреб людей. «Потенціал» – поняття фізичне, але в значенні перенесеному на інші сфери, – це сукупність всіх наявних можливостей і засобів, необхідних для чого-небудь. Під економічним потенціалом розуміють сукупну здатність галузей народного господарства виробляти продукцію, здійснювати капітальне будівництво, надавати послуги населенню тощо. Іншими словами, ресурс – це фактор і засоби, а потенціал –



здатність до чого-небудь. У туризмі під туристичними ресурсами розуміють природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, що включають об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, здатні задовільняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил [115]. У зв'язку з цим цікаву думку висловлює А. Дроздов [99], вважаючи, що термін «потенціал», на відміну від терміна «ресурс», містить сукупність характеристик, предметів і явищ, а «рекреаційний потенціал» передбачає оцінку потенціалу та разом із тим порівняння з потенціалом інших областей або країн, або потенціалом еталонної ділянки. З цих позицій, на нашу думку, правильним є таке визначення: «рекреаційний потенціал території – здатність сукупності природних, культурно-історичних і соціально-економічних передумов для організації рекреаційної діяльності на певній території; головною складовою частиною рекреаційного потенціалу є рекреаційні ресурси» [92].

У дослідженнях науковців містяться різні тлумачення поняття «туристичні ресурси», які діляться на групи з різними компонентами. В. Гуляєв [76] виокремлює дві групи: природні та штучно створені (інфраструктурні) об'єкти. У цьому випадку проблематичним є те, що досить важко визначити, чи є об'єкт штучним або ж він природний, оскільки його привабливість визначають фактори впливу обох. З точки зору В. Прудської та ін. [219], які в класифікації роблять акцент на задоволенні мотивів мандрівників, туристичні ресурси можна представити таким чином: 1) основні – заради яких мандрівник відвідав цю місцевість; 2) додаткові (забезпечуючі) – ті, що виконують підтримуючу функцію.

Інші дослідники Н. Крачило, Т. Бурменко, Н. Даниленко виділяють три основні групи ресурсів: природні, культурно-історичні та соціально-економічні [147]. Недоліком у цьому випадку, на наш погляд, є труднощі поділу об'єктів, де природний і культурно-історичний фактори доповнюють один одного. Цікавою є і схема потенціалу туристичної галузі, розроблена Т. Бурменко та ін. [251], у якій визначальним є потенціал сфери послуг, а різні комплексні види

ресурсів взаємопов'язані і доповнюють один одного, наприклад, трудові ресурси, природні ресурси.

Зарубіжний науковець М. Clawson [313] ділить туристські ресурси залежно від специфіки місць: споживач-орієнтовані, ресурсо-орієнтовані та проміжні.

Якщо ресурс, орієнтований на споживача, все, що має інтерес, знаходиться близько, немає проблеми пересування. У іншому випадку об'єкт є унікальним і, ймовірно, необхідно подолати дистанцію, щоб дістатися до нього. Проміжні є кращими туристичними ресурсами, оскільки розташовані на доступній відстані.

Принциповою відмінністю між поняттями «ресурси» і «потенціал» є те, що ресурси існують незалежно від суб'єктів економічної діяльності, а потенціал окремого підприємства, суспільства загалом невіддільний від суб'єктів діяльності, тобто «потенціал», окрім матеріальних і нематеріальних засобів, включає здібності працівника, колективу, підприємства, суспільства загалом до ефективного використання наявних коштів або ресурсів [5, с.141].

Схема А. Кускова і Е. Арсеневой [61] має більш складну структуру, оскільки крім основних груп, якими є туристичні ресурси і туристична інфраструктура, у ній представлені похідні, наприклад, соціально-економічні, а також підгрупи природні і культурно-історичні, які входять до групи туристських ресурсів. Ця система, на нашу думку, більш повно представляє туристичну галузь, однак її недолік полягає у складності, відділенні соціально-економічних ресурсів від туристської інфраструктури.

У роботі Д. Козенкова, В. Вашкелевича, К. Солошенка, Е. Якубової [135, с.52] «потенціал об'єкта управління» визначається як «сукупна можливість наявних фінансових, матеріально-технічних, трудових, інтелектуальних і інших ресурсів, що забезпечують виробництво товарів та послуг для реалізації цілей цього об'єкта» [135, с.51]. Ця група дослідників аргументує різницю між рівнем потенціалу та обсягом його носіїв.

Погоджуємось з думкою Л. Головкової [83, с.66], яка зазначає, що «неправильно, досліджуючи сутність категорії «потенціал», робити акцент тільки на ресурсному аспекті, оскільки при цьому відображається лише одна з характерних рис поняття і не виявляються його специфічні риси, тому в результаті втрачаються істотні відмінності від інших економічних категорій, таких як «виробнича потужність», «ресурси», «національне багатство», «матеріально-технічна база» тощо». На її думку, принциповою відмінністю між поняттями «потенціал» і «ресурси» є те, що потенціал окремого підприємства, суспільства загалом невід'ємний від суб'єктів господарювання, а ресурси підприємства, області, країни існують незалежно від об'єктів економічної діяльності. Таким чином, поняття «потенціал», окрім ресурсів, включає і спроможності працівників, колективу, підприємства, суспільства до ефективного використання наявних засобів та ресурсів.

При вивченні проблем забезпечення розвитку потенціалу туристичної галузі для багатьох дослідників туристичні ресурси є домінантним елементом, а часто і сутністю потенціалу туристичної галузі. Такий підхід невиправдано звужує проблемне поле дослідження, тому доцільно врахувати позицію О. Любіцевої, яка зазначає, що туристичні ресурси є частиною «потенціалу туристичної галузі певної області, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою» [160]. За своєю сутністю туристичні ресурси – це природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, здатні задовільняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил, які можуть бути природного чи антропогенного походження, але саме їх локалізація на певній території викликає інтерес туриста здійснити подорож до цієї території. Отже, коротко їх можна охарактеризувати як об'єкти туристичного інтересу [32].

Досліджуючи визначення багатьох інших науковців, які цікавляться темою туристичних ресурсів і потенціалу туристичної галузі [38; 51; 76; 234; 267], можна стверджувати, що більшість з них бачить різницю між цими

термінами в наступному: туристичний ресурс визначається як уже той, що використовується, або найбільш ймовірний до використання в найближчому майбутньому засіб конкретного місця з метою туризму, а потенціал туристичної галузі подається як оцінка цих же ресурсів або в сукупності, або як різних компонентів потенціалу конкретної місцевості. Такий підхід дасть можливість порівняти одні ресурси з іншими схожими між собою або з сукупним потенціалом.

Для формування та заохочення туристичного попиту недостатньо лише туристичних ресурсів, які є в областях країни, необхідне широке коло суб'єктів для задоволення фізичних і духовних потреб туристів. Отже, потенціал туристичної галузі необхідно формувати та розвивати одночасним використанням усіх існуючих ресурсів.

Об'єктом оцінювання потенціалу туристичної дестинації може виступати територія, на якій рекреанти та туристи можуть одержати певний набір послуг. Так, Д. Стеченко зазначає, що, потенціал туристичної галузі – це сукупність наявних природних і створених людиною явищ, умов, можливостей і засобів, придатних до формування туристичного продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій і програм» [246].

Щодо визначення потенціалу туристичної галузі, який є складовою частиною економічного потенціалу, існує багато наукових суперечок та не має однозначного визначення.

У процесі дослідження виявлено неунормованість щодо визначення поняття «потенціал туристичної галузі». І. Зорін, В. Квартальнов [116], Н. Кумова, А. Дроздов [99] пояснюють це тим, що туристична термінологія зародилась у сфері рекреаційної географії, де термін «рекреація» використовується достатньо часто, а у туристів (точніше працівників турсфери) більш «ходовим» був термін «туризм», тому вживання двох термінів разом, що використовують тепер досить часто, є свого роду компромісним варіантом.

У своєму дослідженні під час проведення оцінки «природно-рекреаційного потенціалу» Ю. Гуменюк ототожнює останній з «природно-

ресурсним потенціалом», що, на нашу думку, є не зовсім коректним. Він розділяє природно-рекреаційний потенціал між ресурсами відпочинку і туризму та ресурсами санаторно-курортного лікування. Паралельно з цим автор, використовуючи системно-структурний підхід, проводить аналіз компонентної структури природно-ресурсного потенціалу України, оцінюючи потенціал ресурсів за наступними складовими: мінеральні, водні, земельні, лісові, фауністичні [89].

У своїх дослідженнях потенціалу туристичної галузі В. Мацола оцінює його як в натуральних, так і у вартісних показниках. При цьому натуральними показниками, на його думку, є «запаси ресурсів і виражена через них продуктивна спроможність кількісного задоволення рекреаційного попиту населення в області». Натуральним виразником потенціалу рекреаційно-туристичної галузі він визначає його рекреаційну місткість, вимірює його в кількості людей, які можуть користуватись послугами: санаторно-курортних закладів, установ туризму та установ відпочинку. Економічна оцінка цього виду потенціалу проводиться в розрізі існуючих та перспективних центрів відпочинку, туризму та санаторно-курортного лікування, виходячи з ціни рекреаційно-туристичних послуг [179].

Науковець В. Безносок досліджує розвиток потенціалу туристичної галузі в контексті туристично-оздоровчого комплексу, розвиток якого визначає такими факторами, як: історичні та культурні, архітектурні та археологічні, релігійні та природно-рекреаційні ресурси, кліматичні умови та бальнеологічні ресурси, розвиток всіх видів транспорту, ступінь розвитку матеріальної бази туризму. Також дослідження розвитку потенціалу туристичної галузі базується на ресурсному підході, без надання необхідної уваги та значущості саме економічній здатності до використання ресурсів [28].

У своїх дослідженнях О. Бейдик не вводить таке поняття, як «потенціал», але проводить детальну оцінку формування та розвитку туристичних ресурсів за їх видами: природно-антропогенні, суспільно-історичні, гомогенні, парарекреаційні (латентні) ресурси, трансресурсні об'єкти. Слід зауважити, що

ця методика оцінки, на наш погляд, нині є найбільш повною і частково може бути використана при оцінці складових елементів «потенціалу туристичної галузі» [30].

Український науковець В. Шмагіна подає компонентну структуру потенціалу туристичної галузі за такими видами ресурсів: мінеральні, водні, земельні, лісові, фауністичні та рекреаційні. Автор будує модель ресурсного потенціалу рекреаційно-туристичного комплексу, визначаючи три його підсистеми [290]:

1) базисні ресурси (земельний фонд, гідроресурси, лісові, клімат, пам'ятки природи, історії та архітектури, атрактивність, рельєф, пора року та ін.);

2) доповнюючі ресурси (матеріально-технічна база, трудові ресурси, промислове забезпечення, агропромисловий потенціал, виробнича інфраструктура, соціально-побутова, інформаційно-комунікативна, екологічна, ринкова інфраструктура, транспортне забезпечення, віковий та освітній склад персоналу, інженерна підготовка, технічне оснащення, забезпеченість території трудовими ресурсами тощо);

3) лімітуючі фактори (демографічні, соціально-економічні, політичні, культурні, психологічні мотиви, звички і традиції, культурно-освітній рівень, мода, стан здоров'я та фізичного розвитку, рівень доходів і платоспроможність, цінові параметри, попит на послуги та ін.).

У своїй праці Л. Черчик визначає потенціал туристичної галузі як здатність розвіданих та експлуатаційних природних рекреаційних ресурсів сприяти відновленню здоров'я людей, їх відпочинку, фізичному, інтелектуальному та духовному розвитку. В основі авторської компонентної оцінки лежить методика, сутність якої полягає у визначенні сукупної можливості природних рекреаційних ресурсів задовільняти рекреаційні потреби людей з урахуванням запасів та норм використання. Природно-рекреаційний потенціал складається з таких компонентів: мисливські угіддя; річкові та озерні пляжі; неорганізований короткочасний відпочинок; організований

короткочасний відпочинок; кліматолікувальні місцевості; озерні родовища сапропелю; лікувальні грязі; мінеральні води; організований та неорганізований туризм [282].

За М. Нудельманом потенціал туристичної галузі – це частина природного потенціалу. Конкретизуючи сутність потенціалу туристичної галузі, вчений характеризує його як максимальну сукупну продуктивну здатність природних рекреаційних ресурсів, що визначає їх продуктивність і споживчі властивості народногосподарської цінності природних рекреаційних ресурсів території. За його методикою оцінку потенціалу туристичної галузі проводять в двох напрямках [195, с.63]:

1. Розрахунок продуктивності рекреаційних ресурсів (її показником є кількість людей, яким можна надати послуги з лікування, відпочинок, туристичні послуги, виходячи з запасів природних рекреаційних ресурсів області за рік).

2. Розрахунок народногосподарського ефекту від його використання.

Існує також інше визначення потенціалу туристичної галузі як «ступеня потужності певної території в рекреаційному відношенні, сукупності засобів, необхідних для здійснення рекреаційної діяльності» [194, с.266]. У цьому дослідженні наводиться структура потенціалу туристичної галузі, яка включає такі елементи:

1. Реалізована частина потенціалу туристичної галузі (вона включає: рекреаційні ресурси, задіяні в рекреаційній споживчій і господарській діяльності; трудові ресурси, зайняті у рекреаційній господарській діяльності, які формують існуючі рекреаційні послуги; рекреаційна інфраструктура).

2. Перспективна частина потенціалу туристичної галузі (вона включає: парарекреаційні ресурси, резервні рекреаційні території, створення нових об'єктів рекреації; залучення нових і підвищення кваліфікації трудових ресурсів, зайнятих у рекреаційній господарській діяльності, які будуть формувати нові види рекреаційних послуг; побудова нової та реконструкція і переоснащення існуючої рекреаційної інфраструктури).

Інші науковці пропонують дослідження потенціалу туристичної галузі за ступенем і можливостями розвитку різних видів і форм галузі [157, с.256].

У дослідженнях І. Давиденка потенціал туристичної галузі визначається як потенціал усіх ресурсів, що не тільки задовільняють біологічні (психофізіологічні) і соціальні (духовно-інтелектуальні) потреби людей, але й є ресурсним потенціалом відповідної економічної діяльності областей країни. Це свідчить про те, що автор є прихильником ресурсного підходу при дослідженні розвитку потенціалу туристичної галузі [89].

За дослідженнями Е. Щепанського [293] структура потенціалу туристичної галузі має 2 складові: санаторно-курортне лікування та туризм і відпочинок. Потенціал туристичної галузі він визначає наявністю, різноманітністю та потужністю рекреаційних ресурсів.

За О. Шаблієм потенціал туристичної галузі – це «система природних і суспільних об'єктів, їх властивостей і відношень, які можуть використовуватись або використовуються з метою оздоровлення чи відновлення (рекреації), поповнення, розширення чи нагромадження духовних і фізичних сил людини у вільний від основного виду її діяльності час». Це визначення використовує у своїй праці О. Стецюк [218].

Згідно з економічною енциклопедією «потенціал туристичної галузі» виступає рівноцінною передумовою розвитку туризму разом з вигідним геополітичним положенням, сприятливими кліматичними умовами, розвинутою мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною, тобто ця категорія не включає вищенаведені, що свідчить про ресурсний підхід до визначення потенціалу туристичної галузі [103, с.260].

Провівши дослідження, щодо визначення сутності потенціалу туристичної галузі можна зробити такі висновки:

- оцінка максимальних обсягів ресурсів, які можуть використовуватися у виробництві туристичних товарів та послуг, робиться переважно на основі ресурсного підходу;



– частина науковців переводить потенціал туристичної галузі до загальної структури економічного потенціалу, тим самим спрощує його соціально-економічну та екологічну роль для областей країни.

Значна риса, яка відрізняє туристичну галузь від інших, – є неможливість виготовлення послуги та товару заздалегідь та накопичити на складі тому споживач (турист) приймає непрогнозоване рішення через непередбачені обставини і може відмовитись від наданих послуг.

Якщо під туристичним ресурсом розуміти несистематизовану сукупність усіх наявних та потенційних засобів, то із залученням людського ресурсу, можливостей продуктивних сил, організаційних здібностей, інвестицій, необхідних для формування туристичного продукту, ми можемо говорити про потенціал туристичної галузі, який має кількісну оцінку і може визначатись обсягами конкретних наданих туристичних послуг, як поодиноких, так і комплексних [199].

На думку Т. Ткаченко, потенціал туристичного підприємства є співзвучним з виробничим потенціалом підприємства, якщо воно володіє або на визначених умовах розпоряджається набором необхідних ресурсів для надання окремих туристичних послуг, до числа яких можна віднести: проживання, харчування, лікування, прокат, продаж сувенірної продукції тощо. Формування ж програм туристичних турів в межах окремо взятих господарських формувань є ускладненим без залучення компонентів інфраструктури областей країни, транспортних підприємств, закладів проживання, харчування, страхових компаній, музеїв тощо [258].

У своїй дисертаційній роботі Г. Захаренко надає визначення потенціалу туристичної галузі як сукупності різних матеріальних і нематеріальних потенцій, які формують туристичний інтерес до певного регіону, що є основою туристичної діяльності за винаходом туристського продукту та його потреби, а також необхідні для проведення робіт з управління, контролю, розвитку виробництва та споживання продукції, сталого економічного розвитку [112].

Дослідник Н. Святохо розглядає потенціал туристичної галузі як «сукупність чотирьох основних компонентів – природно-ресурсного, історико-культурного, економічного та соціального, які взаємопов'язані та взаємодіють між собою» [233, с.32].

Зарубіжний науковець J. Krippendorf визначає сутність терміна, що розглядається, таким чином: «потенціал туристичної галузі – це можливість територій створювати кінцевий туристичний продукт і розвивати економічно важливий туризм» [321]. Причому необов'язково, щоб цей потенціал використовувався, головне, щоб він існував [319]. J. Swarbrooke [327] класифікує пам'ятки, виділяючи чотири основні групи:

- природні, що включають пляжі, печери, живописні місця і дику природу;
- антропогенні, спочатку не призначені для залучення туристів, – замки, монастирі, історичні об'єкти; антропогенні, спочатку створені для залучення туристів;
- казино, галереї, тематичні парки;
- спеціальні події, які відбуваються періодично і змінюють місцевість, наприклад, олімпійські ігри, футбольні світові кубки.

У цьому випадку, виходячи з уявлень про походження об'єктів, система має великий інтерес.

Український науковець Д. Ушаков [267] розглядає потенціал туристичної галузі як сукупність таких компонентів: 1) туристичні ресурси, 2) фактори туристичного виробництва. Перевагою цієї системи є чіткий поділ між готовими ресурсами і можливостями території.

Потенціал туристичної галузі С. Севастьянова [234] розуміє як «сукупність природних, природно-антропогенних і антропогенних ресурсів областей країни, які використовуються або можуть бути використані в туристичній галузі з урахуванням тенденцій їх розвитку для задоволення мінливих потреб клієнтів».

Елементи потенціалу туристичної галузі М. Лисенко ділить на дві групи, виходячи з факторів їх формування: 1) група внутрішнього потенціалу, 2) група зовнішнього потенціалу. Автор вважає, що таке групування дозволяє розглядати внутрішній потенціал туристичної галузі як найважливішу передумову його розвитку [158].

Дослідивши думки різних науковців щодо застосування різних підходів до понять «туристичні ресурси» та «потенціал туристичної галузі», ми дійшли висновку, що поняття «туристичний ресурс» вужче, ніж «потенціал туристичної галузі». Основою формування потенціалу туристичної галузі, окрім ресурсного забезпечення (рекреаційно-туристичні, трудові, фінансово-інвестиційні, технічні ресурси), є також стан туристичної інфраструктури (рис. 1.4.) (виробничої й соціальної), інституційне середовище, геоекономічний стан і геополітична компонента.

Отже, на нашу думку, під потенціалом туристичної галузі, на відміну від інших, слід розуміти як сукупність наявних та потенційних економічних, унікальних природно-ресурсних, культурно-історичних, трудових, виробничих, соціальних, фінансово-інвестиційних, технологічних, інформаційних, екологічних, релігійних особливостей елементів міст, областей, країни, його здатності, яка носить природний характер або виникла в результаті діяльності людини (штучно) й можуть використовуватись або використовуються з метою здійснення фізіологічного існування людини (відпочинок, оздоровлення та туризм) та сприяти розвитку туристичної галузі для забезпечення та досягнення збалансованого розвитку та стійкості економіки країни. [301, с.44].

Проведені дослідження та опрацювання наукових джерел дозволяють дійти висновку, що потенціал туристичної галузі може розглядатись на різних рівнях його реалізації, а саме: на мега– та макрорівні; на кластерному рівні; на рівні організації.

Представимо потенціал туристичної галузі на основі взаємодіючих та взаємопов'язаних потенціалів (рис. 1.5.): економічно-соціальний (фінансовий, інформаційний, інвестиційний, інноваційний, організаційно-управлінський,

маркетинговий, матеріально-технічний, соціальний); інфраструктурний; природно-ресурсний; культурно-історичний; культурно-історичний; потенціал довкілля та навколишнє середовище; політико-правовий.

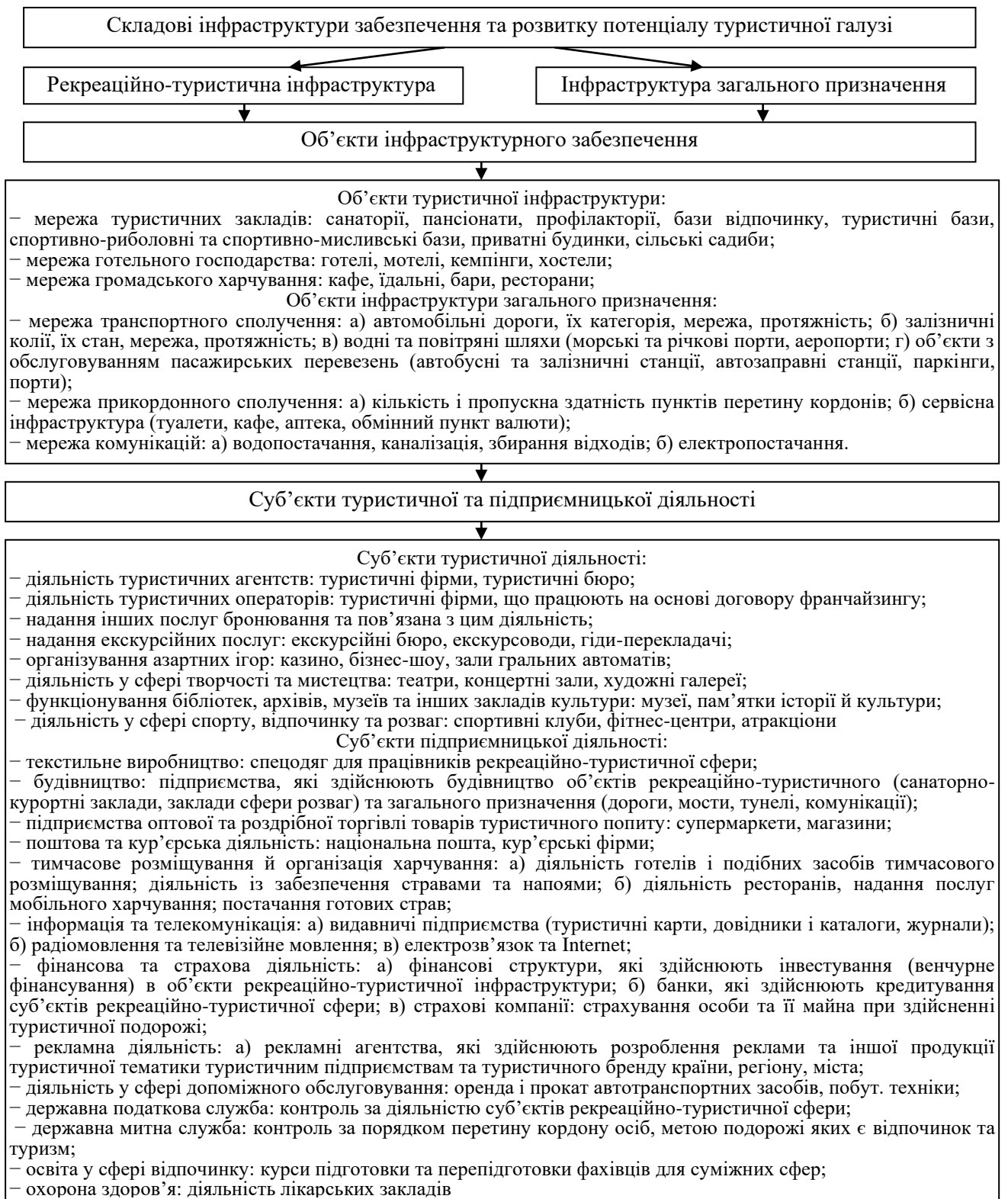


Рис. 1.4. Основні складові інфраструктури забезпечення та розвитку потенціалу туристичної галузі (розроблено автором за [295])

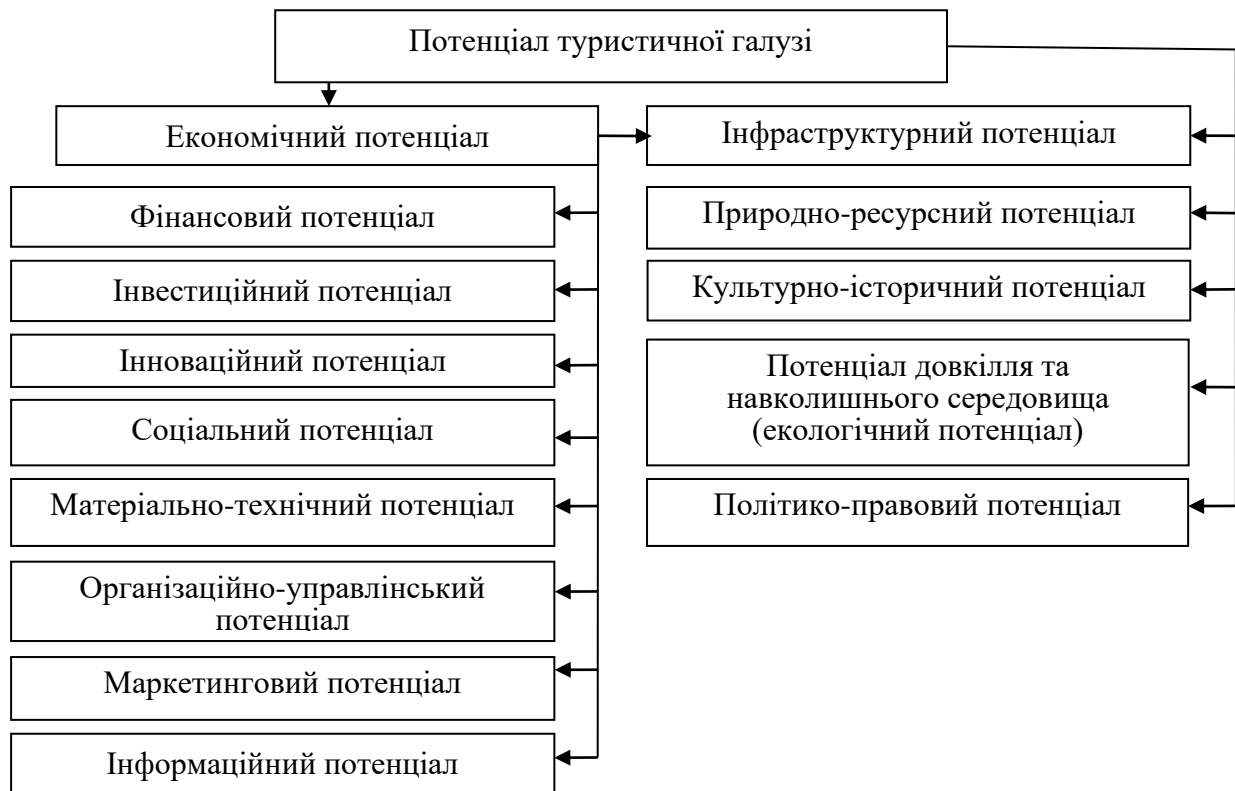


Рис. 1.5. Потенціал туристичної галузі (розроблено автором) [301, с.44]

Економічний потенціал туристичної галузі характеризується здатністю відтворення туристичного продукту на національному (місцевому) рівні, наявність матеріальних, природних, інтелектуальних та інших ресурсів, до складу якого входять:

- фінансовий потенціал туристичної галузі – наявність необхідного обсягу коштів для здійснення діяльності в туристичній галузі;
- інвестиційний потенціал туристичної галузі – можливість для інвестування коштів у туристичні області країни;
- інноваційний потенціал туристичної галузі – наявність певних соціально-економічних ресурсів, які спрямовані на розробку та реалізацію нововведень в туристичній діяльності з метою задоволення потреб туристів;
- соціальний потенціал туристичної галузі – наявність необхідного спеціально підготовленого висококваліфікованого персоналу, зайнятого в діяльності туристичної галузі країни, який здатний ефективно та якісно працювати для досягнення поставленої мети;

– матеріально-технічний потенціал туристичної галузі – здатність країни (області) щодо відтворення туристичного продукту;

– організаційно-управлінський потенціал туристичної галузі – професійні висококваліфіковані навички та здібності менеджменту різних рівнів управління для формування, розвитку, організації підприємств та туристичної галузі областей країни;

– маркетинговий потенціал туристичної галузі – спроможність планувати, розробляти туристичні товари і послуги за прийнятними для споживачів цінами, інформувати споживача щодо туристичного продукту країни (області), здатність просувати товари і послуги, стимулювати попит на вітчизняні туристичні продукти;

– інформаційний потенціал туристичної галузі – можливість організаційно-технічних та інформаційних засобів для прийняття управлінських рішень.

Інфраструктурний потенціал туристичної галузі – можливість в областях країни забезпечити необхідною кількістю та якістю наданих послуг підприємствами харчування, розміщення, транспорту, дозвілля тощо для задоволення потреб туристів.

Природно-ресурсний потенціал туристичної галузі – здатність природних систем без шкоди для себе (а, отже, і для людей) віддавати необхідну людству продукцію або робити корисну для нього роботу в межах господарства певного історичного типу; можливості України та її областей з використання сукупних природних багатств у туристичній діяльності [301, с.45].

Культурно-історичний потенціал туристичної галузі – це наявні історико-культурні цінності областей країни.

Потенціал довкілля та навколишнього середовища (екологічний потенціал) туристичної галузі – взаємовідносини людини і навколишнього середовища, які обумовлюють виживання, розвиток, існування, репродукцію, демографічну динаміку країни (області), окремих його верств і індивідуумів.

Політико-правовий потенціал туристичної галузі – політичний стан в країні, політика відкриття кордонів, пом'якшення адміністративного контролю в туристичній галузі, уніфікація податкової і грошової політики.

Необхідно зазначити, що кількість видів потенціалу, які формують потенціал туристичної галузі, залежить від поставленої мети, завдань та наявних туристичних ресурсів в областях країни.

Аналіз конкурентних переваг потенціалу туристичної галузі сприяв формуванню основних елементів, серед яких:

- рівень ресурсного забезпечення – природні рекреаційні ресурси, культурно-історична спадщина, релігійно-культурні об'єкти;
- інфраструктурний рівень (геополітичне та географічне розташування області, розвиток загальної інфраструктури – забезпеченість дорогами, вокзалами, аеропортами, комунікаціями, контрольними-пропускними пунктами тощо);
- виробничий рівень – діяльність туроператорів і турагентів, будинків відпочинку та туристичних баз, санаторно-курортних об'єктів, анімаційних і ресторанних закладів;
- інноваційний рівень – рівень інформатизації, розвитку науки;
- інституційний рівень – здатність країни виконувати рекреаційно-туристичні функції; ступінь розвитку інституціонального середовища;
- фінансовий рівень – стійкість фінансової системи, збалансованість бюджетів, прибутковість туристичної галузі;
- споживчий рівень – потреба в рекреаційних і туристичних послугах, купівельна спроможність населення, туристичні потоки;
- інтелектуальний рівень – людські ресурси, рівень освіти, якість людського капіталу [130].

Системи забезпечення потенціалу туристичної галузі та їх складові подано в таблиці 1.3.

Таким чином, на основі аналізу туристичних ресурсів можна стверджувати, що кожна область України формує потенціал туристичної галузі,

релевантний можливостям суб'єктів туристичної діяльності використовувати туристичні ресурси території. Потенціал туристичної галузі сприяє підвищенню привабливості областей країни для туристів, а туристичні області робить перспективними [297].

Таблиця 1.3

## Системи забезпечення та складові потенціалу туристичної галузі [239]

Система забезпечення	Складові елементи
Рекреаційно-туристичні ресурси	<ul style="list-style-type: none"> <li>– природні туристичні ресурси;</li> <li>– туристичні ресурси антропогенного походження (історико-архітектурні пам'ятники, культурні та релігійні цінності тощо);</li> <li>– матеріально-технічна база туризму;</li> <li>– туристична інфраструктура;</li> <li>– постачальники обладнання, інформація.</li> </ul>
Інтелектуальна система	<ul style="list-style-type: none"> <li>– людські ресурси;</li> <li>– експерти та консультанти;</li> <li>– підготовка фахівців турбізнесу;</li> <li>– підготовка комерційного персоналу.</li> </ul>
Фінанси	<ul style="list-style-type: none"> <li>– кошти інвесторів;</li> <li>– засоби споживачів, готових оплатити надані туристичні послуги;</li> <li>– кошти інвесторів, що спрямовуються на: завершення будівництва об'єктів туристичного призначення, а також реконструкцію і модернізацію працюючих підприємств комплексу;</li> <li>– будівництво об'єктів інфраструктури, індустрії відпочинку та розваг;</li> <li>– розробка і застосування нових технологій використання туристичних ресурсів;</li> <li>– здійснення заходів, спрямованих на поліпшення сервісу туристів.</li> </ul>
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>– маркетингова компанія;</li> <li>– цінова політика.</li> </ul>
Інновації	<ul style="list-style-type: none"> <li>– нові технології розробки і надання туристичного продукту;</li> <li>– впровадження нових технологій розробки тур продуктів.</li> </ul>

Одним із найскладніших та актуальних питань сьогодні є управління потенціалом туристичної галузі країни з метою ефективного використання потенціалу туристичної галузі, оскільки існують значні міжрегіональні відмінності та суб'єктивізм в управлінні цією галуззю, що призводить до значних проблем. Отже, управляти розвитком потенціалу туристичної галузі необхідно шляхом удосконалення методичних підходів в управлінні туристичною галуззю, розвитком науки та практики в цій галузі.



### **1.3. Теоретичні засади та принципи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі**

Однією з актуальних проблем збалансованого розвитку є подолання протидій, які виникають при взаємозв'язку економіки та екології туристичної галузі. Туристичні області країни, в тому числі курортного, лікувально-оздоровчого, реабілітаційного, культурного призначення тощо, мають низку специфічних ознак, які обумовлені, передусім, природно-ресурсним потенціалом і умовами його освоєння, що визначає їх функціональне призначення та спеціалізацію. Стан довкілля є фактором, який забезпечує розвиток потенціалу туристичної галузі, а отже, і розвиток територіальних утворень, що викликає необхідність розробки моделі переходу до збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

У працях вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: О. Шимова, С. Бобильов, Ф. Мамбетова, З. Хуранова, М. Кремлев, О. Мачихіна, Т. Ускова, Х. Босель, В. Вернадський, В. Данілов-Данильян, О. Дрейер, Д. Медоуз, М. Моїсєєв, В. Новожилов, Дж. Форрестер, І. Блехцин, М. Ганопольський, О. Гранберг, В. Рохчин, О. Шишкин та інші, подана низка розробок, щодо системи соціально-еколого-економічних, фінансових та інституційних індикаторів. Проблеми збалансованого розвитку туризму відображено у працях таких науковців: О. Арбузов, В. Голян, І. Єрко, Л. Кауфман, Н. Коленда, М. Мельнійчук, О. Міщенко, Х. Мюллер, М. Ганич, Л. Черчик, С. Юрченко та багато інших. На сьогодні відсутній єдиний підхід до трактування поняття «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі», несформована та необґрунтована економічна концептуальна модель збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, що і обумовило необхідність наукового дослідження.

Відсутність загальноприйнятого узгодженого перекладу терміна «sustainable development» пояснюється великою кількістю цього поняття у різних мовах світу та застосування його у різнорівневих системах національної

економіки. З німецької та японської мови термін «sustainable development» перекладається, як тривалий розвиток; з французької – довготривалий розвиток, а з італійської – розвиток [163]. В українській практиці частіше застосовується зі значенням «сталий, безперервний або збалансований розвиток» [71, 75, 276, 289, 330].

Відмінності у розумінні значення терміна «sustainable development» призвели до протиріч у поглядах вчених на сутність поняття «збалансований розвиток туристичної галузі», що пояснюється умовним трактуванням цього терміна, відсутністю єдиного підходу до співвідношення понять «сталий розвиток туристичної галузі» та «збалансований розвиток туристичної галузі».

Окремі автори стверджують, що «сталий розвиток не може бути, тому що розвиток заперечує стабільність» [139]. До такого висновку вони дійшли через те, що термін «сталий» позначає «вміння територіальних систем повернутися у рівноважний стан після того, як внутрішнє та зовнішнє середовища вплинули на них. При цьому термін «розвиток означає «зміни, які відбуваються в даних системах» [139].

Разом із тим, інші дослідники вказують на наявність тісного взаємозв'язку названих категорій, які передбачають зростання та позитивний тренд у розвиток потенціалу туристичної галузі.

Розвиток потенціалу туристичної галузі можна вважати збалансованим у випадку, якщо він протягом тривалого періоду досягає ефективного функціонування та розвитку, забезпечуючи підвищення рівня та якості життя суспільства, недопущення деградації навколишнього середовища та збереження екосистеми.

На нашу думку, збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі можна досягти взаємодією підсистем «туризм – економіка», що передбачає ефективний розвиток потенціалу туристичної галузі за рахунок балансу між попитом і пропозицією; в рамках соціального середовища – максимального задоволення туристичних потреб; збереження природних ресурсів забезпечує баланс у відносинах «туризм – природокористування».

Термін «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі» має різні визначення, різні підходи до наповнення змісту, які представлено в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Основні підходи до визначення терміна «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі» (розроблено автором)

Підхід	Зміст терміна
Процесний	Процес управління змінами індикаторів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, спрямований на радикальні зміни історично складених орієнтирів в економічному, соціальному та екологічному напрямках для підтримки стану в динамічній рівновазі та забезпечення розвитку потенціалу туристичної галузі.
Системний	Управління функціонуванням туристичної еколого-економічної підсистеми, що забезпечує динамічну збалансованість її властивостей, а також сприяє становленню балансу між соціальними, екологічними і економічними інтересами.
Функціональний	Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни та її областей, який направлено на досягнення соціальної справедливості, економічного розвитку та високої якості навколишнього середовища

*Джерело:* систематизовано за [71, 75, 276, 289, 330]

За даними таблиці 1.4. можна виділити основні характерні риси збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі:

1. Кількісні та якісні зміни за трьома взаємопов'язаними напрямками – економічним, соціальним та екологічним, враховуючи можливості активізації потенціалу туристичної галузі країни та її областей.

2. Головною ідеєю його розвитку є турбота про майбутнє покоління, а також облік екологічних обмежень у господарській діяльності людей та туристичних організацій.

3. Забезпечений тільки за допомогою стабільного, узгодженого функціонування та розвитку економічного, соціального та екологічного напрямів.

Проблема збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі належить до найбільш дискусійних. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі розглядається з відмінних одна від одної позицій:

- ототожнюється зі стійким розвитком, що, на нашу думку, є некоректним, тому що стійкість передбачає збереження заданого стану, а збалансованість – дотримання встановлених пропорцій, забезпечення балансу між поточною і заданою ситуацією;

- певне співвідношення між набором факторів, при цьому різними дослідниками встановлюється особлива різноманітність факторів, що впливають на досягнення системою збалансованого стану;

- як результат, цільова установка, до досягнення якої необхідно прагнути.

Зауважимо, що, з огляду на складність кількісного визначення ступеня впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі різних факторів, найбільш точною і близькою авторам є позиція, відповідно до якої збалансований розвиток розглядається як цільова установа.

Подібне розуміння збалансованого розвитку надає можливість застосування в управлінні мезоекономіку цілої сукупності ефективних методів та інструментів, таких як: індикативне планування, проектне управління, програмно-цільовий підхід. Однак, для більш об'єктивної оцінки збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі необхідно розглядати у всіх трьох аспектах одночасно (тимчасовому, структурному і цільовому).

Для аналізу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі необхідно застосовувати цілісний підхід, який потребує дослідження трьох підсистем туристичної галузі: екологічної, соціальної та економічної.

Наведемо визначення збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі, надавши спочатку визначення кожної з її підсистем:

- Екологічна збалансована підсистема туристичної галузі має стійку базу природних ресурсів: відсутність виснаження відновлювальних ресурсів, а використання вичерпних (невідновлювальних) ресурсів утримується в масштабах інвестицій у галузі-субститути. При екологічній збалансованості зберігається біорізноманіття, відповідний рівень якості атмосфери та інших екосистем.

- Соціально збалансована підсистема туристичної галузі – це така підсистема, в якій суспільство (на рівні держави або окремих областей) здатне прийняти вхідні потоки туристів (як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі) за умови відсутності соціальної дисгармонії або за умови миттєвого додавання ресурсів для пом'якшення та послаблення соціальної дисгармонії.

- Економічна збалансована підсистема туристичної галузі передбачає наявність для суспільства та самої галузі такої економічної вигоди від діяльності, яка здатна покрити витрати за всіма напрямками послуг, які пов'язані з обслуговуванням туристичного потоку, та забезпечити стійкий додатковий дохід суспільству, який спроможний компенсувати відновлення усіх природних та інших залучених державних ресурсів за умови дотримання екологічності та охорони навколишнього середовища.

Отже, збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі – стратегічна єдність розвитку інтегрованих складових потенціалу туристичної галузі (інституціональна, інноваційна, соціальна, екологічна, економічна, фінансова) та соціально-економічних й екологічних підсистем, що спрямована на узгодженість та раціональне використання природних, лікувально-оздоровчих, культурно-історичних джерел розвитку областей, країни з метою задоволення потреб споживачів, підвищення добробуту суспільства та нарощування потенціалу туристичної галузі й національної економіки країни в стратегічному аспекті [300].

Без поглибленого розуміння потенційного впливу збалансованого розвитку туристичної галузі та інших галузей на підвищення ефективності національної економіки, на стабілізацію стану навколишнього середовища та впливу на відновлення соціальної сфери неможливе формування ефективної стратегії розвитку як національної економіки, так і сучасного розвинутого суспільства.

Особливостями збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни є:

- досягнення динамічної рівноваги соціально-економічних параметрів в умовах впливу на них зовнішніх і внутрішніх факторів;
- наявність ресурсних та інфраструктурних можливостей, які визначають спеціалізацію туристичної галузі області, виділяючи домінуючі види туризму;
- надання обласному розвитку туристичної галузі характеристик координованості, під якою розуміють здатності окремих видів туризму (ділового, оздоровчого, пляжного, гірського, пізнавального, культурно-історичного тощо) стабільно функціонувати та розвиватися не тільки в поточному часі, але й у довгостроковій перспективі за умови миттєвої реакції на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Для туристичної галузі як складної інтегрованої соціально-економічної системи характерний складний характер взаємозв'язків між внутрішньогалузевими специфічними компонентами та іншими відкритими соціально-економічними системами національної економіки. Вона складається з організацій і підприємств, які повинні бути інтегровані в єдину локальну, регіональну, національну професійну систему, головною метою якої є узгодженість галузевих та національних інтересів і підтримка поточної та стратегічної конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Виділимо різні фактори, які впливають на формування потенціалу туристичній галузі (рис. 1.6.), також необхідно зазначити, що вони здатні впливати різноспрямовано, комбінуючись один з одним.

Для забезпечення збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни необхідно синхронізувати низку напрямків регіональної політики: скоротити диференціацію в рівні і якості життя населення в областях України із застосуванням ефективних засобів соціальної та бюджетної політики; здійснювати стимулювання економічного розвитку області на основі програм підтримки розвитку областей, формування стратегій збалансованого розвитку, створення кластерних формувань з метою забезпечення сукупного

синергетичного ефекту від інтеграції підприємств-представників реального сектора економіки з вищими навчальними закладами, представниками науково-дослідних інститутів, сконцентрованих на певній території; координація державних інвестицій і інвестиційних стратегій розвитку бізнесу з урахуванням специфіки областей та унікальних конкурентних переваг.



Рис. 1.6. Основні фактори, які визначають збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі (розроблено автором)

Забезпечення збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни та її областей характеризується комплексним підходом, що містить такі складові:

- інституційну стійкість областей, яка представлена сукупністю зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішніх відносять: економічні (загальний занепад економіки, зростання інфляції, уповільнення платіжного обороту, нестабільність регулюючого законодавства, зниження платоспроможності

споживачів), ринкові (зниження ємності внутрішнього ринку, слабкий розвиток ринкової інфраструктури сервісу, посилення монополізму на ринку, істотне зниження попиту, зростання пропозиції товарів-субститутів, нестабільність фінансового та валютного ринків), соціально-політичні (політичні фактори, погіршення криміногенної ситуації, зниження рівня наукового забезпечення, відсутність кваліфікованих управлінських кадрів і фахівців), інші (склад яких може бути визначений індивідуально з урахуванням специфіки господарської діяльності в певній галузі сфери послуг, наприклад, фактори екології, регіональної політики). До внутрішніх відносять: виробничі, інвестиційні, фінансові, організаційно-управлінські та ін.;

- екологічну збалансованість, яка характеризується показниками якості навколишнього середовища, здатна задовольнити потреби поточного та майбутнього поколінь, а також зберегти природний капітал областей України;

- соціальну збалансованість, спрямовану на збереження стабільності соціально-культурних підсистем;

- економічну збалансованість, яка представлена досить широким переліком факторів розвитку областей України, серед яких: стан фінансової та грошово-кредитної сфери, інвестиційна привабливість областей, рівень конкурентоспроможності підприємств, організацій області, динаміка підприємницької активності, сукупність показників економічної, соціальної, екологічної, інституційної підсистем розвитку області, що дозволить розрахувати показники, які, будучи представленими в динаміці, використовуються для моніторингу змін економічної збалансованості та дозволяють окреслити контури можливих проблем.

Комплексний підхід до визначення і систематизації чинників збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України представлений на рисунку 1.7.

Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі є дуже важливим, адже екологічний стан туристичних дестинацій впливає на систему туристичної



галузі, оскільки туристична галузь потужніше, ніж всі інші галузі економіки, залежить від цілісного оточуючого середовища.



Рис. 1.7. Чинники збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни (розроблено автором) (розроблено автором) [300]

Сьогодні антропогенний вплив на екосистеми характерний для усіх секторів туристичної галузі і видів туризму та спостерігається в переважній більшості туристичних територій. Відповідно до принципів екологічної збалансованості туристичної галузі, необхідно впроваджувати ресурсозберігаючі технології, постійно зменшувати впливи інфраструктури туристичної галузі на довкілля, створювати умови для регулювання потоків

відпочиваючих на рекреаційних територіях з урахуванням допустимого рекреаційного навантаження і збалансованості природних комплексів до антропогенного навантаження, організувати систему екологічної освіти і виховання серед широких верств населення з метою підвищення культури природокористування, зберігати та відновлювати унікальні природні комплекси [140].

Важливими є культурна та патріотична просвіта туристів, збагачення їх національно-культурною інформацією під час подорожі, поширення ідей про дбайливе ставлення до природних та інших визначних пам'яток. Інформація, яка надана туристам, повинна включати: кодекси поведінки, звичаїв (особливості кухні, одягу і менталітету). Приклади екологічного мислення та поведінки туристів в останні роки зустрічаються все частіше і є дуже цінними. Почерпнути необхідну інформацію туристи можуть із каталогів, які містять важливі екологічні дані про стан природи і навколишнього середовища в різних туристичних районах світу, про екологічні заходи, що проводяться окремими готелями під відповідним контролем у кожному з місць відпочинку. Вся ця інформація покликана допомогти туристам обрати, куди відправитися і в якому готелі зупинитися, маючи реальне уявлення про те, які умови їх там чекають. Але успіхи в галузі охорони навколишнього середовища та турботи про неї залежать від ініціатив уряду та адміністрації приймаючих країн, міжнародних, національних державних і приватних організацій, що займаються туризмом і екологією (агентства, туроператори, перевізники, готелі).

Туризм повинен розвиватися так, щоб приносити користь корінним жителям, посилювати місцеву економіку, навчати і залучати місцеві людські ресурси, раціонально використовувати наявні матеріальні ресурси і будівельні споруди, місцеві сільськогосподарські вироби тощо, враховуючи територіальну особливість.

Збалансований розвиток туризму в кінцевому підсумку може призводити до балансу розвитку економічної, соціальної та екологічної підсистем країни

(області), при цьому здійснюючи охорону природи, культури, сприяючи соціальному й економічному розвитку, а саме:

1. Економічний розвиток: розвиток інфраструктури; розвиток суміжних галузей; зростання благоустрою місцевих громад; надходження коштів до держбюджету; економічна інтеграція у світове господарство.

2. Соціальний розвиток: психічна та фізіологічна рекреація; передача та обмін інформації; зростання освітнього рівня; створення соціальних структур та інститутів; створення робочих місць.

3. Екологічний розвиток: раціоналізація землекористування; ефективне використання біоресурсів; пом'якшення впливу на природу; охорона унікальних рідкісних видів рослин та екосистем; охорона традицій та звичаїв; зростання міжкультурного розуміння.

Сьогодні для ефективного функціонування системи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України необхідна розробка механізмів та інструментарію економічного, соціального та екологічного забезпечення відповідно до напрямів державної політики України, а саме: удосконалення правових засад регулювання відносин у туристичній галузі; забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України; заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток туристичної галузі, створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму тощо; розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку; створення сприятливих для розвитку туристичної галузі умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання; забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Дослідження світових і вітчизняних вчених спираються на діагностику діяльності туристичної галузі країни, але залишають поза увагою важливе

питання збалансованості всіх суб'єктів туристичної системи, які мають відношення до створення туристичного продукту. Переважно розробки авторів спрямовані на вивчення та дослідження окремих підсистем туристичної галузі країни або області та відсутні комплексні погляди на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі, тому, на нашу думку, необхідним є глибоке та детальне дослідження сутності принципів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в сучасних умовах соціально-економічного та технологічного розвитку суспільства.

Управління, формування та збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі необхідно розглядати спираючись не тільки на загальноприйнятні принципи, але й застосовувати нові, які будуть враховувати вплив і збалансованість всіх суб'єктів потенціалу туристичної галузі.

Питанням визначення принципів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі присвячена значна кількість наукових праць в Україні.

При дослідженні створення туристичних маршрутів Н. Алешугіна виділила такі принципи: емоційної, пізнавальної, культурної насиченості; інформативності; якості та безпечності; короткотривалості; зручності; доступності та адресності; брендовості; планованості; врахування місцевих інтересів; соціальної та екологічної безпеки; перспективності [13, с.4-9].

Основними принципами стосовно питань організації та оптимізації природоохоронної рекреаційної системи (ПРС), на думку В. Побирченко та І. Вороніна, є: принцип типовості й унікальності природних систем; принцип цілісності природних (природоохоронних) систем; принцип цілісності соціальних (рекреаційних) систем; принцип цілісності природно-соціальних систем [206].

Розробляючи принципи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі необхідно прагнути до того, щоб запропоновані рішення підходили більш широкому спектру завдань туристичної галузі України. Необхідно в кожному випадку визначати розумний ступінь уніфікації, за якої прагнення до широкого охоплення систем управління не призведе до істотного ускладнення типових

рішень, але при цьому збереже винятковість (ексклюзивність) наданих туристичних послуг [121].

У своєму дослідженні В. Яровий запропонував такі принципи розвитку потенціалу туристичної галузі [308]:

- екологічності як прагнення оптимізувати механізми збереження та відтворення природного та соціокультурного середовища при веденні діяльності, що приносить прибуток, зокрема туристичної;
- сталого розвитку, під яким розуміють оптимізацію параметрів розвитку з урахуванням меж зростання, об'єктивно заданих внутрішніми характеристиками системи і зовнішніми факторами;
- ефективності як основи функціонування ринкового механізму;
- соціального партнерства влади – бізнесу – місцевої громади – широкого кола зацікавлених неурядових організацій різних рівнів;
- адекватності вжитих специфічних заходів й особливостей, властивих підприємствам туристичної галузі на відповідній території;
- диференційованості підходу до організації заходів з розвитку видів туризму.

Світовий досвід розвитку туризму свідчить, що принципи розвитку потенціалу туристичної галузі були спрямовані на різні середовища та сфери туристичної галузі, у зв'язку з цим, на нашу думку, необхідним є урахування впливу процесів інтеграції і глобалізації та узагальнення адаптованого до сьогодення комплексу принципів збалансованого розвитку туристичної галузі областей України.

Для кращого розуміння компоненти структури туристичної галузі областей країни та на які принципи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі спиратися, необхідно проаналізувати: показники природоохоронно-рекреаційної системи; внутрішній та зовнішній вплив на розвиток потенціалу туристичної галузі; зв'язок між елементами туристичної галузі, туристичні послуги та продукти, які надаються туристичною галуззю в областях України.

Сучасні дослідження вказують на те, що сьогодні принципи розвитку потенціалу туристичної галузі розглядаються багатьма авторами та спрямовані на питання управління туристичною галуззю, вплив рівних рівнів влади на розвиток потенціалу туристичної галузі і дослідження внутрішнього середовища туристичних підприємств, які є складовими елементами туристичної галузі. На нашу думку, не приділяється увага принципам збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни, які формують туристичну послугу та продукт, тому що пристосування загальноприйнятих принципів туристичної галузі до створення нового туристичного конкурентоспроможного продукту (послуги) потребує додаткового дослідження.

У Законі України «Про туризм» визначено термін «туристичний продукт» як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до його складу входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [5; 110].

Більш детальне визначення поняття «туристичний продукт» надає В. Кифяк [119; 130]. Він стверджує, що туристичний продукт – це сукупність речових (предметів споживання) та неречових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі [119, с.77].

Автори енциклопедії «Вікіпедія» подають визначення «туристичного продукту» як комплекс послуг, робіт, товарів, необхідних для задоволення потреб туриста у період його туристичної подорожі [264].

Розгорнуте трактування туристичного продукту надає В. Кіптенко [129]. Він, як і В. Кифяк, ділить туристичний продукт на три складові: тур, додаткові туристично-екскурсійні послуги, товари [131].

Проаналізувавши думки науковців, виділено основні принципи розвитку конкурентоспроможного туристичного продукту, які впливають на ефективний збалансований розвиток діяльності туристичної галузі за рахунок збільшення туристичних потоків (табл. 1.5.).

Таблиця 1.5

Принципи збалансованого розвитку конкурентоспроможного продукту туристичної галузі (розроблено автором) [305]

№	Принципи	Зміст принципу
1	Соціально-культурного спрямування	Передбачає врахування соціальних і культурних уподобань споживачів туристичної галузі, вивчення статистичної, анкетної та інформативної доступності при створенні туристичного екскурсійного маршруту.
2	Соціально-економічного спрямування	Передбачає мінімізацію собівартості туристичного продукту щодо задоволення туристичних потреб споживача туристичною екскурсійною послугою.
3	Цілеспрямованість	Передбачає врахування цілей споживача туристичної екскурсійної послуги та вивчення попиту на тематичні екскурсії на туристичному ринку.
4	Ефективність	Передбачає врахування специфіки дій з реалізації туристичної екскурсійної послуги з максимальним задоволенням уподобань туриста, що призведе до збільшення туристичних потоків.
5	Системність	Передбачає безперервний зв'язок при створенні нового конкурентного туристичного продукту, екскурсійної послуги між всіма інфраструктурними одиницями.

При застосуванні принципів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі передбачається використання методів, які впливають на формування, впровадження та розвиток нового конкурентоспроможного продукту туристичної галузі.

Принцип соціально-культурного спрямування відіграє значну роль у збалансованому розвитку потенціалу туристичної галузі, оскільки покращує середовище, архітектурну асамблею міста та вулиць, екологічний стан областей країни тощо.

Принцип системності при збалансованому розвитку потенціалу туристичної галузі використовується для визначення масштабності та зв'язків з іншими галузями економіки, інфраструктурними одиницями, який знижує ризик негативних ефектів та сприяє зростання позитивних процесів та наслідків розвитку потенціалу туристичної галузі.

Принцип ефективності та цілеспрямованості використовується для проведення аналізу, експерименту та здійснення узагальнень необхідних потреб споживачів туристичної галузі.

Питання принципів розвитку потенціалу туристичної галузі досліджували такі науковці: М. Бутко [53], А. Ванієва [56], А. Куценко [154], Н. Метеленко [184], А. Никонов [190], В. Семененко [235], О. Страхова [190], М. Слюзберг [190], В. Талах [252] та інші.

Проаналізувавши наукові надбання сучасних науковців, можна зробити висновок, що єдиного комплексного аналізу принципів механізму оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі сьогодні не існує. Отже, принципи – це частина економічного механізму оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, тому вважаємо за необхідне їх дослідити.

Принципи побудови механізму оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі [184]:

– принцип корисності, тобто наявність суспільно-необхідних послуг відповідно до потреб ринку за умови забезпечення високої конкурентоспроможності туристичних послуг [184];

– принцип збалансованості системи, тобто туристичні ресурси як складна соціально-економічна система, поєднує у собі структуровану сукупність ресурсів, які забезпечують прибутковість функціонування системи [184];

– принцип відповідності стратегічним цілям, тобто функціонування туристичних закладів орієнтовано на забезпечення ефективнішого використання усіх наявних та потенційних можливостей з метою економічного збалансованого розвитку областей України [184];

– принцип ефективного використання, тобто туристичні ресурси як операційна система є керованою відкритою системою, яка забезпечує максимізацію ефекту «входу» та «виходу» системи [184].

Проаналізувавши більшість запропонованих науковцями принципів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, згрупуємо всі



принципи, які, на нашу думку, мають використовуватись при дослідженнях збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі комплексно (рис. 1.8):

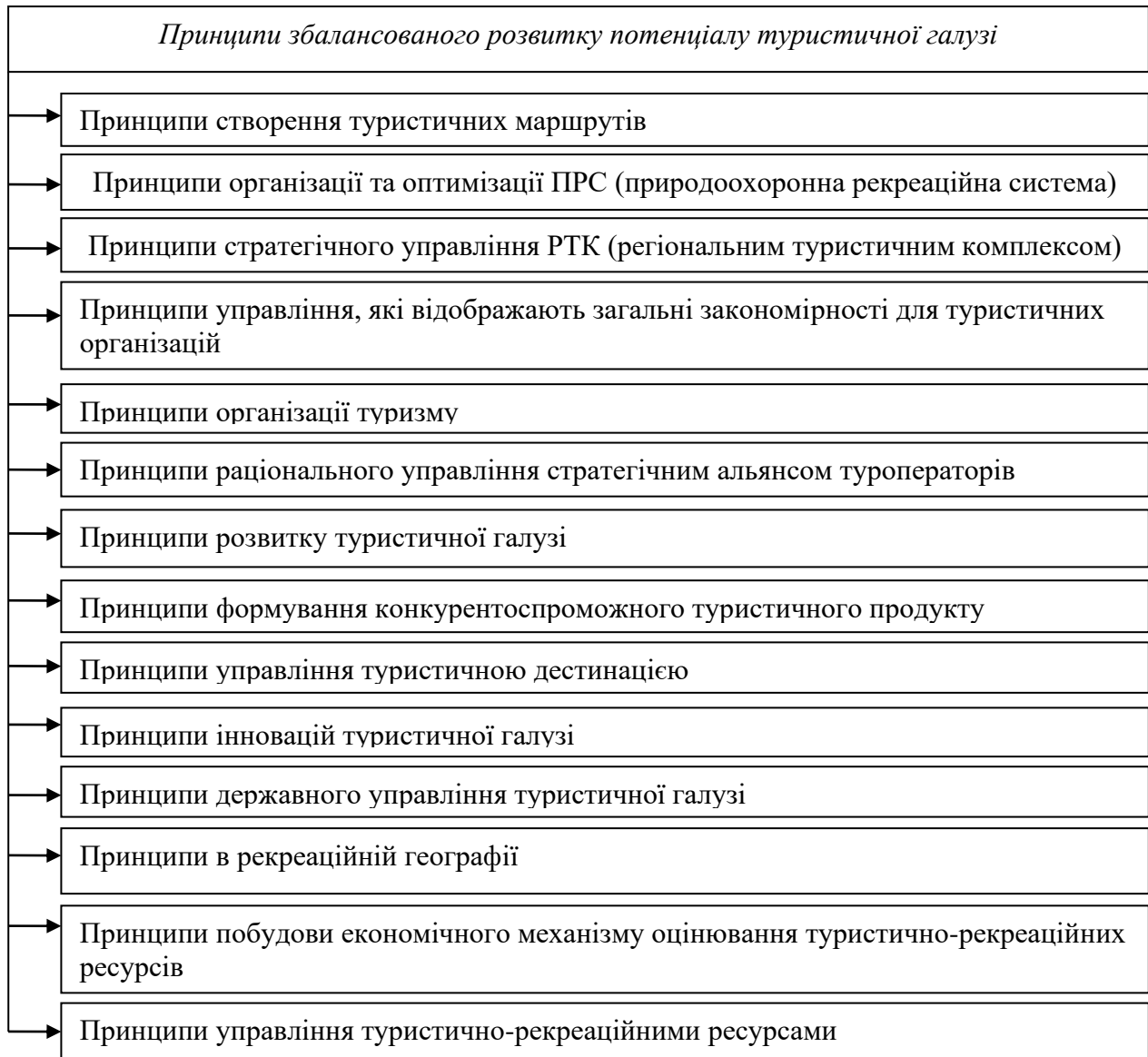


Рис. 1.8. Принципи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі (розроблено автором)

На основі всіх принципів, запропонованих у рис. 1.8., та принципів побудови механізму оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі запропонуємо та охарактеризуємо такі:

- принцип доцільності – здійснюється у будь-якій діяльності за умови отримання різних видів ефектів;
- принцип системності – дослідження потенціалу туристичної галузі як

єдиної системи, де структурні елементи пов'язані між собою;

– принцип адаптивності – заходи, які спрямовані на зміни у пропозиції туристичної галузі у зв'язку із змінами у зовнішньому середовищі та різноманітних чинниках для досягнення необхідного попиту на туристичні послуги;

– принцип науковості – ґрунтується на дослідженнях і науково-дослідних обґрунтованих наукових методах оцінки, аналізу стану, прогнозування та висновках щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі;

– принцип стійкості передбачає збереження всіх складових елементів потенціалу туристичної галузі, використовуючи науково-обґрунтовані норми навантаження та об'єкти туристичної галузі областей України;

– принцип збалансованості ґрунтується на потрібній пропорційності всіх елементів туристичної галузі областей країни, що дає повну ефективність використання потенціалу галузі;

– принцип перспективності сприяє можливості розширення, формування, реалізації, та збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі для досягнення основної мети стратегії галузі;

– принцип планомірності ґрунтується на плануванні, прогнозуванні, формуванні та збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, враховуючи інтереси держави, суспільства та бізнесу;

– принцип пріоритетності визначає основні перспективні види збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, які відповідатимуть стратегічним цільовим програмам на всіх рівнях управління (національний, регіональний, мікро- рівні);

– принцип ресурсного забезпечення – процес збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, який необхідно забезпечувати всіма необхідними ресурсами (фінансові, трудові, інформаційні тощо), що дозволить кількісно оцінити та впровадити модель розвитку галузі;

– принцип ринкової рівноваги полягає у збалансованості попиту та пропозицій туристичного продукту (послуги), які впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі;

– принцип корисності – здатність задовільнити потреби особи (туриста) від наданих туристичних послуг;

– принцип соціальної орієнтованості ґрунтується на функціонуванні туристичної галузі, де головним елементом є людина;

– принцип екологічності ґрунтується на наявності об'єктів природи для збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, його мета – приділяти особливу увагу збереженню та відновленню природних ресурсів;

– принцип ефективності ґрунтується на співвідношенні результатів використання туристичних ресурсів областей України з витратами, які здійснюються для отримання прибутку від здійснення туристичної діяльності;

– принцип раціональності полягає у виборі використання потенціалу природних і туристичних ресурсів для забезпечення конкурентоспроможності на туристичному ринку;

– принцип синергії ґрунтується на отриманні максимально високого ефекту від взаємодії та поєднання окремих складових елементів потенціалу туристичної галузі;

– принцип субсидіарності збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, при якому широким колом повноважень володіють органи місцевого управління, а не підприємства, оскільки збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі повинен здійснюватись на обласному рівні;

– принцип динамічності полягає у врахуванні потенціалу кожного елемента туристичної галузі, який динамічно розвивається та отримує економічний ефект від своєї діяльності.

Отже, принципи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі базуються на законах і закономірностях, у яких одним із головних принципів виділено раціональне та економічне ефективне використання туристичних ресурсів, яке має вплинути на збереження довкілля та мінімізувати руйнування

природно-культурної спадщини області, оскільки саме в наявності та використанні природних ресурсів областей є загроза дефіциту [252]. В нашому дослідженні ми дійшли висновку, що для ефективного збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі необхідно використовувати принципи, які ґрунтуються на комплексному використанні всіх природних, фінансових, трудових, туристичних ресурсів країни.

#### **1.4. Теоретичні підходи до розкриття сутності туристичного кластера як чинника збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі**

В умовах глобалізації та інтеграції ринкової економіки підйом окремих секторів економіки вітчизняні та зарубіжні науковці, фахівці пов'язують із впровадженням кластеризації туристичної галузі, яка забезпечує прискорену розробку та реалізацію інноваційних проєктів, ефективну вертикальну і горизонтальну інтеграцію між суб'єктами господарювання, завоювання й утримання конкурентних позицій на світовому, національному та регіональному ринках.

Проблемою кластеризації туристичної галузі займалися як зарубіжні вчені: Т. Андерсон, Д. Сорвік, Е. Ганссон (Швеція); К. Кетельс (Німеччина), М. Портер, В. Прайс, А. Бранденбургер, Б. Налбефф (США), А. Маршалл, С. Розенфельд (Англія); Т. Роеландт, П. Хертог (Франція), так і дослідники України: А. Князевич, М. Войнаренко, С. Соколенко, Л. Янг, Л. Федулова, Б. Вашура, Р. Кузьменко, В. Захарченко та ін. Однак, у число пріоритетних напрямів досліджень вітчизняних науковців кластерна модель не входить. Це пов'язано, з тим, що, кластеризація не є принципово новим явищем для туристичної галузі української економіки і світової загалом. Вимагають подальшої розробки науково-методичні аспекти розвитку процесів формування кластерів, організаційно-економічні механізми їх діяльності як на рівні туристичних підприємств, галузі, так і областей країн у сучасних умовах, що обумовлює актуальність наукового дослідження.

Методологічну базу теорії кластерного підходу складає теорія управління конкурентоспроможністю підприємств, їх об'єднань, областей, розроблена М. Портером [203; 209], а також дослідження ефективності розташування господарюючих суб'єктів, національного управління, взаємодії бізнесових структур, державних установ, закладів науки, освіти і культури для забезпечення економічного успіху країни (М. Войнаренко, М. Енрайт, О. Пендерецький, О. Петухова, В. Прайс, С. Розенфельд, С. Соколенко, Д. Стеченко та ін.) [66; 214; 242; 314; 315; 325].

Засновником сучасної теорії кластерного розвитку у наукових колах вважають американського ученого Майкла Портера, який визначив, що «кластер, або промислова група, – це група географічно близьких взаємозалежних компаній та пов'язаних з ними організацій, що взаємодіють у певній сфері, характеризуються спільною діяльністю та доповнюють одне одного» [210, с.259]. Портер зазначає, що кластери, зазвичай, утворюються з поєднання галузей, що випускають готовий продукт, механізми, матеріали для обслуговуючих виробництв. Якщо спочатку науковець виділяв виключно промислові кластери, то потім прийшов до думки, що вони є доречними у багатьох інших сферах економічної діяльності. Часто у кластери залучаються підприємства як традиційних галузей, так і галузей сфери високих технологій, а також взаємопов'язані організації, зокрема, освітні установи, науково-дослідні інститути, рекламні агенції, торгівельні та сервісні заклади тощо. На думку М. Портера, кластери є «чітким способом впорядкування економічних показників та здатні чинити величезний прогресивний вплив на економічний розвиток країни» [210, с.265].

Об'єктом дослідження М. Енрайта були кластери, які, на його думку, ефективно впливають на місцевий економічний розвиток та сприяють підвищенню конкурентоспроможності областей країни. Він вважає, що кластер областей країни – це географічна агломерація фірм, що працюють в одній або кількох споріднених галузях господарства [314].

Наступну класифікацію кластерів областей країни запропонував М. Енрайт:

– працюючі – кластери, що характеризуються самоусвідомленням і здатні реалізувати свій потенціал, зокрема, готові виробляти продукції більше, ніж виробляли б окремо всі учасники кластера разом;

– приховані – кластери, що мають нові можливості, які поки не використовуються;

– потенційні – кластери, для яких характерне сприятливе поєднання передумов і факторів формування та розвитку в майбутньому;

– політично керовані – кластери, які мають підтримку уряду, але не володіють «критичною масою»;

– «ті, що приймають бажане за дійсне» – кластери, які не мають жодних особливих конкурентних переваг, окрім бажання сформувати кластер [314; 315].

Американський дослідник С. Розенфельд звернув увагу на те, що кластери повинні бути не тільки географічно окреслені як місця концентрації незалежних одна від одної фірм, кластери областей країни повинні мати також канали зв'язків між малими та середніми підприємствами, що їх утворюють. Він підкреслив, що без активних каналів зв'язку навіть критична маса споріднених фірм не є локальною виробничою або соціальною системою, тому не функціонує як кластер [324].

Інше бачення функції кластера подає американський економіст Вольфганг Прайс, стверджуючи, що створення кластерів і впровадження кластерної моделі поведінки підприємств є способом відновлення довіри між урядом та бізнесом і трансформації ізольованих фірм у підприємницьке співтовариство [210].

На думку Я. Ганжи, кластер – це географічно сконцентровані групи взаємозалежних компаній, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій у певних областях, які характеризуються спільною діяльністю та взаємодоповнюють одна одну [78]. Найбільш обґрунтованим, на нашу думку, є

визначення туристичного кластера, що подано в роботах Л. Гонтаржевської. Туристичний кластер розглядається нею як система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг з приводу створення «основного продукту» кластера – туристичного продукту [85].

До кластерів областей країни належать групи підприємств, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [85, с.47]. Інші автори визначають туристичний кластер як систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг для створення спільного туристичного продукту [254].

Відомий український дослідник кластерної моделі С. Соколенко визначає кластер як стійке територіально-галузеве партнерство, що об'єднує інноваційною програмою впровадження передових виробничих, інжинірингових та управляючих технологій з метою підвищення конкурентоспроможності його учасників. У більш вузькому значенні під кластером розуміють групу розташованих у достатній близькості взаємозв'язаних компаній, постачальників послуг, обладнання і комплектуючих, науково-дослідних інститутів (НДІ), закладів вищої освіти (ЗВО), організацій, що взаємно доповнюють та посилюють конкурентні переваги кожного із учасників [242]. Він зауважує, що існуюча на сьогодні інфраструктура туризму в Україні поки що не повною мірою відповідає світовим стандартам, однак вона активно розвивається і удосконалюється з урахуванням існуючих рекреаційних, екологічних, соціально-економічних та інших вимог. Одним із пріоритетних напрямів у вирішенні цього питання має стати втілення кластерного підходу до збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей України.

С. Соколенко запропонував таку класифікацію туристичних кластерів:

– конкурентні – давно сформовані кластери, що мають значні конкурентні переваги світового масштабу (наприклад, автомобільний – у Детройті, моди – у Парижі, квітів – в Амстердамі);

– зрілі – давно сформовані кластери з низьким рівнем працевлаштування або його відсутністю (наприклад, меблеві або швейні кластери у країнах Західної Європи);

– стратегічні – невеликі, але життєво важливі для розвитку конкретних областей (наприклад, кластер з виведення особливих порід великої рогатої худоби у Новій Зеландії);

– виникаючі – нові кластери, що мають високі темпи розвитку (наприклад, медіакластер в Австрії);

– стабілізаційні – кластери, що підвищують рівень диверсифікації економіки області (наприклад, туристичні кластери в Каліфорнії);

– потенційні – кластери, що мають необхідні умови для формування і можуть бути використані для економічного розвитку (наприклад, кластери з розробки та впровадження технологій захисту навколишнього середовища у Фінляндії) [242].

Окремі автори підкреслюють географічну приналежність кластерів і відносять до них групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах області, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [14].

Особливу увагу М. Войнаренко звертає на роль органів місцевої влади при організації кластера і вважає, що «це територіально-галузеве добровільне об'єднання підприємств, що тісно співпрацюють з науковими установами та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції й економічного зростання області» [66, с.28].

Розвиваючи науково-теоретичну концепцію кластерної моделі, М. Войнаренко виділяє дискримінантні ознаки (індикатори) кластера:



- географічна концентрація та близькість розташування підприємств і організацій кластера;
- сильні конкурентні позиції та високий експортний потенціал;
- наявність на території базування конкурентних переваг для розвитку кластера;
- широкий набір учасників для виникнення позитивних сукупних синергетичних ефектів кластерної взаємодії;
- ефективна взаємодія учасників кластера, що включає використання механізмів субконцентрації, партнерство підприємств з освітніми та науковими організаціями, координацію діяльності з колективного просування товарів і послуг на ринках [132, с.125].

Підкреслюючи інноваційний характер кластерних утворень, український економіст О. Петухова розуміє кластер як добровільне цілеспрямоване об'єднання підприємств і невиробничих організацій, що базується на об'єктивних зв'язках між ними та спрямоване на досягнення нових конкурентних переваг для кожного з учасників, одержання сукупної чи індивідуальної економічної вигоди на основі задоволення своїх виробничих вимог і запитів споживачів. Дослідниця відзначає, що у сучасному світі кластерізацією охоплено близько 50% провідних економік. Зокрема, у Великобританії налічується 168 кластерів, Данії – 434, Німеччині – 32, Італії – 206, Індії – 106, Нідерландах – 20, США – 380, Франції – 34, Фінляндії – 9. При цьому у США в межах кластерів працює більше половини підприємств, а частка ВВП, виробленого в них, перевищує 60 % [136, с.18].

Усі ознаки парадигми найповніше втілює саме кластерна концепція економічного розвитку, яка дає змогу вийти за межі звичайної горизонтальної кооперації, за якої відбувається об'єднання фірм, що діють на єдиному ринку, за окремими напрямками діяльності. Необхідно відзначити, що кластерний підхід виступає як альтернатива традиційному секторальному підходу, який зосереджує основну увагу на горизонтальних відносинах і конкурентній взаємозалежності (відносини між прямими конкурентами з подібною

діяльністю, що виступають на тих самих туристичних ринках), тоді як кластерний підхід фокусує увагу на важливості вертикальних відносин між різнорідними фірмами та їх симбіозній взаємозалежності, заснованій на синергізмі, тобто взаємному посиленні дії. Розбіжності між кластерним і традиційним секторальним підходами викладені в табл. 1.6.

Таблиця 1.6

## Відмінності традиційного підходу від кластерного [242, с.91]

Кластерний підхід	Традиційний секторальний підхід
Стратегічні групи в мережних структурах з різнорідними фірмами, що їх доповнюють	Групи фірм із подібними мережними структурами
Залучає постачальників, споживачів, виробників товарів та послуг, спеціалізовані інститути, організації, асоціації, суспільні організації тощо	Акцент на виробників готової послуги
Об'єднує низку взаємопов'язаних галузей, що користується спільними технологіями, досвідом, інформацією, ресурсами, каналами та клієнтурою	Акцент на прямих і непрямих конкурентів
Більшість учасників не є прямими конкурентами, а мають спільні проблеми та потреби	Нерішучість в організації співробітництва з конкурентами
Широкий масштаб удосконалень у сфері спільних інтересів, що покращують продуктивність і посилюють конкуренцію	Вузькогалузевий підхід
Форум для конструктивнішого та ефективнішого діалогу між урядом і діловими колами	Діалог з урядом, як правило, спрямований на отримання субсидій, протекціонізм та обмеження конкуренції
Пошук нових форм об'єднань і структур з метою синергії	Пошук напрямів посилення диверсифікованості туристичної корпорації за існуючих умов

Існує багато досліджень і думок щодо підходів до визначення сутності поняття «туристичний кластер», його складових, до яких можна віднести географічно суміжні підприємства, комунікації, інфраструктурне забезпечення, туристичні ринки, мережу постачальників і споживачів туристичних послуг, наукові інституції тощо та отримання максимального економічного ефекту від його створення.

Об'єднання туристичних комплексів у створенні різностороннього інноваційного туристичного продукту закладає підґрунтя для залучення інвестицій, розширення сфери своєї діяльності й інфраструктурного вдосконалення галузі [303].

За переконанням О. Коля, «туристичний кластер являє собою комплекс територіально об'єднаних і взаємопов'язаних підприємницьких структур великого міста, діяльність яких спрямована на духовність й емоційність вражень і переживань споживача туристичних послуг, тим самим підвищуючи оцінку конкурентоспроможності туристичного ринку областей країни» [138].

Науковець Д. Стеченко вважає, що «кластерний підхід у туристичній галузі активізує підприємництво через концентрацію ділової активності, відтак сприяє створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження. Досягається це завдяки зростанню конкурентоспроможності, можливості інтеграції інтелектуальних, природно-рекреаційних, трудових, фінансових, матеріальних ресурсів у забезпеченні якості виробництва й надання послуг» [245].

У своїх працях Т. Ткаченко стверджує, що «практика туризму оперує наборами та комбінаціями туристично-рекреаційних послуг, формуючи комплексний пакет, який підкріплений сукупністю видів туристичної діяльності, які названо кластерами» [196; 257].

У чинному законодавстві України майже не відображено поняття «кластер», незважаючи на те, що нещодавно впроваджено кластерну модель розвитку економіки України та проєкт концепції створення кластерів і Концепція національної стратегії формування й розвитку транскордонних кластерів [4; 5].

У проєкті Концепції створення кластерів в Україні визначено чотири види кластерів, у тому числі й туристичний. Водночас, у концепціях Національної стратегії розвитку транскордонних кластерів указано на пріоритетність транскордонних туристичних кластерів [196].

Ураховуючи численні дослідження, варто вказати на ознаки диференціації туристичних кластерів: територіальна, що обумовлює відмінність і своєрідність територіально об'єднаних туристично-рекреаційних ресурсів (М. Портер, С. Нордін, Д. Стеченко) [209; 244; 245]; за видами туризму варто врахувати підхід Т. Ткаченка, який пропонує курортно-оздоровчий, культурно-

пізнавальний, діловий, спортивний, екологічний, релігійний і розважальний види туризму [256; 257]. Цікавим є і галузевий підхід О. Бунакова, згідно з яким кластери поділяються на дискретні, процесні, інноваційні та туристичні [50].

Виходячи з досліджень науковців, туристичні кластери виникають в областях країни завдяки існуючим туристичним активам, до складу яких входить багато споріднених туристичних суб'єктів, таких як: туристичні оператори та агенти, заклади харчування, готельне господарство, освітні та наукові установи, фінансові та страхові організації, транспорт, заклади з сувенірною продукцією тощо. Туристичні кластери є територіально об'єднаними підприємницькими структурами й організаціями в межах території, що прямо або опосередковано пов'язані з використанням туристично-рекреаційних ресурсів, туристичної інфраструктури, обслуговуванням туристів, провадженням популяризації туристичних послуг і знаходяться в конкурентних відносинах між собою [192, с.337].

Створення в Україні та областях моделі інноваційної інфраструктури на 2012-2020 рр., а також розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні», у якому передбачено визначення загальних умов створення та розвитку кластерів для забезпечення високих темпів економічного зростання й диверсифікації економіки, робить кластеризацію пріоритетним напрямком державної та регіональної політики, що й відображено в державних і регіональних цільових програмах [217].

Однак, попри існування значної кількості досліджень і публікацій українських та зарубіжних науковців, щодо кластеризації туристичної галузі, необхідно відзначити відсутність єдиного та загальновизнаного підходу до розуміння сутності понять «кластер» та «туристичний кластер». Так, узагальнюючи наукові здобутки у туристичній галузі щодо визначення кластера, можна виокремити фундаментальні підходи (Додаток Б). Визначення ознак кластера науковцями подано у Додатку В.

Аналіз співвідношення та відмінність між поняттями «кластер» та

«туристична дестинація» має науковий і практичний інтерес.

Отже, можна виокремити такі ознаки поняття «туристичний кластер»: територіальна локалізація [237] й концентрація взаємопов'язаних ресурсів, чинників, підприємств [67; 68; 125]; організаційна основа [141]; форма співпраці фірм, установ та організацій [86; 141; 237; 329]; міжсекторне співробітництво: влада-бізнесгромада [220]; формування й просування на ринку туристичного продукту [86]; синергетичний ефект [237]; досягнення спільного економічного успіху [86]; реалізація пріоритетних завдань [141]; посилення конкурентних переваг території [141; 237]; розвиток певного виду туризму [125]; сприяння задоволенню потреб туристів [125; 237].

Виділяють такі основні етапи формування туристичного кластера: формування територіального туристичного ринку; виникнення внутрішніх і зовнішніх зв'язків між підприємствами кластеру; ініціювання представниками адміністрації області, бізнесу, місцевої громади; створення управлінської компанії; утворення координаційної ради з представників кожної структури кластера; здійснення поточного управління, моніторингу; стимулювання подальшого розвитку кластера [166, с.77-78; 237, с. 170-173; 326].

Термін «дестинація» в українській науці та у практичній діяльності туристичної галузі не є новим. Інтенсивний темп розвитку туристичної галузі та велика кількість досліджень з цього питання зарубіжних і вітчизняних науковців та фахівців вимагають уточнення сутності поняття «дестинація» та порівняння нових підходів із традиційними.

Згодом сутність багатьох туристичних термінів змінюється, в тому числі терміна «дестинація» [7]. Значна різниця існує між науковими трактуваннями, і практикою використання організаторами туризму, а також у каталогах, журналах, на інформаційних веб-сторінках – з іншого.

До чинників, які вплинули на наповнення поняття, І. Зорін відносить семантику, маркетинг, ландшафт і спадщину територій. Він зазначає про велику роль списку об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, вважаючи, що об'єкти цього списку складають опорний каркас дестинацій світу [114].

Велика кількість наукових робіт, пов'язаних з виявленням характеристик дестинацій і методик дослідження (А. Lew, Е.А. Машкевич, В. Фрамке, С. Саранемі і ін.), дає можливість визначити найбільш популярні напрямки досліджень із зазначеної теми.

При економічному підході до дестинації аналізуються фінансові потоки, ринкові відносини, цінові категорії та ін. Це роботи Е. Машкевич [180], А. Lew [323], F. Kotler [320], W. Framke [316], S. Saraniemi [59]. На думку, Н. Мартишенка [175], дестинації виступають не тільки в ролі товару або продукту, вони можуть бути представлені як економічний простір. Фахівці USAID [328] велику роль у делімітації віддають ринку, вважаючи, що в кінцевому рахунку ринок «уточнює» як фізичні та культурні кордони дестинацій. На їхню думку, ринок може сприйняти як дестинацію цілу країну, а може і територію одиничного національного парку.

Світова Туристська Організація (СТО) використовує таке визначення: «Дестинація – фізичний простір, в якому відвідувач проводить час, принаймі, з однією ночівлею, включає туристичні продукти, послуги, атракції і туристичні ресурси в межах одного дня подорожі». На думку Р. Veriteli, дестинація – це географічний район, що складається з усіх послуг та інфраструктури, необхідної для проживання туриста конкретного сегмента [310].

Якщо ж говорити про територіальний характер дестинацій, необхідно зазначити, що окрім їх масштабного компонента важлива територіальна форма. А. Зирянов [117] зазначає, що, незважаючи на первинне значення, згідно з прямим перекладом слова «дестинація» як пункту призначення найчастіше під терміном розуміють об'єкт соціально-економіко-географічного територіального масштабу. Цей термін застосовується і до масштабу міста, і до масштабу країни, і до локальної групи країн. Переважно термін застосовується до тих видів туризму, у яких основний район подорожі «локалізується» (бальнеологічний, пляжний, гірськолижний, сільський), і найменше – в «маршрутних» видах туризму (круїзний, річковий, морський, автомобільний, велотуризм).

Серед DESTИНАЦІЙ L. Brandham виділяє централізовані, базові, багатоцентричні, турінгові як частину лінійного маршруту і транзитні зони відпочинку як зупинки в дорозі до кінцевого пункту [312]. Той же автор з огляду на види туризму розрізняє чотири типи DESTИНАЦІЙ: міського, сільського, прибережного, курортного туризму.

Проаналізувавши низку наукових публікацій, ми зробили висновок, що єдина думка щодо сутності поняття «DESTИНАЦІЯ» відсутня, хоча є ідеї, які сприймаються усіма науковцями та фахівцями і не суперечать одне одному. Деякі з узгоджених положень пов'язані з охопленням території і з туристичною спеціалізацією. У зв'язку з цим відзначимо дві важливі узгоджені позиції. Перша позиція полягає в тому, що DESTИНАЦІЇ можуть бути локальним місцем, областю і цілою країною. Друга – пов'язана з туристичним профілем: якщо місце претендує на такий «статус», то воно повинно мати сервісні можливості для задоволення туристів.

Незважаючи на те, що погляди на сутність терміна багато в чому змінились, але і зараз залишається прийнятним твердження про те, що туристичні DESTИНАЦІЇ – це пункт призначення. Класичними точковими DESTИНАЦІЯМИ можуть вважатися, наприклад, міста Сінгапур, Ватикан, Львів, а також курорти і берегові лінії.

З іншого боку, туристичною DESTИНАЦІЄЮ вважається територія, область або країна, де турист бажає провести свій час. При цьому важко назвати DESTИНАЦІЄЮ Україну, якщо маєте намір побувати в Києві, Львові або Запоріжжі. З огляду на це можна зробити висновок, що DESTИНАЦІЯ – це територія невеликого розміру з туристичним профілем і інфраструктурою, яку гість може встигнути проїхати у відносно невеликий проміжок часу, наприклад, не більше ніж 10 днів. DESTИНАЦІЯМИ є території, які повинні мати привабливі об'єкти, бути доступними або легко прохідними для більшості туристів, оснащеними інфраструктурою і сервісом.

На нашу думку, поняттям «DESTИНАЦІЯ» потрібно описувати не тільки окремо взятий курорт або місто, а й їх периферію, оскільки для формування

потенціалу туристичної галузі існує безліч факторів [9; 10], діючих на всій території. Місця території повинні включатися в дестинацію з таких причин: по-перше, функціонування туристичного об'єкта або сервісу на конкретній території повноцінно можливе тільки у взаємодії з периферією; по-друге, при зростанні числа туристів цікавими стають не тільки найпопулярніші об'єкти, але і місця дещо віддалені, що зберегли первозданність.

Таким чином, дестинацією можна називати територію, яка, крім центрального туристичного об'єкта, має привабливе оточення, доступність для відвідування більшістю туристів.

На нашу думку, найсуттєвіша відмінність полягає у співвідношенні об'єктів туристичного кластера «діяльність – результат» всередині міжгалузевої територіально-виробничої системи. І туристичний кластер, і дестинація туризму можуть існувати лише за умови наявності відповідних туристично-рекреаційних ресурсів, розвинутої туристичної інфраструктури на певній території «де-факто» протягом тривалого періоду часу, особливо на етапі становлення та розвитку. Порівняння ключових характеристик туристичного кластера та туристичної дестинації наведено в таблиці 1.7.

Таблиця 1.7

Порівняння ключових характеристик туристичного кластера та туристичної дестинації (складено автором)

Характеристика	Дестинація	Кластер
Є міжгалузевим комплексом	–	+
Географічна концентрація	+	+
Спеціалізація	+	+
Об'єднання підприємств має стійку формальну організаційно – управлінську структуру	–	+/-
Постійний характер зв'язків	+	+/-
В основі моделі лежить створення туристичного продукту	+	+
Конкуренція між підприємствами В середині центру/кластера З зовнішнім середовищем	+	+/-
Інноваційна діяльність	+/-	+
Напрями розвитку, зростання обсягів виробництва	Зростання та диверсифікація туристичного продукту	Зміна стадій життєвого циклу кластера



Але, на відміну від дестинації, зв'язки всередині кластера залишаються мінливими, особливо з постачальниками неспецифічної продукції галузі та послуг (поліграфічні, рекламні послуги тощо), здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Також туристична дестинація охоплює і кластер, і позакластерне середовище, забезпечуючи конкуренцію як між підприємствами, об'єднаними кластером, так і поза ним.

Автором запропоновано визначення туристичного кластера як неформального об'єднання установ, організацій, фірм туристичного профілю, що розташовані на території туристичної дестинації або туристичної області з метою системної та узгодженої розробки, просування та продажу конкурентоспроможного туристичного продукту. Метою діяльності туристичного кластера є об'єднання можливостей і потужностей партнерів з метою створення інноваційних туристичних послуг, диверсифікації туристичного продукту, його модифікації, покращення та удосконалення, спільна розробка та реалізація цілеспрямованої маркетингової політики, реклама та брендінг туристичної дестинації, участь у соціально-економічних, інвестиційних проектах та державних програмах розвитку туристичного регіону та інше. [298; 303].

Для багатьох країн світу, в тому числі й України, характерним є створення кластерів у туристичній галузі. Туристичні кластери ефективно функціонують у США, Італії, Іспанії, Польщі, Чехії, Словаччині тощо. В Україні успішні туристичні кластери працюють у м. Львові, Хмельницькій, Полтавській, Івано-Франківській, Волинській областях. Перевагами кластерної моделі у туристичній галузі є:

- ефективне використання туристичних ресурсів і підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі;
- залучення іноземних інвесторів до інноваційних проектів у туристичній галузі, тим самим сприяючи підвищенню привабливості областей країни;
- об'єднання зусиль влади, бізнесу та громадських організацій для подальшого розвитку туристичної інфраструктури;

- забезпечення суб'єктів туристичного кластера висококваліфікованим персоналом, зниження витрат на підготовку та підвищення кваліфікації кадрів шляхом залучення підготовлених кадрів освітніми закладами, що входять до кластера;

- пільгові туристичні послуги для учасників кластера;

- зниження витрат на маркетингові та рекламні заходи, розробку та просування туристичного бренду.

Для розробки та реалізації наукової моделі збалансованого розвитку туристичного кластера шляхом системного підходу необхідно проаналізувати елементи (туристичні ресурси, виробники туристичних послуг, достатній розвиток транспортної та комунальної інфраструктури, освітні, культурні та науково-дослідні установи, фахівці відповідної класифікації, система менеджменту тощо) та взаємозв'язки туристичного кластера.

Одним із важливих елементів туристичного кластера, який впливає на його збалансований розвиток, є освітні навчальні заклади. На жаль, в Україні існують законодавчі обмеження для цього елемента, тому залучення до участі у кластері туристичної галузі можливо у вигляді інноваційної структури.

З урахуванням галузевої специфіки вирізняють такі типи кластерів [286; 287]:

- дискретні кластери містять підприємства, що виробляють продукти (і пов'язані послуги), що складаються з дискретних компонентів, зокрема підприємства, що розвиваються навколо складальних підприємств і будівельних організацій;

- процесні кластери утворюються підприємствами, що належать до так званих процесних галузей, а саме: сільське господарство, харчова промисловість та ін.;

- інноваційні та «творчі» кластери розвиваються в так званих «нових секторах», таких, як: інформаційні технології, біотехнологія, нові матеріали, а також у секторах послуг, пов'язаних із здійсненням бізнесової, творчої та анімаційної діяльності (наприклад, великомасштабні івент-заходи). Інноваційні

кластери передбачають створення нових компаній, що виникають у процесі комерціалізації технологій і результатів наукової діяльності, яка проводиться у вищих навчальних закладах і дослідницьких організаціях;

– туристичні кластери формуються на базі туристичних активів в області і складаються з підприємств різних секторів, пов'язаних з обслуговуванням туристів, наприклад, туристичних операторів, готелів, сектора ресторанного бізнесу, виробників сувенірної продукції, транспортних підприємств та інших;

– транспортно-логістичні кластери містять комплекс інфраструктури і компаній, що спеціалізуються на зберіганні, супроводі та доставці пасажирів і вантажів. Кластер може містити також організації, що обслуговують об'єкти портової інфраструктури, компанії, які спеціалізуються на морських, річкових, наземних, повітряних перевезеннях, логістичні комплекси та ін. Транспортно-логістичні кластери розвиваються в областях країни, що мають істотний транзитний потенціал [287].

З метою подальшого розвитку теорії кластерної взаємодії та поглиблення розглянутих ознак сформульовано сенсоутворюючі (іманентні) ознаки туристичних кластерів, які, на наш погляд, є ключовими та мають бути неодмінно властиві кластерному різновиду інтеграційних процесів:

1) географічна локалізація – масштаби кластера можуть бути різноманітними, базуватися на створенні спільного доступу до природних, культурно-історичних та інших туристичних ресурсів, за територіальною ознакою можуть бути від одного міста або області до країни або ряду країн;

2) стратегічний взаємозв'язок між підприємствами – особлива форма мережевої взаємодії логістично пов'язаних підприємств, яка сприяє вирішенню стратегічних завдань кожного з учасників та досягненню їх конкурентоспроможності; при цьому між учасниками кластера розвивається конкуренція. Більш глибокий розвиток ділового співробітництва та партнерства свідчить про вищий ступінь розвитку самого кластера;

3) технологічний (логістичний) – зв'язок підприємств різних галузей у межах кластера. Так, у туризмі це підприємства, що пов'язані технологіями та

знаннями щодо виробництва і реалізації туристичного продукту; постачальники спеціалізованих факторів виробництва тощо;

4) спільна діяльність – це сукупність внутрішніх і зовнішніх можливостей учасників, що виявляється через взаємодоповненість, взаємопов'язаність, взаємоузгодженість спільних дій, ресурсів, стратегій, програм;

5) господарська та юридична самостійність – формування, розвиток та функціонування кластерних утворень базується на економічних відносинах на основі правової та господарської незалежності;

6) участь публічних інституцій – стратегія реалізації кластерної програми передбачає зацікавленість і участь влади, громадських організацій та бізнесу у формуванні, розвитку підтримці функціонування кластерів.

Вважаємо за необхідне визначити бажані ознаки кластера туристичної галузі:

– наявність великого суб'єкта-лідера, який визначає довгострокову перспективу та мету, будує стратегію збалансованого розвитку туристичного кластера, координує спільну діяльність;

– досягнення оптимальної кількості учасників (партнерів) туристичного кластера для позитивного ефекту функціонування кластерної взаємодії;

– довгострокова стратегія діяльності туристичного кластера, збалансований розвиток у межах цільових регіональних програм, упровадження систем управління якістю наданих послуг тощо;

– пріоритет на формування сильних конкурентних позицій на ринках і створення високого ринкового потенціалу учасників туристичного кластера;

– взаємодія між учасниками туристичного кластера для підвищення конкурентоспроможності на туристичному ринку;

– відсутність єдиного жорсткого підпорядкування та централізація управління для досягнення основної мети;

– активізація зв'язків та еволюційний розвиток відносин між учасниками туристичного кластера;

– вільний та швидкий вхід-вихід за бажанням з учасників туристичного кластера тощо.

Світовий і поки що невеликий український досвід демонструють такі переваги кластерної моделі:

– кластери спроможні забезпечувати поєднання конкуренції з кооперацією, вони уособлюють «колективну ефективність», створюють «гнучку спеціалізацію»;

– кластери будуються на використанні ефекту масштабу;

– кластери є механізмом підвищення місцевої і національної конкурентоспроможності [242].

Кластери областей країни дозволяють: посилювати процеси спеціалізації і розподіл праці між компаніями; приваблювати клієнтів, створюючи тісну взаємодію покупців і продавців; посилювати міжфірмові потоки ідей і інформації; підвищувати інноваційність виробництва; створювати нові робочі місця; ефективніше використовувати місцеві природні ресурси [21].

Створення туристичних кластерів один зі шляхів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України, втілення якого потребує досліджень та аналізу, удосконалення методичних і методологічних механізмів для практичного втілення кластерної моделі, особливо просування її з боку влади (на національному та місцевому рівнях) та для поєднання традиційних та новітніх форм організації бізнесу.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

В першому розділі, відповідно мети дослідження, одержано наступні результати:

1. На підставі теоретичного узагальнення системного аналізу наукових досліджень запропоновано основні підходи до тлумачення поняття «туризм» та сформовано авторське визначення категорії «туризм», є складною соціально-економічною системою невиробничої галузі, яка, на відміну від інших, включає

в себе діяльність територіально окремих фінансово-кредитних, медичних, рекреаційних, лікувально-оздоровчих, митних, освітніх, транспортних, торгівельних, культурно-розважальних, інформаційних, рекламних, об'єктів розміщування і харчування туристичних одиниць, які сприяють тимчасовому індивідуальному, груповому, самодіяльному і плановому в'їзду, виїзду, проживанню та пересуванню всередині і за межами певної держави, міста, регіону людей (споживачів послуг) з метою відновлення працездатності, отримання відпочинку, пізнавальних, спортивних, культурно-розважальних, освітніх, професійно-ділових та спеціалізованих послуг, що здійснюються на підставі внутрішніх та міжнародних угод з урахуванням діючих національних та міжнародних звичаїв.

2. Провівши огляд класифікацій туризму різних авторів, визначено, що вони відображають туристичну діяльність з різних поглядів і дотримуються різних критеріїв. Проте з розвитком суспільно-економічних відносин, а також у результаті науково-технічного прогресу туризм, як частина сфери послуг, є динамічним явищем та змінює свої види і форми. Проведене узагальнення публікацій за даною проблематикою дозволило вдосконалити класифікацію видів туризму.

3. У ході дослідження визначено, що актуальним є уточнення, формування та вдосконалення понятійного апарату. Узагальнюючи наукові підходи до тлумачення понять «потенціал», «туристична галузь» сформовано авторське визначення категорії «потенціал туристичної галузі» як сукупності наявних та потенційних економічних, унікальних природно-ресурсних, культурно-історичних, трудових, виробничих, соціальних, фінансово-інвестиційних, технологічних, інформаційних, екологічних, релігійних особливостей елементів міст, областей, країни, його здатності, яка носить природний характер або виникла в результаті діяльності людини (штучно) й можуть використовуватись або використовуються з метою здійснення фізіологічного існування людини (відпочинок, оздоровлення та туризм) та

сприяти розвитку туристичної галузі для забезпечення та досягнення збалансованого розвитку та стійкості економіки країни.

4. Визначено, що основою формування потенціалу туристичної галузі, окрім ресурсного забезпечення (рекреаційно-туристичні, трудові, фінансово-інвестиційні, технічні ресурси), є також стан туристичної інфраструктури (виробничої й соціальної), інституційне середовище, гео економічний стан і геополітична компонента. Запропоновано основні складові інфраструктури забезпечення та розвитку потенціалу туристичної галузі.

5. Відсутність єдиного підходу до визначення поняття «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі» обумовило необхідність дати авторське визначення поняття, як стратегічна єдність розвитку інтегрованих складових потенціалу туристичної галузі (інституціональна, інноваційна, соціальна екологічна, економічна, фінансова) та соціально-економічних й екологічних підсистем, що спрямована на узгодженість та раціональне використання природних, лікувально-оздоровчих, культурно-історичних джерел розвитку областей, країни з метою задоволення потреб споживачів, підвищення добробуту суспільства та нарощуванню потенціалу туристичної галузі й національної економіки країни в стратегічному аспекті.

6. На основі світової та вітчизняної практики охарактеризовано основні принципи управління збалансованим розвитком туристичної галузі, виокремлено принципи, які мають використовуватися при дослідженнях збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, а саме комплексно, оснований на законах та закономірностях, де одним з головних принципів виділено раціональне та економічне ефективне використання туристичних ресурсів.

7. Попри існування значної кількості досліджень і публікацій щодо кластеризації туристичної галузі українських та зарубіжних науковців, відзначено відсутність єдиного та загальновизнаного підходу до розуміння сутності понять «кластер» та «туристичний кластер». Так, узагальнюючи здобутки зарубіжних і вітчизняних науковців, виокремлено фундаментальні

підходи та ознаки «туристичного кластера», виділено основні етапи формування туристичного кластера, визначено відмінності понять «туристична дестинація» та «туристичний кластер».

8. Узагальнюючи світовий досвід і тлумачення сутності концепції туристичного кластера, враховуючи український досвід створення кластерних об'єднань, сформовано визначення цього поняття, як неформального об'єднання установ, організацій, фірм туристичного профілю, що розташовані на території туристичної дестинації або туристичної області з метою системної та узгодженої розробки, просування та продажу конкурентоспроможного туристичного продукту. Метою діяльності туристичного кластера є об'єднання можливостей і потужностей партнерів з метою створення інноваційних туристичних послуг, диверсифікації туристичного продукту, його модифікації, покращення та удосконалення, спільна розробка та реалізація цілеспрямованої маркетингової політики, реклама та брендінг туристичної дестинації, участь у соціально-економічних, інвестиційних проектах та державних програмах розвитку туристичної області та інше.

Результати досліджень за темою дисертації по першому розділу опубліковані в роботах [291-305].

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 1**

1. Гаагская декларация Межпарламентской конференции по туризму (Гаага, 10–14 апреля 1989 г.). *Международный туризм и право* / К. Г. Борисов. Москва: НИМП, 1999. С. 220–241.

2. О рекомендательном законодательном акте «Об основных принципах сотрудничества государств-участников СНГ в области туризма»: Постановление Межпарламентской ассамблеи государств-участников Содружества независимых Государств от 29.10.1994. URL: <http://www.iacis.ru/htm> (дата звернення: 12.05.2019).



3. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.11.2003 № 1282-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show> (дата звернення: 07.04.2019).

4. Про стимулювання розвитку регіонів: Закон України від 08.09.2005 № 2850-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2005. № 51. С. 548. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2850-15> (дата звернення: 12.10.2018).

5. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 №324/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 31. С. 241–242.

6. Про туризм: Проект Закону України від 24.02.2014 № 4224. *Верховна Рада України*: офіційний веб-портал. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=49894](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=49894) (дата звернення: 15.09.2019).

7. Аветисян Н. А. Перспективы развития курортных городов Армении. *Вестник Московского государственного строительного университета*. 2014. № 1. С. 7–12.

8. Азар В. И. Экономика и организация международного туризма. Москва: Экономика, 1984. 185 с.

9. Акопян А. А., Гянджунцян Р. Справочник по курортам и домам отдыха ССР Армении. С приложением туристических маршрутов. Эривань: Гос. изд-во, 1935. 300 с.

10. Акопян Т. Х. Историческая География Армении. Ереван, 2007. 520 с.

11. Александрова А. Международный туризм: учебник. Москва: Аспект Пресс, 2002. 470 с.

12. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Одеса, 2005. 20 с.

13. Алмашій В. В. Стан та основні напрямки розвитку туризму як невід'ємної складової транскордонного співробітництва Закарпаття. *Теорія та практика державного управління*. 2014. № 4. С. 233–241.

14. Андрущенко К. А., Стеченко Д. М. Наукові аспекти створення екотуристичних кластерів на Черкащині. *Вісник ДІТБ*. Донецьк, 2004. № 8. С. 69–71.
15. Антоненко І. Я. Державне регулювання просування туристичного продукту: міжнародний та вітчизняний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 21. С. 17–22.
16. Антоненко І. Я., Михайліченко Г. І. Логістична стратегія як управлінська інновація в індустрії туризму. *Вісн. нац. ун-ту «Львів. політехніка»*. 2011. № 714. С. 281–290.
17. Афанасенко И. Д. Туризм и реформирование экономики. *Труды Академии туризма*. Санкт-Петербург, 1995. Вып. 1. С. 53–67.
18. Бабарицька В. К., Любіцева О. О. Організація туризму: навч. посібник. Київ: РВЦ «Київськ. ун-т», 1998. Ч. 1. 220 с.
19. Бабкин А. Специальные виды туризма. Москва: Феникс, 2008. 252 с.
20. Баєв В. В. Впровадження принципів TQM в систему менеджменту якості суб'єктів туристичної індустрії. *Економіка та держава*. 2012. № 8. С. 55–57.
21. 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](http://tourlib.net/statti_ukr/bakurova2.htm) (дата звернення: 25.07.2018).
22. Балашова Р. І. Методичні особливості сутності, поняття і характерних рис туристичного підприємства. *Економіка промисловості*. 2008. № 3. С. 38–47.
23. Бартошук О. В. Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туристичної галузі. *Економічний часопис – XXI*. 2012. № 3–4. С. 38–41.

24. Бартошук О. В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2011. № 2. С. 62–68.
25. Басюк Д. І. Особливості формування брендів туристичних центрів України. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2010. № 32. С. 151–154.
26. Бедрак Н. О. Адміністративно-правове регулювання туристичною галуззю: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07. Київ, 2010. 18 с.
27. Бедрік Н. М. Державне регулювання туристичної галузі в умовах подолання кризи. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. 2015. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ttpdu\\_2015\\_2\\_8](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ttpdu_2015_2_8) (дата звернення: 15.05.2019).
28. Безносюк В. Д. Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01 Львів, 2001. 19 с.
29. Безносюк В. Туризм і його місце в соціально-економічному розвитку України. *Регіональна економіка*. 2001. № 1. С. 232–235.
30. Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України: дис. ... д-ра географ. наук: 11.00.02. Київ, 2004. 424 с.
31. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ: КНУ, 2002. 234 с.
32. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
33. Бейдик О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. Київ: Палітра, 1998. 130 с.
34. Бігус М. М. Науковий дискурс дефініції конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні. *Регіональна економіка*. 2012. № 2. С. 162–167.

35. Білецька І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму. *Журнал європейської економіки*. 2011. Т. 10. № 2. С. 178–187.
36. Білоус С. В. Організаційно-економічні засади розвитку туристичного бізнесу України: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2012. 22 с.
37. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Львів, 2010. 23 с.
38. Богданов Е. И., Кострюкова О. Н., Орловская В. П., Фенин П. М. Планирование на предприятии туризма: учеб. пособие для вузов. Санкт-Петербург: Издательский дом Бизнес-пресса, 2003. 288 с.
39. Боголюбов В. С., Орловская В. П. Экономика туризма: учеб. пособие. Москва: Академия, 2005. 192 с.
40. Боголюбов В. С., Севастьянова С. А. Факторы и условия устойчивого развития системы туризма: региональный аспект: монография. Санкт-Петербург, 2005. 279 с.
41. Божук Т. І. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика: монографія. Львів: Український бестселер, 2014. 400 с.
42. Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис XXI*. 2012. № 3–4. С. 19–22.
43. Борисова О. В. Ефективність інноваційної політики підприємств у сфері туризму. *Вісник Одеського національного університету. (Серія «Економіка»)*. 2013. Т. 18. Вип. 2. С. 18–26.
44. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2006. 288 с.
45. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.05. Львів, 2008. 35 с.
46. Борушак М. Стратегия развития туристических регионов: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.05. Львів, 2009. 204 с.

47. Борушак М. Стратегия развития туристского региона: теория, методология, практика: монография. Минск: БГЭУ, 2002. 166 с.
48. Бриль К. Г. Місце стратегічних пріоритетів розвитку у підвищенні інвестиційної привабливості туристичної галузі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 10. С. 14–18.
49. Брітченко І.Г., Князевич А.О. Перспективи інноваційного розвитку інфраструктури туристичної галузі Закарпатського регіону: Теоретико-методологічні основи регулювання економічних процесів : від кризи до сталого розвитку : колект. моногр. / за заг. ред. О. В. Кендюхова. К. : Вид-во «Центр навчальної літератури», 2015. С. 132–138.
50. Бунаков О. О. Кластерный поход к позиционированию в туризме. *Управление экономическими системами*. 2011. № 4 (28). С. 124–138. URL: <http://uecs.mcnip.ru> (дата звернення: 18.06.2019).
51. Бурменко Т. Д., Даниленко Н. Н., Туренко Т. А. Сфера услуг: экономика: учеб. пособие. Москва: КНОРУС, 2007. 328 с.
52. Бутко И. И., Ситников Е. А., Ушаков Д. С. Туристический бизнес: основы организации. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 384 с.
53. Бутко М. П., Шабардіна Ю. В. Методичні аспекти оцінки рекреаційного потенціалу регіону. *Агросвіт*. 2011. № 1. С. 10–17.
54. Бухаріна Л. М. Шляхи вдосконалення механізмів державного регулювання туризму в Україні. *Держава та регіони. Серія: Державне управління*. 2008. № 2. С. 33–39.
55. Валентюк І. В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Київ, 2005. 20 с.
56. Ванієва А. Р. Організаційно-економічний механізм формування та розвитку туристично-рекреаційного потенціалу території. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2013. № 3 (23). С. 103–107.

57. Василів О. Б. Державне управління розвитком туристично-рекреаційної галузі на регіональному рівні (на прикладі Івано-Франківської облас-ті): автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.01. Львів, 2008. 19 с.

58. Вашура Б. А., Уманців Б. Б. Розвиток сучасних тенденцій туризму на Львівщині: кластерний підхід. *Соціально-економічні дослідження в перехідний період*. Львів, 2007. Вип. 4 (66): Міжрегіональне співробітництво: стан та перспективи. С. 249–259.

59. Веденин Ю. А. К изучению эволюции рекреационных функций территории. *Известия АН СССР. Серия: География*. 1977. № 4. С. 12–14.

60. Веденин Ю. А., Мирошниченко Н. Н. Оценка природных условий для организации отдыха. *Известия АН СССР. Серия географическая*. 1969. № 4. С. 51–60.

61. Веденин Ю. А., Филиппович А. С. Опыт выявления и картирования пейзажного разнообразия природных комплексов. *Географические проблемы организации туризма и отдыха*. Москва, 1975. Вып. 2. С. 12–23.

62. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і доп.) / уклад. і головн. ред. В. Т. Бусел. Київ, 2005. 1726 с.

63. Вишневська О. О. Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі: монографія. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2009. 296 с.

64. Вишневська Ю. В. Адміністративно-правові заходи забезпечення діяльності у сфері сільського туризму в Україні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07. Київ, 2011. 25 с.

65. Владимиров Ю. Л., Третьяк В. П. О классификациях кластеров предприятий. *Альманах: Наука. Инновации. Образование*. 2008. Вып. 7. С. 72–87.

66. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів. *Економіст*. 2008. № 10. С. 27–30.

67. Войнаренко М. П. Кластери в інституційній економіці: монографія. Хмельницький: ХНУ, ТОВ «Тріада-М», 2011. 502 с.

68. Войнаренко М. П., Радецька Л. П., Філінюк В. Р. Концепція «кластерів» як альтернатива командно-адміністративній системі управління. *Проблеми реформування економіки України*. Київ: Логос, 1999. С. 74–75.

69. Волощенко В. М. Особливості управління конкурентоспроможністю туристичної галузі в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 5. С. 162–164.

70. Волчецький Р. В. Роль туристичних інформаційних центрів у сучасній індустрії туризму. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»*. (Серія «Державне управління»). 2012. Т. 194. Вип. 182. С. 126–129.

71. Воробйова О. А., Дишловий І. М., Харічков С. К. Проблеми природокористування та сталого розвитку в рекреаційно-туристичній сфері : монографія. Одеса: НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. 2009. 374 с.

72. Вуйцик О. Вплив рекреаційно-туристичного комплексу на розвиток економіки держави. *Вісник Львівського університету*. Серія «Міжнародні відносини». Львів, 2008. № 24. С. 35–42.

73. Габа М. І. Фактори впливу на розвиток та діяльність у сфері сільського зеленого туризму Карпат. *Інтелект XXI*. 2014. № 5. С. 87–94.

74. Гаврилюк А. М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Київ, 2011. 23 с.

75. Галушкіна Т. П., Грановська Л. М. Еколого-збалансовані пріоритети розвитку територій: концептуальні засади та організаційний механізм : монографія. Одеса: НАН України. Ін-т проблем ринку та економіко-еколог. дослідж. 2009. 371 с.

76. Галян Ж. А. Экотуризм в особо охраняемых участках природы Армении. Ереван, 2007.

77. Гаман П. І. Державне регулювання розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону України: автореф. дис. ... д-ра держ. упр.: 25.00.02. Київ, 2009. 40 с.
78. Ганжа Я. Л. Кластерна форма організації водного туризму. *Наукові праці*. Полтава, 2011. Вип. 2. Т. 3. С. 314–319.
79. Герасименко В. Г., Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія. Одеса: Астропринт, 2013. 335 с.
80. Гербера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 23. С. 29–31.
81. Гловацька В. В. Сільський зелений туризм: сутність, функції, основи організації. *Економіка АПК*. 2006. № 10. С. 148–155.
82. Голиков А. П., Грицак Ю. П., Казакова Н. А., Сидоров В. И. География мирового хозяйства: учеб. пособие. Киев: Центр учеб. лит., 2008. 192 с.
83. Головкова Л. С. Сукупний економічний потенціал корпорації: формування та розвиток: монографія. Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2009. 340 с.
84. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування: монографія. Львів: ЛДУФК, 2017. 340 с.
85. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посібник. Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
86. Григор'єва Я. В. Кластери як чинник активізації туристичної діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 7. С. 73–79.
87. Громико Ю. В. Що таке кластери і як їх створювати. *Альманах «Схід»*. 2007. № 1 (42). URL: <http://www.situations.ru//app/lib.htm> (дата звернення: 17.09.2019).



88. Гудковских М. В. Туризм в Тюменской области: потенциал и территориальная организация: дис. ... канд. географ. наук: 25.00.24. Пермь, 2018.

89. Гуменюк Ю. П. Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу (на прикладі Тернопільської області): автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01. Львів, 2005. 22 с.

90. Давиденко І. В. Організаційно-економічний механізм регулювання розвитку рекреаційної системи регіону: дис. ... канд. екон. наук: 08.02.03. Одеса, 2006. С. 72.

91. Давиденко Л. І. Державне регулювання сфери туризму на обласному рівні: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Донецьк, 2006. 21 с.

92. Данилова Н. А. Проблемы территориальной организации туризма и отдыха. *Материалы III Всес. совещ. по географическим проблемам туризма и отдыха*. Москва, 1976. С. 62–439.

93. Данильчук В. Ф. Туристичний бізнес у збалансованому розвитку економіки регіонів України. *Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. Щорічний науковий журнал. Серія «Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому»*. ДІТБ, 2013. № 17. С. 46–51.

94. Джанджугазова Е. А. Философия отелей, или новые концептуальные решения в гостиничном бизнесе. *Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития: сборник материалов Международной научно-практической конференции*. Москва: Прометей, 2014. 148 с.

95. Дехтяр Н. А. Державна підтримка розвитку туризму у цільових програмах: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Харків, 2011. 19 с.

96. Дмитренко В. М. Державне регулювання регіонального рекреаційно-туристичного комплексу: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Запоріжжя, 2008. 20 с.

97. Дмитрук В.І., Дяченко Л.А., Гриньох Н.В., Князевич А.О. «Безпечний чорнобиль» як новий напрям розвитку на міжнародному ринку

туристичних послуг. *Ефективна економіка*. № 1. 2020. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7618>.

98. Древінг С. Р Інституційні засади розвитку міжрегіональних інноваційних систем: роль інноваційних кластерів. *Проблеми сучасної економіки*. 2008. № 3. URL: [http://www.m\\_economy.ru/art.php?nArtId=2067](http://www.m_economy.ru/art.php?nArtId=2067) (дата звернення: 17.04.2018).

99. Дроздов А. В. Основы экологического туризма. Москва: Гардарики, 2005. 271 с.

100. Друк В. В. Концептуальні засади удосконалення державного управління у сфері розвитку гірського туризму. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили «Києво-Могилянської академії»*. (Серія «Державне управління»). 2011. Т. 176. Вип. 164. С. 146–149.

101. Дурович А. П., Бондаренко Г. А., Сергеева Г. М. Организация туризма. Минск: Новое знание, 2005. 640 с.

102. Дутчак С. В. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник для студентів вищих навч. закладів. Чернівці: Чернігів. нац. ун-т, 2001. 136 с.

103. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Київ: Видавничий центр «Академія», 2001. Т. 3. 848 с.

104. Жук І. З. Управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2015. 24 с.

105. Жук М. В. Экспортный потенциал региона: теория, методология, практика. Чернівці: Рута, 2002. 199 с.

106. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. Москва: Финансы и статистика, 2006. 200 с.

107. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе. Москва: КНОРУС, 2005. 356 с.

108. Жукова М. Менеджмент в туристическом бизнесе: учеб. пособие. Москва: КНОРУС, 2006. 192 с.

109. Забалдіна Ю. Б. Економічна діагностика та прогнозування розвитку регіонального ринку туристичних послуг: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01. Київ, 2006. 20 с.

110. Забалдіна Ю. Б. Економічна діагностика та прогнозування розвитку регіонального ринку туристичних послуг: дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01. Київ, 2005. 235 с.

111. Захарченко В. И., Осипов В. Н. Кластерная форма территориально-производственной организации. *Экономические кластеры как новая форма организации производства в регионе*. Одесса: Фаворит Печатный дом, 2010. Ч. 1. 122 с.

112. Захаренко Г. Н. Туристский потенциал региональной дестинации и эффективность его использования в индустрии туризма (на примере Пермского края): автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Санкт-Петербург, 2011. 29 с.

113. Захарченко П. В., Жваненко С. А. Модель інноваційного розвитку економіки національного курортно-рекреаційного комплексу. *Економіка та держава*. 2013. № 4. С. 47–50.

114. Зорин И. В. Туристская дестинация. *Роль туризма в модернизации экономики российских регионов*: сб. науч. статей по матер. междунар. науч. прак. конф., 8–10 июня 2010 г., Петрозаводск-Кондопога. Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2010. С. 71–75.

115. Зорин И., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: справочник. Москва: Финансы и статистика, 2000. 368 с.

116. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: справочник. Москва: Финансы и статистика, 2003. 368 с.

117. Зырянов А. И. Дестинация. *География*. 2013. № 6. С. 12–13.

118. Іванова З. О. Стратегічне управління підприємствами туристичної галузі. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. Серія: Економічні науки. 2015. № 6. С. 65–68. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutden\\_2015\\_6\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutden_2015_6_11) (дата звернення: 17.09.2019).

119. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: Организация деятельности. Учебник. Москва: Финансы и статистика, 2000. 256 с.
120. Ільїна О. В. Туризм. Рекреаційна географія: поняття і терміни / Луцький ін-т розвитку людини Відкритого міжнарод. ун-ту розвитку людини «Україна». Луцьк: Терен, 2004. 104 с.
121. Исмаев Д. К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации. Теория и практика деятельности туристских фирм. Москва: Академия, 2002. 192 с.
122. Исмиева Р. Т. Управление эффективностью функционирования организаций туристического бизнеса: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Махачкала, 2011. 147 с.
123. Камушков О. С. Управління розвитком туристичної сфери України: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.03. Запоріжжя, 2010. 25 с.
124. Капустина О. И., Ворох Н. И., Смирнова Г. А. Исследование рынка туристских услуг (на материалах Смоленской области): монография. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2014. 190 с.
125. Карташевская И. Ф. Теоретические аспекты кластерного моделирования в туризме. *Экономика Крыма*. 2011. № 3. С. 152–155.
126. Квартальнов В. А. Туризм. URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/kvartalnov\\_tourism10.htm](http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism10.htm) (дата звернення: 02.03.2019).
127. Квартальнов В. А. Туризм: теория и практика. *Избранные труды*. Москва: Финансы и статистика, 1998. С. 134.
128. Кирилова О. Маркетинг на ринку туристичних послуг. *Маркетинг в Україні*. 2009. № 3. С. 57–59.
129. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Київ, 2010. 502 с.
130. Кіфяк В. Ф. Розвиток рекреації і туризму як один із чинників формування інвестиційної привабливості регіону. *Економіка та право*. 2013. № 1. С. 128–132.

131. Кіфяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
132. Кларк О. Вино. Новая всемирная энциклопедия. Москва: Эксмо; Санкт-Петербург: TerraFantastica, 2004. 320 с.
133. Клейменов А. М., Сергеев Б. И. Инновационные процессы в развитии туризма. *Культура народов Причерноморья*. 2004. Т. 2. № 52. С. 62–66.
134. Ковальчук С. В., Миколишина В. В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. Т. 4. С. 60–65.
135. Козенков Д. Є., Вашкелевич В. В., Солошенко К. М., Якубова Е. П. Інноваційний розвиток та людський потенціал. Оцінка та стимулювання. Дніпропетровськ, 2004. 157 с.
136. Козловський Є. В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення та розвиток в Україні: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Київ, 2008. 24 с.
137. Колесник О. О. Формування класифікаційних ознак туризму в системі економічних аспектів розвитку суспільства. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки: економіка, організація і управління підприємством*. 2009. № 1 (47). С. 171–175.
138. Коль О. Д. Концептуальные основы формирования кластера туристических предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе. *Проблемы современной экономики*. 2010. № 1 (33). С. 379–393.
139. Коптюг В. А. Будущее цивилизации и проблемы развития. URL : [http : // www.prometeus.nsc.ru/koptyug/library/1994-01.ssi](http://www.prometeus.nsc.ru/koptyug/library/1994-01.ssi). (дата звернення: 09.06.2020).
140. Коробейникова Я. С. Екологічні проблеми територій туристичних дестинацій. Екологічна безпека та збалансоване природокористування: науково-технічний журнал. №1 (7), 2013. С. 91 – 94.

141. Корольчук Л. В. Механізм запровадження кластерної моделі розвитку туризму в транскордонному регіоні. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*). 2012. Вип. 9. С. 127–133.

142. Корчинська О. О. Розвиток підприємництва в сфері сільського зеленого туризму: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Львів, 2015. 264 с.

143. Кравців В. С., Полюга В. О., Гулич О. Науково-методичні підходи та алгоритм розробки регіональних програм розвитку рекреаційної сфери. *Соц.-екон. дослідж. в перехід. період. ринк. трансформація України: пробл. та перспективи*: зб. наук. пр. 2004. Вип. 1. С. 9–17.

144. Кравченко Н. О. Рекреаційне господарство Полісся: сучасний стан та перспективи розвитку. Ніжин: МІЛАНІК, 2007. 172 с.

145. Краєвська О. А. Концептуальні засади та інституційні механізми політики Європейського Союзу у сфері туризму: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.04. Львів, 2007. 19 с.

146. Крачило М. П. Географія туризму. Київ: Вища шк., 1987. 208 с.

147. Крачило Н. П. Основы туризоведения. Киев, 1980. 120 с.

148. Криков С. В. Винный путь в Молдове. URL: <http://www.vinmoldova.md/index.php?mod=content&id=184/> (дата звернення: 09.10.2018).

149. Крушинська А. В. Особливості бюджетного стимулювання інвестиційної привабливості туристичного комплексу з урахуванням зарубіжного досвіду. *Стратегічні напрямки соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації*: зб. тез міжнар. наук.-практ. конф., 18–20 квітня 2013 р. Хмельницький: Хмельницький університет управління та права, 2013. С. 207–209.

150. Ксифілінова О. М. Проблеми забезпечення стійкого розвитку регіонального туризму та шляхи їхнього рішення. *Бізнес Інформ*. 2011. № 9. С. 96–98.

151. Кузьменко Р. В. Кластерний підхід організації виробничої взаємодії підприємств. *Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. Секція «Економіка. Менеджмент. Підприємництво»*.

2008. № 20. С. 1–6. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/Emp/2008\\_20/kuzmenko.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Emp/2008_20/kuzmenko.pdf) (дата звернення: 23.09.2018).

152. Кузьмін О. Є. Актуальне дослідження інноваційного розвитку туризму. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2013. № 2. С. 124–128. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu\\_2013\\_2\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2013_2_13) (дата звернення: 29.03.2019).

153. Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Сучасний стан розвитку туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. Вип. 2 (12). URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_2\\_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_36) (дата звернення: 15.01.2019).

154. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.

155. Левицька С. О., Скрипчук П. М. Про відтворення ресурсного потенціалу України в контексті її інтеграції в ЄС. *Економіка України*. 2014. № 12. С. 87–91.

156. Лісовий А. В., Сікач А. А. Туризм на сільських територіях в контексті розвитку несільськогосподарської зайнятості. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва*. 2020. № 1. С. 208–216.

157. Луганська Т., Кампов Н. Розвиток рекреаційно-туристичної діяльності на регіональному рівні. *Регіональні студії: збірник наукових праць*. Ніжин, 2007. 308 с.

158. Лысенко Н. Н. Совершенствование оценки потенциала туристского комплекса: на примере Сахалинской области: дисс. ... канд. экон. наук. Хабаровск, 2009. 174 с.

159. Любіцева О. О. Методика розробки турів. Київ: Альтерпрес, 2008. 300 с.

160. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.

161. Люльчак З. С., Ліпенцев А. А., Галушак Ю. І. Національний бренд та брендинг у контексті міжнародних подій. *Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка»*. 2012. № 735. С. 127–136.
162. Мазаракі А. А., Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В. Туристські дестинації (теорія управління брендом): монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
163. Макаров М. Ю. Объективная необходимость перехода к устойчивому развитию туристских территорий. *В мире научных открытий*. Красноярск. 2015. № 9.1(69). С. 352–364
164. Максимов В. В. Економічний потенціал регіону. Аналіз, оцінка та використання. Луганськ: ВНУ ім. В. Даля, 2002. 360 с.
165. Малишева О. В. Державне управління сферою туризму та охороною культурної спадщини (регіональний аспект): автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Харків, 2008. 20 с.
166. Малімон В. В. Перспективи організації регіонального кластеру медичного туризму у стоматології. *Економічний простір*. 2013. № 70. С. 72–81.
167. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Паньків Н. М. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: монографія. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2008. 268 с.
168. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія і практика: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 424 с.
169. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. В. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник. Київ: Центр навч. літ., 2004. 272 с.
170. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації): автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.05. Львів, 2011. 40 с.
171. Мальчик М. В., Онищук Н. В. Туристські центри в маркетинговій стратегії розвитку регіонів. *Становлення сучасного українського суспільства: політичні, управлінські, економічні та правові аспекти*: тези допов. всеукр.



наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 березня 2015 р.): у 2 ч. / М-во освіти і науки України; М-во культури України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2015. Ч. II. С. 214–216.

172. Манильская декларация по мировому туризму. Организация туризма: учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева и др.; под общ. ред. Н. И. Кабушкина и др. Минск: Новое знание, 2003. 632 с.

173. Марченко О. А. Вплив глобальних та регіональних чинників суспільно-економічного розвитку на структуру туристичного ринку. *Україна-Польща: діалог культур в контексті євро інтеграції*: матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25–27 вересня 2014 р.). Запоріжжя: ЗДІА, 2014. Т. 1. С. 133–135.

174. Матвієнко А. В. Еколого-економічні механізми управління територіальним рекреаційним комплексом в умовах глобалізаційних процесів: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.06. Херсон, 2010. 24 с.

175. Мартышенко Н. С. Кластерный подход к пространственному развитию туристских дестинаций региона (на примере Приморского края). *Экономические науки*. 2010. № 1. С. 143–147.

176. Маршалл А. Принципы экономической науки. Москва: Директмедиа Паблишинг, 2008. Т. 1. 408 с.

177. Масляк П. О. Рекреаційна географія: навч. посібник. Київ: Знання, 2008. 343 с.

178. Масюк Ю. О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2017. 318 с.

179. Мацала В. І. Формування і розвиток рекреаційно-туристичного комплексу Закарпатської області: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.02. Львів, 1996. С. 17.

180. Машкевич Е. А. Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики. *Известия Иркутской государственной экономической академии*. 2007. № 6. С. 89–92.

181. Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму. *Державне будівництво*. 2010. № 2. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2010-2/index.html> (дата звернення: 15.11.2018).
182. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
183. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: учебник / Л. И. Лукичева, В. А. Квартальнов, В. А. Исаев и др. Москва: Финансы и статистика, 2003. 353 с.
184. Метеленко Н. Г. Виробничий потенціал як фактор забезпечення розвитку внутрішнього господарського механізму промислових підприємств. *Ефективна економіка*. 2010. № 7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=26> (дата звернення: 05.02.2019).
185. Миронов Ю. Б. Чинники перспективного розвитку туристичного бізнесу в СЕЗ «Курорт поліс Трускавець». *Ринок*. 2003. № 4. С. 5.
186. Михайлова Н. Хорватія: Історія у вині. *Міжнародний туризм*. 2011. № 6 (102). С. 58–61.
187. Молнар О. С. Управління розвитком туристично-рекреаційного комплексу регіону (на прикладі Закарпатської області): автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.02.03. Ужгород, 2006. 20 с.
188. Монтиньяк М. Чудесные свойства вина. Как пить, чтобы укрепить здоровье. Москва: ОНИКС, 1999. 240 с.
189. Моран О. І. Розвиток туристичного ринку в економічній системі регіону: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Львів, 2008. 22 с.
190. Никонов А. А., Страхова О. А., Слюзберг М. О. Управление результатами и затратами в научно-технических организациях машиностроения. Ленинград: Машиностроение, 1988. 79 с.
191. Никоноров С. М. Социально-экономический механизм формирования региональных комплексов туризма: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Москва, 2005. 167 с.

192. Ніколаєв Ю. О. Туристичні кластери в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 4 (47). С. 336–341.
193. Новиков В. С. *Инновации в туризме*. Москва: Академія, 2007. 208 с.
194. Новикова В. Оптимізація рекреаційної діяльності як важлива умова збалансованого розвитку регіону. *Регіональні студії: збірник наукових праць*. Ніжин, 2007. 308 с.
195. Нудельман М. С. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования. Київ: Наук. думка, 1987. 131 с.
196. Обґрунтування доцільності реалізації кластерної моделі розвитку україно-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму. URL: <http://touvlp.net> (дата звернення: 18.11.2019).
197. Організаційно-економічний механізм розвитку регіону: трансформаційні процеси та їх інституційне забезпечення: монографія / за ред. д. е. н., проф. А. Ф. Мельник. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 608 с.
198. Організація туризму: підручник / І. М. Писаревський, С. О. Погасій, М. М. Покоłodна та ін. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
199. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.
200. Павлюк А. П. Кластерна модель регіональної економіки: теоретико-методологічні засади. *Науково-теоретичний економічний журнал «Продуктивні сили України»*. 2009. № 1 (005). С. 105–115.
201. Пазенок В. С., Федорченко В. К., Любивий Я. В. Філософія туризму: навч. посібник. Київ: Кондор, 2009. 268 с.
202. Пазенок В. С. Філософія туризму в системі соціальної філософії. *Наукові записки КУТЕП. Серія: філософські науки*. Київ: КУТЕП, 2009. Вип. 6. С. 7–17, 9–10.
203. Паламарчук М. М., Паламарчук О. М. Економічна і соціальна географія України з основами теорії: посібник для викладачів економічних і географічних факультетів вузів, наукових працівників, аспірантів. Київ: Знання, 1998. 416 с.

204. Папирян Г. А. Маркетинг в туризме. Москва: Финансы и статистика, 2001. 206 с.
205. Писаревський І. М., Абрамов В. В., Покоłodна М. М., Погасій С. О. Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект. Харків: ХНАМГ, 2009. 276 с.
206. Побирченко В. В., Воронин И. Н. Культура народов Причерноморья. Природоохранно-рекреационное природопользование: принципы организации и функционирования. 2001. № 16. С. 79.
207. Поліщук А. О. Державне регулювання детінізації туристичного бізнесу: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Запоріжжя, 2009. 20 с.
208. Попова О. Ю., Бакурова А. В., Діденко А. В. Метод оцінювання унікальності тур продукту. *Бізнес Інформ*. 2015. № 6. С. 73–78.
209. Портер М. Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
210. Портер М. Конкуренция. Киев: Вильямс, 2006. 258 с.
211. Популярність винного туризму продовжує рости. *Nobel-леди*. URL: <http://www.nobel.kiev.ua/one/2714-8007.html> (дата звернення: 14.12.2019).
212. Потапова И. И., Видищева Е. В. Создание туристского кластера как фактор устойчивого комплексного развития туризма в регионе. *Вестн. Сочинского государственного ун-та туризма и курортного дела*. 2008. № 3–4 (5–6). С. 52–65.
213. Похильченко О. А. Особливості взаємовідносин суб'єктів усередині кластеру. *Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Економічні науки*. 2009. № 26. С. 45–49.
214. Прайс В. Людська поведінка: фактор у прикладній економіці. *Перспективні дослідження*. 1999. № 2. С. 3–16.
215. Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського, авт. кол.

І. М. Писаревський, В. В. Абрамов, М. М. Покогодна, С. О. Погасій та ін. Харків: ХНАМГ, 2009. 276 с.

216. Програма розвитку рекреаційно-курортного комплексу та туризму з Запорізькому районі на 2016–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 22.06.2016 № 5.

217. Проект концепції створення кластерів в Україні. URL: <http://biznes.gov.ua> (дата звернення: 17.07.2019).

218. Проскураков В. М., Самоукин А. И. Экономический потенциал социальной сферы: содержание, оценка, анализ. Москва: Экономика, 1991. 159 с.

219. Прудский В. Т., Бурьлова Л. Г., Голиков О. П. Туристский потенциал регионов РФ: понятие, структура, оценка. Пермь, 2005. С. 6.

220. Пугач Н. А. Особливості кластерного підходу в розвитку сільського туризму в Україні. *Науковий вісн. Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України. (Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес»)*. 2013. Вип. 181. С. 267–273.

221. Пурська І. С. Значення міжнародного туризму в суспільно-економічному розвитку країни. *Вісник ЛНУ імені Івана Франка*. Львів, 2014. Вип. 51. С. 268–274.

222. Рекреационная география: учеб.-метод. комплекс / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, Т. Н. Одинцова; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. Москва: Флинта: Моск. психол.-соц. ин-т, 2005. 493 с.

223. Римар М. В., Курницький В. І. Вектори організаційно-правового удосконалення практики функціонування національного природно-заповідного фонду. *Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка»*. 2014. № 797. С. 135–139.

224. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов та ін. Одеса: Астропринт, 2013. 335 с.

225. Романів О. Я., Твердохліб О. І. Напрями удосконалення територіальної організації сільського зеленого туризму Рівненської області /

*Проблеми розвитку вищої школи та економіки в XXI столітті*: збірник тез виступів учасників Міжнародної науково-практичної конференції. Рівне: РВЦ МЕРУ ім. акад. С. Дем'янчука, 2013. С. 307–311.

226. Румянцев К. Н. Новейшие проявления интеграционных процессов. *Альманах: Наука. Инновации. Образование.* 2008. Вып. 7. С. 52–72.

227. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Туристичний комплекс Карпатського регіону України: монографія. Чернівці: Книги – XXI, 2008. 440 с.

228. Савіна Н. Б. Інвестиції як передумова розвитку економічних систем. *Економіка: реалії часу і перспективи*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (20–21 лютого 2014 року). Одеса: Одеський національний політехнічний університет, 2014. С. 100–110.

229. Савіна Н. Б. Організаційно-інституційний механізм державного управління інвестиціями у економіку країни. *Державне управління та місцеве самоврядування: актуальні проблеми та шляхи їх вирішення*: тези II Міжнародної науково-практичної конференції (24–25 квітня 2014 року). Рівне: НУВГП, 2014. С. 17–19.

230. Сазонець І. Л., Стоян К. С. Сутність та концептуальні підходи до формування механізму управління підприємствами з надання послуг міжнародного туризму. *Ефективна економіка.* 2013. № 8. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2013\\_8\\_66](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_8_66) (дата звернення: 05.05.2019).

231. Сайт Всемирной туристской организации. URL: <http://www2.unwto.org/ru> (дата звернення: 18.03.2019).

232. Свірідова Н. Д. Концепція сталого розвитку туризму в сучасних умовах. *Культура народів Причорномор'я.* 2009. № 176. С. 166–168.

233. Святохо Н. В. Концептуальные основы исследования туристского потенциала региона. *Экономика и управление.* 2007. №2. С. 30–36.

234. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб. пособие. Москва: КНОУРС, 2007. 256 с.

235. Семененко В. С. Производственный потенциал предприятий аграрного сектора как экономическая система. *Наукові праці Південного філіалу Національного університету біоресурсів і природокористування України «Кримський агротехнологічний університет»: Економічні науки*. 2012. Вип. 143. С. 278–283.

236. Семенова Н. Н. Наука как фактор глобализации. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf> (дата звернення: 25.07.2019).

237. Сильванская Г. Н., Попович А. В. Кластерный подход к позиционированию в туризме. *Методи та засоби управління розвитком транспортних систем*. 2013. Вип. 1. С. 159–180.

238. Сисоєва С. І. Механізми управління туристичним бізнесом в Україні. *Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр.* Харків: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2014. № 2. С. 75–80.

239. Смирнов І. Г. Логістичне оцінювання рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму). *Велика Волинь: наук. зб.* Житомир, 2009. Вип. 42. С. 239–246.

240. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ: Видавничий дім «Слово», 2006. 372 с.

241. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності. Київ: Грамота, 2006. 264 с.

242. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці. Київ: Логос, 2004. 847 с.

243. Соловійов Д. І. Вдосконалення понятійного апарату теоретичного забезпечення функціонування туристичної сфери. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2011. № 4 (16). С. 82–88.

244. Стеченко Д. М., Безуглий І. В. Інноваційна політика кластероутворення в рекреаційно-туристичній сфері України. *Наук. вісн. Черніг. держ. ін-ту економіки і упр. Сер. Економіка*. 2014. Вип. 2. С. 9–18.

245. Стеченко Д. М. Наукова сутність процесу кластеризації в сфері туризму. *Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права*. 2004. № 1–2. С. 376–380.

246. Стеченко Д. М. Теоретичні аспекти дослідження природно-рекреаційного потенціалу регіону. *Національний вісник ЧДЕУ*. 2009. № 2. С. 65–76.

247. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко й ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ, 2010. 596 с.

248. Стройко Т.В., Жеребцова Л.К. Соціальні аспекти розвитку міжнародного туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 19. 2017. с.639-644. URL.: <http://global-national.in.ua/archive/19-2017/123.pdf>. (дата звернення: 16.11.2019).

249. Стройко Т.В., Ле Ван Шон Туристичний досвід В'єтнаму: уроки для України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2018. Випуск 17. Ч.2. С.96–100.

250. Суходуб В. С. Роль міжнародного туризму в економічному розвитку країн світу. *Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2007. № 12. С. 245–251.

251. Сфера услуг: экономика: учеб. пособие / под ред. Т. Д. Бурменко. Москва: КНОРУС, 2007. 328 с.

252. Талах В. І. Методологічні засади дослідження чинників формування, використання та відтворення економічного потенціалу регіону. *Економічні науки. Серія «Облік та фінанси»*. 2011. Вип. 8 (29). Ч. 4. URL: <http://www.nbuv.gov.ua.portal> (дата звернення: 15.11.2018).

253. Темник І. О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. *Ефективна економіка*. URL: <http://tourism-book.com/books/book-34/chapter-1372/> (дата звернення: 16.10.2018).



254. Терехух А. А. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.12. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnltu/20\\_12/265\\_Ter.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/20_12/265_Ter.pdf) (дата звернення: 18.12.2018).
255. Тищенко А. Н., Петрова Н. Б. Особенности формирования туристского кластера. Харьков: ИД «ИНЖЭК», 2010. 323 с.
256. Ткаченко Т. І. Концептуальні основи формування механізму управління в сфері туризму. *Наук. вісн. Чернів. торг.-екон. ін-ту КНТЕУ*. Чернівці: АНТ Лтд, 2005. Вип. IV: Екон. науки. Ч. 1. С. 209–220.
257. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.
258. Ткаченко Т. І. Територіально сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу. *Культура народів причерномор'я*. 2006. № 81. С. 56–64.
259. Ткаченко Т. І., Соколова К. О. Теоретичні аспекти формування туристичного потенціалу підприємств. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка*. 2011. Вип. 1. С. 207–112.
260. Топчієв О. Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики: навч. посібник. Одеса: Астропринт, 2005. 632 с.
261. Трусова Т. С., Алексєєв І. В. Соціально-економічні передумови і наслідки туристичної діяльності. *Бізнес Інформ*. 2014. № 4. С. 191–195.
262. Трусова Т. С., Твердохліб О. І., Романів О. Я. Попит на сільський зелений туристичний продукт Рівненської області. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. Т. 1. № 6. С. 202–209.
263. Туризм и гостиничное хозяйство / Л. П. Шматько, Л. В. Жолобова, Г. И. Ляшко и др. Москва; Ростов-на-Дону: Издательский центр «Март», 2005. 352 с.
264. Туристский продукт. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Туристский\\_продукт](http://ru.wikipedia.org/wiki/Туристский_продукт) (дата звернення: 14.09.2019).

265. Туристські дестинації (теорія управління брендом): монографія / за ред. А. А. Мазаракі, авт. кол. А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко та ін. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

266. Угоднікова О. І. Державне управління розвитком галузі туризму: теорія та практика. *Теорія та практика державного управління*: зб. наук. пр. Харків: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2018. Вип. 3 (62). С. 60–66.

267. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме. Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. 285 с.

268. Фалько Є. А. Розвиток інформатизації міжнародного туристичного бізнесу в умовах глобалізації: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02. Дніпропетровськ, 2014. 238 с.

269. Федорченко В. К., Мініч І. М. Туристський словник. Київ: Дніпро, 2000. 160 с.

270. Федулова Л. І. Концептуальні засади державної регіональної промислової політики в умовах інноваційного розвитку. *Стратегічні пріоритети*. 2008. № 1 (6). С. 112–119.

271. Федулова Л. І. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України. Київ: Вид-во УкрІНТЕІ, 2007. 812 с.

272. Федулова І. В. Обґрунтування напрямів інноваційного розвитку підприємств хлібопекарної галузі: монографія. Київ: НУХТ, 2012. 512 с.

273. Федулова І. В. Стратегічні напрями розвитку інноваційного потенціалу промислових підприємств. *Науковий вісник ВНУ імені Лесі Українки. Серія: Економічні науки*. 2010. № 5. С. 65–70.

274. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.

275. Харт Д. А. Инновационные кластеры: основные идеи. *Публикации Института региональных инновационных систем*. URL: <http://www.innosys.spb.ru/?id=886> (дата звернення: 18.10.2019).

276. Хвесик М., Бистряков І. Парадигмальний погляд на концепт сталого розвитку України. *Економіка України*. 2012. № 6. С. 4–12.

277. Худеньких Ю. А. Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края. *География и туризм*: сб. науч. тр. Перм. ун-та. Пермь, 2006. Вып. 2. С. 217–230.

278. Царенко О. В., Шпак Л. О. Розробка механізму залучення фінансових інвестицій в туристично-рекреаційний комплекс регіону. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 6. С. 11–14.

279. Чепурда Л. М. Регіональна сфера послуг: проблеми і перспективи: монографія. Черкаси: Видавець Вовчок О. Ю., 2013. 367 с.

280. Чернышев Д. А. Глобализационные и интеграционные процессы в управлении предприятиями индустрии туризма. *Российское предпринимательство*. 2011. № 4. Вып. 2 (182). С. 147–152.

281. Черчик Л., Коленда Н. Стратегічний потенціал рекреаційної системи регіону: теорія, методологія, оцінка: монографія. Луцьк: ЛНТУ, 2008. 224 с.

282. Черчик Л. М. Формування та розвиток територіальної рекреації системи регіону (на прикладі Волинської області): автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01. Львів, 1999. 20 с.

283. Шабардіна Ю. Рекреаційний потенціал як складова продуктивних сил регіонального економічного простору: дис. ... канд. екон. наук. Чернігів, 2011. 312 с.

284. Шаблій О. І. Основи загальної суспільної географії. Львів: Львів. ун-т ім. І. Франка, 2003. 444 с.

285. Шаптала О. С. Державне управління сферою рекреаційного обслуговування в Автономній Республіці Крим в умовах ринкових відносин: автореф. дис. ... д-ра держ.упр.: 25.00.02. Київ, 2005. 36 с.

286. Швец И. Ю. Интеграция субъектов регионального рынка как фактор роста эффективности туризма. URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/shvec2.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/shvec2.htm) (дата звернення: 18.12.2018).

287. Швец И. Ю. Пространственно-региональная кластеризация туристического комплекса. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 2. С. 65–73.
288. Школа І. М., Ореховська Т. М., Козменко І. Д. Економічний потенціал регіону: пріоритети використання: монографія. Чернівці, 2003. 464 с.
289. Шкуратов О. І. Інвестиційна політика збалансованого розвитку аграрного сектора економіки. Збалансоване природокористування. 2012. № 1. С. 30-35.
290. Шмагіна В. В. Механізми мобілізації природно-ресурсного потенціалу розвитку рекреації та туризму (на прикладі Українського Причорномор'я): дис. ... канд. екон. наук: 08.08. Одеса, 2001. С. 39.
291. Шпак Л. О. Регулювання економічного розвитку туристично-рекреаційних комплексів регіонів України: методологія формування, теорія та практика. Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2014. 324 с.
292. Шульга М. Освоєння особистістю соціокультурного простору життя через туризм. *Соціальний ареал життя особистості*. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2005. С. 196–208.
293. Щепанський Е. В. Науково-методичні засади стимулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01. Київ: Наук.-дослід. екон. ін-т М-ва економіки та з питань європ. інтеграції України, 2003. 17 с.
294. Экономика современного туризма / под ред. д. э. н. Г. А. Карповой. Москва; Санкт-Петербург: Торговый дом «Герда», 1998. 412 с.
295. Юрченко С. А. Инфраструктура мира. Харьков: ХНУ им. В. Н. Каразина, 2006. 328 с.
296. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Управління розвитком лікувально-реабілітаційного та оздоровчого туризму в Україні. *Modern Problems of Improve Living Standards in a Globalized World: Conference Proceedings of the II International Scientific Internet-Conference (December 8, 2017,*

Opole – Berdyansk – Tbilisi – Slovyansk – Kropyvnytsky). 2017. С. 158–165.

297. Юхновська Ю. О. Комплексний метод оцінки ефективності потенціалу туристичної галузі. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. Чехія, 2019. Vol. 5. Iss. 2. P. 71–78.

298. Юхновська Ю. О. Світовий досвід функціонування туристичних кластерів країни. *Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України*: зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених (21 лист. 2019 р.) / Харків. нац. автомобільно-дорожн. ун-т. Харків: ХНАДУ, 2019. С. 313–315.

299. Юхновська Ю. О. Сучасний стан транспортної інфраструктури туристичної галузі України. *Проблеми економіки транспорту*: збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Дніпро: Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2018. Вип. 16. С. 76–84.

300. Юхновська Ю. О. Теоретичні засади збалансованого розвитку потенціалу національної туристичної галузі. *Review of transport economics and management*: збірник наукових праць Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Дніпро: Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2020. Вип. 3(19). С. 197–209.

301. Юхновська Ю. О. Теоретичні підходи до визначення сутності туристичного потенціалу регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Київ, 2019. Т. 30 (69). № 1. С. 42–46.

302. Юхновська Ю. О. Теоретичні підходи щодо дослідження розвитку туристичної галузі України. *Universum N V: Proceedings of International Scientific Conference*. Morrisville: Lulu Press, 2019. P. 36–39.

303. Юхновська Ю. О. Теоретичний підхід до визначення економічної категорії «туристичний кластер». *Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал*. Херсон, 2019. Вип. 6.1 (56). С. 131–135.
304. Юхновська Ю. О. Теорії формування та розвитку регіонального потенціалу туристичної галузі України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: X Міжнародна науково-практична конференція*. Черкаси, 2019. С. 87–89.
305. Юхновська Ю.О. Формування та розвиток потенціалу туристичної галузі: регіональний аспект : монографія. Запоріжжя. Просвіта, 2020. 312с.
306. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: учеб. пособие. Москва: РДЛ, 2004. 376 с.
307. Янг Лоурен Є. Технопарки та кластери фірм. Київ: ПЕРУ, 1995. 121 с.
308. Яровий В. Ф. Розвиток підприємств туризму та сільського зеленого туризму: теорія, методологія, практика: дис. ... д-ра екон. наук (доктора філософії): 08.00.04. Харків, 2018. 380 с.
309. Andersson T. The cluster policies whitebook / S. S. Serger, J. Sorvik, E. W. Hansson. IKED, 2004. 250 p.
310. Beritelli P. Social network analysis in destination management. Univerit of St. Gallen, 2009. URL: <http://etourism.economia.unitn.it/documents/3.pdf> (дата звернення: 17.05.2019).
311. Brandenburger A. M., Nalebuff B. J. Co-Opetition. New York: Doubleday Publishing, 1996. 304 p.
312. Brandham L. Otago Polytechnic College. URL: [http://wikieducator.org/Tourist\\_Destinations](http://wikieducator.org/Tourist_Destinations) (дата звернення: 19.10.2018).
313. Clawson M., Knetsch J. The Economics of Outdoor Recreation. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1966.
314. Enright M. Regional clusters and economic development: a research agenda. Division of Research, Harvard Business School, 1996.

315. Enright M. J. Regional clusters: What we know and what we should know. Berlin: Springer Verlag, 2003. P. 99–129.

316. Framke W. The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2002. Vol. 2. № 2. P. 92–108.

317. Goldner C. R., Ritchie J. R. B., McIntosh R. W. *Tourism Principles. Practices and Philosophies*. N. Y.: John Wiley & Sons, 2000. 350 p.

318. Hunziker W., Krapf K. *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zurich: Polygraphischer Verlag AG. S. 21.

319. Ketels Ch. H. M. *European Clusters. Structural Change in Europe: Innovative City and Business Regions*. Germany: Hagbarth Publications, 2004. Vol. 3. URL: [http://www.scribd.com/doc/2026077/Ketels\\_European\\_Clusters\\_2004](http://www.scribd.com/doc/2026077/Ketels_European_Clusters_2004) (дата звернення 17.10.2018).

320. Kotler P., Haider D. H., Rein I. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: Free Press. 1993. 400 p.

321. Krippendorf J. *Marketing im Fremdenverkehr*. 2. Auflage. Bern; Frankfurt am Main; Las Vegas, 1980.

322. Leiper N. The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. *Annals of Tourism Research*. 1979. Vol. 6. № 4. P. 390–407.

323. Lew A. Framework of Tourist Attraction Research. *Annals of Tourism Research*. 1987. Vol. 14. № 4. P. 553–575.

324. Roelandt T. J. A summary report of the focus group on clusters. URL: <http://www.oecd.org/dataoecd/56/47/2369025.pdf> (дата звернення: 17.10.2018).

325. Rosenfeld S. Bringing business clusters into the mainstream of economic development. *European Planning Studies*. 1997. Vol. 5. P. 3–23.

326. The Global Economy.com. URL: <http://www.theglobaleconomy.com/>.

327. Swarbrooke J. *The Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1995.

328. USAID Tourism destination management. Official page. URL: <http://www.usaid.gov/documents/2151/tourism-destination-management> (дата звернення: 18.11.2018).

329. Voynarenko M. P. Investment Attraction. *Social aspects and financing of industrial restructuring*: Regional Forum, 26 and 27 November 2003. Moscow.

330. World Commission on Environment and Development (2012), "The Future we want", New York, USA.



## РОЗДІЛ 2

### МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

#### **2.1. Методи оцінювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі**

Туристична галузь є різноманітною, вона у своїй діяльності об'єднує прямо або опосередковано велику кількість різних господарств, в тому числі громадське харчування, засоби розміщення, транспортну інфраструктуру, культуру, мистецтво, торгівлю, фінансові установи, страхування, розважальні заклади тощо.

Для успішного управління збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі необхідно дослідити значну кількість факторів, які впливають на привабливість будь-якої області України.

Для того, щоб врахувати усі чинники і визначити вплив на збалансований розвиток і можливість підвищення привабливості туристичної галузі областей України, необхідно розробити методику оцінки ефективності потенціалу туристичної галузі.

Методика оцінки економічної ефективності збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі полягає у визначенні економічних, соціальних і екологічних перспектив, а також прямого економічного ефекту від організації певного виду туризму.

Оцінка потенціалу туристичної галузі країни є важливою передумовою у плануванні цієї галузі. Без системи оцінювання потенціалу туристичної галузі ускладнюється розробка програми збалансованого розвитку туризму загалом.

Сьогодні дослідженню світового та національного розвитку потенціалу туристичної галузі та його методів оцінки присвячено багато наукових праць і розробок з туризму, але єдиної методики оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі досі не визначено.

Єдина науково обґрунтована методика для оцінки привабливості туристичної території відсутня.

Існуючі методики оцінки потенціалу туристичної галузі можна поділити на групи:

- спрямовані на оцінку окремих ресурсів чи груп ресурсів;
- за допомогою яких відбувається комплексна оцінка туристичних територій;
- пов'язані з оцінкою результатів роботи туристичної галузі;
- спрямовані на визначення можливостей ефективного використання потенціалу (ресурсів) туристичної галузі.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначає достатньо чітко показники, що можуть характеризувати результати функціонування туризму в країні. Це, в першу чергу, кількість прибуттів і доходи від міжнародного туризму [71; 84; 85]. Але навіть під час швидкого перегляду порівняльних таблиць із кількістю туристів (прибуттів) неможливо не звернути увагу на той факт, що на сьогодні WTO використовує декілька принципів (методик) щодо розрахунку кількості іноземних туристів, а саме:

TF (International tourist arrivals at frontiers, overnight visitors, i.e. excluding same-day visitors) – методика враховує тільки тих відвідувачів країни, які знаходилися більше доби, тобто виключаються одноденні екскурсанти [85];

VF (International visitors arrivals at frontiers, tourists and same-day visitors) – у цій методиці враховуються усі іноземні громадяни, що перетнули кордон конкретної держави, навіть якщо термін їх перебування складав менше 24 годин [85];

THS (International tourists arrivals at hotel and similar establishments) – така методика передбачає розрахунок тільки тих туристів, які зупинялися у готелях та аналогічних засобах розміщення; у такому випадку абсолютно не обов'язковим є факт їх перебування на території країни більш ніж 24 години [85];

TCE (International tourists arrivals at collective tourism establishments) – ця методика спрямована на підрахунок усіх туристів, що користуються будь-якими закладами розміщення.

Інший показник, що характеризує рівень розвитку світового туризму – доходи від міжнародного туризму, є суперечливим. При його розрахунку використовують непрямі методи, які систематизовано у спільній методиці ООН, ВТО та ОЕСР (Організація економічного співробітництва та розвитку), що має назву TSA (Tourism Sattelite Account – Методика додаткового (супутнього) рахунку) [83; 84; 85].

Ця методика постійно критикується через можливість викривлення науковцями результатів, але також необхідно відзначити, чим більше рівень дослідження, тим складніше розробити і впровадити певну методику, яка була б унікальною та відповідала вимогам часу і галузі, а також була б максимально точною.

На Міжнародній конференції зі статистики подорожей та туризму, яку організувала ЮНВТО, затверджено методику та рекомендації зі статистики туристичної галузі, згідно з якими розроблено перелік основних показників, основними з яких є: кількість прибуттів; тривалість перебування туриста в країні; витрати туристів, пов'язані з подорожжю; доходи від туризму [3, с. 35, с. 42].

Але згідно з цією методикою можливо зробити тільки кількісний аналіз, при якому не враховуються чинники, які впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі окремих областей України, не враховується дійсний стан проблем збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни, що не дає можливості повного планування.

За Методикою розрахунку обсягів туристичної діяльності встановлено такі показники статистики туризму в Україні: кількість іноземних (в'їзних) відвідувачів; кількість іноземних (в'їзних) туристів; кількість внутрішніх туристів; кількість суб'єктів туристичної галузі; обсяг туристичного

споживання; обсяг послуг, наданих підприємствами туристичній галузі [1, с.51].

Фахівцями та науковцями розроблено велику кількість методик побудови узагальнюючих показників різних процесів та явищ [6; 32; 47; 54]. Відносно оцінки розвитку потенціалу туристичної галузі країни одними з найперших можна вважати моделі І. Зоріна та В.Азара [2; 32, с.61-63], згідно з якими оптимізація та розвиток потенціалу туристичної галузі ґрунтуються на невеликій кількості статистичних показників туристичної галузі та не відображають стан потенціалу туристичної галузі України. У запропонованій моделі І. Зоріна визначальними є мінімальні витрати часу на пересування до місця розташування туристичної системи, у якій не враховуються наявність та збалансованість в областях України туристичних ресурсів. На думку В. Азара, найважливішим при визначенні місця розташування туристичних зон є кількість курортів, які можуть незалежно від сезонності приймати відповідну кількість туристів з якісним наданням туристичних послуг для відпочинку. За цими методами досліджується вигода виробника туристичних послуг, а не туриста, що є значним недоліком [2].

Єдиної методики щодо комплексної оцінки привабливості потенціалу туристичної галузі не існує. Проведені науковцями та фахівцями дослідження торкаються лише окремих складових чи суміжних процесів туристичної галузі, а саме: методика оцінювання природних ресурсів, яку розробили М. Жук., В. Кравців, Л. Гринів, С. Кузик, В. Павлов та інші [16; 28; 44]; методика оцінювання матеріально-технічної бази туризму пропонується в роботі Л. Іванової [22]; оцінка рекреаційної привабливості областей країни на базі ентропії наводиться у статті Г. Бакурової та Д. Очеретіна [8]; моделі оптимального розміщення туристичних комплексів та оптимальної організації функціонування туристично-рекреаційних систем розглядаються у праці О. Шершньової [65].

Окремі показники, за якими можна оцінити ефективність розвитку туристичної галузі, пропонує В. Квартальнов, а саме: обсяг туристичного

потоків в державу; стан та розвиток матеріально-технічної інфраструктури туристичної галузі; показники фінансово-економічної діяльності туристичного підприємства; середній обсяг туристичних витрат за добу; показники розвитку міжнародного туризму [27, с.57].

Класичного підходу дотримується О. Ушакова, яка визначила такі напрями оцінки окремих елементів потенціалу туристичної галузі:

- медико-біологічна оцінка, що пов'язана із ступенем комфортності перебування туриста у рекреаційних центрах, така оцінка враховує природні, лікувальні, кліматичні та інші фактори аналогічної спрямованості, які сприяють відновленню фізичного стану відпочивальників;

- психо-естетична оцінка передбачає оцінку атрактивності природних ландшафтів, пейзажів тощо, а також визначення позитивного впливу природних факторів на емоційний стан рекреантів;

- технологічна оцінка, яку потрібно проводити з позиції організаторів відпочинку, як на державному чи місцевому рівні, так і на рівні окремих підприємств, метою якої є визначення перспективних напрямів розвитку туризму на певних територіях;

- економічна оцінка є значно ширшою за своєю сутністю ніж попередні і дозволяє визначити можливості та пріоритетність розвитку певних територій [60].

Так, С. Хлебніков досліджує оцінку потенціалу туристичної галузі як соціально-економічний розвиток, також він виділив в окрему категорію геоекологічну оцінку, яка передбачає вивчення результатів впливу антропогенних факторів на природні ресурси у результаті здійснення туристичної діяльності [61]. О. Бейдик у своїй методиці при розрахунку інтегрального показника застосовує природно-антропогенний, суспільно-географічний, архітектурно-історичний, інфраструктурний, біосоціальний і подієвий фактори [9].

Науковець В. Руденко запропонував потенціал природних рекреаційних територій Україні визначати через грошову оцінку вільного часу. На його

думку, вартість вільного часу має вимірюватися величиною валового суспільного продукту, створеного всіма працюючими за одиницю часу і розрахованого на кількість усього населення області, яке використовує ресурси туристичної галузі. Потім вираховувалась нормативна потреба населення в рекреаційних закладах, місцях санаторно-курортного лікування, тривалого і короткочасного відпочинку і туризму в людино-годинах, яка коректувалася з урахуванням міського та сільського населення окремих районів згідно з існуючою практикою планування місць відпочинку та лікування [29; 51].

Вищевказані методики аргументовано доводять значимість природно-рекреаційних ресурсів для розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні, але ранжування областей суттєво різняться.

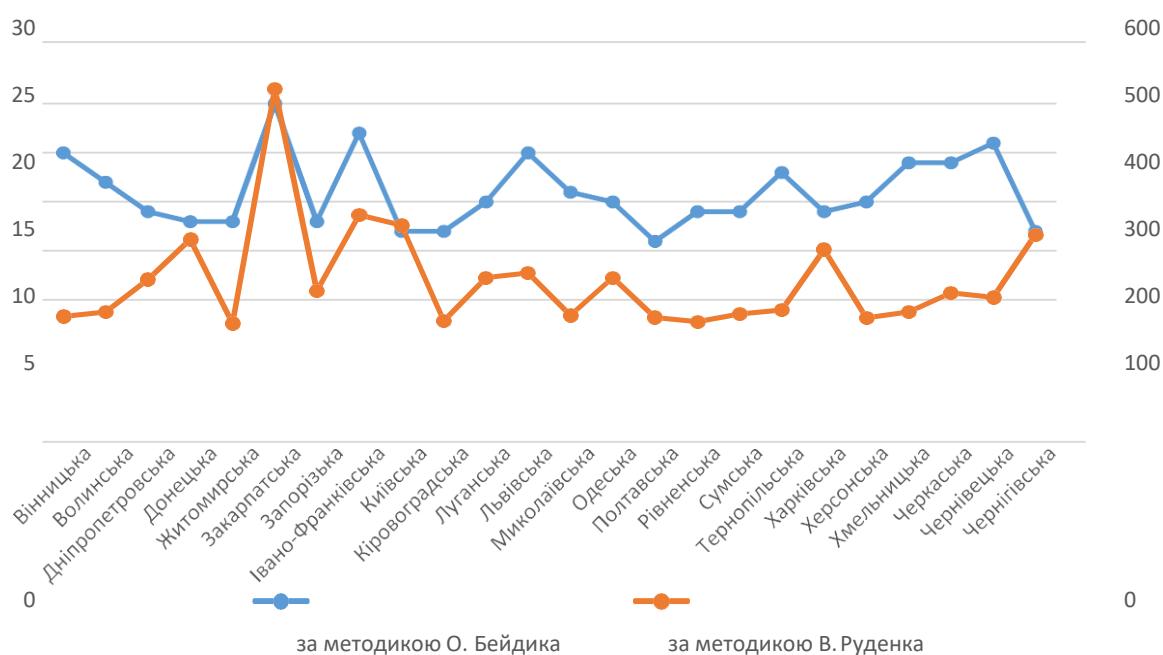


Рис. 2.1. Результати оцінки природних ресурсів за методиками О. Бейдика та В. Руденка [9; 51]

Можна відзначити деякі відмінності в результатах оцінки природно-рекреаційного потенціалу за методиками В. Руденка [51] та О. Бейдика [9] (рис. 2.1.) через систему виміру та повноту обліку складових компонентів, проте дослідження потенціалу природних ресурсів країни показує, що є значні можливості в кожній області, щоб розвивати в них туристичну галузь.

Для оцінки потенціалу туристичної галузі Є. Карчевська визначає фактори розвитку туризму, що складають потенціал туристичної галузі, а саме: ресурсний, екологічний, інфраструктурний і споживчий, які поєднують у собі оптимальну за змістом кількість факторів, необхідних для визначення привабливості туристичної галузі областей країни [26].

За дослідженням М. Омуша, показниками, за якими можна оцінити потенціал туристичної галузі, є: загальний імідж областей; природно-кліматичні умови для відпочинку та оздоровлення; соціальна стабільність та безпека; транспортна доступність; економічна привабливість; духовна привабливість центрів релігійного паломництва; привабливість пам'яток історії; культурно-освітня привабливість [42, с.9].

Ми не погоджуємося із підходом М. Омуша, тому що, на нашу думку, запропонований підхід, який заснований на понятті «показник потенціалу туристичної галузі», характеризує чинники впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни.

Досліджуючи потенціал туристичної галузі, Ю. Шабардіна пропонує здійснювати його діагностику через призму двох складових, а саме: оцінку туристичної активності, зокрема через показники активності щодо задоволення туристичних потреб в оздоровленні й відпочинку, в послугах закладів культури, в туристичних послугах; оцінку потенціалу туристичної галузі через показники історико-культурної спадщини, природно-рекреаційних, інфраструктурних, інноваційно-інвестиційних ресурсів, стану довкілля. При цьому не виділяються фінансові ресурси як джерело функціонування потенціалу туристичної галузі [64, с.55].

Новим та цікавим є підхід І. Бережної, за яким оцінюється потенціал туристичної галузі з позиції споживача туристичних ресурсів та виробника туристичних послуг, де враховуються інтереси всіх зацікавлених сторін [10, с.110].

Для оцінювання потенціалу туристичної галузі пропонують використовувати п'ять груп показників (природно-рекреаційні, фінансові,

інфраструктурні, трудові та екологічні) у своєму дослідженні Л. Черчик, Н. Коленда, за результатами яких потенціал туристичної галузі необхідно прогнозувати за допомогою графоаналітичної моделі, зокрема «шестикутника» [63, с.65]. Цей підхід, на нашу думку, можна доповнити показниками діяльності суб'єктів бізнесу туристичної галузі області та органами влади, які є важливими факторами для розвитку потенціалу туристичної галузі.

Методичний підхід для оцінювання потенціалу туристичної галузі, заснований на 4-х етапах, запропонував І. Зелінський, а саме: на першому етапі здійснюється оцінка об'єктів природного потенціалу областей країни, які можуть бути використані з рекреаційною метою. На другому етапі – оцінка рівня використання природного потенціалу з рекреаційною метою, на третьому – оцінка стану та використання рекреаційно-оздоровчих закладів та відповідної інфраструктури на території. Четвертий етап, протягом якого проводиться оцінка ефективності рекреаційно-оздоровчого забезпечення в областях, є завершальним [21, с.29].

На думку В. Мацала, потенціал туристичної галузі оцінюється як у натуральних (запаси ресурсів і виражена через них продуктивна спроможність кількісного рекреаційного попиту населення в області), так і у вартісних показниках. Економічна оцінка цього виду потенціалу проводиться з огляду на наявні та перспективні центри відпочинку, туризму та санаторно-курортного лікування з урахуванням ціни рекреаційно-туристичних послуг [35].

Для оцінки рівня збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі З. Герасимчук та М. Глядіна пропонують оцінювати його динаміку за такими напрямками, як ресурсна забезпеченість та інтенсивність збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі. Але такий підхід не враховує активності діяльності ключових груп стейкхолдерів, які визначають розвиток потенціалу туристичної галузі [13, с.59].

Вітчизняний вчений Г. Михайличенко вважає, що чи не єдиним показником оцінки потенціалу туристичної галузі (дестинації) є показники



туристичного балансу, який розраховується як різниця кількості в'їжджаючих та виїжджаючих туристів, тобто туристичних потоків [37, с.120].

Для дослідження збалансованого туристично-рекреаційного потенціалу А. Дроздов пропонує виділяти дві основні компоненти: 1) природні й культурні ландшафти; 2) засоби та умови здійснення туристично-рекреаційної діяльності [14].

Зазначена методика не здійснює оцінювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в повному обсязі, а саме: не враховуються показники соціально-економічного розвитку областей країни, рівень розвитку інфраструктури, забезпечення кваліфікованими фахівцями в туристичній галузі тощо.

Оцінку потенціалу туристичної галузі В. Марчук розглядає з чотирьох основних критеріїв: природна, історико-культурна та соціально-економічна складові, до складу яких входить транспортна компонента та туристична інфраструктура. Для оцінки природних ресурсів він пропонує використовувати кількісні дані та статус унікальних природних об'єктів як інтегрального показника, який відображає природну значимість та екологічну цінність досліджуваної області. Для отримання бальних оцінок пропонується залучати експертів [33].

Три основні елементи туристичних ресурсів виділив Ю. Худеньких: природні, історико-культурні та соціально-економічні, для їх оцінки пропонує також використовувати бальну оцінку. Потенціал туристичної галузі пропонують оцінювати в контексті найбільш масових форм туризму: оздоровчого, пізнавального, спортивного, ділового та лікувального. Суб'єктом оцінки розглядається турист, який відвідує область країни. Розмір природного та культурно-історичного потенціалу автор пропонує вимірювати значимістю основних туристичних об'єктів, що входять до кожної з груп [62].

Визначення таких об'єктів пропонується здійснювати на основі даних, отриманих із відкритих джерел чи зафіксованих у відповідних нормативних

документах. Автором також запропонована система коригуючих коефіцієнтів для визначення рівня статусності об'єктів, що досліджуються.

Відповідно до зазначеної методики кінцевий результат представляє не кількість балів, а питому вагу туристичних ресурсів у загальному показнику та питому вагу туристичного комплексу в контексті збалансованого розвитку туризму в країні. Цей підхід має елементи економічної оцінки, оскільки дозволяє визначити як привабливість туристичних ресурсів для туристів, так і перспективи та напрями збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в конкретному туристичному комплексі.

Український вчений Г. Михайличенко зазначає, що «цікавими для оцінювання туристичних ресурсів областей країни є їх використання шляхом гравітаційного моделювання та прогнозуванням туристичної активності регіонів» [37, с.120].

Методику прогнозного моделювання в'їзних і внутрішніх туристичних потоків областей України на основі гравітаційної моделі було обґрунтовано колективом авторів під керівництвом Ю. Забалдіної [18], які в ході дослідження узагальнили наукові підходи щодо оцінюваних показників і побудови розрахункової моделі оцінки, яку також можна використовувати при оцінці потенціалу туристичної галузі. Так, авторами [18] доведено, що гравітаційні моделі ґрунтуються на припущенні, що обсяги туристичних потоків між областями світу прямо пропорційні певній «масі» областей ( $i, j$ ), і обернено пропорційні «відстані» між ними:

$$E_{ij} = k \times \frac{M_j \times m_i}{D_{ij}^2}, \quad (2.1)$$

$E_{ij}$  – гравітаційна модель міжрегіональних туристичних зв'язків;

$M_j$  та  $m_i$  – гравітаційні туристичні «маси» областей країни, між якими відбувається обмін (докладніше:  $M_j$  області можна трактувати як ступінь його атрактивності для туристів, тобто, насамперед, ступінь концентрації на його

території туристично-рекреаційних ресурсів – об’єктів та явищ природного та антропогенного походження, що використовуються для туризму та рекреації);

$D_{ij}^2$  – «відстань» між ними, виражена в одиницях геодезичної відстані, часовому або вартісному еквіваленті;

$k$  – коефіцієнт пропорційності.

У зв’язку з тим, що представлена гравітаційна модель містить значення гравітаційних туристичних «мас» областей України, а їхні значення не мають високого ступеня довіри, до них необхідно внести додаткові показники: забезпеченість ресурсами; номерний фонд; частку коштів національного та місцевого бюджетів на залучення туристів, що була витрачена за період; частка туристичних підприємств, що займаються організацією обслуговування туристів на території [37].

Однак, існують недоліки обліку вищезазначених показників. Забезпеченість ресурсами є основою потенціалу туристичної галузі, але невідомо, яке місце займає саме привабливість та забезпеченість ресурсами областей України для іноземних туристів. Щодо показника номерного фонду, то виступаючи складовою туристичної пропозиції, він залежить від попиту та впливає на пропозицію. Але ціни на розміщення туристів у різних областях можуть відрізнятись. Окрім цього, використання цих показників відповідно до потенціалу туристичної галузі є досить спірним. Наприклад, номерний фонд не може об’єктивно відображати потенціал туристичної галузі, оскільки, наприклад, основною метою подорожі є природа, знайомство з місцевим населенням тощо. Отже, показники необхідно трансформувати.

Вчена Г. Михайличенко узагальнила зважені коефіцієнти названих параметрів [37]:

$r_{ij}$  – коефіцієнт територіальної концентрації туристично-рекреаційних ресурсів (у період  $(t)$  і в  $j$ -й та  $i$ -й області);

$W_{ij}$  – частка номерного фонду підприємств розміщення, санаторно-курортних і оздоровчих закладів, придатних для прийому представників

цільових сегментів  $i$ -ї області в загальній кількості місць на території (в період  $(t)$  і в  $j$ -х та  $i$ -х областях);

$g_{t-1j}$  – частка коштів національного та місцевого бюджетів на залучення туристів, що була витрачена в період  $(t-1)$  на просування  $j$ -ї та  $i$ -ї області;

$ta_{ij}$  – частка туристичних підприємств, що займаються організацією обслуговування туристів на території в загальній кількості туристичних підприємств (у період  $(t)$  і в  $j$ -й та  $i$ -й області) [77].

У цьому випадку туристична «маса»  $M$ -області за період  $t$  визначається так:

$$M_{ij} = r_{ij} \times W_{ij} \times g_{t-1j} \times ta_{ij}, \quad (2.2)$$

Туристична «маса» місця формування попиту  $i$ -ї області уособлюється в низці соціально-економічних чинників, основними з яких є рівень прибутків населення, співвідношення вільного та робочого часу, загальна туристична активність. Проте, на думку Г. Михайличенко, названі чинники впливають не тільки на потік до однієї області, а і на загальну туристичну рухомість населення  $i$ -ї області –  $m_i$ . Значення  $m_i$  є дуже еластичним, особливо до рівня прибутків, тому ступінь еластичності теж доцільно ввести до моделі як параметр  $\gamma$ . Потреба туристів з  $i$ -ї області (країни) здійснити подорож до  $j$ -ї області (країни) може реалізуватись лише за умови наявності відповідної інфраструктури на території  $i$ -го, основними суб'єктами якої є туристичні агенції-продавці регіонального турпродукту [37, с.121]. Їх кількість визначається як  $ta_{ij}$ . Отже:

$$m_{it} = z_{it} \times \gamma \times ta_{ij}, \quad (2.3)$$

де:  $z_{it}$  – частка туристів  $i$ -ї області (країни, які протягом періоду  $t$  здійснили подорож за його межі в загальній чисельності населення області (країни));

$ta_{ij}$  – частка туристичних підприємств, що продають тури до  $j$ -ї області на території  $i$ -го, в загальній кількості туристичних підприємств.

На думку М. Мелло та К. Нелл, на інтенсивність туристичних обмінів між областями різних країн впливають взаємні коливання курсів валют  $V_{ij}$ , а також так звані «граничні бар'єри» ( $S_{ji}$ ), в якості яких можуть виступати візовий режим, відсутність спільної мови, спільних кордонів або історичних туристичних зв'язків. Щодо відстані ( $D$ ), то в гравітаційних моделях вона може мати різну інтерпретацію та трактуватись як геодезична відстань між центрами  $i$ -ої країни та області, вартість або час подолання відстані (модель може називатись гравітаційною тільки за умови  $\alpha = 2$ , що означає еластичність заміщення різних видів транспорту, можливість дістатись від певного пункту  $i$ -ї області без пересадок, безпеку подорожі тощо) [79].

Таким чином, Г. Михайличенко [37] пропонує квазігравітаційну модель міжобласних туристичних зв'язків між  $i$ -ї і  $j$ -ї областями у вигляді:

$$E_{ijt} = \frac{r_t^\sigma \times W_t^\beta \times g_{it-1}^{a_1} \times ta_t^{a_2} \times ta_{it}^{a_3} \times m_{it}^Y \times V_{it}^{a_4} \times S_i^{a_5}}{D_i^a}, \quad (2.4)$$

Оскільки туристичні потоки між двома областями неоднозначні, до формули гравітаційної моделі були введені поправочні коефіцієнти  $a_1, a_2, a_3, a_4, a_5$ , що дозволяють досягти асиметричності моделі, відобразити відповідність між змінними й обмежити поведінку всієї моделі. Для оцінки сумарної міжобласної взаємодії області з усіма областями-постачальниками туристів, формула набула вигляду [37]:

$$E_{ijt} = t_i^{a_2} \sum_{n=1}^n \frac{r_t^\sigma \times W_t^\beta \times g_{it-1}^{a_1} \times ta_t^{a_2} \times ta_{it}^{a_3} \times m_{it}^Y \times V_{it}^{a_4} \times S_i^{a_5}}{D_i^a} \quad (2.5)$$

Гравітаційну модель міжобласних туристичних взаємодій Г. Михайличенко пропонує використовувати з метою прогнозування структури

й інтенсивності туристичних потоків. На теперішній час через суттєвий дефіцит інформації модель носить описовий характер [37].

Деякі моделі оцінки туристичних ресурсів країни наведено у Додатку Г.

У досліджуваних моделях оцінки потенціалу туристичної галузі основною проблемою є орієнтованість на оцінку окремих туристичних складових.

Перш ніж проводити оцінку потенціалу туристичної галузі, необхідно визначити показники, які характеризують компоненти потенціалу туристичної галузі, за якими здійснюється оцінювання, які повинні вирішувати завдання щодо підвищення ефективності використання потенціалу туристичної галузі, планування збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі та доцільність використання області з туристичною метою.

Існує багато методів та моделей оцінки потенціалу туристичної галузі, у яких застосовують різноманітність ландшафтів і їх пейзажно-естетичну привабливість, інтенсивність функціонування міжміських і приміських автобусних маршрутів, щільність і значущість архітектурних, археологічних, історичних пам'яток, наявність спортивних об'єктів, їх тип і пропускну спроможність, наявність і кількість санаторно-профілактичних установ, готелів, закладів культури наявність і різноманітність туристичних маршрутів різного типу, а також в останнє десятиліття, при аналізі потенціалу туристичної галузі все частіше використовують GIS-технології, які дозволяють не тільки у картографічний спосіб представляти результати оцінки, а й, значною мірою, автоматизувати саму оцінку [12; 29; 79; 80].

Комплексним підходам, останнім часом, приділяється багато уваги як вітчизняними, так й іноземними науковцями. Узагальнюючи результати їх досліджень, необхідно відзначити, що принципово «комплексність» розглядається в контексті оцінки потенціалу туристичної галузі без урахування туристичної інфраструктури та з урахуванням інфраструктури туризму [51; 60; 81; 82].

Для урахування особливостей туристичних областей та можливості прогнозування збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі і підвищення туристичної привабливості варто визначити в першу чергу, показники для кількісного оцінювання складових потенціалу туристичної галузі. Збалансованого показника визначення рівня туристичної привабливості територій України на науково обґрунтованому рівні не існує, тому сьогодні для оцінки потенціалу туристичної галузі використовується державна статистика.

Загалом визначення та оцінку ефективності використання туристичних ресурсів, дослідження конкурентоздатності їх на ринку, визначення попиту та пропозиції необхідно відображати в маркетинговій стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

На конкурентоздатність туристичної галузі між областями країни впливають фактори: попит на послуги, сезонність, наявність висококваліфікованого персоналу, поява нових підприємств туристичної галузі. Узагальнемо та охарактеризуємо на основі дослідження основні фактори впливу на потенціал туристичної галузі України [30; 39; 53]:

- екологічний стан (природні ресурси, кліматичні умови, ризик екологічної катастрофи, викиди шкідливих речовин до атмосфери, екологічні складові тощо);
- політичні (правове регулювання розвитку туристичної галузі, рівень криміногенності в області);
- економічні фактори (рівень інфляції, інвестиції в туристичну галузь, цінова політика товарів та послуг туристичної галузі, безробіття, внесок у макроекономічні показники);
- туристична інфраструктура (стан транспортних послуг, готельного господарства, закладів харчування, дозвілля, зв'язок та комунікаційні технології тощо);
- соціальні показники (демографічний стан країни: рівень природного приросту, наявність субкультур у країні, кількість безробітного населення працездатного та непрацездатного віку);

– культурно-історині показники (кількість музеїв та їх відвідування, кінотеатри та кількість місць для глядачів у залах, книжковий фонд; кількість навчальних закладів тощо).

Формування ефективної стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни на національному та регіональному рівні можливе за наявності та можливості оцінки визначених чинників і показників туристичної галузі України та її областей.

При оцінюванні потенціалу туристичної галузі необхідно враховувати всю збалансованість (сукупність) внутрішніх (ендогенних) і зовнішніх (екзогенних) факторів, що обумовлюють пріоритети та перспективи збалансованого розвитку туристичної галузі в даній області [56, с.107].

Група внутрішніх факторів, що безпосередньо визначають ефективність туризму, містить у собі: рівень розвитку інфраструктури туризму; ступінь налаштованості населення подорожувати в будь-яку пору року; номенклатуру пропонованих населенню видів туризму й роботу з різними ринковими сегментами попиту; кадрове забезпечення туристичного бізнесу; наявність структур, які оптимізують діяльність туристичних фірм і забезпечують захист прав мандрівників [56, с.107].

До групи зовнішніх входять: фактори, що визначають потенціал туристичної галузі і його атрактивність: природно-географічні й кліматичні умови; історико-культурний потенціал; фактори, що побічно впливають на туризм, а саме: соціально-демографічні; соціально-економічні й політичні; науково-технічні; соціально-культурні [43].

Отже, на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни негативно впливають: економічна криза, зростання економічної заборгованості, нестабільний політичний стан країни, зростання цін, безробіття, екологічний стан, курс валюти, жорсткі візові формальності та митні правила тощо. Серед позитивних факторів впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі можна відзначити: нові робочі місця, будівництво нових



об'єктів туристичної галузі, збільшення товарообігу, залучення інвесторів тощо [74].

Для оцінки потенціалу туристичної галузі необхідно проаналізувати достовірну інформацію та дані, розглянути ретельно всі питання (Додаток Д).

Проаналізувавши у такий спосіб фактори впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі, можна детальніше дослідити сучасний стан потенціалу туристичної галузі України, що може дати можливість всебічно та комплексно оцінити потенціал туристичної галузі, який впливає на економічний збалансований розвиток та рівень життя населення і є важливим та перспективним в будь-якій області країни [74, с. 55].

Перешкодою формування єдиної (універсальної) методики оцінки потенціалу для збалансованого розвитку туристичної галузі є не тільки відмінність у фізико-географічних умовах областей України та їх соціально-економічному розвитку, що визначають набір параметрів оцінки, але й сама форма її проведення [69, с.75].

Абсолютні статичні показники не дають правильної відповіді щодо ефективності роботи туристичної галузі у певній країні або області.

Для отримання достовірних результатів оцінки потенціалу туристичної галузі необхідно використовувати комплексні методики, які надають інтегрований результат за декількома показниками.

Інша ситуація, яку необхідно враховувати при таких дослідженнях, – це ефективність використання тих ресурсів, які має країна або область і які впливають на загальну привабливість туристичного напрямку.

Проводячи поверхневих логічний аналіз країн з точки зору збалансованого розвитку та ефективності функціонування туристичної галузі, можна зазначити, що за показником віддаленості від країн-постачальників туристів вони знаходяться у схожій ситуації. Рівень соціально-економічного розвитку, політичної стабільності також приблизно ідентичний.

І третій підхід, якому сучасні вчені приділяють недостатньо уваги, – це наявність певних факторів, дія яких має суттєвий (переважно негативний)

вплив на загальну затребуваність туристичного напрямку в контексті загальної соціальної, економічної, екологічної чи політичної ситуації.

Аналіз наявних підходів і проблем оцінки потенціалу туристичної галузі, необхідних для збалансованого розвитку туристичної галузі, дає змогу зробити такі висновки:

- в існуючих методиках оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі використовують обмежену кількість параметрів оцінювання, що не дає повного уявлення про стан ресурсного потенціалу розвитку;

- у параметрах оцінювання потенціалу туристичної галузі відсутні показники ефективності використання ресурсів туристичної галузі;

- у методиці комплексного оцінювання потенціалу туристичної галузі необхідне уточнення критеріїв природно-кліматичних, історико-культурних, ландшафтних умов та соціально-економічного розвитку областей України;

- існує проблема збору достовірної інформації в туристичній галузі, яка необхідна для комплексного оцінювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі;

- часто проведена оцінка є суб'єктивною.

Оцінка потенціалу туристичної галузі має бути пов'язана з можливістю практичного застосування та забезпечуватися орієнтацією на споживача, його потреб та можливостей.

Все це підкреслює необхідність не тільки обліку територіальних особливостей розподілу туристичних ресурсів та економічних процесів, що відбуваються в межах країни та її областей, а й формування стратегії збалансованого розвитку туристичних комплексів залежно від їх ресурсної складової та потреб сучасного туризму з можливістю запровадження нових форм відпочинку та забезпечення інформаційної підтримки їх просування в межах і за межами областей.

Оцінювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі необхідне для стимулювання розвитку областей України, що може надати можливість отримати найшвидші економічні результати (сукупність ефектів).

Вказаний підхід у формуванні оцінної бази враховує не лише ресурсну складову (за В. Захарченком) [19], процесну складову (за С. Ілляшенком) [23], а й змістовну складову наповнення інноваційного потенціалу підприємства.

У результаті дослідження різних підходів до оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, можна зробити висновок, що він повинен розглядатися та використовуватися максимально, оптимально, креативно.

Провівши дослідження підходів та методів оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, пропонуємо науково-методичний підхід до комплексного оцінювання збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації (рис. 2.2.), який, на відміну від існуючих, включає комплексне дослідження на всіх рівнях реалізації, розглядаються показники оцінки потенціалу туристичної галузі на державному (регіональному) та на рівнях дестинації (державно-приватне партнерство та кластери) і підприємства (організації), які включають значення потенціалу туристичної галузі та можливості інфраструктури потенціалу туристичної галузі, максимальне антропогенне навантаження; туристична привабливість оцінюється з точки зору різних рівнів ринків, а не для будь-якого ринку загалом, з корекцією показників на коефіцієнт віддаленості споживчого попиту ринку та стану середи; на рівні дестинації доповнена результатами оцінки туристичного балансу, потенціалу туристичної галузі (ресурсів), на рівні підприємств (організацій) клієнтського та репутаційного потенціалу та інтелектуального капіталу.

На основі вищевказаного підходу здійснюються розрахунки значень комплексного рівня збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Сьогодні багато проведено досліджень і запропоновано методик щодо оцінки потенціалу туристичної галузі, але більшість із них теоретично обґрунтовані, а на практиці існує багато невирішених проблем.

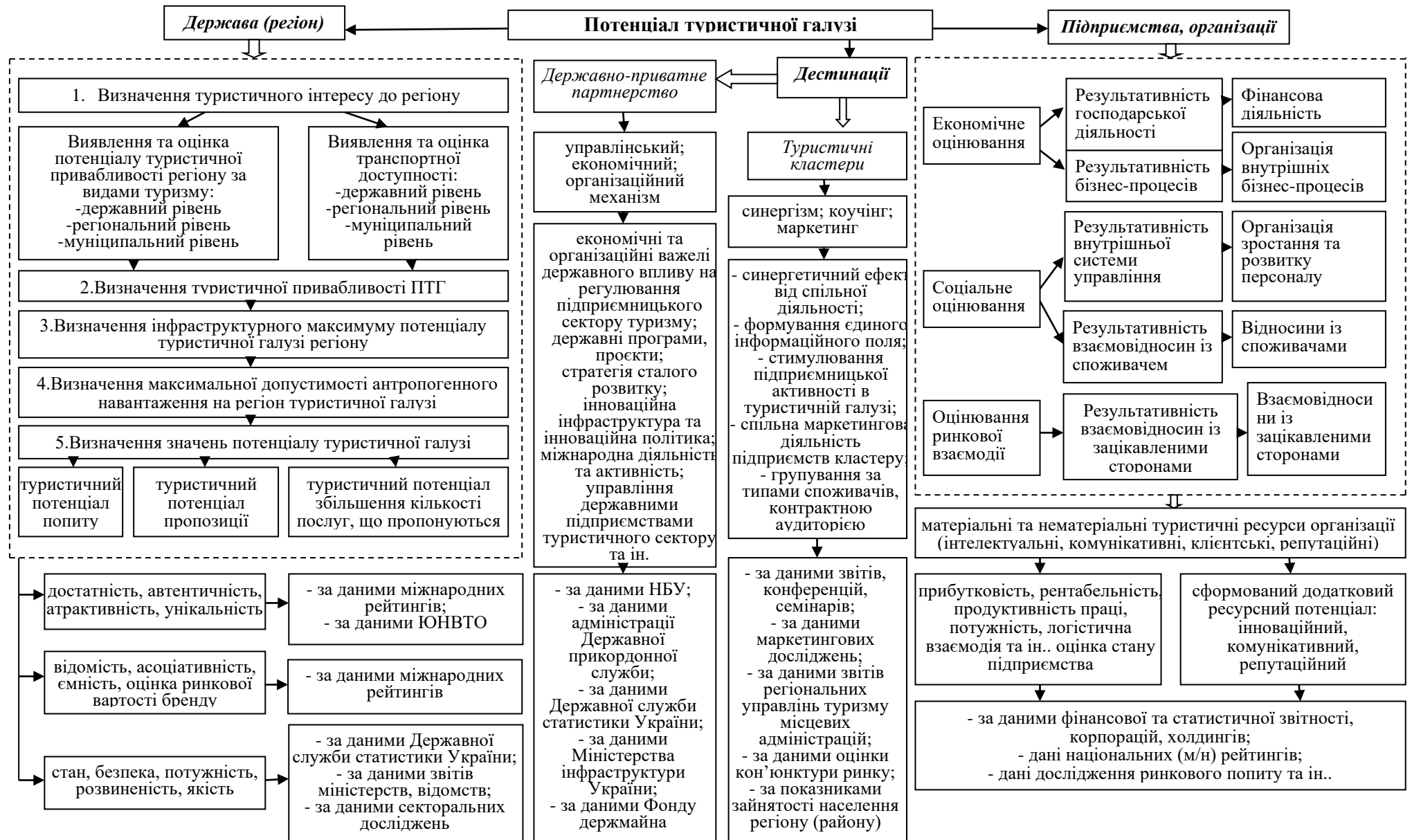


Рис. 2.2. Науково-методичний підхід до комплексного оцінювання збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації (розроблено автором) [75]

Головною проблемою в дослідженнях, на нашу думку, є відсутність прозорості і достовірності отриманих даних всієї туристичної галузі України, значна частина прибутків (результатів) туристичної діяльності суб'єктів знаходиться в тіні, неудоконалена законодавча база, яка регулювала б надходження до бюджету країни, а також можливість маніпулювання результатами таких досліджень, така проблема може спостерігатися і на рівні оцінки ефективності роботи окремого підприємства, туристичного комплексу, навіть держави загалом. Ще однією проблемою є те, що не завжди є доцільним порівняння результатів туристичної діяльності отриманих різними методами, тому що ці результати можуть бути викривлені та заважати формувати правильний і коректний напрям збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни [75].

Розвиток супутніх галузей спонукають три важливі чинники: збільшення продуктивності (через спеціалізовані входи, доступ до інформації і спільних ресурсів, синергію), прискорення введення інновацій (через узгодження і об'єднання зусиль) і нові ділові формування (займаючи ніші і розширюючи межі кластера на карті) [37], а також спільне бачення процвітання областей як збалансованого розвитку дестинації, в межах якої усі без винятку учасники кластера будуть отримувати вигоду.

Вплив на споріднені сектори економіки та соціальної сфери України та прибуток від туристичного кластера необхідно розглядати з позиції підходів до оцінки цих прибутків.

Сьогодні агрегований характер туристичної галузі найчастіше призводить до недооцінки внеску туристичної галузі в національні і місцеві економіки. Впливаючи на розвиток багатьох інших секторів економіки, включаючи і готельне господарство, транспорт, комунікації, будівництво, сільське господарство, роздрібну та оптову торгівлю, громадське харчування, банківський і страховий сектор та інші, туристична галузь є певним каталізатором економічного зростання в багатьох галузях і сферах діяльності.

## 2.2. Методичний підхід щодо оцінки туристичного кластера

Здатність туристичного кластера генерувати прибутки в інших галузях часто не враховується у традиційній статистиці. Звідси впливає невідповідність частки прибутків від туристичного кластера при визначенні ВРП і ВВП (наприклад, у ВВП України частка туристичної галузі становить лише близько 2,2%). Ця оцінка зачіпає лише прибутки від першого кола звернення коштів, отриманих від туристів, зокрема прибутки від безпосереднього продажу турів і витрат на їх організацію [67].

Тому при оцінці економічної ефективності інтегрованого туристичного кластера необхідно відштовхуватися від такого поняття, як сукупний дохід від туристичного кластера, використання якого дозволяє оцінити і таку роль туристичного кластера в економіці країни (області), як здатність генерувати додаткову економічну активність і додаткові прибутки.

Сукупний дохід від туристичного кластера – це основний показник, на підставі якого можна говорити про економічну ефективність туристичного кластера загалом і про його вплив на розвиток різних секторів національної економіки. Це категорія, яка дає комплексне уявлення про розвиток туристичного бізнесу та туристичної інфраструктури в областях країни, може бути взята за основу при прийнятті та моніторингу виконання стратегічних управлінських рішень.

Аналіз туристичного кластера є основоположним елементом при визначенні його положення за минулий період з метою вироблення стратегії його подальшого розвитку. При аналізі туристичного кластера застосовуються загальноекономічні методи: індексний метод, аналіз абсолютних, відносних і середніх величин, методи групування та порівняння. На даний момент однаково популярні і застосовувані при вивченні туристичних кластерів як кількісний, так і якісний методи аналізу. Більшість вчених вважають за доцільне оцінювати кластерну систему через рівень

обслуговування споживачів, визначається сукупність критеріальних показників.

Збалансований розвиток туристичного кластера можна визначити через розрахунок економічних, науково-технічних показників і розрахунок економічного ефекту від вкладених інновацій (табл. 2.1.).

Таблиця 2.1

Показники збалансованого розвитку туристичних кластерів  
(розроблено автором)

Класифікація показників	Показники
Економічні	Обсяг продажів; використання виробничих потужностей; прибуток від поліпшення інфраструктури; прибуток від впровадження винаходів, патентів, ноу-хау; прибуток від ліцензійної діяльності; прибуток від спільного просування турпродукту; залучення інвестицій; термін окупності інвестицій; термін капітального будівництва; продуктивність праці, фондівдача, оборотність оборотних коштів та ін.
Науково-технічні	Питома вага нових інформаційних технологій; питома вага нових технологічних процесів; коефіцієнт автоматизації виробництва; рівень організації виробництва і праці; рівень конкурентоспроможності підприємств і їх турпродуктів на ринках з високим платоспроможним попитом населення.
Інноваційний рівень розвитку кластера	Кількість нових продуктів; витрати на інновації; кількість вдосконалених продуктів; кількість інвестиції в модернізацію і створення нових технологій; кількість спільних наукових досліджень у туристичному кластері
Рівень розвитку складових кластера	Кількість підприємств, що входять до кластера; кількість спільних проєктів; кількість спільних подій; кількість нових підприємств у кластері за період часу; кількість виконаних / невиконаних проєктів за період часу; кількість повторних проєктів; кількість нових проєктів
Рівень розвитку ядра кластера	Рівень освіти працівників; рівень сертифікованої продукції; рівень унікальності ядра (кількість послуг, продуктів, об'єктів, властивих тільки йому)
Ефективність кластера	Дохід учасників кластера; ступінь задоволення учасників кластера; ступінь безпеки учасників кластера; приріст робочих місць; підвищення кваліфікації; поліпшення умов праці і т.д.

Важливо відзначити, що узагальнюючі показники оцінки діяльності туристичного кластера, представлені вище, при застосуванні у туристичній галузі необхідно уточнити і доповнити.

По-перше, отримані результати при можливості необхідно порівнювати з даними щорічних досліджень і ранжувати за туристичними ринками.

По-друге, слід враховувати дані в'їзного та виїзного туризму туристичного кластера.

По-третє, необхідно розраховувати і враховувати сезонність надання туристичних послуг та сприяти, за рахунок посилення матеріально-технічної бази санаторіїв, профілакторіїв та здравниць, вирівнюванню їх заповнення на час відсутності туристичного сезону.

По-четверте, туристичні ресурси мають специфіку, яку необхідно враховувати при аналізі кластера.

Саме туристичні ресурси є визначальними при визначенні особливостей кластера і являють собою складові його елементи. Саме унікальність туристичних ресурсів і місцеві традиції впливають на вибір специфіки туристичного кластера. Тому додатково до показників, представлених вище при оцінці діяльності кластера, вивчаючи туристичний кластер, необхідно розрахувати такі показники: динаміка і структура туристичного потоку; середня кількість днів перебування туриста на території; доходи, одержувані підприємствами туристичної галузі на одного туриста; чисельність працівників, зайнятих у туристичній галузі, повторне відвідування кластера і поява нових атракцій у кластері.

Важливо відзначити, що аналіз туристичного кластера і розрахунок наведених вище показників повинні будуватися за певним алгоритмом, який автор представив так:

Етап перший. Визначення локації туристичного кластера (відповідність території туристичним кластерним характеристикам; існування унікальних туристичних ресурсів або атракції в певній області; аналіз інфраструктури, підприємств туристичного кластера і взаємозв'язки між ними; наявність у туристичному кластері державних і некомерційних організацій та зв'язок між ними). Проходження цього етапу свідчить, що туристичний кластер дійсно існує і можна розпочинати його аналіз.

Етап другий. Ідентифікація каркаса туристичного кластера. Після встановлення меж і географічного каркаса кластера виявляються елементи



структури кластера, тобто ядро кластера, основа кластера, суміжні та обслуговуючі підприємства кластера, інфраструктура кластера. Далі кожен із виділених елементів детально аналізується. Також, проводячи ідентифікацію туристичного кластера, необхідно виявити його основні характеристики та унікальність.

Етап третій. Аналіз туристичного кластера. На цьому етапі досліджується рівень розвиненості кластера, тобто його зрілість. Етап доцільно розділити на внутрішній і зовнішній аналіз туристичного кластера. Внутрішній аналіз туристичного кластера, в першу чергу, необхідно спрямувати на виявлення «вузьких місць» кластера. Під «вузькими місцями» в кластері автор має на увазі «проблемні місця в туристичному кластері». Наприклад, нестача квитків, нестача номерів у готелі, нерозвинена інфраструктура тощо. На цьому етапі також слід провести аналіз взаємодії між учасниками кластера і виявити чи існує неузгодженість. Зовнішній аналіз туристичного кластера дослідження політичних, соціальних, екологічних умов його функціонування. На даному етапі необхідно зробити акцент на аналізі персоналу областей України, які задіяні у кластері, можливості отримати фінансування на подальший розвиток туристичного кластера, вивчити податкове навантаження, де розвивається кластер, процедуру сертифікації туристичних послуг, кількість виданих дозволів і сертифікатів у сфері функціонування туристичного кластера, податковій політиці тощо.

Представлений алгоритм аналізу кластера у туристичній галузі, на думку автора, може спростити процедуру оцінки певного виду кластерів, зробити її більш детальною і різнобічною. Для розрахунку представлених показників достатньо володіти базовою інформацією про функціонування кластера. Проведене дослідження показало, що сутність туристичного кластера двоїста. Туристичний кластер є одночасно відокремленим бізнес-середовищем і системою, створеною для реалізації потреб населення території кластера і туристів, які тимчасово перебувають на певну територію.

У даний час вчені виділяють три основні підходи до ідентифікації економічних кластерів: концепції туристичних кластерів з позиції конкурентоспроможності; визначення туристичних кластерів як результату дії економії на агломерації; техніко-економічні методи ідентифікації кластерів.

Перший підхід, заснований на ідентифікації кластерів з позиції конкурентоспроможності, був запропонований і багаторазово апробований основоположником кластерної концепції М. Портером і включає в себе широкий спектр доказів: внутрішній ефект масштабу, ланцюжок доданої вартості, конкурентоспроможність, технологічні інновації, що пояснюють об'єднання підприємств в географічному просторі [48]. Основними елементами цього підходу є:

- аналіз великої фірми або концентрації аналогічних фірм;
- виявлення ланцюжка пов'язаних із ними по вертикалі;
- пошук по горизонталі галузей, що проходять через загальні канали або виробляють побічні продукти / послуги;
- виділення організацій, що забезпечують спеціальні навички, технології, капітал або інфраструктуру, а також виділення будь-яких групових утворень, в які входять учасники кластера;
- пошук урядових, законодавчих структур, що впливають на учасників кластера.

Згідно з М. Портером, основними ознаками наявності потенційних туристичних кластерів є такі: концентрація учасників кластера на географічно обмеженій території; наявність в області базування конкурентних переваг; наявність компаній-лідерів, наявність виробничо-технологічного взаємозв'язку та кооперації між учасниками [48].

Запропонований М. Портером алгоритм ідентифікації кластерів отримав розвиток в туристичній галузі. Істотним недоліком цього підходу є тільки те, що він базується лише на якісному аналізі та експертних оцінках.

Другий підхід спрямований на виявлення потенціалу туристичних кластерів, у його основі як кількісний, так і якісний аналіз конкурентної стійкості областей України. Зарубіжні фахівці пропонують низку підходів до вимірювання спеціалізації або агломерації країни та її областей. Серед основних методів можна виділити такі:

- коефіцієнти локалізації;
- коефіцієнт Джинні, який представляє собою макроекономічний показник, що характеризує диференціацію грошових доходів населення у вигляді ступеня відхилення фактичного розподілу доходів від абсолютно рівного їх розподілу між жителями країни;
- аналіз зрушень – метод аналізу національних систем, при якому економічне зростання розподіляється на державне зростання, регіональне зростання і приватні чинники економічного зростання.

Ці показники, як правило, розраховуються на основі рівня зайнятості країни і, як наслідок, виявляють тільки наявність географічної концентрації підприємств.

Методика аналізу конкурентної стійкості країни з метою виявлення туристичних кластерів включає такі три етапи:

Етап 1. Кількісний аналіз конкурентної стійкості, який полягає у визначенні ринкової позиції галузей України. Він базується на розрахунку основних показників, що відображають конкурентну стійкість у країні та її областях і потенціал його кластеризації. До таких показників належать: коефіцієнти душевого виробництва, локалізації та спеціалізації. Однак застосування цих коефіцієнтів викликає певні труднощі, головним чином викликані відсутністю точних порогових значень, які свідчать про наявність кластера.

Етап 2. Якісний аналіз наявності та складу ресурсної бази, необхідної для забезпечення конкурентоспроможності підприємств в певних областях України.

Етап 3. Аналіз безпосередньо самого кластера. Метою цього етапу є визначення характеру керуючих впливів на конкурентоспроможність областей України. Такий аналіз може проводитись з точки зору інституціональної організації та стратегічного потенціалу туристичних кластерів, внутрішньої мотивації і підтримки кластерних ініціатив, порівняльної конкурентоспроможності учасників кластера.

У результаті застосування кожного етапу відбувається відбір досліджуваних об'єктів. За підсумками реалізації запропонованого автором алгоритму ідентифікуються туристичні кластери, що розрізняються за масштабом і типом.

Третій підхід до ідентифікації туристичних кластерів базується на економічній оцінці взаємодії між суб'єктами кластера.

Як відомо, наявність взаємозв'язків між підприємствами та організаціями, що входять до складу туристичного кластера, є другою важливою ознакою економічних туристичних кластерів.

Одним із найбільш поширених методів визначення рівня взаємодії між учасниками туристичного кластера є матриця «витрати-випуск». Цей метод характеризує зв'язки між випуском послуги в одній галузі і витратами, витрачанням продукції всіх учасників галузей, необхідним для забезпечення цього випуску.

Матриця «витрати-випуск» показує, як витрати однієї галузі пов'язані з випуском іншої галузі. При цьому метод є цікавим з точки зору можливості описати глибину взаємодії між підприємствами туристичного кластера. Встановивши мінімальне значення, вище якого взаємини будуть вважатися значними, можна провести ідентифікацію ключових галузей туристичного кластера, а також оцінити частки інших галузей у кластері. Однак цей метод спрямований на визначення взаємовідносин «покупець-продавець», при цьому не береться до уваги колективна взаємодія, а також наявність зв'язків з представниками влади, асоціаціями, освітніми та дослідницькими установами.

Матриця будується переважно не на грошових потоках, а на відносних економічних показниках. Матриця може бути складена для розрахунку декількох показників, які свідчать про зв'язки між галузями (підприємствами). У цьому випадку кожен коефіцієнт буде представляти частину валового випуску галузі (підприємства), споживаного протилежною стороною.

Найбільш простим методом визначення глибини взаємозв'язків у туристичному кластері є метод порівняння коефіцієнтів матриці з граничними значеннями. Однак при цьому знову виникають проблеми з вибором порогового значення. Основна перевага використання методу «витрати–випуск» полягає в тому, що формальний вимір взаємозв'язків між галузями дозволяє виявити наявність туристичного кластера. Формальне обмеження методу пов'язане з відсутністю або недоступністю оперативної інформації про взаємодію потенційних учасників туристичного кластера.

Застосування матриці «витрати-випуск» спрямовано на визначення комерційних взаємозв'язків і не враховує фінансові потоки, потоки інформаційного обміну, а також потоки обміну знаннями та людськими ресурсами між галузями і підприємствами. Зростання популярності аутсорсингу також може спотворити результати аналізу.

Застосування стандартного методу «витрати-випуск» для виявлення туристичних кластерів, на наш погляд, є недоцільним. По-перше, з огляду на те, що основний акцент цього методу на матеріальних потоках, а для сфери послуг це не є актуальним. По-друге, важливу роль у туристичних кластерах грають освітні, інформаційні організації, професійні асоціації тощо. Взаємодія між такого роду організаціями та установами нематеріальної сфери діяльності залишаються за рамками дослідження.

Разом із застосуванням методу «витрати-випуск», для оцінки рівня взаємодії між учасниками потенційного туристичного кластера, використовується метод зсувного аналізу. Цей метод дозволяє простежити зростання частки туристичної галузі на рівні зайнятості, відрізняючи ефект

економічного зростання від національного, пов'язаного з локальним конкурентною перевагою. Наявність таких переваг може свідчити про існування туристичного кластера. Ця методика ще не отримала широкого розповсюдження.

Для виявлення туристичних кластерів, на нашу думку, доцільно застосовувати комплексні методи ідентифікації, які включають як кількісний, так і якісний аналіз.

Серед основних якісних методів виявлення кластера, що базуються на визначенні взаємодії всередині потенційного туристичного кластера, можна виділити, наприклад, такі: метод експертної оцінки; метод опитування фокус-груп; метод Дельфі; звіти галузевих асоціацій та ін.

Основна проблема останніх трьох методів полягає, по-перше, у відсутності перевірки достовірності даних. Крім того, зростання популярності кластерної теорії призводить до того, що учасники статистичних досліджень можуть ідентифікувати туристичні кластери там, де їх насправді немає.

Незважаючи на зростання популярності теорії туристичних кластерів, як за кордоном, так і в Україні, досі не існує однакової і зрозумілої методики для визначення меж туристичного кластера, а також критеріїв, за допомогою яких можна відрізнити звичайну географічну концентрацію від кластера. Більшість досліджень, присвячених ідентифікації туристичного кластера, опускають найважливішу характеристику кластера – наявність взаємодій і зв'язків між учасниками. У Додатку Е виділені основні переваги та недоліки методів ідентифікації туристичних кластерів.

Можна зробити висновок, що на даний час актуальна розробка універсального, комплексного методу ідентифікації туристичних кластерів, щоб такий метод базувався як на кількісних, так і на якісних оцінках. Також необхідно, щоб аналіз проводився з урахуванням двох основних ознак туристичних кластерів – географічної концентрації підприємств туристичної галузі, а також наявності взаємозв'язків між цими підприємствами.

Кластерна концепція і туристична галузь мають загальні схожі особливості. Згідно з СОР туристичний продукт знаходиться в тісній взаємодії з місцевою територією, активізуючи спільні дії взаємопов'язаних підприємств, спрямовані на підвищення привабливості та цінності туристичної галузі. Про зацікавленість туристичним продуктом певної області свідчить ще одна відмінна риса туристичної послуги – споживач сам прямує за туристичним продуктом до певної області країни. Схожість з кластерною теорією підтверджується і іншими ознаками туризму, а саме: комлементарність і взаємна залежність місцевих підприємств і організацій, інтеграція місцевої культури і традицій.

З огляду на специфіку туристичних кластерів і беручи до уваги основні підходи до ідентифікації кластерів, пропонуємо таку послідовність виявлення туристичних кластерів:

Етап 1. Кількісна ідентифікація концентрації підприємств туристичної галузі в певній області України. Для цього пропонуємо використовувати коефіцієнти локалізації та спеціалізації, душевого виробництва, а також інтегральний коефіцієнт.

Основна складність полягає у виборі порогового значення даних коефіцієнтів. У більшості теоретичних досліджень прийнято вважати, що коефіцієнт локалізації рівний або вище одиниці свідчить про більший рівень концентрації галузі в порівнянні із середнім значенням по країні. Однак необхідно визначити, яке граничне значення коефіцієнта локалізації буде свідчити про наявність кластера. Існують різні точки зору щодо вибору порогового значення.

Етап 2. Виявлення взаємозв'язків. З цією метою для виявлення зв'язків між підприємствами доцільно використовувати прямий аналіз взаємозв'язків в ланцюжку цінностей у поєднанні з якісним методом експертних оцінок. Прямий аналіз взаємозв'язків в ланцюжку цінностей групує окремі сектори туристичної галузі на основі взаємозв'язків у вертикальному продуктовому ланцюжку. При здійсненні прямого аналізу ланцюжка цінності у туристичній

галузі доцільно використовувати теорію графів, яка дозволяє візуалізувати прямі зв'язки, закладені в таблицях «витрати – випуск».

Наступні етапи передбачають якісний аналіз.

Етап 3. Для визначення специфіки (типу) туристичного кластера необхідно виявити туристську доміную, яка є головною причиною здійснення туристичних поїздок. При її відсутності розвиток кластера є недоцільним. Для виявлення туристичної доміную пропонується спиратися на статистичні дані, а також на експертні оцінки.

Етап 4. На наступному етапі проводимо аналіз конкурентної стійкості туристичного кластера. Для цього необхідно протестувати область базування кластера за допомогою ромба конкурентних переваг М. Портера, який включає такі 4 фактори: умови для факторів виробництва; зміст стратегії фірми і суперництва; стан попиту; споріднені та підтримуючі галузі. У результаті аналізу необхідно визначити, які саме чинники впливають на туристичний кластер, можуть бути найбільш ефективно використані з метою підвищення конкурентоспроможності кластера загалом. При виявленні недостатньої кількості або якості аналізованих чинників можлива розробка пропозицій щодо додаткового фінансування відсутніх елементів.

Пропонований підхід дозволяє з'єднати кількісний і якісний аналіз і може бути покладений в основу ідентифікації туристичних кластерів і виявлення найбільш конкурентоспроможного.

Економічна ефективність туристичних кластерів в Україні є збірним поняттям, що включає об'єктивні експертні оцінки і аналітичні дані, які описують вплив туристичного кластера в таких сферах: рентабельність і прибутки безпосередньо туристичних кластерів; податкові надходження від туристичного кластера в місцевий бюджет; розвиток об'єктів інфраструктури туристичних кластерів в Україні; непрямий вплив туристичних кластерів на інші галузі суспільного виробництва за допомогою мультиплікаційного ефекту; вплив туристичного кластера на зайнятість населення.



Таким чином, під сукупним доходом від туристичних кластерів розуміємо сукупність прямих і непрямих, грошових і негрошових вигод, одержуваних в областях України від розвитку туристичного кластера, виражених у вартісному вигляді.

Враховуючи визначення видів прямих і непрямих доходів та вигід від розвитку туристичного кластера, можна констатувати, що оцінка сукупного доходу від туристичного кластера в областях країни, а відповідно, і методика його розрахунку, будуть включати в себе два напрямки: оцінка прямого впливу туристичного кластера і оцінка непрямого впливу туристичного кластера на економіку областей України.

Щодо напрямку прямого впливу туристичного кластера, то в його межах оцінюється прибуток, який одержить туристичний кластер за звітний період, а також частки податкових надходжень від туристичного кластера до бюджетів різних рівнів. Таким чином, під прямим економічним ефектом від туристичного кластера розуміємо обсяг коштів, отриманих від туристичного кластера на першому колі обертання коштів в економіці областей України, що увійшли до складу валового регіонального продукту (ВРП) [70].

Другий напрямок вимагає детального опису методичних підходів до оцінки мультиплікаційного ефекту від туристичного кластера і його впливу на інші сектори національної економіки. До непрямого впливу від туристичного кластера віднесемо комплекс фінансових коштів, які отримуються туристичним кластером у вигляді доходів від туристів.

Представлена методика дозволяє розрахувати сукупний дохід від туристичного кластера з урахуванням мультиплікаційного ефекту, але вона ґрунтується на результатах, отриманих при оцінці прямого економічного ефекту від туристичного кластера. У зв'язку з цим обидва напрямки тісно взаємопов'язані і є єдиною методикою оцінки сукупного доходу від туристичного кластера. Ця методика характеризується універсальністю, оскільки вона може бути застосовна для будь-якої області України, а також для міжрегіональних зіставлень рівня розвитку туристичного кластера.

Методика характеризує туристичний кластер як учасника національного і регіонального відтворювального процесу, тому в ній використовуються макроекономічні показники – валова продукція, валовий внутрішній (валовий регіональний продукт) і валовий суспільний продукт [52].

Вплив туристичного кластера на розвиток національної (регіональної) економіки визначається як сума впливів за всіма рівнями обігу коштів, що надійшли від туристичного кластера за такою формулою (2.6):

$$M = M_T + \sum_{i=1}^n M_i \quad (2.6)$$

де:  $M$  – прямий та непрямий економічний ефект, отриманий від туристичного кластера;

$M_T$  – обсяг коштів, отриманих від туристичного кластера на першому колі обертання коштів, який увійшов в ВВП (ВРП) (прямий економічний ефект від туристичного кластера);

$M_i$  – обсяг коштів, отриманих на наступному  $i$ -му колі обороту коштів, отриманих від туристичного кластера (непрямий економічний ефект від туристичного кластера);

$i$  – коло (крок) обертання коштів, отриманих від туристичного кластера в економіці.

При розрахунку частини прибутку від туристичного кластера, який безпосередньо впливає на ВВП (ВРП), очевидно, що витрати туристичних фірм і додаткові витрати самих туристів істотно впливають на розвиток інших секторів національної економіки [52].

Ці витрати є витратами самого туристичного кластера на обслуговування туристів і витратами на придбання товарів і послуг у інших організацій, що належать до інфраструктури туристичного кластера. Виходячи з цього, на першому етапі необхідно розрахувати обсяг ВВП ( $M_1$ ),

викликаний замовленнями туристичного кластера. Під ним розуміємо частину виручки туристичного кластера за вирахуванням собівартості турпродукту (2.7). Крім того, не весь обсяг виручки залишається в економіці країни (або області), тому до формули (2.6) необхідно ввести коефіцієнт ( $Q_T$ ), який характеризує частку витрат туристичного кластера, що залишається в її економіці (2.8):

$$M_1 = (V_T - Z_{TI}) \quad (2.7)$$

$$M_1 = Q_T (V_T - Z_{TI}) \quad (2.8)$$

де,  $M_1$  – частина виручки від туристичного кластера, що впливає на ВВП (обсяг ВВП викликаний замовленнями туристичного кластера);

$V_T$  – обсяг послуг (виручка) туристичного кластера (у вартісному вираженні);

$Z_{TI}$  – обсяг витрат на придбання товарів і послуг у інших підприємств, призначених для обслуговування туристів (собівартість турпродукту);

$Q_T$  – частка витрат туризму, яка залишається в національній економіці.

Використовуючи інтегральні величини ВВП і валовий суспільний продукт, з обсягу витрат туристичного кластера, які залишаються в економіці країни (області), тепер можна визначити обсяг витрат, який входить до ВВП (ВРП) [52]. Для цього використовується таке співвідношення (2.9):

$$\frac{Y \times Q_T}{X} \times (V_T - Z_{TI}) \quad (2.9)$$

де:  $Y$  – валовий внутрішній продукт;

$X$  – валовий суспільний продукт.

З нього можна розрахувати обсяг ВВП, викликаний замовленнями туристичного кластера з обсягу витрат, що входять до складу ВВП (2.10):

$$M_1 = \frac{Y \times Q_T \times (V_T - Z_{IT})}{X} \quad (2.10)$$

На другому і наступних колах обертання коштів, отриманих від туристичного кластера, певний їх обсяг також залишається у ВВП (ВРП). Ці кошти будуть викликати також зростання ділової активності в країні (області).

Таким чином, необхідно визначити обсяг ВВП, викликаний витратами національних (регіональних) підприємств і фірм на  $i$ -му кроці. Цей обсяг можна подати як  $(M_i + 1)$ . Використовуючи ВВП (ВРП) і валовий суспільний продукт, можна визначити обсяг витрат, що залишаються в економіці на  $i$ -му кроці обертання засобів таким чином (2.11):

$$\frac{M_i}{X} \times (X - Y) \quad (2.11)$$

В економіці країни (області) залишається не весь обсяг коштів, отриманих від туристичного кластера на  $i$ -му кроці їх обертання, тому до формули (2.10) необхідно ввести, за аналогією з (2.7), коефіцієнт  $Q_i$ , що характеризує частку витрат, що залишаються в економіці (2.11). Привівши отриманий вираз до ВВП (ВРП), можна визначити обсяг витрат, що залишаються в економіці, які входять до ВВП (ВРП) (2.12) [52]:

$$\frac{M_i}{X} \times Q_i \times (X - Y) \quad (2.11)$$

$$\frac{YQ_1 \times (X - Y) \times M_1}{X \times X} \quad (2.12)$$

Перетворивши останній вираз отримуємо:

$$\frac{YQ_1 \times (X - Y) \times M_1}{X \times X} = RM_i \quad (2.13)$$

де:  $R$  – коефіцієнт, який відображає ступінь замкнутості економіки (тобто відображає зв'язок двох послідовних кіл обігу коштів).

Таким чином, обсяг ВВП (ВРП), викликаний витратами місцевих підприємств і фірм на  $i$ -м кроці ( $M_{i+1}$ ) можна відобразити таким чином:

$$M_{i+1} = R \times M_i \quad \rightarrow \quad M_{i+1} = M_i \times R^i \quad (2.14)$$

У результаті отримуємо геометричну прогресію. Підставляємо вираз (2.14) у формулу (2.4) і отримуємо наступне:

$$M = M_T + \sum_{i=1}^{\infty} M_i = M_T + M_1 + \sum_{i=2}^{\infty} M_i \times R^i \quad (2.15)$$

Після подальшого перетворення отриманого виразу та з'єднання його з формулою (2.9) отримуємо формулу для розрахунку сукупного доходу від туристичного кластера (2.16) [52]. Цей же вираз характеризує й загальний мультиплікаційний ефект від туристичного кластера в області:

$$M = M_T + M_1 \left( \frac{1}{1-R} \right) \quad (2.16)$$

$M$  – сукупний дохід (прямий та непрямий, з обліком мультиплікаційного ефекту) від туристичного кластера в області;

$M_T$  – обсяг коштів, отриманих від туристичного кластера на першому крузі обігу коштів, які увійшли до ВВП (ВРП) (прямий економічний ефект від туристичного кластера);

$M_1$  – частина виручки від туристичного кластера, який впливає на ВВП (ВРП) (обсяг ВВП (ВРП), що викликаний замовленнями туризму);

$R$  – коефіцієнт, який відображає ступінь замкнутості національної (регіональної) економіки та зв'язок двох послідовних кіл обігу коштів, отриманих від туристичного кластера;

Вищевказана методика дає можливість аналогічним чином оцінити мультиплікаційний ефект від туристичного кластера за податками та зайнятістю населення.

Представлена методика розрахунку мультиплікаційного ефекту і сукупного доходу від туристичного кластера може бути застосована для умов і стандартів статистичної звітності та інформації в Україні. Переважну більшість розрахункових даних можна знайти в офіційній державній статистиці як для національної економіки загалом, так і для окремих областей. Запропонована методика, на нашу думку, повністю підходить для оцінки мультиплікаційного ефекту від туристичних кластерів.

Таким чином, на основі оцінки сукупного доходу і мультиплікаційного ефекту від туристичного кластера можлива розробка рекомендацій і конкретних управлінських рішень щодо їх збільшення.

Виявити і використовувати об'єктивні причини для найбільш повної реалізації комплексуючої та інтегруючої ролі туристичної галузі в національній економіці можливо лише на основі ґрунтовного аналізу факторів туристичної привабливості, потенціалу туристичної галузі областей України, а також об'єктивної ситуації, що складається на туристичних ринках.

Незважаючи на переваги управління туристичною галуззю на принципах кластеризації, до теперішнього часу відсутній єдиний підхід, який дозволяє об'єктивно оцінити результативність такого об'єднання, також науковці не дійшли згоди у визначенні ідеальної моделі туристичного кластера, яка гарантувала б його успішність. Велика кількість методик оцінювання результативності туристичних кластерів спирається на визначення загального ефекту від географічної концентрації підприємств для території розташування. Складність оцінювання посилюється обмеженням

інформації про фактичні результати діяльності учасників туристичного кластера, тобто тіньовою економікою. У дисертації систематизовано методичні підходи щодо оцінювання результативності туристичного кластера (Додатку Ж).

Необхідно відзначити, що пропоновані вченими підходи до оцінки потенціалу туристичного кластера відрізняються адекватністю інформаційної бази, етапністю розрахункового процесу, доступністю набору кількісних і якісних показників. Однак, це дозволяє досліджувати тільки потенціал туристичного кластера, а інші питання, пов'язані з оцінкою ефективності функціонування туристичного кластера, залишаються поза увагою вчених, що дозволяє автору запропонувати науково-методичний підхід щодо формування туристичного кластера областей країни, який представлено на рис. 2.3. В його основі полягає інтегральний метод визначення узагальнюючих показників, що характеризують потенціал туристичного кластера, ефективність функціонування туристичного кластера і сукупний синергетичний ефект, що виникає в туристичному кластері в процесі функціонування, що принципово відрізняє його від підходів, представлених іншими вченими.

На наш погляд, саме такий напрямок дослідження дозволить отримати об'єктивний результат на кожній стадії, включаючи заключну стадію прийняття рішення щодо формування туристичного кластера. Необхідно звернути увагу на послідовний характер розрахункового процесу, що сприяє визначенню інтегрального показника на кожній стадії і дозволяє провести його ідентифікацію з поданням попередніх висновків. При цьому наявність негативного результату на попередньому етапі виключає доцільність проведення розрахунків на наступному, що сприяє своєчасному проведенню ротації складових елементів туристичного кластера.

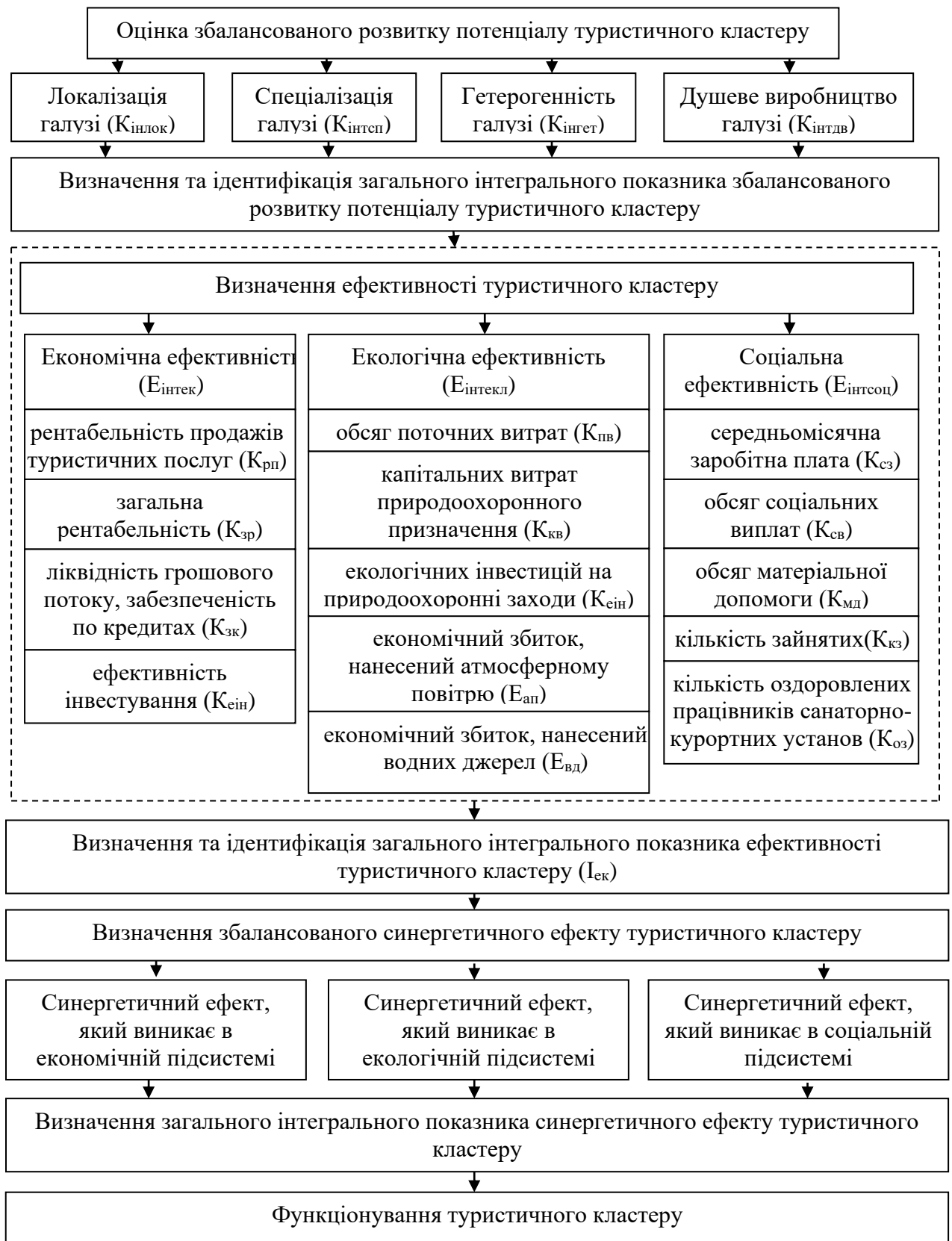


Рис. 2.3. Науково-методичний підхід щодо оцінки формування туристичного кластера областей країни (розроблено автором)



Групи показників, що беруть участь у розрахунковому процесі, включають в себе рівну їх кількість, що виключає прояв ефекту розсіювання інтегрального показника в результаті порушення вагової значущості групових показників.

Також їх кількість визначається межею доцільності, згідно з яким оптимальним вважається 4-6 показників у групах, 20-25 – загальна кількість по групах, кількість груп – 3-5. Крім того, кількість груп має бути не більше п'яти по всіх розглянутих напрямках.

При цьому слід дотримуватися рівної кількості груп за напрямками, що дозволяє виключити нерівномірність розподілу значущості за приватними показниками і по групах. Таким чином, представлена методика відповідає формальним вимогам її побудови.

Дослідження можливості формування туристичного кластера здійснюється в три етапи, кожен з яких містить розрахункову базу і ідентифікацію отриманих результатів. Показники, які беруть участь у математичних залежностях, підібрані таким чином, щоб отримати безрозмірні коефіцієнти, що полегшить розрахунок інтегрального показника і його ідентифікацію.

Потенціал туристичного кластера розглядається з позиції наявності сукупності складових елементів, взаємодія яких з урахуванням специфічних особливостей туристичної галузі дозволяє досягти позитивних змін у різних напрямках розвитку суспільства (економічному, соціальному, екологічному).

У зв'язку з цим перший етап містить розрахунок показників локалізації, спеціалізації, душевого виробництва, а також гетерогенності, облік якої відрізняє авторську точку зору від наукових поглядів інших вчених щодо дослідження потенціалу туристичного кластера.

Локалізація потенціалу туристичної галузі на основі кластеризації розглядається з позиції зміни її концентрації в областях країни, оцінювати яку пропонується за показниками, що характеризують питому вагу кредитів у

туристичній галузі, інвестицій у туристичну галузь, малих підприємств, середньомісячної зарплати, обсягу виробництва галузі.

Спеціалізація галузі розглядається з позиції концентрації потенціалу туристичної галузі, що задовольняє потребам рекреантів з інших областей у відновленні фізичних сил.

У розрахунковому процесі пропонується задіяти показники, що характеризують частку обсягу послуг пансіонатів, будинків відпочинку, кемпінгів, готелів, санаторних установ в обсязі послуг аналогічних установ України.

Душове виробництво розглядається як відношення питомої ваги туристичної галузі у відповідній структурі галузі країни до питомої ваги рекреантів областей в чисельності рекреантів країни і включає в себе показники, які характеризують обсяг виробництва, виручку одного ліжко-дня, прибуток туристичної галузі, ресторанів, екскурсійного обслуговування в цій галузі області.

Гетерогенність характеризує тенденцію розвитку туристичної галузі в певному періоді часу, яка стримуюче впливає на організацію туристичного кластера в разі прояву негативної тенденції і підсилює вплив у разі позитивної тенденції.

У розрахунковому процесі пропонується використовувати показники, що відображають питому вагу пасажирського автотранспорту, об'єктів дозвілля, іноземних туристів, лікарів санаторно-курортних установ, вартості основних фондів туристичної галузі.

Оцінку потенціалу туристичного кластера можна визначити:

$$I_{\text{ПТК}} = \sqrt[4]{K_{\text{ІНТЛОК}} \times K_{\text{ІНТСП}} \times K_{\text{ІНТДВ}} \times K_{\text{ІНГЕТ}}}$$

де  $K_{\text{ІНТЛОК}}$ ,  $K_{\text{ІНТСП}}$ ,  $K_{\text{ІНТДВ}}$ ,  $K_{\text{ІНГЕТ}}$  – інтегральні показники, що характеризують локалізацію, спеціалізацію, душове виробництво, гетерогенність туристичної галузі.

Оцінка ефективності функціонування туристичного кластера (другий етап) здійснюється в разі отримання позитивного результату при дослідженні потенціалу, який визначається на підставі інтервальних оцінок з поданням розгорнутої характеристики.

Ефективність характеризує позитивні зміни в різних сферах життєдіяльності суспільства, досягнуті в результаті створення туристичного кластера.

Для отримання об'єктивної оцінки ефективності функціонування туристичного кластера, на наш погляд, необхідно враховувати економічну, екологічну, соціальну підсистеми ефективності, що сприяє отриманню реального уявлення про зміни, що відбулися.

Ефективність соціальної підсистеми характеризує рівень захищеності працівників підприємств туристичної галузі, що виражається в збільшенні матеріального забезпечення, поліпшенні умов відновлення фізичних сил, стан здоров'я. Для визначення її коефіцієнтів пропонується використовувати показники, що відображають середньомісячну зарплату ( $K_{сз}$ ), обсяг соціальних виплат ( $K_{св}$ ), обсяг матеріальної допомоги ( $K_{мд}$ ), кількість зайнятих ( $K_{кз}$ ), кількість оздоровлених працівників санаторно-курортних установ ( $K_{оз}$ ), що беруть участь у туристичному кластері області.

Ефективність екологічної підсистеми характеризує поліпшення якісного стану компонентів навколишнього середовища в результаті оптимізації витрат на природоохоронні заходи на території функціонування туристичного кластера, що безпосередньо виражається в зниженні обсягу економічного збитку, нанесеного природі його учасниками. Для визначення її коефіцієнтів пропонується використовувати показники, що відображають обсяг поточних витрат ( $K_{пв}$ ), капітальних витрат природоохоронного призначення ( $K_{кв}$ ), екологічних інвестицій на природоохоронні заходи ( $K_{еін}$ ), а також економічний збиток, нанесений атмосферному повітрю ( $E_{ап}$ ) і водним джерелам ( $E_{вд}$ ) санаторно-курортними установами туристичного кластера області.

Ефективність економічної підсистеми характеризує стабільність господарської діяльності, що обумовлено проведенням адекватної цінової політики, що сприяє нарощуванню прибутку учасниками туристичного кластера. Для визначення її коефіцієнтів пропонується використовувати показники, що відображають рентабельність продажів туристичних послуг ( $K_{рп}$ ), загальну рентабельність ( $K_{зр}$ ), ліквідність грошового потоку, забезпеченість по кредитах ( $K_{зк}$ ), ефективність інвестування ( $K_{єін}$ ).

Маючи у своєму розпорядженні інтегральні показники економічної, екологічної, соціальної ефективності, доцільно визначити узагальнюючий інтегральний показник ефективності функціонування туристичного кластера, що дозволить зробити висновок про досягнення позитивного результату і доцільності визначення синергетичного ефекту.

Оцінку ефективності функціонування туристичного кластера можна визначити:

$$I_{ек} \sqrt{E_{інтек} \times E_{інтекл} \times E_{інсоц}},$$

де  $E_{інтек}$ ,  $E_{інтекл}$ ,  $E_{інсоц}$  – інтегральні показники,  $E_{інтек}$ ,  $E_{інтекл}$ ,  $E_{інсоц}$  характеризують ефективність економічної, екологічної, соціальної підсистем туристичного кластера.

Синергетичний ефект характеризує зростаючий позитивний ефект, що формується в результаті інтеграції окремих складових в єдину систему, що сприяє якісному стрибку в результативності. Він виявляється в різних сферах туристичного кластера, серед яких визначальними є економічна, екологічна, соціальна (третій етап). При цьому синергетичний ефект в економічній сфері відображає ефект приросту грошових потоків, що характеризує не тільки фінансово-економічну стійкість, але і можливість розширення діяльності суб'єктів господарювання – учасників туристичного кластера за рахунок внутрішніх джерел фінансового забезпечення. Для його оцінки пропонується використовувати показники, що характеризують ефект від податкової

політики ( $E_{\text{пп}}$ ), розміщення інвестицій в людський капітал ( $E_{\text{ілк}}$ ), звичайної діяльності ( $E_{\text{зд}}$ ). Синергетичний ефект в екологічній сфері відображає підвищення ресурсозбереження при веденні господарської діяльності учасниками туристичного кластера, який пропонується оцінювати, використовуючи показники, які характеризують зниження витрат на водоспоживання ( $E_{\text{зв}}$ ), енергопостачання ( $E_e$ ), скидання стічних вод ( $E_{\text{сс}}$ ).

Синергетичний ефект у соціальній сфері відображає соціальну захищеність суспільства, що досягається вирішенням комплексу завдань, спрямованих на забезпечення прийняттого рівня життєдіяльності людини. Для його оцінки пропонується використовувати показники, що характеризують підвищення ефекту оздоровлення ( $E_{\text{озд}}$ ), соціальної допомоги ( $E_{\text{сд}}$ ), матеріального стимулювання ( $E_{\text{мс}}$ ).

Узагальнюючий інтегральний показник синергетичного ефекту дозволяє зробити висновок про ефективність функціонування туристичного кластера, розробити заходи, спрямовані на досягнення пріоритету в розвитку визначальних сфер життєдіяльності суспільства.

Оцінку синергетичного ефекту в межах функціонування туристичного кластера можна визначити:

$$I_{\text{се}} = \sqrt[3]{K_{\text{інтег}} \times K_{\text{інтес}} \times K_{\text{інтер}}}$$

де  $K_{\text{інтег}}$ ,  $K_{\text{інтес}}$ ,  $K_{\text{інтер}}$  – інтегральні показники, які характеризують ефект приросту грошових потоків, підвищення соціальної захищеності, підвищення природного ресурсозбереження.

Таким чином, запропонований науково-методичний підхід оцінки формування туристичного кластера включає в себе оцінку потенціалу туристичного кластера, оцінку ефективності функціонування туристичного кластера і сукупного синергетичного ефекту, що виникає в ньому, що принципово відрізняє її від методичних підходів інших вчених і дозволяє

отримати інтегральні показники, на основі яких можна зробити обґрунтований висновок про доцільність формування туристичного кластера.

### **2.3. Концептуальні підходи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України**

Сьогодні на сучасному етапі розвитку національної економіки України питання розвитку потенціалу туристичної галузі досліджені не в повній мірі, тому є необхідність у розробці концептуальних досліджень у напрямку збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Зростання ринку туристичних послуг зумовлене з одного боку, збільшенням попиту на них, з іншого – зростанням пропозиції. Основними причинами зростання попиту на туристичні послуги є: збільшення доходів; підвищення стандартів життя; відкритість зовнішнього світу; переорієнтація населення на пізнання історико-культурних цінностей; підвищення мобільності населення тощо: зростання пропозиції залежить від розвитку підприємництва та конкурентного потенціалу туристичної галузі України.

Інтерес з боку держави на різних рівнях управління (міжнародному, національному, регіональному та макрорівні (туристичні підприємства, організації, суміжні учасники туристичного процесу)) щодо питань концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни зростає з кожним роком. Проблемами розвитку потенціалу туристичної галузі, концептуальними характеристиками, регулюванням та управлінням займалися вчені, серед яких: А. Здоров [20], В. Вакуленко [59], І. Антоненко [5], І. Зорін [36], І. Школа [66], К. Сіренко [55], О. Музиченко-Козловська [41], О. Трегубов [58], Т. Ткаченко [57] та ін.

У процесі розробки концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі з метою досягнення оптимального результату дуже важливо ураховувати переваги і недоліки, а також можливості і інтереси споживачів туристичного продукту. Урахування цих обставин дозволить

правильно визначити пріоритети розвитку, форми та методи залучення інвестицій і оцінити їх обсяги [20; 75, с.25].

Маючи потужний потенціал туристичної галузі в областях України, необхідно сформувавши цілісну концепцію збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, яка буде формуватися під впливом інституціонального середовища та охоплювати як економічні дії, пов'язані з ринковими процесами, так і позаринкову діяльність, на різних рівнях державного і недержавного управління, що дозволить нівелювати такі недоліки, як: недостатній рівень доступності та споживчих властивостей українських туристичних продуктів, слабо розвинену інфраструктуру та туристичні маршрути, спірну якість туристичного сервісу, низьку ступінь прозорості ринку, недостатню інформованість туристів.

Головним недоліком теоретичних розробок концепцій розвитку туристичної галузі, на нашу думку, є відсутність обґрунтованих шляхів збалансованості соціальної, економічної та екологічної підсистем, що дозволило б саме областям України сформувавши та розвивати потенціал туристичної галузі як перспективну та ефективну галузь національної економіки.

Теоретичним базисом розвитку потенціалу туристичної галузі України має виступати цілісна концепція збалансованого розвитку. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі передбачає розвиток системи взаємопов'язаних екологічних, економічних та соціальних підсистем, спрямованих на їх збалансування та раціональне використання потенціалу туристичної галузі областей України.

Цілісна концепція збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні повинна повністю відображати позицію областей України відносно стратегії на довгострокову перспективу і включати конкретні заходи з її реалізації [75, с.22].

Процес формування цілісної концепції збалансованого розвитку туристичної галузі областей України дуже трудомісткий, який повинен

складатися із сукупності етапів, які виконуються послідовно та логічно. Існує збалансований зворотний зв'язок і вплив кожного етапу на інші та на всю їх сукупність. Вона повинна охоплювати економічні дії, пов'язані із балансуванням ринкових процесів і поза ринкову діяльність на різних рівнях державного і недержавного управління, що дозволить виокремити методологічне спрямування дослідження механізмів розвитку потенціалу туристичної галузі України.

Автором запропонована та теоретично обґрунтована цілісна концепція збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України, яка ґрунтується на методології маржиналізму та філософії позитивізму, гедонізму та утилітаризму й охоплює як економічні дії, що пов'язані з ринковими процесами, так і позаринкову діяльність, яка здійснюється на різних рівнях державного і недержавного управління та характеризується чітким спрямуванням і визначеними пріоритетами, де раціональні регіональні підсистеми (економічна, екологічна, соціальна) прагнуть до стратегічної єдності, балансу інтересів і постійного розвитку при дотриманні низки умов (свобода конкуренції, мобільність ресурсів, доступність технологій тощо), що дозволить обґрунтувати, скоординувати й спрямувати функціональні зміни області (регіону) в економічному, просторовому, демографічному і культурному аспектах; сформувати організаційні системи туризму з позиції координації взаємовідносин, що постійно трансформуються на туристичному ринку областей (країни); визначити причини, мотиви вибору місць відвідування споживачів турпослуг; генерувати значний соціально-економічний ефект для регіону шляхом стимулювання розвитку суміжних відносно туризму сфер, що розвиваються як еволюційним шляхом, так і шляхом трансформації під впливом низки локальних факторів; впровадити кластерний підхід і механізм збалансованого розвитку туристичного природокористування периферійної території для відпочинку зі сприятливими природними ресурсами; оптимізувати трансакційні витрати (рис. 2.4.).



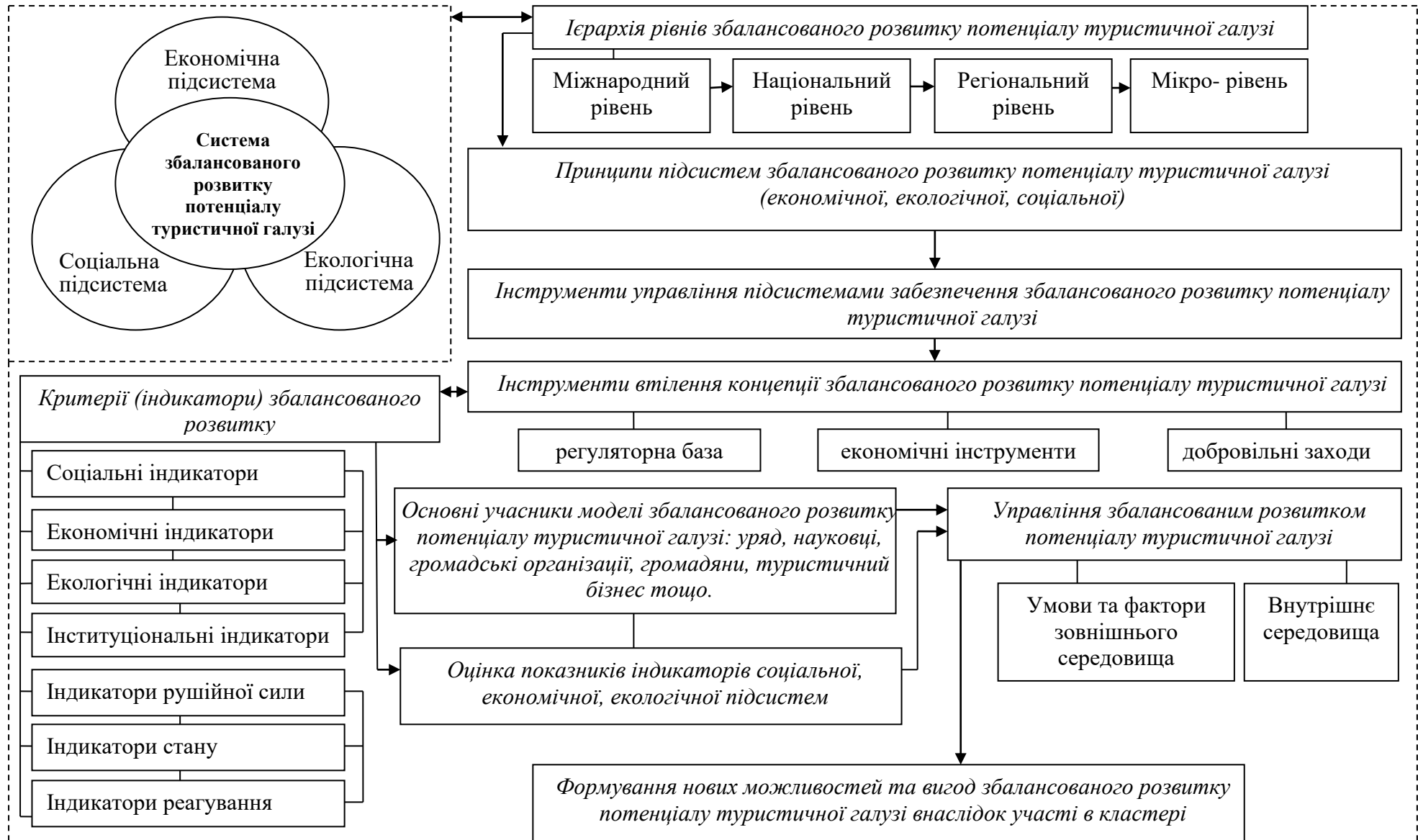


Рис. 2.4. Цілісна концепція збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі (розроблено автором)

Доцільно визначити ієрархію рівнів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, це: 1) міжнародний (глобальний) рівень; 2) національний рівень; 3) регіональний рівень (відповідна туристична спеціалізація); 4) мікрорівень (туристичні підприємства, організації, суміжні учасники туристичного процесу).

З точки зору міжнародного рівня збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі можна розглядати як керований, цілеспрямований розвиток різних видів туризму конкретних областей країни, які мають відповідний наявний та стратегічний потенціал. Метою розвитку на міжнародному рівні виступають збереження біосфери країн, планети, задоволення потреби світового соціуму без нанесення шкоди навколишньому середовищу, підтримка цілісності екосистеми.

На національному рівні збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни передбачає соціальну орієнтацію з метою підвищення якості добробуту населення країни, економічного, екологічно-безпечного розвитку країни, що дозволяє задовольняти необхідні суспільні потреби як сьогодишнього покоління, так і майбутніх.

На регіональному рівні збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі конкретної області та її туристичної спеціалізації реалізується за допомогою ефективного та конкурентоздатного функціонування соціально-економічних систем області, комплексного благоустрою областей туристичними інфраструктурними об'єктами, при постійному зростанні якісних індикаторів рівня життя місцевого населення, збереження культури та національних традицій, а також збереження навколишнього середовища в теперішньому та майбутньому часі.

Збалансованість розвитку потенціалу туристичної галузі знаходиться в залежності від конкурентоздатності організацій, які обслуговують туристів, від того, наскільки узгоджене функціонування суб'єктів господарювання, які здатні сформувати довготривалі конкурентні переваги, підтримувати

необхідні внутрішньогалузеві пропорції та зв'язки для забезпечення інноваційного розвитку, безпеки та якості послуг, ефективності діяльності.

Збалансованість розвитку потенціалу туристичної галузі на рівні конкурентних організацій, які здійснюють туристичну діяльність, означає здатність господарюючих суб'єктів знаходитися в балансі функціонування із забезпеченням цільових індикаторів рентабельності та ефективності, враховуючи конкурентоздатність та безпеку на ринку туристичних послуг.

Отже, об'єктивні передумови забезпечення сталого розвитку національної та, як наслідок, глобальної економіки формується, на нашу думку, на обласному рівні. При цьому кожна область володіє ресурсами, які стимулюють розвиток різних видів туристичної діяльності. Особливо це стосується природних ресурсів, унікальних і не відновлювальних за своїми якісними характеристиками, що значно підвищує важливість переходу до еколого-, економічно-, соціально-орієнтованого збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Провівши дослідження принципів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в п.1.3. виділимо основні принципи підсистем цілісної концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі:

1. Принципи економічної підсистеми:

- узгоджене планування та управління розвитком потенціалу туристичної галузі з іншими видами економічної діяльності й напрямками розвитку країни та окремих областей;
- сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, підприємств туристичної та суміжних галузей як підґрунтя формування робочих місць;
- підтримка впровадження у туристичну галузь екологічно м'яких технологій;
- реалізація маркетингу туризму та диджиталізація з метою підвищення ефективності місцевої економіки та зменшення негативних наслідків і тиску на довкілля за рахунок рівномірного розподілу туристів у часі і просторі;

- цифровізація діяльності підприємств, організацій туристичної та суміжних галузей.

## 2. Принципи соціальної підсистеми:

- налагодження тісної співпраці всіх зацікавлених сторін за допомогою узгодженості дій національних рад з туризму, туристичних агенцій та організацій, приватного сектору, місцевими громадами для прийняття ефективних стратегічних рішень щодо розвитку потенціалу туристичної галузі;

- забезпечення рівноправних умов для місцевого населення поряд з іншими учасниками туристичного бізнесу в отриманні економічних, соціальних і культурних вигод від розвитку туристичної галузі, надання першочергового права на працевлаштування;

- повага та збереження місцевих культур, традиційних ремесел, фольклору;

- заохочення відповідальної поведінки туристів, виховання поваги до національних законів, культурних цінностей, соціальних норм і традицій.

## 3. Принципи екологічної підсистеми:

- мінімізація і утилізація відходів, впровадження систем очищення та повторного використання води, матеріалів та технологій із якнайменшим впливом на природне та культурне довкілля;

- ефективне використання енергії та залучення альтернативних джерел енергії;

- зменшення шкідливої дії транспортної інфраструктури;

- збереження біорізноманітності та необхідність обережного поводження із вразливими природними системами.

Принципи балансування націлені на забезпечення збалансованого поєднання інструментів управління підсистемами, метою яких є формування вектору руху або спрямування його у бажаному напрямі, та характеризуються:

- процесами функціонування та розвитку організацій, підприємств та інфраструктурою туристичної та суміжних галузей;
- статичною збалансованістю організацій, підприємств і туристичної інфраструктури областей, динамічною стійкістю процесу їх розвитку;
- змінами, що відбуваються в організаціях, підприємствах, туристичній інфраструктурі на суміжних галузях, які здійснюють діяльність у туристичній галузі, та / або у взаємодіях між ними;
- управляючим впливом (превентивним, компенсуючим, адаптивним і стимулюючим).

Принципами змін збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі є :

- принцип інертності – починається через певний час після впливу зовнішніх і внутрішніх чинників та продовжується певний час після припинення їх дії;
- принцип еластичності – обумовлюється самим потенціалом його технічних, організаційних, культурних та інших характеристик;
- принцип безперервності – відбувається постійно, але змінюється їх швидкість та напрям змін;
- принцип пропорційності – потенціал системи можна збільшити на величину інвестиції із забезпечення пропорційності процесів через ліквідацію вузьких та слабких місць.

Основними інструментами втілення цілісної концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі є:

- регуляторна база (стратегічні документи, закони, нормативні вимоги, директиви);
- економічні інструменти (податки і збори, податкові пільги і субсидії);
- добровільні заходи (інформування про зміст, можливості та переваги збалансованого розвитку, консультації й підтримка основних стейкхолдерів).

Для успішного здійснення практичного переходу до збалансованого

розвитку потенціалу туристичної галузі принципово важливим питанням є створення і розробка відповідних показників, індикаторів, систем індикаторів, які давали б змогу достатньо вичерпно й коректно досліджувати сутність всіх процесів, складових елементів та взаємозв'язків, що в сукупності визначають параметри розвитку суспільства і його життєдіяльності в природі, а також ступінь збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі.

Критерії (індикатори) збалансованого розвитку, з одного боку, відображають соціальні, економічні і екологічні параметри підсистем у єдиному інтегрованому комплексі; з іншого – їх розвиток розглядається через зміну станів, кожен з яких характеризується визначеною збалансованістю і здатністю до змін. Саме в цих двох площинах формується система критеріїв (індикаторів) збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Класифікація індикаторів (критеріїв) збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі:

1. Соціальні індикатори: боротьба з бідністю; демографічна динаміка і стан; поліпшення освіти, проінформованості і виховання суспільства; захист і поліпшення здоров'я людей; поліпшення розвитку поселень.

2. Економічні індикатори: міжнародна кооперація для прискорення збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі і пов'язана з цим місцева політика; зміна характеристик споживання туристичних послуг; фінансові ресурси і механізми; передача екологічно чистих технологій, співробітництво і створення потенціалу туристичної галузі.

3. Екологічні індикатори: збереження якості водних ресурсів і забезпеченість ними; захист морів і прибережних територій; комплексний підхід до планування і раціонального використання земельних ресурсів; раціональне управління вразливими екосистемами, боротьба з опустелюванням і посухами; сприяння веденню ефективного сільського господарства і розвитку сільських районів; боротьба за збереження лісів;

збереження біологічної розмаїтості; екологічно безпечне використання біотехнологій; захист атмосфери; екологічно безпечне управління твердими відходами, стічними водами, токсичними хімікатами, небезпечними відходами та радіоактивними відходами.

4. Інституціональні індикатори: облік питань екології і розвитку в плануванні і управлінні збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі; національні механізми і міжнародне співробітництво для створення потенціалу в країнах, що розвиваються; міжнародний інституціональний порядок; міжнародні правові механізми; інформація для прийняття рішень; посилення ролі основних груп населення.

Індикатори рушійної сили, стану, реагування збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі:

1. Індикатори рушійної сили є індикаторами людської активності, процесів і характеристик, що можуть позитивно чи негативно впливати на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі. Ці індикатори відповідають рівню організацій, підприємств та інфраструктури туристичної галузі.

2. Індикатори стану фіксують характеристики збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в певній області в певний момент.

3. Індикатори реагування: політичний вибір і інші реакції на зміну характеристик збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі. Ці індикатори вказують на волю й ефективність суспільства до вирішення проблем збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Особливо важливим для прискорення переходу до моделі збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні є організація співпраці між основними учасниками цього процесу: уряд; науковці; громадські організації; громадяни; туристичний бізнес тощо.

Для характеристики збалансованого розвитку як динамічного процесу необхідна цілісна інтегрована стратегічна система показників індикаторів

економічної, соціальної та екологічної підсистем, що дозволяє оцінити динаміку, а також масштаби нерівномірності їх розвитку.

В основу цілісної концепції збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі покладено низку принципів, яким вона повинна відповідати:

- аналіз складових економічної, екологічної та соціальної компоненти розвитку в єдиному інтегрованому комплексі;
- набір індикаторів, що відображає стан цих інтегрованих компонентів у динаміці;
- придатність для практичного використання результатів аналізу та обґрунтування стратегій і програм збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі;
- методична простота полягає у доступності для аналізу статистичних даних при відсутності великих фінансових і тимчасових витрат, в тому числі в період кризи;
- динамічна збалансованість економічної, екологічної та соціальної компоненти підсистем, динамічна порівняність і підпорядкованість показників між собою.

Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі областей України характеризується необоротністю, закономірністю, безперервністю та прогресивністю, що відбуваються в процесі змін його структурних елементів або взаємозв'язків між ними, що знаходяться в умовах впливу різних параметрів, класифікованих за низкою ознак (табл. 2.2.).

Найважливішою класифікаційною ознакою параметрів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей та країни є взаємозв'язок структурних елементів (туристичні центри, туристичні райони тощо).

У зв'язку з цим чітко видно зовнішні параметри або умови, що впливають на збалансований розвиток потенціалу підприємницьких структур туристичної галузі областей, які працюють ззовні, а також внутрішні чинники, що формуються всередині самої області.



Класифікація параметрів, які впливають на збалансованість розвитку потенціалу туристичної галузі областей, країни (розроблено автором)

Ознака класифікації	Параметри класифікації
Масштаб впливу	Комплекс заходів, які формуються на різних рівнях соціально-економічної системи та безпосередньо або опосередковано впливають на процеси, які пов'язані із збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі областей країни
Стадія економічного циклу	Комплекс заходів, які пов'язані з прискоренням, стабілізацією або уповільненням процесів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей країни
Відношення до структурних елементів туристичної галузі областей країни	Зовнішні умови та фактори, які впливають на збалансованість у розвитку туристичної галузі в областях країни ззовні та внутрішні умови, які виникають та діють в областях країни
Напрямок впливу	Комплекс заходів, які перешкоджають або сприяють процесам збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі областей країни
Природа виникнення	Економічного, соціального, політичного, екологічного, інституціонального тощо напрямку розвитку потенціалу туристичної галузі областей країни
Ступінь обумовленості	Умови та фактори об'єктивного та суб'єктивного напрямку, які формують в активному підприємницькому середовищі, підприємств, організацій та інфраструктури туристичної галузі в областях та країні
Форми взаємовпливу туристичної галузі в області	Різноманітні види та способи взаємодії з організаціями, підприємствами та елементами туристичної інфраструктури, які беруть участь в організації туристичної діяльності та які формують туристичний продукт й створюють умови, що забезпечує збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі області, країни
Тривалість впливу	Умови та фактори, які діють в коротко-, середньо- та довготривалому часових періодах
Стабільність впливу	Можуть бути постійними та змінними
Новизна	Інноваційні, які відрізняються новизною та діють вперше, або традиційні, які діють у певний період часу
Ступінь впливу	Основні, тобто досить сильно впливають на збалансованість розвитку потенціалу туристичної галузі, та допоміжні, які надають незначний вплив
Рівень управління	Формуються в межах стратегічних та функціональних принципів управління збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі областей, країни
Мета управління	Попереднього, компенсуючого, адаптуючого та стимулюючого характеру

Зростаюча роль зовнішніх параметрів спирається на туристичну інфраструктуру, яка характеризується принципами системності і являє собою

відносно ізольовану частину територіальної системи, тобто відкрита і доступна для користувачів туристичного продукту. Отже, сутнісні значення туристичних областей як відкритих соціально-економічних систем сприяють побудові концептуальних підходів у сфері дослідження, що припускає визначення зовнішніх і внутрішніх параметрів, які впливають на процес збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Основою дослідження є управління збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі області країни, яке включає, з одного боку, умови і фактори зовнішнього середовища, які впливають або можуть вплинути на туристичні організації, підприємства, які мають значення для їх функціонування, адаптації до особливостей зовнішнього середовища. З іншого боку, системність означає наявність внутрішнього середовища організацій, підприємств, суміжних галузей, що здійснюють туристичну діяльність, та вимагає структуризації цього внутрішнього середовища і дослідження внутрішніх змін.

Таким чином, у даному контексті управління збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі засноване на поєднанні двох взаємопов'язаних складових:

– цілеспрямований вплив на внутрішнє середовище областей країни, організація туристичної і супутньої їй діяльності, спрямованої на отримання бажаного результату;

– організація ефективної взаємодії із зовнішнім середовищем, тобто з контрагентами, найманими працівниками, державою, здійснення діяльності з урахуванням економічних законів попиту і пропозиції, механізму конкуренції, в рамках чинного нормативно-правового регулювання.

Напрямок впливу також є фактором, який може перешкоджати або сприяти процесам збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей країни. Ці фактори можуть формуватися в зовнішньому і внутрішньому підприємницькому середовищі за умови підприємницької активності туристичної області.

Фактори, які негативно впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі областей країни, формують тенденції зростання втрат ресурсного потенціалу, пов'язані з вартістю вже витрачених ресурсів. Ця тенденція обумовлюється лімітом в області більшості туристичних ресурсів, задіяних у здійсненні туристичної діяльності, крім комунікативно-інформаційних ресурсів. Це свідчить про те, що перспектива збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в областях країни пов'язана з інноваційними технологіями в туристичній галузі. Збільшення інформаційних ресурсів у всьому їх різноманітті в діяльності туристичних організацій, підприємств та суміжних галузей у відповідній області призводить до їх часткового і зростаючого заміщення (як природних, так і кадрових, матеріально-технічних). Збалансованість у розвитку потенціалу туристичної галузі в цих умовах пов'язується з впровадженням прогресивних інформаційних, адміністративних, управлінських, соціальних технологій та програм, які сприяють підвищенню ефективності споживання всіх видів ресурсів.

Умови і фактори, які забезпечують збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі, класифікуються також за природою свого виникнення. Вони досить різноманітні, відображають специфіку різних аспектів функціонування обласної соціально-економічної підсистеми. Найважливішого значення серед них набуває група економічних чинників, до якої входять різні форс-мажорні обставини в економіці обласного розвитку, труднощі з фінансуванням стратегічних програм розвитку потенціалу туристичної галузі областей. Існує також цілий комплекс проблем організаційного та нормативно-правового характеру, куди входять недостатня компетентність менеджменту, брак і плинність кваліфікованого персоналу в туристичній галузі і гостинності, недостатня підготовка персоналу в аспекті адекватної реакції до сучасної ситуації, недостатність розвитку системи обласного управління, недостатність координаційних процесів туристичною діяльністю. Цей фактор виявляється в неадекватному

значенні для сучасних вимог рівні розвитку різних видів туристичної інфраструктури. Недостатньо ефективними є програми державної підтримки діяльності туристичних організацій, підприємств. Важливого значення набувають і екологічні проблеми, які перешкоджають збалансованому розвитку потенціалу туристичної галузі областей країни, оскільки вони є наслідком високого тиску на екологічну систему туристичної галузі.

Умови і фактори збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі можна розділити, виходячи з їх характеристики, рівня їх розвитку: що характеризують об'єктивність і суб'єктивність розвитку як самих областей, так і видів туризму, характерних тільки для них, тобто об'єктивні та суб'єктивні чинники. Об'єктивні утворюються за стихійними законами туристичного ринку, об'єктивним «закономірностям» діяльності екологічної і соціальної підсистем тощо. Виникнення суб'єктивних чинників збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі можна зв'язати з підприємницькою активністю суб'єктів туристичної галузі, які формують внутрішнє і зовнішнє середовища областей як відкритих туристичних систем.

Досліджуючи умови і чинники збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, необхідно зазначити, що в даний час велике значення надається різним технологіям і інтегрованим утворенням в організації туристичної діяльності, що позитивно впливає на стан збалансованості певних туристичних областей.

До перспективних форм інтегрованих утворень належать, в першу чергу, кластерні технології, які визначаються як форми найбільш ефективного співіснування і взаємодії підсистем (економічної, соціальної, екологічної) туристичної галузі. Кластер як інтегрований елемент туристичної галузі області призводить до позитивних і негативних синергетичних ефектів, однак при зростанні ефективності пов'язаних туристичних областей і економії на трансакційних витратах, позитивні синергетичні ефекти переважають (рис. 2.5.)

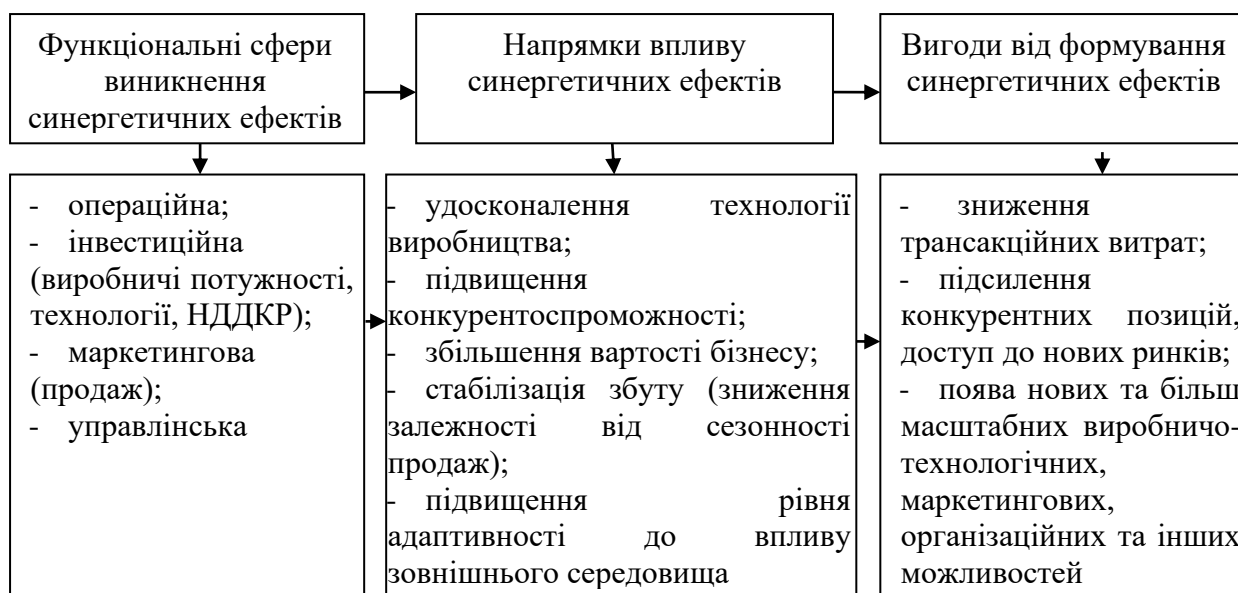


Рис. 2.5. Формування нових можливостей та вигод при збалансованому розвитку потенціалу туристичної галузі внаслідок участі у кластері

Участь у кластері призводить до низки переваг, в основі яких закладено більш ефективне використання ресурсів і вигод для його учасників: від участі в спільних інвестиційних і інноваційних проєктах, що вже є стратегічною перевагою при рівних умовах, при виході на нові сегменти ринку, зниження трансакційних витрат тощо.

Таким чином, перехід до збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі внаслідок участі в кластері сприятиме:

1) забезпеченню оптимального використання ресурсів навколишнього середовища як ключового елемента збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, з метою підтримки основних екологічних процесів і збереження природної спадщини біологічного різноманіття;

2) збереженню соціально-культурних особливостей, які приймаються спільнотою, їх культурної спадщини та традиційних звичаїв, а також покращенню взаєморозуміння різних культур та їх сприйняття;

3) забезпеченню реалізації довгострокових соціально-економічних програм і проєктів, включаючи постійну зайнятість населення і розширення можливості використання отриманих прибутків.

Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі може бути забезпечено тільки за умови формування сучасної професійної системи управління в межах кластера, що сприятиме стабільному, узгодженому функціонуванню та розвитку інтегрованої економічної, соціальної та екологічної підсистем.

Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі внаслідок участі у кластері орієнтований на довгострокову перспективу і раціональне використання наявного потенціалу туристичної галузі, при цьому не перевищує гранично допустимі навантаження на екологічне середовище. Цей підхід дозволить:

1. Забезпечити комплексне використання загальноприйнятих постулатів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

2. Прийняти до уваги фактор часу при досягненні збалансованості функціонування цілісного інтегрованого стратегічного розвитку областей країни.

3. Встановити взаємозв'язок між екологічною підсистемою і антропогенною діяльністю людини.

Цілісна концепція збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, на наш погляд, має послідовно реалізуватися за певними етапами, або стадіями: визначення місії, мети, завдань, принципів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі; визначення суб'єктів системи управління; оцінка туристичного потенціалу і можливостей областей країни; вибір напрямку руху на основі принципів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі; формування та вибір стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі; реалізація стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі (розробка програми бюджетів і процедур); аналіз ефективності та результативності стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

На етапі реалізації цілісної концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі запропоновано визначення місії, мети,

завдання, принципів та суб'єктів управління розвитком потенціал туристичної галузі (рис. 2.6).

Місію концепції визначено як сенс існування, основного функціонального призначення та ролі галузі в довгострокову періоді.

Основною метою збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі має бути підвищення ефективності її функціонування в Україні, створення сучасної конкурентоспроможної туристичної галузі, яка забезпечить значний внесок у розвиток національної економіки (збільшення обсягів реалізації туристичних послуг, валютних надходжень, надходжень до бюджетів, створення додаткових робочих місць, упровадження ефективної моделі інвестиційної політики в туристичній галузі тощо) [69, с.22].

У основній меті збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі вважаємо за доцільне виділити цілі економічного, соціального та екологічного напрямку:

1. Економічні цілі включають економічне благополуччя та процвітання областей країни, забезпечення довгострокової конкурентоспроможності та життєздатності туристичної галузі, а також підвищення можливості якісної зайнятості населення, а також гідної оплати праці та покращення умов праці.

2. Екологічні цілі спрямовані на охорону навколишнього середовища та культури; мінімізацію деградації та забруднення навколишнього середовища; оптимального використання обмежених ресурсів для організації туристичних видів діяльності; підтримку та розширення культурного багатства.

3. Соціальні цілі спрямовані на зниження тиску на соціальну структуру суспільства; підвищення якості життя місцевих громад за допомогою залучення їх до процесів планування та управління туристичною галуззю.

Шляхи досягнення вищезазначених цілей визначено за рахунок таких інструментів: дослідження і оцінка туристського потенціалу області; SWOT-аналіз туристської галузі та її інфраструктури; формування туристичного іміджу області; формування інноваційно-інвестиційної політики та створення матеріальної бази галузі.

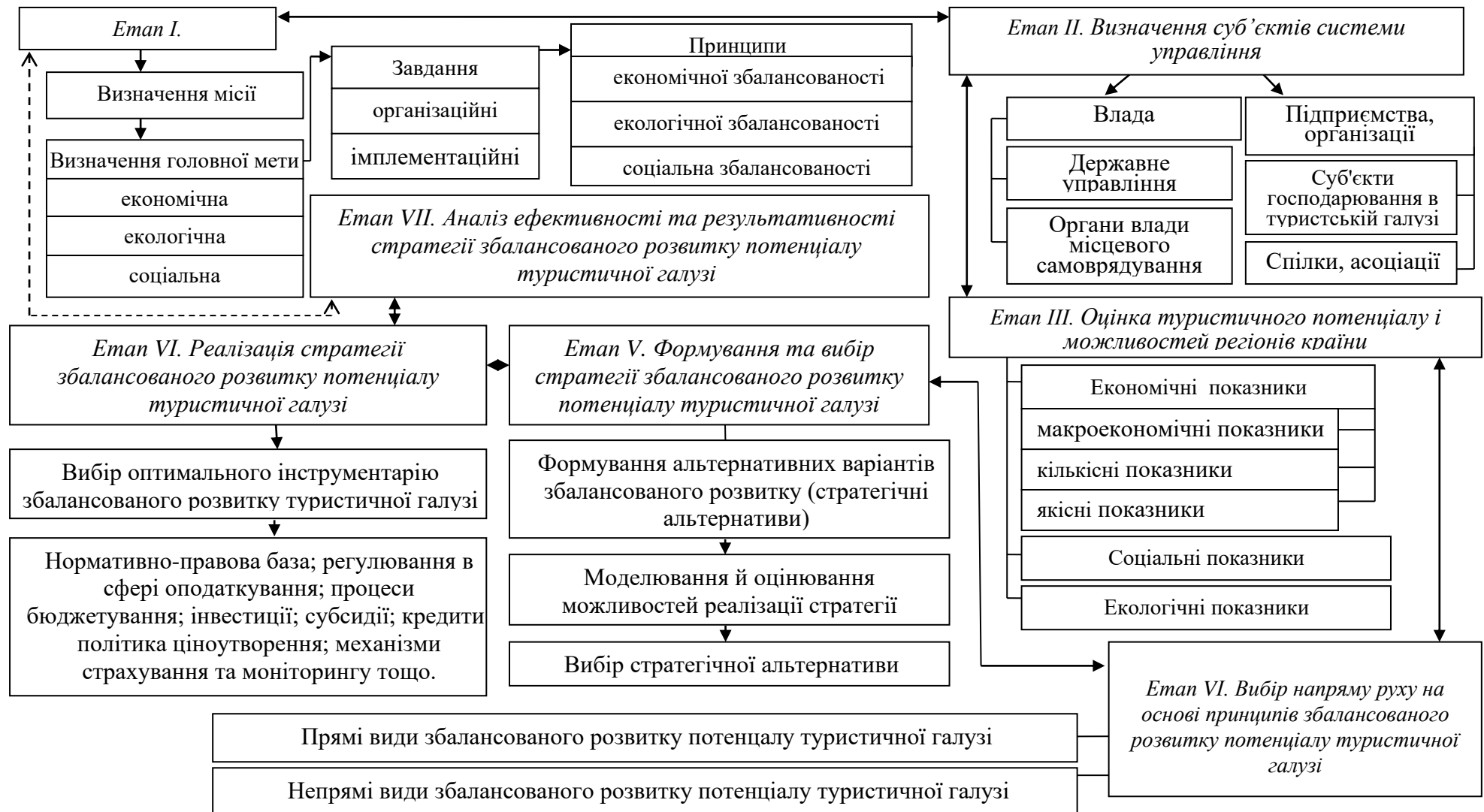


Рис. 2.6. Реалізація цілісної концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні (розроблено автором)



Для досягнення цілей концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі необхідним є виконання різних за змістом та призначенням організаційних та імплементаційних завдань.

Організаційні завдання включають: вибір інструменту (інструментів) оцінювання розвитку туристичної галузі; налагодження вибраного інструменту шляхом його пристосування до туристичної галузі; визначення необхідної первинної інформації, що потрібна в оцінюванні розвитку підприємства.

Імплементаційні завдання включають: організацію збору первинної інформації, що потрібна в оцінюванні збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі; формування проміжної та результуючої інформації; інтерпретація результатів оцінювання та подання її у форматі, придатному для прийняття подальших управлінських рішень [73].

Концепція збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі характеризується спрямуванням та чітко визначеними пріоритетами, логічно побудованою цільовою програмою перспективних заходів для досягнення поставленої мети, набором принципів її формування. Принципи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі належать до охорони навколишнього середовища, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму і між цими трьома аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати довгостроковий стійкий розвиток туристичної галузі. Таким чином, збалансована туристична галузь повинна:

1) забезпечити оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, які складають ключовий елемент розвитку потенціалу туристичної галузі, підтримуючи основні екологічні процеси і допомагаючи зберігати природну спадщину та біологічне різноманіття;

2) поважати своєрідні соціально-культурні особливості спільнот, зберігаючи властиву їм культурну спадщину і традиційні звичаї, і робити внесок у взаєморозуміння різних культур і терпимість до їх сприйняття;

3) забезпечувати життєздатність довгострокових економічних процесів, з огляду на їхню вигоду для всіх зацікавлених кіл, які їх неупереджено

поширюють, включаючи постійну зайнятість, і можливості надходжень доходів і соціальних послуг для приймаючих спільнот, а також внесок у скорочення масштабів бідності.

Наступним етапом у цільовій концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі визначимо суб'єкти системи управління, які, на нашу думку, слід визначити як на державному, так і недержавному рівнях (державні структури, приватні об'єднання). Це, по-перше, загальне управління на державному рівні України, по-друге, органи влади місцевого самоуправління, по-третє, підприємства та організації туристичної галузі.

На державному рівні згідно з Законом України «Про туризм» здійснюється комплекс заходів щодо регулювання та контролю за діяльністю в туристичній галузі з метою забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування та забезпечення безпеки туризму тощо [73].

На регіональному рівні управління повинно здійснюватися в межах області, що включає здійснення державної політики в туристичній галузі, яка націлена на просування туристичного продукту, а також створення нових видів туризму, охорону туристичних ресурсів тощо. Головною особливістю управління на цьому рівні є стан регіонального ринку туристичних послуг, який, з однієї сторони, є частиною регіональної економіки, а з іншої – інтегрований у національне господарство.

Мікроекономічний рівень представлений муніципальними утвореннями і суб'єктами господарювання в туристичній галузі, напрямок їх діяльності має відповідати двом попереднім рівням.

На державному рівні відсутні дієві канали та важелі взаємодії виробників туристичних послуг з органами влади, наявні «прогалини» в діючому законодавстві, недостатність професійних кадрів для роботи в галузі, низька ефективність державної підтримки внутрішнього та в'їзного туризму. Недостатня підготовка органів влади до вирішення вказаних проблеми, на нашу думку, відіграла першорядну роль у реалізації переходу від частково-

децентралізованої системи управління до централізованої, з формуванням саморегулюючих структур, акценту на внутрішнє самоуправління. Проявом цього є формування професійних об'єднань туроператорів, турагентів тощо – спілок та асоціацій, які мобільні, здатні до інновацій та інвестицій, оперативні в прийнятті управлінських рішень і зацікавлені в отриманні прибутку з найменшими ризиками.

Для динамічного розвитку туристичної галузі держава має використовувати спеціальні механізми, такі, як «Інститути розвитку» (банки, інвестиційні фонди і фонди сприяння розвитку, які виконують підтримуючі функції фінансового, організаційного, координуючого характеру).

Щоб уникнути так званих «провалів ринкової координації» на ринку туристичних послуг «в результаті невзаємопов'язаних дій у різних сегментах (екскурсійне обслуговування, харчування, транспорт, сувеніри, дозвілля, благоустрій, інформація тощо), необхідний зовнішній регулятор, в якості якого найчастіше виступає держава. При цьому він використовує для цього різні інструменти («інститути розвитку»).

Таким чином, для успішного розвитку потенціалу туристичної галузі необхідна наявність цілеспрямованих інтеграційних структур (державні та недержавні органи системи управління), які дозволять створити збалансовані зв'язки між задіяними галузями.

Передувати вибору напрямку руху збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі має етап оцінки туристичного потенціалу і можливостей областей країни, стан та тенденції розвитку окремих видів туризму. Визначені показники збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, які підтверджують основні принципи концепції, наведено в табл. 2.3.

В Україні дані макроекономічних і кількісних показників збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі обліковуються регулярно.

Для оцінки рівня збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі інструменти і показники можна розділити на економічний, соціальний і екологічний блоки.

## Показники збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі

[20; 75, с.20]

Групи показників	Показники
1. Макроекономічні показники збалансованого розвитку туристичної галузі	Доходи до бюджету від суб'єктів туристичної діяльності
	Рівень зайнятості в туризмі
	Кількість суб'єктів туристичної діяльності
	Кількість іноземних громадян, які відвідали країну як туристи
	Кількість туристів, які обслуговуються суб'єктами туристичної діяльності
	Частка туризму та супутніх галузей у структурі ВВП країни
	Кількість вітчизняних туристів
2. Кількісні показники збалансованого розвитку туристичної галузі	Обсяг інвестицій у розвиток туризму, у т.ч. іноземних
	Кількість подорожей, ночей та грошей, витрачених туристами
	Кількість відвідувачів на визначних туристичних об'єктах
	Щомісячна кількість людей у готелях
	Кількість транспорту в головних місцях відпочинку
	Кількість проектів з розвитку туризму, що отримують дозвіл на впровадження
	Кількість туристичних об'єктів, які відкриті цілий рік
3. Якісні показники збалансованого розвитку туристичної галузі	Кількість нових туристичних об'єктів, які пропонуються туристам
	Відсоток задоволених туристів (всього та за типами туристичних послуг/місць)
	Кількість туристів, що повернулись знову
	Кількість отриманих скарг суб'єктами туристичної діяльності
	Відсоток заповненості готелів та інших закладів розміщення у динаміці
	Кількість відвідувачів-туристів у закладах харчування у динаміці
	Покращення чи погіршення рівня якості надання туристичних послуг порівняно з минулим роком
	Кількість робочих місць у туризмі – на повний день, з частковою зайнятістю, на весь рік, сезонна
Кількість сертифікованих підприємств	
4. Показники реакції громади на збалансований розвиток туристичної галузі	Кількість підприємств, що використовують місцевий продукт
	Відсоток опитаних жителів, які задоволені діяльністю місцевих суб'єктів туристичної діяльності
	Кількість скарг від жителів, пов'язаних з туристичною діяльністю в їхній місцевості
5. Екологічні показники збалансованого розвитку туристичної галузі	Кількість місцевих закладів розміщення та харчування туристів, що припинили свою діяльність через спротив громади
	Показники якості повітря та води у туристичній області чи дестинації (рівень викидів/скидів)
	Рівень та види забруднень основних місць відпочинку туристів
	Кількість туристів, що прибувають громадським транспортом на місця відпочинку
	Витрати місцевих органів влади на охорону та раціональне використання природних ресурсів у туристичних областях (дестинаціях)
Кількість туристичних підприємств, що вживають заходів для захисту довкілля, наприклад, здійснюють повторну переробку сміття	

До економічного блоку входять інструменти державно-приватного партнерства, програми розвитку потенціалу туристичної галузі на регіональному рівні, фінансово-економічні преференції для малого, середнього і великого бізнесу, інвестиції та маркетинг туристичної діяльності.

Соціальний блок включає доступність туристичних послуг для населення області, кадрове забезпечення туристичної галузі, забезпечення безпеки і сприятливого перебування туристів на території області, забезпечення засобами розміщення та залучення населення до роботи в туристичній галузі і рекреації.

До екологічного блоку включені інструменти визначення та нормування допустимого антропогенного навантаження, інструменти забезпечення якості навколишнього середовища через створення системи особливо охоронюваних природних територій, природоохоронний, промислово-екологічний і соціально-екологічний індекси. На основі показників, які оцінюють перераховані вище інструменти, формуються інтегральні показники збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в тій чи іншій області.

Незважаючи на деякі спірні моменти у виборі показників, що характеризують окремі блоки, і в об'єктивності оцінки їх значимості в інтегральному показнику, зазначена методика пропонує комплексний інструмент оцінки та формування збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, який може бути взятий на озброєння українських органів державної влади на державному і місцевому (регіональному) рівні. Отже, незважаючи на складність і комплексність досліджуваного питання, вже є деякі напрацювання у сфері створення механізму збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Наступний блок концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі «Вибір напрямку руху на основі принципів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі».

Україна поки не відчула на собі масштабних напливів іноземних туристів, проте вже зараз в окремих областях відчуваються негативні наслідки неорганізованого туризму – забруднюються землі, прибережні території,

водойми, витоптується рослинність, скорочується чисельність рідкісних тварин і рослин. Багато в чому це обумовлено відсутністю розвиненої туристичної інфраструктури, що відповідає одночасно всім економічним та екологічним вимогам.

У рамках цілісної концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, на нашу думку, неможливо розвивати одиночно туристичну галузь. У той же час необхідно зазначити, що не всі види туризму можливо розвинути до збалансування. Тому в цьому блоці вважаємо за необхідне розділити види туризму на прямі та непрямі. До непрямих видів туризму збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі віднесимо: діловий, медичний, спортивний та пригодницький, а до прямих – ті, які у своєму базовому вигляді не несуть загрози для навколишнього середовища областей країни, в яких надаються зазначені послуги: екологічний, сільський (зелений) та культурний. Природний туризм сприяє продуктивному використанню земель, які не мають сільськогосподарського значення, що дозволяє зберігати природну флору на великих площах. Культурний туризм сприяє зростанню самосвідомості серед місцевих жителів і дає можливість домагатися більш глибокого взаєморозуміння і тісних контактів між людьми, що представляють різні культури. Екологічний туризм наочно демонструє важливе значення природних і культурних ресурсів для економічного і соціального добробуту суспільства і допомагає їх збереженню.

Загалом, необхідно прагнути зробити будь-який вид туризму більш збалансованим. Норми і практику управління збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі можна застосовувати до всіх видів туризму. Зараз за своєю сутністю більшість видів туризму не відповідає критеріям збалансованого розвитку, і необхідно намагатися зробити їх такими, переходити на нові принципи збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Для збалансованого розвитку будь-якого виду туристичної галузі необхідно, щоб виконувалися певні умови: по-перше, програми розвитку

повинні враховувати довгострокові прогнози і перспективи, орієнтуючись не на короткочасну вигоду, а на розвиток області як туристичної дестинації загалом; по-друге, необхідно в рівній мірі враховувати вплив на екологічну, соціальну та економічну підсистеми, не допускати нанесення шкоди природному і культурному надбанням країн і областей на користь отримання економічної вигоди, але і максимально ефективно використовувати наявні ресурси для досягнення позитивного економічного ефекту.

На п'ятому етапі формування та вибору стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі – аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії – відбувається розробка та формування альтернативних варіантів збалансованого розвитку (стратегічні альтернативи), моделювання й оцінювання можливостей реалізації стратегії за цими напрямками, вибір найдосконалішої стратегічної альтернативи (основна, оптимальна стратегія, головна альтернатива) для реалізації та побудови на основі цього варіанта загальної траєкторії збалансованого розвитку потенціалу. Стратегічні альтернативи передбачають не лише формулювання стратегій, а й шляхи їх досягнення, заходи реалізації, необхідні ресурси, оцінку ризиків тощо [75, с.24].

Зміст блоку формування та концептуальної моделі збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі полягає у визначенні складу індикаторів, їх оцінці та визначення на основі отриманих даних результативності й ефективності стратегічних напрямів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

На цьому етапі використовується спеціальний інструментарій, методи сценарного розвитку подій. Сценарії допускають різні картини збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, які дозволяють підготувати альтернативні плани, оцінити, наскільки вони відповідають поставленим цілям, забезпечують максимальні економічні вигоди, мінімізують негативні наслідки для середовища. Сценарій може бути «оптимістичний», «песимістичний» і «реалістичний» [34; 75, с.22].

На шостому етапі реалізації стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі (розробка програми бюджетів і процедур) відбувається впровадження стратегії згідно з планом конкретних дій (розробляються програми, бюджети і процедури, які можна розглядати як середньострокові й короткострокові плани реалізації стратегії), проводяться стратегічні зміни, організовується виконання стратегічних завдань, затверджених індикаторів і показників. Досягнення значень індикаторів, критеріїв ефективності реалізації стратегії забезпечується за допомогою механізмів (взаємопов'язана сукупність прийомів, методів і важелів впливу на суб'єкти господарювання в туристичній галузі для досягнення визначених цілей) і напрямів реалізації стратегії (ключові стратегічні лінії змін, комплекс конкретних заходів, які виражають сутність нової стратегії). Також на цьому етапі здійснюється контроль за виконанням обраної стратегії (здійснюється постійно від початку формування за допомогою критеріїв оцінки формування стратегії, серед яких: кількісні та якісні характеристики, стандарти, що відповідають рівню досягнення цілей, з якими за визначеними правилами зіставляються отримані результати реалізації стратегії) та коригування попередніх етапів за необхідністю [75, с.24].

Реалізація блоку функціонування здійснюється за допомогою вибору оптимального інструментарію збалансованого розвитку, розробкою нормативно-правового забезпечення з метою:

- сприяння розвитку підприємницької діяльності, диверсифікації продукції та послуг, підвищення їх якості;

- розширення соціальної взаємодії державно-приватного партнерства та підприємницьких структур, населення з метою забезпечення зростання якості життя населення;

- еколого-економічне стимулювання у сфері природоохоронної діяльності, організаційно-правове забезпечення розвитку потенціалу туристичної галузі.

Реалізація концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі передбачає розвиток її підсистем (економічної, соціальної та



екологічної), що вимагає трансформації існуючих уявлень про розвиток міжнародного туризму і економіки на світовому, національному та регіональному рівнях.

На сьомому (завершальному) етапі результат стратегії порівнюється з основною метою, проводиться аналіз ефективності та результативності стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, та якщо після цього стратегія вважається успішною, то її втілюють і надалі, але якщо вона виявиться недієздатною, тоді є необхідність у розробці заходів з коригуванням її або взагалі перегляд на першому етапі формування концепції.

Формування концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни, на нашу думку, не закінчується на етапі її реалізації. Воно здійснюється безперервно і на подальших етапах у вигляді коригування стратегії згідно з виявленими недоліками або новими умовами її реалізації [75, с.25].

Реалізація розробленої моделі збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі дозволить цілеспрямовано впливати на внутрішнє середовище елементів туристичної галузі, організацію туристичної та супутньої їй діяльності, яка спрямована на отримання результатів, які очікуються у процесі ефективної взаємодії елементів із зовнішнім середовищем (контрагентами, найманими працівниками, державою, в межах діючого нормативно-правового регулювання).

В основі збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі лежать елементи, що враховують специфіку туристичної галузі та спрямовані на реалізацію потенціалу еколого-економічних систем країни і окремих її областей.

Уявлення про збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі стрімко змінюються в динаміці, в зв'язку зі зміною соціально-економічної ситуації в країні та її областях. У руслі цих змін відбувається трансформація змісту збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в розрізі країни та її областей, що викликає необхідність дослідження регіональних особливостей управління збалансованим розвитком. Виявлення особливостей

управління збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі, з одного боку, і вивчення змін соціально-економічного становища країни та її областей, що сприяють забезпеченню збалансованого розвитку, з іншого боку, дозволяють узагальнити та ранжувати умови і фактори ефективного управління збалансованим розвитком області, що створить передумови для розробки цільових адресних рекомендацій, які дозволяють сконцентрувати управлінські рішення на вплив з урахуванням умов, що носять обмежувальний характер для регіонального розвитку.

Реалізація концепції потенціалу туристичної галузі України включає основні методологічні, методичні та практичні аспекти щодо оцінювання та збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі за схемою, наведеною на рис. 2.7.



Рис. 2.7. Схема реалізації цілісної концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України (розроблено автором)

Для ефективного збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни на довготривалій період сформувати ефективну стратегію збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі недостатньо, оскільки дуже важливою є оцінка концепції збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі для підвищення її ефективності та забезпечення стійкого економічного розвитку України.

Таким чином, концепція збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України має дати змогу органам влади (на різних рівнях управління) підтримати зростання економічної ефективності, вивести туристичну галузь областей України на новий рівень (міжнародний).

Українська туристична галузь функціонує в умовах жорсткої світової конкуренції. Будучи важливою складовою економіки нашої держави як фактор, що не лише залучає до вироблення туристичного продукту більшість галузей вітчизняної економіки, а й стимулює їх розвиток, туристична галузь вимагає ґрунтовних науково-методичних досліджень, зокрема аналізу нинішнього стану розвитку, вирішення різноманітних проблем державного регулювання, прогнозування та запобігання можливим ризикам та загрозам. Сучасний стан туристичної галузі в Україні потребує негайного вдосконалення механізмів державної туристичної політики [75, с.25].

Україна володіє значним потенціалом туристичної галузі, що сприяє розвитку підприємництва та зацікавленості споживачів у туристичній привабливості областей. Але існуючий потенціал туристичної галузі не використовується належним чином, і саме області не викликають зацікавленості серед споживачів. Збалансований розвиток туристичної галузі гальмується багатьма проблемами правового, організаційно-економічного регулювання, управління туристичною привабливістю територій і областей. З метою ефективного використання потенціалу туристичної галузі і рекреаційно-курортної індустрії необхідно на державному рівні сформувати стратегічну концепцію управління збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі з визначенням пріоритетності територій та відповідним фінансуванням.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

В другому розділі, відповідно мети дослідження, одержано наступні результати:

1. На основі досліджень розробок фахівців та науковців методик оцінки потенціалу туристичної галузі країни, визначено основні недоліки і переваги досліджуваних методик та групи факторів для оцінки потенціалу туристичної галузі, на основі чого відзначено, що перешкодою формування єдиної (універсальної) методики оцінки потенціалу для збалансованого розвитку туристичної галузі є не тільки відмінність у фізико-географічних умовах областей та їх соціально-економічному розвитку, що визначають набір параметрів оцінки, але й сама форма її проведення; до туристичної галузі належать підприємства, що входять до інших економічних галузей, в межах діяльності яких важко визначити, яка частина прибутків отримана саме від туристів, а яка від інших споживачів.

2. Запропоновано науково-методичний підхід до комплексного оцінювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації: державному (регіональному) та на рівнях дестинації (державно–приватне партнерство та кластери) і підприємства (організації), які включають значення потенціалу туристичної галузі та можливості інфраструктури туристичної галузі, максимальне антропогенне навантаження; туристична привабливість оцінюється з точки зору різних рівнів ринків, а не для будь-якого ринку в цілому, з корекцією показників на коефіцієнт віддаленості споживчого попиту ринку та стану середовища; на рівні дестинації доповнена результатами оцінки туристичного балансу, потенціалу туристичної галузі (ресурсів), на рівні підприємств (організацій) клієнтського та репутаційного потенціалу та інтелектуального капіталу.

3. Визначено, що при аналізі туристичного кластера застосовуються загальноекономічні методи: індексний метод, аналіз абсолютних, відносних і середніх величин, методи групування та порівняння. Збалансований розвиток

туристичного кластера можна визначити через розрахунок економічних, науково-технічних показників і розрахунок економічного ефекту від вкладених інновацій, узагальнюючі які при застосуванні у туристичній галузі необхідно уточнювати і доповнювати.

4. Запропоновано підхід виявлення туристичних кластерів, який включає кількісну ідентифікацію концентрації підприємств туристичної галузі в певній області. Він дозволяє з'єднати кількісний і якісний аналіз і може бути покладений в основу ідентифікації туристичних кластерів і виявлення найбільш конкурентоспроможного.

5. Розвинено методику розрахунку сукупного доходу від туристичного кластеру з урахуванням мультиплікаційного ефекту, яка ґрунтується на результатах отриманих при оцінці прямого економічного ефекту від туристичного кластеру. На основі оцінки сукупного доходу і мультиплікаційного ефекту від туристичного кластера можлива розробка рекомендацій і конкретних управлінських рішень щодо їх збільшення.

6. Запропоновано науково-методичний підхід щодо оцінки формування туристичного кластера, в основі якого є інтегральний метод визначення узагальнюючих показників, що характеризують потенціал туристичного кластера, ефективність функціонування туристичного кластера і синергетичний ефект, що виникає в туристичному кластері в процесі функціонування, що принципово відрізняє його від підходів, представлених іншими вченими. Запропонований підхід оцінки формування туристичного кластера включає в себе оцінку потенціалу туристичного кластеру, оцінку ефективності функціонування туристичного кластера і сукупний синергетичний ефект, що дозволяє отримати інтегральні показники, на основі яких можна зробити обґрунтований висновок про доцільність формування туристичного кластера.

7. Охарактеризовано та обґрунтовано методологічні положення збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, які охоплюють систему методів, принципів, способів, прийомів та інструментів, які

враховують специфічні особливості галузі. Узагальнено наукові підходи щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

8. Запропонована та обґрунтована цілісна концепція збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі та надана схема реалізації її, яка ґрунтується на методології маржиналізму та філософії позитивізму, гедонізму та утилітаризму, яка складається із сукупності послідовних та логічних етапів; охоплює економічні дії, пов'язані зі балансуванням ринкових процесів і поза ринкову діяльність на різних рівнях державного і недержавного управління.

9. Визначена класифікація параметрів, які впливають на збалансованість розвитку потенціалу туристичної галузі областей України, які працюють ззовні, а також внутрішні чинники, що формуються всередині самої області. Найважливішою класифікаційною ознакою параметрів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей та країни є взаємозв'язок структурних елементів (туристичні центри, туристичні райони тощо).

Результати досліджень за темою дисертації по другому розділу опубліковані в роботах [66-75].

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 2**

1. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності: Наказ Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України від 12.11.2003 № 142/394. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1128-03> (дата звернення: 12.07.2018).

2. Азар В. И. Экономика и организация международного туризма. Москва: Экономика, 1984. 185 с.

3. Александрова А. Международный туризм: учебник. Москва: Аспект Пресс, 2002. 470 с.

4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 416 с.

5. Антоненко І. Туристична рента в лісоресурсній сфері. *Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку*: матеріали Всеукраїнської наук.-практ.конф. Львів, 2005. С. 132–138.
6. Артеменко В. Б. Методи інтегральної оцінки якості життя населення в управлінні регіональним розвитком. *Регіональна економіка*. 2002. № 1. С. 166–177.
7. 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](http://tourlib.net/statti_ukr/bakurova2.htm) (дата звернення: 25.07.2018).
8. Бакурова Г. В., Очеретін Д. В. Оцінка рекреаційної привабливості регіону. *Збірник наукових праць*. Дніпропетровськ: Дніпропетровський ДНУ, 2002. Вип. 183: у 3-х т. С. 617–622.
9. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України: навч. посібник. Київ: Альтерпрес, 2009. 489 с.
10. Бережна І. Національні пріоритети та регіональні детермінанти соціально-економічного зростання (на матеріалах АР Крим). Київ: НАН України, Інститут регіональних досліджень, 2004. 640 с.
11. Бойко Т. Ю. Методичні підходи щодо оцінки ефективності організаційно-економічного механізму регулювання управлінської діяльності підприємницького кластеру. URL: [http://web.znu.edu.ua/issues/2011/eeco\\_2011\\_1/2011\\_1/015-21.pdf](http://web.znu.edu.ua/issues/2011/eeco_2011_1/2011_1/015-21.pdf) (дата звернення 27.02.2019).
12. Виклюк Я. І., Артеменко О. І. Методи побудови густоти потенціального поля рекреаційної привабливості території. *Штучний інтелект*. 2009. № 2. С. 151–160.
13. Герасимчук З., Глядіна М. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації. Луцьк: Надстир'я, 2006. 164 с.
14. Дроздов А. В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы. *Актуальные проблемы туризма. Перспективы развития туризма в*

южном Подмосковьє: сб. докл. и тез. сообщений научно-практ. конференции. Москва, 1999. С. 122–129.

15. Жигула Л. Д. Экологический туризм: предпосылки зарождения, формирование, понятия и современные тенденции развития. Вологдинские чтения. 2008. № 8. С. 12-13.

16. Жук М. В. Экспортний потенціал регіону: теорія, методологія, практика. Чернівці: Рута, 2002. 199 с.

17. Журба І. О. Оцінка ефективності функціонування кластерів. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 9-1. Ч. 1. URL: [http://ej.kherson.ua/journal/economic\\_09-1/32.pdf](http://ej.kherson.ua/journal/economic_09-1/32.pdf) (дата звернення: 25.05.2019).

18. Забалдіна Ю. Б., Ліщинський О. Л. Дві адаптивні моделі короткострокового прогнозування туристичних потоків. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право)*. 2006. С. 406–410.

19. Захарченко В. І., Корсікова Н. М., Меркулов М. М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2012. 448 с.

20. Збереження і сталий розвиток Карпат: навч. посібник зі сталого туризму URL : [http://www.heifer.org.ua/heifer/files/Staly\\_rozvytok\\_Karpat.pdf](http://www.heifer.org.ua/heifer/files/Staly_rozvytok_Karpat.pdf) (дата звернення: 17.06.2019).

21. Зелінський І. Про статистичну оцінку рекреаційно-оздоровчого забезпечення населення в регіоні. *Регіональна економіка. Додаток «Регіони України. Економіко-статистичні порівняння»*. 2001. № 2. С. 28–32.

22. Іванова Л. О. Оцінка маркетингових можливостей підприємств готельного господарства в окремих регіонах України. *Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Щорічний збірник наукових праць*. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2003. Вип. XIV. С. 230–242.

23. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: навч. посібник. Суми: ВТД «Управлінська книга», 2003. С. 278.



24. Казарян А. А. Привлечение прямых иностранных инвестиций в российские туристско-рекреационные особые экономические зоны: автореф... канд. экон. наук. Москва. 2010. 22 с

25. Калюгина Т. Г., Парахина В. Н. Мультипликативный эффект применения инновационной формы организации экономических систем. URL: <http://www.v-itc.ru/investregion/2012/03/pdf/2012-03-01.pdf> (дата звернення: 07.09.2019).

26. Карчевская Е. Н. Исследование рынка регионального туризма. *Беларусь в современном мире*: материалы III Респуб. науч. конф., 28 сентября 2005 г. Минск: БГУ, 2005. С. 122–123.

27. Квартальнов В. А. Туризм: учебник. Москва: Финансы и статистика, 2002. 320 с.

28. Кравців В. С., Гринів Л. С., Копач М. В., Кузик С. П. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 1999. 78 с.

29. Кривов С. В. Определение туристической привлекательности региона ижегородская область: методики анализа. *Вестник Нижегородского гос. ун-та им. Н. И. Лобачевского*. 2011. № 4. С. 86–103.

30. Любичева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ: Альтапрес, 2002. 436 с. URL: [http://tourlib.net/books\\_ukr/lubiceva\\_rtp11.htm](http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp11.htm) (дата звернення: 16.02.2018).

31. Максарова Е. М. Основные направления реализации принципов устойчивого развития в туризме. Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 85. С. 345-350.

32. Максимова Т. С. Регіональний розвиток (аналіз та прогнозування): монографія. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2003. 304 с.

33. Марчук В. В. Механізми формування інтегрованої системи регіональних і локальних рекреаційних комплексів. *Бізнес-навігатор*: науково-виробничий журнал. Херсон, 2010. № 21. С. 152–158.

34. Масюк Ю. О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2017. 318 с.
35. Мацала В. І. Формування і розвиток рекреаційно-туристичного комплексу Закарпатської області: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.02. Львів, 1996. С. 17.
36. Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы: учебник / И. В. Зорин, А. И. Зорин, Т. А. Ирисова и др. Москва: Финансы и статистика, 2001. 272 с.
37. Михайліченко Г. І. Туристичний потенціал : методи оцінювання та інноваційний розвиток. *Проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 115–123.
38. Михайліченко Г. І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13980/1/50\\_341-349\\_Vis\\_727\\_Menegment.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13980/1/50_341-349_Vis_727_Menegment.pdf) (дата звернення: 27.12.2018).
39. Мокляк А. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті укра-їнсько-польських туристичних зв'язків): дис. ... канд. геогр. наук. Київ, 2004. 206 с.
40. Мошняга Е. В. Основные тенденции развития туризма в современном мире. Вестник РМАТ. 2013. № 3 (9). С. 20-33.
41. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія. Львів: Новий світ – 2000, 2012. 176 с.
42. Омуш М. О. Стратегія диверсифікованого розвитку туристського комплексу в регіональній економіці (на прикладі Йорданії): автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.03; 08.10.01. Харків, 2003. 19 с.
43. Офіційний сайт туристичного інформаційного серверу. URL: <http://www.itravel.ru> (дата звернення: 17.12.2018).
44. Павлов В. І., Черчик Л. М. Рекреаційний комплекс Волині: теорія, практика, перспективи. Луцьк: Надстир'я, 1998. 122 с.

45. Пічугіна М. А. Оцінка ефективності діяльності інноваційного кластеру. *Ефективна економіка*. 2010. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=245> (дата звернення: 17.11.2018).
46. Пономарева И. Ю. Устойчивое развитие туризма и его влияние на социальные процессы. Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2010. № 1. С. 209-215.
47. Пономаренко В. С., Кизим М. О., Узунов Ф. В. Рівень та якість життя населення України: монографія. Харків: Видавничий дім ГНЖЕК, 2003. 226 с.
48. Портер М. Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
49. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 21.07.2006 № 1001. *Офіційний вісник України*. 2006. № 30. С. 36–78.
50. Пшенична Т. Оцінка ефективності діяльності кластерів у мало переробній галузі. *Економічний аналіз*. 2013. Вип. 12. Ч. 4. С. 290–296.
51. Руденко В. П. Сучасні проблеми еколого-економічної оцінки природно-ресурсного потенціалу України. *Геоінформатика*. 2009. № 4. С. 38–42. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/geoinf\\_2009\\_4\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/geoinf_2009_4_6) (дата звернення: 19.03.2019).
52. Савельева Ю. В., Толстогузова О. В. Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации Стратегии Республики Карелии. Петрозаводск: Изд-во Карельского научного центра РАН, 2008. 141 с
53. Савчук Л. Н., Сокиринская И. Г. Информационно-аналитическая система оценки инвестиционной привлекательности предприятий. *Персонал*. 2000. № 1 (55) С. 138–141.
54. Садеков А. А., Лисова Н. Л. Инвестиционная привлекательность предприятия (методология и методика оценки): монография. Донецк: Донецкий ГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2001. 270 с.

55. Сіренко К. В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 12. С. 70–74.
56. Смаль І. В. Основи географії рекреації і туризму: навч. посібник. Запоріжжя, 2002. 347 с.
57. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.
58. Трегубов О. С. Удосконалення організаційно-управлінських механізмів підприємств туристичної сфери. *Ефективна економіка*. URL: [www.economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua) (дата звернення: 19.10.2019).
59. Туризм і охорона культурної спадщини: український досвід: монографія / В. Вакуленко, І. Валентюк, В. Грибан та ін.; за заг. ред. Ю. Лебединського, В. Вакуленка, М. Онисько. Київ: КІС, 2003. 176 с.
60. Ушакова Е. О., Золотарев И. И., Вдовин С. А. Методологические основы оценки ресурсов развития туризма региона: монография. Новосибирск: СГГА, 2014. 194 с.
61. Хлебников С. С. Состав и структура потенциала туристско-рекреационной территории. *Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм: материалы 1-й международной научно-практической конференции*. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2013. С. 266–269.
62. Худеньких Ю. А. Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края. *География и туризм: сб. науч. тр.* Перм. ун-та. Пермь, 2006. Вып. 2. С. 217–230.
63. Черчик Л., Коленда Н. Стратегічний потенціал рекреаційної системи регіону: теорія, методологія, оцінка: монографія. Луцьк: ЛНТУ, 2008. 224 с.
64. Шабардіна Ю. Рекреаційний потенціал як складова продуктивних сил регіонального економічного простору: дис. ... канд. екон. наук. Чернігів, 2011. 312 с.

65. Шершньова О. В. Регіональне управління туризмом в малих містах Рівненської області. *Ефективність державного управління*: зб. наук. пр. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2007. Вип. 12. С. 424–429.
66. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібник. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
67. Юхновська Ю. О. Застосування матриці ADL для обґрунтування стратегії туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46. С. 73–76.
68. Юхновська Ю. О. Комплексний метод ідентифікації туристичних кластерів. *I Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір»* (Запоріжжя, 14 травня 2020 року) – З.:ХННРА, 2020. С.687-688.
69. Юхновська Ю. О. Комплексний метод оцінки ефективності потенціалу туристичної галузі. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. Чехія, 2019. Vol. 5. Iss. 2. P. 71–78.
70. Юхновська Ю. О. Методика оцінки економічної ефективності інтегрованого туристичного кластеру. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48. С. 177-182.
71. Юхновська Ю. О. Методики оцінювання туристичного потенціалу регіону. *Механізми та стратегії розвитку господарюючих суб'єктів в умовах інтеграційних процесів*: матеріали науково-практичної INTERNET-конференції студентів та молодих вчених з міжнародною участю (м. Харків – Пшеворськ, 19 лютого 2019 р.) / Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku. Przeworsk: WSSG, 2019. С. 140–142.
72. Юхновська Ю. О. Методичні підходи оцінки туристичного потенціалу України та регіонів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Київ, 2019. Т. 30 (69). № 4. С. 54–59.

73. Юхновська Ю. О. Теоретичні засади збалансованого розвитку потенціалу національної туристичної галузі. *Review of transport economics and management*: збірник наукових праць Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Дніпро: Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2020. Вип. 3(19). С. 197–209.

74. Юхновська Ю. О. Фінансове забезпечення туристичної галузі України. *Наука і освіта в сучасному світі*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Караганди: РІО «Болашак-Баспа». 2019. Т. 1. С. 342–345.

75. Юхновська Ю. О. Формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль, 2019. № 2 (57). С. 18–27.

76. Юхновська Ю. О. Формування та розвиток регіонального потенціалу туристичної галузі: монографія. Запоріжжя : «Просвіта», 2020. 312 с.

77. Axelrod R. *The Structure of Decision: Cognitive Maps of Political Elites*. Princeton, N. J.: Princeton Univ. Press, 1976. 404 p.

78. Clawson M., Knetsch J. *The Economics of Outdoor Recreation*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1966.

79. De Mello M., Nell K. S. The forecasting ability of a cointegrated var demand system with endogenous vs. exogenous expenditure variable. Universidade de Porto, 2001. URL: <http://wps.fep.up.pt/wps/wp109.pdf> (дата звернення: 18.10.2018).

80. Dwyer L., Kim C. Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*. 2003. Vol. 6. № 5. P. 369–414.

81. Framke W. The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2002. Vol. 2. № 2. P. 92–108.

82. Goeldner C. R., McIntosh R. W. Tourism-principles, practices, philosophies. N. Y.: Wiley and Sons, 2003. 534 p.

83. Soulie D. Filières de Production et Integration Vertical. *Annalesdes Mines*. Janvier, 1989. P. 21–28.

84. Unated Nations Statistics Division : International Standard Industrial Classification of All Economic Activities. URL: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=27> (дата звернення: 25.11.2018).

85. UNWTO Highlights 2014 Edition. Tourism Trends and Marketing Strategies UNWTO: website. URL: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>.

### РОЗДІЛ 3

## ДІАГНОСТИКА СТАНУ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

### **3.1. Аналіз основних тенденцій розвитку світового туризму та його вплив на розвиток потенціалу туристичної галузі України**

Євроінтеграційні та глобалізаційні процеси, що відбуваються сьогодні в світі, суттєво впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни, тому стан розвитку українського туристичного ринку характеризується достатньо складною, динамічною багатofакторністю.

Однією із особливостей інтеграційних та глобалізаційних процесів у збалансованому розвитку потенціалу туристичній галузі є застосування новітніх інформаційних технологій, які сприяють підвищенню ефективності та удосконаленню роботи міжнародних туристичних компаній, поліпшенню обслуговування клієнтів, прискоренню усіх оперативних процедур, створенню нових маркетингових методик і розподільних каналів [8; 54].

Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі істотно впливає на усі основні сфери життєдіяльності світового співтовариства, будучи феноменом соціально-економічного, соціально-культурного та політичного життя [22; 57].

Дослідження сучасних тенденцій розвитку світової туристичної галузі здійснила низка вітчизняних та іноземних науковців, зокрема: А. Грянило [20], М. Онисько [57], І. Гордієнко [18], О. Лозова [44], Н. Блах [8], А. Тлеубердинова [81], С. Нездоймінов [55] та інші. При цьому практично відсутні дослідження, що дають повний аналіз основних показників збалансованого розвитку потенціалу світової та вітчизняної туристичної галузі в сучасних умовах.

Дослідженнями щодо питань аналізу, діагностики збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України, а також проблемам



державного регулювання розвитку потенціалу туристичної галузі присвячено багато праць науковців і фахівців України, які зробили вагомий внесок у науку та практику з питань розвитку потенціалу туристичної галузі, серед яких праці А. Алексеева [2], В. Кіфяка [37], Г. Жабер [28], Г. Михайліченка [51; 52; 53], Є. Козловського [39], І. Писаревського [71], І. Смирнова [77; 78], М. Берг [4], М. Бойко [9; 10], М. Борушак [11], М. Кабушкіна [33], С. Галасюка [13], С. Кобзової [38], О. Фастовця [91], Т. Грінько [19], Ю. Алексєєвої [3].

Незважаючи на політичні та економічні проблеми в туристичній галузі країни та її областей, навіть в умовах світової нестабільності фінансового становища, що демонструє певні стабільні позитивні тенденції. Так, за даними Барометра міжнародного туризму Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2015 році зросла на 4,4 %, склавши загалом 1184 млн., тим самим фіксуючи зростання шостий рік поспіль. У 2014 році кількість міжнародних туристичних прибуттів зросло на 4,3 % і склала 1138 млн. туристичних прибуттів, що на 51 млн. туристів більше, ніж 2013 року. У 2016 рік збільшення числа міжнародних прибуттів зросло на 4,5 %, що перевищело попередній довгостроковий прогноз. За 2010-2019 рр. період відбулось збільшення міжнародних прибуттів на 37%. [125; 126].

«UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition» показує, що міжнародні туристичні прибуття досягли загалом 1,5 млрд осіб у 2019 році, що на 60 мільйонів більше, ніж у 2018 році, і становить новий рекорд. На сьогодні в секторі спостерігається безперервне зростання прибуттів десять років поспіль. Зростання у 2019 році було найвищим з 2010 року (рис. 3.1), на чолі з регіонами Європи і Африки, які отримали зростання в 8% і 9% відповідно [101, с. 148].

За підрахунками UNWTO, міжнародні туристичні потоки у світі збільшилися на 6 % до 1,4 млрд осіб у 2018 р., що значно перевищило зростання у світовій економіці (3,7%) [61].

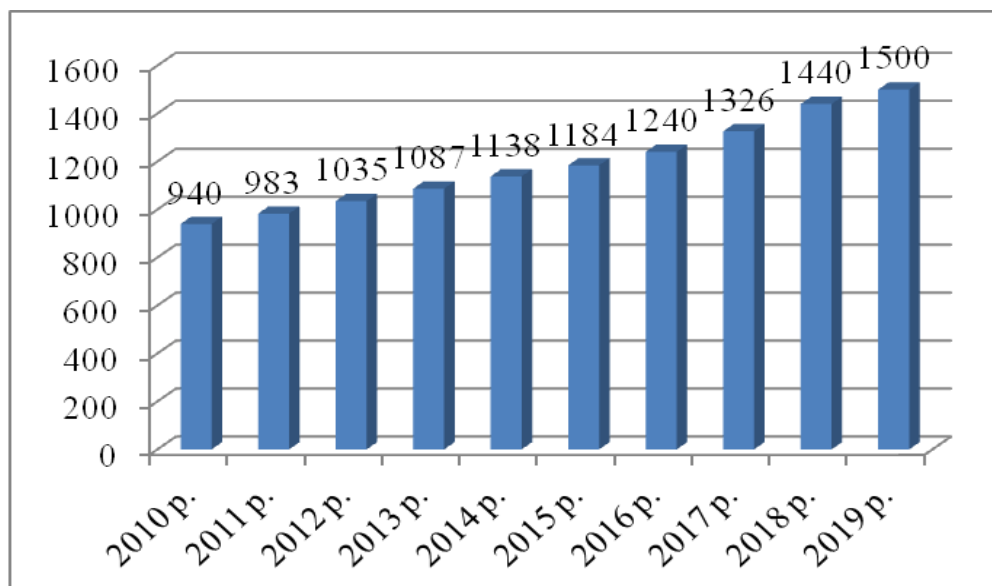


Рис. 3.1. Кількість туристичного прибуття в світі 2010-2019 рр., млн. осіб

У 2017 році надходження міжнародного туризму збільшилися на 5%. Крім надходжень, які надходять з пунктів призначення в розмірі 1,3 трильйона доларів США, міжнародний туризм приніс ще 240 млрд. дол. з міжнародних пасажирських перевезень, здійснених нерезидентами. Це збільшило загальний обсяг експорту туризму до 1,6 трлн. дол. США, або 4 млрд. дол. США в день, що відповідає 7 % світового експорту [125; 126].

Ці результати за 2017 рік були обумовлені стійким попитом на поїздки до пунктів призначення в усіх регіонах світу, включаючи стійке відновлення тими, хто постраждав від викликів безпеки в останні роки. Сильний вихідний попит практично з усіх вихідних ринків, включаючи підходи від найбільших країн з економікою, що розвивається в Бразилії і Російської Федерації, допоміг як просунутим, так і нових напрямків [101, с. 148].

Китай продовжує очолювати глобальні виїзні поїздки, витративши 258 млрд. дол. США на міжнародний туризм у 2017 році. Це майже п'ята частина загальних витрат туризму в світі в 2017 році, яка становить 1,3 трильйона доларів США, деякі на 94 млрд. доларів більше, ніж в 2016 році.

Серед кращих ринків і напрямів у світі в 2017 році Іспанія стала другим за відвідуваністю місцем у світі за кількістю міжнародних прибуттів після Франції. Японія увійшла до першої десятки в доходах від туризму і знаходиться

на десятому місці після шести років двозначного зростання поспіль. Російська Федерація увійшла до першої десятки світових учасників, обіймаючи восьме місце.

Найбільша кількість туристів (671 млн. осіб) відвідало у 2017 році Європу – відповідний показник зріс на 8% порівняно з 2016 роком. Показник туристичних в'їздів до Африки досяг рекордних значень (62 млн), збільшившись на 8%. Кількість туристів, що відвідали в 2017 році Азіатсько-Тихоокеанський регіон, зросла на 6%, до 324 млн.

Загалом до Європи 2017-го приїхало близько 671 млн осіб. Африку за минулий рік відвідали рекордні для цього регіону 62 млн туристів. Туристичний потік в Азіатсько-Тихоокеанський регіон в минулому році зріс на 6%. Кількість туристів у цьому напрямку за 2017-й склала 324 млн осіб. Одночасно на Близький Схід вирушили 58 млн осіб. До Північної та Південної Америки вирушило туристів на 3% більше. Показник туристичної активності в цьому регіоні склав 207 млн осіб за відповідний період.

Найбільше зростання туристичних прибуттів у 2018 році продемонстрували Африка (+ 7%) і Європа (+ 6%), а окремі середземноморські курорти показали двократне збільшення турпотоку. Також у туристів збільшився попит на Азіатсько-Тихоокеанський регіон (+ 6%), Близький Схід (+ 5%) і Америку (+ 3%).

Наявні дані на початок 2018 року підтверджують значне зростання міжнародного туризму, з річним зростанням на 6% в період з січня по квітень.

За даними UNWTO кількість поїздок на Близький Схід у 2019 році зросла на 8%, до Азії – на 5%, до Африки – на 4%. Лідером за кількістю міжнародних прибуттів є Європа, хоча у 2019 р. показники дещо знизилися порівняно з 2018 роком.

За матеріалами Всесвітнього туристичного форуму (World Travel Monitor Forum) можна зробити висновок, що з туристичної галузі та її складових можна виокремити тенденцію, яка визначає роль туристичної галузі у майбутньому в світі, Україні та її областях.

Проаналізувавши матеріали Всесвітнього туристичного форуму World Travel Monitor Forum, а також зробивши висновки з реалій туристичного ринку і його маркетингової складової, можна виділили основні тенденції, які визначають майбутнє туризму загалом і, зокрема, в Україні.

Світові та національні тенденції розвитку потенціалу туристичної галузі свідчать про збільшення загального попиту на туристичні послуги, багато туристів обирає різні види туризму, а не просто «влітку на пляжі» або «взимку на лижах». Причиною зрушень сезонності в туристичній галузі та збільшення попиту на різні види туризму є: зміна у суспільства стереотипів відпочинку, збільшення доходів і розуміння того, що не потрібно відкладати на потім, що необхідно звертати увагу на особистий розвиток, родину, відпочинок і здоров'я.

Таким чином, у зв'язку зі змінами пріоритетів зі «стандартних» турів і бажань туристів щодо спеціальних індивідуальних програм, щоб задовольнити потреби суспільства в туристичній галузі, з'являються принципово нові види туризму, а саме: екстремальний туризм (подорож на повітряній кулі, виживання в джунглях, експедиції на Арктику та Камчатку), дегустаційний туризм, серф-тури (навчання серфінгу), дієтичні, подорожні тури (рок-концерт, фестиваль, спортивний захід з видів спорту) тощо.

Сьогодні споживачі туристичних послуг стають вимогливішими відносно власних бажань і потреб, за мінімальні вкладені кошти прагнуть отримати якісний сервіс і максимум вражень.

Аналіз структури світових прибуттів і доходів дозволив зробити висновок, що кількість туристів, які прибувають, не знаходиться у прямій залежності від потенціалу туристичної галузі приймаючого регіону. Володіючи незмінною кількістю туристичних ресурсів та інфраструктури, регіони щорічно змінюють темпи зростання туристичних прибуттів і доходів, а також напрямки цього зростання від позитивного до негативного.

Очевидно, що приваблива територія для туристів, крім потенціалу туристичної галузі, формує також ціла низка інших факторів: соціальні,

фінансові, економічні, інвестиційні, технологічні, правові, інституційні, адміністративні, геополітичні, ринкові, вся сукупність яких становить її аттрактивністю потенціалу [23, с.203].

Всесвітнім економічним форумом опубліковано рейтинг країн світу за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму 2019 року [45].

Дослідження публікується раз на два роки та проводиться за тісної співпраці з цілою низкою провідних міжнародних організацій (Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO), Всесвітньою Радою з подорожей і туризму (WTTC), Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA), Міжнародною спілкою охорони природи (IUCN) тощо) [121 – 128].

Індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму формується на підставі показників, які згруповано у 14 складових і об'єднано у 4 субіндекси, що характеризують сприятливість середовища в країні для розвитку туризму, державну політику, інфраструктуру та наявні природні, культурні ресурси [27].

Дослідивши показники рейтингу конкурентоспроможності країн світу у туристичній галузі, можна дати оцінку та визначити перешкоди, які заважають ефективному розвитку потенціалу туристичної галузі України.

У 2019 році рейтинг охопив 140 країн світу. Перше місце у рейтингу посіла Іспанія. До лідируючої десятки також увійшли Франція, Німеччина, Японія, Великобританія, США, Австралія, Італія, Канада та Швейцарія [27].

Необхідно зазначити, що за оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації, світовий ринок туризму багато років поспіль зростає та продовжує демонструвати стійкість, незважаючи на складності, які, передусім, пов'язані із забезпеченням безпеки [27].

Україна та її області поступаються у розвитку туристичної галузі багатьом світовим країнам, незважаючи на її великий туристичний потенціал.

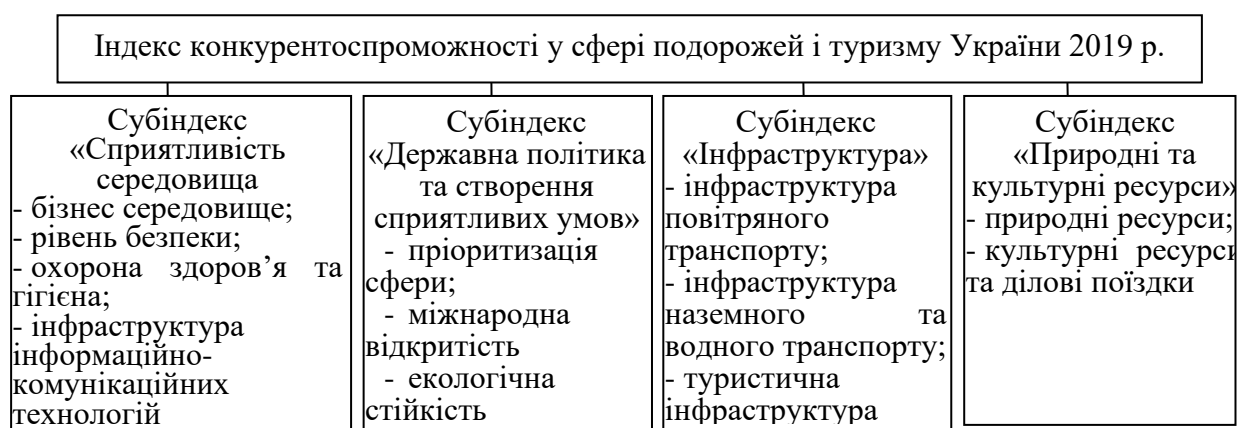


Рис. 3.2. Складові індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму [27]

Україна за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму 2019 року отримала оцінку в 3,7 бали з семи можливих і опинилась на 78 місці (табл. 3.1.).

Таблиця 3.1

Зміна позицій України та деяких країн світу за індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму [61]

країна дослідження рік дослідження та кількість країн у рейтингу	Україна	Йорданія	Єгипет	Грузія	Оман	Ізраїль	Польща	Туреччина	Росія
2007 (124)	78	46	58	66	x	32	63	52	68
2008 (130)	77	53	66	72	76	35	56	54	64
2009 (133)	77	54	64	73	68	36	58	56	59
2011 (139)	85	64	75	73	61	46	49	50	59
2013 (140)	76	60	85	66	57	53	42	46	63
2015 (141)	x	77	83	71	65	72	47	44	45
2017 (136)	88	75	74	70	66	61	46	44	43
2019 (140)	78	84	65	84	58	57	42	43	39

x – дослідження країни не проводилось

У рейтингу 2015 року дослідження України за цим Індексом не проводилось. Разом із тим, порівнюючи з доступною оцінкою дані за 2013 рік,

коли Україна посідала 76 сходинку з 140 країн світу, бачимо, що країною втрачено 5 позицій [27].

У 2017 році Україна за індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму посіла 88-е місце серед 136 країн світу, погіршивши свою позицію на десять пунктів за десять років [101].

За 2018-2019 роки Індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму Україна покращила на 10 позицій, а саме, за підрахунками фахівців по мірі стабілізації та відновлення країни Україна різко покращила ділове середовище (зі 124 на 103 місце), безпеку (зі 127 на 107 місце), підвищення міжнародної відкритості (пішли з 78 місця на 55), та загальну інфраструктуру (зі 79 на 73 місце) [27].

Внесок туристичної галузі України експертами оцінюється у 1,3 млн. дол. США або 1,4 % ВВП, в українській туристичній галузі зайнято 214,4 тис. осіб або 1,2 % від загальної кількості зайнятих. Наприклад, у Польщі туристична галузь оцінена у майже 8 млн. дол. США або 1,7 % ВВП, зайнятість – 275, 4 тис. осіб або 1,7 %; у Туреччині – 35,9 млн. дол. США або 5 % ВВП, зайнятість – майже 600 тис. осіб або 2,3 % від зайнятого населення. Як показує аналіз даних дослідження, в нашій країні бізнес-середовище не сприяє розвитку потенціалу туристичної галузі, про що свідчить 124 місце за цією складовою. Негативний вплив має рівень безпеки в країні – 127 місце [27; 41; 101].

Водночас, підсумковий результат [27; 101] дослідження засвідчив, що передумови для належного розвитку потенціалу туристичної галузі в достатній мірі в Україні не використовуються (Додаток І).

Економічна криза та нестабільний політичний стан в Україні у вигляді анексії Криму, воєнних дій на сході України істотно знизили потенціал туристичної галузі в країні. За оцінками експертів Асоціації лідерів туристичного бізнесу розмір втрат української туристичної галузі з початку 2014 року складає 70-80 %, значна частка якого пов'язана з переорієнтацією попиту громадян України, що відпочивали в Криму, на інші області південної частини материкової України (Миколаївська, Херсонська та Одеська), а також

Єгипет, Грузію і Болгарію. З початку 2014 р. стрімко зменшився туристичний потік в українську столицю – на 35-40 %, у загальній структурі якого 50 % – туристи з країн Європи та 30 % – з Росії [88].

За даними Держстату України за останні вісім років найчастіше в'їжджали громадяни Молдови, Білорусі, Польщі і Росії (Додаток К) [62].

Найбільшою популярністю серед громадян України у 2017 році користувалась Польща, а також Російська Федерація, Угорщина, Молдова, Республіка Білорусь, Туреччина, Румунія, Словаччина, Єгипет, Німеччина, Італія, Об'єднані Арабські Емірати та Ізраїль. Серед іноземців, які відвідали нашу країну, переважали громадяни Молдови, Республіки Білорусії, Російської Федерації, Польщі, Угорщини, Румунії, Словаччини, Туреччини, Ізраїлю, Німеччини, США та Азербайджану.

На розвиток потенціалу туристичної галузі в Україні впливають стан природно-географічних, історико-культурних, економічних, матеріально-технічних, демографічних, соціальних, політико-правових та екологічних чинників.

Наявність природних та історико-культурних ресурсів, можливість їх використання суттєво впливають на масштаби, темпи і напрями розвитку туристичної галузі. Вони зумовлюють вибір туристами тієї чи іншої області для відвідування. Значний вплив на туристично-рекреаційну діяльність мають економічні чинники.

Існує пряма залежність між економічним розвитком держави, доходами її громадян та кількістю подорожуючого населення. Від економічного стану держави залежить і рівень розвитку інфраструктури туризму [47]. Стан матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів, готелів, закладів харчування є важливими чинниками розвитку туристично-рекреаційної діяльності.

Крім того, на розвиток потенціалу туристичної галузі впливають демографічні чинники: чисельність населення, рівень урбанізації, віковий склад тощо. Спостерігається пряма залежність між цими показниками та



інтенсивністю туристичних потоків. Чим вище показники щільності населення, частки міського населення, тим інтенсивнішими є туристичні потоки. На розвиток потенціалу туристичної галузі впливають також рівень освіти, культури населення, його естетичні потреби [47].

До чинників, які гальмують і негативно впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі України, можна віднести застарілу матеріально-технічну базу, низький рівень конкурентоспроможності українських туристичних продуктів, низький рівень якості послуг, які надаються, технологічна відсталість, відсутність належної туристичної інфраструктури.

Сучасний стан розвитку потенціалу туристичної галузі України характеризується нерівномірними темпами розвитку. Офіційна статистика щодо динаміки кількості суб'єктів підприємницької діяльності туристичної галузі відображає негативну динаміку розвитку потенціалу туристичної галузі України (рис. 3.3) [84].

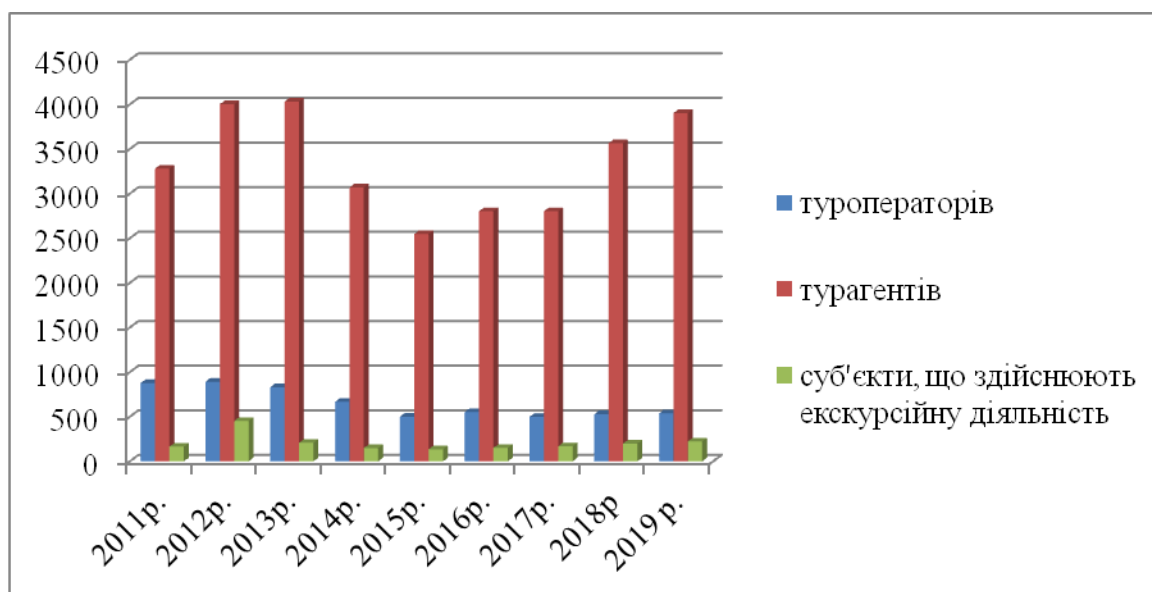


Рис. 3.3. Кількість суб'єктів туристичної діяльності України

З рисунку бачимо динаміку зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності України у 2015 році порівняно з 2012 роком. З 2015 року загальна кількість суб'єктів туристичної діяльності поступово зростає з 3182 до 4664 у 2019 році (на 31 %).

Функціонування суб'єктів туристичної галузі визначається показниками кількості обслугованих туристів та обсягом наданих туристичних послуг, динаміка яких визначає стабільний розвиток потенціалу туристичної галузі України за останні роки (табл. 3.2.) [99].

Таблиця 3.2

Показники функціонування та розвитку суб'єктів туристичної діяльності України 2011-2019 рр.[83]

Показники	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.
Обсяг наданих туристичних послуг, млн грн	4150,3	6654,9	6496,8	5566,6	5015,3	11935,7	19022,6	21652,7	32700,2
Кількість туристів, обслугованих туристичними підприємствами	2199977	3000696	3454316	2425089	2019576	2549606	2806426	4557447	6132097

Маючи значний природний, соціально-економічний і культурно-історичний потенціал туристичної галузі, унікальні національні традиції, доброзичливість і гостинність українського народу, країна недостатньо використовує ці надбання для економічного зростання, забезпечення трудових ресурсів.

Рівень соціально-економічного розвитку країни є умовою наявності відносних переваг на ринках вищих рівнів. Тому економічно розвинені країни мають розвинену туристичну галузь та високоефективний туристичний ринок, функціонування якого забезпечується загальною економічною стабільністю [28; 36].

При оцінці факторів впливу на розвиток потенціалу туристичної галузі важливим питанням є дослідження їх класифікації. Так, М. Жукова пропонує «увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі, поділити на дві групи: 1) фактори, які діють незалежно від діяльності організацій туристичної галузі; 2) фактори, що сприяють розвитку потенціалу туристичної галузі, активно використовувані туристичними організаціями у своїй діяльності» [28].

Науковець В. Кіптенко зазначає, що «зовнішнє середовище туристичної фірми поділяють на мікросередовище (або робоче середовище, безпосереднє оточення – середовище непрямого впливу) і макросередовище (або загальне середовище, безпосереднє ділове (бізнес) оточення – середовище прямого впливу)» [36].

Класифікацію факторів впливу на розвиток потенціалу туристичної галузі в своїй роботі наводить С. Цьохла за ступенем впливу, напрямом, характером і результатами впливу та виділяє чотири групи зовнішніх факторів розвитку потенціалу туристичної галузі: політичні, економічні, соціально-демографічні та науково-технічні [92].

Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі обумовлене дією внутрішніх і зовнішніх чинників [117] (рис. 3.4).

Один із важливих факторів, який впливає на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі – екологічний, що визначає, наскільки турист задоволений подорожжю, відпочинком, здійсненням бажань, через відчуття комфортності, атмосфери гостинності, безпеки і добродійного оздоровчого впливу. Цей фактор набуває останнім часом значного впливу у зв'язку з подіями, наприклад, на узбережжі Азовського моря, Дунайської затоки та ін. [15].

Вплив економічних і фінансових факторів на потенціал туристичної галузі, таких як зміна економічної і фінансової ситуації, рівня доходів населення і безробіття, обумовлений тим, що між тенденціями збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі і економіки окремих областей спостерігається тісний взаємозв'язок. Як правило, область, де спостерігається стабільний підйом економіки, лідирує на ринку подорожей за кількістю туристичних поїздок своїх громадян. У свою чергу, це зумовлює подальший розвиток матеріально-технічної бази і підвищення рівня інфраструктури туристичної галузі в області [92; 93].



Рис. 3.4. Фактори впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі (розроблено автором)

Із соціальних факторів важливу роль відіграє фактор збільшення насиченості й задоволеності вільного часу у населення, що в комбінації зі зростанням рівня життя означає приплив нових потенційних туристів, підвищення рівня їх прибуття, культури, естетичних потреб. Оскільки сьогодні відчутна тенденція до дроблення відпускнуго часу, то для розробки програми збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі важливо знати загальний бюджет вільного часу різних соціальних груп, структуру цього часу (за днями тижня, ознакою сезонності, видами дозвілля), зміст і динаміку

ціннісних орієнтацій реального і потенційного споживача туристичних послуг [15; 93; 117].

Постійний вплив на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі мають такі демографічні фактори, як: чисельність населення, статевовікова структура, родинний склад, урбанізація, кваліфікованість кадрів, гостинність місцевого населення тощо. Так, найбільшу схильність до активних форм туристичної галузі виявляють люди у віці 18-30 років, однак пік загальної туристичної рухливості людей спостерігається по досягненню ними 30-50 років [7].

Значний вплив на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни виявляють такі зовнішні фактори, як: політико-правові фактори (політичний стан у країні та окремих областей; відкриття кордонів; пом'якшення адміністративного контролю в туристичній галузі; уніфікація податкової і грошової політики), а також техніко-технологічні та новітні інформаційні фактори, які відкривають нові можливості для удосконалення та надання нових видів послуг на сучасному рівні (швидкість та комфортабельність транспортних засобів, безпеки перевезення тощо) [117; 119].

До внутрішніх факторів впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни, які формують і діють безпосередньо в туристичній галузі, належать: матеріально-технічні (розвиток місць розміщення, наявність відповідного транспорту, підприємства громадського харчування, розваг, роздрібною торгівлі); попит, пропозиція та розповсюдження туристичного продукту; поглиблення сегментації ринку, посилення ролі координації туристичної діяльності і обмеження процесів монополізації, удосконалення засобів і методів масової інформації, підвищення професійного рівня кадрів у туризмі, пріоритетного розвитку приватного туристичного бізнесу та ін. [76; 119].

Перераховані вище фактори розділяють на екстенсивні й інтенсивні, які, у свою чергу, можуть виявляти як позитивний, так і стримкий (негативний) вплив на збалансований розвиток досліджуваної сфери [76].

До екстенсивних факторів належать: зростання чисельності працівників, збільшення кількості матеріальних ресурсів, що залучаються у господарський обіг, будівництво нових об'єктів туризму з технічним рівнем існуючих [76].

Інтенсивні фактори – підвищення кваліфікації персоналу, розвиток професійно-кваліфікаційної структури, технічне вдосконалення матеріальної бази на основі впровадження досягнень і результатів науково-технічного прогресу, включаючи реалізацію цільових програм підвищення культури і якості обслуговування, індустріалізацію, технологізацію і комп'ютеризацію, раціональне використання матеріальних ресурсів, об'єктів і маршрутів тощо [76].

Особливе місце серед факторів, що впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі, займає фактор сезонності. Під сезонністю розуміють властивість туристичних потоків концентруватися в певних місцях протягом невеликого періоду часу. Так, масовий піковий літній потік неорганізованих туристів до Одеси, що припадає, як правило, на період з 20 травня по 1 жовтня, спричиняє перевантаженості підприємств сфери обслуговування міст-курортів, перенаселення окремих зон і районів, порушення санітарно-гігієнічних норм і екологічної ситуації в окремих регіонах Одеси [75].

Економічний ефект від туристичної галузі у багатьох областях країни дає фортом сезонності, який зменшує експлуатацію матеріально-технічної бази, сприяє підвищенню рівня використання кваліфікованого персоналу та надає прибуток туристичній галузі в областях країни.

Одним із позитивних факторів збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі є психологічні та фізичні характеристики суспільства, які спонукають до здійснення подорожі з метою оздоровлення, лікування, реабілітації, відпочинку та пізнання навколишнього світу, але наявні і негативні

сторони цього фактору, тому що людина піддається впливу конфліктних ситуацій в області, ставлення до невизначеності, ризику та безпеки відпочинку, що негативно впливає і формує попит на туристичні послуги.

Однак останніми роками кількість факторів, що впливають на створення туристичного попиту, помітно зростає. Попит різко диференціювався: громадяни з високим рівнем доходів демонструють відповідно високу вибірковість і вимогливість до якості послуг. Новий стан попиту став позначатися на туристичних технологіях, а отже, на обсязі і структурі пропозиції на ринку послуг [119].

Дослідити вплив зовнішніх факторів на розвиток суб'єктів туристичної діяльності можна за допомогою моделювання. Об'єктивність і достовірність такого дослідження та побудова математичних моделей залежить від наявності статистичної інформації за основними показниками, які доцільно розділити на три групи: фінансово-економічні, соціально-економічні, матеріально-технічні [34].

Україна, перебудовуючи свою економіку на ринкових засадах, включається у світовий туристичний процес, про що свідчить зростання туристичних потоків і нарощування обсягів діяльності реформованої туристичної галузі. У нашій країні розвивається законодавча і нормативна база (закони України "Про туризм", "Про курорти" та інші законодавчі акти, укази Президента та постанови Кабінету Міністрів), розбудовується за світовими стандартами туристична галузь [1], що дозволяє впроваджувати державну туристичну політику і впливати на формування туристичного ринку. Міжнародне визнання України як туристичної держави зафіксоване прийняттям її до складу Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО), яка нараховує зараз 139 країн-членів, та обранням першою серед країн СНД до Виконавчої Ради ВТО, яка включає всього 14 країн [121].

У зв'язку із зростанням ролі туристичної галузі в Україні та її областях, збільшенням різних видів суспільних функцій в умовах глобалізації та інтеграції, у час інформаційно-технологічного прогресу постає питання

узгодженості туристичної галузі з різними можливостями країни (соціально-економічними, екологічними, історико-культурними, природними тощо), які беруть участь у розвитку потенціалу туристичної галузі країни та потребують подальшого дослідження, розробки методів та методології організації туристичної діяльності країни.

Сьогодні потребує негайної розробки та обґрунтування напрямків збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України на основі узагальнення світової тенденції.

Також вважаємо за необхідне підготовку та збільшення чисельності висококваліфікованих, відповідаючих сучасним умовам, працівників туристичної галузі (володіння іноземними мовами, формування структурних підрозділів в органах влади в туристичній галузі), а також забезпечення сучасними необхідними технологічними, інформаційними засобами та засобами зв'язку.

Для придбання та вивчення передового світового досвіду потенціалу туристичної галузі, формулювання перспектив і завдань розвитку сучасних туристичних послуг (маркетингові, формування стратегії та стандартів туристичної галузі тощо) вважаємо за необхідне проводити в областях країни міжнародні спеціалізовані форуми, виставки, семінари, наукові конференції із залученням вітчизняних і закордонних передових фахівців та науковців.

Також необхідно враховувати багато факторів, які мають прямий вплив на попит і пропозицію туристичної галузі країни та областей, а саме: соціально-економічний стан областей країни; політичні, соціальні, демографічні та інформаційні, для посилення конкурентоспроможності на ринку туристичної галузі областей країни в сучасних умовах розвитку світового туризму. Для цього необхідні шляхи виходу на світовий ринок туризму, залучення туристів з їх амбітними планами, які є споживачами різних форм і видів туризму.

У 2020 році настала глобальна світова криза, викликана COVID-19, яка змінила туристичну галузь та вплинула на розвиток її в усьому світу, і Україна не є винятком. За прогнозами Всесвітньої Туристичної Організації у 2020 році



кількість туристів у світі знизиться майже в три рази (з 1,4 до 1 млрд. осіб), в першому кварталі 2020 року на 22 % відбулось зниження кількості міжнародних туристів. За даними спеціалізованої установи Організації об'єднаних націй (ООН), криза може призвести до щорічного зниження на 60-80 % порівняно з показниками 2019 року в туристичній галузі, це призведе до серйозних наслідків в глобальній економіці.

Наразі опубліковані сценарії прогнозування зниження кількості міжнародних туристичних прибуттів від 58 % до 78 % на рік, що призведе до недоотримання надходжень від туристичної галузі – від 910 мільярдів до 1,2 трильйона доларів США, від 100 до 120 мільйонів втрачених робочих місць у туристичній галузі світу в залежності від швидкості поширення вірусу, тривалості обмежень на пересування та закриття кордонів.

Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) розглядає три сценарії скорочення та відновлення міжнародного туризму після пандемії коронавірусу [126].

Перший сценарій передбачає падіння міжнародних туристичних потоків за підсумками року на 58 % у разі, якщо поступове відкриття кордонів і ослаблення обмежень на поїздки почнеться в перших числах липня.

За другим сценарієм число поїздок скоротиться на 70%, якщо ці заходи національні уряди здійснять на початку вересня.

Третій, найгірший сценарій, як вважають в UNWTO, можливий, якщо міжнародний туризм не почне відновлюватися до грудня. У цьому випадку загальна кількість поїздок за 2020 рік впаде на 78 % [126].

Як вважають в UNWTO, відповідно до цих сценаріїв пандемія може привести до втрати від 850 млн до 1,1 млрд міжнародних туристичних прибуттів. Експерти туристичної організації прогнозують, що зниження експортної виручки від туризму національних економік може досягти \$1,2 трлн. Також можуть бути втрачені 100-120 млн прямих робочих місць у туристичній галузі.

В організації підкреслюють, що нинішня криза, пов'язана з пандемією коронавірусу – найгірша для галузі з 1950 р. «Його вплив буде відчуватися в різних регіонах в різних ступенях. Першим може почати відновлюватися внутрішній туризм – майже половина з них вважає, що це станеться в липні-вересні й чверть – що в жовтні-грудні», – зазначили в UNWTO.

У 2019 р., за даними UNWTO, у світі було здійснено 1,5 млрд туристичних поїздок, їх число зростало в середньому на 4 % на рік 10 років поспіль. Таке ж зростання планувалося й на 2020 р., але, як впевнені фахівці, коронавірус не дозволить досягти цих показників.

В UNWTO також підраховали, що число міжнародних туристичних прибуттів у всьому світі впало на 22 % з січня по березень в порівнянні з тим же періодом роком раніше.

При цьому в березні скорочення склало 57 %, оскільки багато країн почали закривати кордони й припиняти міжнародне авіасполучення. Це призвело до втрати 67 млн. міжнародних прибуттів та близько \$ 80 млрд. доходів у туристичній галузі за підсумками першого кварталу.

В Україні спостерігається значне відставання у темпах впровадження заходів на підтримку туристичної галузі (забезпечення доступних кредитних ліній для бізнесу та відтермінування сплати боргових і податкових зобов'язань).

На відмін від інших країн, щодо наслідків пандемії COVID-19 у туристичній галузі, Україна перебуває у відносно кращій ситуації, оскільки тут частка внутрішнього та виїзного туризму значно перевищує показники в'їзного потоку.

Але, враховуючи кризу в туристичній галузі країни, необхідно внести зміни до Стратегій розвитку туристичної галузі в областях України та Стратегії розвитку курортів та туризму України на 2020-2021 рр. та включити до них негайні заходи з реагування на кризу COVID-19 і максимізації економіки туризму України [69]:

- підтримка внутрішнього повітряного та залізничного транспортного сполучення та цін на квитки з можливими субвенціями;
- підтримка внутрішнього туризму шляхом впровадження туристичних ваучерів і кредитних ліній для цього виду туризму;
- подальше відтермінування податкових зобов'язань для об'єктів розміщення та кейтерингу з оплати ПДВ та додатку на прибуток;
- безперервна оптимізація й оновлення робочих інструкцій для туристичного сектора на період пандемії. При цьому першочергове значення має створення офіційного та надійного інформаційного портала, де будуть розміщуватися всі необхідні дані;
- оптимізація туристичної статистики;
- застосування передових заходів «м'якого реагування», таких як, наприклад, організація відкритих площадок (терас) для ресторанів і кафе в громадських місцях, де це можливо.

Зараз під серйозною загрозою конкурентоспроможність туристичної галузі України на глобальному ринку, тому що вона відстає у впровадженні заходів підтримки туристичної галузі в період пандемії. У Додатку Л наведено аналіз економічних заходів, впровадження урядами України, сусідніми країнами та країнами-конкурентами [123; 125; 126].

Наслідки кризи відчуються у всієї туристичної екосистемі, та для відновлення галузі потрібно спільний підхід. Уряд та туристична галузь має концентрувати свої зусилля на:

- зняття обмежень на поїздки і робота з підприємствами для отримання підтримки ліквідності, застосування нових медичних протоколів для безпечної подорожі і допомоги в диверсифікації їх ринків;
- відновлення довіри мандрівників і стимулювання попиту до нових безпечних туристичних продуктів, інформаційними додатками для туристів і компаніями з просування внутрішнього туризму;

– підготовка комплексних планів відновлення туристичної галузі, перебудова напрямків, заохочення інновацій та інвестицій, а також переосмислення туристичного сектора.

Ці дії дуже важливі, але для успішного відновлення економіки туристичної галузі України і налагодження бізнесу необхідно зробити більше скоординованим чином, так як туристичні послуги дуже взаємозалежні. Туристична галузь та влада повинні продовжувати зміцнювати свої координаційні механізми для супроводу бізнесу, особливо малого. Забігаючи вперед, заходи, які будуть прийняті сьогодні, сформуєть туристичну галузь завтрашнього дня.

Оскільки уряд ввів безпрецедентні заходи щодо стримування поширення вірусу, обмеження на поїздки, ділові операції і взаємодія між людьми призвели до того, що економіка туристичної галузі застопорилася. Багато країн в даний час вступають в новий етап боротьби з вірусом. Це складне і важке завдання, і кількісно оцінити вплив на економіку туристичної галузі складно.

Після п'яти місяців кризи ситуація продовжує розвиватися, і перспективи залишаються невизначеними. Очікується, що відновлення почнеться пізніше і буде повільніше, ніж передбачалося раніше. Обмеження на пересування і заходи стримування, ймовірно, будуть діяти довше, і очікується, що вони будуть зняті тільки поступово, з можливістю зміни в разі виникнення нових хвиль. Навіть якщо туристична галузь частково знову почне функціонувати, медичні протоколи будуть впливати на обмеження роботи туристичних підприємств. Відновлення попиту на туристичні послуги потребує деякого часу, що призведе до значних наслідків для української економіки.

Перше завдання в даній ситуації – це зберегти внутрішній туризм і вхідний пасажиропотік на тому ж рівні, перенаправляючи більшу частину вихідного трафіку на дестинації в межах України.

Після завершення кризи, пов'язаної з пандемією COVID-19, пропонується направити зусилля на укріплення туристичного попиту України на міжнародній арені.

Цифрова трансформація й онлайн-присутність будуть безперечно дуже важливими факторами, не лише через необхідність надання інформації споживачам і маркетинг, але і з точки зору організації та роботи різних фахівців у туристичній галузі.

Можна припустити, що переважна кількість покращень в організації туристичної галузі будуть базуватися на організації віртуальних рішень і дистанційної роботи, а також на проведенні освітніх програм, які в багатьох країнах залишатимуться в режимі онлайн і після кризи COVID-19.

Оптимізація ланцюжка постачання в туризмі та, особливо, удосконалені методи використання природних ресурсів та об'єктів культурної спадщини стануть ще важливішими, оскільки згідно з прогнозами в найкращому випадку глобальний туризм досягне рівня розвитку 2019 року лише через 3-5 років.

Таким чином, розширення загального досвіду, цінності та доходи вийдуть на перший план, якщо порівнювати з обсягами бізнесу за період до 2020 року.

Урешті-решт, часові проміжки реалізації етапів Дорожньої карти надають органам влади України, що відповідають за управління туризмом, достатньо часу для прийняття рішень, залежно від розвитку туристичної галузі в усьому світі протягом наступних двох років.

Туристична галузь в усьому світі зазнає збитків внаслідок заходів щодо протидії пандемії COVID-19. Водночас, ситуацію, що склалася, слід розглядати не лише як проблему, але і як можливості для виведення туристичної галузі в Україні на якісно новий рівень.

Реальність така, що глобальний туризм буде сильно страждати протягом 2020 року і далі, навіть якщо поширення вірусу буде поставлено під контроль в найближчі місяці. Туристичні фірми були в числі перших закритих після введення заходів щодо стримування поширення вірусу, оскільки туризм обов'язково передбачає взаємодію між людьми і переміщення людей з місця їх звичайного проживання в пункти призначення в їх власній країні, і в інші країни. Туристична діяльність також, ймовірно, буде однією з останніх відновлених і поетапних. Навіть коли ці підприємства відкриються, за

відсутності вакцини будуть діяти нові робочі процедури. Пандемія також може вплинути на поведінку туристів, вплинути на відновлення внутрішнього і міжнародного туризму. Відновлення туристичної галузі більш важка задача, ніж його призупинення, тому потребує збалансованого підходу.

Враховуючи кризу пандемії COVID-19, зовнішні наслідки змінилися та потребують реорганізації етапів та заходів у Стратегіях розвитку туристичної галузі України, а саме:

1. Мінімізація наслідків пандемії COVID-19 – антикризовий план дій на 2020-2021 рр.:

- впровадження та внутрішнє просування добірки правил роботи для різних об'єктів розміщення;

- субвенції, доступні кредитні лінії, звільнення від податків і боргових зобов'язань з метою збереження основної частини туристичної галузі;

- реорганізація туристичної статистики, управління туристичною галуззю та нормативно-правової системи, що є найпроблемнішими питаннями у туристичній галузі (закони, постанови та збірки правил).

2. Реорганізація та формування механізму:

- формування конкурентоспроможної на міжнародному ринку системи маркетингу національної та регіональної туристичної галузі, що здатна визначити заходи зі швидкими результатами;

- ініціювання довгострокових процесів з укріплення потенціалу туристичної галузі.

3. Підвищення інформованості:

- покращення туристичного іміджу країни;

- просування та комерціалізація провідних дестинацій з акцентом на продуктах ділового туризму і турах вихідного дня в областях України;

- розробка системи планування та створення передумов для розвитку туристичного продукту та підвищення капітальних інвестицій.

4. Капіталовкладення та розробка національних туристичних продуктів:

- капіталовкладення та інтенсивний розвиток національного туристичного продукту;
- розбудова головної туристичної та транспортної інфраструктури;
- повнофункціональна тривірнева організації туристичної галузі (національна – регіональна – місцева).

Отже, головною та важливою задачею після закінчення кризи пов'язаної з пандемією COVID-19 є відновлення розвитку в'їзного, а головне внутрішнього національного туризму, популяризація національного та місцевого потенціалу туристичної галузі. Необхідно розробити спеціальні програми відновлення і розвитку туристичної галузі та співпраці туристичних операторів, закладів розміщення, санаторно-курортних закладів, транспортної інфраструктури, закладів харчування, культурних центрів тощо на всіх рівнях управління туристичною галуззю (національному, регіональному, місцевому).

### **3.2. Аналіз сучасного стану використання потенціалу туристичної галузі України**

Туристична галузь займає важливе місце в розвитку економіки багатьох країн світу та в Україні зокрема. Останнім часом швидко розвивається сфера послуг за всіма напрямками, особливо це характерно для людського сервісу, в тому числі готельно-ресторанної діяльності. Сьогодні цей бізнес є однією із найприбутковіших складових туристичної галузі, але й найризикованішою. На готельно-ресторанний бізнес дуже впливають зміни соціально-економічного середовища країни. Необхідно зазначити, що в Україні цей бізнес розвинутий недостатньо порівняно з міжнародним досвідом, де ця сфера діяльності приносить значний дохід. Крім того, є країни, що отримують основний дохід саме за рахунок розвинутого туристичного бізнесу. Специфіка цього виду діяльності, а також недостатня вивченість тенденцій його розвитку мають вагомим практичне значення [102, с.149].

Україна має потужний потенціал для розвитку туристичної галузі, вигідне географічне розташування в центрі Європи, сприятливий клімат, велику кількість пам'яток – все це підтверджує, що потенціал туристичної галузі в Україні може стати одним з інструментів прискорення соціально-економічного розвитку держави. Сучасна Україна належить до тих країн, що мають значний, але нереалізований потенціал туристичної галузі. Основними перешкодами є чинники правового, економічного, соціального, екологічного, управлінського та культурного характеру. Тим самим українська економіка недоотримує від туристичної галузі чимало фінансових надходжень [106].

На сьогодні розвиток потенціалу туристичної галузі дає країні такі переваги: збільшення грошового потоку, у тому числі приплив іноземної валюти від іноземних туристів, а отже, і зростання доходів населення; зростання валового національного продукту (ВНП); сприятиме збереженню культурно-історичної спадщини; поповнення бюджету через збільшення податкових зборів приймаючої області та інших надходжень; створення нових робочих місць, тобто збільшення зайнятості населення; залучення капіталу, в тому числі іноземного; розвиваючи туристичну галузь, країна поступово розвиває й інші галузі [114, с.262].

Це означає, що підвищення туристичного потоку в Україні дасть змогу відродити національну економіку. У той же час важливо зазначити, що на сьогодні туристична галузь в Україні переживає складні часи, оскільки кількість в'їзних туристів, починаючи з 2014 р., постійно зменшувалась. У 1 півріччі 2019 році відбулось незначне зменшення кількості в'їздів іноземних громадян до України порівняно з аналогічним періодом 2018 р. (-5,6 %), зумовлено зменшенням туристичного потоку з прикордонних країн. (табл. 3.3) [62; 114, с.262].

Потік внутрішніх туристів зменшився, у 2014 - 2019 рр. середня кількість туристів зменшилась майже в три рази. Не зважаючи на незначне покращення ситуації у 2016-2018 рр., туристична галузь на сьогодні потребує серйозної підтримки та переосмислення з боку України [114, с.262]. Упродовж останніх



років середньорічний приріст в'їзного туризму в Україні становив 6,8 %. У 2014-2018 рр. у зв'язку з проведенням антитерористичної операції в окремих областях і тимчасовою окупацією частини території України спостерігається скорочення іноземних громадян, які відвідали Україну, вдвічі, так у 2013 р. їх кількість складала – 24,7 млн осіб, а у 2014 р. – лише 12,7 млн осіб, у 2015 р. – 12,4 млн, у 2016 р. – 13,3 млн, у 2017 р. та у 2018р. – 14,2 млн. [114, с.262].

Протягом 2017-2019 років виїзний туристичний потік зберігає стабільну тенденцію до зростання, у зв'язку із введенням з 11 червня 2017 року безвізового режиму з країнами ЄС. За підсумками I півріччя 2019 року приріст виїзного потоку українських туристів порівняно з аналогічним періодом 2018 року становить 5,6 % (у I півріччі 2018 р. приріст становив 3,3 %).

Таблиця 3.3

## Туристичні потоки в Україні з 2011-2019 рр. [62]

Роки	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього <sup>2</sup>	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну – усього <sup>2</sup>	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього <sup>3</sup>	Із загальної кількості туристів – іноземні туристи: <sup>3</sup>
2011	19773143	21415296	2199977	234271
2012	21432836	23012823	3000696	270064
2013	23761287	24671227	3454316	232311
2014 <sup>1</sup>	22437671	12711507	2425089	17070
2015 <sup>1</sup>	23141646	12428286	2019576	15159
2016 <sup>1</sup>	24668233	13333096	2549606	35071
2017 <sup>1</sup>	26437413	14229642	2806426	39605
2018 <sup>1</sup>	27810800	14207000	4557447	75945
2019 <sup>1</sup>	13627400 <sup>4</sup>	5871600 <sup>4</sup>	6132097	86840

<sup>1</sup>Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

<sup>2</sup> Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)

<sup>3</sup> 2000–2010 рр. за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 р. заданими Державної служби статистики України

<sup>4</sup> За даними Адміністрації Державної прикордонної служби за I півріччя 2019р.

Ще одним негативним чинником є незадовільна інформаційна діяльність щодо просування внутрішнього туризму серед населення України, відтак слабка обізнаність громадян України про потенціал туристичної галузі. Найбільше охоплені внутрішнім туризмом Волинська, Запорізька, Івано-

Франківська, Львівська, Одеська, Херсонська, Хмельницька області. Втім обсяги внутрішнього туризму зменшилися, що пов'язане з військово-політичною ситуацією в країні; поступовою лібералізацією візового режиму і доступністю туристичних поїздок за кордон; нижчим рівнем сервісу в Україні порівняно з європейськими країнами; розвитком транспортної системи та нових напрямів авіаційного, автобусного та залізничного сполучення, що створює додаткові можливості для здійснення подорожей за кордон [99].

За даними Адміністрації Держприкордонслужби, за I півріччя 2019 року до України в'їхало на 5,6 % менше, ніж за аналогічний період 2018 року [49]. Проаналізувавши туристичну діяльність України, можемо зробити висновок: кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні за 2015–2019 рр. збільшилась майже на 31 %, в тому числі на 28,6 % кількість турагенцій та суб'єктів, які здійснюють екскурсійну діяльність на 34,7 %, у 2016 році зменшилась кількість туроператорів майже на 3 %, але вже у 2018 році цей показник виріс майже на 6 %. Також збільшилась середньооблікова кількість працівників, зайнятих в туристичній галузі країни, на 23,1 % та кількість туристів, які обслуговувалися туристичними підприємства, збільшилась на 66,8 % (Додаток М) [62; 84; 114, с.262–263].

Проаналізувавши основні показники діяльності суб'єктів туристичної галузі України за 2015-2019 рр. можна зробити висновок, що світова фінансова криза, скорочення зайнятих на підприємствах, зниження платоспроможності населення, анексія Криму та бойові дії на сході України негативно вплинули на більшість показників, основні показники галузі знизились у 2017 році порівняно з 2016 р. Кількість суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році скоротилась на 37 одиниць порівняно з 2016 р., а в 2016 році збільшилась на 324 одиниці порівняно з 2015 роком, але у 2018 році відбулось збільшення на 824 одиниці. Найбільшою чисельністю суб'єктів туристичної діяльності є турагенти, частка яких перевищує 80 % від загальної кількості.

Кількість обслуговуваних туристів має позитивну динаміку: за період 2015–2019 рр. спостерігається збільшення на 4040840 осіб порівняно з

2015 роком, на 3530722 осіб – з 2016 роком, на 3278436 осіб – з 2017 роком та на 1563755 порівняно з 2018 роком. Обсяг наданих туристичних послуг протягом 2015–2019 рр. має позитивну динаміку зросту, зокрема у 2017 р. склав 18502,9 млн.грн, що на 13705,2 млн. грн. більше, ніж у 2015 р. Дохід від надання туристичних послуг збільшився на 77,8 % за період 2015–2019 рр.

Зокрема, витрати співвітчизників на закордонний відпочинок і подорожі з 2011 р. зросли в 4,4 рази, тоді як подорожі по країні зросли лише у 2,5 рази. Загальний внесок туристичної галузі України у ВВП за даними WTTC у 2018 році досяг 8,8 трлн. доларів (10,5% ВВП) цінах і має сталу тенденцію зростання, зокрема, прямий внесок галузі у ВВП склав 1,445 млрд. грн. (табл.3.4) [48; 123–127].

Таблиця 3.4

## Економічний внесок туризму у ВВП України [48]

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Прямий внесок туризму, млрд.дол.США									
Загальні доходи від туризму	11,6	13,2	13,9	7,4	4,9	5,0	5,5	5,6	5,7
Інші остаточні наслідки туризму (непрямі і індуковані), млрд..дол.США									
Капіталовкладення	5,7	6,5	5,7	5,0	5,5	6,8	7,9	7,9	7,9
Державні витрати	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Як свідчать дані табл. 3.4., прямий внесок туризму у ВВП України (він спричинений діяльністю напряму, пов'язаному з наданням туристичного обслуговування, зокрема, туристичними підприємствами, готелями, авіакомпаніями та іншими підприємствами, які надають пасажирські транспортні послуги, ресторанами та закладами сфери відпочинку, що працюють напряму з туристами) протягом 2011–2013 рр. має досить динамічне зростання: від 11,6 млрд. дол. США у 2011 р. до 13,9 млрд. грн. у 2013 р., однак після 2014 року спостерігається різке падіння з 7,4 млрд дол США до 5,5 млрд дол США [48].

Найбільше іноземних громадян, які прибули до України у 2018 року, були з Молдови, Білорусі, Росії, Угорщини, Польщі, Румунії, Словаччини, Туреччини, Ізраїлю, Німеччини. Порівняно з 2016 роком кількість іноземних

туристів з Білорусі збільшилась на 677,1 тис. осіб, Туреччини – на 48,4 тис. осіб, Угорщини – на 57,1 тис. осіб, Молдови – на 54,5 тис. осіб, Румунії – на 57,8 тис. осіб, Росії – на 46,4 тис. осіб, Ізраїлю – на 38,3 тис. осіб, Німеччини – на 17,1 тис. осіб; Польщі – на 91,5 тис. осіб [61]. Головною мотивацією туристичних поїздок є приватні подорожі, на які припадає 93,7 % усіх подорожей. З метою «туризм» кількість в'їзних іноземців у 2018 році на 30 % порівняно з 2017 роком (Додаток Н) [84; 114, с.263].

Теоретичні та практичні проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу та вплив його на розвиток потенціалу туристичної галузі стали предметом досліджень багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких особливої уваги заслуговують праці [102, с. 149]: Дж. Уокер, Б. Марвін, Уільям Л. Карл, О. Борисова, Г. Круль, М. Мальської, І. Пандяк, Ю. Волкової, В. Найдюк, М. Гінди, В. Гросул, Т. Іванової, О. Бутенко, І. Воловельської, О. Борисової та ін. Поряд із накопиченими науковими напрацюваннями із проблематики впливу готельно-ресторанного бізнесу на розвиток потенціалу туристичної галузі України питання дослідження сучасних тенденцій розвитку підприємств ресторанного та готельного господарства потребують подальшого аналізу та наукового доопрацювання [108].

Основною складовою потенціалу туристичної галузі є готельно-ресторанне господарство. Саме готельні та ресторани підприємства виконують одну з найважливіших функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх харчуванням, сучасним житлом і побутовими послугами [102, с. 149].

Витрати туристів на готельні послуги становлять 30–50 %, тому готельний бізнес є дуже важливим для розвитку потенціалу туристичної галузі країни. Вагомим чинником розвитку потенціалу туристичної галузі є якість обслуговування туристів у готелях, яка залежить від стану матеріально-технічної бази готельного господарства [102, с. 149]. За даними Державного комітету статистики [80], в Україні працює 1591 готелів і 3245 закладів відпочинку і оздоровлення. За 2014 р. готельне господарство України нараховувало 2644 готелі та аналогічних засобів розміщення, з яких готелі

складали 1523 одиниці (57,6 %). Номерний фонд готельного господарства за 2014 р. складав 69237 номерів, його житлова площа нараховувала 1604,8 тис. кв. м, де було розташовано 135 518 місць, в яких була розміщена 3814201 особа та отримано доходу від надання готельних послуг на 3404439 тис. грн.

У 2019 р. надання місць для проживання здійснювали 5335 колективних засобів розміщування (юридичні особи та фізичні особи-підприємці) із кількістю місць – 370 тис. (у 2017 р. відповідно 4115 та 359 тис.) Кількість розміщених у них становила 6961 тис. осіб (у 2017 р. – 6661,2). Динаміка розвитку готельного господарства України відображена у додатку П.

Більшість відвідувачів (77 %) надавала перевагу готелям та аналогічним засобам розміщування. Серед розміщених 812,7 тис. осіб становили іноземці [102, с. 149–150].

Однією з основних тенденцій функціонування сфери готельного господарства нашої держави є розвиток підприємств готельного господарства, як створення та розвиток еко-готелів (або «зелених» готелів), які найбільш поширені на рекреаційних або туристично привабливих територіях. Українські підприємства готельного господарства, що пройшли екологічну сертифікацію Green Key, відображені в таблиці 3.5. [58].

Таблиця 3.5

Підприємства готельного господарства України, що пройшли екологічну сертифікацію Green Key 2019р. [58]

Місце розташування	Кількість «зелених» готелів	Назва еко-готелю
м. Київ	3	Radisson Blu Hotel
		Rus Accord Hotel
		Баккара Арт-готель
Київська область	2	Maison Blanche (Березівка) Екодім
		Maison Blanche (Mytnitsa) Екодім
м. Львів	3	Reikartz Dworzec Lviv
		Reikartz Medievale Lviv
		Дністер Прем'єр Готель
м. Миколаїв	1	Reikartz Рівер Миколаїв
м. Запоріжжя	1	Reikartz Запорізький
м. Дніпро	1	Reikartz Дніпро
м. Харків	1	Reikartz Харків
Закарпатська обл.	1	Ковчег

Світове господарство нараховує понад 124 готелі, відзначені сертифікацією програми Green Key, еко-готелі України становлять майже 11 % від загальної кількості таких готелів. Україна знаходиться на четвертому місці за кількістю «зелених» готелів світу. Серед тенденцій розвитку готельного господарства у світі необхідно відзначити тенденцію утворення міжнародних готельних ланцюгів (об'єднання готелів, що мають централізоване управління та утворюють єдиний господарський комплекс). Така ситуація є позитивною для готельного господарства країни загалом з точки зору корпоративного регулювання якості готельних послуг, знання клієнтурою бренду готелю, проте недоліками утворення таких ланцюгів є зниження конкурентоздатності невеликих готельних закладів, що функціонують у певній області [102, с.150-151].

Як демонструє таблиця 3.6., до готельних ланцюгів входять здебільшого п'яти-, чотирьох- та трьохзіркові готелі, які розташовані переважно в м. Київ, яке є економічно та фінансово вигідним, оскільки є центром розвитку бізнес-проектів та бізнес-зустрічей [102, с.151].

Таблиця 3.6

## Міжнародні готельні ланцюги в Україні 2019 р.[12]

Бренд	Зірковість	Місткість готелю, номерів	Місце знаходження
Rixos, PRYKARPATYA	5	769	м. Трускавець, Львівська обл.
Interkontinental, Interkontinental Kiev	5	272	м. Київ
Hyatt, Hyatt Regency Kiev	5	234	м. Київ
Rezidor, Radisson SAS Kyiv	4	255	м. Київ
Rezidor, Radisson Blu Resort, Bukovel	4	252	Івано-Франківська обл.
Accor, IBIS	3	212	м. Київ
Wyndham Hotel Group, Ramada Lviv	3	103	м. Львів
Wyndham Hotel Group, Ramada Encore Kiev	2	264	м. Київ
IHG, Holiday Inn Kiev	4	208	м. Київ
Rezidor, Radisson Blu Hotel Kiev Podil	4	164	м. Київ
Fairmont Raffles International, Fairmont Grand Hotel Kyiv	5	258	м. Київ

У різних областях України розвинена система готелів і інших закладів відпочинку, яким, як і в багатьох країнах, надається певна кількість зірок

залежно від рівня комфорту і обслуговування. Згідно з даними Реєстру свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), виданих Мінекономрозвитку, станом на червень 2019 р. в Україні існує 35 об'єктів категорії «п'ять зірок», призначених для надання послуг з тимчасового розміщення [73; 74], це складає 10 % від всіх готелів, яким привласнена категорія, 108 готелів мають категорію «чотири зірки» (Додаток Р).

Як бачимо, серед засобів розміщення, яким присвоєна відповідна категорія, найбільшу частку складають готелі категорій «три зірки» (37 %) та «чотири зірки» (36 %). Із всесвітньо відомих готельних операторів сьогодні в Україні представлені «Radisson», «Hyatt Regency», «InterContinental» і «Ibis» (Accor group), «Hilton», «Holiday Inn», «Marriott». Експерти готельного бізнесу вважають цей бізнес в Україні найбільш перспективним з точки зору інвестицій [103, с. 151].

Розвиток концептуальних готелів в Україні відбувається у декількох напрямках: стилізація «під старовину»; екологічний стиль; арт-стиль [24, с.42]. Такий вид бізнесу є новим для нашої країни, саме з цієї причини знайти дійсно хороший готель з незвичайним дизайном і гарним сервісом насправді складно.

Останнім часом в Україні з'являються дуже комфортабельні приватні міні-готелі, розраховані на 10-30 номерів. Як правило, такі готелі мають всі зручності, коштують у порівнянні з великими готелями недорого, пропонують домашнє харчування (або обладнану кухню) і розташовані за межами центральної частини міста. Багато таких міні-готелів знаходяться у невеличких містечках, у курортних зонах Карпат, на узбережжі Чорного і Азовського морів [102, с.152].

Високу конкуренцію готелям роблять приватні садиби і апартаменти, що набирають все більшої популярності – від студій до 3-4 кімнатних квартир, повністю обладнаних всім необхідним для мандрівника. Багато туристів віддає перевагу такому типу розміщення, бо квартири можуть знаходитися в різних куточках міста (що може бути вигідно з точки зору пересування), їх вартість

нижча, ніж вартість готельного номера (навіть в апартаментах у центрі міста), до того ж подорожуючий потрапляє в затишну атмосферу «як вдома», чого так не вистачає у відрядженні [55].

Сучасне ресторанне господарство – «одна з найбільш динамічних сфер національної економіки, яка є однією з найпривабливіших для інвесторів, а її рентабельність у розвинених країнах не буває нижчою за 40 %, при цьому, досягаючи у «туристичних» зонах відмітки 100 %. Саме тому готельно-ресторанний бізнес в Україні залишається одним із найбільш цікавих і прибуткових для українських підприємців. Щорічно в країні відкриваються елітні готелі, нові мотелі, санаторії, нові туристичні бази, ресторани та готельно-ресторанні комплекси тощо» [5].

Стан ринку ресторанного бізнесу України є досить нестабільним в 2011–2019 рр., за підйомом спостерігається падіння кожні рік–півтора. Каталізатором зростання у 2011 і 2012 роках було «Євро – 2012». За 2019 рік кількість підприємств ресторанного господарства в Україні збільшилася майже на 7 тис. одиниць порівняно з 2018 роком (рис. 3.5.).

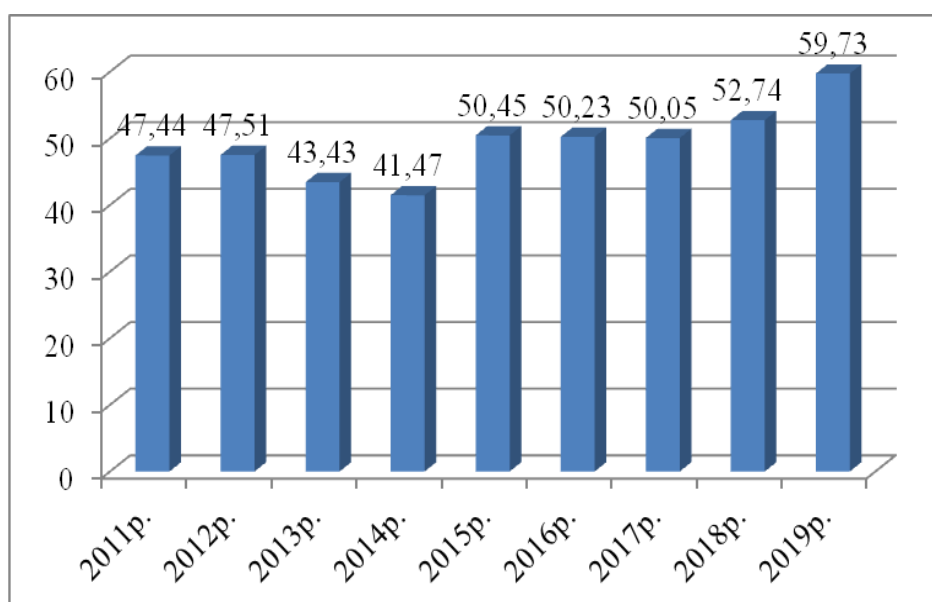


Рис. 3.5. Кількість підприємств ресторанного господарства за період 2011–2019 рр. [59; 60; 81; 102, с.152]

У Києві за ці роки стало на 100 ресторанів більше, за інерцією відкриття тривали й до початку 2013 року. Ситуація погіршилась всередині 2013 року



через революцію, проведення антитерористичної операції, падіння гривні. Станом на кінець 2013 року, порівняно з минулим роком, відбулось стрімке зменшення кількості закладів ресторанного господарства: ресторанів – на 1 % (у 2012 р. – 1553, у 2013 р. – 1540), кафе, закусточних, буфетів – на майже 18 % (у 2012 р. – 9108, у 2013 р. – 7434), їдалень – на 3 % (у 2012 р. – 9695, у 2013 р. – 9441), барів – на 13 % (у 2012 р. – 2466, у 2013 р. – 2146); загалом кількість закладів зменшилась на 10 % (у 2012 р. – 22822, у 2013 р. – 20578) [59; 60; 102, с. 152].

Згідно з даними компанії «Ресторанний консалтинг» за 2014 рік в Україні припинили роботу близько 5 тис. ресторанів і кафе (у 2013 р. їх було 20578, у 2014 р. – 19640), 6 % барів (у 2013 р. було 2146, у 2014 р. – 2017), 3 % їдалень (у 2013 р. було 9441, у 2014 р. – 9157); усього кількість закладів ресторанного господарства зменшилась на 5 % (у 2013 р. було 20578, у 2014 р. – 19640). Причиною цього стала анексія Криму, тоді Україна втратила 1700 закладів, а після початку бойових дій на Донбасі закрилися або заморозили роботу близько 3 тис. ресторанів. У цей період через кризу почали закриватися ресторани по всій країні. Лідером із закриття закладів, крім Криму та Донбасу, став Київ, де припинили роботу понад 100 ресторанів. У зв'язку з перерахованими подіями ресторатори поступово почали пристосовуватися та шукати нові можливості для збереження бізнесу, оптимізувати витрати. Оскільки середній чек відвідувачів ресторанів знизився, більшість рестораторів прибравли з меню дорогі страви та почали економити на продуктах дорогих у закупівлі [59; 60; 102, с. 152]. Ситуація ринку ресторанного бізнесу в 2015 році була трохи кращою, ніж у 2014 році. За 2018 рік, за даними «Ресторанного консалтингу», закрилося 143 ресторани, тоді як відкрилося 58 нових закладів, також припинилося падіння відвідуваності. Тоді в Україні сформувався певний прошарок населення, яке харчується поза межами дому, і його кількість перестала скорочуватись. Стали популярнішими концептуальні заклади з авторською кухнею, у той час як заклади, що зробили акцент на національній кухні, у стравах якої використовувалися імпортовані продукти, почали нести

збитки. Наприкінці 2015 року ситуація покращилася: в Україні відкрилось близько 100 нових закладів ресторанного господарства, що дало змогу вважати, що ресторатори все ж вчаться пристосовуватися до кризи та нести найменші втрати. Загалом за період 2015 року кількість ресторанів збільшилась на 1 % (у 2014 р. було 1408, у 2015 р. стало 1422), кафе, закусочних, буфетів – на 2 % (у 2014 р. було 5327, у 2015 р. стало 5415), барів – менше ніж на 1 % (у 2014 р. було 2017, у 2015 р. стало 2030), а їдалень стало менше майже на 2 % (у 2014 р. – 9157, у 2015 р. – 9039); усього кількість закладів ресторанного господарства збільшилась на 2 % (у 2014 р. було 19640, у 2015 р. стало 19662) [59; 60; 102, с. 152].

Станом на 2019 рік понад половини загального обсягу ринку займають спеціалізовані заклади, такі як кафе, ресторани, бари та інші (рис. 3.6.). Частка кейтерингу, куди входять і фірми, що займаються забезпеченням їжею шкіл та інших навчальних закладів, становить 23,6 %. Підрозділи громадського харчування на АЗС зайняли 20,3 % ринку, а ресторани при готелях - всього 3,9 % [59; 60; 102, с. 152].

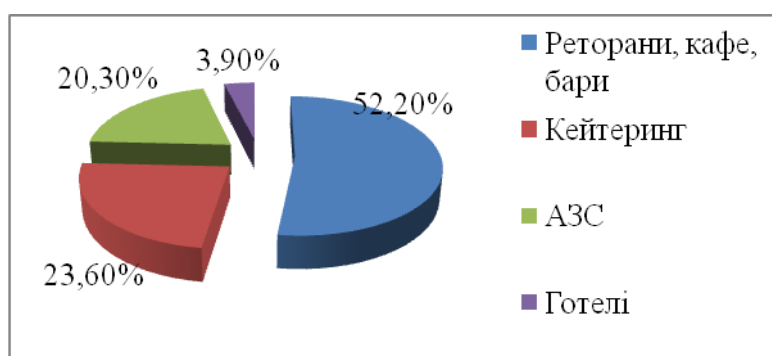


Рис. 3.6. Структура ринку харчування поза домом в Україні за 2018 рік

Забезпечення населення посадковими місцями ресторанного господарства в розрізі окремих областей відзначаються м. Київ (604 од.), Волинська (607 од.), Хмельницька (488 од.), Тернопільська (473 од.) області, а найнижчим – Закарпатська (161 од.), Черкаська (195 од.), Одеська (203 од.) та Херсонська (218 од.) області. За даними РІА «Ресторанний гід», групи національних кухонь розподілилися у такий спосіб (рис. 3.7.) [102, с. 153].

Серед ресторанів національної кухні в Україні перевага надається українській 36,8 %. Проте значна увага приділяється і французькій кухні 21 %; італійській, кавказькій, японській 7,9 %; всі інші 18,5%.

На українському ринку існують як мережеві ресторани, так і самостійні, при чому ресторанні мережі є відносно новою формою бізнесу в індустрії харчування України. Серед них найпопулярнішими є «Світова карта», «Козирна карта», «Наша карта», «Якіторія», «Фабрика смаку», а серед мереж швидкого обслуговування – «Швидко», «МакДональдс» та ін.

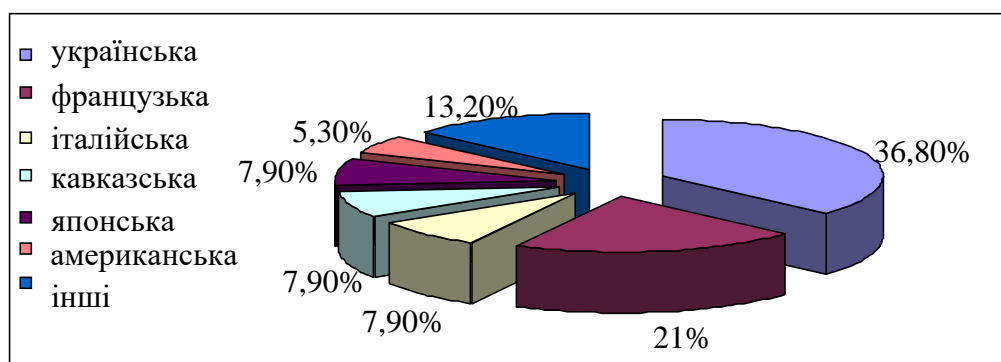


Рис. 3.7. Структура національних кухонь ресторанного господарства України за 2019 р. [102, с. 153]

Сьогодні майже чверть працюючих мереж автозаправок можуть ще й запропонувати послуги харчування клієнту (рис. 3.8.).

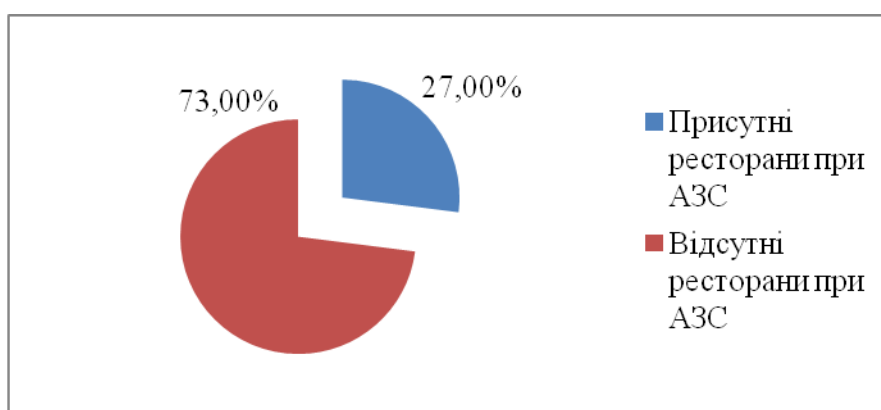


Рис. 3.8. Сегментація основних мереж АЗС за наявністю кафе або ресторанів, % за 2019 р.

Розглянемо мережі трасових ресторанів і кафе, що діють на ринку України (Додаток С).

Лідерами по кількості кафе трасового формату є Київська область – 15,5 %, Донецька – 11,2 % та Львівська область – 9,4 %. Це пов'язано з такими факторами: вигідне розташування цих областей та їх загальнодержавне значення; кількість населення в областях України; наявність міжнародних трас і сусідство з іншими країнами Львівської та Донецької областей; рівень ділової активності населення та високий рівень туристичних потоків.

Проаналізувавши особливості та стан розміщення мереж ресторанів та кафе трасового формату в областях України, можна зробити висновок, що зазначена складова потенціалу туристичної галузі України активно розвивається, збільшується щороку кількість цих закладів, нарощуються обсяги продажу.

Останнім часом в Україні, яка має значний потенціал туристичної галузі, спостерігається підвищений інтерес вчених та спеціалістів до питань розвитку потенціалу туристичної галузі як високорентабельної сфери економіки та вагомого способу розвинутого та соціально-культурного розвитку громадян. Можливості визначаються дією широкого спектру природних, історико-культурних, соціальних, економічних, політичних чинників, які мають чітко окреслену обласну специфіку.

Успішне функціонування та розвиток потенціалу туристичної галузі країни безпосередньо залежить від розвинутої туристичної інфраструктури та туристичних ресурсів (природних, етнічних, історико-культурних, розважальних та ін.) [14].

Багато стратегій і планів, які області України ухвалюють з метою туристичної привабливості, пов'язані з розвитком мистецтва і культурних ресурсів, якими багата країна.

Серед завдань Державної стратегії розвитку на період до 2020 року, спрямованих на підвищення ефективності використання внутрішніх факторів

розвитку областей України, значиться й «застосування об'єктів культурної спадщини для провадження туристичної діяльності» [72].

Розрахунки інтегральних показників ступеня реалізації потенціалу культурної спадщини України показали, що має місце значна диференціація в рівнях, адже максимальне середнє значення (м. Київ) інтегрального показника ступеня реалізації історико-культурного потенціалу перевищує мінімальне середнє значення (Сумська область) у 73 рази. Середній бал, який характеризує ступінь використання об'єктів культурної спадщини, становить 0,141. Також встановлено, що більшості областей України властивий показник використання об'єктів культурної спадщини нижчий від середнього рівня.

На підставі середнього показника здійснено типізацію областей за рівнем використання культурної спадщини. За значенням цього показника області України можна поділити на 5 типів: найнижчий, нижчий від середнього, середній, вищий від середнього, найвищий. Узагальнюючим критерієм виступає ранг області на основі загального їхнього ранжування за рівнем інтегрального показника ефективності реалізації потенціалу культурної спадщини в областях України та містах з особливим статусом [29].

Найвища ефективність використання потенціалу культурної спадщини спостерігається у групі «Лідери» (1-2 місце) – м. Київ та Львівська область, які є домінуючими традиційними історико-культурними центрами (рис. 3.9.).

Одеська, Дніпропетровська й Харківська – це області, які мають середній і близький до середнього показник використання об'єктів культурної спадщини (3–8 місця). Області цієї групи значно поступаються ступенем реалізації потенціалу культурної спадщини м. Київ і Львівській області. Високі показники реалізації історико-культурного потенціалу в східних областях досягнуті внаслідок розвинутої тут ділової активності та переважно, ділового туризму.

«Основний» масив (9-23 місця) включає області з показником нижчим за середній: Запорізька, Івано-Франківська, Полтавська, Вінницька, Закарпатська, Тернопільська, Черкаська, Хмельницька, Чернігівська, Волинська, Херсонська, Чернівецька, Київська та Рівненська.

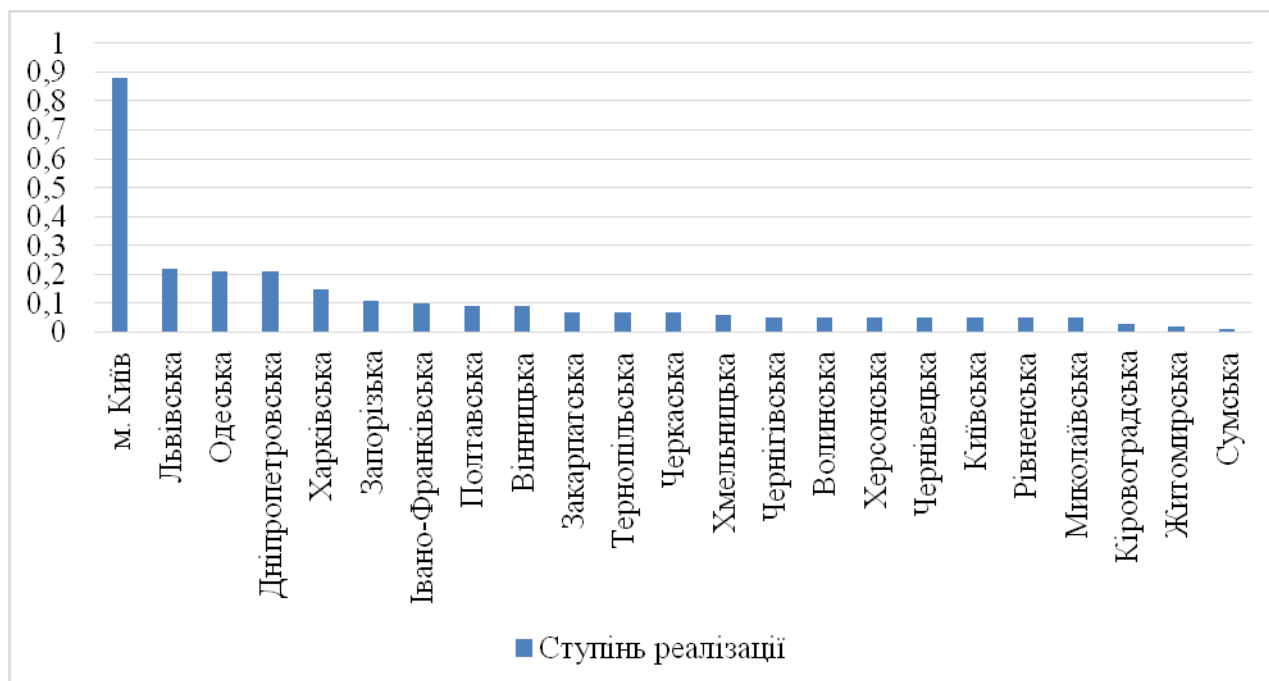


Рис. 3.9. Типізація областей України за ступенем реалізації історико-культурного потенціалу [104, с.57]

Миколаївська, Кіровоградська, Житомирська, Сумська – це області з найменшим рівнем використання об’єктів культурної спадщини, які включено до групи «Аутсайтери» (24–27 місця) [104, с.58].

Рейтинг історико-культурного потенціалу та ефективності його реалізації показав, що основними туристичними областями України є м. Київ, Львівська та Одеська. За ними йдуть області Східної України: Дніпропетровська, Харківська та Запорізька. Головним туристичним центром України є Київ: крім значної кількості об’єктів туризму він являє собою приклад пропорційного розвитку всіх компонентів потенціалу туристичної галузі [104, с.58].

Рівень ефективності й адекватності використання потенціалу культурної спадщини України пропонується визначити у вигляді співвідношення двох індексів: оцінки обсягу історико-культурного потенціалу та оцінки рівня його використання (Додаток Т). На підставі ранжування адміністративно-територіальних суб’єктів України за цими показниками було здійснено позиціонування областей України в рейтингах.

Розробимо типізацію областей «Рівень культурно-історичного потенціалу – Ефективність використання культурно-історичного потенціалу», де врахуємо загальну кількість та ефективність використання потенціалу країни:

– низький потенціал спадщини, низький рівень використання – Житомирська, Кіровоградська, Київська, Миколаївська, Херсонська області;

– низький потенціал спадщини, високий рівень використання – Дніпропетровська, Запорізька, Одеська, Полтавська, Черкаська, Харківська області;

– високий потенціал спадщини, низький рівень використання – Волинська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Хмельницька, Чернігівська, Чернівецька області;

– високий потенціал спадщини, високий рівень використання – Вінницька, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська області та м. Київ [32; 104, с.59].

В європейських країнах, на відміну від України, за останні роки кардинально змінились погляди на музеї, які можуть надавати багато послуг, організовувати дозвілля, реалізувати соціально-культурні програми для школярів і дорослих, формувати толерантність у суспільстві, сприяти акультурації національних меншин.

В Україні знижується кількість відвідувачів музеїв. У 2017 році їх стало 694,6 тис. осіб, у 2018 році – 639,3 тис. осіб, а в 2019 році – 535,1 тис. осіб (рис. 3.10.).

Транспортні послуги – один з основних видів послуг у туристичній галузі. На транспортні перевезення туристів припадає й основна частка у структурі ціни туру, яка залежить від відстані та строку поїздки туристів і складає (у більшості випадків) від 20 до 60% [5]. Туристичні подорожі здійснюються за допомогою різних видів транспорту [112; 115; 118].

Важливим складовим елементом туристичної привабливості областей України є ступінь розвитку транспортної інфраструктури, до якої належить розвиток та стан обласних магістралей, міжнародні транспортні коридори,

розвиток периферійних магістральних доріг і транспортна доступність популярних рекреаційних ресурсів. У зв'язку з цим необхідне дослідження та аналіз транспортної інфраструктури областей України [112; 115; 118].

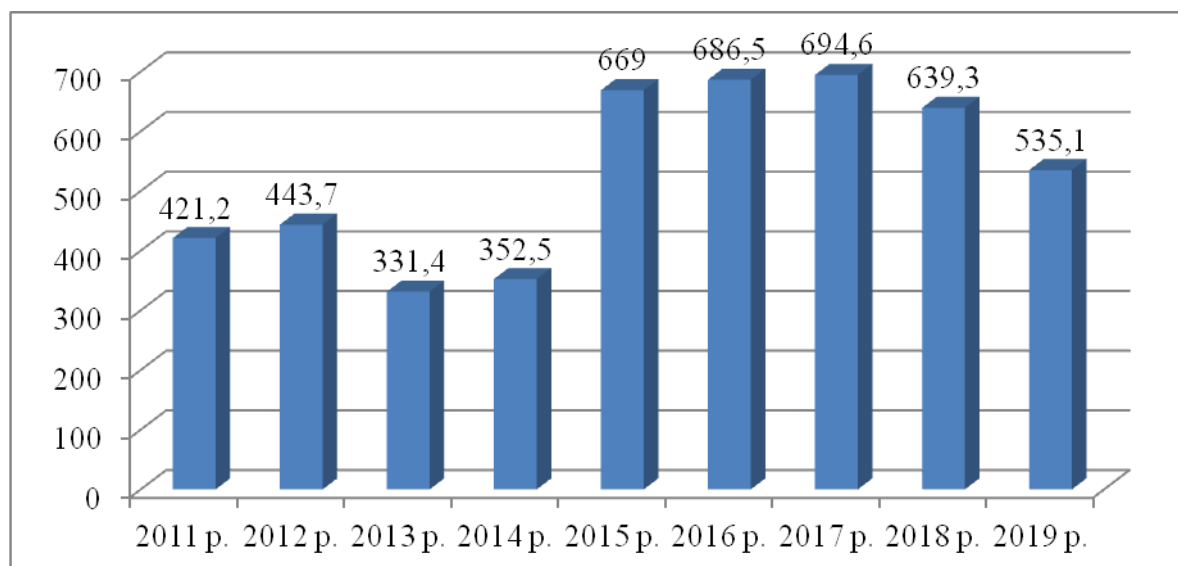


Рис. 3.10. Динаміка кількості відвідувань музеїв України 2011–2019 рр. [114]

Дослідженням проблем і різних аспектів розвитку транспортної інфраструктури туристичної галузі займаються відомі науковці: А. Александрова, В. Нікіфоров, В. Кислий, М. Біржаков, О. Біловодська, О. Олефіренко, О. Смоляник, О. Любіцева, П. Яновський та ін. [112; 115; 118].

Інфраструктуру туристичної галузі М. Комаров досліджував як матеріально-технічну основу туристичної діяльності різних областей [40]. І. Школа трактує її як сукупність штучно створених рекреаційних закладів і супутніх об'єктів, що створені для загального користування за рахунок державного інвестування [95]. М. Біржаков і В. Нікіфоров розглядають різновиди перевезень туристів та перевезення у складі туристичного продукту різних рівнів [6], П. Яновський – питання у використанні транспортних засобів з метою туризму [120]. У працях В. Гудкова, Л. Миротина, А. Вельможіана, С. Ширяєва [69] аналізується стан пасажирських автомобільних перевезень.



На необхідність створення нових засад діяльності транспорту в туристичній галузі, поліпшення конкурентних переваг туристичної галузі загалом, так і транспортної туристичної інфраструктури зокрема впливає на розвиток потенціалу туристичної галузі України [115, с.77].

Ринкові умови, розвиток потенціалу туристичної галузі в Україні впливають на конкурентоздатність різних видів транспортних засобів та ускладнює їх функціонування й утримання стабільних позицій на транспортному ринку. Вибір ефективного способу переміщення (виду транспорту) має здійснюватись з урахуванням розвитку та вимог ринку транспорту, а також умов якісного обслуговування туристів [120].

Відсутність чіткого регулювання та чіткої стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі України, неефективне використання потенціалу туристичної галузі призводить до значних проблем. Однією з проблем, яка стає на заваді та негативно впливає на розвиток потенціалу туристичної галузі, є недостатньо розвинений транспортний комплекс України, а також система якості обслуговування туристів, тому важливим є поліпшення якісних послуг транспортного комплексу для туристів [115, с.77].

Для задоволення потреб туристів транспортний комплекс України надає послуги із залізничних, автомобільних, авіаційних, морських та річкових перевезень.

Територією України проходять ділянки таких міжнародних транспортних коридорів: критський коридор № 3 (Берлін – Дрезден – Вроцлав – Львів – Київ); критський коридор № 5 (Трієст – Любляна – Будапешт (Братислава) – Львів – Рівне – Сарни – Мінськ); критський коридор № 7 (Дунайський (водний)); критський коридор № 9 (Гельсінкі – Санкт–Петербург – Мінськ (Москва) – Київ – Кишинів (Одеса) – Димитровград – Александрополіс); Балтійське море – Чорне море (Гданськ – Варшава – Ковель – Одеса); Європа – Азія (Франкфурт – Краків – Львів – Дніпро – Алма–Ата (продовження коридорів № 3 і 5)); ЧЕС (Анкара – Єреван – Тбілісі (Баку) – Ростов–на–Дону – Донецьк – Одеса (Кишинів) – Бухарест (Тирана) – Димитровград (Афіни) – Стамбул);

Євроазіатський (Одеса – Тбілісі (Єреван) – Баку – Ашгабат); Північ – Південь (Харків – Полтава – Кіровоград – Одеса) [70; 115, с.77].

Транспортна інфраструктура України має відповідати міжнародним вимогам, перевезення мають здійснюватись якісно та відповідати вимогам туристів, а саме: швидко, безпечно, надійно, комфортно [115, с.77] (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

## Довжина шляхів сполучення (тис. км) [87; 90]

Рік	Експлуатаційна довжина залізничних колій <sup>1</sup>	Експлуатаційна довжина судноплавних шляхів	Довжина автомобільних доріг (у тому числі із твердим покриттям) <sup>2</sup>
2011	21704,5	2210,6	169537,4
2012	21604,9	2120,7	169767,3
2013	21604,9	2120,7	169648,5
2014 <sup>3</sup>	20948,1	1613,1	163027,6
2015 <sup>3</sup>	20954,2	1562,6	163024,2
2016 <sup>3</sup>	20951,8	1569,4	163033,0
2017 <sup>3</sup>	19800,8	2165,3	163133,0
2018 <sup>3</sup>	19800,8	1983,2	161931,0
2019 <sup>3</sup>	19800,8	1983,2	161931,0

<sup>1</sup> За даними ПАТ "Укрзалізниця" [90].

<sup>2</sup> За даними Державного агентства автомобільних доріг України (Укравтодор) [87]

<sup>3</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Примітка: складено автором за даними Державної служби статистики України

Саме транспортні перевезення є важливою частиною туристичного потоку іноземних громадян в Україну. Завдяки залученню інвестицій (національних і закордонних) для відновлення, розбудови та поліпшення туристичної інфраструктури України та її областей за напрямками транспортних національних мереж можливе вирішення більшості проблем у формуванні та розвитку потенціалу туристичної галузі [115, с.78].

На території України діють шість основних залізничних мереж, об'єднаних державним департаментом «Укрзалізниця»: Південно–Західна (управління в Києві), Донецька (Донецьк), Придніпровська (Дніпро), Південна (Харків), Львівська (Львів), Одеська (Одеса). Україна є транзитним транспортним мостом, що поєднує країни Європи, Азії та Америки. Найбільша мережа залізничних магістралей характерна для Придніпров'я, правобережного

лісостепу та західних територій України. Серед внутрішньодержавних залізниць найбільше значення мають лінії Київ – Харків, Київ – Львів, Київ – Одеса, Харків – Севастополь [89].

Туристи, які подорожують на відстані від 500 до 1000 км. переважно обирають залізничний транспорт. У першу чергу це напрямок до країн, з якими активно ведеться туристичний обмін, а саме: Росія, Білорусь, Балтійські країни, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія, Сербія, Болгарія, Молдова [115, с.78]. Для подорожей у країни Східної Європи залізничним транспортом перешкоджають різні завширшки залізничні колії в Україні та європейських країнах. На спеціально обладнаних станціях і пунктах перестановки вагонів на євроколію здійснюється перестановка вагонів, але це подовжує час перебування в дорозі, що стає головною причиною обмеження використання залізничного транспорту в туристичній галузі [90].

Прихильники залізничного туризму віддають перевагу таким видам туристичних послуг: 9 % респондентів цікавить пригодницький вид туризму, 12 % бажають відпочивати під час подорожі, 18 % бажають подорожувати з пізнавальною метою, 10 % респондентів мають інтерес до знайомства з релігійними установами, 9 % подорожують з лікувально-оздоровчою метою і 18 % респондентів цікавить відпочинок біля моря або річок (пляжний туризм) [111, с.329].

У процесі дослідження ринку туристичних послуг із перевезення туристів залізничним транспортом було виявлено, що: існує скорочений попит на туристичні послуги, рівень якого можна підвищити за рахунок виявлених резервів і впровадження інновацій, перебудови бізнес-процесів; існує нереалізований попит на перевезення туристів залізничним транспортом, рівень реалізації якого можна було підвищити в минулому часовому періоді; існував нереалізований сукупний попит у минулому часовому періоді на перевезення туристів залізничним транспортом (у тому числі на супутні товари та послуги); існує нерегулярний попит із перевезення туристів залізничним транспортом, який змінюється залежно від пори року; є потреба здійснювати реінжиніринг

бізнес-процесів для кращого розвитку залізничного туризму в Україні та підвищення рівня задоволення споживачів, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств тощо [111, с.330].

Морська інфраструктура України є частиною морської інфраструктури Азовсько-Чорноморського басейну, який оточують шість держав. Морська інфраструктура причорноморських держав є частиною міжнародних транспортних коридорів в Азовсько-Чорноморському і Чорноморсько-Каспійському регіонах, тому її розвиток не може здійснюватись без інтеграції в систему міжнародних транспортних коридорів [30].

Україна входить до Паневропейського транспортного коридору № 7 (водного), країнами учасницями є: Австрія, Угорщина, Югославія, Болгарія, Румунія, Молдова, Україна. У Чорноморському та Азовському басейнах, а також дельті Дунаю працюють 13 морських портів [30].

Україну та країни Чорноморського регіону з'єднують розвинуті морські лінії та паромні переправи, а саме: Іллічівськ-Варна, Іллічівськ-Поті, Одеса-Хайфа. Економічні зв'язки України з іншими країнами підтримуються та розвиваються завдяки переправам Дунаєм, завдяки виходу України до Північного моря через канал Дунай-Майн-Рейн. Саме ці можливості Україна має використати для розвитку річкового круїзного туризму в Україні [115, с.78].

Основну роль у перевезеннях пасажирів відіграє Дніпровський басейн. По Дніпру та його найбільших притоках – Прип'яті та Десні – здійснюється понад 90 % усіх перевезень річкового транспорту в країні. Найбільші порти на Дніпрі – Київ, Дніпро і Запоріжжя [90].

Річковий транспорт України, на жаль, не тільки не розвивається, мало використовується та посідає останнє місце в пасажироперевезеннях країни, але й занепадає.

Головними та найбільшими річковими портами України є Київ, Кременчук, Дніпро, Запоріжжя, Нікополь, Херсон, Ізмаїл, Рені, але тільки дві

області країни (Одеська та Київська) здійснюють міжнародні річкові пасажироперевезення [115, с.78].

Проведений аналіз свідчить, що в Україні до недоліків водного виду транспорту необхідно віднести застарілу матеріально-технічну базу, значний ступінь фізичного та морального зносу суден. Це стримує розвиток цих видів транспорту [115, с.78].

Національна мережа автомобільних доріг загального користування становить 163 033 км. Укрзалізниця є однією з великих залізничних мереж у Європі та сягає близько 20951,8 км, з яких 9 926,4 км (47,4 %) електрифіковані. Найбільшу довжину автодоріг мають Харківська (9571 км), Вінницька (9523 км), Дніпропетровська (9187), Полтавська (8852), Київська (8530 км) та Житомирська (8522 км) області. Найменшу – Чернівецька (2874 км), Закарпатська (3330 км) та Івано–Франківська (4189 км). Найвищою щільністю автодоріг вирізняються Дніпропетровська, Львівська, Івано-Франківська, Київська області [86].

На жаль, мережа автомобільних доріг не відповідає європейським стандартам з багатьох критеріїв, а саме: швидкості пересування, наявності комплексних пунктів сервісного обслуговування, технічної та медичної допомоги, оснащеності телекомунікаційними засобами [25; 115, с.78–79].

В Україні авіаперевезення пасажирів здійснюють транспортні засоби Державної національної авіакомпанії «Авіалінії України», а також низка інших авіакомпаній – «Аеросвіт», «Міжнародні Авіалінії України», «Українсько-середземноморські авіалінії», «Авіаційна компанія «Роза Вітрів», «Авіалінії Візз Ейр Україна», «Київські авіалінії» [35].

Наявна диференційована мережа прямих і транзитних авіаційних сполучень. Авіаційний транзит через Україну забезпечується, переважно, вузловим аеропортом «Бориспіль»[35].

Розвиток транспортної інфраструктури туристичної галузі має стати активним і ефективним засобом вдосконалення туристичної галузі областей країни для формування економічного зростання країни.

Аналіз показав, що в Україні є великий потенціал як у важливого транспортного зв'язку між сходом та заходом. Економічне зростання також очікується з встановленням більш тісних зв'язків з Європою. Спрощення візового режиму та вхід до відкритих повітряних просторів стимулює конкуренцію між авіалініями та зниження вартості подорожі, а також створює більший попит на повітряні перевезення [79; 115, с.79].

Експерти впевнені, що у внутрішнього туризму є перспективи – багато хто боїться або не може дозволити собі відпочинок за кордоном, готові переорієнтуватись на вітчизняні курорти. Цілком можливо, що саме так воно і буде [17].

Всі види транспорту (табл. 3.8) та усі ланки транспортного процесу в їх взаємодії на національному, міжнародному, міжконтинентальному та глобальному рівнях складають світову транспортну інфраструктуру.

Таблиця 3.8

Кількість перевезених пасажирів за видами транспорту  
за 2013–2019 рр. [62; 89; 115, с.79]

Вид транспорту	2011р.	2012р.	2013р.	2014р. <sup>1</sup>	2015р. <sup>1</sup>	2016р. <sup>1</sup>	2017р. <sup>1</sup>	2018р. <sup>1</sup>	2019р. <sup>1</sup>
Залізничний <sup>2,3</sup> (млн.)	427	429	425	389	389	389	165	157	155
Морський (млн.)	7	6	7	0	0	0	0	0	0
Річковий (млн.)	2	2	6	5	5	4	5	5	1
Автомобільний (автобуси) <sup>2</sup> (млн.)	3726	3450	3343,7	2913,3	2250,3	2024,9	2019	1906,9	1805
Авіаційний <sup>4</sup> (млн.)	6	8	8	6	6	8	10	12	14

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

<sup>2</sup> За оперативними даними ПАТ «Укрзалізниця».

<sup>3</sup> З урахуванням перевезень міською електричкою.

<sup>4</sup> За оперативними даними Міністерства інфраструктури України

За статистичними даними основні економічні показники українських авіаційних підприємств у 2019 році значно зросли, кількість перевезених пасажирів збільшилась у 2019 році порівняно з 2018 роком майже на 14 %. Пасажиропотоки через аеропорти України зросли на 14, % та становили 14 млн. чоловік [50].

Український ринок пасажирських авіап перевезень за період 2016–2019 рр. демонстрував високі темпи зростання. У 2016 році відбувалось відновлення ринку після спаду, що мав місце у 2014–2015 роках. Якщо за підсумками 2016 року обсяги пасажирських перевезень вітчизняних авіакомпаній перевищили показник «до кризового» 2013 року на 2,1 відсотка, то за 2018 рік – вже на 30,1 відсотка [115, с.79].

За статистичними даними у 2019 році авіакомпанії «Міжнародні авіалінії України», такими як «Роза вітрів», «Азур Ейр Україна», «Атласджет Україна» та «Браво» здійснили близько 93 % загальних обсягів пасажирських перевезень [62; 89; 115, с.79].

Високі темпи приросту пасажиропотоків зафіксовано у провідних аеропортах: «Київ (Жуляни)» (64,2 %), «Львів» (46,3 %), «Харків» (34,7 %), «Запоріжжя» (26,5 %), «Одеса» (18,8 %), а також в регіональних аеропортах, зокрема «Кривий Ріг» (в 3,7 раза), «Чернівці» (в 3,5 раза), «Вінниця» (78,6 %) та «Херсон» (64,7 %). Серед провідних аеропортів лише в аеропорту «Дніпропетровськ» мало місце скорочення пасажиропотоку (на 2,8 %) [50].

У 2019 р. усіма видами транспортних перевезень виконано пасажирооборот обсягом 107,2 млрд.пас.км, що становить 2,9 % від обсягу 2018 р. Послугами пасажирського транспорту скористалися 4262 млн. пасажирів, або на 3 % більше від обсягу 2018 р. (рис.3.11.). [50].

Негативно на розвиток потенціалу туристичної галузі та транспортну інфраструктуру впливає війна та системна економічна криза в Україні. Так, російська окупація Криму ускладнює практично будь-які подорожі до півострова [107].

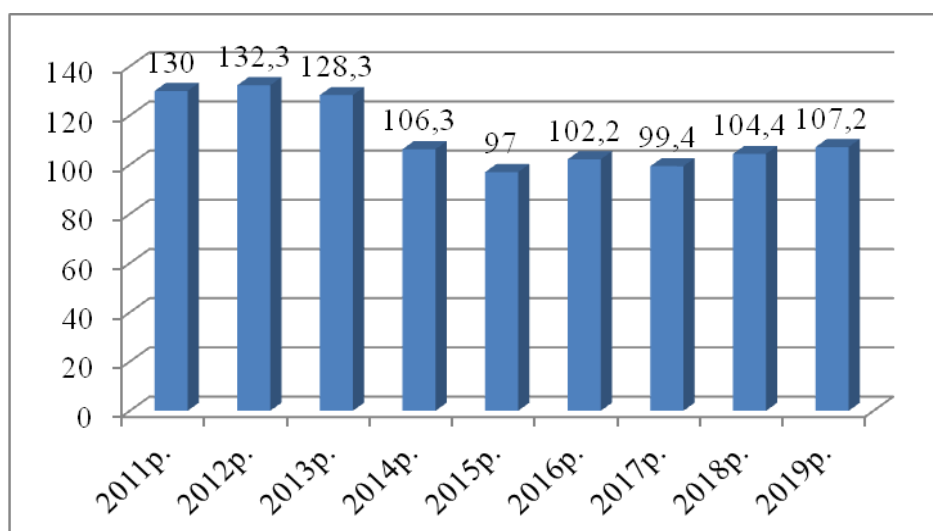


Рис. 3.11. Динаміка пасажирообігу всіх видів транспорту України за 2011-2019 рр.

Державна авіаційна служба України цілком слушно та законно заборонила польоти до Криму. Крім того, заборона транзиту українським авіакомпаніям через повітряний простір РФ значно збільшує витрати авіаперевізників на паливо та розтягує час перебування у рейсі. Усе це жодним чином не сприяє розвитку потенціалу вітчизняної транспортної інфраструктури в туристичній галузі [115, с.80].

Також основними проблемами транспортних перевезень туристів України є низька конкурентоспроможність; неврегульованість питання щодо джерел фінансування; відсутність відповідного законодавства щодо залучення іноземних і вітчизняних приватних інвесторів; недосконалістю нормативно-правового забезпечення транспортного комплексу; недосконалість процесу сертифікації.

Дослідження засвідчує, що можливі три напрямки удосконалення у галузі організації транспортних послуг туристів: розширити та застосовувати асортимент якісних послуг до потреб туристів; активне формування попиту на послуги транспорту з метою прибуткової реалізації новітніх видів; забезпечення в системі організації подорожі взаємодію різних видів транспорту [115, с.80].



Синергетичного ефекту в системі транспортної інфраструктури туристичної галузі можна досягти лише при координації та узгодженості розкладів всієї транспортної інфраструктури, а також при дотриманні інтегрованих міжнародних стандартів резервування місць й простоті пересадок. Реалізації цих вимог сприяє підвищенню якості послуг, залученню іноземних інвестицій [113].

У наш час готельно-ресторанний бізнес в Україні ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. Проаналізувавши діяльність готельно-ресторанного бізнесу в Україні, можна виділити основні проблеми: недостатня розвиненість ресторанів з українською кухнею, швидке будівництво закладів готельно-ресторанного бізнесу до великих подій, що не враховує розвиток інфраструктури міст, транспортної мережі, використання перепроданих закладів зі старими технологіями та застарілим обладнанням, споживання екологічно небезпечної сировини, порушення вимог дотримання технології процесів виробництва страв, неефективна підготовка фахівців цієї сфери, завищена вартість послуг [42].

Проведений аналіз динаміки кількості готелів в областях України та світі, а також тенденції зміни готельного фонду дозволяє зробити висновок, що економічна галузь є перспективною сферою капіталовкладень, оскільки розвивається достатньо швидкими темпами, зумовлює рівень зайнятості у відповідних областях, створює матеріальну базу для розвитку потенціалу туристичної галузі [102, с.153–154].

Проаналізувавши стан готельно-ресторанного бізнесу областей України, можна зробити висновок, що ця сфера у перспективі повинна зростати за рахунок поліпшення якості послуг, які пропонуються та оригінальності. Закладам середнього та малого бізнесу необхідно створювати мережі з високим рівнем обслуговування, що сприятимуть конкурентоспроможності на ринку. Також необхідна підтримка держави (на різних рівнях управління) та залучення іноземних та українських інвестицій. Запропоновані заходи можуть сприяти розвитку готельно-ресторанного бізнесу в областях України.

Наше дослідження виявило, що Україна має великий транспортний потенціал, який може сприяти розвитку транспортної мережі, прискоренню інтеграції України в міжнародний економічний простір, а також збільшити потоки в'їзного туризму [115, с.80–81]. Проте наявні суттєві проблеми у транспортній інфраструктурі областей України, а саме: несучасність, занедбаність, невідповідність вимогам якості послуг. Ці значні проблеми у стані транспортної інфраструктури вимагають негайного їх вирішення шляхом великих інвестицій та правильно прийнятих управлінських рішень.

Для розвитку потенціалу туристичної галузі та транспортної інфраструктури в областях України необхідно вирішити такі основні завдання: впровадити ефективні механізми фінансово-економічного регулювання розвитку туристичної галузі; визначити шляхи, форми та методи стимулювання розвитку всієї інфраструктури туристичної галузі; створити, з урахуванням соціально-економічних інтересів держави, ефективну модель інвестиційної політики туристичної галузі областей; удосконалити організаційні структури управління туристичною галуззю; забезпечити раціональне використання та відновлення природного та історико-культурного середовища; прийняти екологічні регламенти та затвердити допустимі норми освоєння туристичних ресурсів, розробити механізми їх дій та запровадити в практику управління [102 – 104].

Для покращення позиції областей України на вітчизняному та світовому ринках у туристичній галузі необхідно створити сучасну транспортну інфраструктуру, яка відповідатимуть міжнародним стандартам і вимогам людини, яка здійснює туристичну подорож (швидкі мережі, поліпшення якості обслуговування тощо).

### **3.3. Оцінка потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей**

Розвиток туристичної галузі здатен внести значний вклад в економіку областей та країни в цілому. За даними ЮНВТО, розвиток туристичної галузі активізує діяльність 32 економічних галузей, а завдяки мультиплікативному ефекту віддача від туристичної галузі в кілька разів перевищує витрати на нього. При цьому однією з основних тенденцій сучасного світового туристичного ринку є прагнення до дотримання принципів збалансованого розвитку [40].

Це обумовлено як загальним прагненням до досягнення збалансованого стану економічної, соціальної та екологічної підсистем, так і виникненням проблем, пов'язаних з недотриманням принципів збалансованого розвитку потенціалу безпосередньо в туристичній галузі країни та її областей.

Проаналізуємо соціальну підсистему Дніпропетровської та Запорізької областей для виявлення збалансованості та впливу показників на розвиток потенціалу туристичної галузі в областях країни, а саме динаміку рівня ринку праці України, Дніпропетровської та Запорізької областей (рис. 3.12-3.15).

Згідно з результатами вибіркового обстеження Держкомстату падіння рівня зайнятості, підвищення рівня безробіття ілюструє динаміка чисельності штатних працівників – у 2019 році менше на 23 % ніж у докризовому 2013 р. в Україні та на 17 % - у Дніпропетровській та Запорізькій областях. Слід також відмітити у 2019 році на ринку праці стабілізацію порівняно з 2018 роком.

Середньомісячна заробітна плата з розрахунку на одного штатного працівника України за 2019 рік по відношенню до 2018 року зросла на 15 % по Україні, на 17 % - в Дніпропетровській та Запорізькій областях (рис. 3.15 ).

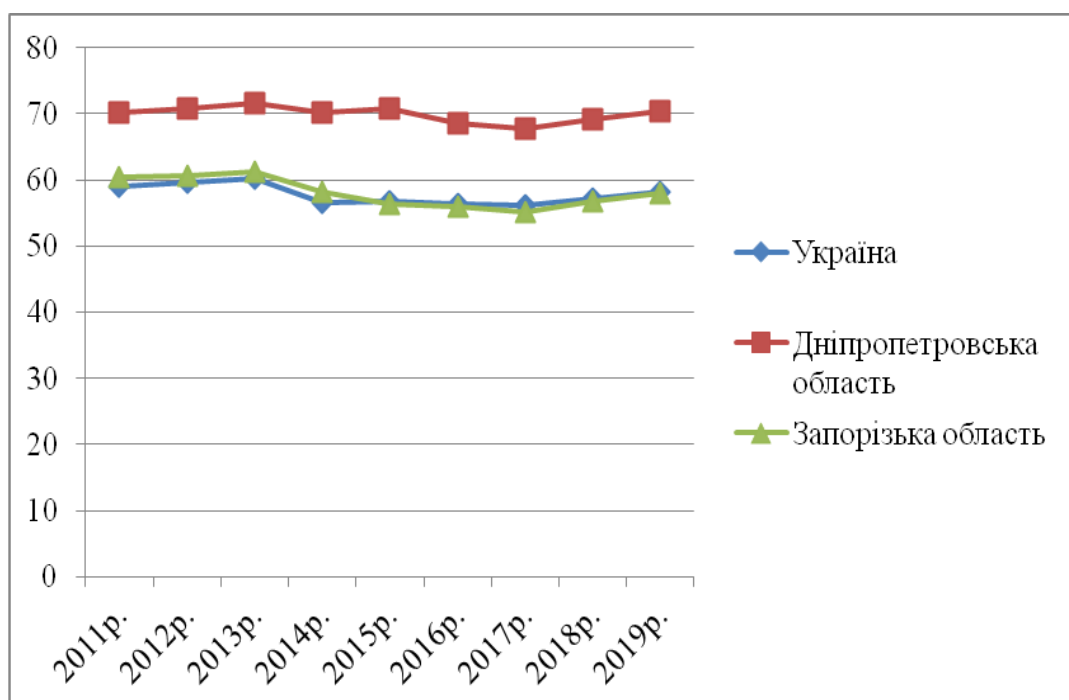


Рис. 3.12. Динаміка рівня зайнятості у Дніпропетровській, Запорізькій областях та України за 2011-2019рр.

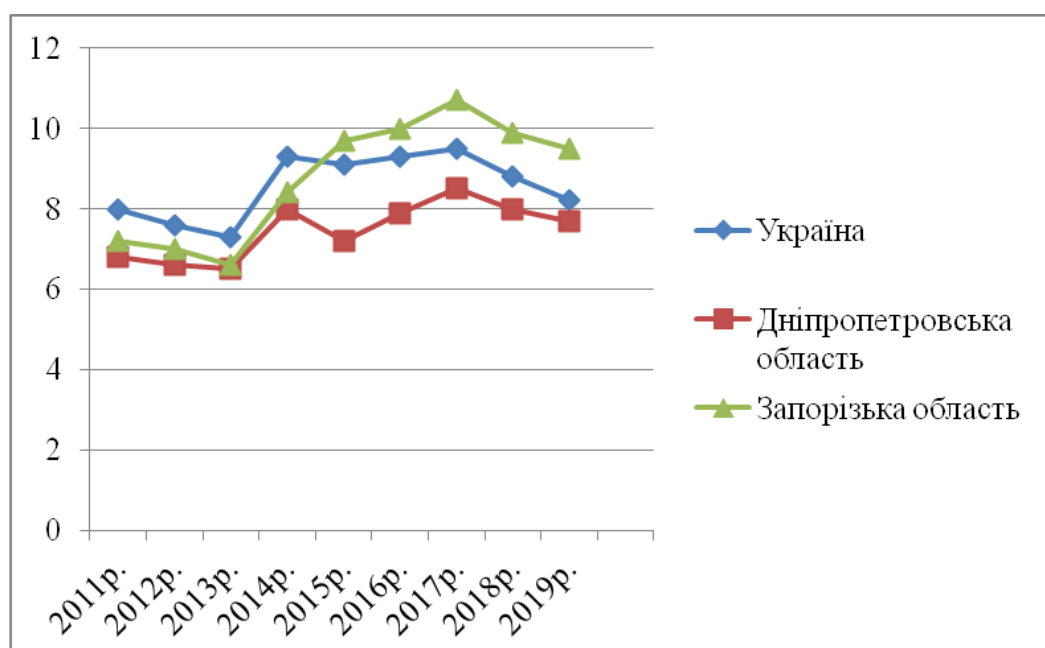


Рис. 3.13. Динаміка рівня безробіття у Дніпропетровській, Запорізькій областях та України за 2011-2019рр.

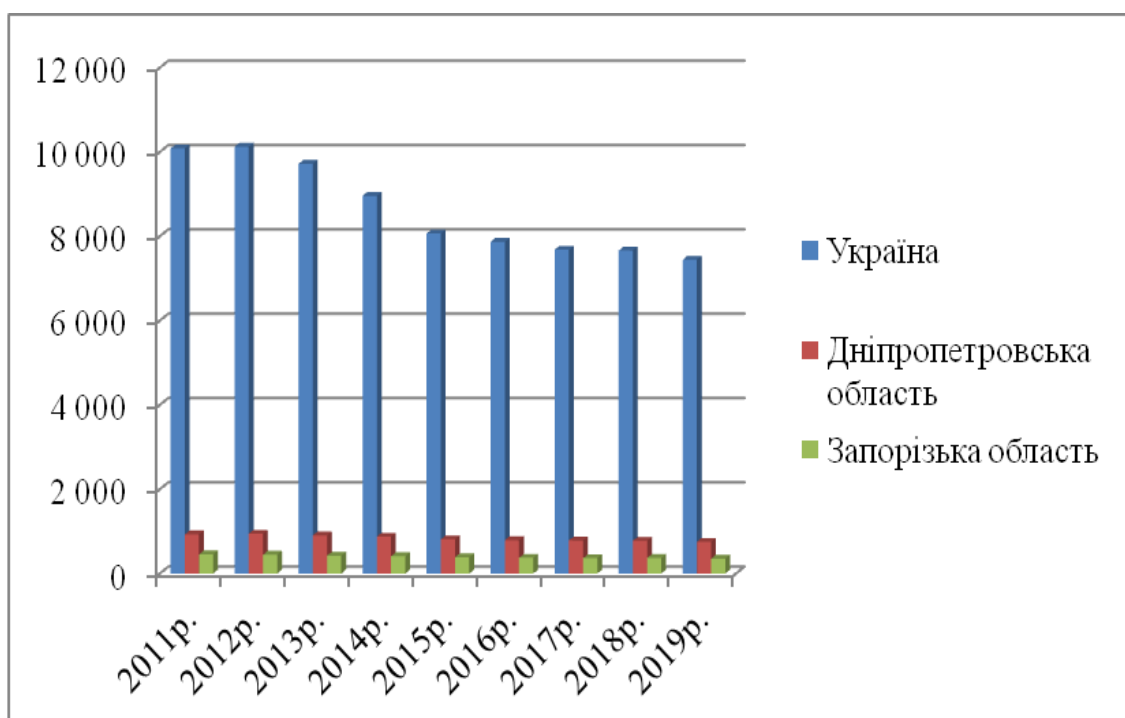


Рис. 3.14. Динаміка середньооблікової кількості штатних працівників, тис. осіб у Дніпропетровській, Запорізькій областях та України за 2011-2019рр.

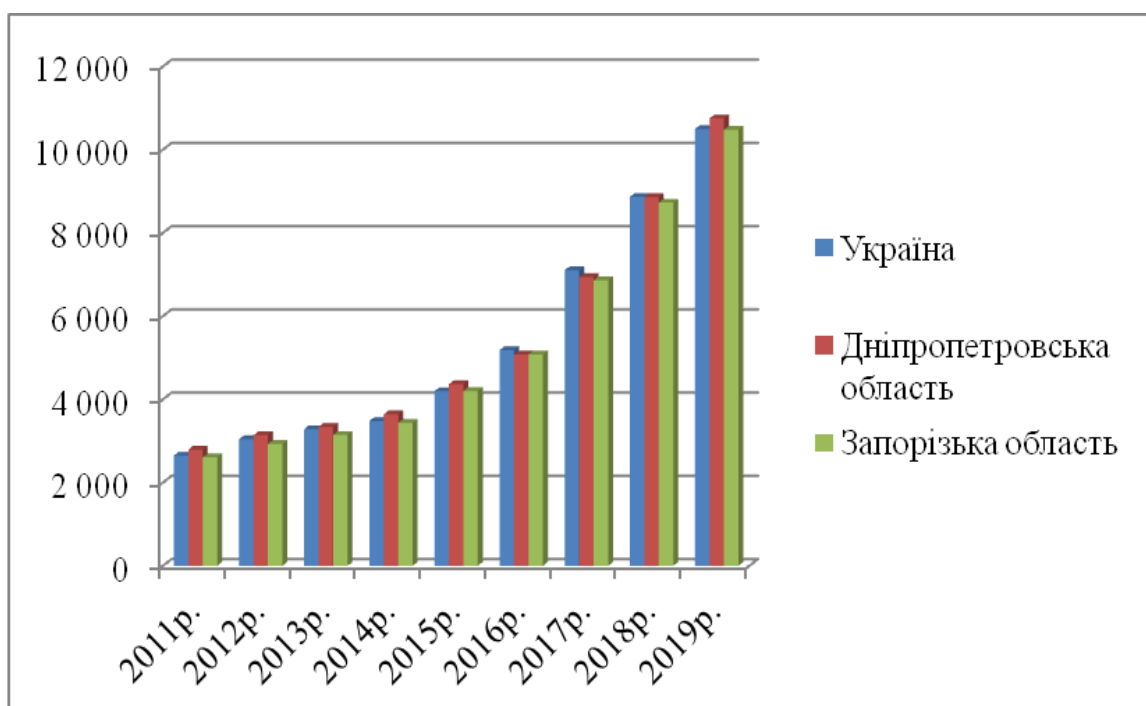


Рис. 3.15. Динаміка рівня середньомісячної заробітної плати, грн. у Дніпропетровській, Запорізькій областях та України за 2011-2019рр.

Туристичну галузь можна вважати своєрідним індикатором соціальної підсистеми розвитку України, оскільки населення спроможне витратити частину своїх доходів на відпочинок тільки в тому випадку, коли основні життєві потреби будуть задоволені. Оскільки витрати на туристичні подорожі не розглядаються як важливо необхідні для життєдіяльності людини, зростання туристичної активності населення має пряму кореляцію з підвищенням його розвитку соціальної підсистеми, тобто збільшенням валового регіонального продукту, доходів і заробітної плати, зменшення рівня безробіття.

Ще однією підсистемою збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей України є екологічна. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі спрямований на використання природних ресурсів і природних об'єктів та залежить від якості навколишнього природного середовища.

Проведемо аналіз капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища за видами природоохоронних заходів у Дніпропетровській та Запорізькій областях (табл. 3.9).

В процесі аналізу виявлено, що інвестиції на охорону навколишнього природного середовища власними коштами підприємств, організацій у 2019 р. у порівнянні з 2011 роком зросли у двічі. Частка таких інвестицій від загального обсягу коливалася в межах від 29,1 до 77,7 %. Це не повною мірою сприяє формуванню ресурсної бази модернізації, реконструкції та технічного переоснащення об'єктів природоохоронної інфраструктури й може призвести до незворотних негативних впливів на довкілля.

За даними Держкомстату України, щороку зростають поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища по Україні за рахунок власних коштів підприємств, організацій, установ. Частка таких витрат від загального обсягу поточних природоохоронних витрат за всі досліджувані роки понад 93 % (табл. 3.10).

Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища  
за видами природоохоронних заходів за 2011-2019 рр., тис.грн.

Рік	Усього	У тому числі на					
		охорону атмосфер- ного повітря і проблеми зміни клімату	очищення зворотних вод	поводження з відходами	захист і реабілітацію грунту, підземних і поверхневих вод	збереження біорізно- маніття і середовища існування	інші напрямки природо- охоронної діяльності
Дніпропетровська область							
2011	1509753,8	223425,6	89669,5	879701,8	313024,4	530,0	3402,5
2012	986625,0	301536,1	115603,9	339388,5	228725,5	169,8	1201,2
2013	1000759,8	362791,2	115937,0	331934,4	187858,5	1235,5	1003,2
2014	1505222,2	798643,0	120847,7	399615,9	183949,3	1764,7	401,6
2015	1417943,2	689676,7	65544,3	435796,1	222909,1	3801,5	215,5
2016	1662257,0	937673,2	91790,7	432028,1	198829,5	195,9	1739,6
2017	2628764,6	1011274,6	84100,1	713957,3	815096,4	2049,0	2287,2
2018	2454713,2	869778,6	154469,2	507551,9	918966,9	-	3946,6
2019	2564144,0	619459,3	144368,2	676876,2	1120884,4	-	2555,9
Запорізька область							
2011	415639,1	278422,4	49416,3	42948,9	42542,0	1796,7	512,8
2012	453337,9	255431,3	84074,5	49804,0	54685,3	3221,7	6121,1
2013	322908,7	192584,6	59509,9	37065,7	27076,6	1307,1	5364,8
2014	881268,6	184538,0	654889,1	10333,3	30187,5	588,3	732,4
2015	591509,0	368273,5	107746,4	69097,7	43104,2	2639,3	647,9
2016	1062753,0	860964,9	101559,4	62554,3	35633,3	951,8	1089,3
2017	817114,6	439913,1	79373,7	64605,8	219139,4	3398,9	10683,7
2018	1065343,5	508454,3	226229,9	64184,6	254991,2	9798,8	1684,7
2019	1083530,8	733940,0	132222,1	47909,8	144355,5	12663,4	12440,0

Найбільш яскраво проблеми та впливу туризму на екологію проявилися з розвитком масового туризму: екологічним лихом стало забруднення природних парків, заповідників, перевищення допустимого антропогенного навантаження на рекреаційні території і, як наслідок, порушення їх екологічної рівноваги і погіршення естетичних якостей. Серед негативних соціокультурних наслідків можна відзначити значне збільшення щільності населення в популярних місцях відпочинку, втрату культурної самобутності через повсюдної комерціалізації, напружені відносини між місцевими жителями і туристами [46, с. 211].

Поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища  
за видами природоохоронних заходів за 2011–2019 рр., тис.грн.

	Усього	У тому числі на					
		охорону атмосферного повітря і проблеми зміни клімату	очищення зворотних вод	поводження з відходами	захист і реабілітацію ґрунту, підземних і поверхневих вод	збереження біорізноманіття і середовища існування	інші напрямки природоохоронної діяльності
Дніпропетровська область							
2011	3188820,5	394317,4	968113,3	1692075,0	62490,7	21749,6	500745
2012	4118797,4	330707,6	989910,9	2548420,0	198318,1	11884,3	39556,5
2013	3988734,6	333899,7	876328,2	2318991,3	397305,8	31553,1	30656,5
2014	5069870,6	266430,6	1035955,4	3182957,9	506823,4	42104,0	35599,3
2015	5494249,4	311166,0	1220387,6	3345122,5	566341,3	12695,2	38536,8
2016	5481696,9	329622,1	1349637,3	3200828,6	532703,9	21455,5	47449,5
2017	5533501,6	411276,8	1404608,4	3320681,9	308148,3	34443,2	54343,0
2018	7023517,9	572760,9	1526273,0	4445786,1	399516,7	14703,2	64478,0
2019	8314305,8	702144,3	1857091,1	5212912,9	426978,8	25214,6	89964,1
Запорізька область							
2011	958423,0	249281,8	353731,2	150639,5	184171,0	5300,5	15299,0
2012	1173415,3	267364,5	488411,4	168491,5	222209,7	5916,1	21022,1
2013	1212550,9	322663,1	481006,4	166410,1	215721,8	8722,4	18027,1
2014	1274687,1	348172,4	502600,9	191664,0	207977,8	5688,3	18583,7
2015	1587096,5	445817,2	577581,7	229287,9	309008,1	6276,9	19124,7
2016	1849575,8	618505,2	644116,6	258758,3	301957,3	6053,0	20185,4
2017	2002980,7	658767,8	680705,7	322503,7	302680,1	9399,3	28924,1
2018	2496107,2	797532,7	917411,5	367066,8	369479,3	11963,1	32653,8
2019	2879570,7	826170,5	961253,0	435265,0	596763,9	20626,7	39491,6

У багатьох курортних зонах необхідною умовою стає скорочення в'їзного турпотоку до рівня, порівнянного з дозволеною антропогенним навантаженням в даній місцевості, що позбавляє турфірми, готелі, ресторани, розважальні об'єкти додаткового прибутку, одержуваного за рахунок великої кількості туристів. У зв'язку з цим особливої актуальності представляє еколого-просвітницька діяльність, донесення до учасників турбізнесу і до самих туристів розуміння не тільки цінності використовуваних ними потенціалу природно-рекреаційних і культурно-історичних ресурсів, а й обмеженості терміну їх використання при відсутності обліку екологічних і соціальних



аспектів. Чималу роль відіграють і адміністративні рішення державної і місцевої влади.

Все більша кількість іноземних туристів готові платити за тишу, спокій, чистоту навколишнього середовища, відсутність великої кількості відпочиваючих навколо себе – тобто за все те, чого їм не вистачає в місці постійного перебування. Така тенденція викликана погіршенням екологічної обстановки, нестачею в багатьох країнах незайманих господарською діяльністю природних зон, перенаселеністю окремих міст і країн [15, с. 13].

Таким чином, втрати від зниження кількості іноземних туристів можуть бути повністю або частково компенсовані цінами, скоригованими скороченням пропозиції на ринку туристичної галузі і підвищенням якості пропонованих туристичних послуг. Є пропозиції і щодо вирішення інших проблем. Для розробки економічних інструментів по формуванню збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни необхідно звернути увагу на інвестиційні, кредитні, податково-бюджетні та організаційно-структурні аспекти. На думку автора, залучення довгострокових іноземних інвестицій дозволить зменшити вартість позик, диверсифікувати джерела фінансування і вдосконалити підходи до здійснення бізнес-процесів на основі змішання їх національних особливостей, знизити корупцію в прийнятті управлінських рішень, підвищити конкурентоспроможність туристичної галузі. Серед фіскальних стимулів інвестування пропонуються знижені податкові ставки, що сплачуються за спрощеною системою оподаткування, податкові пільги для окремих видів туризму, ефективно функціонують особливі економічні зони туристично-рекреаційного типу, організація яких буде заснована на аналізі зарубіжного досвіду, орієнтації на іноземних туристів, достатньої спеціалізації і сегментації даних утворень.

Дніпропетровська та Запорізька області є одними із головних центрів розвитку економічного, виробничо-технологічного й інтелектуального потенціалу України. Вони мають давню історію і багату культурну спадщину [105, с.130].

Сформований на сьогодні результативний імідж областей розглядається як цінний ресурс для подальшого всебічного розвитку потенціалу у туристичній галузі. Цей ресурс складається з багатьох елементів, які у гармонійному поєднанні є тими конкурентними перевагами, що дозволяють областям обійняти провідні позиції серед інших областей України в економічному розвитку та залученні інвестицій [105, с.131].

Дніпропетровська та Запорізька області мають вигідне економіко-географічне розташування, достатньо розвинену транспортну інфраструктуру, сприятливі природні та кліматичні умови, значний природно-ресурсний потенціал. Дніпропетровська область є найбільшою в Україні за природно-ресурсним потенціалом, де необхідно розвивати сучасні види туристичної діяльності. Дніпропетровська та Запорізька області мають джерела мінеральної води і лікувальні грязі для здійснення різних видів туристичної діяльності, яка розташована у південно-східній частині України (Додаток У).

На Дніпропетровщині знаходяться хвойні ліси, повітря яких позитивно впливає на здоров'я людей, які мають проблеми з дихальною системою. Більша частина баз відпочинку та дитячих оздоровчих таборів розташовані у Дніпрово-Орільському заповіднику, Самарському борі, Дібровському лісі та заплавах Орелі і Самари.

У Дніпропетровській області наявні туристично-рекреаційні ресурси, які використовуються чи можуть використовуватися для відпочинку, лікування та оздоровлення, які можна поділити на природні (природні умови, об'єкти, явища) та соціально-економічні (культурні об'єкти; пам'ятки архітектури, історії; археологічні стоянки; місця, пов'язані з перебуванням видатних діячів).

На півдні Запорізька область омивається берегами Азовського моря (курорт державного значення Бердянськ, місто Приморськ та селище Кирилівка) та в центрі міста Запоріжжя розташований острів Хортиця [96].

У Запорізькій області функціонує близько 500 оздоровчих закладів, які використовують мінеральні води та лікувальні грязі майже всіх відомих бальнеологічних типів (в лікувальних цілях) та 30 садіб зеленого туризму.

Курортні та рекреаційні території складають майже 15 % площі Запорізької області. Своєрідністю краю є унікальне поєднання природних умов, ландшафтів, різноманітних рекреаційних ресурсів із низкою емоційно потужних пам'яток історії, археології, монументального мистецтва та архітектури. Рекреаційний потенціал Запорізького Приазов'я створює передумови для перспективного розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області [99].

Висвітлення результатів досліджень щодо виробництва, попиту та пропозиції бальнеологічних послуг у Дніпропетровській та Запорізькій областях здійснюється спеціалістами різних галузей в інформаційному просторі відповідно до галузі їх професійної діяльності, зокрема спеціалісти медичної галузі досліджують лікувальні характеристики природних мінеральних вод (як основного ресурсу для виробництва та надання бальнеологічних послуг), визначають їх лікувальний ефект при певних показаннях для лікування певних захворювань; спеціалісти лікувальних бальнеологічних закладів через свої інформаційні портали інформують ринок цільових споживачів про характер бальнеологічних послуг та їх якості, що виробляються ними; геологи, географи досліджують фізико-хімічні характеристики мінеральних вод, їх місцезнаходження, фізичні обсяги родовищ, визначають їх особливості як природного рекреаційного ресурсу; економісти, використовуючи досліджену спеціалістами різних галузей інформацію щодо природних рекреаційних ресурсів, визначають ринкову вартісну цінність цих ресурсів; туристичні оператори та агентства рекламують і просувають на ринок бальнеологічні послуги як правило у комплексі з перевагами супутньої інфраструктури – природи, клімату, матеріально-технічної бази, послуг розваг, історичних та культурних пам'яток, екскурсій тощо [97, с.279–280].

Відзначаючи цінність названих галузевих напрямків досліджень, зауважимо, що на ринку лікувально-оздоровчих послуг (зокрема, бальнеологічних) взаємодіють виробники та споживчі і надання цих послуг можливе за наявності в областях країни природних лікувальних мінеральних

вод, виробничих потужностей лікувально-оздоровчих закладів і закладів інфраструктури. Попит на бальнеологічні послуги громадян із певними патологіями організму не обмежується національним ринком лікувально-оздоровчих послуг, оскільки важливість здоров'я змушує їх звертатись і до пропозицій інших держав. Актуальним є подальше дослідження з позицій ринкових оціночних критеріїв виробництва, реалізації та споживання бальнеологічних послуг.

Це зумовлено тим, що ринок лікувально-оздоровчого туризму регулює попит та пропозиції своїх послуг оцінкою споживчих їх характеристик та економічними умовами (вартістю саме лікувально-оздоровчих послуг, трансферу, харчування, проживання, розваг тощо) [97, с.280]. Важливим показником розвитку потенціалу туристичної галузі в Дніпропетровській та Запорізькій областях може бути обсяг туристичного потоку, що кількісно відображує фактичне перебування туристів у певних областях (табл.3.11) [114, с.263].

У 2019 р. здійснювали туристичну діяльність на території Дніпропетровської області 429 суб'єктів (111 юридичні особи та 318 фізичних осіб-підприємців); а в Запорізькій області 153 суб'єктів (61 юридичні особи та 92 фізичних осіб-підприємців), послугами яких скористались 154 тис. туристів та екскурсантів у Дніпропетровській області та 56,8 тис. в Запорізькій області (рис. 3.12.) [101, с.131; 112, с.263], у той час як у 2018 р. працювало 416 суб'єктів туристичної діяльності в Дніпропетровській області та 188 суб'єктів туристичної діяльності у Запорізькій області, які надали послуги 116,9 тис. туристів та екскурсантів в Дніпропетровській області та 56,4 тис. туристів та екскурсантів у Запорізькій області [83].

З рисунку 3.16. бачимо, що за 2013-2015 рр. кількість туристів значно зменшилась. У 2015 році спостерігається найнижчий рівень відвідування туристами областей, майже в 2 рази менше, ніж у 2013 році, таке зниження туристичного потоку пояснюється загальноекономічним спадом, політичною нестабільністю та бойовими діями на сході країни [105].

Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності у Дніпропетровській та Запорізькій області [83]

	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.
Дніпропетровська область									
Кількість суб'єктів туристичної діяльності <sup>1</sup> , з них:	397	404	487	324	294	322	325	416	429
– кількість туроператорів <sup>2</sup>	27	28	32	21	17	14	12	12	15
– кількість турагентів <sup>1</sup>	362	371	448	296	277	308	313	404	414
– кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність <sup>1</sup>	8	5	7	7	-	-	-	-	-
Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами <sup>1</sup> , з них	64462	38417	81249	56803	46121	57770	75526	116981	154215
– обслугованих туроператорами	9158	8944	10993	5612	5158	3786	5125	7459	9451
– обслугованих турагентами	55304	29473	70256	51191	40963	53984	70401	109522	144764
Запорізька область									
Кількість суб'єктів туристичної діяльності <sup>1</sup> , з них:	166	160	250	231	140	161	160	188	153
– кількість туроператорів <sup>2</sup>	17	14	13	10	7	7	5	4	3
– кількість турагентів <sup>1</sup>	143	141	231	217	124	147	147	174	143
– кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність <sup>1</sup>	6	5	6	4	9	7	8	10	7
Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами <sup>1</sup> , з них	60055	35428	54415	39010	30922	40376	47675	56374	56838
– обслугованих туроператорами	18875	7054	5203	3880	2648	1774	925	795	841
– обслугованих турагентами	41180	28374	49212	35130	28274	38602	46750	55579	55997

<sup>1</sup> У загальній кількості враховані юридичні особи та фізичні особи-підприємці

<sup>2</sup> Юридичні особи

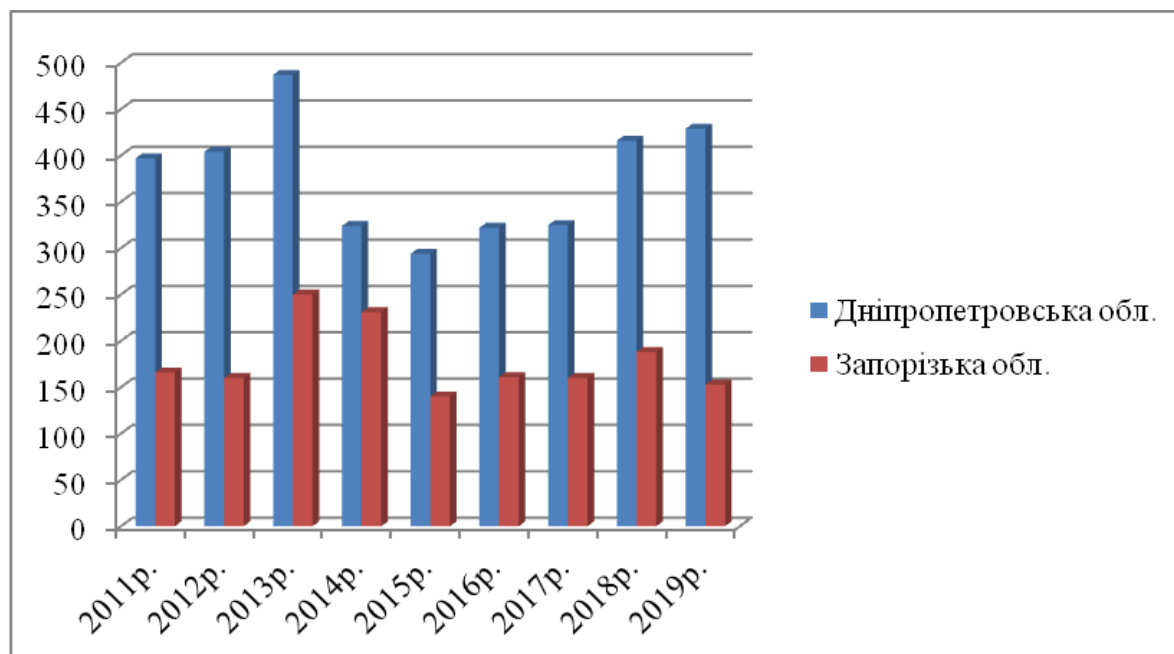


Рис. 3.16. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у Дніпропетровській та Запорізькій області у 2011-2019 рр. [83]

Важливе значення має структура туристичного потоку залежно від виду туристів і мети їх поїздок (табл. 3.12.) [105, с. 131].

Найбільша кількість туристів відвідує Дніпропетровську та Запорізьку області у 2019 році з метою дозвілля та відпочинку – 95 %. Службові, ділові поїздки та поїздки на навчання здійснюють лише 4 % туристів в Дніпропетровській області та 1,2 % туристів в Запорізькій області, а з метою лікування – 1,8 % туристів в Запорізькій області та тільки 1 % у Дніпропетровській області [105, с.131].

Вказані особливості туристичного потоку негативно впливають на розвиток санаторно-курортного напрямку туристичної галузі областей, призводять до деградації і старіння лікувальної інфраструктури [105, с.131].

Іноземні туристи Дніпропетровської та Запорізької областей займають незначну частку туристичного потоку: 3 % у 2011 році та 1,9 % у 2013 році. У 2019 році було зареєстровано 182 іноземного туриста у Запорізькій області та лише 2 у Дніпропетровській області (рис. 3.17.) [105, с.131].

Розподіл туристів, обслужованих туристичними організаціями, за метою поїздки та видами туризму [83]

Рік	Обслуговувано туристів, усього	За метою поїздки						З них діти віком 0–17 років
		службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інші	
Дніпропетровська область								
2011	64462	536	59078	2949	854	301	744	7780
2012	38417	336	36042	1947	14	68	10	3703
2013	81249	841	77618	1744	1044	1	1	10936
2014	56803	172	54989	1399	243	-	-	5128
2015	46121	335	44410	1242	134	-	-	7119
2016	57770	280	56238	1112	136	4	-	9396
2017	75526	361	74031	1047	87	-	-	14581
2018	116981	400	115406	994	165	16	-	20763
2019	154215	6044	146563	1348	242	18	-	28581
Запорізька область								
2011	60055	2105	53357	3949	100	419	125	9806
2012	35428	491	32928	1200	788	-	21	4190
2013	54415	941	52153	1069	239	-	13	7993
2014	39010	440	38266	296	6	-	2	5424
2015	30922	568	30266	88	-	-	-	4079
2016	40376	280	39138	958	-	-	-	7013
2017	47675	297	47295	83	-	-	-	7986
2018	56374	657	54358	1359	-	-	-	7295
2019	56838	439	55421	978	-	-	-	8854

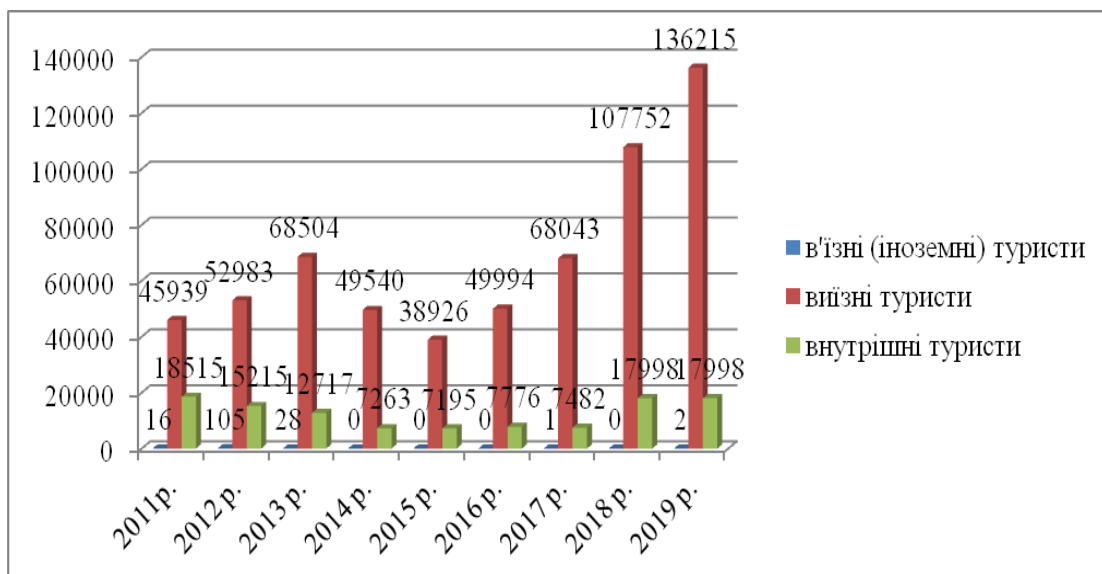


Рис. 3.17. Туристичні потоки Дніпропетровської області 2011-2019 рр., осіб [83; 105, с.131]

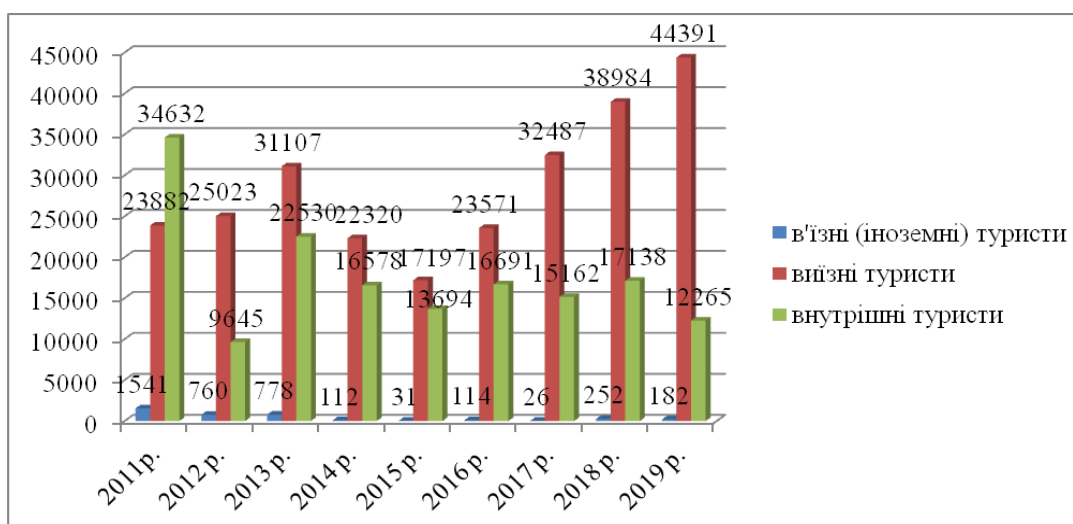


Рис. 3.18. Туристичні потоки Запорізької області 2011–2019 рр., осіб [83; 105, с.131]

Україна втрачає мільйони гривень, створюючи додаткові труднощі для іноземних туристів. Крім того, втрачаються тисячі потенційних робочих місць. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації для обслуговування одного іноземного туриста в середньому необхідно 9 осіб [87].

За 2013–2016 рр. значно зменшилась кількість внутрішніх туристів і екскурсантів: в 4 рази у 2012 році по відношенню до 2011 р., в 2 рази у 2014 р. та в 3 разів у 2015 році, у 2018 році показник трохи покращився [85; 105, с.131].

В областях успішно функціонують туристично-інформаційні центри, які володіють всією інформацією щодо наявного туристичного потенціалу [105, с.131].

У 2017 році мережа санаторно-курортних, туристично-рекреаційних і готельних закладів областей нараховує 108 об'єктів у Дніпропетровській області та 243 об'єкти у Запорізькій, з яких санаторії та пансіонати з лікуванням та санаторії-профілакторії (10 %) – 28 у Дніпропетровській області та 24 у Запорізькій області, бази та інші заклади відпочинку (88 %) – 78 у Дніпропетровській області та 213 у Запорізькій області, будинки і пансіонати відпочинку (2 %) – 2 у Дніпропетровській області та 6 у Запорізькій області [83; 105, с.131] (табл. 3.13).



## Санаторно-курортні та оздоровчі заклади [83]

	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.
Дніпропетровська область								
2011	17	2,0	28	2,6	3	0,8	83	12,4
2012	17	2,3	21	2,2	3	0,8	89	12,4
2013	18	2,6	18	1,9	4	0,9	87	12,1
2014	18	2,6	17	1,9	2	0,8	82	12,5
2015	17	2,4	15	1,9	2	0,8	80	12,3
2016	16	1,8	13	1,8	2	0,8	85	12,0
2017	16	1,9	12	1,6	2	0,8	78	10,8
Запорізька область								
2011	18	5,3	17	1,5	8	0,7	176	24,9
2012	19	5,4	13	1,5	8	1,2	186	21,5
2013	19	5,4	12	1,2	7	1,1	194	21,9
2014	19	5,9	12	1,3	8	1,2	191	22,3
2015	17	6,1	10	1,1	6	1,0	192	20,8
2016	17	6,2	9	1,0	6	0,8	230	25,1
2017	15	5,9	9	1,0	6	0,8	213	24,5

\*на момент дослідження інформація держстату України за період 2018-2019рр. не подавалась

Проаналізувавши кількість колективних засобів розміщення областей (табл. 3.14), можна зробити висновок, що суттєво за 2011–2017 рр. кількість не змінилась у Запорізькій області. Порівнюючи 2011 рік з 2014 роком бачимо зростання на з 312 до 355 одиниць (13 %), в 2015 році відбулось зменшення колективних засобів розміщення на 44 одиниці (13 %), а вже за період 2015–2017 рік відбулось зростання з 311 до 374 одиниць (20 %).

В Дніпропетровській області спотерігаємо зменшення колективних засобів розміщення щорічно. [105, с.131].

У Дніпропетровській області у 2018-2019 рр. відбулось значне зменшення кількості колективних засобів розміщення (майже в 2,5 рази) відносно 2017 р.

## Колективні засоби розміщення Дніпропетровської та Запорізької областей за 2011-2019 рр. [83]

Рік	Кількість колективних засобів розміщення, од			Кількість місць, од			Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування, осіб		
	усього	у тому числі		усього	у тому числі у		усього	у тому числі у	
		готелів та аналогічних засобів розміщення	спеціалізованих засобів розміщення		готелях та аналогічних засобах розміщення	спеціалізованих засобах розміщення		готелях та аналогічних засобах розміщення	спеціалізованих засобах розміщення
Дніпропетровська область									
2011	275	141	134	26191	8225	17966	332716	195631	137085
2012	260	130	130	25743	8018	17725	418689	218760	199929
2013	262	135	127	25828	8274	17554	557428	356401	201027
2014	265	146	119	26148	8341	17807	439650	205234	234416
2015	253	139	114	25484	8096	17388	418265	211345	206920
2016	254	138	116	24156	7740	16416	446745	238453	208292
2017	228	120	108	22794	7758	15036	422857	214379	208478
2018	93	62	31	11826	3784	8042	383907	181115	202792
2019	106	59	47	13070	4464	8606	377294	181161	196133
Запорізька область									
2011	312	116	196	32591	6091	26500	263100	91708	171392
2012	315	89	226	35688	6098	29590	302159	93618	208541
2013	358	126	232	35805	6189	29616	287319	103322	183997
2014	355	125	230	37652	6956	30696	283468	105378	178090
2015	311	86	225	35131	6045	29086	261965	91491	170474
2016	376	114	262	39690	6611	33079	309505	102085	207420
2017	374	131	243	39540	7373	32167	319594	114099	205495
2018	123	15	113	16102	1294	14808	162299	49979	112320
2019	133	17	116	17938	1493	16445	172731	54194	118537

Таблиця 3.15

Основні показники діяльності туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області за 2011-2019 рр. [83]

Показник	Рік									2019 р.у % до							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Дніпропетровська область																	
Кількість обслугованих туристів, тис. осіб	64462	38417	81249	56803	46121	57770	75526	116981	154215	58,2	75,1	47,3	63,2	70,1	62,5	51	24,1
Вартість реалізованих туристичних путівок, тис.грн.	306167,9	394846,5	502196,1	490462,7	592512,8	779939,8	1088083,3	1742053,1	2159916,7	85,8	81,7	76,7	77,3	72,6	63,9	49,6	19,3
Витрати на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, тис.грн.	17487,9	8868,6	5497,3	4215,1	9986,1	10203,4	8195,2	23100,5	26171,5	33,2	66,1	79	83,9	61,8	61	68,7	11,7
Дохід від надання туристичних послуг, тис.грн.	40098,5	42731,5	46083,8	37896,1	42171,7	48913,2	66271	99660,1	119900,8	66,5	64,4	61,6	68,4	64,8	59,2	44,7	16,9
Запорізька область																	
Кількість обслугованих туристів, тис. осіб	60055	35428	54415	39010	30922	40376	47675	56374	56838	5,7	37,7	4,3	31,4	45,6	28,9	16,1	0,9
Вартість реалізованих туристичних путівок, тис.грн.	131730,7	172258,3	258295,5	248750,2	264616,5	378130	321032,7	664970,2	715864,1	81,6	75,9	63,9	65,3	63	47,2	55,2	7,1
Витрати на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, тис.грн.	6710,9	7697,1	4197,2	1657,1	1612,7	2537,7	1466,4	3116,2	3163,7	-112	-143	-33	46,8	49	19,8	19,8	1,5
Дохід від надання туристичних послуг, тис.грн.	22858,6	24005,1	28721,1	20025,5	18711,9	26681,4	33133	45976,2	53490,4	57,3	55,1	46,3	62,6	65	50,1	38,1	14

Кількість місць протягом аналізованого періоду зменшувалась щорічно, в 2018 р. зменшилось на 10968 одиниць порівняно з 2017р, в 2019 р. збільшилась кількість колективних засобів розміщення на 9 одиниць порівняно з 2018 роком. Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення зменшилось на 38950 осіб у 2018 році порівняно з 2017 р. та на 6613 у 2019 році порівняно з 2018 роком.

Зростання кількості колективних засобів розміщення з 2011 р. до 2014 р. дозволило збільшити кількість розміщених у Запорізькій області на 20368 осіб, з 263100 осіб у 2011р. до 283468 осіб у 2014 році, у 2015 році бачимо спад (порівняно з 2014 р.) кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщення на 21503 особи, а вже за період 2016–2017 рр. ситуація поліпшилась на краще кількість осіб збільшилась з 261965 до 319594 осіб (21 %) [83]. Найбільшу кількість осіб було розміщено у спеціалізованих засобах у 2017 році – 64,3 % [105, с.132].

У таблиці 3.13. наведено основні показники діяльності туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області [105, с.132].

Прямий вплив туристичної галузі на економіку області – це результат доходів туриста на купівлю послуг і товарів туризму. Це необхідно розуміти як результат вкладу грошей туристами у туристичні підприємства, матеріальне забезпечення працівників туристичної галузі і створення нових робочих місць [94].

Крім прямого впливу туристичних витрат на розвиток областей країни [118], існує також побічний (непрямий) вплив, або «ефект мультиплікатора», який починає діяти при циркуляції туристичних витрат в області. Отже, вкладаючи кошти до галузі, які створюють туристичний продукт, туристична діяльність стимулює розвиток інших галузей національної економіки: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів широкого вжитку, транспорту, зв'язку тощо [94].

Необхідно зауважити, що витрати суб'єктів туристичної діяльності у Дніпропетровській області на послуги сторонніх організацій, які

використовуються при виробництві туристичного продукту за 2011-2019 рр. збільшилися на 8683,6, а в Запорізькій області за 2011–2019 рр. зменшилися на 3547,2 тис. грн., з 6710,9 до 3163,7 тис. грн. відповідно, у 2019 році збільшилися на 47,5 тис.грн. [105, с.133].

В Дніпропетровській області спостерігається збільшення доходу від надання туристичних послуг з 2015 р. по 2019 р. з 37896,1 до 119900,8 тис. грн. Негативна тенденція зменшення доходу відбулась у 2013 році на 8187,7 тис.грн. В Запорізькій області дохід туристичних підприємств від продажу туристам послуг і товарів почав збільшуватись з 2016 року. За 2016–2019 рр. дохід туристичних підприємств в Запорізькій області, надходження від продажу туристам послуг і товарів, збільшився на 26809 тис. грн., з 26681,4 до 53490,4 тис. грн. [83]. Зазначимо, що негативна тенденція зменшення доходів від надання туристичних послуг спостерігалась у 2014-2015 рр. [105, с.133].

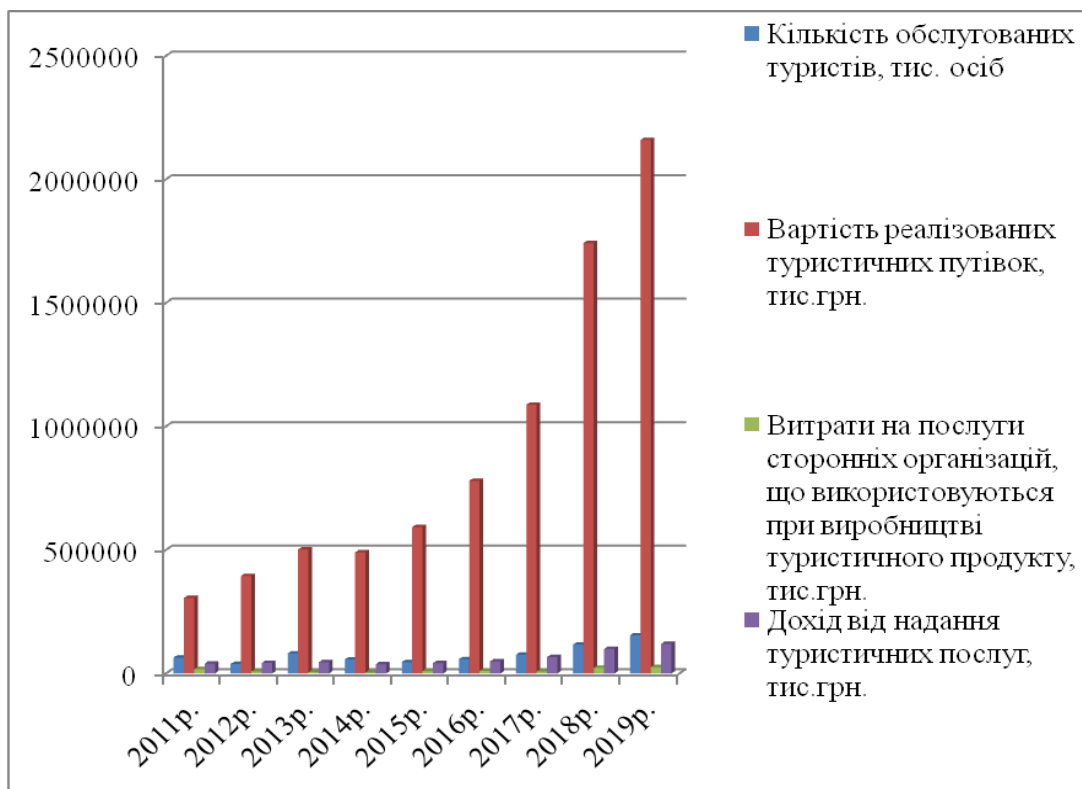


Рис. 3.19. Динаміка діяльності туристичної галузі в Дніпропетровській області

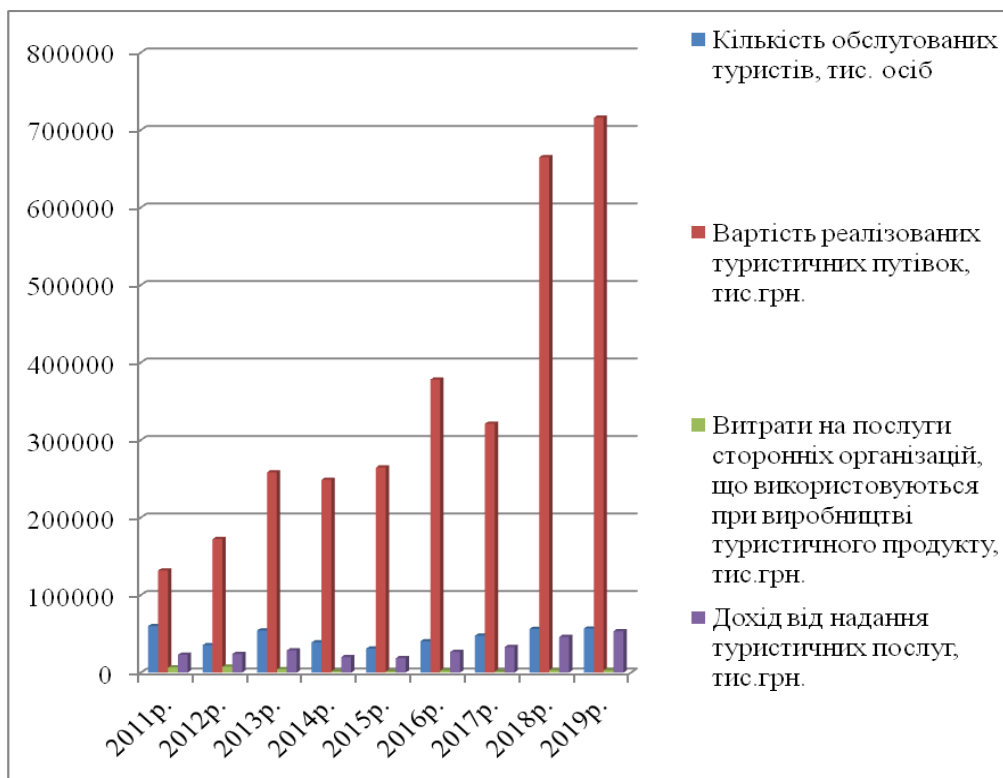


Рис. 3.20. Динаміка діяльності туристичної галузі в Запорізькій області

Український туристичний ринок складається з 24 областей і міста Києва, дослідження рівня конкурентоспроможності областей України здійснювалось за 2011–2019 роки (дані з 2014 року не включали тимчасово окуповану територію АР Крим і м.Севастополь). Шляхом зіставлення статистичних даних про основні показники діяльності туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей з узагальненими даними по всій країні визначимо питому вагу участі туристичної галузі досліджуваних областей у загальному обсязі обслуговування туристів та обчислимо їх рейтинг у масштабах України (табл. 3.16).

Аналіз даних табл. 3.16. дає змогу констатувати низку суперечностей у розвитку діяльності туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей:

– В Дніпропетровській області високі рейтинги за багатьма показниками, окрім показників обслуговування внутрішніх туристів та екскурсантів, Запорізька область також має досить високий рейтинг майже за всіма

показниками, окрім показників доходу від надавання туристичних послуг та кількість обслуговуваних екскурсантів;

Таблиця 3.16

Рейтинг Дніпропетровської та Запорізької областей за основними показниками діяльності туристичної галузі за 2011–2019 рр.

Показники		Роки								
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Дніпропетровська область										
Кількість турфірм, які фактично надавали послуги	Рейтинг	5	3	3	4	4	4	4	4	2
	Частка,%	6,7	5,7	5,6	5,4	6,3	6,4	6,8	6,6	9,1
Кількість обслуговуваних туристів	Рейтинг	10	9	9	4	7	5	5	5	4
	Частка,%	2,0	1,4	1,3	3,6	0,4	1,1	1,2	1,0	1,1
Обслуговано іноземних (в'їзних) туристів	Рейтинг	22	18	21	-	-	-	10	-	18
	Частка,%	0,003	0,04	0,001	-	-	-	0,003	-	0,02
Обслуговано українських туристів, що виїжджали за кордон	Рейтинг	5	6	4	3	5	4	3	3	3
	Частка,%	2,5	1,6	1,5	3,9	0,3	1,1	1,3	0,3	2,5
Обслуговано внутрішніх туристів	Рейтинг	12	9	12	6	8	9	8	12	5
	Частка,%	1,8	1,4	1,0	1,9	0,9	0,9	0,9	0,5	3,5
Обслуговано екскурсантів	Рейтинг	21	21	22	8	-	-	-	-	-
	Частка,%	0,5	0,5	0,3	2,5	-	-	-	-	-
Кількість реалізованих туристичних путівок	Рейтинг	10	11	10	6	5	8	5	5	5
	Частка,%	1,1	0,6	0,5	0,5	0,7	0,3	0,4	0,5	1,01
Вартість реалізованих населенню туристичних путівок	Рейтинг	8	7	8	3	5	6	5	4	3
	Частка,%	1,0	0,6	0,6	0,4	0,5	0,2	0,3	0,4	1,4
Дохід від надання туристичних послуг	Рейтинг	10	9	10	5	6	9	9	7	8
	Частка,%	0,6	0,4	0,4	0,3	0,4	0,2	0,1	0,1	0,1
Середньооблікова кількість працівників	Рейтинг	6	8	6	6	5	5	5	5	5
	Частка,%	4,0	3,6	3,4	3,6	4,0	3,8	3,7	3,9	3,6
Запорізька область										
Кількість турфірм, які фактично надавали послуги	Рейтинг	8	8	8	6	6	6	6	6	7
	Частка,%	3,4	4,4	3,1	3,4	3,4	4,6	4,6	4,6	3,3
Кількість обслуговуваних туристів	Рейтинг	9	10	10	3	6	6	6	6	7
	Частка,%	2,3	3,1	6,3	8	0,9	0,9	1,1	1,1	0,6
Обслуговано іноземних (в'їзних) туристів	Рейтинг	9	14	6	-	9	6	7	7	7
	Частка,%	0,5	0,2	1,9	-	0,2	0,5	0,1	0,1	0,2

Обслуговано українських туристів, що виїжджали за кордон	Рейтинг	7	7	8	6	6	14	5	5	7
	Частка,%	1,5	1,1	4,4	4,6	0,8	0,1	1,0	1,0	0,8
Обслуговано внутрішніх туристів	Рейтинг	6	11	2	1	6	13	6	6	8
	Частка,%	4,3	9,8	10,3	19,5	1,5	0,4	1,9	1,9	2,4
Обслуговано екскурсантів	Рейтинг	7	7	2	2	13	–	–	-	-
	Частка,%	0,4	2,2	13,3	24,5	2,7	–	–	-	-
Кількість реалізованих туристичних путівок	Рейтинг	8	14	7	5	5	15	15	15	7
	Частка,%	1,3	0,3	4,3	6,5	2,6	0,1	0,1	0,1	0,6
Вартість реалізованих населенню туристичних путівок	Рейтинг	10	10	11	5	6	13	17	17	9
	Частка,%	0,7	0,4	0,3	5,9	2,5	0,1	0,1	0,1	0,6
Дохід від надання туристичних послуг	Рейтинг	11	11	9	7	11	8	11	11	9
	Частка,%	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Середньооблікова кількість працівників	Рейтинг	10	10	9	7	7	7	7	7	7
	Частка,%	3,0	3,0	2,2	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,1

Джерело: розраховано на основі [83]

– майже за всіма показниками рейтинг Дніпропетровської області за вісім років збільшується, окрім кількості туристичних фірм, які фактично надавали послуги; в Запорізькій області навпаки практично за всіма показниками рейтинг за останні вісім років знижується (виняток – кількість турфірм, кількість українських туристів, що виїжджали за кордон та середньооблікова чисельність працівників).

Потенціал туристичної галузі Дніпропетровщини представлений закладами та підприємствами з організації надання туристичних послуг. В області пріоритетними видами туристичної галузі є: сільський, промисловий, історичний, культурно-пізнавальний, екологічний (зелений), спортивний, подієвий, релігійний, лікувально-оздоровчий, навчальний, природничий, етнографічний, урбаністичний, космічний, патріотичний тощо.

1. У Дніпропетровській області має великий потенціал розвитку парковий туризм, в області створено тематичні та розважальні парки, які



користуються популярністю та інтенсивністю відвідування. В області популярні для туристів парк ім. Лазаря Глоби – колишній ім. Чкалова (м. Дніпропетровськ) та парк ім. Газети «Правда» (м. Кривий Ріг), парк «Тернівська» (м. Кривий Ріг), Парк культури та відпочинку (м. Дніпродзержинськ), парк Металургів (м. Нікополь), парк 1 Травня (м. Павлоград), Дитячий парк (м. Павлоград), парк ім. Сучкова (м. Новомосковськ), парк Слави (м. Синельникове) та центральний парк м. Дніпро є парк ім. Т.Г. Шевченка.

2. Паломницький та етнічний туризм Дніпропетровської області орієнтований на відвідування унікальних храмів та свят національних громад (храм Вірменської апостольської церкви м. Дніпро), кілька православних храмів, римо-католицький костел, синагога з потужним Музеєм Голокосту; будівля стародавньої мечеті.

3. Лікувально-оздоровчий туризм. У межах області розвідані та використовуються мінеральні води, а саме регіональний ландшафтний парк місцевого значення «Самарські плавні» та ботанічна пам'ятка «Орлівщанські будові насадження», де можна підлікуватись. На території санаторія «Курорт Орловщини» наявна свердловина з мінеральною водою «Новомосковська» з холодною хлоридо-натрієвою водою.

4. Пізнавальний туризм Дніпропетровщини. В області наявні природні рекреаційні ресурси, 105 природно-заповідних територій і об'єктів, 54 пам'ятки природи, 3 заповідні урочища (Плавні Самари, Мавринський майдан, Токівський (Шолоховський) водоспад, Солоний лиман, Водоспад «Білі камені, Балка Сажевка, Старокодацький гранітний кар'єр тощо).

5. Сільський (зелений) туризм Дніпропетровської області налічує близько 40 садиб. Однією з найперспективніших садиб є «Стара хата», яка розташована у селищі Рудька Царичанського району. Садиба «Козацька скарбниця» поєднує зелений, промисловий та подієвий туризм. В Дніпропетровській області працюють 7 садиб у Петриківському районі, 4 садиби в Павлоградському, 3 садиби в Царичанському, 2 садиби в

Нікопольському. Очікується відкриття садіб у Покровському і Васильківському районах.

6. Індустріальний (промисловий) туризм. У Кривому Розі розроблено 80 індустріальних маршрутів для відвідування гірничо-видобувних підприємств та металургійний комбінат «АрселорМіталл Кривий Ріг», два кар'єри – Південного та Інгулецького комбінатів та скансен гірничої техніки Північного комбінату. У місті Дніпро користуються популярністю екскурсії на завод ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ», в аерокосмічний музей Південного машинобудівного заводу, на кондитерську фабрику «АВК», на Криворізький ГОК, в Саксаганській дереваційний тоннель, в шахту Криворізького залізорудного комбінату.

7. Перспективним напрямом розвитку туристичної галузі в Дніпропетровській області є історичний туризм, який цікавий безліччю цікавих історичних місць, таких як Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д.І. Яворницького, Палац графа Потьомкіна, пам'ятник першому почесному громадянину Катеринослава О. Полю, пам'ятник князя Святослава Ігоровича, Богородицька фортеця, та багато історичних пам'яток та об'єктів, які можуть бути туристичним і просвітницьким центром Дніпропетровщини.

Одним з видів сучасного туризму є темний туризм, який полягає у відвідуванні місць, пов'язаних із смертю, стражданнями, руйнуванням тощо (покинута лікарня на вул. Короленка в Дніпрі, будинок №13 на вулиці Дзержинського м.Дніпро, кладовища тощо).

Рекреаційний туристичний потенціал Запорізької області формує передумови для перспективного розвитку потенціалу туристичного та курортного господарства України. Сьогодні ця область є рекреаційним резервом України, знаходиться, переважно, на шляху екстенсивного освоєння.

Пріоритетними напрямками розвитку туристичної галузі Запорізької області визначаються (рис. 3.21):

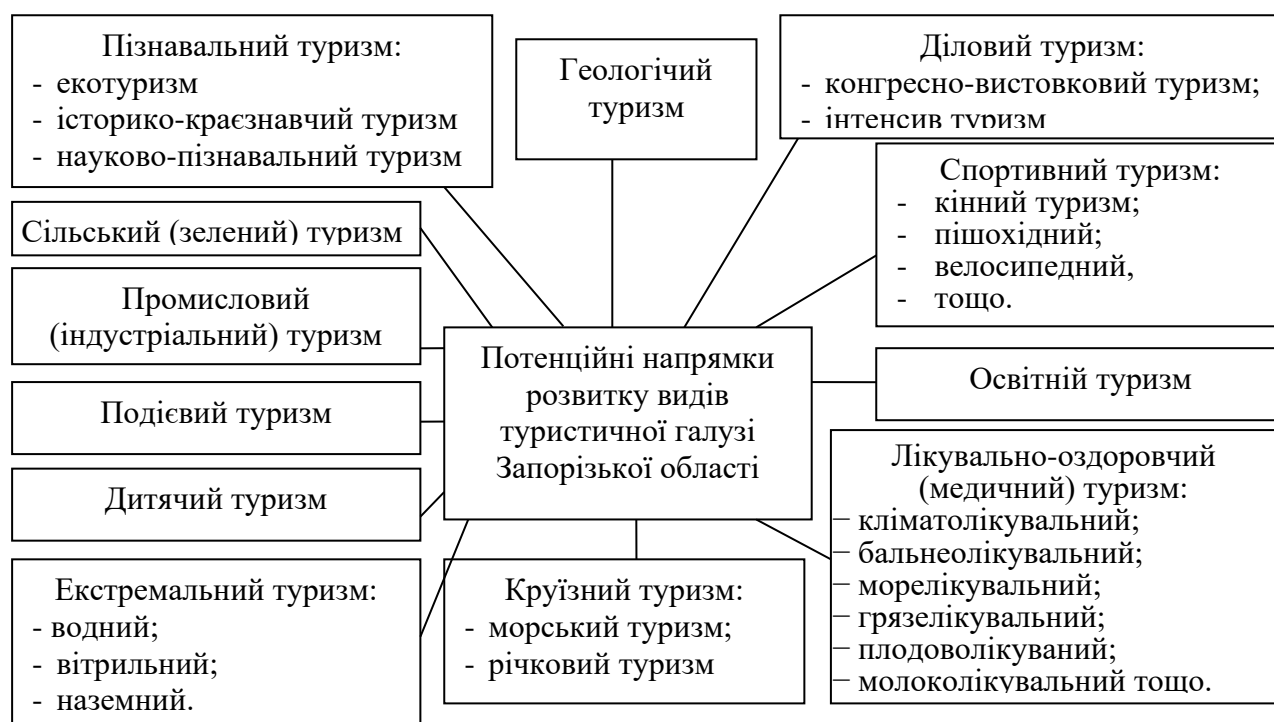


Рис. 3.21. Потенційні напрямки розвитку видів туристичної галузі Запорізької області (розроблено автором) [114]

1. Промисловий (індустріальний) туризм, орієнтований на продуктивне застосування особливої індустріальної спадщини м. Запоріжжя, а також галузей промисловості, що історично сформувались як основа сучасної економіки міста. Промисловий потенціал м. Запоріжжя – це 280 промислових підприємств (великі, середні та вагомі за обсягами малі підприємства), у т.ч.: 69 – підприємств машинобудування, 36 – металургії, 22 – виробництва іншої неметалевої мінеральної продукції, 24 – харчової промисловості, 20 – хімічної та нафтохімічної промисловості, 14 – виробництва та розподілення електроенергії газу та води [16, с. 645; 114, с.264].

Запорізький залізорудний комбінат у м. Дніпрорудне – одне з найбільших підприємств у гірничо–металургійній галузі України. Металургійний комплекс області представлений такими відомими в усьому світі підприємствами чорної та кольорової металургії, як: публічні акціонерні товариства «Запоріжсталь», «Дніпроспецсталь», «Український графіт», «Титано-магнієвий комбінат» [114, с.264–265]. У Запоріжжі розташовані такі всесвітньо відомі підприємства

машинобудівної галузі з високотехнологічним виробництвом, як: ПАТ «Мотор Січ»; ПАТ «Запорізький трансформаторний завод»; ПАТ «Запорізький абразивний комбінат»; ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» [114, с. 265]. На території області розміщена Запорізька атомна електростанція – найбільша АЕС у Європі [31; 114, с. 265].

2. Пізнавальний (історичний) туризм, основою якого є історична складова розвитку міста й етнокультурна багатоманітність Запоріжжя [16, с. 645; 114, с.265].

У Запорізькій області на державному обліку знаходиться 8315 пам'яток, з них: 6563 – пам'ятки археології, 1700 – історії, 32 – монументального мистецтва, 20 – науки і техніки; 12 об'єктів культурної спадщини (3 пам'ятки історії і 9 – археології) занесено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України національного значення [26].

Найбільш туристично привабливими є заповідники. Національний заповідник «Хортиця» (м. Запоріжжя), Національний історико-археологічний заповідник «Кам'яна Могила» (Мелітопольський район), історико-архітектурний музей-заповідник «Садиба Попова» (Василівський район) [26].

В області діє 24 музейні заклади державного підпорядкування з загальною кількістю понад 384 тис. предметів основного фонду. Щороку музеї відвідують понад 600 тис. чол. з України і зарубіжжя [26].

Забезпечення певного мінімуму культурних послуг для всіх верств населення, збереження народних мистецьких традицій, етнокультурного різноманіття здійснюється потужним культурним потенціалом галузі області: 5 театрів, філармонія, 2 вищих навчальних заклади I–II рівнів акредитації, 66 шкіл естетичного виховання, 16 кінотеатрів, 510 бібліотек, 412 установ культури клубного типу [26].

У Запорізькій області для сприяння розвитку потенціалу туристичної галузі була затверджена Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014–2018 рр.

Отже, можна зробити висновок про необхідність розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області, необхідно поєднувати курортні, рекреаційні та інші напрямки туристичної галузі, які розвиваються в області, використовувати культурно-історичну спадщину як осередок державності та демократичні традиції України та Запорізької області.

3. Подієвий туризм, що передбачає організацію та проведення щорічно кількох заходів розважального та спортивного спрямування національного і міжнародного рівнів [16, с. 645; 114, с.265].

4. Екстремальний туризм. У Запорізькій області можна стрибнути з парашутом та злетіти в небо на дельтаплані. В місті є і роуп-джампінг – стрибки з висоти з мотузкою [16, с. 645; 114, с.265; 121]. У Додатку Ф поданий повний перелік екстремальних розваг в м. Запоріжжі.

5. Сільський (зелений) туризм. В області функціонують 32 об'єкти агротуризму, з яких 15 уже претендують на отримання сертифікатів у рамках проекту ЄС. Функціонує історико-культурний комплекс «Етносело» двох зелених садиб: «Аквазоо» в селі Петропіль та «Єнотової хати» у селі Червоний Яр. Садиба «Морський бриз» розташована в селі Новокостянтинівка Запорізької області на узбережжі Азовського моря, в оточенні солоних озер з лікувальним багном, аналогом багна розкрученого курорту на Мертвому морі в Ізраїлі. Пропонується знайомство з традиціями, культурою та побутом українського та інших народів, що населяють село [16, с. 645; 114, с.265].

6. Дитячий туризм. У місті знаходиться одне з найбільш захоплюючих «дитячих місць» у місті – Запорізька дитяча залізниця. На території ЗДЗ (поряд із головною станцією) малечу можна здивувати доглянутим тераріумом, акваріумом, зоокуточком, зимовим садом та поляною казок [16, с. 645; 114, с.265; 121].

Запорізький міський дитячий ботанічний сад це єдиний в Україні саме дитячий сад. 14,6 га вміщують оранжереї «Зимовий сад» та «Кактусарій», дендропарк, теплиці «Лимонарій», «Хризантеми» «Кали», «Розарій», «Папороті» тощо – всього близько 4 тисяч різних рослин [121].

Кінний театр «Запорізькі козаки» пропонує відвідувачам широке фольклорно-етнографічне різноманіття. На території театру можна покататись на конях і дізнатись історію Хортицького кінного полку [121].

На приморських територіях області діють сучасні розважальні центри: аква- та луна-парки, дельфінарії, зоопарк, акваріум, кінний театр, спортивні та дитячі майданчики тощо.

7. Лікувально-оздоровчий (медичний) туризм. У межах області розвідані та використовуються мінеральні води та лікувальні грязі практично всіх відомих бальнеологічних типів. В оздоровчих і лікувальних цілях широко використовується озокерит та спелеотерапія [16, с. 645; 114, с.266].

Запорізька область має високий потенціал щодо курортно-рекреаційної сфери, що відноситься до Приазовського рекреаційного району в межах Азово-Чорноморського рекреаційного регіону. На березі Азовського моря у Запорізькій області розташовані два популярні кліматогрязеві курорти – Бердянськ та Кирилівка [114, с.266]. Всього на Азовському узбережжі та в акваторії р. Дніпро в області функціонує більше 500 оздоровчих закладів [46; 83].

Актуальними для Запорізької області є проблеми забудови, розробки генеральних планів розвитку курортів [109]. Можна констатувати доцільність посилення ролі держави у становленні рекреаційно-оздоровчої діяльності, координації комунікативних процесів стейкхолдерів (органів місцевого самоврядування, міністерств, відомств, суб'єктів підприємництва, споживачів) задля гарантування збалансованого розвитку санаторно-курортного комплексу Запорізької області та України загалом. Стан санаторно-курортного комплексу Запорізької області не є задовільним [83].

Основні перешкоди зумовлені: недосконалістю нормативно-правової бази; недостатністю методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; незбалансованістю соціальної та економічної ефективності використання рекреаційних ресурсів та необхідністю їх збереження; недостатністю рівня

розвитку інформаційної інфраструктури; незабезпеченням комплексного розвитку курортних територій; підпорядкованістю спеціалізованих закладів, що надають оздоровчі послуги, різним міністерствам, відомствам, підприємствам; невідповідністю переважної більшості оздоровчих закладів міжнародним стандартам; недостатнім рівнем якості обслуговування у підрозділах харчування санаторно-курортних закладів; недостатньою забезпеченістю висококваліфікованими спеціалістами; браком коштів для комплексу рекламних заходів щодо просування місцевого оздоровчого продукту на ринок; зношеністю основних фондів; практичною відсутністю інвестицій; неефективним маркетингом; низьким рівнем менеджменту [83].

8. Запорізька область вирізняється серед інших значним природним потенціалом щодо розвитку геологічного туризму. За даними на 1 січня 2019 р. в Запорізькій області діє понад 80 (серед яких два – національного значення: «Хортиця: погляд крізь віки» та «Слідами тачанок Нестора Махна») туристичних маршрутів. Особливою популярністю користується район Приазовської височини та р. Берди (цей район отримав у народі назву Приазовської Швейцарії) [82; 114, с.266].

Потреби мешканців міста у змістовному проведенні дозвілля задовольняються також за рахунок спортивно-оздоровчого, пішохідного і велотуризму, якісної організації та проведення на високому рівні міських святкових заходів, підтримки локальних ініціатив щодо розвитку потенціалу туристичної галузі та рекреаційно-оздоровчої сфери міста [114, с.266].

Дослідження показали, що для аналізу місця та ролі розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області доцільно використовувати показники, які можуть надати повну характеристику впливу галузі на економічний стан області.

Аналіз виявив, що в області добре формуються та розвиваються різні види потенціалу туристичної галузі.

За пріоритетними напрямками розвитку внутрішнього та в'їзного туризму Запорізької області уподобання мешканців міста розподіляються таким чином (з переліку було запропоновано вибрати 3 пріоритети) [43]:

1. Пізнавальний історико–культурний туризм – 66%.
2. «Зелений», екологічний та агротуризм – 64%.
3. Подієвий святково–фестивальний туризм – 44%.
4. Промисловий (індустріальний) туризм – 26%.
5. Організація масових спортивних заходів (спортивних подій) – 23%.
6. Діловий туризм та конференц–сервіс – 20%.

В опитуванні взяли участь майже 400 осіб різних вікових категорій, професій і сфер діяльності з усіх районів міста. Зауважимо, що переконання жителів міста Запоріжжя відповідає оцінці експертів. Відносно проблемним є «зелений» туризм як масовий і перспективний напрям розвитку потенціалу туристичної галузі (через стан довкілля). Такий пріоритет швидше вказує на прагнення городян жити в екологічно безпечному середовищі, що варте особливої уваги [61].

Дніпропетровська та Запорізька області мають певні сильні сторони і конкурентні переваги, які необхідно ефективно використовувати, а саме: унікальна історична і культурна спадщина загальноукраїнського та міжнародного значення; багатокультурність міст, етнічна і мовна толерантність; наявність потенційно брендкових об'єктів і продуктів; загальний високий економічний розвиток міст і областей загалом, можливість залучати ресурси для спільного проектного фінансування; особливі промислові технології і об'єкти – як база для формування інноваційних туристичних пропозицій; досить вигідне транспортно-логістичне розташування (автошляхи та залізничні шляхи міжнародного значення); наявність об'єктів і територій заповідного фонду в межах міста, специфічне просторове планування території; річка Дніпро як водна артерія, зона відпочинку і місце проведення різних заходів, пункт зупинки круїзних пароплавів; власні енергетичні, промислові, будівельні потужності, високий рівень концентрації людського капіталу,



наявність наукових закладів, активної студентської молоді та інші фактори [114, с.266–267].

Дослідження показали, що досліджувані області мають великий потенціал розвитку туристичної галузі, але в той же час достатньо низький рівень розвитку туристичної інфраструктури, що негативно впливає на розвиток потенціалу туристичної галузі областей. Матеріальна база туризму потребує реконструкції, інвестицій, істотного розширення мережі туристичних об'єктів і послуг. Також необхідне врахування поліетнічності складу населення, поєднання курортного та рекреаційно-туристичного напрямку з традиційними мистецькими проєктами областей, яскравими здобутками у збереженні та розвитку промислів і ремесел [21; 56].

Для ефективного розвитку потенціалу туристичної галузі областей, на нашу думку, недостатнім є тільки наявність унікальних історико-культурних та інших туристичних ресурсів в Дніпропетровській та Запорізькій областях. Важливим є розвиток інформаційних ресурсів, тому що від цього залежить попит на послуги, які можуть запропонувати області, та задоволення туристом своїх потреб і бажання в майбутньому подорожувати до Дніпропетровської та Запорізької областей.

Оцінювання наявного потенціалу лікувально-оздоровчих ресурсів в досліджуваних областях свідчить про перспективу розвитку санаторно-курортного лікування та оздоровлення в областях, які мають розвиватися не тільки на національному, але й на міжнародному туристичному ринку та має перспективи великої прибутковості туристичної галузі в Дніпропетровській та Запорізькій областях.

Отже, ці області, маючи такий потенціал туристичної галузі, повинні виходити на світовий ринок туризму, тим самим залучати іноземних туристів та інвесторів. Розвиток курортно-туристичної сфери в областях призведе до збільшення доходів, що надходять в регіональні і місцеві бюджети і тим самим покращать рівень життя населення. Крім того, це позитивно позначиться на зростанні попиту на продукцію місцевої промисловості, збільшенні об'єктів

туризму, стану кон'юнктури у будівництві та інфраструктури в областях, дозволить вирішувати проблеми зайнятості й екології [96, с.43; 114, с.267].

Проаналізувавши сучасний стан, конкурентоспроможну ситуацію розвитку потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей, дійшли таких висновків щодо головних проблем областей, яким, у першу чергу, необхідно приділити увагу:

1. Створити систему комплексних статистичних досліджень щодо розвитку та формування потенціалу туристичної галузі.

2. Створити єдиний потужний Інтернет-ресурс, щодо висвітлення всіх обласних та місцевих подій, які пов'язані з потенціалом туристичної галузі, як для подорожуючих, так і для фахівців та науковців пов'язаних з туризмом.

3. Популяризація розвитку потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей на міжнародному та національному ринках.

4. Залучення та стимулювання фахівців туристичної галузі областей щодо створення конкурентоспроможного туристичного продукту та послуги для національного (внутрішнього) та іноземного туриста.

5. Збільшення сезонності, оптимізація туристичного потоку за метою подорожі та удосконалення екскурсійної діяльності за допомогою використання та оновлення матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання туристичної галузі областей, залучення висококваліфікованих фахівців і спеціалістів туристичної галузі та підтримки влади на різних рівнях управління.

### **ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3**

В третьому розділі, відповідно мети дослідження, одержано наступні результати:

1. Дослідивши показники рейтингу конкурентоспроможності країн світу у туристичній галузі, дали оцінку та визначили перешкоди, які заважають ефективному збалансованому розвитку потенціалу туристичної галузі України.

У 2019 році рейтинг охопив 140 країн світу. Україна за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму 2019 року отримала оцінку в 3,7 бали з семи можливих і опинилась на 78 місці. За 2018-2019 роки Індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму Україна покращила на 10 позицій.

2. Відзначено, що економічна криза та політичний стан в Україні (революція 2014 року, анексія Криму, воєнні дії на сході України) негативно вплинули на розвиток потенціалу туристичної галузі в областях країни. За оцінками експертів Асоціації лідерів туристичного бізнесу розмір втрат української туристичної галузі з початку 2014 року складає 70–80 %, значна частка якого пов'язана з переорієнтацію попиту громадян України, що відпочивали в Криму, на інші області південної частини материкової України (Миколаївська, Херсонська та Одеська), а також Єгипет, Грузію і Болгарію. З початку 2014 р. стрімко зменшився туристичний потік в українську столицю – на 35–40 %, у загальній структурі якого 50 % – туристи з країн Європи та 30 % – з Росії.

3. Визначено, що на розвиток потенціалу туристичної галузі в Україні впливають природно-географічні, історико-культурні, економічні, матеріально-технічні, демографічні, соціальні, політико-правові та екологічні чинники. Значний вплив на туристично-рекреаційну діяльність мають економічні чинники. Від економічного стану держави залежить і рівень розвитку інфраструктури туризму. Стан матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів, готелів, закладів харчування є важливими чинниками розвитку туристично-рекреаційної діяльності. Крім того, на розвиток потенціалу туристичної галузі впливають демографічні чинники: чисельність населення, рівень урбанізації, віковий склад тощо. Спостерігається пряма залежність між цими показниками та інтенсивністю туристичних потоків. На розвиток потенціалу туристичної галузі впливають також рівень освіти, культури населення, його естетичні потреби. До чинників, які гальмують і негативно впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі України, можна віднести:

застарілу матеріально-технічну базу; низький рівень конкурентоспроможності українських туристичних продуктів; низький рівень якості послуг, які надаються; технологічна відсталість; відсутність належної туристичної інфраструктури.

4. Проаналізовано кількість туристичного прибуття в світі 2010–2019 рр. Найбільша кількість туристів (671 млн. осіб) відвідало у 2017 році Європу – відповідний показник зріс на 8 % порівняно з 2016 роком. Наявні дані 2019 року підтверджують значне зростання міжнародного туризму, з річним зростанням на 4 %. Функціонування суб'єктів туристичної галузі визначається показниками кількості обслугованих туристів та обсягом наданих туристичних послуг, динаміка яких визначає стабільний розвиток потенціалу туристичної галузі України за останні роки.

5. Досліджено, що сьогодні туристична галузь в Україні переживає складні часи, оскільки кількість в'їзних туристів, починаючи з 2014 р., постійно зменшувалась. Потік внутрішніх туристів зменшився, у 2014 – 2019 рр. середня кількість туристів зменшилась майже в три рази. Не зважаючи на незначне покращення ситуації у 2016-2018 рр., туристична галузь на сьогодні потребує серйозної підтримки та переосмислення з боку України. Упродовж останніх років середньорічний приріст в'їзного туризму в Україні становив 6,8 %. За I півріччя 2019 року до України в'їхало на 5,6 % менше, ніж за аналогічний період 2018 року.

6. Проаналізувавши туристичну діяльність України, можемо зробити висновок: кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні за 2015–2019 рр. збільшилась майже на 26%, в тому числі на 28,6% кількість турагенцій та суб'єктів, які здійснюють екскурсійну діяльність на 32,1%, у 2017 році зменшилась кількість туроператорів на 4%, але вже у 2018 році цей показник виріс майже на 6%. Також збільшилась середньооблікова кількість працівників, зайнятих в туристичній галузі країни, на 19,3 % та кількість туристів, які обслуговувалися туристичними підприємства, збільшилась на 55,3 %. Обсяг наданих туристичних послуг протягом 2015–2019 рр. має позитивну динаміку

зросту, зокрема у 2017 р. склав 18502,9 млн.грн, що на 13705,2 млн. грн. більше, ніж у 2015 р. Дохід від надання туристичних послуг збільшився на 77,8 % за період 2015–2019 рр.

7. Розглянуто складові потенціалу туристичної галузі за областями України. За даними Державного комітету статистики, в Україні працює 1591 готелів і 3245 закладів відпочинку і оздоровлення. За 2014 р. готельне господарство України нараховувало 2644 готелі та аналогічних засобів розміщення, з яких готелі склали 1523 одиниці (57,6 %). Номерний фонд готельного господарства за 2014 р. склав 69237 номерів, його житлова площа нараховувала 1604,8 тис. кв. м, де було розташовано 135 518 місць, в яких була розміщена 3814201 особа та отримано доходу від надання готельних послуг на 3404439 тис. грн. У 2019р. надання місць для проживання здійснювали 5335 колективних засобів розміщування (юридичні особи та фізичні особи-підприємці) із кількістю місць – 370 тис. (у 2017 р. відповідно 4115 та 359 тис.) Кількість розміщених у них становила 6961 тис. осіб (у 2017 р. – 6661,2). Стан ринку ресторанного бізнесу України є досить нестабільним в 2011 – 2019 рр., за підйомом спостерігається падіння кожні рік-півтора. За 2019 рік кількість підприємств ресторанного господарства в Україні збільшилася на 7 тис. одиниць порівняно з 2018 роком. Рейтинг історико-культурного регіонального потенціала та ефективності його реалізації показав, що основними туристичними областями України є м. Київ, Львівська та Одеська. За ними йдуть області Східної України: Дніпропетровська, Харківська та Запорізька. В Україні знижується кількість відвідувачів музеїв. У 2017 році їх стало 694,6 тис. осіб, у 2018 році – 639,3 тис. осіб, а в 2019 році – 535,1 тис. осіб. Україна має великий транспортний потенціал, який може сприяти розвитку транспортної мережі, прискоренню інтеграції України в міжнародний економічний простір, а також збільшити потоки в'їзного туризму. Проте наявні суттєві проблеми у транспортній інфраструктурі областей Укаїни, а саме: несучасність, занедбаність, невідповідність вимогам якості послуг. Ці значні проблеми у стані транспортної інфраструктури вимагають негайного їх вирішення шляхом

великих інвестицій та правильно прийнятих управлінських рішень. Для розвитку потенціалу туристичної галузі та транспортної інфраструктури в областях України необхідно вирішити такі основні завдання: впровадити ефективні механізми фінансово-економічного регулювання розвитку туристичної галузі; визначити шляхи, форми та методи стимулювання розвитку всієї інфраструктури туристичної галузі; створити, з урахуванням соціально-економічних інтересів держави, ефективну модель інвестиційної політики туристичної галузі областей; удосконалити організаційні структури управління туристичною галуззю; забезпечити раціональне використання та відновлення природного та історико-культурного середовища; прийняти екологічні регламенти та затвердити допустимі норми освоєння туристичних ресурсів, розробити механізми їх дій та запровадити в практику управління.

8. Охарактеризовано розвиток потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей. У 2019 р. здійснювали туристичну діяльність на території Дніпропетровської області 429 суб'єктів (111 юридичні особи та 318 фізичних осіб-підприємців); а в Запорізькій області 153 суб'єктів (61 юридичні особи та 92 фізичних осіб-підприємців), послугами яких скористались 154 тис. туристів та екскурсантів у Дніпропетровській області та 56,8 тис. в Запорізькій області, у той час як у 2018 р. працювало 416 суб'єктів туристичної діяльності в Дніпропетровській області та 188 суб'єктів туристичної діяльності, які надали послуги 116,9 тис. туристів та екскурсантів в Дніпропетровській області та 56,4 тис. туристів та екскурсантів в Запорізькій області. Найбільша кількість туристів відвідує Дніпропетровську та Запорізьку області у 2019 році з метою дозвілля та відпочинку – 95 %. Службові, ділові поїздки та поїздки на навчання здійснюють лише 4 % туристів в Дніпропетровській області та 1,2 % туристів в Запорізькій області, а з метою лікування – 1,8 % туристів в Запорізькій області та тільки 1 % у Дніпропетровській області. За 2013–2016 рр. значно зменшилась кількість внутрішніх туристів і екскурсантів: в 4 рази у 2012 році по відношенню до

2011 р., в 2 рази у 2014 р. та в 3 разів у 2015 році, у 2018 році показник трохи покращився.

9. Проаналізувавши кількість колективних засобів розміщення областей, можна зробити висновок, що суттєво за 2011–2017 рік кількість не змінилась у Запорізькій області. Порівнюючи 2011 рік з 2014 роком бачимо зростання на з 312 до 355 одиниць (13 %), в 2015 році відбулось зменшення колективних засобів розміщення на 44 одиниці (13 %), а вже за період 2015–2017 рік відбулось зростання з 311 до 374 одиниць (20 %). В Дніпропетровській області спостерігаємо зменшення колективних засобів розміщення щорічно. В Дніпропетровській області спостерігається збільшення доходу від надання туристичних послуг з 2015 р. по 2019 р. з 37896,1 до 119900,8 тис. грн. Негативна тенденція зменшення доходу відбулась у 2013 році на 8187,7 тис. грн. За 2016–2019 рр. дохід туристичних підприємств в Запорізькій області, надходження від продажу туристам послуг і товарів, збільшився на 26809 тис. грн., з 26681,4 до 53490,4 тис. грн. Зазначимо, що негативна тенденція зменшення доходів від надання туристичних послуг спостерігалась у 2014–2015 рр., а позитивна тенденція зростання доходів – тільки в 2016–2019 рр., коли доходи туристичних підприємств зросли на 42%.

10. Дослідження показали, що Дніпропетровська та Запорізька області мають великий потенціал збалансованого розвитку туристичної галузі, але в той же час достатньо низький рівень розвитку туристичної інфраструктури, що негативно впливає на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей. Матеріальна база туризму потребує реконструкції, інвестицій, істотного розширення мережі туристичних об'єктів і послуг.

Результати досліджень за темою дисертації по третьому розділу опубліковані в роботах [97-120].

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 3**

1. Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2002 № 583. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/583-2002-%D0%BF> (дата звернення: 17.03.2019).
2. Алексеев А. А. Пособие по составлению отчетов о туристских походах, путешествиях и спортивных турах. Москва: 12 ЦТ МО РФ, 2005. 14 с.
3. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Одеса, 2005. 20 с.
4. Берг М. А. Оценка экономической эффективности вновь созданных экскурсионных маршрутов. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері)*. 2007. № 11. С. 230.
5. Білик І. В., Томаля Т. С. Роль маркетингу та PR-технологій у діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_1\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_7) (дата звернення: 07.03.2019).
6. Биржаков М. Б., Никифоров В. И. Индустрия туризма: перевозки. 3-е изд., перераб. и доп. Санкт-Петербург: Издательский дом «Герда», 2007. 528 с.
7. Биркович В. І. Розвиток туристичної галузі в регіоні. *Університетські наукові записки*. 2006. № 2 (18). С. 335–341.
8. Блах Н. В., Кривенко В. Г. Економічний розвиток міжнародного туризму та місце України в його структурі. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2012. № 2. С. 25–32.
9. Бойко М. Г. Методичні основи оцінювання економічних інтересів туристичних підприємств. *Економічний часопис – XXI*. 2012. № 9–10. С. 24–34.



10. Бойко М. Г., Ткаченко Т. І. Формування споживчої цінності туристичних продуктів. *Товари і ринки*. 2012. № 2. С. 5–16.
11. Борушак М. Стратегия развития туристических регионов: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.05. Львів, 2009. 204 с.
12. Буряк Т. В. Розвиток контрактного управління готельними мережами в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui\\_2013\\_1\\_7.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_7.pdf) (дата звернення: 07.08.2018).
13. Галасюк С. С. Необхідність удосконалення державного регулювання сфери туризму України. *Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи*: збірник наукових праць. Київ: Тонар, 2007. Вип. 4. С. 67–73.
14. Гарбера О. Є. Аналіз основних сегментів туристично-рекреаційної інфраструктури західного регіону України (на прикладі Тернопільської, Чернівецької, Івано-франківської областей). *Ефективна економіка*. 2009. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=76> (дата звернення: 07.02.2019).
15. Гаценбиллер Н. Ю. Анализ и классификация факторов, определяющих направление развития туристских рекреаций. *II Чебоксарский экономический форум «Экономика: управление развитием в условиях мирового финансового кризиса»* (23–24 июня 2009 г., г. Чебоксары). Чебоксары, 2009. С. 19.
16. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Розвиток туристичної галузі України та Запорізького регіону на основі кластерного підходу. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. Dnipro, 2019. Iss. 28 (4). P. 640–648.
17. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування: монографія. Львів: ЛДУФК, 2017. 340 с.
18. Гордієнко І. С., Шайда О. Є. Міжнародний туризм та його розвиток в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.6. С. 141–144.
19. Грінько Т. В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери. *Економіка, фінанси, право*. 2013. № 5. С. 13–15.

20. Грянило А. В. Міжнародний туризм: проблеми та перспективи розвитку в Україні. *Фінансовий простір*. 2013. № 4 (12). С. 144–148.

21. Гудзь П. В. Інформація в системі маркетингового управління курортним городом. *Економіка та право*. 2001. № 1. С. 71–74.

22. Гудковских М. В. Туризм в Тюменской области: потенциал и территориальная организация: дис. ... канд. географ. наук: 25.00.24. Пермь, 2018.

23. Гурьева М. В. Аттрактивный потенциал как катализатор социально-экономического развития дестинации. *Научные труды. Вопросы теории культуры*. Санкт-Петербург, 2013. № 27. С. 177–203.

24. Джанджугазова Е. А. Философия отелей, или новые концептуальные решения в гостиничном бизнесе. *Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития*: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Москва: Прометей, 2014. 148 с.

25. Державна служба автомобільних доріг України. URL: <http://www.ukravtdor.gov.ua> (дата звернення: 15.07.2019).

26. Державна установа «Запорізький обласний лабораторний центр Міністерства охорони здоров'я України». URL: <http://www.oblses.zp.ua/index.php?100> (дата звернення: 15.09.2019).

27. Економічний дискусійний клуб. Рейтингові оцінки конкурентоспроможності українського туризму 2017. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/rejtingovi-ocinky-konkurentospromozhnosti-ukrayinskogo-turyzmu-2017> (дата звернення: 18.05.2019).

28. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. Москва: Финансы и статистика, 2006. 200 с.

29. Заповідники. Офіційний сайт Міністерства культури України URL: <http://mincult.kmu.gov.ua> (дата звернення: 15.07.2019).

30. Збірник матеріалів конференції «Перспективи розвитку морської інфраструктури України в Чорноморсько-Азовському регіоні». Одеса, 2008. С. 21–26.

31. Інвестиційний портал Запорізької області. Промисловий потенціал. URL: <http://investment.zoda.gov.ua/uk/the-industrial-potential> (дата звернення: 18.05.2019)
32. Історико-культурні заповідники України. *Подорож Україною*. URL: <http://podorozh.info> (дата звернення: 09.03.2019).
33. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. Минск: Новое знание, 2001. 430 с.
34. Кальченко О. М. Кластеризація в туристичній галузі. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vcndtu/2009\\_39/22.htm](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm) (дата звернення: 04.04.2019).
35. Карась О. С. Стан і перспективи розвитку пасажирських авіаційних перевезень в Україні. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2012. № 1. С. 73–80.
36. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Київ, 2010. 502 с.
37. Кіфяк В. Ф. Розвиток рекреації і туризму як один із чинників формування інвестиційної привабливості регіону. *Економіка та право*. 2013. № 1. С. 128–132.
38. Кобзова С. М. Алгоритм проектування регіональних туристичних маршрутів. *Економіка. Управління. Інновації*. 2010. № 1 (3). С. 32–37.
39. Козловський Є. В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення та розвиток в Україні: автореф. дис. ... канд. держ. упр.: 25.00.02. Київ, 2008. 24 с.
40. Комаров М. П. Инфраструктура регионов мира: учебник. Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В. А., 2000. 347 с.
41. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление. Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. С. 576.
42. Лінтур І. В. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу. URL: <http://dspace.msu.edu.ua:8080/bitstrea> (дата звернення: 27.10.2018).
43. Лисенко В. Ю., Пічкур Н. В. Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014–2018 рр. (проект). Запоріжжя, 2013. 93 с.

44. Лозова О. А. Аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму. URL: [http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_125/29.pdf](http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_125/29.pdf) (дата звернення: 17.03.2019).

45. Максимов В. В. Економічний потенціал регіону. Аналіз, оцінка та використання. Луганськ: ВНУ ім. В. Даля, 2002. 360 с.

46. Манюк В. В. Унікальний об'єкт геологічної спадщини «Каховські кручі». *Вісник ДНУ. Серія: геологія, географія*. 2008. Вип. 10. Т. 16. № 3/2. С. 5–14.

47. Мезенцев К., Скриль І. Оцінка впливу чинників розвитку туристично-рекреаційної діяльності в Харківській області. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Chseg/2010\\_8/Mezentsev,Skryl](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Chseg/2010_8/Mezentsev,Skryl) (дата звернення: 17.12.2018).

48. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

49. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон за I півріччя 2016–2017 років. URL: <http://me.gov.ua/Documents/Detail?id=3ba262e6-1603-4090-b741-e3c47a7f6d71&lang=uk-UA&title=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkrainiInozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkrainiZaKordonZaIPivrichchia2016-2017-Rokiv> (дата звернення: 24.01.2019).

50. Міністерство інфраструктури України. URL: <http://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-v-galuzi-aviatransportu.html> (дата звернення: 18.03.2019).

51. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.02. Київ, 2001. 22 с.

52. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей: навч. посібник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 156 с.

53. Михайліченко Г. І. Удосконалення технологій створення туристичного продукту. *Вісник КДТЕУ*. Київ, 2000. № 2. С. 41–50.

54. Нездойминов С. Г. Региональные проблемы развития международного туризма. *Перспективы науки и образования*. 2013. № 4. С. 313–321.

55. Огляд українських готелів і ресторанів. URL: <http://ukraine-for-business.com/ua/info-fortourists-in-ukraine/70-review-of-hotels-and-restaurants> (дата звернення: 14.11.2018).

56. Олійник О. М., Ловчикова Д. Ю. Туристичний потенціал Запорізького регіону: стан та напрямки розвитку. *Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону*. 2011. С. 97–100.

57. Онисько М.Б. Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії. URL: <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html> (дата звернення: 14.09.2018).

58. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв, 2015. Вип. 8. С. 1216–1220.

59. Остапчук О. Є. Статистичний щорічник України за 2012 рік. Київ: Август Трейд, 2013. 27 с.

60. Остапчук О. Є. Статистичний щорічник України за 2013 рік. Київ: Август Трейд, 2014. 29 с.

61. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www.unwto.org> (дата звернення: 17.02.2019).

62. Офіційний сайт державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.11.2018).

63. Офіційний сайт BRSM-NAFTA. URL: <http://www.brsm-nafta.com/> (дата звернення: 03.02.2019).

64. Офіційний сайт KLO.KIEV. URL: <http://www.klo.kiev.ua/> (дата звернення: 28.02.2019).

65. Офіційний сайт ОККО. URL: <http://okko.ua/> (дата звернення: 15.02.2019).

66. Офіційний сайт PARALLEL. URL: <http://www.parallel.ua/uk/> (дата звернення: 19.02.2019).

67. Офіційний сайт SHELL. URL: <http://www.shell.ua/> (дата звернення: 15.02.2019).

68. Офіційний сайт WOG. URL: <http://wog.ua/> (дата звернення: 18.03.2019).

69. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>. (дата звернення: 18.06.2020).

70. Пассажи́рские автомоби́льные перево́зки: учебник для вузов / В. А. Гудков, Л. Б. Миротин, А. В. Вельможин, С. А. Ширяев. Москва: Горячая линия – Телеком, 2006. 448 с.

71. Петренко Е. А. Проблема монополізма на залізничному транспорті. *Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна*. Дніпропетровськ, 2011. Вип. 40. С. 289–295.

72. Писаревський І. М., Тонкошкур М. В. Планування та організація туристських маршрутів: підручник. Харків: ХНАМГ, 2012. 304 с.

73. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 21.07.2006 № 1001. *Офіційний вісник України*. 2006. № 30. С. 36–78.

74. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. URL: [http://tourlib.net/books\\_ukr/pucentejlo85.htm](http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo85.htm) (дата звернення: 19.05.2019).

75. Реєстр свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), виданих Мінекономрозвитку. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=7f89dba2-0fdc-40e6-b870-a413e1063d3a&tag=RestrSvidotstvProVstanovlenniaKategorii> (дата звернення: 19.04.2019).

76. Розвиток туристичного бізнесу регіону / за ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Школи. Чернівці: Книги – XXI, 2007. 292 с.

77. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб. пособие. Москва: КНОУРС, 2007. 256 с.

78. Смирнов І. Г. Логістика: просторово-територіальний вимір. Київ: Обрії, 2004. 335 с.

79. Смирнов І. Г. Організація транспортно-логістичного обслуговування у внутрішньому туризмі. *Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти*: зб. ст. Київ: Ін-т туризму, 2002. С. 72–80.

80. Состояние и перспективы развития пассажирских авиационных перевозок в Украине. URL: [http://otherreferats.allbest.ru/transport/00278550\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/transport/00278550_0.html) (дата звернення: 18.02.2019).

81. Статистичний щорічник України за 2019 рік. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 19.09.2020).

82. Тлеубердинова А. Оценка конкурентоспособности туристических услуг. *Маркетинг*. 2011. № 6. С. 69–76.

83. Топалова О. Сучасний стан розвитку геологічного туризму в запорізькій області. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. 2017. Вип. 1 (66) /2 (67). С. 113–117.

84. Туристична діяльність в Україні у 2011–2017 роках: статистичний бюлетень. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.10.2018).

85. Туристична діяльність в Україні у 2017 році: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 90 с. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publtur\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm) (дата звернення: 17.10.2018).

86. Туристичні потоки Запорізької області. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.11.2018).

87. Укравтодор. Державне агентство автомобільних доріг України. Бюлетень доріг 2008 року. URL: <http://www.ukravtodor.gov.ua> (дата звернення: 19.01.2019).

88. Україна у цифрах у 2014 році. Державна служба статистики України. Київ: Консультант, 2015. 239 с.

89. Украинские туроператоры оказались на грани банкротств. URL: <http://ubr.ua/leisure/travel/ukrainskie-turoperatory-okazalis-na-grani-bankrotstva-300851> (дата звернення: 15.02.2019).

90. Укрзалізниця: офіційний сайт. URL: [http://www.uz.gov.ua/index.php?m=info.news&f=Doc.View&p=news\\_1558.0.news&lng=ru](http://www.uz.gov.ua/index.php?m=info.news&f=Doc.View&p=news_1558.0.news&lng=ru) (дата звернення: 19.03.2019).

91. Укрморрічінспекція. URL: <http://sismit.gov.ua> (дата звернення: 18.02.2019).

92. Файоль А. Энциклопедия менеджмента. URL: <http://besonus.narod.ru/Fayol.htm> (дата звернення: 09.05.2019).

93. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление»*. 2009. № 2. С. 373–380.

94. Шершньова О. В. Регіональне управління туризмом в малих містах Рівненської області. *Ефективність державного управління: зб. наук. пр.* Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2007. Вип. 12. С. 424–429.

95. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібник. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

96. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібник. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2005. 596 с.

97. Юхновська Ю. О., Гірняк Є. І. Розвиток туристичного потенціалу Запорізького регіону. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 7. URL: <http://www.easterneurope-eb.in.ua/7-2017-ukr> (дата звернення: 19.10.2018).

98. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Споживчі та економічні пропозиції бальнеологічних послуг на ринку лікувально-оздоровчого туризму країн Карпатського регіону. *Economic system development trends: the experience of countries of Eastern Europe and prospects of Ukraine: monograph / edited by authors*. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2018. P. 278–305.



99. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Управління природними лікувальними ресурсами на ринку лікувально-оздоровчого туризму України. *Функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі України: монографія* / за заг. ред. М. Ю. Барна. Львів: ЛТЕУ, 2018. С. 277–290.

100. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Інноваційні та інформаційні технології в економічному розвитку туристичної галузі України. *Modern Innovative and Information Technologies in the Development of Society* / scientific editors A. Ostenda, T. Nestorenko. Copyright by: Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach. Katowice, 2018.

101. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Конкурентоспроможність послуг на ринку лікувально-оздоровчого туризму. *Innovative Potential of Socio-Economic Systems: the Challenges of the Global World: International Scientific Conference, December 22th, 2017. Lisbon, Portugal: Baltija Publishing. Pt. I. P. 103–107.*

102. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород, 2019. Вип. 23/2019. С. 147–152.

103. Юхновська Ю. О. Вплив готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туристичної галузі України. *Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр.* Київ. Вип. 3 (71). Ч. 1. С. 148–154.

104. Юхновська Ю. О. Вплив залізничного транспорту на туристичну галузь України. *Проблеми та перспективи розвитку залізничного транспорту: тези 79 Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 16–17 травня 2019 р.)*. Дніпро: ДНУЗТ, 2019. С. 377–378.

105. Юхновська Ю. О. Вплив розвитку культурно-історичної спадщини на економічний розвиток туристичної галузі України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 6 (111). С. 55–59.

106. Юхновська Ю. О. Дослідження діяльності туристичної галузі Запорізького регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного*

університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород, 2019. Вип. 26/2019. С. 130–134.

107. Юхновська Ю. О. Основні проблеми та перспективи розвитку туристичного потенціалу Запорізького регіону. *Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємництва*: матер. I Міжнародної науково-практичної конференції (8–9 листопада 2018 р.). Житомир, 2018. С. 285–289.

108. Юхновська Ю. О. Оцінка розвитку транспортної інфраструктури в Україні. *Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика*: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції 24 листопада 2017 р. Запоріжжя: КПУ, 2017. С. 559–561.

109. Юхновська Ю. О. Проблеми та завдання інфраструктури туристичної галузі України. *Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика*: матеріали VI Міжнародної заочної науково-практичної конференції 30 листопада 2018 р. Запоріжжя: КПУ, 2018. С. 204–207.

110. Юхновська Ю. О. Проблеми та перспективи розвитку туристичної, лікувально-оздоровчої та курортно-рекреаційної сфери Запорізької області. *Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки*: тези V Міжнародної наук.-практ. конференції (2–3 листопада 2017 р.). Житомир, 2017. С. 355–357.

111. Юхновська Ю. О. Розвиток соціально-культурних рекреаційних ресурсів України. *Наука очима молоді – 2019*: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (17 травня 2019 року, м. Запоріжжя) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. Запоріжжя: Вид-во Хортицької національної академії, 2019. С. 300–301.

112. Юхновська Ю. О. Розвиток туристичних залізничних перевезень України. *Економіка та суспільство*. 2017. № 13. URL: <http://economyandsociety.in.ua/> (дата звернення: 08.12.2018).

113. Юхновська Ю. О. Роль залізничного транспорту в туристичній індустрії України. *Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 10-річчю факультету міжнародного туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету, м. Запоріжжя, 30–31 березня 2017 р.: в 2 т. / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. Запоріжжя: Просвіта, 2017. Т. 1. С. 422–425.

114. Юхновська Ю. О. Синергетична стратегія як основа управління розвитком потенціалу туристичної галузі України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 150–153.

115. Юхновська Ю. О. Сучасні тенденції розвитку потенціалу туристичної галузі України та Запорізького регіону. *Економіка та суспільство*. 2018. № 19. С. 261–268. URL: <http://economyandsociety.in.ua/> (дата звернення: 25.07.2019).

116. Юхновська Ю. О. Сучасний стан транспортної інфраструктури туристичної галузі України. *Проблеми економіки транспорту*: збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Дніпро: Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2018. Вип. 16. С. 76–84.

117. Юхновська Ю. О. Теоретичні проблеми і практичні аспекти транспорту та його використання в туристичній сфері. *Наука та інновації як основні шляхи вдосконалення економічного потенціалу країни*: Міжнародна науково-практична конференція, м. Львів, 18–19 листопада 2016 року / ГО «Львівська економічна фундація». Львів, 2016. С. 83–86.

118. Юхновська Ю. О. Чинники впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на розвиток потенціалу туристичної галузі Запорізького регіону.

*Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент».* Одеса, 2019. Вип. 40/2019. С. 53–59.

119. Юхновська Ю. О. Юхновська Ю. О. Фінансове забезпечення туристичної галузі України. *Наука і освіта в сучасному світі: матеріали міжнародної науково-практичної конференції.* Караганди: РІО «Болашак-Баспа». 2019. Т. 1. С. 342-345.

120. Юхновська Ю. О. Чинники впливу євроінтеграції та глобалізації на туристичну галузь України. *Наука і вища освіта: XXVII Міжнародна наукова конференція студентів і молодих учених, 14 листопада 2018 р.* Запоріжжя: КПУ, 2018. С. 496–497.

121. Яновський П. О. Пасажирські перевезення: навч. посібник. Київ: НАУ, 2008. 469 с.

122. IGotoWorld.com – Your GUIDE TO the WORLD. Запоріжжя: куди сходити і що подивитися. URL: [http://ua.igotoworld.com/ua/article/642\\_zaporozhe-kuda-shodit-cho-posmotret.htm](http://ua.igotoworld.com/ua/article/642_zaporozhe-kuda-shodit-cho-posmotret.htm) (дата звернення: 09.05.2019).

123. International monetary fund. Policy responses to COVID-19. URL: <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19#U> (дата звернення: 10.06.2020).

124. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.28. 2010. P. 11–12. URL: [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm\\_83rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf) (дата звернення: 19.09.2018).

125. Ukraine. Government and institution measures in response to COVID-19. URL: <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2020/04/ukraine-government-and-institution-measures-in-response-to-covid.html>. (дата звернення: 19.06.2020).

126. UNWTO. International tourism and COVID-19. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (дата звернення: 19.06.2020).

127. United Nations Statistics Division : International Standard Industrial Classification of All Economic Activities. URL: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=27> (дата звернення: 25.11.2018).

128. UNWTO Highlights 2014 Edition. Tourism Trends and Marketing Strategies UNWTO: website. URL: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>.

129. UNWTO Tourism Highlights. Edition 2016. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145> (дата звернення: 16.10.2018).

130. UNWTO Tourism Highlights. Edition 2017. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (дата звернення: 17.09.2018).

131. USAID Tourism destination management. Official page. URL: <http://www.usaid.gov/documents/2151/tourism-destination-management> (дата звернення: 18.11.2018).

132. World Economic Forum. Executive Opinion Survey. URL: <http://www.weforum.org> (дата звернення: 28.12.2018).

## РОЗДІЛ 4

### СТРАТЕГІЇ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

#### 4.1. Оцінка стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі

Розвиток туристичної галузі в областях країни дав змогу багатьом країнам з менш привабливими, ніж в Україні, природними та культурно-історичними передумовами підвищити рівень соціально-економічного розвитку. Наявні туристичні ресурси сприяють входу України на світовий туристичний ринок. Але навіть потужний потенціал туристичної галузі ще не дає гарантії успішного її розвитку. Туризм істотно впливає на економічний розвиток держави, сприяє створенню нових робочих місць, є джерелом поповнення бюджету та припливу валютних надходжень, поєднує прибутковість з екологічною рівновагою. Крім того, стимулює розвиток багатьох галузей економіки, наприклад, будівництво, транспорт, сільське господарство, культура, мистецтво, які прямо чи опосередковано пов'язані з туристичною індустрією. Враховуючи стратегічне значення потенціалу туристичної галузі, Україна задекларувала його одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки [43].

Процес формування стратегії розвитку туристичної галузі областей в сучасних умовах євроінтеграції та глобалізації представлено як сукупність етапів, яка відображає логіку її побудови через визначення єдності системних елементів, що забезпечують формування інструментарію щодо її детермінації.

Науково-методичний підхід формування стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі повинен мати системний та комплексний характер, всі його елементи мають бути взаємопов'язані та спрямовані на досягнення генеральної мети – визначення оптимальної, ефективної стратегії, спроможної забезпечити реалізацію збалансованих

цільових орієнтирів і стратегічних пріоритетів запропонованої збалансованої концепції.

Спеціальні стратегії, які доцільно застосовувати в туристичній галузі країни, можна систематизувати таким чином [10]:

1) за рівнем прийняття рішень – глобальна (міжнародний рівень), національна (державний рівень), регіональна (регіональний рівень) та місцева (місцевий рівень);

2) залежно від способів забезпечення збалансованого розвитку – розвиток під впливом глобальної експансії (оптимізація діяльності в межах існуючого позиціонування – інтенсивне зростання), розвиток завдяки організаційній гнучкості (передбачення розвитку економічних процесів конкурентів);

3) такі, що дозволяють управляти попитом за допомогою таких інструментів, як: диференціація цін, стимулювання попиту в періоди низького завантаження, застосування системи попередніх замовлень і резервування часу обслуговування;

4) непрямого розподілу турпродуктів (турпослуг), що передбачають здійснення франчайзингу, створення нових послуг; мультисегментна та змішана стратегії;

5) підтримки якості турпослуг, засновані на низьких витратах, товарній диференціації, ринковій ніші або сегменті; стратегії горизонтальної і вертикальної інтеграції;

6) розвитку курортно-туристичних територій [11] – кардинальної зміни; збереження зростання; досягнутого та вибіркового зростання.

Економічна наука виділяє мікро-, мезо-, макро- та глобальний (міжнародний) рівень функціонування економіки. Макрорівень представлений державним менеджментом, що реалізується законодавчими та виконавчими органами влади.

В Україні регулювання туристичної галузі здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади туристичної галузі, Верховною Радою Автономної Республіки Крим і

Радою міністрів Автономної Республіки Крим (органи влади АРК тимчасово не підтримують державну політику України, оскільки АРК є окупованою територію відповідно до Закону України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України»), місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції [8].

Загалом в Україні діяльність туристичної галузі регулюється Конституцією України, Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»», Законом України «Про курорти», іншими нормативно-правовими актами, виданими відповідно до основних правових документів [5; 8; 9].

Як засвідчує міжнародний досвід, вагомим внеском у збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі є державна підтримка туристичних професійних об'єднань. У 1998 р. на підставі Закону України «Про туризм» та Закону України «Про об'єднання громадян» була створена Асоціація туристичних агентств – всеукраїнська громадянська організація, яка має свої регіональні представництва. Головною метою Асоціації є об'єднання зусиль працівників туристичної та суміжних галузей для спільних дій із захисту своїх законних прав, задоволення професійних і соціальних інтересів, сприяння збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні. Асоціація діє за територіальним принципом. Основою Асоціації є регіональні осередки, що створюються в Автономній Республіці Крим, областях, місті Києві та інших регіонах [51].

Нині Асоціація об'єднує понад 350 провідних туристичних підприємств, що репрезентують практично всі області України. Серед них:

– туристичні фірми: «Арктур», «Діалог-Київ», «Інтурист-Запоріжжя», «Либідь-Київ», «Модес», «Олімп Тревел ЛТД», «Руада», «Світ—тур», «Тріада Тревел Бюро», «Україна-Русь», «Укрзовнішінтур», «Універсальне агентство з продажу авіап перевезень», «Червона Рута», «Бітско», «Пласке»;



- готельні комплекси: «Дністер», «Ореанда», «Пролісок», «Русь», «Черемош»;
- авіакомпанії: «Міжнародні Авіалінії України», «Національні авіалінії України», «Хорс»;
- навчальні заклади: Донецький інститут турбізнесу, Інститут туризму Федерації профспілок України;
- спеціалізовані засоби масової інформації: «Крила», «Міжнародний туризм», «Україна туристична»;
- санаторно-курортне об'єднання «Трускавецькурорт»;
- громадські організації: Кримська асоціація туристичних агентств, Міжнародна асоціація авіаперевізників України, Харківська асоціація туристичних агентств;
- іноземні туристичні компанії: «Атлас Тревел Сервіс» (Республіка Польща), Американська круїзна компанія «Imperial Travel «New Way Group», ТОВ «Предекс» (Росія) тощо [10].

У 2001 р. урядом було підтримано пропозицію Туристичної асоціації України щодо її активної участі у вирішенні питань розвитку потенціалу туристичної галузі, що передбачало такі заходи, як: проведення моніторингу основних напрямів розвитку туристичної галузі; розроблення стандартів у туристичної галузі; проведення сертифікації та атестації туристичних підприємств; здійснення контролю виконання ними умов і правил прийому й обслуговування туристів тощо.

Центральним органом державної виконавчої влади є Державне агентство України з туризму та курортів.

До списку об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Україні включено такі об'єкти культурної спадщини, як: Собор Святої Софії та прилеглі монастирські споруди; Києво-Печерська Лавра в м. Києві; ансамбль історичного центру м. Львова, пункти Геодезичної дуги Струве (Хмельницька й Одеська області); резиденція митрополитів Буковини та Далмації (м. Чернівці); стародавнє місто Херсонес Таврійський та його хора (м. Севастополь)

(тимчасово окупована зона відповідно до Закону України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України»); дерев'яні церкви Карпатського регіону Польщі й України (Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області); природний об'єкт – букові праліси Карпат і давні букові ліси Німеччини [15].

Сутнісні характеристики державного менеджменту визначаються перш за все відносинами власності. Згідно з Законом України «Про власність» суб'єктом права загальнодержавної власності є держава в особі Верховної Ради України [4].

Об'єктами державної власності потенціалу туристичної галузі є перш за все такі природні лікувально-оздоровчі ресурси, як: джерела мінеральних та термальних вод, лікувальні грязі, торфи, ліси, землі під рекреаційними зонами. До курортів державного значення належать природні території, що мають особливо цінні та унікальні природні лікувальні ресурси і використовуються з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань [50].

Відповідно до Закону України «Про курорти» курортом визнається освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації будівлі та споруди з об'єктами інфраструктури, використовується для лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань, рекреації та підлягає особливій охороні [6].

За характером природних лікувальних ресурсів курорти України поділяються на курорти державного та місцевого значення [59]. До курортів державного значення належать природні території, що мають особливо цінні й унікальні природні лікувальні ресурси і використовуються для лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань. До курортів місцевого значення належать природні території, що мають загальнопоширені природні лікувальні ресурси й використовуються для лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань [6].

Важливою ознакою курортів України є їх визначення за державним законодавством як територій, де є природні лікувальні ресурси. За словником Оксфорда курорт тлумачиться як місце, яке відвідують для відпочинку або лікування або з іншою метою [24]. Відповідно до цього визначення наявність лікувальних ресурсів не є обов'язковою ознакою курортної зони.

За характером природних лікувальних факторів курорти України можна поділити на кілька типів [6; 9; 23]:

1) бальнеологічні: основний лікувальний фактор – мінеральні води, що застосовуються як ванни, душі, для пиття, інгаляцій, зрошування, промивання тощо. До них належать Поляна, Сонячне Закарпаття, Немирів, Біла Церква, Миронівка, Хмільник, Моршин, Трускавець, Верховина, Карпати, Квітка Полонини, Миргород, Шкло, Синяк, Любінь Великий, Гірська Тиса, Шаян, Свалява, Усть-Чорна, Солоний Лиман, Горинь, Черче, Березівські мінеральні води, Рай-Оленівка, Старобільськ;

2) грязеві курорти: основний лікувальний фактор – грязь, що застосовується як ванни, аплікації, тампони, компреси тощо. На грязевих курортах використовується мулова грязь солоних озер і лиманів, сапропелева (мулова грязь прісних озер), торфова (прісна й мінералізована), а також гідротермальна та сопкова грязь (вулканічного походження). До цих курортів належать Бердянськ, Гопри, Євпаторія, Маріуполь, Куяльницький, Слов'янськ, Феодосія, Саки;

3) кліматичні курорти: основні види лікування – повітряні й сонячні ванни, а також купання. Крім основних видів курортного лікування, для посилення дії лікувальних факторів у лікувальний комплекс додають фізіотерапевтичні процедури, лікувальне харчування, лікувальну фізичну культуру. До цих курортів належать Ірпінь, Буча, Ворзель, Конча-Заспа, Пуща-Водиця, Соснівка, Одеський курортний район, Південний берег Криму, Закарпатська група курортів, Яремча, Бердянськ, Кирилівка;

4) змішаного типу, які поєднують різні лікувальні властивості [23].

Курортні поселення нашої держави зосереджені здебільшого у Причорноморсько-Приазовській курортній зоні та в Карпатському туристичному регіоні [1].

Державними виконавчими органами ведеться державний кадастр природних територій курортів, що є системою відомостей про кількість, якість та інші важливі з точки зору лікування та профілактики захворювань людини характеристики всіх природних лікувальних ресурсів, що виявлені та підраховані на теренах України, а також можливі обсяги, способи та режими їх використання. Державний нагляд і контроль за додержанням правил і норм використання природних лікувальних ресурсів здійснюють центральні органи виконавчої влади, що реалізують державну політику у сфері охорони здоров'я, із здійснення державного нагляду (контролю) у сферах охорони праці, геологічного вивчення та раціонального використання надр, охорони навколишнього природного середовища, інші органи виконавчої влади. Підземні лікувальні мінеральні води можуть використовуватись для промислового розливу [1].

Порядок надання у користування таких родовищ визначається Кодексом України про надра та іншими актами законодавства. Управління у сфері діяльності курортів здійснюють Кабінет Міністрів України, центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері діяльності курортів, обласні державні адміністрації, інші органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування. Безпосередніми державними регуляторами діяльності закладів лікувально-оздоровчого туризму в Україні є державне агентство з туризму та курортів та Міністерство охорони здоров'я. На сучасному етапі сутність державного менеджменту щодо розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні представлено таким концептуальним документом, як Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [2; 28].

Метою реалізації Стратегії є формування сприятливих умов для активізації розвитку туристичної галузі та курортів згідно з міжнародними

стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну туристичну галузь, розроблення і впровадження конкурентноздатного продукту [28]. Оціночними показниками макроекономічної ефективності обрано обсяги надходжень до зведеного (податки та збори від доходів суб'єктів туристичної діяльності) та місцевих (від сплати туристичного збору) бюджетів.

Державне управління туристичною галуззю реалізується також через територіальні органи управління – територіальні державні адміністрації. Наявність туристичних ресурсів в областях України визначає вплив потенціалу туристичної галузі на їх соціально-економічний розвиток. Так, високий ступінь впливу лікувально-оздоровчого туризму у регіональних економіках України склався у Закарпатській, Запорізькій, Львівській, Миколаївській, Одеській та Херсонській областях. Але за результатами досліджень Н. Ступеня найбільші частки ринку туристичних кластерів та інфраструктурного забезпечення курортно-рекреаційної галузі серед областей України – у Запорізькій, Одеській і Херсонській областях (44,2 % та 33,1 %) [44].

Проблемами управління в областях з наявними лікувальними рекреаційними ресурсами є нераціональне використання природних лікувальних ресурсів, а також зростання попиту громадян на їх використання. Так, у літній сезон 2018 р. на українських курортах Приазов'я та Причорномор'я кількість населення зросла у 5 разів, за рахунок цього, збільшується навантаження на всі ресурси (рекреаційні, комунальні, наприклад, водо– та газопостачання, водовідведення, каналізацію, утилізацію відходів, дороги та інші). У програмах розвитку туризму та курортів областей України (переважно на 2016–2020 роки) сутнісні заходи щодо перспективного та ефективного збалансованого розвитку регіональних ринків лікувально-оздоровчого туризму – розробка та освоєння нових туристичних продуктів, забезпечення їх конкурентноздатності, розвиток інфраструктури – плануються і перекладаються на обласні суб'єкти господарювання. Значно зростає

зношеність рекреаційних ресурсів, на відновлення яких територіальні органи державного управління не мають достатніх коштів.

Мезорівень представлено менеджментом галузевих міністерств та відомств, недержавними об'єднаннями спеціалістів. Менеджмент некомерційних організацій, що працюють на українському ринку лікувально-оздоровчого туризму, спрямований на забезпечення безпеки пацієнтів; надання пацієнтам зі складними і рідкісними захворюваннями можливості якісної діагностики та лікування; допомога пацієнтам у виборі кращих медичних установ для вирішення проблем зі здоров'ям.

Мікроекономічний рівень представлений суб'єктами господарювання, які виробляють суто лікувально-оздоровчі послуги і тими, які своїми товарами та послугами створюють інфраструктуру ринку лікувально-оздоровчого туризму. Родовища корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів, надаються державою у користування юридичним і фізичним особам для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань [2]. Санаторно-курортні заклади створюються в порядку, передбаченому статтею 16 Основ законодавства України про охорону здоров'я та іншими нормативно-правовими актами. Перелік видів санаторно-курортних закладів затверджується центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я. Напрями спеціалізації санаторно-курортних закладів визначаються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я з урахуванням лікувальних властивостей природних лікувальних ресурсів курортів [2]. Діяльність санаторно-курортних і оздоровчих підприємств в Україні регламентують декілька основних нормативно-правових актів – Закон України «Про курорти» [3], Загальне положення про санаторно-курортний заклад, Національний стандарт України «Послуги туристичні, засоби розміщення» (ДСТУ 4527:2006), Господарський кодекс України та Закон України «Про Акціонерні товариства» [19]. Таким

чином, господарські суб'єкти ринку лікувально-оздоровчого туризму стають об'єктами менеджменту макро– та мезорівнів.

Основними причинами неефективної реалізації стратегій на підприємствах окремих сегментів туристичної галузі, за нашими спостереженнями, є: 1) виригідність існуючих організаційних структур, які слабо піддаються змінам відповідно до обраної стратегії та обґрунтування стратегічних змін; 2) недостатнє розуміння менеджерами конкретних завдань і термінів досягнення цілей, а також того, які конкретні зміни необхідні в поведінці та діях кожного з них; 3) низька ефективність механізмів моніторингу результативності реалізованих стратегій і внесення необхідних корегувань при виявленні відхилень; 4) недостатнє опрацювання питань ідентифікації, забезпечення і розподілу необхідних ресурсів для реалізації стратегій, у тому числі фінансових, інформаційних, людських і ресурсів часу; 5) відсутність системи колективного прийняття рішень про напрями стратегічного розвитку підприємства, які обумовлюють: відсутність у колективі почуття відповідальності за досягнення стратегічних цілей впродовж усього періоду їх реалізації; неготовність керівників до подолання опору, пов'язаного з новими стратегічними змінами тощо [45].

До групи інших факторів, що визначають складність реалізації стратегій потенціалу туристичної галузі, належать: 1) висока диференціація психологічних типів споживачів, що суттєво відрізняє індивідуальне ставлення кожного споживача до туристичних продуктів; 2) комплексність складу туристичного продукту та висока залежність його якості від репутації підприємства та діяльності численних виробників послуг (засоби розміщення, транспортні організації, заклади ресторанного господарства, розваг тощо); 3) недостатня ефективність збутової діяльності туристичних агентів щодо реалізації туристичного продукту, виробленого туристичним оператором; 4) висока диференціація туристичних продуктів за асортиментом, каналами збуту та просуванням на ринку, що обумовлює рекламомісткість туристичного продукту та невідповідність рекламних замовлень сезонним коливанням їх

реалізації; 5) високі витрати, пов'язані з переорієнтацією виробництва та реалізації окремих послуг із одних на інші у складі туристичного продукту, а в окремих випадках – комплексного туристичного продукту тощо [45].

Аналіз показав, що у процесі розробки і реалізації стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі наявні значні недоліки та труднощі. Також дослідження свідчать про наявність резервів, використовуючи які можна отримати зростання економічної ефективності потенціалу туристичної галузі.

Для забезпечення розвитку інфраструктури курортів та інших туристичних ресурсів України необхідно розв'язати низку територіальних, соціально-економічних, екологічних проблем і завдань щодо використання та визначення шляхів збалансування міжгалузевих інтересів (транспорт, зв'язок, комунікації, швидкісний Інтернет тощо). На сьогодні існує проблема доступності готелів та інших об'єктів інфраструктури туристичної галузі щодо розміщення осіб з інвалідністю, зокрема з вадами зору, слуху і порушеннями опорно-рухового апарату, та інших, пов'язаних з інвалідністю, груп населення. У готелях та інших об'єктах інфраструктури туристичної галузі відсутня достатня кількість номерів, пристосованих для таких осіб.

Відповідно до реалізації стратегії розвитку туристичної галузі України передбачено досягнення таких показників: збільшення витрат туристів під час подорожей до 80 млрд. гривень у 2026 р; збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 р.; створення національної туристичної організації та відповідних обласних туристичних організацій; функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси областей країни, придатні для використання в туристичній галузі, зокрема об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду; впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунку; заснування десяти туристичних представництв за



кордоном; лібералізація візового режиму з десятима країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України [43].

Незважаючи на поступове зростання значного потенціалу туристичної галузі України, туристична галузь областей України має цілу низку проблем, які гальмують збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі:

- низький рівень інформатизації, технічного регулювання та стандартизації туристичної галузі, що негативно впливає на належний стан туристичної інфраструктури та інформаційне забезпечення об'єктів і маршрутів туристичної галузі областей;

- відсутність скоординованих дій і системного підходу до розроблення та виконання державної, регіональних і місцевих програм збалансованого розвитку туризму й курортів, а також сучасних сприятливих умов для формування та розвитку внутрішнього і в'їзного туризму;

- відсутність планів збалансованого розвитку природних курортних територій, як наслідок – недостатній рівень формування та розвитку потенціалу туристичної інфраструктури й обслуговування в об'єктах відпочинку туристів.

Сьогоднішній і майбутній розвиток інформатизації туристичної галузі в областях України потребує активнішої підтримки з боку влади на всіх рівнях управління щодо інформованості та просування туристичного продукту, забезпечення туристичної інфраструктури, що потребує освоєння нових ринків як вітчизняних так і міжнародних для максимального стимулювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей України.

Стратегія збалансованого розвитку туристичної галузі має послідовно формуватись за певними етапами (рис. 4.1.).

Як вже зазначалося вище, туристична галузь в Україні та у світі досить стрімко розвивається. 2017 рік був визнаний генеральною Асамблеєю ООН Міжнародним роком туризму.

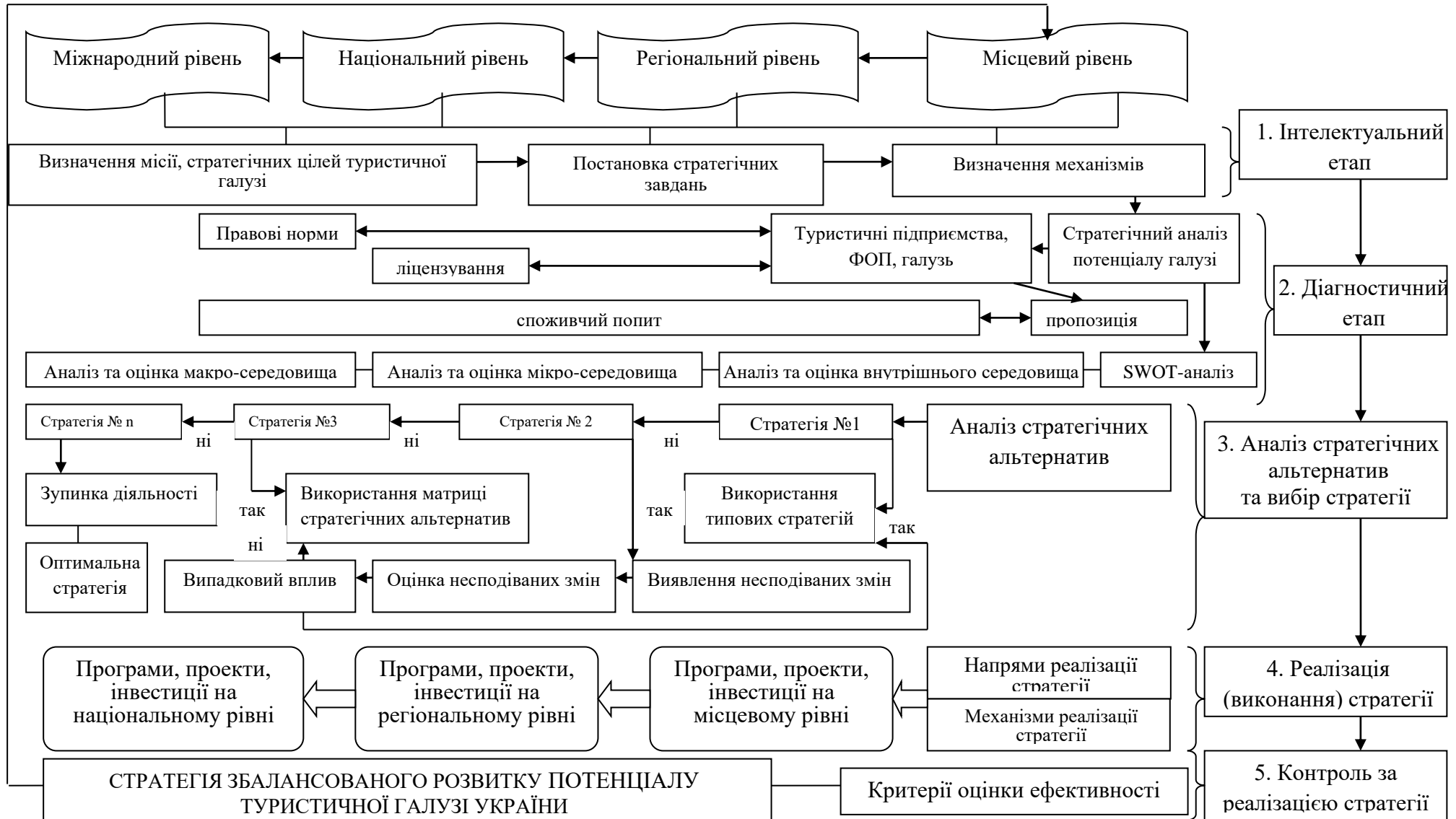


Рис. 4.1. Концептуальний підхід формування стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України (розроблено автором)

16 березня 2017 року Кабінетом Міністрів України було прийнято Розпорядження № 168–р «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», метою якого є формування сприятливих умов для активізації збалансованого розвитку туристичної галузі згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну галузь, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку областей і держави загалом, сприяє підвищенню якості життя населення, збалансованому розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [7].

Основними напрямками реалізації цієї стратегії є:

- комплексне забезпечення безпеки туристів;
  - удосконалення чинної законодавчої та нормативно-правової бази у сфері туризму;
  - розвиток туристичної інфраструктури, людських ресурсів (професійна підготовка фахівців, затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців, забезпечення наукових досліджень і запровадження інноваційних розробок у туристичній галузі);
  - маркетингова політика збалансованого розвитку туристичної галузі, тобто формування позитивного іміджу України, презентації туристичного потенціалу як в межах країни, так і за кордоном, створення туристичного інтернет-порталу із інформацією про туристичні можливості України та ін.
- Очікувані результати реалізації Стратегії оформлено у табл. 4.1.

У 2017 році Кабінетом Міністрів України, профільними комітетами Верховної ради, представниками туристичного бізнесу та громадськістю був опрацьований Проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань туризму». Основна мета законодавчої ініціативи – встановлення чітких та зрозумілих правил для підприємців і споживачів.

Контрольні показники збалансованого розвитку потенціалу туристичної  
галузі України

Найменування показника розвитку	За роками			
	2015	2019	2022	2026
1. Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази
2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
3. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
4. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
5. Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
6. Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	125.5	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази

За прогнозами Світової Туристичної Організації (СТО) у XXI столітті очікується туристичний бум: кількість подорожуючих у світі у 2020 року зросте до 1,6 млрд. осіб за рік, що означає збільшення туристичних прибуттів у 2,4 рази порівняно з 2000 роком. При цьому у 2020 року передбачається збільшення доходів від туризму до 2 000 млрд. доларів США. Україна у 2001 році за кількістю прибуття іноземних туристів займала 22 місце у світі (5,8 млн. осіб, що становить близько 1 % від світових туристичних прибуттів). За прогнозованими розрахунками СТО щодо розвитку в'їзного туризму в Україні його чисельність повинна зрости до 15,0 млн. осіб у 2020 року [22].

Дослідивши Стратегії розвитку туристичної галузі в різних областях України, вважаємо за необхідне дати оцінку цим Програмам за моделлю оцінки якості програм розвитку туристичної галузі України [48] (рис. 4.2.).



Рис. 4.2. Модель оцінки якості програм розвитку потенціалу туристичної галузі України [48]

Згідно з цією методикою, в якій за визначеним критерієм програма не містить частини, відповідного критерію, отримує 1 бал, якщо за обраним критерієм програма містить відповідну частину, отримує 2 бали. Шляхом експертного опитування проаналізуємо якість Програм туристичної галузі України за всіма критеріями оцінювання. Базою дослідження стануть чинні регіональні програми розвитку туристичної галузі в Україні (табл. 4.2.).

Таблиця 4.2

Перелік діючих регіональних програм розвитку туризму і курортів  
(станом на 2019 рік)

Область	Назва документа	Орган затвердження	Термін дії
1	2	3	4
Вінницька	Програма розвитку туризму у Вінницькій області на 2017–2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 30.06.2017р. №5	2017–2020

## Продовження табл. 4.2

1	2	3	4
Волинська	Програма розвитку туризму та рекреації у Волинській області на 2016–2020	Рішення сесії обласної ради від 07.04.2016р. №4/10	2016–2020
Дніпропетровська	Програма розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014 – 2022 роки	Рішення сесії обласної ради від 20.06.2014р. №532–26/VI	2014–2022
Закарпатська	Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016–2020 роки	Розпорядження голови Закарпатської облдержадміністрації від 22.12.2015р. №95	2016–2020
Запорізька	Програма розвитку рекреаційно–курортного комплексу та туризму з Запорізькому районі на 2016–2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 22.06.2016р. №5	2016–2020
Львівська	Програма розвитку туризму, курортів і рекреації у Львівській області на 2018–2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 05.12.2017р. №558	2018–2020
Івано–Франківська	Комплексна регіональна цільова програма розвитку туризму в області на 2016–2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 16.10.2015р. №1820–39/2015	2016–2020
Миколаївська	Програма розвитку туризму та курортів у Миколаївській області на 2016–2020 роки,	Рішення обласної ради від 10 червня 2016 року №6	2016–2020
Одеська	Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області 2017–2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 23.12.2016р. №285–VII	2017–2020
Полтавська	Програма розвитку туризму і курортів на 2016–2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 29.09.2016р. №220	2016–2020
Рівненська	Програма розвитку туризму в Рівненській області на 2016 – 2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 13.04.2016р. №61	2016–2020
Сумська	Програма сталого розвитку туризму у Сумській області на 2018–2022 роки	Рішення сесії обласної ради від 20.12.2017р.	2018–2022
Херсонська	Програма розвитку туризму та курортів в Херсонській області на 2019–2021 роки	Рішення сесії обласної ради від 14.12.2018р. №1095	2019–2021
Черкаська	Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2012–2020 роки	Рішення сесії обласної ради	2012–2020
Чернігівська	Обласна цільова програма розвитку туризму в Чернігівській області на 2013–2020 роки	Рішення сесії обласної ради 21.12.2012 р.	2012–2020

В інших областях Програми розвитку туристичної галузі до 2021 року знаходяться на стадії обговорення, підготовки і мають статус проєкту. В деяких областях вони взагалі відсутні або втратили чинність.

На першому етапі оцінки якості регіональних програм розвитку туристичної галузі вважаємо за необхідне здійснити за їх доцільністю. Згідно з «Державною стратегією регіонального розвитку на період до 2020 року» затвердженою Кабінетом Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 [13] розглянемо пріоритетні напрями розвитку всіх областей України та виявимо, яким саме областям України з боку держави найбільше приділено уваги стосовно розвитку туристичної галузі (табл. 4.3).

Таблиця 4.3

Пріоритетні напрями розвитку потенціалу туристичної галузі України на період до 2020 року [13]

Область	Найменування напрямку	Бали
Вінницька	Стимулювання розвитку прикордонного співробітництва з Республікою Молдова Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	1
Волинська	Розвиток транскордонного співробітництва, прикордонної інфраструктури Реструктуризація вугільної галузі	1
Дніпропетровська	Розвиток інфраструктури Розвиток сільської місцевості	1
Закарпатська	Розвиток туристичної та курортно–рекреаційної сфери	2
Запорізька	Розвиток курортно–рекреаційної сфери Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	2
Львівська	Розвиток курортно–рекреаційної сфери Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	2
Івано–Франківська	Розвиток туристичного комплексу (в тому числі зеленого сільського туризму) Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	2
Миколаївська	Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	1
Одеська	Розвиток курортно–рекреаційної сфери	2
Полтавська	Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	1
Рівненська	Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	1
Сумська	Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	1
Херсонська	Розвиток туристично–рекреаційного комплексу	2
Черкаська	Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	1
Чернігівська	Розвиток зеленого туризму в сільській місцевості	1

З таблиці 4.3. бачимо, що найбільш доцільним є розвиток потенціалу туристичної галузі у Закарпатській, Запорізькій, Львівській, Івано-Франківській, Одеській, Херсонській областях. Ці області згідно з пропонованою методикою отримують по 2 бали. Інші області відповідно отримують по 1 балу, тому що розвиток потенціалу туристичної галузі для них не є пріоритетним. Згідно з «Державною стратегією регіонального розвитку на період до 2020 року» у Вінницькій, Запорізькій, Львівській, Івано-Франківській, Миколаївській, Полтавській, Рівненській, Сумській, Черкаській та Чернігівській областях доцільним є розвиток зеленого туризму в сільській місцевості, але це тільки один із видів туризму, тому експерти не надають відповідні бали цим областям [13].

Також згідно з цією ж Стратегією стратегічними цілями, пріоритетними напрямами та завданнями державної регіональної політики у всіх областях країни є: створення якісного туристичного продукту на основі раціонального використання туристичних ресурсів, визначення зон пріоритетного розвитку потенціалу туристичної галузі шляхом туристичного районування областей; формування позитивного іміджу областей у туристичній галузі на зовнішньому та внутрішньому туристичному ринку; створення загальнодержавної інформаційної мережі у галузі туризму та курортів, зокрема шляхом розвитку відповідної мережі інформаційних центрів в областях [13].

На другому етапі оцінки проведемо дослідження за узгодженістю за рівнями ієрархії (табл. 4.4.).

Дослідження показало, що більшість регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі України, окрім Дніпропетровської, Запорізької, Миколаївської областей, відповідають цілям та завданням «Стратегії розвитку туризму і курортів» [28] та «Концепції Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на період до 2022 року» [27].



Оцінка регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі в  
Україні за компонентою «Узгодженість»

Області	Критерії		Оцінка
	Мета	Завдання	
Вінницька [39]	2	1	1,5
Волинська [38]	1	2	1,5
Дніпропетровська [40]	1	1	1,0
Закарпатська [34]	2	1	1,5
Запорізька [29]	1	1	1,0
Львівська [32]	2	2	2,0
Івано-Франківська [14]	2	2	2,0
Миколаївська [35]	1	1	1,0
Одеська [36]	2	2	2,0
Полтавська [33]	2	2	2,0
Рівненська [30]	2	2	2,0
Сумська [41]	2	2	2,0
Херсонська [37]	2	2	2,0
Черкаська [31]	2	2	2,0
Чернігівська [20]	1	2	1,5

Зміст та перелік завдань Львівської, Івано-Франківської, Одеської, Полтавської, Рівненської, Сумської, Херсонської та Черкаської областей України відповідають основним завданням документів [27; 28]. В інших областях України розробники приділили недостатньо уваги не тільки переліку завдань у своїй області, а і його змістовній частині.

Програма Запорізької області ні за метою, ані за своїми завданнями не відповідає цілям та основним завданням наведеним вище документам.

Також необхідно зазначити, що у програмах Львівської, Івано-Франківської, Полтавської, Рівненської, Сумської та Херсонської областей визначені пріоритети або пріоритетні завдання, які теж відповідають більшості завдань, поставлених у «Стратегії розвитку туризму і курортів» [27].

На третьому етапі здійснимо згідно з методикою оцінку державних програм розвитку потенціалу туристичної галузі в областях України за структурною відповідністю [48] (результати подано у табл. 4.5).

Оцінивши регіональні програми розвитку потенціалу туристичної галузі України, можна зробити такі висновки:

Оцінка регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні за компонентою «Структурна відповідність»

Програми	Критерії									Оцінка
	Оцінка стану	Визначення проблеми	Мета	Завдання	Пріоритети	Заходи	Ресурсне забезпечення	Очікувані результати	Контроль	
Вінницька [39]	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1,78
Волинська [38]	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1,56
Дніпропетровська [40]	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1,67
Закарпатська [34]	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1,78
Запорізька [29]	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1,89
Львівська [32]	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1,78
Івано-Франківська [14]	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2,0
Миколаївська [35]	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1,45
Одеська [36]	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1,89
Полтавська [33]	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1,45
Рівненська [30]	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1,67
Сумська [41]	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1,89
Херсонська [37]	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2,0
Черкаська [31]	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1,78
Чернігівська [20]	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1,67

– за критерієм «Оцінка стану програми» у багатьох програмах областей України, а саме: Вінницької, Волинської, Дніпропетровської, Запорізької, Полтавської, Чернігівської, не було надано характеристику та структуру, не проаналізовано сучасний стан розвитку потенціалу туристичної галузі країни;

– в усіх досліджених регіональних програмах її розробниками було наведено мету та завдання; у багатьох програмах наявні заходи та контроль за їх виконанням, а також ресурсне забезпечення;

– у Вінницькій, Запорізькій, Львівській, Івано-Франківській, Одеській, Сумській та Херсонській областях в регіональних програмах визначені проблеми розвитку потенціалу туристичної галузі, проаналізовано причини їх виникнення, обґрунтовано необхідність їх вирішення за допомогою цільових програм;

– за критерієм «Пріоритети» було виявлено їх відсутність у програмах Вінницької, Волинської, Закарпатської, Миколаївської, Одеської, Полтавської, Сумської, Черкаської та Чернігівської областей;

– за критерієм «Очікувані результати» переважна більшість регіональних програм передбачала фінансування з різних джерел, не заборонених чинним законодавством.

Четвертий етап оцінює державні програми розвитку потенціалу туристичної галузі України за науковою обґрунтованістю (табл. 4.6).

Таблиця 4.6

Оцінка регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні за компонентою «Наукова обґрунтованість»

Програми	Критерії				Оцінка
	Оцінка стану	Діагностика проблем розвитку туризму	Визначення пріоритетів та завдань, що вирішує програма	Прогнозований характер очікуваних результатів	
Вінницька [39]	1	1	1	2	1,25
Волинська [38]	1	1	1	1	1,0
Дніпропетровська [40]	1	2	1	1	1,25
Закарпатська [34]	1	2	1	1	1,25
Запорізька [29]	2	1	2	2	1,75
Львівська [32]	2	2	2	1	1,75
Івано-Франківська [14]	2	2	2	1	1,75
Миколаївська [35]	1	1	2	1	1,25
Одеська [36]	2	2	2	1	1,75
Полтавська [33]	1	1	2	2	1,50
Рівненська [30]	1	1	2	1	1,25
Сумська [41]	1	2	2	1	1,50
Херсонська [37]	1	2	2	1	1,50
Черкаська [31]	2	1	2	2	1,75
Чернігівська [20]	1	2	2	1	1,50

Оцінка регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі областей країни за критерієм «Наукова обґрунтованість» показала, що найкращих результатів досягли такі області: Запорізька, Львівська, Івано-Франківська, Одеська та Черкаська; трохи гірший результат у Полтавській, Сумській, Херсонській та Чернігівській областях, а найгірший показник

отримала Волинська область – за всіма показниками оцінювання вона отримала лише 1 бал.

Отже, за оцінкою регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі, за пріоритетними напрямками лідерами є ті ж області, що і за загальною оцінкою. В регіональних програмах регіонів-лідерів, хоча з мінімальним висвітленням, але простежувалося використання різних видів аналізу, пропонувалися розрахунки окремих показників, визначено основні проблеми розвитку потенціалу туристичної галузі України.

Основні проблеми відображено в регіональних програмах розвитку потенціалу туристичної галузі таких областей: Запорізька, Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Сумська і Херсонська. У програмах більшості областей визначено чіткі аргументовані пріоритети розвитку потенціалу туристичної галузі. Оцінка регіональних програм показала, що тільки Вінницька, Запорізька, Полтавська та Черкаська області надали у своїх програмах аналіз кількісних та якісних показників результатів діяльності розвитку потенціалу туристичної галузі, в інших областях аналіз та прогноз діяльності взагалі відсутній.

У табл. 4.7. наведемо оцінку регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі за критерієм «Практична реалізованість».

З аналізу оцінки регіональних програм за практичною значимістю бачимо, що всі області України мають конкретні заходи, відповідальних виконавців і містять конкретні строки використання програми розвитку потенціалу туристичної галузі країни.

Майже всі області відображають перелік джерел фінансування розвитку потенціалу туристичної галузі його у своїх програмах, окрім Рівненської та Чернігівської.

За критерієм змістовності майже всі області країни знаходяться на стадії розробки та впровадження, також не зазначають конкретні обсяги фінансування та терміни виконання розвитку потенціалу туристичної галузі, тому отримали найнижчу оцінку.

Оцінка регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі в Україні за компонентою «Практична реалізованість»

Програми	Критерії				Оцінка
	Наявність конкретних заходів	Наявність відповідальних виконавців	Наявність строків виконання програми	Наявність реальних джерел фінансування	
Вінницька [39]	2	2	2	2	2,0
Волинська [38]	2	2	2	2	2,0
Дніпропетровська [40]	2	2	2	2	2,0
Закарпатська [34]	2	2	2	2	2,0
Запорізька [29]	2	2	2	2	2,0
Львівська [32]	2	2	2	2	2,0
Івано-Франківська [14]	2	2	2	2	2,0
Миколаївська [35]	2	2	1	2	1,75
Одеська [36]	2	2	2	2	2,0
Полтавська [33]	2	2	2	2	2,0
Рівненська [30]	2	2	2	1	1,75
Сумська [41]	2	2	2	2	2,0
Херсонська [37]	2	2	2	2	2,0
Черкаська [31]	2	2	2	2	2,0
Чернігівська [20]	2	2	2	1	1,75

Провівши оцінювання всіх регіональних програм розвитку потенціалу туристичної галузі, визначимо загальну інтегральну оцінку якості (табл. 4.8).

Отже, за результатами інтегрального оцінювання якості цільових програм розвитку потенціалу туристичної галузі областей України можна стверджувати: найбільш якісно сформовані відповідні цільові програми у Івано-Франківській – 1,792 (1-е місце), Одеській – 1,755 (2-е місце) та Львівській – 1,773 (3-тє місце) областях, а найменш якісно у Миколаївській – 1,242 (15-е місце), Дніпропетровській – 1,32 (14-е місце) та Волинській – 1,343 (8-е місце) областях.

Отже, провівши оцінку програм розвитку потенціалу туристичної галузі України, можна дійти таких висновків:

1. Програмно-цільовий підхід є найдієвішим механізмом щодо вирішення проблем в областях з розвитку потенціалу туристичної галузі.

Інтегральна оцінка якості регіональних програм розвитку потенціалу  
туристичної галузі в Україні

Програми	Компоненти						Інтегральна оцінка	Ранг
	Доцільність	Узгодженість за рівнями ієрархії	Структурна відповідність	Наукова обґрунтованість	Практична реалізація	Змістовність		
Вінницька [39]	1	1,5	1,78	1,25	2,0	1	1,421	11
Волинська [38]	1	1,5	1,56	1,0	2,0	1	1,343	13
Дніпропетровська [40]	1	1,0	1,67	1,25	2,0	1	1,32	14
Закарпатська [34]	2	1,5	1,78	1,25	2,0	1	1,588	6–7
Запорізька [29]	2	1,0	1,89	1,75	2,0	1	1,607	5
Львівська [32]	2	2,0	1,78	1,75	2,0	1	1,755	3
Івано-Франківська [14]	2	2,0	2,0	1,75	2,0	1	1,792	1
Миколаївська [35]	1	1,0	1,45	1,25	1,75	1	1,242	15
Одеська [36]	2	2,0	1,89	1,75	2,0	1	1,773	2
Полтавська [33]	1	2,0	1,45	1,50	2,0	1	1,492	9
Рівненська [30]	1	2,0	1,67	1,25	1,75	1	1,445	10
Сумська [41]	1	2,0	1,89	1,50	2,0	1	1,565	8
Херсонська [37]	2	2,0	2,0	1,50	2,0	1	1,75	4
Черкаська [31]	1	2,0	1,78	1,75	2,0	1	1,588	6–7
Чернігівська [20]	1	1,5	1,67	1,50	1,75	1	1,403	12

2. Інструментарієм цього підходу є цільові регіональні програми розвитку потенціалу туристичної галузі країни.

3. Регіональна цільова програма з розвитку потенціалу туристичної галузі повинна формуватись ретельніше та якісно використовувати методичний підхід.

#### 4.2. Вибір стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі

В умовах інтеграції, глобалізації та конкурентної боротьби на світовому та внутрішньому ринках особливо актуально і гостро стоїть питання щодо оцінки та вибору стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни.

Особливістю моделювання та прогнозування соціально-економічних явищ, в тому числі стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, є можливість використання різних методів обґрунтування та оцінювання тієї чи іншої моделі на основі тих чи інших критеріїв. Здійснювати процес стратегічного планування та прогнозування потенціалу туристичної галузі важко, тому що багато взаємопов'язаних чинників впливають на нього [55].

Для оцінки та обґрунтування вибору стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей України, оцінки конкурентної позиції та стадії життєвого циклу галузі недостатньо проаналізувати лише статистичні показники, оскільки ця статистична звітність не відображає в повному обсязі стан потенціалу певної області країни, а тільки окремі кількісні показники, а щодо якісних показників, то необхідно їх відстежувати або розрахунковим шляхом, або використовувати метод експертних оцінок.

Механізм збору та аналізу статистичних показників туристичної галузі України мають обмежену цінність. Це пов'язано з недосконалою нормативно-правовою базою та великою кількістю приватного сектору, який залишає свої прибутки в тіні української економіки. Таким чином якісно проаналізувати потенціал туристичної галузі України, спираючись лише на офіційні статистичні дані, неможливо [55].

На нашу думку, необхідно скористатися інтеграційним принципом для більш точної характеристики процесу стратегічного управління областей з урахуванням взаємозв'язку, взаємозалежності та взаємозумовленості показників [55].

Принцип інтеграції вимагає розробки та використання збалансованого інтегрального показника, який формується шляхом згортання багатьох одиничних показників [17].

Для обґрунтованого вибору стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей на основі досліджень Г. Алейникової, А. Босуновської, С. Голубничої, В. Данильчука, О. Музиченко-Козловської пропонуємо науково-методичний підхід комплексного оцінювання якісних

показників, визначення вагомості усіх показників та обґрунтування за допомогою багаторівневого ранжування інтегральної оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі області країни (рис. 4.3.).

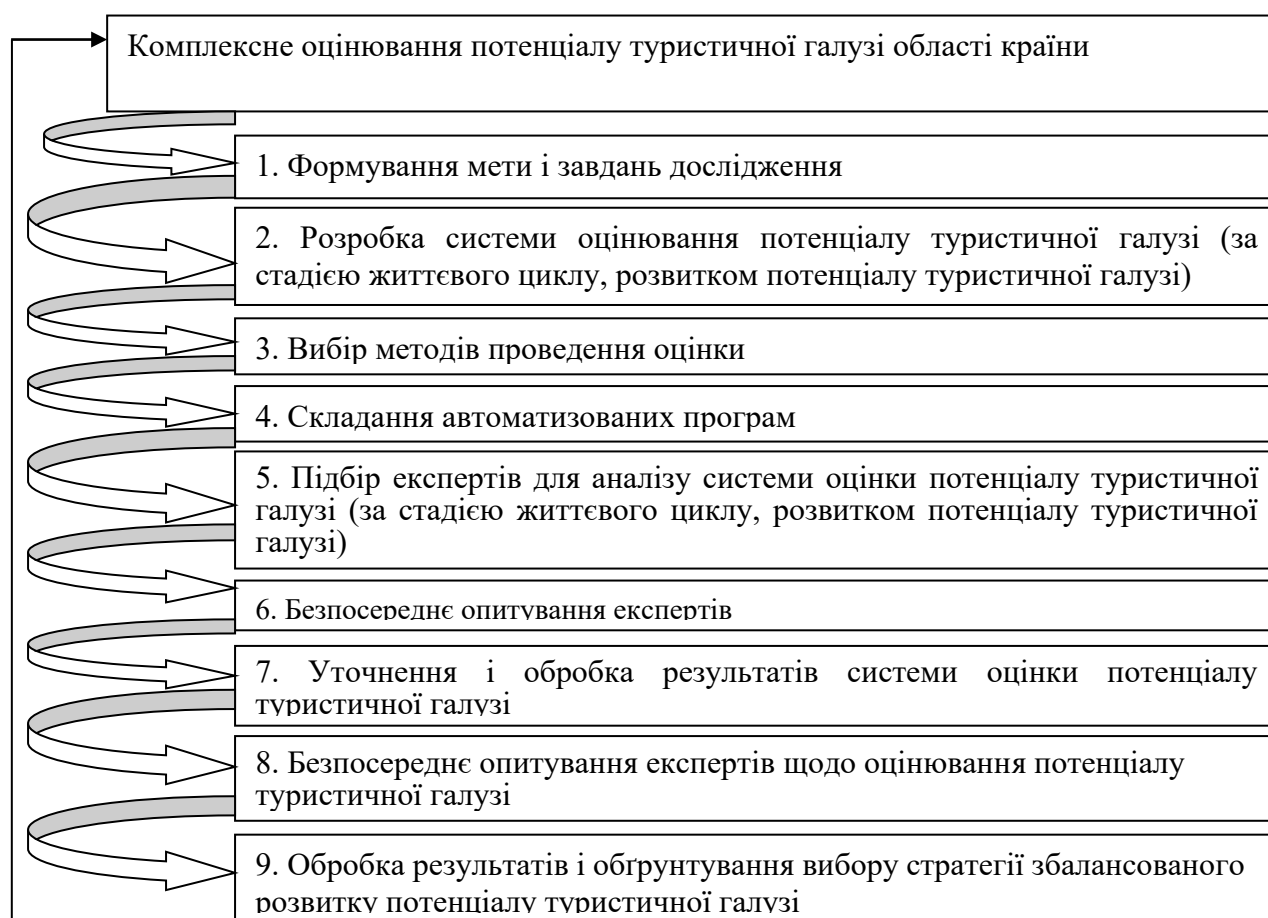


Рис. 4.3. Науково-методичний підхід комплексного оцінювання потенціалу туристичної галузі регіонів України (розроблена автором)

В цьому підході, вважаємо за доцільне використовувати методи ієрархії, парних порівнянь і експертного оцінювання, які дадуть нам можливість встановити пріоритети.

Для наукового обґрунтування вибору стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі виділили фактори, які, на нашу думку, характеризують конкурентну позицію збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в Дніпропетровській та Запорізькій області, і фактори, які характеризують стадію життєвого циклу (табл. 4.9).



Компоненти, фактори та показники потенціалу туристичної галузі  
Дніпропетровської та Запорізької областей

Компоненти	Фактори	Показники	Характеристика
1	2	3	4
1. Супраструктура лікувально– оздоровчого туризму	1.1. Розвиток туристичної галузі	1.1.1. Площа області	Абс.
		1.1.2. Фактично надано туристичних послуг	Абс.
		1.1.3. Імідж області	Експ.
	1.2. Інфраструктура лікувально– оздоровчого туризму	1.2.1. Кількість об'єктів туристичного показу	Експ.
		1.2.2. Наявність кваліфікованого персоналу	Експ.
		2. Туристично– рекреаційні ресурси	2.1. Природні та природно антропогенні ресурси
2. Туристично– рекреаційні ресурси	2.2. Соціальні ресурси	2.1.2. Кількість національних природних парків, інших природоохоронних об'єктів	Абс.
		2.2.1. Кількість архітектурних та культурно–історичних пам'яток	Абс.
		2.2.2. Мережа музеїв, театрів, інших закладів розваг і атракцій	Абс.
		2.2.3. Кількість найважливіших біосоціальних ресурсів;	Абс.
3. Інфраструктура туристичної галузі	3.1. Розвиток туристичної галузі	2.2.4. Кількість найважливіших подієвих ресурсів	Експ.
		3.1.1. Кількість суб'єктів туристичної діяльності	Абс.
	3.2. Інфраструктура гостинності	3.2.1. Забезпеченість території засобами розміщення для різних категорій туристів	Абс.
		3.2.2. Забезпеченість території закладами ресторанного господарства для різних категорій туристів	Абс.
		3.2.3. Цінова конкурентоспроможність послуг у туристичних підприємствах	Експ.
		3.2.4. Якість обслуговування	Експ.
	3.3. Транспортна доступність	3.3.1. Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям, тис. км на кв. км	Абс.
		3.3.2. Щільність залізних колій загального користування, тис. км на кв. км	Абс.
		3.3.3. Кількість аеропортів	Абс.

1	2	3	4
4. Загальний імідж області, соціальне середовище	4.1. Якість життя населення	4.1.1. Кількість економічно активного населення (у % до загальної кількості)	Абс.
		4.1.2. Доходи на душу населення	Абс.
	4.2. Підтримка розвитку туристичної галузі	4.2.1. Наявність програм розвитку туристичної галузі	Абс.
		4.3. Позитивний туристичний імідж області	4.3.1. Сформованість системи маркетингових комунікацій
	4.4. Екологічна безпека		4.3.2. Популярність туристичного бренду області
		4.4.1. Щільність шкідливих викидів в атмосферу	Абс.
4.5. Правова безпека	4.5.1. Кількість злочинів на 1 тис. населення	Абс.	

Економічна ефективність від потенціалу туристичної галузі в областях країни залежить від багатьох чинників, тому необхідно об'єднати та упорядкувати усі ознаки множини в одну збалансовану інтегральну оцінку.

Існує декілька підходів щодо оцінки та вибору стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни (в нашому дослідженні Дніпропетровської та Запорізької областей), які мають свою інформаційну основу, переваги, недоліки і можливості для використання на практиці.

Одним з найпростіших і зрозумілих способів подання результатів оцінки потенціалу туристичної галузі є метод рангів, яким можна визначити шлях ранжування основних показників місця у рейтингу туристичної галузі конкурентних областей. Область, яка набирає мінімальну суму балів, визначається більш забезпеченою ресурсами туристичної галузі шляхом експертного оцінювання за всіма обраними показниками.

Перевагою методу рангів є простота застосування і можливість використання як кількісних, так і якісних показників, які поширені у сфері послуг. Однак цей метод має і певні недоліки: він дає тільки приблизний результат, не дозволяє встановити ступінь відставання однієї області від іншої, є слабо формалізованою, дозволяє виробити тільки приблизні рекомендації щодо розробки конкурентних стратегій [12, с.87].

Ще одним підходом, за яким можна провести порівняльну оцінку потенціалу туристичної галузі областей України, є параметричний метод, який за допомогою вагових коефіцієнтів визначає значущість кожного показника, але основним недоліком є експертне оцінювання цих показників, яке залежить від досвіду, знань, кваліфікації та суб'єктивних уявлень експертів щодо предмета оцінювання. Такий підхід, пропонував М. Окландер, він здійснюється шляхом оцінки конкурентоспроможності в порівнянні з відповідною галуззю інших областей. Оцінювання відбувається таким чином [21]:

1. Формування набору ключових ознак, за допомогою яких співставляють обласну конкурентоспроможність (потенціал) туристичної галузі [21].

2. Здійснення кількісної (параметричної) локальної оцінки стану потенціалу туристичної галузі за кожним чинником окремо [21].

3. Розрахунок інтегрального показника стану потенціалу туристичної галузі за усіма обраними ознаками за формулою [21]:

$$A = \sum_{j=1}^n a_j x_j \quad (4.1)$$

де:  $A$  – інтегральний показник стану потенціалу туристичної галузі областей України;

$a_j$  – вага або значущість кожної ознаки;

$j$  – чинник конкурентоспроможності (потенціалу) туристичної галузі області;

$x_j$  – параметричний індекс ознаки;

$n$  – кількість ознак.

4. Визначення місця (позиції) потенціалу туристичної галузі на ринку туристичних послуг [21].

У модифікованому варіанті параметричного методу оцінка розвитку потенціалу туристичної галузі проводиться за реальними кількісними показниками статистичної звітності.

Розрахунок інтегрального показника потенціалу туристичної галузі можна представити таким чином:

$$K_i = m_1 \times I_\partial + m_2 \times I_{кте} + m_3 \times I_{мс} + m_4 \times I_{мзр} + m_5 \times I_{нпр} + m_6 \times I_n \quad (4.2)$$

де:  $K_i$  – інтегральний коефіцієнт потенціалу туристичної галузі;

$I_\partial$  – параметричний індекс обсягу доходів від туристичної діяльності;

$I_{кте}$  – параметричний індекс кількості обслуговуваних туристів та екскурсантів;

$I_{мс}$  – параметричний індекс місткості санаторно-курортних закладів;

$I_{мзр}$  – параметричний індекс місткості засобів розміщення;

$I_{нпр}$  – параметричний індекс площі природних ресурсів;

$I_n$  – параметричний індекс кількості культурно-історичних пам'яток;

$m_1; m_2; m_3; m_4; m_5; m_6$  – коефіцієнти вагомості кожного з параметрів.

Позиціонування потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей здійснимо в порівнянні з двома найпотужнішими конкурентами в туристичній галузі України – Карпати і Одеса (табл. 4.10.).

Згідно з дослідженнями сьогодні вартісні показники визначають попит на туристичні послуги, отже, інтегральний показник розвитку потенціалу туристичної галузі найвищий у Карпатському регіоні порівняно з Одеською і Запорізькою областями.

Аналіз рейтингу показав, що пріоритетом Карпатського регіону є відпочинок, лікування шлунково-кишкових захворювань і туристична діяльність осіб із середнім добробутом. У Запорізькій області переважає лікувально-оздоровчий туризм орієнтований на захворювання нервової системи, дихальних шляхів та відпочинок для осіб з високим рівнем добробутку. Для Одеської області характерна туристична діяльність переважно з лікуванням широкого кола захворювань для осіб із середнім доходом.

## Позиціонування потенціалу туристичної галузі Запорізької області в Україні

Чинник комерційного успіху	Значущість кожного чинника ( $a_j$ )	Параметричний індекс чинника ( $1 \leq x_j \leq 10$ )		
		Запорізька область	Одеська область	Карпати
Ціни на туристичні послуги	0,2	5	8	10
Ціни на продукти харчування	0,2	5	7	10
Ціни на розваги	0,1	5	8	10
Розвиненість туристичної інфраструктури	0,15	5	4	3
Середній рівень комфорту засобів розташування	0,05	5	3	3
Ступінь універсалізації санаторно-курортних закладів	0,06	6	8	3
Швидкість акліматизації	0,06	4	9	8
Різноманіття туристичних ресурсів	0,06	10	7	4
Організація гастролей «зірок» естради	0,06	8	10	4
Наявність історико-архітектурних та культурних пам'яток	0,06	8	8	8
Інтегральний показник стану туристичної галузі області	1,0	3,86	4,37	7,22

Більшість методик оцінки потенціалу туристичної галузі країни здійснюються шляхом експертного оцінювання. Але це досить дискусійне питання, оскільки існує багато проблем щодо підбору та встановлення кількості, рівня необхідної кваліфікації експертів. Для усунення цього недоліку можна використовувати метод парних порівнянь, який ґрунтується на попарному порівнянні всіх факторів між собою і визначає ступінь переваг за шкалою Т. Сааті [42, с.22–24].

У матриці Сааті елементи попарних порівнянь впливу розглянутої оцінки показників на рівень розвитку потенціалу туристичної галузі (табл. 4.11).

Значення цих елементів матриці становить узгоджену думку експертів – фахівців туристичної галузі, які мали досвід дослідження та практичної реалізації проєктів розвитку потенціалу туристичної галузі. В дослідженні було задіяно понад 50 експертів, які мають досвід подорожей в Україні (Додаток X).

Інтегральна оцінка розвитку потенціалу туристичної галузі ґрунтується на порівнянні не з фактичним (минулим) станом, а з ідеальним – індикативно встановленим, тобто з її допомогою немов би оцінюють не пройдений шлях, а

той, який залишилося пройти до ідеалу (еталона). За факторами розкладається не сама фактична оцінка рівня туристичної привабливості області, а відношення максимального (чи мінімального) показника до фактичного показника [18].

Таблиця 4.11

Матриця парних порівнянь впливу показників на рівень збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі

Оціночні параметри	$K_{\delta}$	$K_{кте}$	$K_{мс}$	$K_{мзр}$	$K_{нпр}$	$K_n$	Добуток	Корінь	Питома вага
$K_{\delta}$	1,00	1,75	6,75	3,75	1,60	2,10	148,84	2,31	0,28
$K_{кте}$	0,59	1,00	3,50	2,00	0,97	1,30	5,14	1,31	0,12
$K_{мс}$	0,38	0,58	1,00	0,75	0,72	1,05	0,12	0,71	0,09
$K_{мзр}$	0,42	0,67	1,50	1,00	0,77	1,10	0,35	0,84	0,11
$K_{нпр}$	0,67	1,21	5,38	2,88	1,00	1,17	14,43	1,56	0,19
$K_n$	0,58	1,08	5,25	2,75	0,88	1,00	7,91	1,41	0,17
Всього	X	X	X	X	X	X	X	8,14	1,00

Використовуючи формулу 4.2, розрахуємо інтегральний показник збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі всіх областей України, за винятком АРК, м. Севастополь, Донецької та Луганської областей (табл. 4.12). При розрахунку параметричних індексів, будемо використовувати відношення відповідних показників областей саме до середніх значень по країні [18].

На користь такого підходу, зокрема, думка одного з фундаторів конкурентного аналізу М. Портера, що рівень порівняльної конкурентоспроможності економічної системи необхідно розраховувати по відношенню до середніх показників серед усіх конкурентів.

М. Портер спочатку запропонував таку методику для використання на мікроекономічному рівні: “Діяльність будь-якої компанії може бути охарактеризована двома показниками: перший відноситься до середньої продуктивності всіх конкурентів галузі і другий – до того, чи є конкретна компанія виробником вище чи нижче середнього рівня в галузі [25, с.23].

Таблиця 4.12

Значення інтегрального коефіцієнта збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України за 2018 рік

Туристичні області	Оціночні параметри потенціалу туристичної галузі та відповідні одиничні коефіцієнти												Інтегральний коефіцієнт туристичного потенціалу
	Обсяг доходів від туристичної діяльності, тис. грн.	$K_d$	Кількість обслугованих туристів і екскурсантів	$K_{кте}$	Кількість місць у санаторно-курортних закладах*	$K_{мс}$	Кількість місць у засобах розміщення	$K_{мзр}$	Площа природних рекреаційно-туристичних ресурсів, км <sup>2</sup> *	$K_{нпр}$	Кількість культурно-історичних пам'яток*	$K_n$	
Вінницька	44367,8	0,05	42178	0,21	33412	1,3	1895	0,26	8783	0,87	1950	0,87	0,50
Волинська	23620,1	0,03	21807	0,11	23052	0,53	3684	0,49	18013	1,79	1412	0,63	0,75
Дніпропетровська	99660,1	0,11	116981	0,59	93650	2,15	11826	1,59	6403	0,63	3591	1,6	0,88
Житомирська	10550,6	0,01	17957	0,09	25718	0,59	995	0,13	14377	1,43	5208	2,33	0,75
Закарпатська	29122,4	0,03	25348	0,13	32092	0,74	3748	0,5	11500	1,14	526	0,24	0,41
Запорізька	45976,2	0,05	56374	0,28	51274	1,18	16102	2,17	6001	0,59	1748	0,78	0,65
Івано-Франківській	453399,9	0,5	55781	0,28	35241	0,8	6229	0,84	8178	0,81	1753	0,78	0,64
Київська	58981,2	0,06	66385	0,34	37017	0,85	9489	1,28	21601	2,14	2356	1,05	0,87
Кіровоградська	16571,6	0,02	11556	0,06	42289	0,97	2114	0,28	5185	0,51	2164	0,97	0,40
Львівська	511590,4	0,55	182255	0,92	33714	0,77	13191	1,78	13769	1,37	3872	1,73	1,12
Миколаївська	16583,5	0,02	19002	0,09	30122	0,69	12620	1,7	8900	0,88	1392	0,62	0,54
Одеська	202190,7	0,22	81381	0,41	118672	2,72	23427	3,15	11294	1,12	1438	0,64	1,04
Полтавська	25604,5	0,03	32007	0,16	58057	1,33	3363	0,45	7875	0,78	3146	1,4	0,59
Рівненська	19992,3	0,02	22027	0,11	27250	0,63	1557	0,21	18235	1,8	869	0,39	0,51
Сумська	15788,2	0,02	16178	0,08	50412	1,16	1532	0,21	10620	1,05	1459	0,65	0,46
Тернопільська	12345,8	0,02	13103	0,06	6923	0,16	1267	0,17	5854	0,58	2676	1,20	0,36
Харківська	86603,2	0,1	62232	0,32	98252	2,25	7511	1,0	7356	0,72	2743	1,23	0,74
Херсонська	53914,0	0,06	26130	0,13	69540	1,60	19581	2,64	8003	0,79	2337	1,05	0,80
Хмельницька	12610,6	0,02	25738	0,13	20046	0,46	2823	0,38	9690	0,96	2908	1,3	0,51
Черкаська	22722,1	0,02	26383	0,13	52445	1,20	3978	0,53	11224	1,11	1811	0,81	0,54
Чернівецька	28990,1	0,03	29562	0,15	14962	0,34	1325	0,18	4114	0,4	624	0,28	0,21
Чернігівська	12074,5	0,01	22306	0,11	32607	0,75	1949	0,26	14506	1,44	3563	1,59	0,66
м.Київ	19769785,0	21,1	3550090	18,1	15289	0,35	20662	2,78	480	0,05	1825	0,81	9,3
<b>У середньому по областях</b>	<b>937958,5</b>	<b>1,00</b>	<b>196642</b>	<b>1,00</b>	<b>43575</b>	<b>1,00</b>	<b>7429</b>	<b>1,00</b>	<b>10085</b>	<b>1,00</b>	<b>2234</b>	<b>1,00</b>	<b>1,01</b>

\*на момент дослідження інформація держстату України за період 2019рр. не подавалась

Потім цей підхід був розповсюдженим на регіональний і національний рівні [26, с.167–168].

Аналіз розрахованих у табл. 4.12. значень інтегрального коефіцієнту розвитку потенціалу туристичної галузі підтверджує очікування суттєвого домінування м. Київ, який є лідером за багатьма показниками (обсяг доходів від туристичної діяльності; кількість обслугованих туристів та екскурсантів; місткість засобів розміщення).

У м. Київ туристична галузь розвивається та функціонує набагато краще ніж в інших областях. Найбільша частина в країні кількістю місць у засобах розміщення та кількість обслуговуваних туристів і екскурсантів належить саме йому. Значення інтегрального показника потенціалу туристичної галузі м. Києва перевищує у 4,6 рази по відношенню до найближчої області–конкурента – Львівської області. Запорізька область займає 9 місце серед областей країни [54, с.69].

Отже, аналіз показав, що розвиток потенціалу туристичної галузі України нерівномірний.

Для визначення потенціалу туристичної галузі областей України, конкурентних цілей, обґрунтування коректності обласних порівнянь розділимо всі області України на 4 групи з умовними назвами: національні лідери за збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі, області з високим збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі, області з низьким збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі, області з найнижчим збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі.

В якості кількісних меж цих груп використовуємо середнє (у даному випадку, вже не «умовне середнє», що дорівнює 1, а реальне середнє арифметичне серед 23-х досліджених областей України) значення інтегрального коефіцієнта збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі і середньоквадратичні відхилення інтегральних коефіцієнтів для груп областей, чії значення  $K_i$  менші та більші за середнє значення [3].



Загальним алгоритм віднесення області до однієї з вказаних груп визначатиметься наступним виразом:

$$\text{Якщо } K_i \in \left\{ \begin{array}{l} [K_{max}; K_{cp} + \delta_1] \\ [K_{cp} + \delta_1; K_{cp}] \\ [K_{cp}; K_{cp} - \delta_2] \\ [K_{cp} - \delta_2; K_{min}] \end{array} \right\}, \text{ то } i \in \left\{ \begin{array}{l} \text{I гр. – області – лідери} \\ \text{II гр. – області із високим розвитком} \\ \text{III гр. – області із низьким розвитком} \\ \text{IV гр. – області із найнижчим розвитком} \end{array} \right\} \quad (4.3)$$

де:

$K_{max (min)}$  – максимальне (мінімальне) значення інтегрального коефіцієнта збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі;

$K_{cp}$  - середнє значення інтегрального коефіцієнта збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі;

$\delta_1 (\delta_2)$  – середньоквадратичні відхилення значень інтегрального коефіцієнта збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, які більше (менше)  $K_{cp}$ ;

Середньоквадратичні відхилення значень інтегрального коефіцієнта збалансованого розвитку потенціалу туристичної визначаються за допомогою таких виразів:

$$\delta_1 = \sqrt{(1:k) \times \sum (K_s - K_{cp1})^2}, \text{ де } s = 1, \dots, k; \quad (4.4)$$

$$\delta_2 = \sqrt{1:(n-k) \times \sum (K_t - K_{cp2})^2}, \text{ де } s = 1, \dots, n-k; \quad (4.5)$$

де:

$k (n-k)$  – кількість областей, для яких  $K_s \geq K_{cp1}$  ( $K_t \leq K_{cp2}$ );

$K_s (K_t)$  – значення інтегрального коефіцієнта збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в областях, для яких  $K_s \geq K_{cp1}$  ( $K_t \leq K_{cp2}$ );

$K_{cp.1}$  ( $K_{cp.2}$ ) – середні значення інтегрального коефіцієнта збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в областях, для яких  $K_s \geq K_{cp.1}$  ( $K_t \leq K_{cp.2}$ ).

Підставляючи значення інтегрального коефіцієнта збалансованого розвитку потенціала туристичної галузі з таблиці 4.12. до відповідних виразів проведемо типологізацію областей України та відобразимо отримані результати на рис. 4.4.

Області із найнижчим збалансованим розвитком	Області з низьким збалансованим розвитком	Області із високим збалансованим розвитком	Області-лідери збалансованого розвитку
Дніпропетровська – 0,88 Київська – 0,87 Херсонська – 0,80 Волинська – 0,75 Житомирська – 0,75 Харківська – 0,74 Чернігівська - 0,66 Запорізька – 0,65 Івано-Франківська – 0,64 Полтавська – 0,59 Миколаївська – 0,54 Черкаська – 0,54 Рівненська – 0,51 Хмельницька 0,51 Вінницька – 0,50 Сумська – 0,46 Закарпатська – 0,41 Кіровоградська – 0,40 Тернопільська – 0,36 Чернівецька - 0,21		Одеська – 1,04 Львівська – 1,12	м.Київ – 9,3
0,21	0,99	1,01	2,8
7,2			

Рис. 4.4. Матриця розподілу областей України за рівнем збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі

За результатами досліджень до групи областей-лідерів за наявним збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі потрапило тільки м. Київ. Аналогічного висновку, щодо одноосібного представництва столичного мегаполісу у групі лідерів дійшли О. Раєвнева та О. Бобкова [43, с.207].

До групи областей з високим рівнем збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України потрапили Одеська та Львівська області (рис. 4.5.).

Усі інші області опинились в останньому статистичному кластері з найнижчим показником збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України.

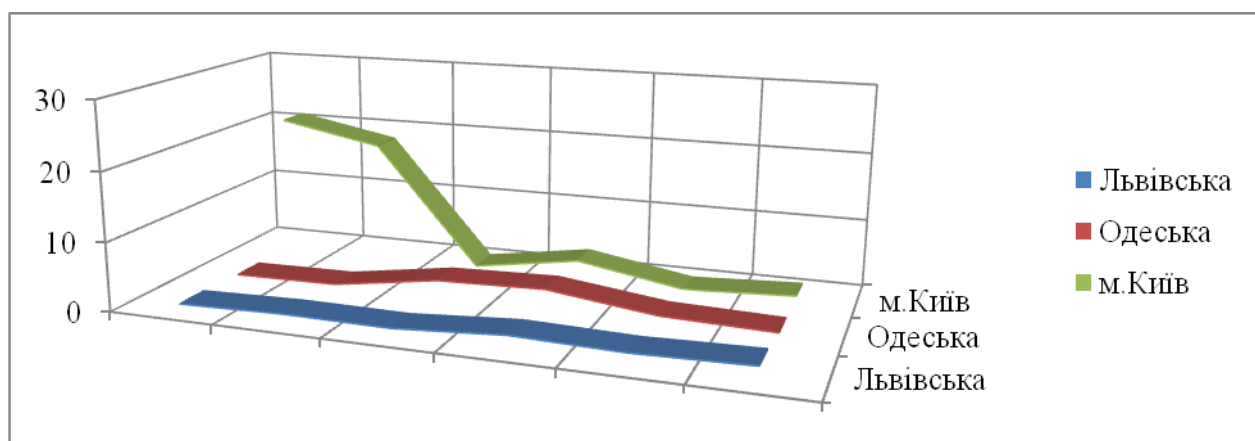


Рис. 4.5. Одиничні коефіцієнти збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України

Використовуючи данну методику оцінювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України, можна об'єктивно оцінити всі основні складові збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України та природні та антропогенні ресурси, основні показники діяльності суб'єктів туристичної галузі, її інфраструктури; надати об'єктивну оцінку конкурентних позицій областей України за рахунок обмеженості суб'єктивності думок експертів, використовуючи реальні кількісні показники, що наводяться в адміністративній та статистичній звітності.

На основі статистичних даних [46] та результатів експертного опитування розраховано частку кожного показника оцінки потенціалу туристичної галузі (табл. 4.13). Враховували показники, які отримали не менше 10%, оскільки вважаємо, що вони не дуже впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі.

Вагомість показників оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області

Компоненти	Фактори	Показники	Середня питома вагомість	Значима вагомість
1	2	3	4	5
1. Супраструктура розвитку потенціалу туристичної галузі в області	1.1. Розвиток туристичної галузі	1.1.1. Площа області	8,4%	0,00%
		1.1.2. Фактично надано туристичних послуг	10,9%	13,18%
		1.1.3. Імідж області	44,2%	53,45%
	1.2. Інфраструктура лікувально-оздоровчого туризму	1.2.1. Кількість об'єктів туристичного показу	14,5%	17,53
		1.2.2. Наявність кваліфікованого персоналу	13,1%	15,84%
Всього			100%	100%
2. Туристично-рекреаційні ресурси	2.1. Природні та природно антропогенні ресурси	2.1.1. Площа природоохоронних територій	15,8%	33,55%
		2.1.2. Кількість національних природних парків, інших природоохоронних об'єктів	9,1%	0,00
	2.2. Соціальні ресурси	2.2.1. Кількість архітектурних та культурно-історичних пам'яток	18,4%	23,93%
		2.2.2. Мережа музеїв, театрів, інших закладів розваг і атракцій	7,5%	0,00%
		2.2.3. Кількість найважливіших біосоціальних ресурсів;	8,5%	0,00%
		2.2.4. Кількість найважливіших подієвих ресурсів	32,7%	42,52%
	Всього			100%
3. Туристична інфраструктура	3.1. Розвиток туристичної галузі	3.1.1. Кількість суб'єктів туристичної діяльності	23,5%	33,57%
	3.2. Інфраструктура гостинності	3.2.1. Забезпеченість області засобами розміщення для різних категорій туристів	17,6%	25,14%
		3.2.2. Забезпеченість області закладами ресторанного господарства для різних категорій туристів	12,5%	17,86%
		3.2.3. Цінова конкурентоспроможність послуг у туристичних підприємствах	16,4%	23,43%
		3.2.4. Якість обслуговування	7,5%	0,00%

1	2	3	4	5
	3.3. Транспортна доступність	3.3.1. Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям, тис. км на кв. км	6,1%	0,00%
		3.3.2. Щільність залізних колій загального користування, тис. км на кв. км	8,1%	0,00%
		3.3.3. Кількість аеропортів	8,3%	0,00%
Всього			100%	100%
4. Загальний імідж області, соціальне середовище	4.1. Якість життя населення	4.1.1. Кількість економічно активного населення ( у % до загальної кількості)	14,6%	17,08%
		4.1.2. Доходи на душу населення	18,3%	21,4%
	4.2. Підтримка розвитку туристичної галузі	4.2.1. Наявність програм розвитку потенціалу туристичної галузі	8,7%	0,00%
		4.3. Позитивний туристичний імідж області	4.3.1. Сформованість системи маркетингових комунікацій	11,4%
	4.3.2. Популярність туристичного бренду області		30,9%	36,14%
	4.4. Екологічна безпека	4.4.1. Щільність шкідливих викидів в атмосферу	10,3%	12,05%
4.5. Правова безпека	4.5.1. Кількість злочинів на 1 тис. населення	5,8%	0,00%	
Всього			100%	100%

За результатами експертної оцінки розвитку потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області виявлено, що значними показниками є: фактично надані туристичні послуги, імідж області, наявність об'єктів туристичного показу та кваліфікованого персоналу. Найбільш значимим для потенційних туристів областей виявився імідж області – (53,45 %). Також на розвиток потенціалу туристичної галузі впливає кількість об'єктів туристичного показу (17,5 %) та кваліфікований персонал (15,8), який зможе професійно надати туристичні послуги (рис. 4.6).

У туристично-рекреаційних ресурсах експерти відзначили найважливішими: площу природоохоронних територій (33,55 %); кількість архітектурних і культурно-історичних пам'яток (23,93 %); кількість найважливіших подієвих ресурсів (42,52%) (рис.4.7).

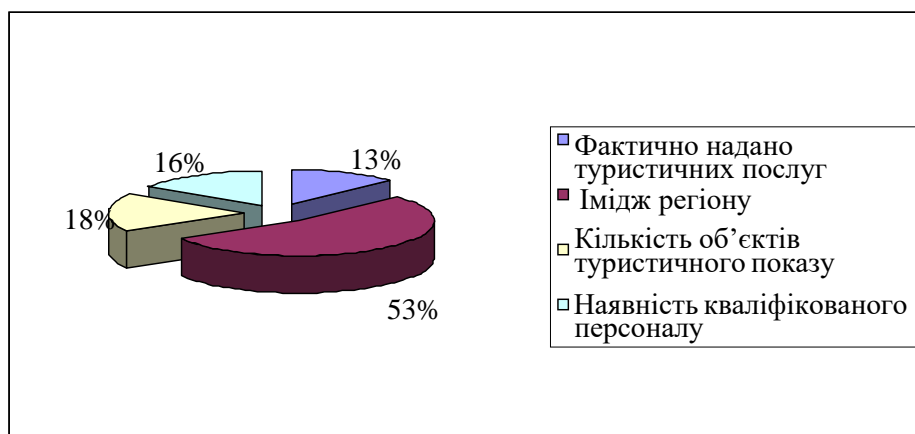


Рис. 4.6. Вагомість показників оцінки розвитку потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області за компонентою 1

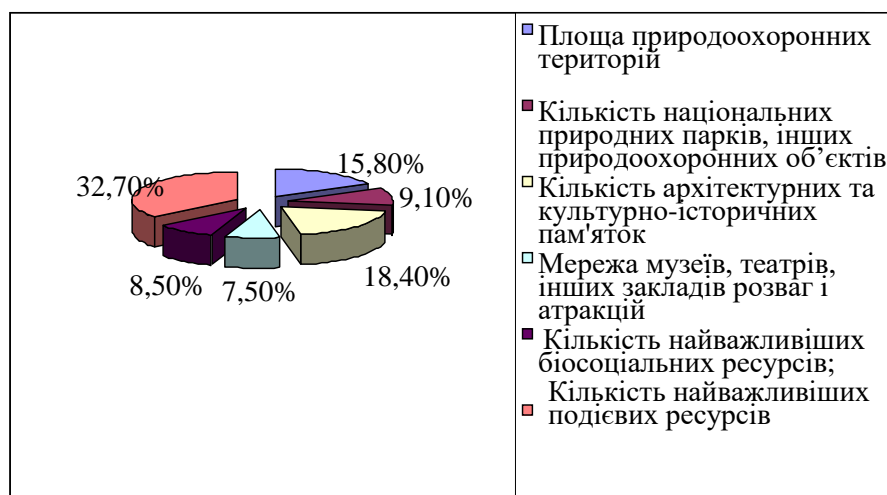


Рис. 4.7. Вагомість показників оцінки потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області за компонентою 2

Серед туристичної інфраструктури найважливішими експерти вважають розвиток потенціалу туристичної галузі та інфраструктуру гостинності, а саме: кількість суб'єктів туристичної діяльності (33,57 %), забезпеченість областей засобами розміщення для різних категорій туристів (25,14 %), забезпеченість областей закладами ресторанного господарства для різних категорій туристів (17,86 %) та цінову конкурентоспроможність послуг у туристичних підприємствах (23,43 %) (рис. 4.8).

За останньою 4 компонентою експерти із семи зазначених показників відзначили п'ять, серед яких найбільшу питому вагу має показник

туристичного бренду області (36,14 %), на другій позиції – показники рівня життя: кількість економічно активного населення (у % до загальної кількості) – 17 %, доходи на душу населення – 21 %. Також туристи звертають увагу на якість стану навколишнього природного середовища.

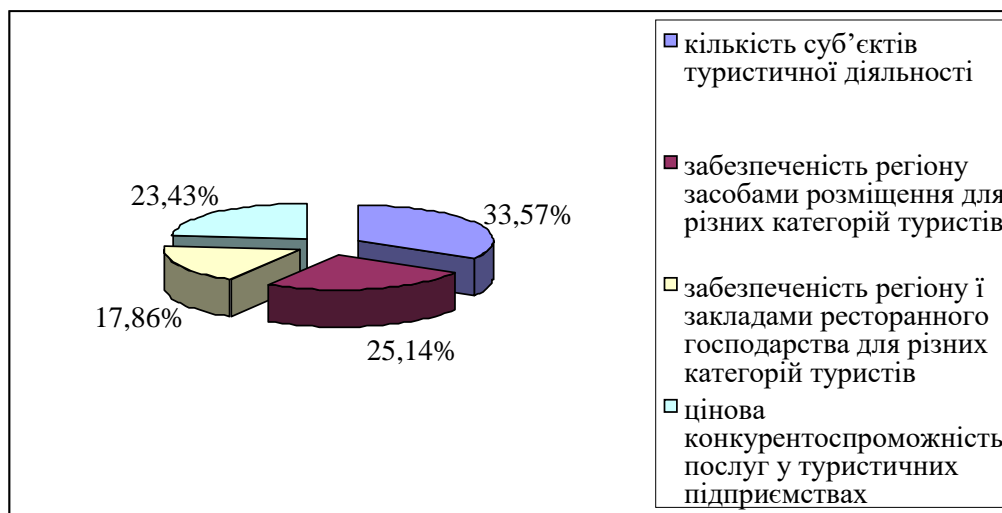


Рис. 4.8. Вагомість показників оцінки потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області за компонентою 3.

Узагальнюючи дані експертного оцінювання потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області, наведемо загальні коефіцієнти вагомості всіх компонентів (рис. 4.9). Найбільш вагомий фактор 1 компонента, а саме: підприємства туристичної галузі, їх популярність серед туристів та імідж регіону. Дуже важливим фактором є наявність туристично-рекреаційних ресурсів.

Для моделювання інтегральної оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі експертами були обрані такі області: Вінницька, Дніпропетровська, Запорізька, Івано-Франківська, Львівська, Одеська, Харківська, Закарпатська, Херсонська, Черкаська, м.Київ.

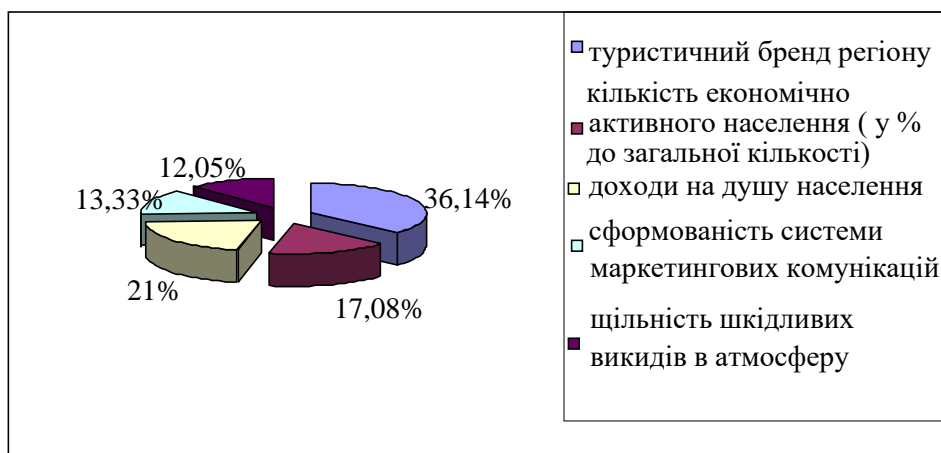


Рис. 4.9. Вагомість показників оцінки потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області за компонентою 4

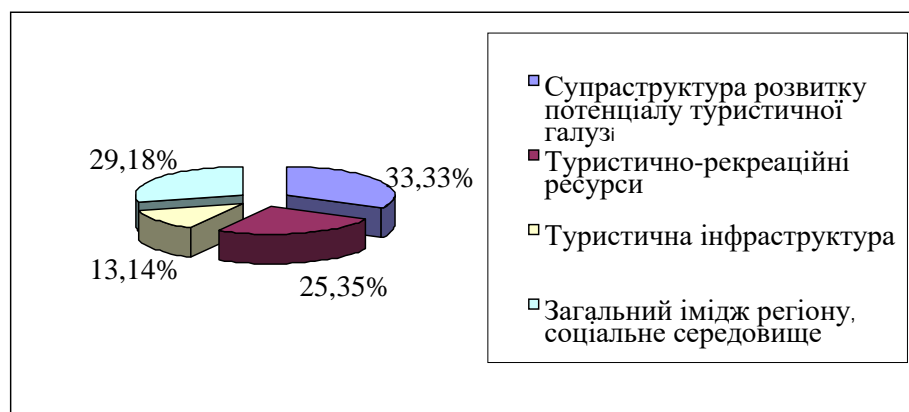


Рис. 4.10. Вагомість компонентів розвитку потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької області

Результати експертної оцінки потенціалу туристичної галузі окремих областей надано в табл. 4.14.

При цьому дослідженні виходили з припущення, що показники інтегральної оцінки потенціалу туристичної галузі можна ранжувати так:

- значення інтегральної оцінки 8...10 балів – домінуюча позиція;
- значення інтегральної оцінки 6,5...8 балів – сильна позиція;
- значення інтегральної оцінки 5,5...6,5 балів – сприятлива позиція;
- значення інтегральної оцінки 4...5,5 балів – стійка позиція;
- значення інтегральної оцінки 0...4 балів – слабка позиція.



Таблиця 4.14

## Експертна інтегральна оцінка потенціалу туристичної галузі в Україні

Область	Загальний імідж	Розвиток туристичної галузі	Інфраструктура туризму	Туристично-рекреаційні ресурси	Інтегральний показник	Конкурентна позиція
1	2	3	4	5	6	7
Вінницька	7,25	7,35	2,50	4,0	5,28	стійка позиція
Дніпропетровська	7,50	7,65	3,70	4,1	5,74	сприятлива позиція
Запорізька	7,20	6,74	3,48	4,2	5,41	стійка позиція
Івано-Франківська	7,30	6,80	3,65	4,3	5,51	сприятлива позиція
Львівська	7,40	6,38	5,89	5,24	6,23	сприятлива позиція
Одеська	7,80	8,91	4,84	4,32	6,47	сприятлива позиція
Харківська	7,50	7,20	4,70	4,25	5,91	сприятлива позиція
Закарпатська	7,16	7,24	4,50	4,31	5,80	сприятлива позиція
Херсонська	7,71	7,01	3,98	4,09	5,70	сприятлива позиція
Черкаська	7,0	6,40	2,50	4,0	4,98	стійка позиція
м.Київ	7,99	6,50	9,18	4,68	7,09	сильна позиція

Як видно з табл. 4.14 інтегральна оцінка експертів потенціалу туристичної галузі в Україні коливається від 4,98 балів Черкаська область до 7,09 м.Київ. Високі позиції займає місто Київ, що пояснюється значною сконцентрованістю культурної спадщини, біосоціальних і подієвих ресурсів. Львівська і Одеська області мають достатній розвиток ресурсної бази.

Можна зробити висновок, що м. Київ займає сильну позицію щодо розвитку потенціалу туристичної галузі, сприятливу позицію займає Дніпропетровська, Івано-Франківська, Львівська, Одеська, Харківська, Закарпатська та Херсонська області, а Вінницька, Запорізька та Черкаська мають стійку позицію.

Представимо інтегральну оцінку потенціалу туристичної галузі в Україні у вигляді пелюсткової діаграми (рис. 4.11). Ця діаграма дозволяє показати в

повному вигляді основні проблеми і переваги потенціалу туристичної галузі в Україні. Чим більша площа діаграми, тим вища загальна інтегральна оцінка. Непропорційність сторін чотирикутника свідчить про необхідність додаткової уваги до факторів, що є проблемними для даної області туристичної галузі в Україні або про значне випередження одного фактора у порівнянні з іншими, що свідчить про незбалансованість розвитку і проблеми, що можуть виникнути в найближчій перспективі. Так, значна перевага м. Києва щодо розвитку туристичної інфраструктури може спричиняти незавантаженість готельної бази, відповідно, недостатню прибутковість підприємств туристичної сфери, загострену конкуренцію.

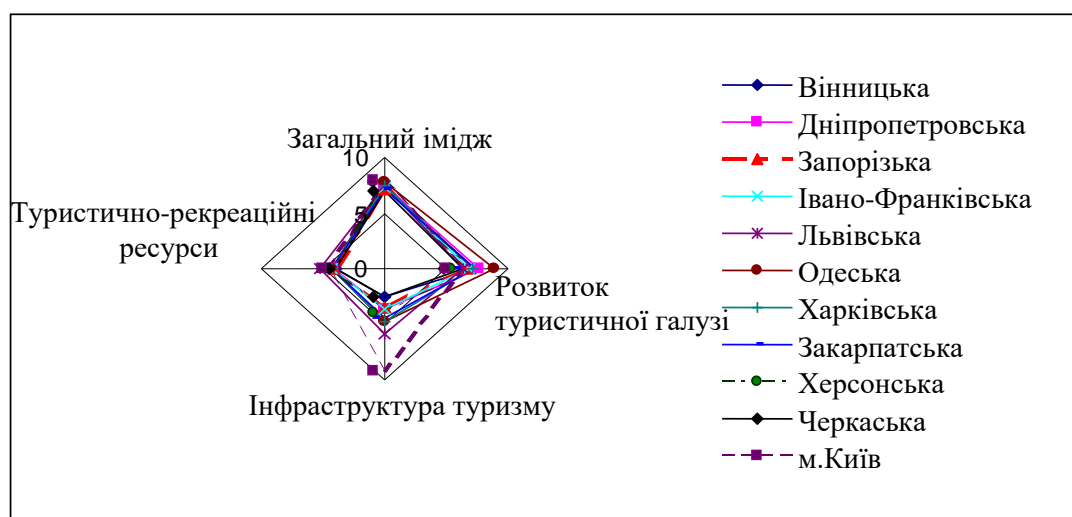


Рис. 4.11. Інтегральна оцінка потенціалу туристичної галузі України

На основі тих же підходів було узагальнено експертні оцінки і розраховано вагомість показників життєвого циклу потенціалу туристичної галузі України [53, с. 81] (табл. 4.15).

Розрахувавши інтегральну оцінку показників життєвого циклу потенціалу туристичної галузі областей України на основі статистичних даних та експертної оцінки, встановили, що Закарпатська та Одеська області знаходяться на етапі становлення, а інші області, які досліджувались, перебувають на етапі зародження потенціалу туристичної галузі.

Вагомість показників життєвого циклу потенціалу туристичної галузі  
України

№	Показник	Середня питома вагомість	Значима вагомість
1	Кількість розміщених у колективних засобах розміщування	17,50%	21,26%
2	Доходи від надання туристичних послуг, тис.грн.(юридичні і фізичні особи)	9,60%	0,00%
3	Роздрібний товарооборот підприємств за видами економічної діяльності(діяльність і забезпечення стравами і напоями, млн.грн.)	16,90%	20,53%
4	Кількість підприємств туристичної галузі	22,00%	26,73%
5	Обсяги капітальних інвестицій в розвиток індустрії гостинності, млн. грн.	8,10%	0,00%
6	Рівень гостинності місцевого населення	25,90%	31,47%
	Всього	100%	100%

При цьому виходили з припущення, що показники інтегральної оцінки стадії життєвого циклу потенціалу туристичної галузі України можна ранжувати таким чином [53, с.81]:

- значення інтегральної оцінки 0...5 балів – стадія зародження;
- значення інтегральної оцінки 5...8 балів – стадія зростання;
- значення інтегральної оцінки 8 ...10 балів – стадія зрілості;
- значення інтегральної оцінки 4...0 балів – стадія спаду (табл. 4.16).

Таблиця 4.16

Інтегральна оцінка стадії життєвого циклу потенціалу туристичної галузі  
України

Область	Інтегральний показник	Етап розвитку ЖЦ
Вінницька	3,57	зародження
Дніпропетровська	3,75	зародження
Запорізька	3,48	зародження
Івано–Франківська	4,25	зародження
Львівська	4,48	зародження
Одеська	6,28	становлення
Харківська	3,35	зародження
Закарпатська	5,10	становлення
Херсонська	3,27	зародження
Черкаська	3,25	зародження
м.Київ	4,63	зародження

З даних таблиці 4.16. видно, що найвищі показники розвитку життєвого циклу потенціалу туристичної галузі має Одеська (6,28 балів) та Закарпатська регіон (5,10 бала). Найнижчий показник визначено для Черкаської області – 3,28 бала.

Для обґрунтування стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі вважаємо задоцільне застосувати матрицю ADL (матрицю Артура Д.Літла), яка ґрунтується на концепції життєвого циклу. Згідно з цією концепцією у своєму розвитку потенціал туристичної галузі проходить чотири послідовні стадії: зародження, зростання і розвиток, зрілість, стагнація і старіння. Відповідно, кожен із туристичних центрів може перебувати на одній із зазначених стадій життєвого циклу, його оцінка і стратегія розробляється відповідно до особливостей цієї стадії. Перехід від однієї стадії до іншої вимагає від органів керівництва зміни стратегічних рішень [47].

Конструювання стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі передбачало накладення показників визначених для стадії життєвого циклу галузі та показників з розвитку туристичної привабливості та визначення відповідного квадранту для кожної області. Таким чином, потенціал туристичної галузі у матриці ADL розташувалася таким чином [55, с.74] (табл. 4.17).

Таблиця 4.17

## Стан розвитку потенціалу туристичної галузі України за матрицею ADL

		Зрілість ринку			
		Зародження	Зростання	Зрілість	Спад
Конкурентна позиція галузі	Домінуюча	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
	Сильна	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
	Сприятлива	<b>9</b> Дніпропетровська область, Івано-Франківська область, Львівська область, Одеська область, Харківська область, Херсонська область	<b>10</b> Одеська область, Закарпатська область	<b>11</b>	<b>12</b>
	Стиька	<b>13</b> Вінницька область, Запорізька область, Черкаська область.	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>
	Слабка	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>20</b>

Експерти високо оцінили складові розвитку потенціалу туристичної галузі м.Київ, а саме – культурно-історичні, соціальні та подієві ресурси, розвиток туристично-готельної інфраструктури, законодавчо-нормативне забезпечення, соціальну підтримку, сформованість туристичного бренду тощо та займає 5 позицію за матрицею АДЛ (Додаток Ц). Завдяки столичному статусу Києва до міста приїжджає до 2,3 млн. туристів щороку [55, с.74].

Як зазначалось вище, Закарпатська область має значний і розвинений - потенціал туристичної галузі, значна частина якого представлена малими та середніми господарствами. Високу оцінку експертів отримали такі складові галузі як природні туристичні ресурси, гостинність місцевого населення, подієві ресурси області тощо.

Згідно з інтегральною оцінкою Закарпаття як туристична галузь відповідно до матриці АДЛ займає позицію №10: ринок на стадії зростання – конкурентне положення галузі сприятливе. Стратегія має спрямовуватися на утримання позиції і збереження частки ринку. Цілі по зростанню продаж: утримувати зростання дещо вище або однаковим темпом із зростанням ринку. Конкурентні переваги: закріпити існуючі якості товару або послуги [55, с.75].

Рівень інвестицій: середній, доцільно інвестувати тільки ті проекти, які безпосередньо призводять до зростання ринку в коротко– або середньостроковому періоді [57].

Пропонуємо рекомендації для стратегії збалансованого розвитку потенціалу Закарпаття як галузі: прийняття регіональної програми збалансованого розвитку туристичної галузі; удосконалення маршруту новими центрами; просування місцевого туристичного продукту на національному та міжнародному рівнях шляхом участі у відповідних заходах в Україні та за кордоном; популяризація вже існуючих обласних фестивалів і конкурсів, активне використання сучасних маркетингових Інтернет-технологій у просуванні продукту, рекламі туристичного потенціалу Закарпаття; підвищення якості обслуговування туристів за рахунок диференціації продукту

туристичних фірм, удосконалення послуг готельно-ресторанної та транспортної інфраструктури [55, с.75].

Дніпропетровська, Івано-Франківська, Львівська, Одеська, Харківська та Херсонська області займають у матриці ADL позицію 9. Експерти зазначили невисокий рівень сформованості туристичної інфраструктури та відсутність належної підтримки місцевої влади та місцевої громади [55, с.75].

Для ефективного розвитку потенціалу туристичної галузі також необхідно [57]:

- підвищення якості обслуговування туристів за рахунок диференціації продукту туристичних фірм, удосконалення послуг готельно-ресторанної та транспортної інфраструктури [55, с.75];

- активізацію маркетингу області з використанням сучасних Інтернет-технологій у просуванні послуг, реклами потенціалу туристичної галузі;

- організація обласних тематичних фестивалів і конкурсів з метою популяризації місцевих торгових марок та туристичних можливостей областей [52, с.75];

- участь у міжнародних і національних тематичних заходах;

- налагодження внутрішньорегіональної та міжрегіональної співпраці для розвитку потенціалу туристичної галузі і пропозиції комплексних туристичних продуктів;

- активізація державно-приватного партнерства, ініціювання туристичних кластерів, активно діючих бізнес-асоціацій.

Відповідно до стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі визначаємо позицію №13 для Вінницької, Запорізької та Черкаської областей – ринок на стадії зростання – конкурентне положення компанії сприятливе. Стратегія вичікування, яка спрямовується на очікування сприятливої ситуації для швидкого захоплення частки ринку. Цілі щодо зростання продаж – дорівнювати темпу зростання ринку. Конкурентні переваги: закріплювати існуючі конкурентні властивості товару або послуги.

Вибіркове інвестування, тільки в ті проекти, які значно можуть покращити конкурентні переваги [55, с.75].

Комплексний аналіз розвитку потенціалу туристичної галузі України дозволяє виділити спільні проблеми і фактори, які стримують збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі областей України [55, с.75–76]:

- невисока якість української продукції загалом, невелика кількість інноваційних видів туристичної продукції;

- недостатній рівень пропозиції комплексних туристичних продуктів;

- відсутність партнерств, туристичних кластерів, активно діючих асоціацій та інших форм у сфері залучення та обслуговування туристів;

- недостатня розвиненість туристичної інфраструктури, недостатність місць розміщення середньої та нижньої цінової категорій (готелів 2-3 «зірки», хостелів), недостатній рівень транспортних послуг (у т.ч. у міжміському сполученні);

- недостатня інформаційна підтримка української туристичної галузі, у т.ч. недостатня представленість українських DESTINAЦІЙ у відкритому інформаційному просторі (Інтернет, загальноукраїнські та міжнародні ЗМІ, тощо);

- відсутність тематичних туристично-привабливих подій загальноукраїнського та міжнародного значення зі сформованим попитом, маркетинговою та іншою ресурсною підтримкою;

- недостатня кількість професійних кадрів у туристичній галузі областей України;

- відсутність сформованого іміджу вітчизняної туристичної галузі областей України;

- відсутність традицій системного управління процесами стратегічного розвитку потенціалу туристичної галузі України і застосування інструментів сучасного муніципального менеджменту для розвитку потенціалу туристичної галузі.

### **4.3. Стратегічні пріоритети збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі**

При формуванні стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України важливим етапом є стратегічний та конкурентний аналіз. Стратегічний – оцінює внутрішні та зовнішні фактори, які негативно або позитивно впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни. За результатами цього аналізу можна розробити пріоритетні шляхи розвитку потенціалу галузі, а також стратегії протидії негативним факторам. Конкурентний – оцінює наявність та значимість детермінант конкурентоздатності потенціалу туристичної галузі областей країни; формує на їх основі ефективні конкурентні стратегії.

Вибір стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі областей України ґрунтується на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу. Дієва стратегія здатна збільшити внутрішній потенціал туристичної галузі області і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити позиції міста на міжрегіональному туристичному ринку [16].

Для вибору стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України та дослідження перспективи збалансованого розвитку потенціалу необхідно проаналізувати фактори, які впливають на галузь, використовуючи PEST-аналіз. У дослідженні пропонуємо виділити та розподілити на чотири групи фактори, які впливають на потенціал туристичної галузі України, та визначити частку кожного з них шляхом виставлення балів відносно того, як фактор впливає на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі (табл. 4.18).

Серед основних політичних факторів, які мають значний негативний вплив на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі, можемо



виділити нестабільну політичну ситуацію, воєнні дії, що відбуваються на території України, та мобілізація.

Таблиця 4.18

## PEST–аналіз потенціалу туристичної галузі України

Політичні			Економічні		
Фактор	Вага	Бал	Фактор	Вага	Бал
– зміни у законодавстві (спрощення в діяльності туристичних агенцій)	0,5	–1	– високий рівень інфляції;	0,15	–2
– політика банківської сфери, порядок проведення валютних операцій	0,15	–1	– коливання курсу валют;	0,3	–5
– політична нестабільність;	0,2	–2	– економічна криза	0,1	–4
– воєнний стан у країні;	0,35	–5	– зниження рівня купівельної спроможності населення	0,2	–4
– зміни візового режиму, правил перетину кордону	0,25	–4	– низький рівень життя населення	0,15	–3
			– високий рівень безробіття	0,1	–3
<b>Всього</b>	<b>–3,8</b>		<b>Всього</b>	<b>–3,75</b>	
Соціокультурні			Технологічні		
Фактор	Вага	Бал	Фактор	Вага	Бал
– розвиток культурно–історичних пам’яток;	0,25	+4	– розвиток та проникнення Інтернету, інформаційних порталів;	0,55	–2
– рівень освіти та культури населення	0,1	+2	– впровадження новітніх CRM систем	0,44	+4
– цінності населення	0,15	+3			
– рівень безпеки/небезпеки	0,3	–1			
– розвиток медицини	0,2	+1			
<b>Всього</b>	<b>1,55</b>		<b>Всього</b>	<b>0,66</b>	

Така ситуація дуже лякає населення, багато людей відмовляються виїжджати закордон. Серед політичних факторів спостерігаємо спрощення в законодавстві. Йдеться про скасування ліцензування діяльності туристичних агенцій і постанови щодо діяльності Держаного агентства України з туризму та курортів. Такі зміни здаються, на перший погляд, позитивними, повинні розвивати галузь, але на практиці все інакше, адже на ринку з’явилося ще більше конкурентів, які постійно демпінгують ціни, до того ж багато некваліфікованих спеціалістів, які не можуть надати якісні послуги.

У банківській політиці важливим для діяльності ринку туристичної галузі областей України є обмеження для юридичних осіб при купівлі валюти,

правила сплати за міжнародними рахунками тощо. В Україні підприємства поставили в такі умови, що вони змушені завищувати комерційний курс валют, щоб застрахувати себе у валютних питаннях, це відповідно підвищує вартість турів і негативно впливає на обсяги продажів. У багатьох країнах у туристичній галузі дозволено проводити розрахунки у валюті, що вирішує багато валютних питань. Тому було б доцільно переглянути це питання. Важливу роль для подорожуючих громадян України відіграють правила перетину кордонів і візові режими. З 23 червня 2015 року було введено обов'язкову подачу документів на візу країн зони Шенгенської угоди та здачу біометричних даних. Для більшості людей це дуже складна процедура, якої всі лякаються, тому частина туристів відмовляються подорожувати до країн, у яких діє візовий режим. Політична ситуація в Україні неоднозначно вплинула й на економічний стан, спостерігаємо значні коливання курсу валют, знижується платоспроможність населення, люди не мають реальної фінансової можливості подорожувати, адже вартість турів прив'язана до валюти. У зв'язку з цим загальний вплив економічних факторів також негативний.

Серед соціальних факторів важливо виділити бажання українців підтримувати власні культурні надбання, які цікаві іноземцям. Людські та національні цінності українців також позитивно відображаються на ставленні до України та нації загалом. Хоча рівень небезпеки на території України дещо підвищився, що знизило туристичні потоки, але загалом соціально-культурні фактори позитивно впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі. Серед технологічних факторів негативно впливає стрімкий розвиток Інтернет-порталів, адже туристи стають занадто самостійними, мають доступ до будь-якої інформації, тому виділяємо цей фактор з негативним впливом. Розвиток новітніх систем управління бізнес-процесами дозволяє підвищити рівень сервісу, швидкість та якість обслуговування, тому безперечно має позитивну оцінку. На жаль, на зовнішні фактори вплинути дуже важко, але необхідно враховувати їх вплив на вибір подальшої стратегії збалансованого

розвитку потенціалу туристичної галузі України і окремих областей, зокрема Запорізької.

Вивчення факторів впливу дозволяє перейти до основного узагальнюючого аналізу потенціалу галузі, що дасть змогу виділити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для подальшого збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі – це SWOT-аналіз. Використовуючи його можна формувати основні цілі та стратегії їх досягнення на майбутнє. За допомогою SWOT-аналізу можна визначити фактори (негативні і позитивні) зовнішнього та внутрішнього середовища для розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Вплив та їх комбінування визначають конкурентоздатність туристичних продуктів на зовнішніх ринках. Виявлені сильні сторони та зовнішні можливості закладаються в основу конкурентної стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі областей України та реалізуються через перелік заходів, які спрямовані на їх використання та посилення. На базі цих факторів пропонуються диференційовані продуктові стратегії в галузі. Слабкі сторони та зовнішні загрози розглядаються як обмеження для збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в областях. Пропонуємо методичний інструментарій усунення цих факторів та зведення їх негативного впливу до мінімуму.

Розглянемо більш детально зовнішні та внутрішні фактори розвитку потенціалу туристичної галузі на прикладі Запорізької області. До сильних сторін необхідно віднести ті, що переважно визначають її внутрішній потенціал:

1. Наявність природних ландшафтів, національних і природних парків, заповідників, пам'ятників природи тощо.
2. Велика кількість об'єктів історико-культурної спадщини, рекреаційних зон.
3. Вигідне географічне розташування.

4. Сприятливі кліматичні умови, наявність лікувальних та мінеральних ресурсів для розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області (лікувально-оздоровчий, курортний, рекреаційний, тощо).

5. Всебічно розвинена транспортна інфраструктура та транзитний потенціал (стратегічні траси, розгалужена мережа залізничної дороги, річкові та морські порти, міжнародний аеропорт «Запоріжжя»).

6. Загальний високий економічний розвиток міста і області загалом, можливість залучати ресурси для спільного проектного фінансування [58].

7. Особливі промислові технології і об'єкти як база для формування інноваційних туристичних пропозицій.

8. Значні енергогенеруючі потужності та високий потенціал розвитку відновлювальної та альтернативної енергетики (Запорізька АЕС, ТЕС, Дніпрогес).

9. Значний освітній потенціал туристичної галузі.

10. Наявність зацікавленості зовнішніх компаній в інвестуванні туристичної галузі та будівництві об'єктів туристичної інфраструктури.

11. Високий рівень забезпечення туристичної галузі кваліфікованими кадрами.

12. Наявність у м.Запоріжжя інформаційно-туристичного центру.

До слабких сторін розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області, які гальмують її розвиток можна віднести такі:

1. Невідомі туристичні продуктові бренди Запорізької області на міжнародних туристичних ринках, недолік турпродуктів, які відповідають міжнародним стандартам.

2. Яскраво виражена сезонність більшості турів.

3. Домінування точкових туристичних об'єктів і турпродуктів, відсутність турів комплексного характеру, які зв'язують територію та окремі туристичні центри.

4. Незадовільний технічний стан транспортної інфраструктури.

5. Недостатня реалізація та низький рівень якості розвитку потенціалу лікувально-оздоровчих та курортних туристичних послуг.

6. Нерівномірний розподіл туристичного навантаження по області та туристичним центрам.

7. Недостатня кількість і низька якість туристичної інфраструктури та сервісу.

8. Відсутність гарантій безпеки туристів і низький розвиток страхового ринку та ринку фінансових послуг.

До зовнішніх несприятливих факторів і загроз розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області необхідно, які несуть реальну та потенційну небезпеку, віднести такі:

1. Політична нестабільність і продовження воєнного конфлікту на сході країни.

2. Недосконала нормативно-правова база та система правового регулювання в галузі розвитку туризму.

3. Погіршення та нестабільність криміногенної обстановки.

4. Негативні тенденції макроекономічних показників на світовому та вітчизняному ринках (нестабільність курсу національної валюти та інфляційні процеси в країні).

5. Низький платоспроможний попит місцевого населення на послуги туристичної галузі.

6. Провідний конкуруючий стан м. Київа, м. Львів.

7. Правові ризики, які пов'язані з ускладненням виділення земельних ділянок під забудову та реалізацію інвестиційних проектів, особливо в прибережній зоні.

8. Зміни зовнішньої ринкової кон'юнктури та зовнішньоекономічних обмежень.

9. Погіршення екологічного стану в Запорізькій області.

До можливостей розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області необхідно віднести фактори, які представляють потенціал області сьогодні або не використовуються, або використовуються недостатньо:

1. Використання вигідного географічного розташування області для розвитку потенціалу транзитного і ділового туризму.
2. Можливість збільшення туристичного потоку закордонних туристів через розробку спільних турпродуктів та розвиток договірної спеціалізації (аутсортингу).
3. Створення особливої економічної зони туристичного типу.
4. Використання можливостей розвитку потенціалу екологічного, спортивного, адаптивного, сільського, а також культурного та ділового туризму.
5. Можливість організації програм навчання спеціалістів туристичної галузі та перепідготовки місцевого населення.
6. Здійснення в повній мірі державної підтримки розвитку потенціалу туристичної галузі.
7. Створення та просування конкурентоздатних туристичних брендів.
8. Розвиток туристичної інфраструктури в результаті реалізації міжнародних проєктів Запорізької області.

Процедура синтезу вище перелічених факторів зовнішнього та внутрішнього середовища розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області та виявлення найбільш значущих, які повинні складати основу стратегічних управлінських рішень, наведено в матриці – SWOT (табл. 4.19). При синтезі факторів зовнішнього та внутрішнього середовища з використанням матриці SWOT здійснюється оцінка впливу кожного з них на групи залежних факторів. У результаті дієві фактори, які здатні впливати комплексно, будуть мати найбільш довгі ланцюжки сполучень із залежними.

На основі синтезу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища з використанням матриці – SWOT встановлено, що найбільш важливими сприятливими факторами зовнішнього та внутрішнього середовища Запорізької

області (фактори, які характеризують широкі можливості комбінування з іншими зовнішніми та внутрішніми факторами – найбільш триваліші ланцюжки в матриці – SWOT), які необхідно закладати в основу стратегії підвищення конкурентоздатності потенціалу туристичної галузі, є:

– наявність у Запорізькій області культурно-історичної спадщини та потенційних брендів об'єктів (Запорізьке козацтво, о.Хортиця, ДнапроГЕС тощо);

Таблиця 4.19

Синтез факторів зовнішнього та внутрішнього середовища  
(матриця – SWOT)\*

Внутрішнє середовище Зовнішнє середовище	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	«Си+М» 1 – 1, 2, 3, 4, 7, 8 2 – 1, 2, 3, 4, 6, 7 <b>3 – 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8</b> <b>4 – 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8</b> 5 – 1, 2, 3, 4, 7, 8 <b>6 – 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8</b> 7 – 1, 2, 3, 4, 7, 8 8 – 3, 4, 6, 7, 8 9 – 2, 3, 4, 5, 7 <b>10 – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8</b> 11 – 2, 3, 4, 5, 7 12 – 2, 4, 5, 7	«М→Сл» 1 – 1, 2, 3, 5, 6, 7 <b>2 – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8</b> <b>3 – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8</b> 4 – 1, 2, 3, 5, 6, 7 5 – 1, 4, 5, 7, 8 6 – 1, 2, 3, 5, 7 <b>7 – 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8</b> 8 – 1, 2, 3, 4, 5, 7
Загрози	«Си→З» 1 – 6, 7, 8, 9 2 – 1, 2, 5, 8 <b>3 – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9</b> 4 – 4, 5, 9 <b>5 – 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9</b> 6 – 1, 3, 8, 9 7 – 1, 2, 4, 8, 9 8 – 1, 2, 4, 8, 9 9 – 2, 6, 7, 8 <b>10 – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8</b> 11 – 2, 3, 4, 5, 6 12 – 3, 5, 6, 8	«Сл+З» <b>1 – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9</b> <b>2 – 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9</b> 3 – 1, 2, 6, 7 4 – 4, 6, 8, 9 5 – 1, 2, 3, 7, 9 6 – 1, 2, 6, 8, 9 7 – 1, 2, 3, 6, 7 8 – 1, 2, 3, 7, 8

\*Синтез факторів здійснюється в порядку їх переліку в тексті

- транспортна інфраструктура (доступність міста, транспортно-логістичне розташування, транзитний потік туристів);
- наявність потенціалу туристичної галузі та ресурсів (історико-культурних, рекреаційних) для розвитку різних напрямків і видів туристичної галузі для різних категорій споживачів туристичних послуг у Запорізькій області;
- достатній рівень розвитку економічного потенціалу (фінансовий, людський, інвестиційний тощо).

Негативними (слабкими) факторами розвитку потенціалу туристичної галузі м. Запоріжжя, які обмежують можливості та знижують конкурентоспроможність туристичної галузі Запорізької області, є:

- відсутність цікавого сучасного іміджу міста – як туристичної області;
- відсутність ефективної системи управління розвитком потенціалу туристичної галузі в областях на всіх рівнях управління;
- недостатньо розвинута інфраструктура туристичної галузі та низький рівень якості послуг, які пропонуються подорожуючим;
- недостатньо розвинута інформаційна система, слабо представлено область у ЗМІ, Інтернеті, на національному та міжнародному ринках туристичних послуг;
- недостатньо розвинута інвестиційна політика в туристичній галузі області;
- слабе використання наявного потенціалу області для розвитку туристичної галузі та пропозиції комплексної туристичної послуги;
- відсутність загальновідомих туристично-привабливих подій загальноукраїнського та міжнародного значення із сформованим попитом, маркетинговою та іншою ресурсною підтримкою [16].

Виділені важливі сприятливі фактори зовнішнього та внутрішнього середовища Запорізької області з точки зору розвитку потенціалу туристичної галузі відіграють важливу роль у нейтралізації або зведенні до мінімуму негативного впливу несприятливих (рис. 4.12).





Рис. 4.12. Напрямок використання сприятливих факторів для усунення негативних факторів розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області (розроблено автором)

Частина з них може бути використана разом проти цілої науки негативних факторів, як це показано на рис. 4.12. У таблиці 4.20. запропоновано комплекс заходів, які мають реалізувати на практиці виділені вище сприятливі фактори розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, а також отримати максимальний ефект від їх практичного використання. Ці заходи можна розглядати як пріоритетні напрямки, які закладені в основу цільових програм розвитку потенціалу туристичної галузі.

Використовуючи сприятливі фактори, які були виявлені в ході SWOT-аналізу та реалізовані через виконання заходів, що наведені в табл. 4.20., дасть можливість підвищити конкурентоспроможність та відомість існуючих туристичних продуктів Запорізької області та створить умови і інфраструктурну базу для розробки нових туристичних продуктів та залучення інвестиції в туристичну галузь області.

Результати показали, що основні можливості, які має Запорізька область, вказують тільки на те, що необхідно розвивати внутрішній туризм, при чому як для відпочинку громадян України, так і для зустрічі іноземців. Це має стати основною стратегічною перспективою на майбутнє для туристичної галузі Запорізької області. Для цього необхідно ліквідувати слабкі сторони, а саме: необхідно розвивати туристичну інфраструктуру в Запорізькій області, відремонтувати основні дороги, підтримувати вже існуючі санаторії, адже лікувальна база там сильна, а умови проживання просто жахливі. Піднявши на належний рівень умови проживання, рівень обслуговування, Запорізька область змогла би забезпечити чудові варіанти відпочинку для українських та іноземних громадян з сусідніх країн, запропонувавши конкурентні ціни.

З метою розробки комплексу заходів щодо створення сприятливого інвестиційного клімату в області загалом і в туристичній галузі зокрема, а також з метою виявлення потенційних точок диференціації та зростання необхідна також оцінка існуючих конкурентних позицій туристичної галузі Запорізької області та окремих туристичних продуктів.

Заходи щодо використання сприятливих факторів розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області (розроблено автором)

Фактори	Комплекс заходів
наявність у Запорізькій області культурно-історичної спадщини та потенційних брендів об'єктів (Запорізьке козацтво, о.Хортиця, ДнапроГЕС тощо)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– кількість реалізованих арт-проектів та фестивалів;</li> <li>– кількість населення, що отримує послуги у закладах культури;</li> <li>– використання історико-культурного надбання для розвитку внутрішнього туризму;</li> <li>– формування позитивного іміджу області у туристичній галузі на зовнішньому та внутрішньому туристичному ринку. Збільшення туристичного потоку до 300 тис. осіб на рік та кількості екскурсантів до 700 тис. осіб на рік</li> </ul>
транспортна інфраструктура (доступність міста, транспортно-логістичне розташування, транзитний потік туристів)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розвиток транспортної інфраструктури туристичних об'єктів;</li> <li>– підвищення пропускної спроможності аеропорту Запоріжжя</li> </ul>
наявність потенціалу туристичної галузі та ресурсів (історико-культурних, рекреаційних) для розвитку різних напрямків та видів туристичної галузі для різних категорій споживачів туристичних послуг у Запорізькій області	<ul style="list-style-type: none"> <li>– забезпечення організації та проведення літніх курортно-туристичних та оздоровчих кампаній;</li> <li>– формування та просування місцевих брендів «Запорізький район туристичний», його активізація через Інтернет;</li> <li>– проведення рекламно-іміджевих заходів;</li> <li>– представлення районного туристичного продукту на обласному, Всеукраїнському та Міжнародному рівнях;</li> <li>– підвищення ефективності прийому офіційних іноземних делегацій та в'їзних туристів;</li> <li>– удосконалення інформації для веб-порталу Запорізького обласного туристично-інформаційного центру.</li> </ul> <p>Формування ринку попиту на внутрішній туристичний продукт:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формування у населення потреби в змістовному проведенні вільного часу;</li> <li>– створення рекламно-інформаційного продукту туристичної галузі області</li> </ul>
достатній економічний рівень розвитку області (фінансовий, людський, інвестиційний тощо)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сприяння впровадженню галузевих інвестиційних проектів;</li> <li>– сприяння прийняттю рішень щодо оголошення природних територій курортами державного та місцевого значення</li> </ul>

Оцінка факторів конкурентоспроможності потенціалу туристичної галузі Запорізької області була досліджена методом експертних оцінок, яка з точки зору відповідності оцінюваних факторів відповідає вимогам міжнародним стандартам. Оцінка кожного з факторів здійснювалась за 5-ти бальною шкалою: «1» – найнижчий бал (фактор неконкурентоспроможності), «5» – найвищий бал

(цей фактор може бути використано як базовий для розвитку туристичної галузі в Запорізькій області). Результати рейтингової оцінки за групами факторів конкурентоздатності потенціалу туристичної галузі Запорізької області наведено в табл. 4.21-4.24.

Таблиця 4.21

## Результати оцінки за факторними умовами (розроблено автором)

Фактори	Оцінки експертів					Сума балів	Середній бал
	1	2	3	4	5		
1. Кількість та різноманіть об'єктів туристичного показу	4	4	5	5	4	22	4,4
2. Доступність та стан об'єктів туристичного показу	3	2	2	3	4	14	2,8
3. Забезпечення трудовими ресурсами	4	4	3	2	3	16	3,2
4. Рівень класифікації трудових ресурсів	2	2	2	1	3	10	2
5. Інвестиційний потенціал та наявність підготовлених інвестиційних проєктів та майданчиків	4	3	3	3	3	16	3,2
6. Рівень забезпеченості та стан ОВФ, фондоозброєність господарюючих суб'єктів	3	2	2	1	3	11	2,2
Всього						89	3,0

Фактори конкурентоздатності потенціалу туристичної галузі Запорізької області, на думку експертів, з точки зору задоволення вимог міжнародних стандартів організації діяльності та якості обслуговування в туристичній галузі Запорізької області характеризуються такими підсумковими середніми балами:

Таблиця 4.22

## Результати оцінки за кон'юнктурним фактором (розроблено автором)

Фактори	Оцінки експертів					Сума балів	Середній бал
	1	2	3	4	5		
1. Стійкість попиту та туристичні продукти Запорізької області	4	4	3	5	4	20	4
2. Ринковий потенціал (можливості збуту туристичних продуктів Запорізької області)	5	5	5	4	5	24	4,8
3. Обмеження на ринку (зовнішньоекономічні, правові, технічні, соціальні та ін.)	3	3	3	2	3	14	2,8
4. Ступінь задоволення вимогам міжнародних галузевих стандартів	2	2	3	1	2	10	2
5. Розвиток франчайзингу та участі в корпоративних мережах	3	2	3	3	3	14	2,8
6. Характеристика платоспроможності ринків збуту	4	5	4	4	5	22	4,4
Всього						104	3,5

Результати оцінки стратегій та внутрішньої конкуренції  
(розроблено автором)

Фактори	Оцінки експертів					Сума балів	Середній бал
	1	2	3	4	5		
1. Стан системи стратегічного управління туристичною галуззю в Запорізькій області	5	4	5	3	4	21	4,2
2. Ефективність заходів державної регіональної політики в туристичній галузі	4	4	4	3	4	19	3,8
3. Наявність та діяльність організаційних та громадських структур у галузі прийняття стратегічних рішень	3	3	3	4	4	17	3,4
4. Узгодженість регіональної та корпоративної стратегій	4	4	4	5	4	21	4,2
5. Рівень внутрішньої конкуренції на туристичному ринку (1←монополізований ринок, 5 ← конкурентний ринок)	3	3	3	2	4	15	3
6. Залежність (убудованість) від зовнішніх корпоративних та регіональних стратегій і рішень	3	3	4	5	4	19	3,8
Всього						112	3,7

Таблиця 4.24

Результати оцінки інфраструктурного забезпечення (розроблено автором)

Фактори	Оцінки експертів					Сума балів	Середній бал	
	1	2	3	4	5			
1. Засоби розміщення: – достатність та стан	2	2	2	1	3	10	2	2,1
– якість послуг	2	2	3	1	3	11	2,2	
2. Галузь громадського харчування – рівень розвитку та стан	3	2	2	1	3	11	2,2	2,2
– якість та асортимент послуг	2	2	3	1	3	11	2,2	
3. Галузь торгівлі – рівень розвитку та стану	2	3	3	1	4	13	2,6	2,7
– якість послуг та асортимент	2	3	4	1	4	14	2,8	
4. Транспортне обслуговування – стан та розвиток транспорту	4	3	3	1	3	14	2,8	2,6
– якість транспортних послуг	3	3	3	1	2	12	2,4	
5. Додаткові платні послуги (атракції, розважальні заклади, прокат обладнання, розрахунково-касові послуги, побутові послуги) – рівень розвитку та доступність	3	2	2	1	3	11	2,2	2,3
– якість послуг	2	2	3	1	4	12	2,4	
6. Санаторно-курортні та профілактичні послуги – рівень розвитку та доступність	3	3	3	2	4	15	3	2,8
– якість послуг	2	3	3	1	4	13	2,6	
Всього						147		2,5

1. Факторні умови – 3,0 бали (рівень середній). Переваги за кількістю та різноманітністю туристичного показу, наявністю трудових ресурсів та інвестиційного потенціалу туристичної галузі Запорізької області зводяться на

«нівець» такими факторами, як доступність та незадовільний технічний стан об'єктів показу, рівень кваліфікації трудових ресурсів та низька фондоозброєність туристичної галузі Запорізької області.

2. Кон'юнктурні фактори – 3,5 бали (рівень трохи вище середнього). На зовнішніх ринках загалом складається сприятлива кон'юнктура. Попит на туристичні продукти Запорізької області має стійку тенденцію до зростання, в тому числі й за рахунок скорочення закордонних ринків. Але при цьому запорізькі туристичні продукти та туристичні фірми недостатньо включаються в контрактні відносини з зовнішніми суб'єктами та у зовнішні корпоративні мережі, чим обмежують доступ до зовнішнього ринку.

3. Стратегії та внутрішня конкуренція – 3,7 бали (рівень вище середнього). Ситуація у стратегічному формуванні та розвитку потенціалу туристичної галузі та з узгодженням регіональної та корпоративної стратегії в Запорізькій області сприятлива. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі входить до числа пріоритетних регіональних проєктів та належить до найбільш опрацьованих на сьогоднішній день проєктів. Це стосується наявності вже підготовлених до реалізації інвестиційних проєктів та активності роботи з господарюючими суб'єктами щодо їх реалізації.

4. Розвиток інфраструктури та допоміжних галузей – 2,5 бали (рівень нижче середнього). В межах дії групи факторів в Запорізькій області складається найбільш несприятлива ситуація. Основна кількість об'єктів туристичної галузі та допоміжної інфраструктури не задовольняє вимогам міжнародних стандартів (перш за все стандартів якості послуг, які надаються). Тому на практичному рівні підвищення конкурентоздатності туристичних продуктів Запорізької області буде полягати в кардинальному підвищенні якості послуг та розвитку туристичної інфраструктури.

На підставі цих оцінок можливе формування основних напрямків підвищення конкурентоспроможності потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Було виокремлено найбільш сильні та слабкі конкурентні позиції розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Сильні

конкурентні позиції необхідно закладати в основу конкурентної стратегії потенціалу туристичної галузі Запорізької області, а слабкі – нейтралізувати, вибудовуючи систему цільової дії в середньо- та довгостроковому аспекті (табл. 4.25). Для кожної з груп конкретних позицій необхідно разом використовувати специфічні типи конкурентних стратегій, які закладаються в основу загальної маркетингової стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі.

Таблиця 4.25

Сильні та слабкі конкурентні позиції потенціалу туристичної галузі  
Запорізької області (розроблено автором)

Сильні конкурентні позиції	Слабкі конкурентні позиції
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Сприятлива кон'юнктура та вагомий потенціал зовнішніх ринків, високий інтерес туристів до Запорізької області та стійкий попит на Запорізькі туристичні продукти.</li> <li>– Наявність системи стратегічного розвитку потенціалу туристичної галузі, висока ефективність засобів державної регіональної політики в туристичній галузі.</li> <li>– Узгодженість регіональної стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області та стратегій великих корпоративних структур.</li> <li>– Велика кількість і різноманітність об'єктів туристичного показу та туристично-рекреаційних ресурсів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Недостатня кількість кваліфікованих трудових ресурсів у туристичній галузі та недостатньо висока якість підготовки спеціалістів для туристичного сектору в області.</li> <li>– Низька доступність і незадовільний технічний та естетичний стан основної маси найбільш важливих туристичних об'єктів, що призводить до сезонного режиму функціонування багатьох об'єктів.</li> <li>– Низький ступінь фондоозброєності Запорізьких туристичних організацій.</li> <li>– Низький рівень розвитку туристичної та допоміжної інфраструктури у поєднанні з низьким ступенем задоволення вимог міжнародних галузевих стандартів у туристичній галузі.</li> <li>– Недостатня ефективність маркетингових інструментів, які використовуються, та відсутність сильних і конкурентоздатних Запорізьких туристичних брендів, відсутність системи їх руху з використанням розподільчих каналів міжнародних і міжрегіональних корпоративних мереж.</li> </ul>

З вище перелічених конкурентних позицій потенціалу туристичної галузі Запорізької області, за відношенням до них доцільним бачиться застосування принципово різних видів стратегій:

- для сильних конкурентних позицій – стратегія підсилення конкурентних переваг та створення на їх основі додаткових цінностей і продуктів для споживачів;

– для слабких конкурентних позицій – стратегія підвищення конкурентоспроможності та нарощування конкурентних переваг.

Слабкі конкурентні позиції розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, які наведені в табл. 4.26., необхідно підсилювати за рахунок послідовної реалізації відповідних заходів. Для вирішення цих проблем повинен бути використаний програмно-цільовий метод. Комплекс загальних заходів, які необхідно деталізувати та реалізувати в регіональних стратегічних документах розвитку потенціалу туристичної галузі, в межах регіональних та муніципальних цільових програмах, наведено в табл. 4.26.

Таблиця 4.26

Основні заходи з підсилення слабких конкурентних позицій потенціалу туристичної галузі Запорізької області (розроблено автором)

Проблеми (слабкі конкурентні позиції)	Основні заходи
1	2
Недостатня кількість кваліфікованих трудових ресурсів у туристичній галузі	<ul style="list-style-type: none"> <li>– перепідготовка кадрів та підвищення кваліфікації з участю залучених спеціалістів;</li> <li>– реалізація тренінгових програм без відриву персоналу від виробничої діяльності;</li> <li>– впровадження системи корпоративних замовлень на підготовку спеціалістів;</li> <li>– зарубіжні стажування спеціалістів у туристичній галузі та викладацького складу в межах міжнародних проєктів і корпоративного обміну;</li> <li>– удосконалення навчальних процесів з підготовки кадрів (орієнтація на потреби ринку праці)</li> </ul>
Низька доступність і незадовільний технічний та естетичний стан об'єктів туристичної галузі, сезонність їх функціонування	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розробка турів, не пов'язаних з традиційними об'єктами туристичної галузі та за діючим невикористаним потенціалом;</li> <li>– координація зусиль міністерств і відомств за змістом та реставрацією об'єктів туристичної галузі;</li> <li>– залучення бізнесу до вирішення проблеми збереження пам'ятників історії та культури;</li> <li>– передача об'єктів туристичної галузі в оренду господарюючим суб'єктам із зобов'язанням щодо утримання, реконструкції та облаштування об'єктів;</li> <li>– розвиток інфраструктури доступу до об'єктів за рахунок їх включення до складу комплексних турів, комплексні інвестиційні проєкти</li> </ul>
Низька фондоозброєність туристичних компаній Запорізької області	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розвиток лізингу в туристичній галузі (залучення крупних лізингових компаній);</li> <li>– використання пільгового оподаткування туристичних компаній, які інвестують в ОПФ у частки місцевих і регіональних податків;</li> <li>– створення регіональних амортизаційних фондів</li> </ul>



1	2
<p>Низький рівень розвитку туристичної та допоміжної інфраструктури у поєднанні з низькою якістю послуг</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– стимулювання конкуренції через залучення зовнішніх компаній, які надають сертифіковані послуги;</li> <li>– активізація державних інвестицій в інфраструктуру, також за рахунок створення локальних туристичних комплексів, та розвиток супутньої інфраструктури (дорожня мережа, комунікації, енергетична і соціальна інфраструктури);</li> <li>– стимулювання та підтримка розвитку малого бізнесу в туристичній галузі;</li> <li>– використання системи конкурсних відборів при реалізації пріоритетних інвестиційних проєктів у туристичній галузі</li> </ul>
<p>Неефективність маркетингу та відсутність сильних Запорізьких туристичних брендів, відсутність системи їх руху з використанням каналів зовнішніх корпоративних мереж</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– активізація маркетингової діяльності Запорізького туристичного інформаційного центру;</li> <li>– розвиток «електронного туризму», передусім Internet-маркетингу, розвиток системи електронних магазинів продажу турів, електронних систем бронювання;</li> <li>– розвиток франчайзингу на базі Запорізьких туроператорів;</li> <li>– розвиток контрактної спеціалізації Запорізьких туристичних організацій для можливості використання корпоративних каналів просування та реалізації послуг;</li> <li>– створення та просування туристичних брендів на базі унікальних Запорізьких туристичних продуктів, формування на їх основі «зонтичних» і підтримуючих брендів</li> </ul>

Виявлені сильні конкурентні позиції потенціалу туристичної галузі Запорізької області (табл. 4.26) повинні бути покладені в основу стратегії підвищення конкурентоздатності Запорізького туристичного продукту. На їх основі та з використанням стратегії диференціації повинні створюватися додаткові цінності та додаткові продукти для відвідувачів Запорізької області. Вони можуть бути взяті за основу розробки напряму підсилення конкурентних переваг туристичної галузі, визначення «точок диференціації» (останні самі по собі можуть бути джерелом створення нових конкурентних переваг).

Використання «точок диференціації» дає можливість створити комплексні (пакетні) тури, які об'єднані загальною тематикою та розвиваються під загальним «зонтичним» брендом. Крім того, їх реалізація дозволяє значно розширити асортимент пропонуємих туристичних продуктів та окремих видів послуг, що пропонуються закріпити свої позиції на ринку. Точки диференціації є джерелом створення конкурентних переваг, дозволяють створювати додаткові

цінності для споживача, які відрізняються даним продуктом від продуктів конкурентів.



Рис. 4.13. Напрями та заходи підсилення конкурентних переваг потенціалу туристичної галузі Запорізької області (розроблено автором)

Одночасно з виявленням можливостей точок диференціації на основі результатів оцінки конкурентоспроможності визначені також напрямки та заходи щодо підсилення існуючих конкурентних переваг. У результаті схема підвищення конкурентоздатності потенціалу туристичної галузі Запорізької області включає в себе (рис. 4.13): стратегії підсилення конкурентних переваг; стратегії диференціації (нові продукти та послуги), створені на основі вже існуючих конкурентних переваг); стратегії експансії (стратегії маркетингу).

Реалізація конкурентної стратегії в межах дослідження, що описана вище, спрямована на підвищення конкурентоздатності потенціалу туристичної галузі Запорізької області за рахунок маркетингових інструментів, а також за рахунок активізації інвестиційної політики Запорізької області.

Ефективність заходів щодо розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, запропонованих у межах стратегічних та програмних документів, залежить від їх реалізації на практичному рівні у таких ключових напрямках, як: розробка ТЕО та інвестиційних проєктів в галузі розвитку туристичної інфраструктури та створення нових туристичних продуктів, пошук і залучення інвесторів для їх реалізації, маркетингове забезпечення розвитку потенціалу туристичної галузі.

В основу позиціювання та оцінки перспективності розвитку видів туризму Запорізької області закладено критерій їх привабливості для потенційних інвесторів і споживачів (туристів). Привабливість певного виду туризму оцінюється за динамікою зростання (або зниження) кількості відвідувань Запорізької області даної категорії туристів [56, с.34]. Таким чином, привабливість окремих видів туризму залежить від життєвого циклу, на якому вони знаходяться (рис. 4.14).

Згідно з оцінкою життєвого циклу різних видів туризму в Запорізькій області проведено їх позиціювання з використанням матриці BCG (зростання ринку) [56, с.35]. Всі види туристичної галузі області оцінені з точки зору перспективності розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області (табл. 4.27).

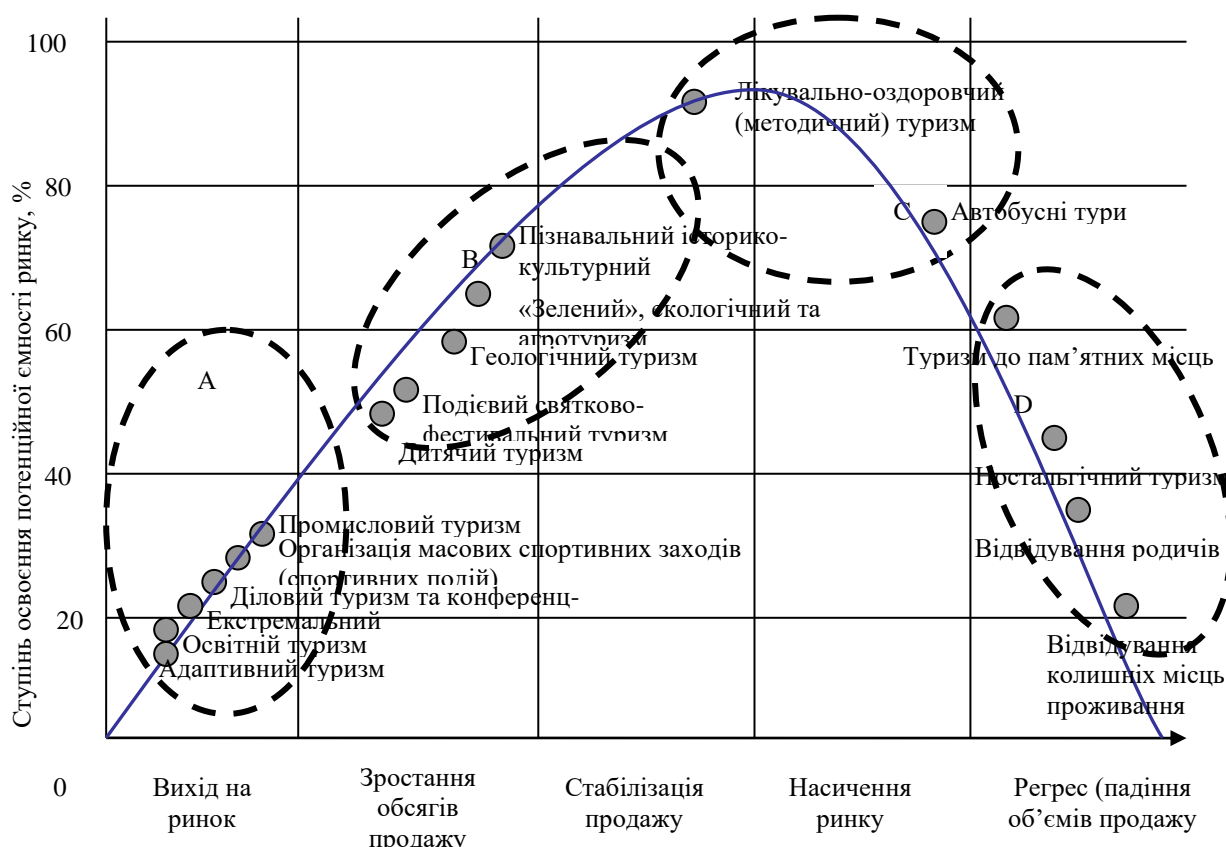


Рис. 4.14. Оцінка життєвого циклу різних видів туристичної галузі Запорізької області та позиціонування з використанням матриці BCG.

Таблиця 4.27

Групування видів туризму у відповідності з продуктовими компаніями  
Boston Consulting Group (матриці BCG)

Умовні позначення	Продуктова група	Види турів
А	Продукти «Знаки питання» (низька доля ринку, високі темпи зростання ринку)	Промисловий, спортивний, діловий, екстремальний, освітній, адаптивний туризм
В	Продукти «Зірки» (висока доля ринку, високі темпи зростання ринку)	Пізнавальний, «зелений», екологічний, агротуризм, геологічний, подієвий, дитячий
С	Продукти «Дійні корови» (висока доля ринку, низькі (нульові) темпи зростання ринку)	Лікувально-оздоровчий (медичний) туризм, автобусні тури
Д	Продукти «Собаки» (зниження долі ринку, низькі темпи зростання (стиснення ринку))	Туризм до пам'ятних місць, ностальгічний, відвідування родичів, відвідування колишніх місць проживання

Залежно від стадії життєвого циклу, на якій знаходиться конкурентний вид туризму (або конкретний туристичний продукт), та від його розташування в матриці «зростання ринку – доля ринку» пропонуємо конкретні типи продуктових стратегій, які дозволять повніше врахувати їх специфіку. В межах реалізації запропонованих стратегій повинні бути розроблені комплекси заходів, які будуть закладатися в основу реалізації регіональної та муніципальної стратегій розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, регіональних та муніципальних цільових програм, а також інвестиційних пріоритетів [56, с.35].

На підставі позиціювання бачимо, що найбільш перспективними видами туризму для Запорізької області є види, які належать до продуктових груп «Зірки» та «Знаки питання» (табл. 4.27). При цьому, як було сказано раніше, для цих продуктових груп необхідно використовувати різні стратегії [56, с.35].

У результаті позиціювання різних видів туризму з використанням матриці BCG для виділених продуктових груп обґрунтованим є використання таких стратегій [56, с.35]:

1) група «Знаки питання» (низька доля ринку, високі темпи зростання ринку, продукти цієї групи приносять ще небагато доходу, перспективні) – використовується стратегія зростання ринку та розвиток продукту [56, с.35];

2) група «Зірки» (висока доля ринку, високі темпи зростання ринку; продукти, які характеризуються високими доходами та значними об'ємами продажу) – використання стратегії збереження лідерства на ринку та стратегії диверсифікації (для закріплення на ринку та створення «вхідних» бар'єрів на ринок для потенційних конкурентів) [56, с.35];

3) група «Дійні корови» (висока доля ринку, низькі темпи зростання ринку; продукти цієї групи характеризуються невисокими за стабільністю доходами) – використання стратегії оптимізації витрат і стратегії диверсифікації;

4) група «Собаки» (низька доля ринку, низькі темпи зростання ринку; продукти цієї групи приносять низькі доходи, або збиткові, обсяги продажів

постійно зменшуються) – використання стратегії уходу з ринку або стратегії диверсифікації [56, с.36]. Більш детально ці стратегії розглянуті в табл. 4.28., де також відображені основні напрямки їх реалізації (тобто перелік конкретних завдань і напрямів щодо розвитку конкретних видів туристичної галузі Запорізької області).

Таблиця 4.28

Напрямки реалізації диференційованих стратегій для збалансованого розвитку різних видів туризму Запорізької області [56, с.35]

Групи	Види туризму	Стратегії	Направлення реалізації стратегії
1	2	3	4
«Знаки питання»	Промисловий, спортивний, діловий, екстремальний, освітній, адаптивний	Стратегія розвитку продукту та зростання ринку	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розробка та просування турів, які орієнтовані на різні споживчі групи;</li> <li>– реалізація турів через зовнішні корпоративні та маркетингові мережі;</li> <li>– розширення додаткових бізнес-послуг, які надаються при готелях;</li> <li>– розвиток інфраструктури обслуговування конференцій, семінарів, переговорів</li> </ul>
«Зірки»	Пізнавальний, «зелений», екологічний, агротуризм, геологічний, подієвий, дитячий	Стратегія збереження лідерства	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розвиток асоціацій сільських садиб і створення інфраструктури інформаційної підтримки сільського туризму;</li> <li>– підвищення популярності подій (свят, концертів, фестивалів, ярмарок) та створення додаткових (супутніх) продуктів;</li> <li>– розвиток мережі об'єктів придорожньої інфраструктури та інформаційне (навігаційне) забезпечення на дорогах</li> </ul>
		Стратегія диверсифікації	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розширення асортименту природних турів для різних груп споживачів та різних сезонів;</li> <li>– використання диференційованої цінової політики</li> </ul>
«Дійні корови»	Лікувально-оздоровчий (медичний), автобусні тури	Стратегія оптимізації витрат	<ul style="list-style-type: none"> <li>– підвищення відомості та брендингу курортів м.Бердянськ, смт Кирилівка, о.Хортиця;</li> <li>– маркетингове стимулювання найбільш популярних турів та маршрутів;</li> <li>– зниження витрат за рахунок оптимізації туристичної логістики на найбільш популярні напрямки;</li> <li>– об'єднання малодохідних турів і створення комплексних продуктів</li> </ul>
		Стратегія диверсифікації	<ul style="list-style-type: none"> <li>– підвищення якості та розвинення асортименту санаторно-курортних, лікувально-оздоровчих послуг;</li> <li>– розвиток системи додаткових послуг і супутніх продуктів при реалізації існуючих турів;</li> <li>– введення диференційованої та гнучкої цінової політики;</li> </ul>

1	2	3	4
			– надання додаткових послуг за ту ж ціну при продажі турів
«Собаки»	Туризм до пам'ятних місць, ностальгічний, відвідування родичів, відвідування колишніх місць проживання	Стратегія виходу з ринку	– підвищення привабливості туристичних продуктів з метою продажу прав на їх використання; – створення нових туристичних продуктів на базі існуючих за рахунок додаткових інвестиційних вкладень та ребрендингу.
		Стратегія диверсифікації	– розширення асортименту наданих послуг та продуктів у межах конкретних турів; – розширення тура з включенням в його склад нових об'єктів (за ту ж ціну); – об'єднання поєднання двох або декілька існуючих турів з наданням їм нового сенсу; – організація та проведення регулярних привабливих подій (заходів) у межах, який пропонується

Ці напрямки є основою для розробки комплексів заходів з метою їх реалізації в межах Запорізької цільової програми розвитку потенціалу туристичної галузі. Таким чином, на основі використання результатів позиціонування видів туризму за основу береться диференційований підхід, який дає можливість найбільш повно врахувати існуючий потенціал та можливості формування та розвитку різних видів туризму Запорізької області.

Наші дослідження показали, що враховуючи місце Запорізької області в загальному рейтингу індексу туристичної конкурентоспроможності і стан ринку туристичних послуг за 2011–2018 рр. в Україні, можна визначити найбільш стримуючі і стимулюючі чинники розвитку потенціалу цієї сфери (табл. 4.29) [56, с.37].

Визначення можливостей і перешкод для розвитку потенціалу туристичної галузі дає змогу сконцентрувати увагу держави на розвитку туристичної інфраструктури, ремонті доріг, гарантіях безпеки туристів, підвищенні рівня життя населення та забезпеченні доступу до інформаційних сервісів туристичної галузі.

Найбільш стримуючі та стимулюючі чинники розвитку потенціалу  
туристичної галузі Запорізької області

№ з/п	Найбільш стримуючі чинники	%	Найбільш стимулюючі чинники	%
1	Нестабільна політична ситуація та небезпека тероризму	14,5	Наявність культурно-історичних пам'яток	19,3
2	Низька купівельна спроможність населення Запорізької області	13,6	Рівень освіти та культури населення регіону	18,2
3	Слабко розвинута інфраструктура в'їзного туризму	12,6	Розвиток креативних галузей (сувенірна продукція, мистецтво, книги)	16,5
4	Якість доріг та інфраструктура повітряного транспорту	12,3	Наявність природно-ресурсного потенціалу	13,2
5	Захист прав власності суб'єктів туристичного ринку	11,8	Впровадження новітніх CRM-систем	9,8
6	Рівень кваліфікації спеціалістів туристичного ринку	10,2	Зручне розташування України в центрі Європи	9,1
7	Недобросовісна поведінка суб'єктів туристичної діяльності	7,6	Широкий спектр туристичних маршрутів (індивідуальні, одноденні)	7,5
8	Правова база, що регулює туристичну галузь області	6,8	Оптимальна цінова політика в наданні туристичних послуг	6,4
9	Ефективність маркетингу для залучення туристів	5,7		
10	Впровадження і розвиток інформаційних порталів	4,9		
Всього, %		100		100

Подолання негативних тенденцій на ринку туристичних послуг можливе шляхом його стратегічного розвитку за рахунок становлення туристичної галузі як високоприбуткової галузі економіки та формування конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку. Економічний ефект від реалізації стратегічних цілей розвитку потенціалу туристичного ринку буде виражатись у збільшенні надходжень до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності, збільшенні туристичних потоків, особливо іноземних громадян, залученні іноземних інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, створенні нових робочих місць, підвищенні обсягу наданих туристичних послуг та їх якості. Тому створення системних та комплексних передумов розвитку туристичного ринку в державі має стати одним із пріоритетних напрямів прискорення економічного зростання країни [56, с.37].



## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 4

В четвертому розділі, відповідно мети дослідження, одержано наступні результати:

1. Проаналізовано причини неефективної реалізації стратегії на підприємствах окремих сегментів туристичної галузі. Виявлено групи факторів, що визначають складність реалізації стратегій потенціалу туристичної галузі. Аналіз показав, що у процесі розробки і реалізації стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі наявні значні недоліки та труднощі. Також дослідження свідчать про наявність резервів, використовуючи які можна отримати зростання економічної ефективності потенціалу туристичної галузі.

2. Запропоновано концептуальний підхід формування стратегії збалансованого розвитку туристичної галузі України, за результатами досліджень основними напрямками якої є: забезпечення безпеки туристів; удосконалення нормативно-правової бази у сфері туризму; розвиток туристичної інфраструктури, розвиток людських ресурсів (професійна підготовка фахівців, затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців, забезпечення наукових досліджень та запровадження інноваційних розробок в туристичній галузі); маркетингова політика розвитку туризму (формування позитивного іміджу України, презентації туристичного потенціалу як в межах країни, так і за кордоном, створення туристичного інтернет-порталу із представленням інформації про туристичні можливості України та ін.); критеріями оцінки якої є: доцільність, узгодженість, структурна відповідність, наукова обґрунтованість, практична реалізованість та змістовність для 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 області, сприяє підвищенню якості життя

населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації областей України.

3. В роботі на основі досліджень Стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі, дана оцінка Програмам областей країни за моделлю якості програм розвитку потенціалу туристичної галузі та визначено пріоритетні напрями і завдання державної регіональної політики у всіх областях країни згідно цієї стратегії. провівши оцінку програм розвитку потенціалу туристичної галузі України, можна дійти таких висновків: програмно-цільовий підхід є найдієвішим механізмом щодо вирішення проблем в областях з розвитку потенціалу туристичної галузі; інструментарієм цього підходу є цільові регіональні програми розвитку потенціалу туристичної галузі країни; регіональна цільова програма розвитку потенціалу туристичної галузі повинна формуватись ретельніше та якісно використовувати методичний підхід.

4. Запропоновано використання комплексної методики щодо оцінки потенціалу туристичної галузі Запорізької області, яка ґрунтується на системному підході, використовує методи ієрархії, парних порівнянь і експертного оцінювання, що надало можливість встановити пріоритети потенціалу туристичної галузі.

5. Використовуючи статистичні дані та результати експертного опитування встановили питому частку кожного показника оцінки потенціалу туристичної галузі. В роботі розраховали інтегральну оцінку показників життєвого циклу потенціалу туристичної галузі областей України на основі статистичних даних та експертної оцінки. Для обґрунтування стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі застосували матрицю ADL (матрицю Артура Д.Літла), яка ґрунтується на концепції життєвого циклу.

6. Проведено аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінка його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу, досліджено перспективи розвитку потенціалу та фактори, які впливають на галузь для вибору стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, використовуючи PEST–аналіз.

7. Визначено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для подальшого розвитку потенціалу туристичної галузі шляхом SWOT-аналізу. Використовуючи SWOT-аналіз сформовано основні цілі та стратегії їх досягнення на майбутнє. За допомогою цього аналізу визначено фактори (негативні і позитивні) зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Запропоновано комплекс заходів, які мають реалізувати на практиці виділені сприятливі фактори розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, а також отримати максимальний ефект від їх практичного використання.

8. На основі результатів оцінки конкурентоспроможності визначені напрямки та заходи щодо підсилення існуючих конкурентних переваг потенціалу туристичної галузі країни, а саме: стратегії підсилення конкурентних переваг; стратегії диференціації (нові продукти та послуги), створені на основі вже існуючих конкурентних переваг); стратегії експансії (стратегії маркетингу).

9. Розроблено, згідно з оцінкою життєвого циклу, позиціонування різних видів туризму в Запорізькій області, використовуючи матрицю BCG та запропоновано напрямки реалізації диференційованих стратегій для розвитку різних видів туризму Запорізької області. Економічний ефект від реалізації стратегічних цілей розвитку потенціалу туристичного ринку буде виражатись у збільшенні надходжень до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності, збільшенні туристичних потоків, особливо іноземних громадян, залученні іноземних інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, створенні нових робочих місць, підвищенні обсягу наданих туристичних послуг та їх якості. Тому створення системних та комплексних передумов розвитку туристичного ринку в державі має стати одним із пріоритетних напрямів прискорення економічного зростання країни.

Результати досліджень за темою дисертації по четвертому розділу опубліковані в роботах [52-60].

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 4

1. Відомості Верховної Ради. 2000. № 50. Ст. 435 (зі змінами). URL: <http://geum.ru/next/art-117241.php> (дата звернення: 07.04.2019).
2. Гаагская декларация Межпарламентской конференции по туризму (Гаага, 10–14 апреля 1989 г.). *Международный туризм и право* / К. Г. Борисов. Москва: НИМП, 1999. С. 220–241.
3. Гаврилюк С. П. Конкуренентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посібник. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 180 с.
4. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності: Наказ Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України від 12.11.2003 № 142/394. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1128-03> (дата звернення: 12.07.2018).
5. Про власність: Закон України від 27.04.2007. *Відомості Верховної Ради України*. 2007. № 33. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/697-12>.
6. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.11.2003 № 1282-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show> (дата звернення: 07.04.2019).
7. Про курорти: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 50. Ст. 435. URL: <http://xn--80aagahqwyibe8an.com/ukrajiny-zakony/zakon-ukrajini-pro-kurorti-vidomosti-2000.html>.
8. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p> (дата звернення: 18.12.2018).
9. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 №324/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 31. С. 241–242.

10. Про туризм: Проект Закону України від 24.02.2014 № 4224. *Верховна Рада України*: офіційний веб-портал. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=49894](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=49894) (дата звернення: 15.09.2019).

11. Бартошук О. В. Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туристичної галузі. *Економічний часопис – XXI*. 2012. № 3–4. С. 38–41.

12. Борушак М. Стратегия развития туристского региона: теория, методология, практика: монография. Минск: БГЭУ, 2002. 166 с.

13. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посібник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 180 с.

14. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 № 385.

15. Комплексна регіональна цільова програма розвитку туризму в області на 2016–2020 роки: Рішення сесії Івано-Франківської обласної ради від 16.10.2015 № 1820-39/2015.

16. Костюк О. М. Розвиток туризму в Європі. URL : <http://tourism-book.com/books/book-18/chapter-1237/> (дата звернення: 27.08.2019).

17. Лисенко В. Ю., Пічкур Н. В. Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014–2018 рр. (проект). Запоріжжя, 2013. 93 с.

18. Маркетинг турпродукту: підручник / Ю. О. Карягін, З. І. Тимошенко, Т. О. Демура, Г. Б. Мунін. Київ: Кондор, 2009. 394 с.

19. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія. Львів: Новий світ – 2000, 2012. 176 с.

20. Нежнік О. Аналіз чинного законодавства у сфері державного управління санаторно-курортним комплексом України. *Актуальні проблеми державного управління*. 2015. Вип. 2. С. 106–111.

21. Обласна цільова програма розвитку туризму в Чернігівській області на 2013–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 21.12.2012.

22. Окландер М. А. Проблеми формування маркетингової системи країни. Київ: Наукова думка, 2002. 167 с.
23. Орлова В. В. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. *Науковий збірник*. Івано-Франківськ, 2012. Вип. 8. Т. 1.
24. Офіційний сайт державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.11.2018).
25. Петранівський В. Л., Рутинський М. Й. Туристичне краєзнавство: навч. посібник. Київ: Знання, 2006. 575 с.
26. Портер М. Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
27. Портер М. Е. Стратегія конкуренції. Київ: Основи, 2008. 390 с.
28. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.08.2013 № 638-р. URL: <http://www.kmu.gov.ua/ua/npras/246640434> (дата звернення: 17.06.2019).
29. Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017. URL: <http://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501> (дата звернення: 17.06.2019).
30. Програма розвитку рекреаційно-курортного комплексу та туризму з Запорізькому районі на 2016–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 22.06.2016 № 5.
31. Програма розвитку туризму в Рівненській області на 2016–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 13.04.2016 № 61.
32. Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2012–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 26.06.2012 № 16-4/VI.
33. Програма розвитку туризму, курортів і рекреації у Львівській області на 2018–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 05.12.2017 № 558.
34. Програма розвитку туризму і курортів на 2016–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 29.09.2016 № 220.

35. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016–2020 роки: Розпорядження голови Закарпатської облдержадміністрації від 22.12.2015 № 95.

36. Програма розвитку туризму та курортів у Миколаївській області на 2016–2020 роки: Рішення обласної ради від 10.06.2016 № 6.

37. Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області 2017–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 23.12.2016 № 285-VII.

38. Програма розвитку туризму та курортів в Херсонській області на 2019–2021 роки: Рішення сесії обласної ради від 14.12.2018 № 1095.

39. Програма розвитку туризму та рекреації у Волинській області на 2016–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 07.04.2016 № 4/10.

40. Програма розвитку туризму у Вінницькій області на 2017–2020 роки: Рішення сесії обласної ради від 30.06.2017 № 5.

41. Програма розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014–2022 роки: Рішення сесії обласної ради від 20.06.2014 № 532-26/VI.

42. Програма сталого розвитку туризму у Сумській області на 2018–2022 роки: Рішення сесії обласної ради від 20.12.2017.

43. Раєвнева О. В., Бобкова О. Ю. Визначення джерел нерівномірності розвитку регіонів України на підставі розкладання індексу Тейла. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 2 (128) С. 200-210.

44. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. Москва: Радио и связь, 1993. 278 с.

45. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017> (дата звернення: 27.12.2018).

46. Ступень Н. М. Аналіз функціонування та перспективи розвитку курортно-рекреаційної галузі. *Маркетинг і менеджмент*. 2018. № 1. URL: [http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018\\_1\\_62\\_72.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_62_72.pdf) (дата звернення: 18.12.2018).

47. Ткаченко Т. І. Стратегічне управління розвитком суб'єктів господарювання в сфері туризму. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/>

handle/123456789/15103/15-Tkachenko.pdf?sequence=2 (дата звернення: 18.10.2018).

48. Туристична діяльність в Україні у 2011–2017 роках: статистичний бюлетень. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.10.2018).

49. Федулова Л. І. Концептуальні засади державної регіональної промислової політики в умовах інноваційного розвитку. *Стратегічні пріоритети*. 2008. № 1 (6). С. 112–119.

50. Хаустова В. Є., Горбатова Є. Ф. Оцінка якості цільових програм розвитку туристичної галузі в регіонах України. *Проблеми економіки*. 2014. № 4. С. 183–196.

51. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібник. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2005. 596 с.

52. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Взаємозв'язок економічних інтересів суб'єктів на ринку лікувально-оздоровчого туризму України. *Інфраструктура ринку*. 2016. № 2. С72-77. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2016/2\\_2016\\_ukr/16.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2016/2_2016_ukr/16.pdf) (дата звернення: 07.11.2019).

53. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Складові частини та рівні управління розвитком лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 19. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/19-2018> Електронне фахове видання.

54. Юхновська Ю. О. Вплив розвитку культурно-історичної спадщини на економічний розвиток туристичної галузі України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 6 (111). С. 55–59.

55. Юхновська Ю. О. Дослідження життєвого циклу туристичної галузі регіонів України. *Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал*. 2019. Вип. 5-1 (54). С. 78–82.

56. Юхновська Ю. О. Дослідження потенціалу туристичної галузі конкурентоздатних регіонів України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 5 (110). С. 65–70.



57. Юхновська Ю. О. Застосування матриці ADL для обґрунтування стратегії туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46. С. 73–76.

58. Юхновська Ю. О. Оцінка привабливості окремих видів туристичної галузі Запорізького регіону. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль, 2019. № 4/2019. С. 33–39.

59. Юхновська Ю. О. Стратегічне планування розвитку туристичної галузі регіонів країни. *Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах євроінтеграції*: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених (м. Львів, 24 січня 2019 р.). Львів: Львівський торговельно-економічний університет, 2019. С. 372–373.

60. Юхновська Ю. О. Сучасні тенденції розвитку потенціалу туристичної галузі України та Запорізького регіону. *Економіка та суспільство*. 2018. № 19. С. 261–268. URL: <http://economyandsociety.in.ua/> (дата звернення: 25.07.2019).

61. Oxford Dictionaries. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/resort> (дата звернення: 18.09.2018).

## РОЗДІЛ 5

### МОДЕЛЮВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

#### **5.1. Моделювання оцінювання макросередовища збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України**

Складні динамічні умови і процеси глобалізації та інтеграції, в яких функціонує туристична галузь та туристичні підприємства країни, обумовлюють пошук принципово нових підходів до визначення шляхів ефективного використання туристичних ресурсів для забезпечення розвитку потенціалу туристичної галузі; вибору стратегічних напрямків розвитку потенціалу туристичних підсистем; оцінювання перспектив використання рекреаційних ресурсів щодо формування нових турів; визначення найкращих напрямків відпочинку [71].

Головною умовою конкурентоспроможності потенціалу туристичної галузі України, на нашу думку, є формування стратегії збалансованого розвитку, в якій необхідно використовувати певні системні методи та моделі, які дадуть якісний ефективний результат, за допомогою якого керівники різних рівнів управління мають прийняти ефективні управлінські рішення.

Ще однією важливою умовою є оцінка перспективи, розрахунок і прогнозування розвитку потенціалу туристичної галузі основних туристичних потоків, які є одними з ключових показників у туристичній галузі, тому що від кількості туристів та отриманих ними послуг залежить прибуток від здійснення діяльності туристичною галуззю, що впливає на її збалансований розвиток.

На рисунку 5.1. представлено основні проблеми розвитку потенціалу туристичної галузі та результати, які можна отримати при вирішенні цих проблем. У таблиці подано методи системного аналізу для розв'язання представлених проблем.

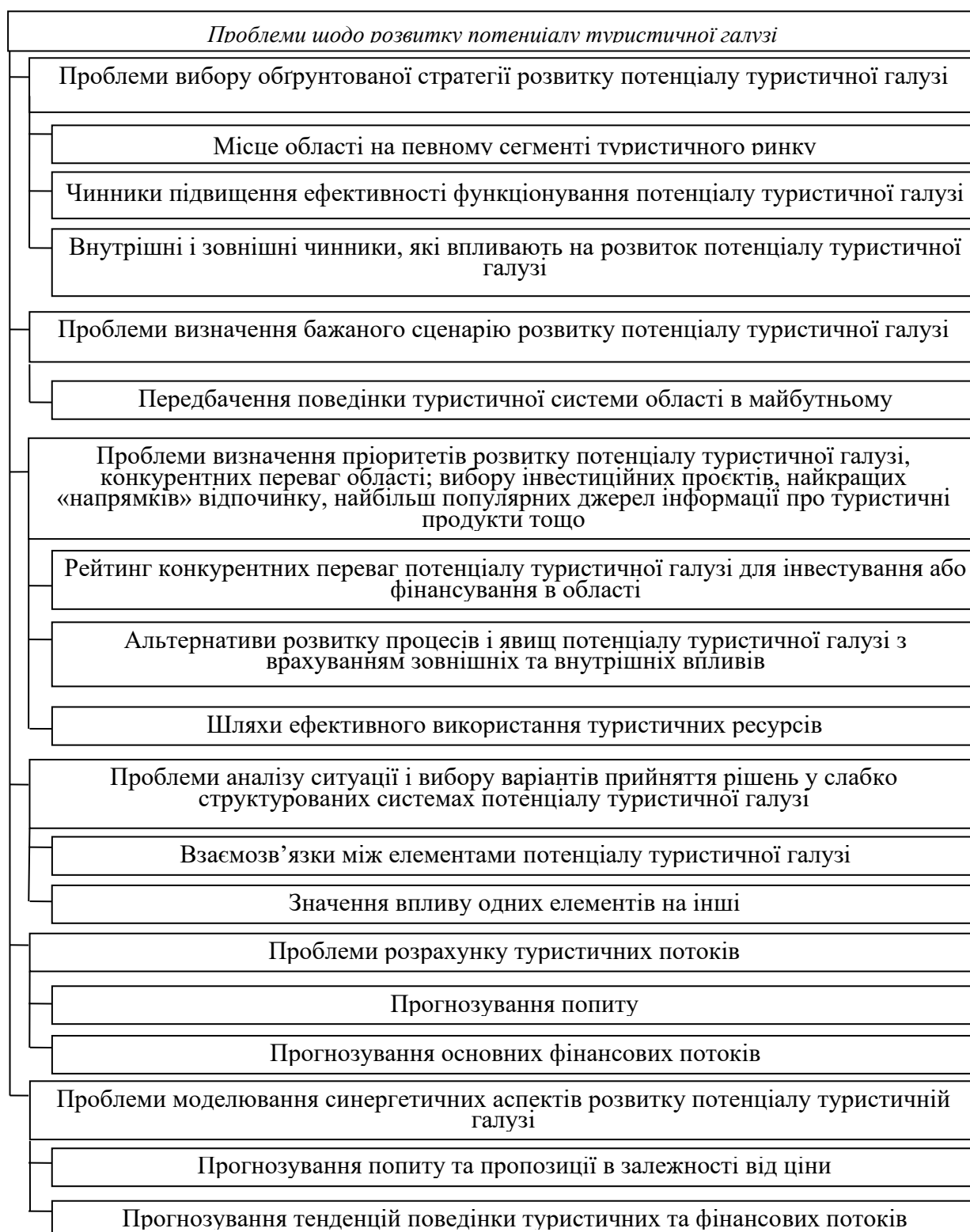


Рис. 5.1. Основні проблеми щодо розвитку потенціалу туристичної галузі та результати, що можуть бути отримані при їх вирішенні (розроблено автором)

Отже, для ефективного прийняття управлінського рішення та якісного аналізу розвитку потенціалу туристичної галузі області потрібно

використовувати методи та моделі системного аналізу комплексно, використовувати одну з математичних моделей у туристичній галузі неможливо, тому що загальноприйняті принципи моделювання потенціалу туристичної галузі не сформовано.

Необхідність застосування кореляційно-регресійного аналізу може бути обумовлена: визначенням залежності між змінними, що аналізуються, сприянням наявності можливого причинного зв'язку; пролонгацією значень залежної змінної за значеннями незалежних змінних, що особливо важливо тоді, коли безпосередні виміри залежної змінної потребують знищення досліджуваного об'єкта або коштують невиправдано дорого [13, с.530].

Таблиця 5.1

Використання методів системного аналізу розвитку потенціалу туристичної галузі [16, 20]

Методи системного аналізу	Практичне застосування в туристичній галузі
Когнітивне моделювання	представити структуру потенціалу туристичної галузі області
	встановити взаємозв'язок і вплив між елементами потенціалу туристичної галузі
	оцінити стійкість потенціалу туристичної галузі під дією зовнішніх сил
SWOT-аналіз	виявити сильні і слабкі сторони потенціалу туристичної галузі області
	виявити можливості і загрози зовнішнього середовища потенціалу туристичної галузі області
	виробити стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі області
Метод аналізу ієрархій	побудувати моделі розвитку потенціалу туристичної галузі і його складових у вигляді ієрархії
	визначити та вибрати стратегічні напрямки (альтернативи) розвитку потенціалу туристичної галузі області, туристичних ресурсів; найбільш популярні джерела інформації про туристичний продукти; раціональні стратегії розвитку області
Системне планування	визначити сценарії логічного та бажаного майбутнього, вибрати узагальнений сценарій розвитку потенціалу туристичної галузі або його складових
Економетричне моделювання	побудувати банк моделей на основі часових рядів основних туристичних показників та провести короткострокове прогнозування на їх основі

При оцінці факторів впливу розвитку потенціалу туристичної галузі важливим питанням є дослідження їх класифікації. Так, М. Жукова пропонує

«увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі, поділити на дві групи:

- 1) фактори, які діють незалежно від діяльності туристичної галузі;
- 2) фактори, що сприяють розвитку потенціалу туристичної галузі, активно використовувані туристичними організаціями у своїй діяльності» [20].

В. Кіптенко зазначає, що «зовнішнє середовище турфірми поділяють на мікросередовище (або робоче середовище, безпосереднє оточення – середовище непрямого впливу) і макросередовище (або загальне середовище, безпосереднє ділове (бізнес) оточення – середовище прямого впливу)» [27].

С. Цьохла наводить класифікацію факторів впливу на розвиток потенціалу туристичної галузі за ступенем впливу, напрямом, характером та результатами впливу та виділяє чотири групи зовнішніх факторів розвитку потенціалу туристичної галузі: політичні, економічні, соціально-демографічні та науково-технічні [58].

Згідно з класичною теорією розподіл факторів відбувається за зовнішніми чинниками, які впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі (фактори прямого та непрямого впливу) (табл. 5.2).

Таблиця 5.2

#### Фактори впливу на розвиток потенціалу туристичної галузі

Фактори прямого впливу	Фактори непрямого впливу
– стан туристичного ринку та його інфраструктури;	– стан економіки (рівень інфляції, ВВП);
– споживачі туристичних ресурсів (потреби, рівень доходів, купівельна спроможність);	– науково-технічний прогрес
– стан рекреаційних ресурсів;	– фінансово-кредитна політика;
– стан матеріально-технічної бази туристичної галузі;	– бюджетна та податкова політика;
– інноваційно-інвестиційна привабливість потенціалу туристичної галузі;	– міжнародне співробітництво туристичної галузі;
– стан конкуренції в туристичній галузі;	– екологічний стан
– державна політика туристичної галузі (рівень державного регулювання та підтримки); нормативно-правове забезпечення туристичної галузі.	

Проаналізувати вплив зовнішніх чинників на формування, функціонування та розвиток потенціалу туристичної галузі можна за допомогою моделювання, де об'єктивність та достовірність залежить від наявності повної комплексної статистичної інформації за основними показниками.

Проведемо комплексний аналіз та оцінювання впливу чинників на розвиток потенціалу туристичної галузі України кореляційно-регресійним методом, обрано основним показником – обсяг реалізованої продукції всіх суб'єктів туристичної галузі.

Спершу здійснимо оцінку динаміки та структури суб'єктів туристичної галузі України та її областей (табл. 5.3.).

Таблиця 5.3

Кількість суб'єктів господарювання залежно від розміру туристичних підприємств України [39]

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Зміна 2019/ 2010,%
Загальна кількість суб'єктів господарювання	10486	8560	8226	9829	10270	9392	10460	10093	10520	11576	9,4
У тому числі - суб'єкти великого підприємництва	–	–	–	–	–	–	1	–	–	–	–
- суб'єкти середнього підприємництва	49	44	36	33	24	18	43	17	18	15	-69,4
частка, % від загальної кількості суб'єктів	0,47	0,51	0,44	0,34	0,23	0,19	0,41	0,17	0,17	0,1	-78,7
- суб'єкти малого підприємництва	10437	8516	8190	9796	10246	9374	10416	10076	10502	11561	9,7
частка, % від загальної кількості суб'єктів	99,53	99,49	99,56	99,66	99,77	99,81	99,58	99,83	99,83	99,9	0,4
з них суб'єкти мікропідприємництва	10182	8271	7968	9578	10063	9213	10184	9911	10327	11372	10,5
частка, % від загальної кількості суб'єктів	97,10	96,62	96,86	97,45	97,98	98,09	97,36	98,20	98,20	98,2	1,1

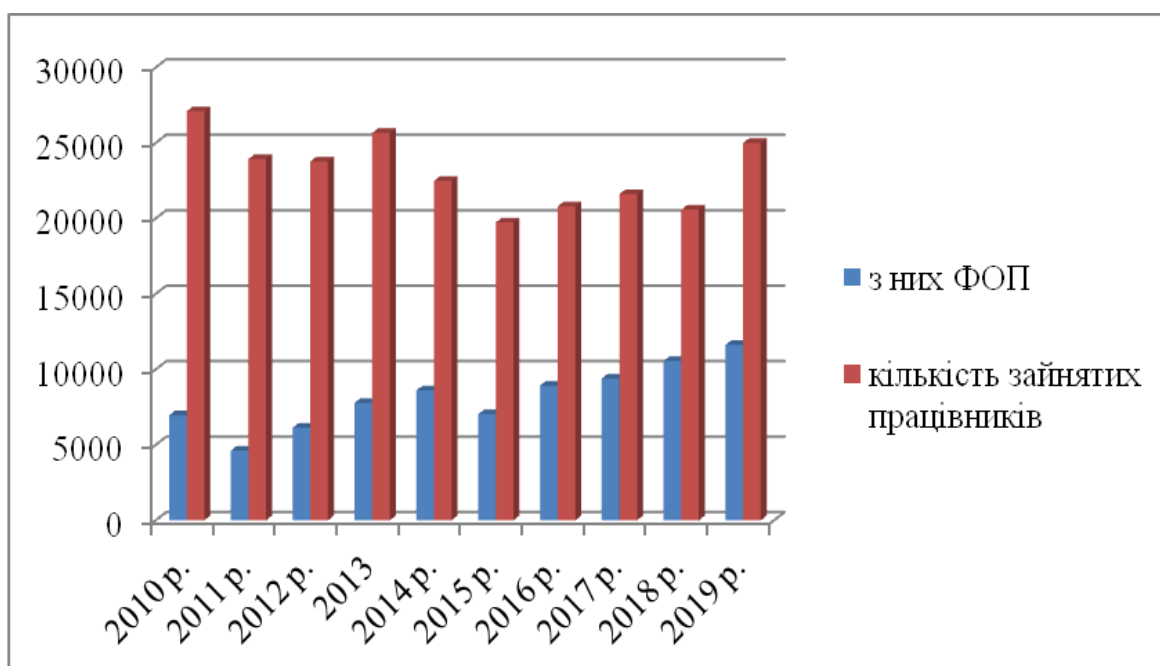


Рис. 5.2. Кількість зайнятих працівників у туристичній галузі у 2010–2019 рр., тис. осіб [39]

У таблиці 5.4. представлена динаміка реалізації продукції суб'єктами господарювання туристичної галузі.

Таблиця 5.4

Динаміка реалізації продукції суб'єктами господарювання туристичної галузі України, млн. грн.[40]

Рік	Реалізована продукція	Темп приросту, % до попереднього періоду
2010	4711,8	–
2011	4889	3,76
2012	6080,7	24,38
2013	6269,9	3,11
2014	4509,1	–28,08
2015	5519,8	22,41
2016	7006,8	26,94
2017	8434,5	20,38
2018	11873,9	28,97
2019	15925,0	25,44

Згідно з таблицею у 2012 році спостерігається значний приріст (24 %) обсягу реалізованої продукції, у 2014 р. – скорочення на 28 %, що можна

пояснити політичною ситуацією в країні, а вже з 2016 року відносно 2019 року спостерігається значний приріст на 56 %.

Для визначення прогнозування та перспектив розвитку потенціалу туристичної галузі України було побудовано матрицю кореляційної залежності реалізованої продукції туристичної галузі ( $Y$ ) від впливу багатьох факторів ( $X...$ ) [39; 83].

На нашу думку, прямий вплив на обсяг реалізованої продукції мають коефіцієнти кореляції за факторами  $X_5, X_{10}, X_{11}, X_{13}, X_{15}, X_{17}$ . Показники  $X_6, X_8, X_{14}$  мають слабкий вплив на обсяг реалізації. Середній вплив мають наступні показники:  $X_3, X_{12}, X_6, X_{14}$ . Далі з метою подальшого використання отриманих результатів виникає необхідність перевірки факторів на мультиколінеарність, причому вже виключені фактори не враховувалися. Такими факторами є  $X_1$  (корелює з  $X_3 - X_7, X_{10}, X_{11}, X_{13}, X_{15} - X_{17}$ ),  $X_2$  (корелює з  $X_5, X_{17}$ ),  $X_3$  (корелює з  $X_1, X_{10}, X_{11}, X_{13}, X_{15} - X_{17}$ ),  $X_4$  (корелює з  $X_1, X_5, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{15} - X_{17}$ ),  $X_5$  (корелює з  $X_1 - X_3, X_{10}, X_{11}, X_{13}, X_{15} - X_{17}$ ),  $X_7$  (кореляція з  $X_1, X_3, X_{10}, X_{12} - X_{13}, X_{16} - X_{17}$ ),  $X_9$  (кореляція з  $X_{12}, X_{13}, X_{16}, X_{17}$ ),  $X_{10}$  (висока кореляція з  $X_1, X_3 - X_7, X_{11}, X_{13}, X_{15} - X_{17}$ ),  $X_{11}$  (кореляція з  $X_1, X_3 - X_5, X_{10}, X_{15}, X_{16}, X_{17}$ ),  $X_{13}$  (має сильну кореляцію з  $X_1 - X_7, X_9, X_{10}, X_{12}, X_{16}, X_{17}$ )  $X_{16}$  (кореляція з усіма факторами, окрім  $X_{15}$ ),  $X_{17}$  (кореляція з усіма факторами, окрім  $X_{15}$ ). Ці чинники мають коефіцієнт кореляції вище 0,7 з залежними чинниками. Тому з дослідження були поступово виключені фактори  $X_1, X_{17}, X_{16}, X_{15}, X_{13}, X_{12}, X_{11}, X_{10}, X_7, X_4$ . Визначено індекс зміни споживчих цін ( $X_1$ ), капіталовкладення у потенціал туристичної галузі ( $X_2$ ), індекс економічної свободи ( $X_3$ ) як найвпливовіші фактори, за якими побудовано регресійну модель (табл. 5.6–5.8), яка має вигляд:

$$Y = -2493,55 - 3,53 \times X_1 + 743,7 \times X_2 - 42,41 \times X_3 \quad (5.1)$$



Кореляційна матриця залежності реалізованої продукції суб'єктів господарювання туристичної галузі України від факторів макросередовища

Показники	Значення	У	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub>	X <sub>9</sub>	X <sub>10</sub>	X <sub>11</sub>	X <sub>12</sub>	X <sub>13</sub>	X <sub>14</sub>	X <sub>15</sub>	X <sub>16</sub>	X <sub>17</sub>
Реалізована продукція	У	1																	
Курс долара до гривні	X <sub>1</sub>	-0,89	1																
Індекс зміни споживчих цін	X <sub>2</sub>	-0,80	0,62	1															
Середньомісячна зарплата	X <sub>3</sub>	-0,63	0,88	0,26	1														
Безробітне населення	X <sub>4</sub>	-0,96	0,85	0,67	0,66	1													
Капіталовкладення в потенціал галузі	X <sub>5</sub>	0,95	-0,89	-0,73	-0,68	-0,92	1												
Індекс якості доріг	X <sub>6</sub>	-0,59	0,81	0,47	0,74	0,51	-0,52	1											
Рівень загальної глобалізації	X <sub>7</sub>	-0,74	0,90	0,56	0,80	0,64	-0,67	0,95	1										
Індекс верховенства права	X <sub>8</sub>	0,34	-0,61	0,07	-0,89	-0,48	0,41	-0,58	-0,55	1									
Індекс економічної свободи	X <sub>9</sub>	-0,76	0,60	0,55	0,54	0,79	-0,67	0,41	0,56	-0,48	1								
Рейтинг України за індексом Doing Business	X <sub>10</sub>	0,88	-0,98	-0,59	-0,88	-0,85	0,92	-0,74	-0,87	0,63	-0,67	1							
Індекс контролю корупції	X <sub>11</sub>	0,78	-0,89	-0,33	-0,89	-0,87	0,82	-0,60	-0,68	0,77	-0,58	0,88	1						
Індекс ефективності уряду	X <sub>12</sub>	-0,63	0,66	0,52	0,63	0,59	-0,56	0,75	0,78	-0,59	0,83	-0,68	-0,50	1					
Індекс політичної стабільності	X <sub>13</sub>	0,88	-0,88	-0,70	-0,73	-0,79	0,84	-0,71	-0,87	0,47	-0,82	0,92	0,68	-0,84	1				
Відсоткова ставка по кредитам	X <sub>14</sub>	-0,52	0,53	0,72	0,19	0,32	-0,41	0,74	0,70	0,10	0,17	-0,45	-0,15	0,47	-0,53	1			
Доступ до фінансування	X <sub>15</sub>	0,70	-0,81	-0,34	-0,86	-0,81	0,75	-0,51	-0,56	0,75	-0,49	0,79	0,95	-0,39	0,56	-0,06	1		
Індекс людського розвитку	X <sub>16</sub>	-0,81	0,88	0,53	0,85	0,79	-0,76	0,78	0,89	-0,69	0,84	-0,90	-0,78	0,88	0-0,95	0,40	-0,67	1	
Кількість іноземців, які в'їхали	X <sub>17</sub>	0,99	-0,88	-0,80	-0,62	-0,95	0,92	-0,63	-0,77	0,37	-0,81	0,87	0,76	-0,70	0,90	-0,55	0,67	-0,84	1

Таблиця 5.6

Регресійна статистика для лінійної моделі залежності реалізованої продукції від індексу споживчих цін, індексу економічної свободи та капіталовкладень

Показник	Значення
Множинний коефіцієнт кореляції R	0,97
Коефіцієнт детермінації R-квадрат	0,94
Нормований R-квадрат	0,90
Стандартна похибка	74,39
Спостереження	8

Таблиця 5.7

Дисперсійний аналіз для лінійної моделі залежності реалізованої продукції від індексу зміни споживчих цін, індексу економічної свободи та капіталовкладень

Показник	df	SS	MS	F-критерій Фішера	Значущість F
Регресія	3	369514,882	123171,627	22,254	0,006
Залишок	4	22139,561	5534,890		
Всього	7	391654,443			

Таблиця 5.8

Результати побудови лінійної моделі залежності реалізованої продукції від індексу зміни споживчих цін, індексу економічної свободи та капіталовкладень

Параметр	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	P-значення	Нижні 95%	Верхні 95%	Нижні 95%	Верхні 95%
У-перетин	2493,55	1661,88	1,50	0,21	-2120,56	7107,66	-2120,56	7107,66
Змінна X <sub>1</sub>	-3,53	2,87	-1,23	0,29	-11,49	4,42	-11,49	4,42
Змінна X <sub>2</sub>	743,70	226,96	3,28	0,03	113,56	1373,84	113,56	1373,84
Змінна X <sub>3</sub>	-42,41	34,03	-1,25	0,28	-136,90	52,07	-136,90	52,07

Таблиці 5.6–5.8 свідчать про високий зв'язок між факторами впливу на обсяг реалізованої продукції, а саме коефіцієнт кореляції R дорівнює 0,97, коефіцієнт детермінації R-квадрат – 0,94. З одержаних результатів можна

зробити висновок, що модель є достовірною коефіцієнт Фішера  $F_{\text{факт.}} = 22,254$  порівняно з  $F_{\text{табл.}} = 4,19$ . Але за критерієм Ст'юдента не всі фактори є статистично значимими, тому цю модель не вважаємо адекватною через виключення факторів  $X_1$  та  $X_3$ . Після виключення цих факторів модель буде мати такий вигляд:

$$y = -63,97 + 1080,63 \times X_1 \quad (5.2)$$

Показники адекватності цієї моделі представлено в таблицях 5.9–5.11

Таблиця 5.9

Регресійна статистика для лінійної моделі залежності реалізованої продукції від капіталовкладень

Показник	Значення
Множинний коефіцієнт кореляції R	0,95
Коефіцієнт детермінації R-квадрат	0,89
Нормований R-квадрат	0,88
Стандартна похибка	82,99
Спостереження	8

Таблиця 5.10

Дисперсійний аналіз для лінійної моделі залежності реалізованої продукції від капіталовкладень

Показник	df	SS	MS	F-критерій Фішера	Значущість F
Регресія	1	350329,14	350329,14	50,86	0,0004
Залишок	6	41325,30	6887,55		
Всього	7	391654,44			

Таблиця 5.11

Результати побудови лінійної моделі залежності реалізованої продукції від капіталовкладень

Параметр	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	P-значення	Нижні 95%	Верхні 95%	Нижні 95%	Верхні 95%
У-перетин	-63,97	81,24	-0,79	0,46	-262,77	134,83	-262,77	134,83
Змінна $X_1$	1080,63	151,52	7,13	0,00	709,87	1451,39	709,87	1451,39

Отримані результати свідчать про статистичний зв'язок між показниками. Отже, можна зробити висновок, що позитивний вплив має збільшення капіталовкладень у потенціал туристичної галузі на збільшення обсягу реалізованої продукції. Кореляційно-регресійний аналіз дав можливість отримати модель залежності реалізованої продукції від капіталовкладень з ймовірністю 95 %, що вказує на необхідність ведення інвестиційної політики в Україні щодо розвитку потенціалу туристичної галузі.

Найбільш значущими факторами впливу на розвиток потенціалу туристичної галузі України можна визначити: соціально-економічний стан країни, економічний стан населення, ефективність державного управління, політична ситуація в країні, розвиток туристичної транспортної інфраструктури, інвестиційне забезпечення туристичної галузі, інфляція.

Сьогодні в Україні одним із пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку є туристична галузь, тому формування та прогнозування туристичних потоків, забезпечення якісного їх обслуговування потребують особливої уваги науковців і практиків туристичної галузі.

Туристичні потоки визначають прибуття подорожуючих та узагальнюють показник розвитку потенціалу туристичної галузі України, розвиток чого неможливий без оцінки зв'язків між чинниками та результативними показниками.

Алгоритм прогнозування обсягу туристичних потоків наведено на рис. 5.3., згідно з яким весь процес моделювання буде складатися з восьми етапів.

Одним з фундаментальних етапів прогнозування є етап створення багатофакторної кореляційно-регресійної моделі залежності туристичних потоків від зовнішніх соціально-економічних факторів. Отже, з метою виявлення тенденцій зміни туристичних потоків і факторів, що найбільше впливають на цей обсяг, потрібно здійснити статистичний аналіз соціально-економічних показників [16].

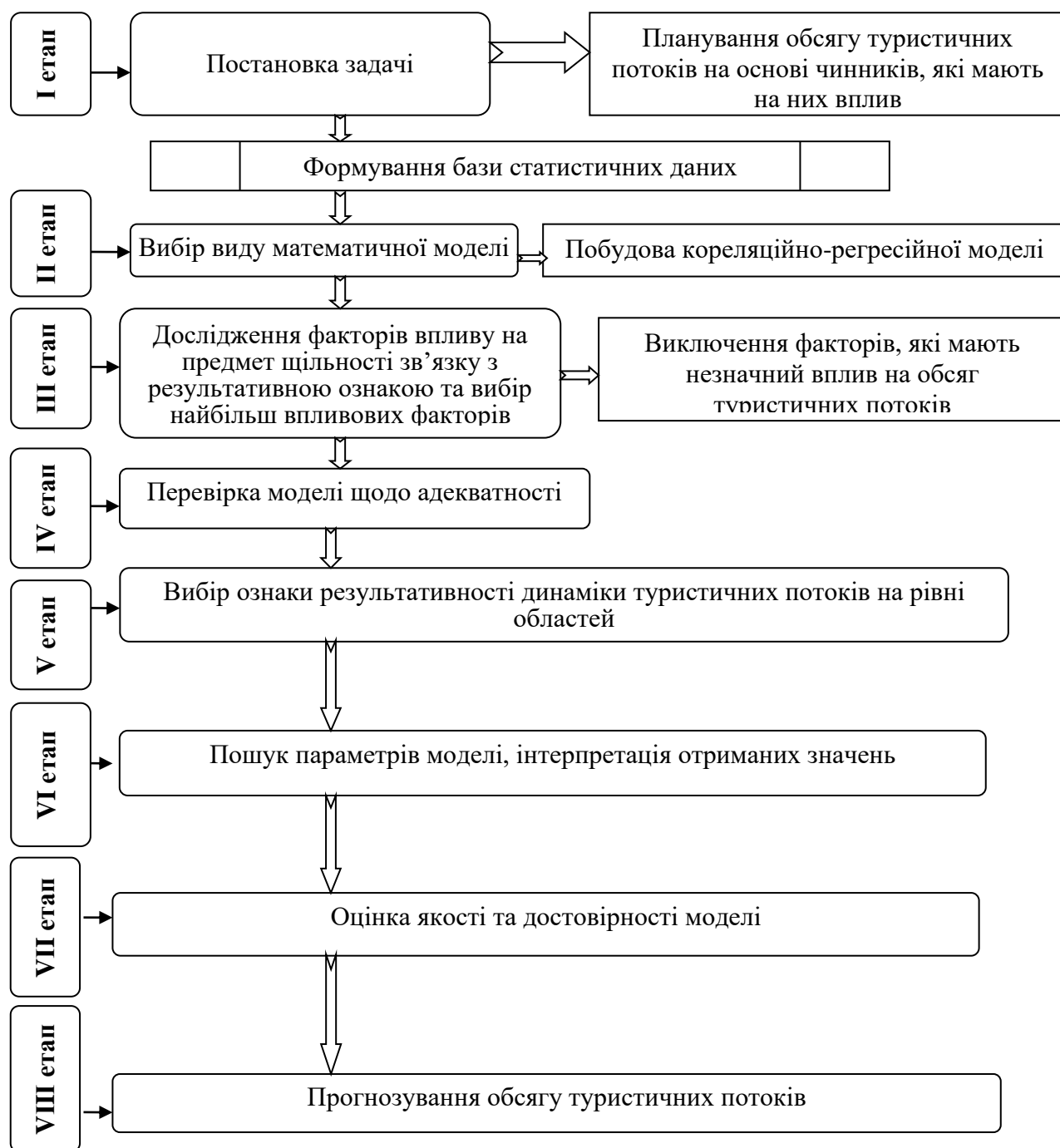


Рис. 5.3. Алгоритм прогнозування обсягу туристичних потоків (розроблено автором)

Проаналізувавши динаміку туристичних потоків України за 2001–2019 рр., виявили, що середня кількість громадян України, які виїзжали за кордон щороку в середньому збільшувалась майже на 4%, кількість іноземних громадян, які відвідали Україну – на 4,7% та на 1,5% збільшувалась кількість туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності України. За цей

період зменшувалась тільки динаміка кількості іноземних туристів, які обслуговувались суб'єктами туристичної діяльності України та кількість внутрішніх туристів України майже на 14% та 7% відповідно (табл.5.12.)

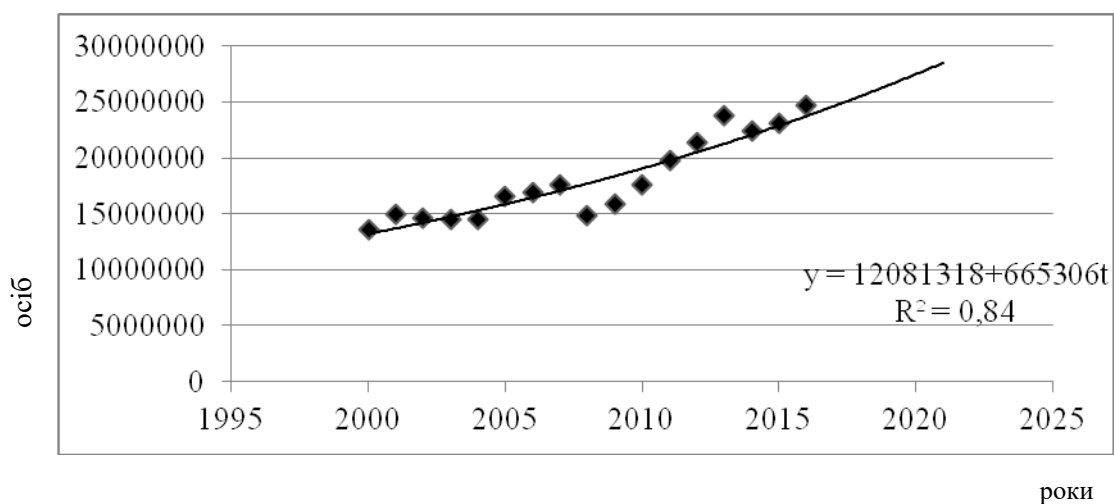
Таблиця 5.12

Середні темпи зростання/спаду показників туристичних потоків України за 2001–2019 рр.

Показники	Середній темп зростання/спаду
Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	1,039
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	1,047
Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	1,015
Кількість іноземних туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	0,862
Кількість туристів-громадян України, які виїжджали за кордон, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України	1,132
Кількість внутрішніх туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	0,934

Нами проведено економічний аналіз туристичних потоків України за період 2000–2019 рр. на основі лінійної моделі тренду, достовірність якої перевірено коефіцієнтом детермінації  $R^2$  та критерієм Фішера, Стьюдента, Дарбіна Уотсона для більш достовірного та точного аналізу динаміки [14; 39]. На рисунку 5.4. бачимо щорічне збільшення кількості громадян України на 665306 осіб, які виїжджали за кордон (коефіцієнт тренду  $\bar{y}_t = 12081319 + 665306t$ , значення детермінації  $R^2 = 0,8402$ , що є близько до 1 та вказує на статистичну достовірність обраної моделі).

У табл. 5.13. проаналізовано тенденції щодо кількості громадян України, які виїжджали до Польщі, Німеччини, Туреччини і Румунії за період 2006–2018 рр. та зробили прогноз на 3 роки (табл.5.13.) застосовуючи економіко-математичним моделювання як спосіб прогнозування, що передбачає конструювання моделі (зразка) реального процесу чи явища, які мають відбутися у майбутньому [31].



- ◆ Кількість громадян України, які виїжджали за кордон, – усього, осіб
- Лінійна модель

Рис. 5.4. Лінійна модель тренду кількості громадян України, які виїжджали за кордон у 2001–2019 рр.

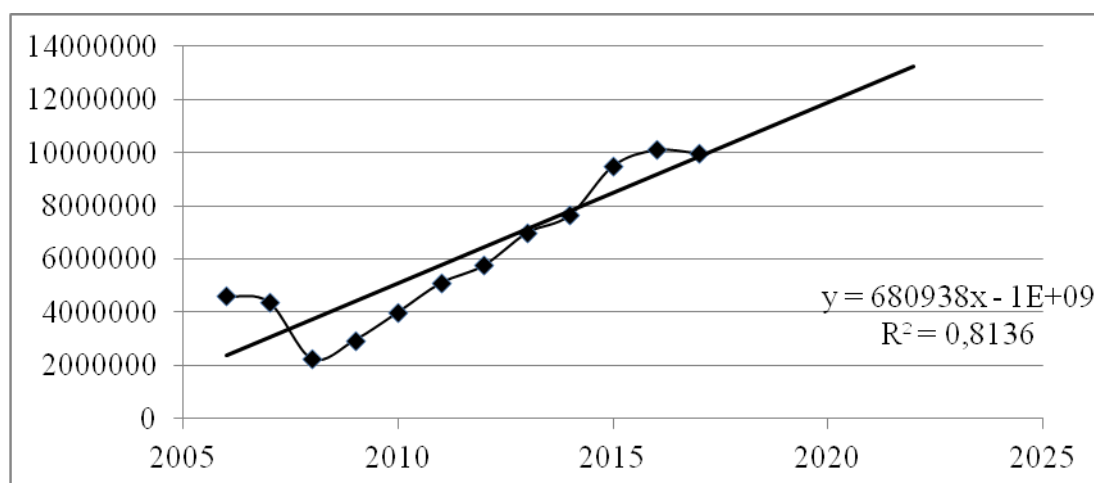


Рис. 5.5. Визначення тенденції щодо кількості громадян України, які виїжджали до Польщі протягом 2001–2019 рр.

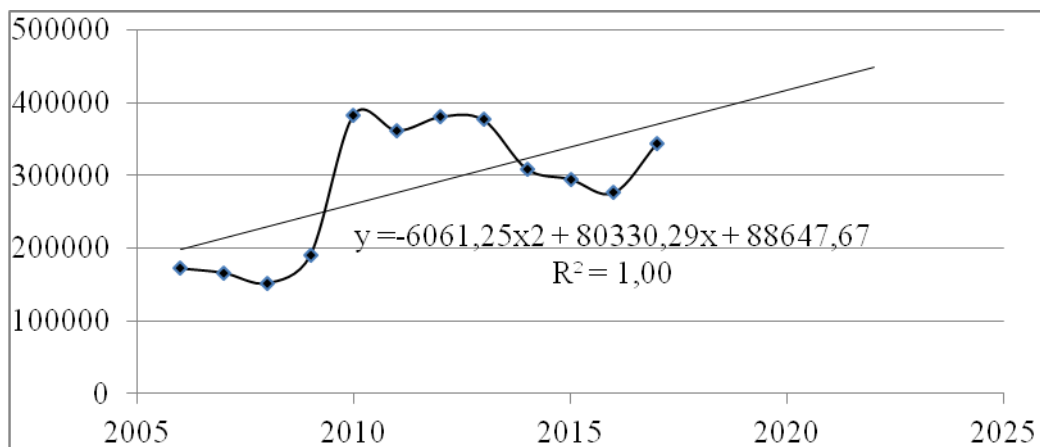


Рис. 5.6. Визначення тенденції щодо кількості громадян України, які виїжджали до Німеччини протягом 2001–2019 рр.

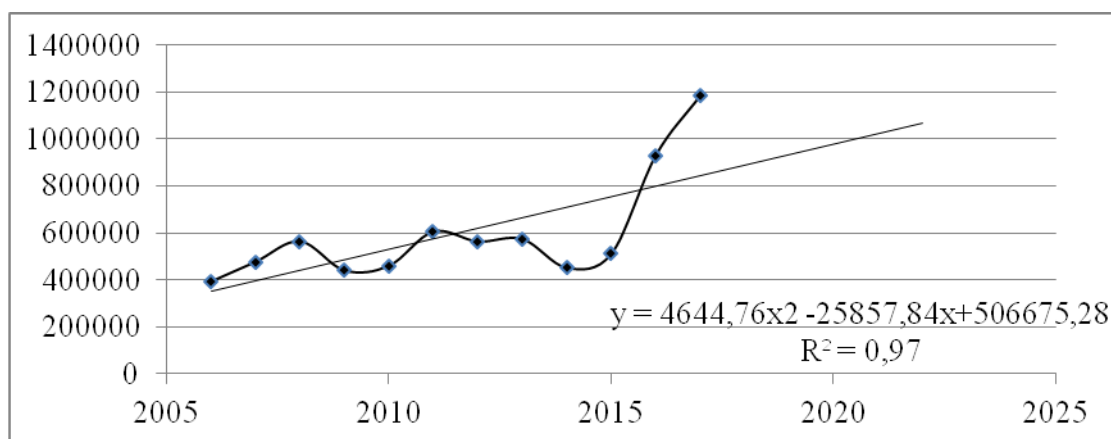


Рис. 5.7. Визначення тенденції щодо кількості громадян України, які виїжджали до Туреччини протягом 2001–2019 рр.

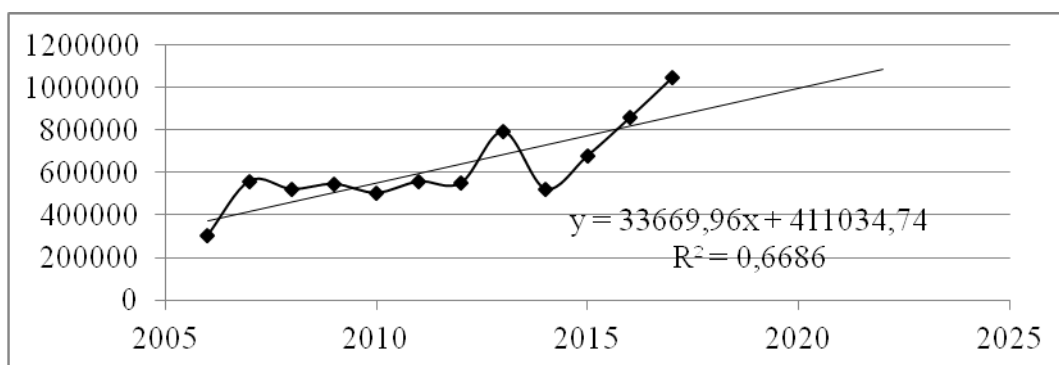


Рис. 5.8. Визначення тенденції щодо кількості громадян України, які виїжджали до Румунії протягом 2001–2019 рр.



## Прогнозування кількості громадян України, які поїдуть за кордон

Рік	Прогнозування кількості громадян України				
	які поїдуть за кордон	до Польщі	до Німеччини	до Туреччини	до Румунії
2020	29738494	11238491	387122	1333021	1175960
2021	30928034	11688031	402607	1386342	1222998
2022	32165155	12155552	418711	1441795	1271918

Отже, з таблиці 5.13. можна зробити висновок, що вже до 2022 року кількість туристів з України в країнах Європи та в світі зросте в середньому приблизно на 4%.

У таблиці 5.14 представлено всі показники туристичних потоків України та період 2001-2019 рр. розраховані на основі лінійної моделі тренду, достовірність якої з ймовірністю 0,79 є основною тенденцією для розвитку туристичних потоків.

Таблиця 5.14

## Лінійні рівняння тренду показників туристичних потоків в Україні за 2001–2019 рр.

Показник	Лінійна модель тренду	Коефіцієнт детермінації $R^2$	Критерій Фішера F	Критерій Дарбіна-
Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	$\bar{y}_t = 12081319 + 665306t$	0,840	78,9*	0,65
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	$\bar{y}_t = 12696020 + 478067t$	0,170	3,1	0,48
Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	$\bar{y}_t = 2162015 + 30100t$	0,110	1,8	1,61
Кількість іноземних туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	$\bar{y}_t = 532074 - 26234t$	0,720	38,5*	1,25
Кількість туристів-громадян України, які виїжджали за кордон, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	$\bar{y}_t = -128154 + 134682t$	0,824	70,4*	1,75
Кількість внутрішніх туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	$\bar{y}_t = 1758095 - 78348t$	0,560	19,1*	1,65

\* статистична вірогідність із ймовірністю 0,79

Дослідження показало позитивну динаміку майже для всіх показників туристичних потоків України, окрім показника кількості внутрішніх туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності, який зменшується щорічно. На цей показник, на нашу думку, вплинуло багато факторів, таких, як політичний стан країни, зріст інфляції, безробіття, анексія Криму, фінансовий стан країни тощо.

Кореляційно-регресійний аналіз відображає вплив макроекономічних чинників на розвиток туристичної галузі загалом та на розвиток туристичних потоків зокрема. Шляхом кореляційно-регресійним аналізом можна виявити фактори впливу на розвиток потенціалу туристичної галузі та туристичні потоки України. Аналіз значень лінійних парних коефіцієнтів представлено в табл. 5.15.

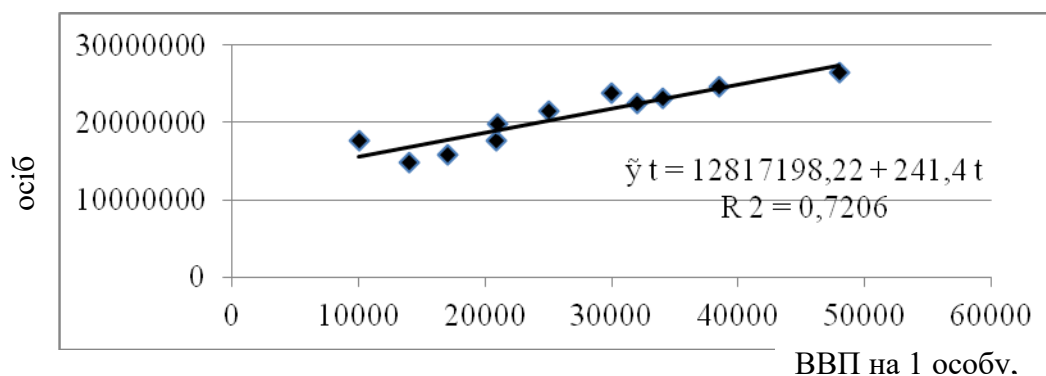
Таблиця 5.15

Лінійні парні коефіцієнти кореляції показників туристичних потоків та макроекономічних показників України за 2001–2019 рр.

Показник	Чинники				
	ВВП на 1 особу	ВВП	Середньомісяч на заробітна плата	Індекс цін	Капітальні інвестиції
Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	0,849	0,848	0,870	0,123	0,532
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	-0,377	-0,358	-0,360	-0,662	0,222
Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	0,215	0,229	0,265	-0,484	0,496
Кількість іноземних туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	-0,843	-0,833	-0,832	-0,685	-0,440
Кількість туристів-громадян України, які виїжджали за кордон, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	0,786	0,792	0,829	-0,057	0,614
Кількість внутрішніх туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	-0,674	-0,671	0,687	-0,230	-0,260

Досліджуючи кількість громадян України, які виїжджали за кордон, виявили найбільшу залежність від ВВП та доходів населення країни, а кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, не залежить від зовнішніх факторів країни.

Далі проаналізуємо економічні показники України, від яких регресійно залежать туристичні потоки країни за 2001–2019 рр. (рис. 5.9)



- ◆ – Кількість громадян України, які виїжджали за кордон, – усього, осіб
- Лінійна модель

Рис. 5.9. Лінійна модель регресії залежності кількості громадян України, які виїжджали за кордон, від ВВП на 1 особу

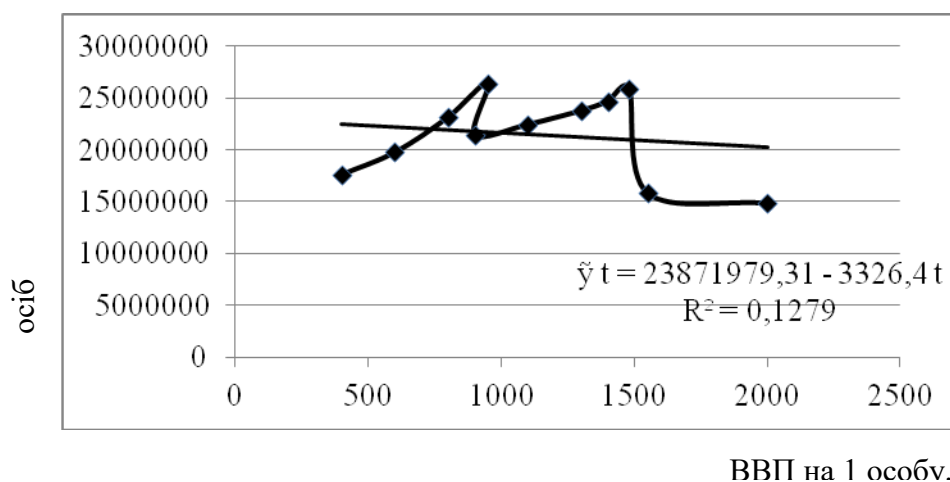
З рисунку 5.9. бачимо, що кількість громадян України, які виїжджають за кордон, збільшується щорічно на 241 особу при зростанні ВВП на 1 особу на 1 гривню.

Коефіцієнт детермінації  $R^2$  (0,13) на рис. 5.10. показує, що кількість іноземних громадян, які відвідали країну, не залежить від обсягу ВВП.

Отже, з метою прогнозування при визначенні напрямів розвитку потенціалу туристичної галузі України, враховуючи залежність від зовнішніх факторів, можна використовувати на основі економічного аналізу кореляційно-регресійне моделювання, яке має високий рівень статистичної вірогідності.

Одним із головних структурних елементів розвитку потенціалу туристичної галузі та основним фактором формування туристичної

привабливості України є готельне господарство, тому вважаємо задоцільне здійснити аналіз та моделювання цієї сфери.



- ◆ – Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, – усього, осіб
- Лінійна модель

Рис. 5.10. Лінійна модель регресії залежності кількості іноземних громадян, які відвідали Україну, від ВВП України

Розрахуємо на основі статистичних даних [39] інтегральний показник оцінювання туристичної привабливості областей України, оскільки, на нашу думку, є багато спільного із забезпеченістю областей країни готельним господарством (табл. 5.16).

Таблиця 5.16

Інтегральний показник потенціалу туристичної привабливості областей України, 2019 р.

Область України	Інтегральний показник потенціалу туристичної привабливості області
1	2
Вінницька	0,7327
Волинська	0,8536
Дніпропетровська	1,3409
Донецька	0,7072
Житомирська	0,8536
Закарпатська	1,2200
Запорізька	1,3409
Івано-Франківська	0,8536
Київська	1,4654
Кіровоградська	1,5863

1	2
Луганська	0,2327
Львівська	0,9745
Миколаївська	1,2200
Одеська	1,2200
Полтавська	1,3409
Рівненська	0,8536
Сумська	0,7327
Тернопільська	0,8536
Харківська	1,0991
Херсонська	1,2200
Хмельницька	0,9745
Черкаська	0,6081
Чернівецька	0,6081
Чернігівська	0,6081

Стан та динаміку готельного господарства за областями України представлено в табл.5.17–5.18.

Таблиця 5.17

Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування за областями України [39]

Область України	Роки								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вінницька	46	61	72	73	75	60	22	22	21
Волинська	46	50	67	64	66	61	72	72	61
Дніпропетровська	141	130	135	146	139	138	93	93	106
Донецька	140	135	139	50	44	46	78	78	88
Житомирська	48	51	57	59	58	70	17	17	19
Закарпатська	159	151	228	229	213	211	54	54	59
Запорізька	116	89	126	125	86	114	123	123	133
Івано-Франківська	345	167	193	212	200	227	67	67	64
Київська	56	57	93	89	87	114	86	86	96
Кіровоградська	32	43	45	48	41	30	30	30	37
Луганська	60	45	51	13	23	23	9	9	11
Львівська	228	250	272	273	273	287	129	129	130
Миколаївська	70	82	93	89	66	74	102	102	103
Одеська	217	216	253	235	250	232	177	177	187
Полтавська	86	94	115	106	105	76	43	43	44
Рівненська	41	44	52	50	46	45	17	17	18
Сумська	48	47	50	41	34	37	21	21	21
Тернопільська	46	49	59	58	57	59	14	14	15
Харківська	103	125	130	125	123	108	67	67	73
Херсонська	74	82	116	109	70	92	107	107	88

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Хмельницька	60	68	90	84	70	71	33	33	31
Черкаська	70	66	75	73	75	80	54	54	55
Чернівецька	67	80	87	91	87	79	11	11	13
Чернігівська	44	45	45	45	43	35	25	25	24

Таблиця 5.18

## Ранжування областей за кількістю готелів та засобів розміщування

Область України	Роки								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Львівська	2	1	1	1	1	1	2	2	3
Одеська	3	2	2	2	2	2	1	1	1
Івано-Франківська	1	3	4	4	4	3	10	10	9
Закарпатська	4	4	3	3	3	4	12	12	11
Дніпропетровська	5	6	5	5	5	5	6	6	4
Запорізька	6	9	6	6	9	6	3	3	2
Київська	16	19	11	11	7	7	7	7	6
Харківська	7	7	7	7	5	8	11	11	8
Херсонська	10	10	9	8	12	9	4	4	7
Черкаська	11	14	8	14	10	10	13	13	12
Чернівецька	13	12	14	10	8	11	23	23	21
Полтавська	8	8	10	9	6	12	14	14	13
Миколаївська	12	11	12	12	14	13	5	5	5
Хмельницька	14	13	13	13	13	14	15	15	15
Житомирська	17	16	19	17	16	15	21	21	18
Волинська	19	17	16	16	15	16	9	9	10
Вінницька	20	15	15	15	11	17	18	18	17
Тернопільська	21	118	18	18	17	18	22	22	20
Донецька	6	5	17	19	19	19	8	8	7
Рівненська	23	23	19	20	18	20	20	20	19
Сумська	18	19	21	23	22	21	19	19	17
Чернігівська	22	20	22	22	20	22	17	17	16
Кіровоградська	24	24	23	21	21	23	16	16	14
Луганська	15	21	24	24	24	24	24	24	22

З таблиць бачимо лідерів у готельному бізнесі – Львівська, Одеська, Івано-Франківська, Закарпатська, Дніпропетровська області. Аутсайдерами виявлено Тернопільську, Донецьку, Рівненську, Сумську, Чернігівську, Кіровоградську, Донецьку та Луганську області.

Для визначення наявності зв'язку між показниками потенціалу туристичної привабливості та розвитком готельного господарства, необхідно

здійснити аналіз та моделювання за допомогою кореляційно-регресійного аналізу.

Отримані результати моделювання та параметри регресійної моделі представлено в табл. 5.19.

Таблиця 5.19

Характеристика регресійної моделі залежності потенціалу туристичної привабливості області від кількості готелів

Факторні ознаки	Параметри моделі					Висновок про значимість моделі
	коефіцієнт кореляції, R	коефіцієнт детермінації, R <sup>2</sup>	рівень значимості, p	критерій Фішера, F	критерій Стьюдента, t	
X (рейтинг регіонів за кількістю готелів)	0,8933	0,7967	0,0000	234,21	-9,451	значима
Регресійна модель	Y – туристична привабливість регіону, $y = 1472 - 72,45x$					

Кореляційний аналіз показав коефіцієнт кореляції  $R=0,89$ , що свідчить про наявність тісного прямого зв'язку між показниками потенціалу туристичної привабливості та кількістю готелів в областях.

Отже, можна зробити висновок, що готельне господарство одна з основних складових розвитку потенціалу туристичної галузі, яка функціонує не в повну силу і потребує нових вкладень від держави та інвесторів.

Ще однією з важливих складових розвитку потенціалу туристичної галузі, яка має суттєвий вплив на розвиток туризму, вважаємо лікувально-оздоровчу та санаторно-курортну сферу. В таблиці 5.20 представлені показники, які, найбільш впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі: загальна вартість перебування всіх розміщених осіб протягом року, кількість розміщених відпочиваючих, кількість санаторно-курортних засобів розміщення, захворюваність населення, чисельність економічно активного населення, середньомісячна заробітна плата, валовий національний продукт. Показником результату, було обрано дохід від наданих послуг санаторно-курортними спеціалізованими засобами розміщування.

Основні чинники розвитку лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери за областями України 2018 р. [39]

Область	Кількість засобів розміщення, од	Кількість розміщення, осіб	Загальна вартість перебування всіх розміщених осіб у спеціалізованих засобах	Економічно активне населена, тис.осіб	Середньомісячна заробітна плата, грн.	Чисельність населення, тис.осіб	Захворюваність населення, тис.осіб	Валовий регіональний продукт, млн..грн.
Україна	1591	48262774	4667828	17955,1	5183	42093,2	27361	2034438
Вінницька	22	78426	341170	729,8	4189	1560,4	1098	62805
Волинська	72	55740	58537	431,8	4047	1035,3	734	34540
Дніпропетровська	93	383907	275658	1547,1	5075	3206,6	2900	214130
Донецька	78	215053	168929	871,3	5989	4165,9	1056	117082
Житомирська	17	34335	69299	571,3	4000	1220,2	818	40154
Закарпатська	54	114619	317894	561,8	4298	1256,8	767	27823
Запорізька	123	162299	434932	816,3	5080	1705,8	1087	87369
Івано-Франківська	67	168742	124091	610,4	4202	1373,3	1192	46404
Київська	86	374943	184478	789,8	5229	1767,9	1292	105903
Кіровоградська	30	43697	33073	428,8	3974	945,5	630	41792
Луганська	9	22935	23388	355,5	4637	2151,8	343	29907
Львівська	129	572159	600306	1134,9	4559	2522,0	2005	94027
Миколаївська	102	117860	165050	551,4	4887	1131,1	774	50123
Одеська	177	289913	733510	1073,1	4809	2380,3	1632	105946
Полтавська	43	164452	280393	653,0	4621	1400,4	834	96155
Рівненська	17	39470	50459	530,5	4364	1157,3	881	34723
Сумська	21	43471	34476	527,3	4131	1018,4	604	40362
Тернопільська	14	46103	39963	460,4	3695	1045,8	725	25883
Харківська	67	218535	147829	1321,2	4448	2675,6	1861	129462
Херсонська	107	129660	251990	496,9	4046	1037,6	577	32312
Хмельницька	33	119847	63759	563,1	4043	1264,7	843	41622
Черкаська	54	105209	58513	577,3	4148	1206,4	842	52673
Чернівецька	11	53340	19036	411,8	3828	904,4	583	18562
Чернігівська	25	56673	23271	478,7	4002	1005,7	749	38075
м.Київ	140	1214889	167825	1461,6	8648	2950,8	2534	466606

\*на момент дослідження інформація держстату України за 2019рр. не подавалась

Використовуючи метод кореляційно-регресійного аналізу встановлено залежність між основними чинниками впливу лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери за областями України та обсягом доходів від



наданих послуг, які впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі України.

Для аналізу використали лінійне рівняння:

$$y = ax + b$$

де:  $y$  – дохід від наданих послуг лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери спеціалізованими засобами розміщення, тис.грн.;

$x$  – показники чинників розвитку потенціалу лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери;

$a$ ,  $b$  – постійні коефіцієнти, величини яких наведено в табл. 5.21.

Таблиця 5.21

Значення коефіцієнтів регресії впливу чинників на дохід наданих послуг лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери спеціалізованими засобами розміщення (розроблено автором)

Показники	Значення коефіцієнтів для лінійного рівняння		Коефіцієнт кореляції	Коефіцієнт детермінації
	a	b		
Кількість лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери спеціалізованими засобами розміщення	1148,2	56605	0,62	0,38
Кількість розміщених	1,7069	32756	0,73	0,53
Загальна вартість перебування всіх розміщених осіб	0,8231	-17999	0,96	0,92
Чисельність економічно активного населення	175,22	9851,3	0,37	0,14
Середньомісячна заробітна плата	16,659	59094	0,1	0,01
Чисельність населення	46,798	55812	0,25	0,06
Захворюваність населення	79,293	48911	0,32	0,10
Валовий регіональний продукт	0,1497	123511	0,1	0,01

З проведеного аналізу виявлено зв'язок і пряму залежність від доходів від наданих послуг лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери спеціалізованими засобами розміщення та вартості розміщення, коефіцієнт кореляції складає 0,96, а коефіцієнт детермінації – 0,93.

Далі побудуємо лінійну множину регресійної моделі для детального аналізу наведених чинників, результати якої продемонстрували зв'язок між

факторними та результативною ознаками та дорівнює  $R=0,98$ . Регресія має вигляд:

$$Y = 21789,1664 - 0,9041X_1 + 1,4001X_2 - 987,9129X_3 + 1615,5283X_4 + 1859,1863X_5$$

де:  $y$  – дохід від наданих послуг лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери спеціалізованими засобами розміщення;

$X_1$  – загальна вартість перебування всіх розміщених осіб;

$X_2$  – кількість розміщених;

$X_3$  – кількість лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери спеціалізованими засобами розміщення;

$X_4$  – чисельність економічно активного населення;

$X_5$  – захворюваність населення.

Величина коефіцієнта детермінації ( $R^2 = 0,96$ ) свідчить, що 96,0 % варіації залежної змінної зумовлено введеними в кореляційну модель чинниками, а решта – іншими неврахованими факторами. Перевірка цієї гіпотези здійснювалась за допомогою  $F$ -статистики розподілу Фішера. Оскільки фактичне значення  $F > F_{кр}$ , то коефіцієнт детермінації статистично значимий і рівняння регресії статистично надійне. Визначення впливу вказаних чинників на ефективність функціонування та розвитку потенціалу туристичної галузі дає можливість відповідно реагувати системі управління [60]. Так, використовуючи рівняння залежності результативного і факторних показників, можна цілеспрямовано прогнозувати розвиток лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери в ході стратегічного управління функціонуванням даної галузі [53, с.69].

Проведений аналіз дає змогу зробити висновки, що в найближчий період варто очікувати розвиток лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери в середньому на 2–3 %.

Одним із найперспективніших напрямів розвитку потенціалу лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери є перерозподіл потоків туристів і відпочиваючих на внутрішній ринок, що дасть можливість підвищити ефективність цієї галузі. Для цього необхідно: удосконалення напрямків

державного та регіонального управління лікувально-оздоровчою та санаторно-курортною сферою, нормативно-правового забезпечення; формування стратегій на регіональному та державному рівнях.

На нашу думку, варто проаналізувати ще одну сферу діяльності, яка входить до інфраструктури потенціалу туристичної галузі, це – наявність в областях України культурно-історичної спадщини. Експертами було обрано 21 пам'ятку загальної кількості історичних спадщини (Додаток Ш) [23].

Для встановлення ступеня залежності використаємо кореляційно-регресійний аналіз та побудуємо економічну модель. Спираючись на дані Державної служби статистики України відібрано чинники щодо розподілу туристів за областями та сумарна кількість об'єктів культурно-історичної спадщини країни. У таблиці 5.22. наведено показники для визначення залежності туристичної привабливості від наявності об'єктів культурно-історичної спадщини країни за 2019 рік.

Таблиця 5.22

Початкові дані для виявлення кореляційної залежності рівня туристичної привабливості від наявності суб'єктів культурно-історичної спадщини України у 2019 році

Область	у – кількість туристів, що відвідали область	$x_1$ – кількість об'єктів культурно-історичної спадщини
Київська	436	3
Черкаська	94	2
Хмельницька	1463	1
Донецька	746	2
Запорізька	5869	1
Тернопільська	11	1
Чернігівська	313	1
Рівненська	235	1
Одеська	2014	1
Львівська	12011	1
Івано-Франківська	684	1
Закарпатська	471	1
Волинська	328	1
Харківська	3598	1

Згідно з методикою побудуємо кореляційні поля залежності туристичної привабливості областей України від кількості об'єктів культурно-історичної спадщини (рис. 5.11.).

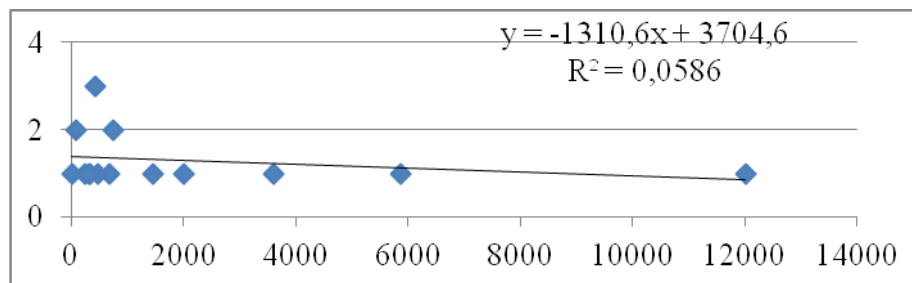


Рис. 5.11. Кореляційні поля залежності туристичної привабливості областей України від факторів кількості об'єктів культурно-історичної спадщини

Виходячи з побудованої кореляційно-регресійної моделі, можна зробити висновок, що тіснота зв'язку між показником кількості туристів, що відвідали область та кількістю об'єктів культурно-історичної спадщини на території представлених областей ( $R^2 = 0,06$ ) не підтвердилась. Таким чином, наявність об'єктів культурно-історичної спадщини не є значним фактором впливу на розвиток потенціалу туристичної галузі України.

Отже, за результатами кореляційно-регресійного аналізу доцільно зробити висновок, що розвиток потенціалу туристичної галузі країни залежить від багатьох чинників (соціально-економічний стан країни та областей, політичний стан, валовий національний та регіональний продукт, фінансова стійкість та заробітні плати населення тощо) та споріднених сфер: готельного господарства, лікувально-оздоровчої та санаторно-курортної сфери. А наявність культурно-історичної спадщини навпаки не впливає на розвиток потенціалу туристичної галузі країни.

## 5.2. Когнітивне моделювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області

Розвиток потенціалу туристичної галузі України виявляється у багатогалузевому характері та тісному зв'язку з іншими підсистемами народного господарства кожної конкретної області, що обумовлює необхідність обліку обласних особливостей в існуючих умовах невизначеності та нестійкості внутрішнього та зовнішнього середовища [15]. Ефективний розвиток потенціалу туристичної галузі передбачає пошук, впровадження та адаптацію до конкретних економічних умов функціонування, інноваційних інструментів і методів удосконалення процесів прийняття управлінських рішень [14; 17; 70].

Питання ефективного збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, а також теоретичні та практичні дослідження, орієнтовані на вивчення розвитку туристичного кластера як елемента соціально-економічної системи області, на стійкий та інноваційний розвиток [1; 19; 30].

Пріоритетним завданням даного дослідження є розробка системи показників для оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі з точки зору застосування підходу на основі кластеризації до розвитку туристичної галузі. Його результати можуть створити передумови щодо формування сучасних інструментів розвитку туристичних кластерів в областях України.

Система «потенціал туристичної галузі Запорізької області заснований на основі кластеризації» є експериментальною основою для дослідження, яку неможливо представити тільки у формі традиційних кількісних показників, оскільки ця система характеризується переважно великою кількістю елементів, які різняться своєю економічною природою та взаємодією між ними, відсутністю кількісної інформації щодо динаміки процесів та необхідністю опису на якісному рівні. Наявність таких умов дає можливість прийняття управлінських рішень при оцінці збалансованого розвитку потенціалу

туристичної галузі з точки зору створення туристичних кластерів Запорізької області та функціонування до напівструктурованих.

Для вирішення напівструктурованих проблем необхідні: джерело проблеми як система; мета та задачі вирішення проблем; менеджер або експерт у галузі інтересів, які мають відповідну компетенцію – особа, яка приймає рішення; метод та технології прийняття управлінських рішень, передбачених розробкою алгоритму управління формулювання рішення, та модель.

Беручи до уваги той факт, що при дослідженні та вирішенні проблем, які виникають на шляху створення і функціонування туристичних кластерів в області, повинні вирішуватися всі системні завдання, і це є далеко не у всіх моделях прийняття рішень, але тільки для тих, хто забезпечує якісні та кількісні характеристики, то когнітивні моделі з аналогічними можливостями прийнятні для цих цілей.

У межах розробки методологічного підходу щодо оцінки розвитку туристичного кластера Запорізької області, пропонуємо методичний підхід розробки системи показників оцінки потенціалу розвитку кластера туристичної галузі як основи побудови інтегрального показника (рис. 5.12).

Методологію розробки системи показників для оцінки розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області, з точки зору застосування підходу на основі кластеризації, розробимо на основі когнітивного підходу, що дозволяє використовувати комбінацію таких методів прийняття управлінських рішень у туристичній галузі, як експертна і статистична в поєднанні з когнітивним аналізом, когнітивне моделювання проблемної ситуації і облік всіх основних чинників, які вплинули на проблему і можливі зміни у складній досліджуваній системі, під впливом внутрішніх і зовнішніх умов його функціонування [17].

Таким чином, загальні наукові принципи і методи були застосовані в дослідженнях: системний, когнітивний [8; 10; 11], статистичні, кластерні підходи, імітаційне моделювання, методи теорії рішень, а також логічний,

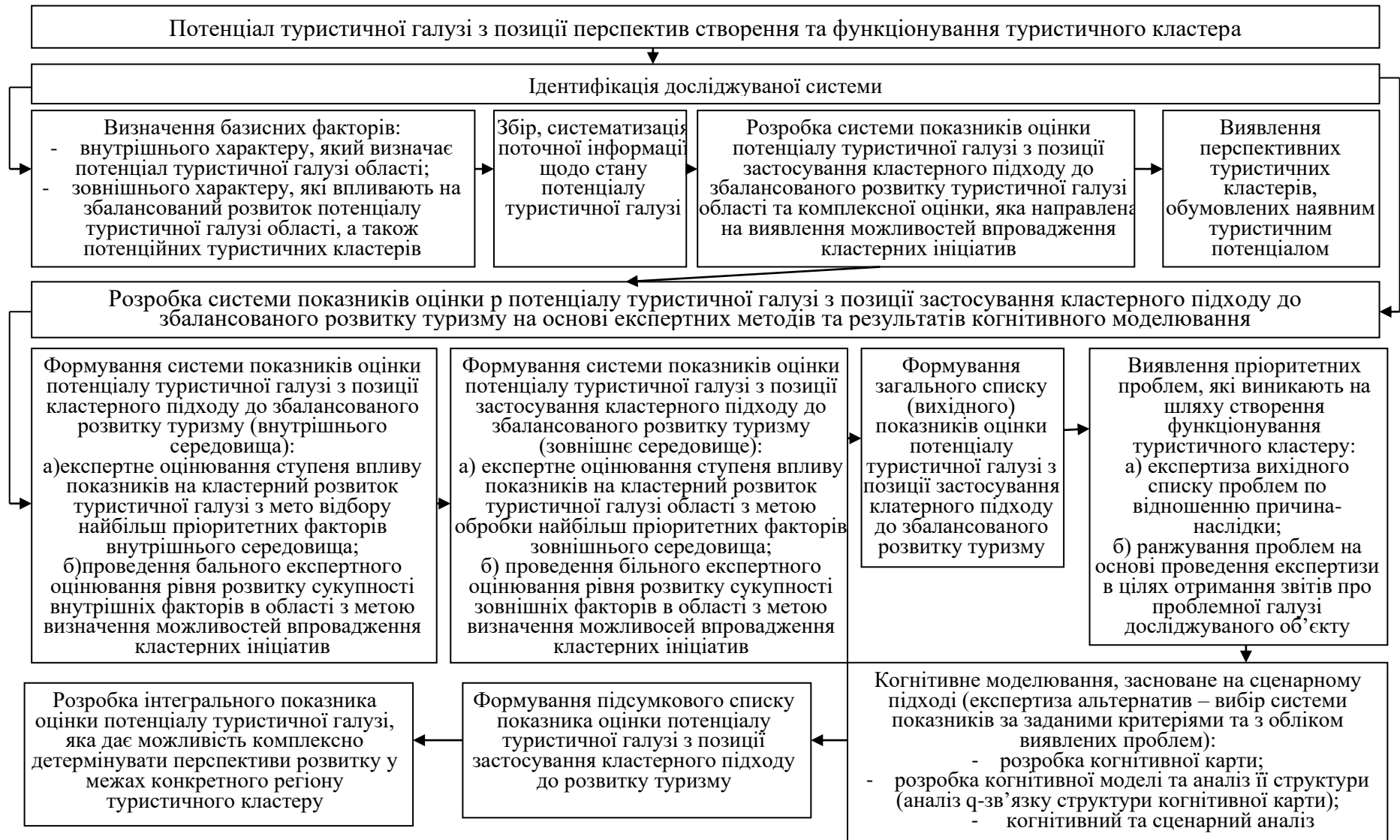


Рис. 5.12. Методичний підхід розробки інтегрального показника оцінки потенціалу туристичної галузі на основі кластеризації (розроблено автором)

порівняльний і структурний аналіз, синтез, класифікація, статистичні, монографічні та експертні методи.

Фактичний матеріал, що належить до структурних компонентів категорії «потенціал туристичної галузі Запорізької області», в значній мірі представлений у вигляді різних статистичних звітів. Відповідно, методологія дослідження включає в себе статистичні методи. При цьому це переважно ті, які дозволяють відобразити взаємозв'язок і ступінь впливу різних показників (багатовимірний статистичний аналіз) і тенденцій розвитку (методи аналізу часових рядів).

Для аналізу напівструктурованих проблем розвитку туристичних кластерів використані методи когнітивних досліджень на основі графічного і теоретико-множинного опису систем.

Когнітивний підхід дозволяє працювати як з якісними, так і з кількісними параметрами і має здатність наповнювати методи когнітивного моделювання (розроблені на його основі когнітивний аналіз і когнітивні технології – сучасні інформаційні технології системно-орієнтованого аналізу) іншими методами системно-орієнтованого аналізу на різних етапах досліджень і прийняття рішень. Наведемо функціональний цикл на рис. 5.13.

Застосування когнітивного моделювання є одним із варіантів використання системного підходу до вирішення напівструктурованих проблем у розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області в нестабільному середовищі.

Спочатку когнітивний підхід сформувався в межах соціальної психології – когнітивізму, що займається вивченням процесів сприйняття і пізнання [55]. Розробки соціальної психології дозволили досліджувати проблеми управління та прийняття рішення. Зараз методологія когнітивного моделювання розвивається в напрямку вдосконалення апарату аналізу та моделювання ситуацій. Принцип когнітивного моделювання ґрунтується на тому, що складні проблеми і тенденції розвитку системи при моделюванні упорядковуються у вигляді орієнтованого графа, який потім може трансформуватися в



функціональний. Використання такого підходу дозволяє осмислювати й інтерпретувати події, що відбуваються в системі. Таким чином, сутність когнітивного підходу полягає в тому, що метод допомагає досліднику проаналізувати і оцінити ситуацію, ґрунтуючись на упорядкованому і верифікованому знанні про складну систему [33].

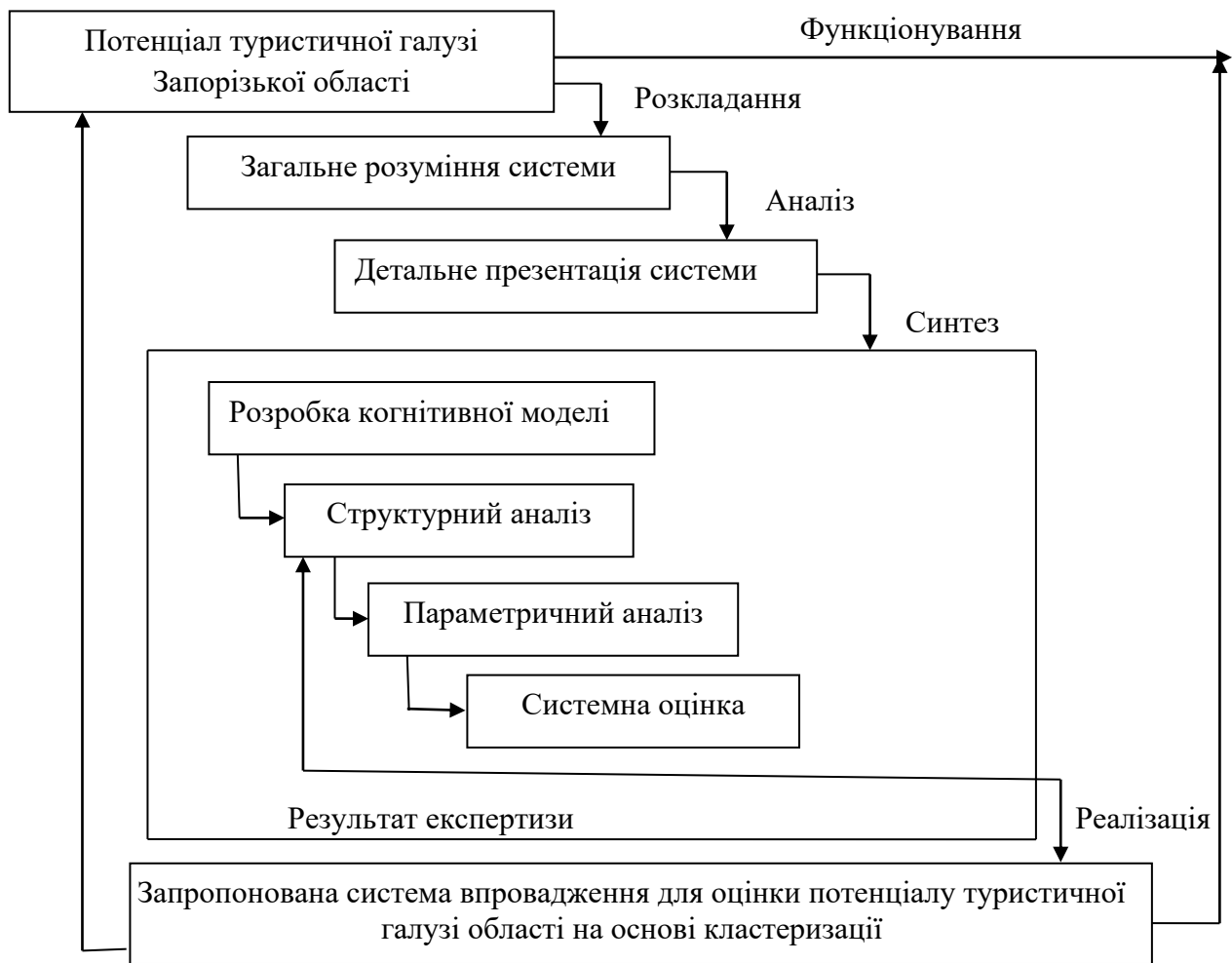


Рис. 5.13. Функціональний цикл структури когнітивно-системного аналізу системи «потенціал туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації» (розроблено автором)

Когнітивна структурованість сприяє формуванню та уточненню гіпотези про розвиток туристичного кластера Запорізької області, об'єктом контролю якого є його потенціал туристичної галузі, розглядається як складна система, що складається з окремих, але взаємопов'язаних підсистем (туристичні

ресурси; інфраструктурний потенціал для створення, просування та реалізації туристичної продукції) та визначення майбутніх цільових та небажаних станів об'єкта управління та найбільш значущих (основних) управлінських факторів, тобто драйверів розвитку, та зовнішнього середовища, що впливають на перехід об'єкта управління до цих держав, а також встановлення якісних (причинно-наслідкових) зв'язків між ними з урахуванням взаємодії факторів.

У результаті когнітивного структурування складається неформальний опис знань про предметну сферу, який можна графічно представити у вигляді графіка зі шкалою, матрицями, таблицями, що є математичним апаратом когнітивного аналізу та ефективним когнітивним управлінням, що дозволяє аналізувати проблемну ситуацію та синтез стратегій управління, а також врахування десятків чи сотень суттєвих факторів.

Оскільки когнітивне моделювання відіграє ключову роль у виборі та прийнятті рішення з метою вирішення складних проблем оцінювання потенціалу туристичної галузі Запорізької області з точки зору створення та функціонування туристичних кластерів, представляється розумним є надання особливої уваги його етапам: когнітивній карті, розробці моделі та їх когнітивному аналізу.

Когнітивне моделювання, зазвичай, включає декілька послідовних стадій:

- 1) виявлення факторів, що характеризують проблемну ситуацію, розвиток системи;
- 2) виявлення взаємозв'язків (напрямків взаємодії) між факторами;
- 3) визначення характеру взаємовпливу між факторами (позитивне, негативне, +/-);
- 4) оцінка інтенсивності взаємовпливу факторів [21; 35; 75; 77].

На початковому етапі необхідно, по-перше, зібрати та систематизувати наявні статистичні та якісні дані про стан потенціалу туристичної галузі Запорізької області та його зовнішнє середовище для подальшої конкретизації переліку понять, а саме: основних, управлінських і цільових параметрів та показники даних за експертним судженням; по-друге, встановити причинно-

наслідкові зв'язки між параметрами, які розкривають основні напрямки впливу факторів (позитивний "+", негативний "-"). Відповідно, може бути побудована когнітивна карта об'єкта дослідження. Методи створення когнітивних карт різні, але в контексті цього дослідження застосовано такі прийоми: автор будує когнітивну карту на основі своїх базових знань з предметної сфери, довідкових матеріалів та участі експертів (застосовуючи відкрите опитування думок). Експертами виступали представники туристичної галузі й органів влади, відповідальних за координацію туристичної галузі області.

На третій стадії процесу моделювання фактично здійснюється побудова когнітивної карти як орієнтованого графа. Потім, після визначення ваг всіх дуг (оцінок взаємовпливу), відбувається остаточна побудова когнітивної моделі у вигляді орієнтованого зваженого (або функціонального – в разі використання функціональних залежностей) графа. Шкала оцінок взаємозв'язків між факторами формується дослідним шляхом.

Таким чином, основним інструментом когнітивного моделювання є когнітивна карта ситуації. Це вид математичної моделі, представлені у вигляді орієнтованого зваженого (або функціонального) графа. Теорія графів відображає структури причинно-наслідкових зв'язків: шляхи, цикли і компоненти. Відповідно, когнітивні карти дозволяють виявити причинно-наслідкові зв'язки в слабо структурованих ситуаціях, особливості прямих і зворотних зв'язків, за рахунок чого дослідником можуть бути відкриті нові аспекти, отримані невідомі раніше знання про систему [75; 77].

На основі встановлених експертами причинно-наслідкових зв'язків будується пізнавальна модель, ближче до реального об'єкта, у вигляді параметричного векторного функціонального графа [19].

Обчислювальний процес когнітивного моделювання можна розділити на три етапи.

Перший етап – це моделювання саморозвитку ситуації. На цьому кроці ситуація «розвивається» при відсутності управляючих впливів на систему (без імітації процесу управління).

Другий етап – керований розвиток ситуації в результаті впливу на будь-які з факторів: дослідник визначає керуючі фактори і варіює їх, спостерігаючи за змінами в системі.

Третій етап – рішення оберненої задачі, яка полягає в отриманні значень керуючих факторів для досягнення заданих значень цільового фактора, тобто шукається відповідь на питання, які управлінські зусилля до системи потрібно докласти, щоб отримати бажаний результат [73].

У такий спосіб можуть бути побудовані різні сценарії прогнозу розвитку ситуації: без управління і з управлінням (для ослаблення негативних тенденцій і / або посилення позитивних тенденцій). У першому випадку можна говорити про так званий імпульсний прогноз розвитку ситуації [33].

Комп'ютерна реалізація когнітивної моделі є рекуррентною обчислювальною процедурою, кількість ітерацій в якій повинно забезпечити збіжність обчислень, тобто отримання стабільних значень, що характеризують зміну величин факторів моделі. Ця зміна трактується як приріст у процентному відношенні порівняно з величиною показника в початковому стані системи (при цьому конкретні «фізичні» одиниці виміру величин не мають значення – у результаті важливо, відбувається поліпшення або погіршення фактора).

Для кількісно вимірюваних показників одержувані результати можна інтерпретувати природним чином – у загальноприйнятих одиницях виміру; для важко вимірюваних або кількісно невимірних факторів можна говорити про якісне поліпшення або погіршення за умовною шкалою, прийнятою для оцінки інтенсивності взаємовпливів.

Аналогічним чином можна трактувати вхідні впливи керуючих факторів. Залежно від вибору факторів можуть формуватись різні сценарії керуючого впливу на систему, які дають стійкий результат після певного числа періодів «життя» системи (ітерацій рекуррентної обчислювальної процедури). Реальна тривалість кожного періоду, що відповідає одній ітерації обчислень, є предметом якісного аналізу з урахуванням різноманітних аспектів. Передусім необхідно врахувати тривалість інвестиційних лагів, періодичність оновлення

основного капіталу і технологій, терміни реалізації проєктів розвитку господарських комплексів. Імпульсний прогноз розвитку ситуації і обчислювальна збіжність у процесі моделювання мають свою природну змістовну інтерпретацію в термінах розвитку систем.

У результаті імпульсного впливу ззовні або зсередини (наприклад, з огляду на критичної зміни «величини» будь-якого елемента системи) система виходить зі стану рівноваги (стійкості). Протягом певного часу відбувається «розбалансування» взаємозв'язків між елементами системи, змінюються ваги («величини») цих елементів, але поступово дія початкового імпульсу слабшає, скорочується амплітуда змін «величин» елементів, стабілізуються оновлені інтенсивності взаємозв'язків. Система приходить до якісно нового стану рівноваги (стійкості), який відрізняється від колишнього. При цьому необхідно розуміти, що рівновага (стійкість) системи не рівнозначна застою або стагнації, – це фаза розвитку в певному якісному стані. Характер же розвитку (позитивний, негативний, застійний і т.п.) залежить від властивостей системи та її елементів, внутрішніх і зовнішніх взаємозв'язків.

Необхідно зазначити, що когнітивна модель – це суб'єктивне уявлення експерта про процеси у складній динамічній ситуації (системі), формально представляється у вигляді орієнтованого знакового графа [73].

Після побудови когнітивної моделі слідує етап аналізу моделі, які включають дослідження відповідності побудованої параметричної моделі та вивчення її структури (аналіз q-когерентності структури когнітивної карти).

Аналіз q-когерентності структури системи полягає у визначенні симплекси когнітивної карти та їх зв'язності. Цей аналіз дозволяє вирішити проблеми декомпозиції та складу досліджуваної системи «потенціал туристичної галузі Запорізької області заснований на кластерному підході» із зовнішнім середовищем, виявити параметри, що найбільше впливають на процеси розвитку туристичних кластерів, умови територіальної диференціації в розглянутій системі та формування піків, які раціонально обирати як

управлінські (рушії розвитку) та приймати рішення щодо керованості системи [2].

Процес когнітивного аналізу можна розглядати як свого роду підготовчий крок до побудови формальних моделей, звужену невизначеність і область допустимих рішень.

Отже, когнітивний аналіз передбачає наукове обґрунтування експертного «якісного» аналізу набору параметрів розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, спрямованого на виявлення можливостей впровадження кластерних ініціатив для формування загальної системи показників для оцінки розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області з боку перспективи застосування підходу на основі кластеризації.

Всебічне використання згаданих методів, інструментів і підходів, об'єднаних загальною когнітивною методологією та алгоритмом дослідження, забезпечить наукову достовірність та достовірність її результатів.

Впровадження цієї методології дозволить подолати проблему територіальної диференціації областей у розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, приймати управлінські рішення на основі всебічного аналізу питання оцінки можливості розвитку туристичних кластерів, оцінюючи їх ефективність з точки зору співпраці підприємств та організацій, об'єднаних спільною сферою діяльності, результатом якої є створення, просування та реалізація унікального туристичного продукту Запорізької області та інші можливі результати, що є результатом створення та діяльності туристських кластерів.

Когнітивний аналіз та моделювання дослідження складної системи починається з вирішення задачі її ідентифікації у вигляді когнітивної моделі [9], одна із загальних форм якої – параметричний векторний функціональний граф – це кортеж:

$$\Phi_{\Pi} \langle \langle V, E \rangle, X, F, \theta \rangle, \quad (5.3.)$$

в якому:

$$1) G = \langle V, E \rangle, V = \{v_i \mid v_i \in V, i=1,2,\dots,k\}; E = \{e_i \mid e_i \in E, i=1,2,\dots,k\};$$

$G$  – орієнтований граф (когнітивна карта),  $V$  – безліч вершин, вершини («концепти»)  $v_i \in V, i=1,2,\dots,k$  є елементами системи, що вивчаються;  $E$  – безліч дуг, дуги  $e_{ij} \in E, ij=1,2,\dots,n$  відображають взаємозв'язок між вершинами  $V_i$  і  $V_j$ ; вплив  $V_i$  на  $V_j$  у досліджуваній ситуації може бути позитивним (знак «+» над дугою), якщо збільшення (зменшення) одного фактора приводить до збільшення (зменшення) іншого, і негативним (знак «-» над дугою), якщо збільшення (зменшення) одного фактора приводить до зменшення (збільшення) іншого, або бути відсутнім;

$$2) X : V \rightarrow \theta, X \text{ – безліч параметрів вершин,}$$

$X = \{X^{(v_i)} \mid X^{(v_i)} \in X, i = k\}, X^{(v_i)} = \{x^{(i)g}\}, g = 1,2,\dots, L, x^{(i)g}$  –  $g$  – параметр вершини  $V_i$ , якщо  $g=1$ , то  $x^{(i)g} = x_i$ ,  $\theta$  – простір параметрів вершин, тобто кожній вершині ставиться у відповідність вектор незалежних змінних;

$$3) F = F(X, E) \text{ – функціонал перетворення дуг, } F : E \times X \times \theta \rightarrow R.$$

Залежність  $f_{ij}$  може бути не тільки функціональною, але і стохастичною, у вигляді рівнянь регресій. Визначення параметрів характеристики  $f_{ij}$  включає в себе визначення шкали, показників, методу, точності, одиниці виміру.

Когнітивна карта, крім графічного зображення, може бути представлена матрицею відносини  $A_G$  – це квадратна матриця, рядки і стовпці якої позначені вершинами графа, а на перетині  $i$ -рядка,  $j$ -стовпця стоять (чи ні) одиниці, якщо існує (не існує) відношення між елементами  $V_i$  і  $V_j$ , тобто

$$A_G = |a_{ij}|_{k \times k},$$

відношення

$$\begin{cases} 1 \text{ – якщо } V_i \text{ зв'язано з } V_j \\ 0 \text{ – в іншому випадку} \end{cases}$$

Ставлення  $a_{ij}$  може приймати значення «+1» або «-1».

Відношення між змінними (взаємодія факторів) – це кількісний або якісний опис впливу зміни однієї змінної на інші.

Змінними концептів можуть бути, наприклад, політичні альтернативи, економічні причини і їх ефекти, валовий національний продукт і фінансування галузі, параметри економічних законів, цілі та необхідні засоби їх досягнення [32].

Якісний аналіз когнітивної моделі (змісту складових її блоків, цільових і керуючих факторів, аналіз шляхів і циклів, причинно–наслідкових зв’язків і їх характеру) не розкриває всієї глибини явищ і процесів, що відбуваються у реальній системі. Тому наступним етапом дослідження є моделювання імпульсного процесу розповсюдження збурень, тобто переходу системи з одного стану в інший або еволюційним шляхом, або під впливом керуючих або впливів, що обурюють. Кожен такий імпульсний процес є можливим сценарієм розвитку системи. Цей спосіб вивчення динаміки процесів простіше, ніж аналітичне дослідження моделей поведінки у вигляді систем диференціальних рівнянь, які важко будувати для соціальних, економічних, екологічних і т.п. об’єктів. Крім того, імпульсне моделювання на когнітивних картах, які є «зовнішнім» описом систем, дозволяє вивчати тенденції динамічних змін для всієї системи загалом. Для проведення імпульсного моделювання в одній з вершин графа задається певна зміна. Ця вершина актуалізує всю систему показників, тобто пов’язаних з нею в більшій чи меншій мірі вершин. У загальному випадку, якщо є кілька вершин  $V_j$ , суміжних з  $V_i$ , то процес поширення обурення по графу при наявності внутрішніх імпульсів  $P_j$  та відсутності зовнішніх збурень визначається правилом:

$$x_i(n+1) = X_i(n) + \sum f(X_i, X_j, e_{ij})P_j(n), \quad (5.4)$$

при відомих початкових значеннях  $X$  ( $n = 0$ ) у всіх вершинах і початковому векторі обурення  $P(0)$ . При наявності зовнішніх збурень  $Q_i$  імпульсний процес визначається правилом



$$x_i(n+1) = X_i(n) + \sum f(X_i, X_j, e_{ij})P_j(n) + Q_i(n+1), \quad (5.5)$$

Модель імпульсних процесів може бути представлена в матричному вигляді, що зручніше при моделюванні на знакових графах. Нехай вектор параметрів вершин в момент часу  $t$  задається рівнянням (5.5), тоді зміни параметрів вершин в загальному випадку задаються таким рівнянням:

$$x_i(n+1) = X_i(n) + AP(n) + Q(n+1), \quad (5.6)$$

де  $A$  – матриця відновень графу  $G$  когнітивної карти. Отримаємо з рівняння (5.6) з урахуванням (5.5) для  $P(n)$ :

$$P(n) = A^{n-1}Q_0 + A^{n-2}Q_0 + \dots + AQ_{n-2} + IQ_{n-1}, \quad (5.7)$$

де  $I$  – одинична матриця.

Аналіз стійкості системи, моделювання зваженим орієнтовним графом, вимагає застосування специфічного математичного апарату.

Рівень структурної стійкості характеризує узагальнені відомості про ступінь стійкості системи або окремих її елементів до зовнішніх і внутрішніх збурень заданої природи. Центральним елементом поняття «структурної стійкості» є виділення і аналіз якісних змін у траєкторії руху системи в фазовому просторі при зміні структури самої системи.

Можна виділити дві групи методів математичного аналізу структурної стійкості моделі, записаних на мові знакових орграфів. Перший заснований на низці теорем, що зв'язують спектр орграфа з його стійкістю у простих імпульсних процесах, другий – на перетворенні вихідного знакового орграфа в матричну модель з докладним аналізом останньої. Структурна стійкість системи може бути встановлена шляхом аналізу циклів когнітивної карти.

Потенціал туристичної галузі України – це унікальні об'єкти історичної, архітектурної, культурної і природної спадщини, а також рекреаційний потенціал. При їх ефективному використанні туристична галузь може стати локомотивом соціально-економічного розвитку країни, що сприяє економічному, соціальному і духовному розвитку українських регіонів. Перехід України і її областей до стійкого економічного розвитку передбачає посилення ролі приватного підприємництва як показника становлення і функціонування ринкової економіки. Найважливішим резервом найбільш повної реалізації соціально-економічного потенціалу певної області може стати подальший розвиток у ньому підприємництва туристичної галузі на якісно новій основі [50].

Сьогодні системний підхід є найбільш продуктивним для дослідження соціально-економічних явищ. Системний аналіз дозволяє один і той же об'єкт або проблемну ситуацію (залежно від ступеня невизначеності і в міру пізнання) відображати різними класами моделей, організовуючи поступовий процес пізнання (*cognito*) і поступовий процес формалізації завдання.

Існує багато типів класифікації моделей і методів системного аналізу, заснованих на виділенні різних ознак, критеріїв. Оскільки нас цікавлять набори методів, що дозволяють вирішити завдання опису потенціалу туристичної галузі, діагнозу її стану, оцінки вкладу підприємництва в економіку області, в соціальну сферу, тобто досить велике коло питань, візьмо за основу укрупнену класифікацію методів моделювання (рис. 5.14) [52].

Ця класифікація дозволяє розглянути послідовність методів на різних стадіях вивчення об'єкта і різних етапах прийняття рішень; вона досить зручна, оскільки відображає в якійсь мірі і історію розвитку методів, і їх взаємозв'язок і взаємовплив.

Це викликано головним чином, тим, що потенціал туристичної галузі характеризується великою кількістю різнорідних за своєю економічною природою елементів і взаємозв'язків між ними, наявністю невизначеності і ризику, необхідністю опису на якісному рівні, неоднозначністю наслідків

прийнятих рішень. Наявність таких умов дозволяє віднести проблеми розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області до слабо структурованих, що характеризуються наявністю як кількісно, так і переважно якісно виражених характеристик елементів.

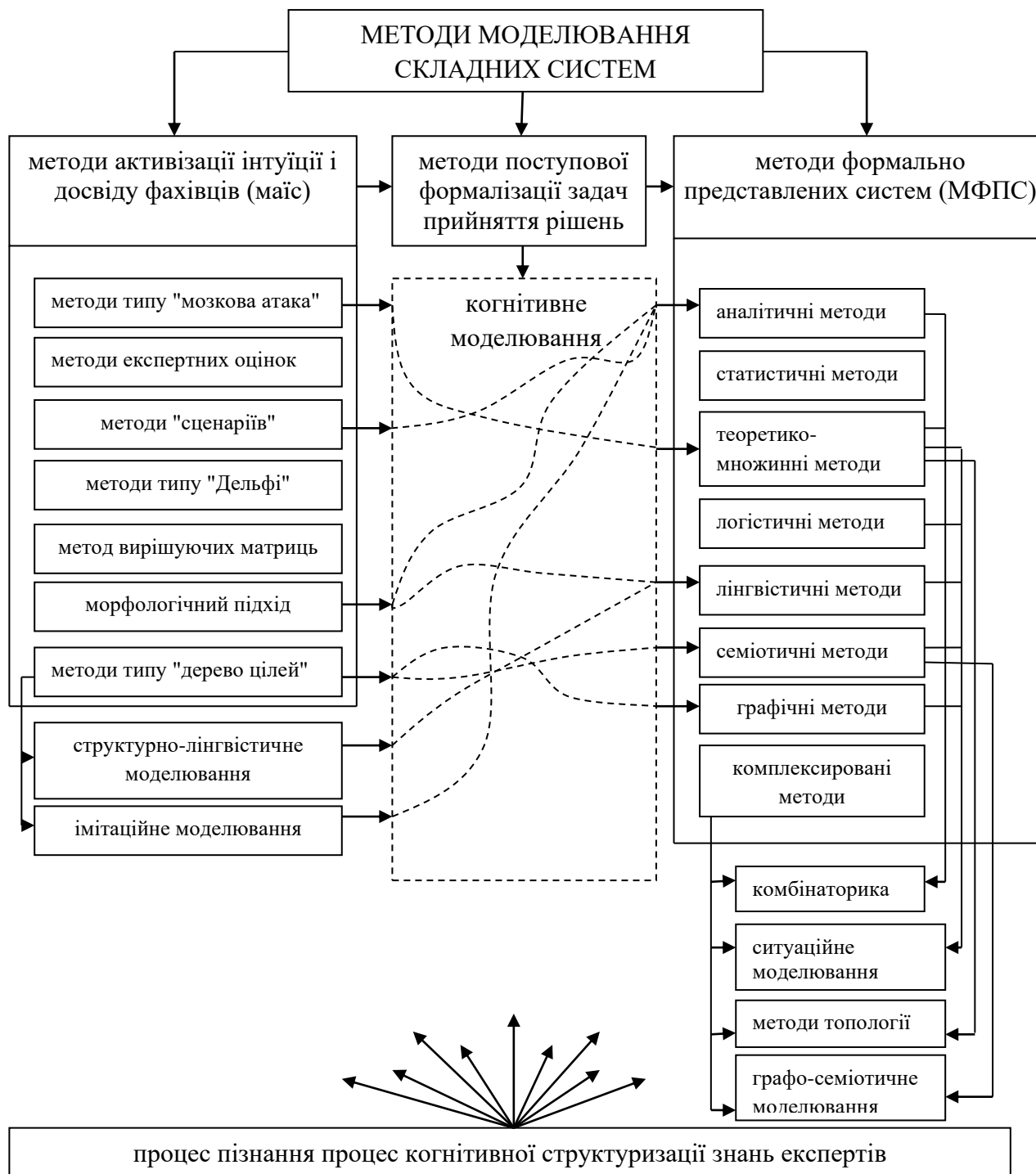


Рис. 5.14. Класифікація методів системного аналізу (розроблено автором)

Когнітивний підхід до дослідження потенціалу туристичної галузі Запорізької області дозволяє описати її структуру і різні процеси, що відбуваються в ній, їх взаємодію з зовнішнім середовищем, виявити вплив зовнішнього середовища на управління поточною ситуацією потенціалу туристичної галузі Запорізької області і вже на цій основі обґрунтувати необхідні управлінські рішення за вирішенням проблем, що виникають у таких слабоструктурованих системах [51].

Туристична система підпорядкована загальним закономірностям систем, оскільки вона складається з безлічі блоків: туристичний бізнес (рівень розвитку ринку туристичних послуг ( $V_1$ ); кількість обслуговуваних туристів ( $V_2$ ); кількість туристичних підприємств і підприємств готельного типу ( $V_3$ ); кількість санітарно-курортних, оздоровчих і розважальних закладів ( $V_4$ ); політичне середовище (стабільність політичної ситуації в країні ( $V_5$ ); наявність міжнаціональних конфліктів ( $V_6$ ); політична культура населення ( $V_7$ ); захист державою інтересів підприємців у сфері туризму ( $V_8$ ); соціально-економічне середовище (фінансування туризму за рахунок державного бюджету ( $V_9$ ); інвестиції в діяльність ресторанно-готельного бізнесу ( $V_{10}$ ); кількість зайнятих на туристичних підприємствах ( $V_{11}$ ); розвиток інфраструктури ( $V_{12}$ ); екологічне середовище (кількість заповідників і природних парків ( $V_{13}$ ); кількість культурно-історичних об'єктів ( $V_{14}$ ); природно-географічні ресурси ( $V_{15}$ ); екологічний стан у державі ( $V_{16}$ ).

Функціонування потенціалу туристичної галузі як функціонального елемента соціально-економічної системи, її взаємодію з навколишнім середовищем неможливо уявити у вигляді традиційних кількісних моделей.

Взаємозв'язок між факторами представимо у вигляді матриці суміжності факторів (табл. 5.23), у якій знаком «+1» позначено додатній зв'язок між вершинами, знаком «-1» – негативний зв'язок, знаком «0» – відсутність суттєвого зв'язку. Матриця суміжності не є симетричною, оскільки фактори не обов'язково повинні бути взаємопов'язані.

Матриця суміжності факторів

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	+1	0	+1	+1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	+1	0	0	0	0	0	0	+1	+1	0	0	0	0
4	0	+1	+1	0	0	0	0	0	0	0	+1	+1	0	0	0	0
5	+1	0	0	0	0	0	+1	+1	+1	+1	0	0	0	0	0	0
6	0	0	+1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	+1	-1	0	0	0	0	+1	0	0	0	0	0
8	0	0	+1	0	0	0	0	0	0	+1	0	0	0	0	0	0
9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	+1	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	+1	+1	0	0	0	0
11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	+1	0	+1	0	0	0	0
12	+1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	+1	0	0	0	0	0
13	0	+1	0	0	0	0	0	0	+1	0	0	0	0	0	0	0
14	0	+1	0	0	0	0	0	0	+1	0	0	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	+1	+1	0	0	0
16	0	+1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	+1	0	0	0

Когнітивна модель являє собою орієнтований знаковий граф, у якому неперервними лініями позначено додатні зв'язки між факторами, а пунктирними – негативні (рис. 5.15).

На когнітивній карті зображені основні групи факторів і взаємозв'язки, що виникають при розвитку туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації. Когнітивна карта не відображає всіх можливих взаємозв'язків між факторами, у міру занурення у проблему карта буде уточнюватись, але на даному етапі дослідження вона відіграє роль стартової для виявлення найбільш загальних закономірностей, властивих аналізованій ситуації. У побудованій моделі цільовим фактором виступає «Рівень розвитку ринку туристичних послуг», а інші досліджувані фактори є керованими.

Побудовану когнітивну модель (рис. 5.15) проаналізуємо статистичним та динамічним методом (рис. 5.16), де визначимо стабілізуючі ( $S_k$ ) та дестабілізуючі ( $D_k$ ) контури запропонованої моделі.

У когнітивній моделі розглянуто 624 контури, 473 з яких є додатковими, а 151 – від'ємними. Одже, зростання або зменшення значення будь-якої вершини в наведених контурах призведе до підсилення початкового відхилення, що виникає у вершинах, які входять до контуру. А це порушує узгодженість факторів, що впливають на між секторну взаємодію туристичної галузі.

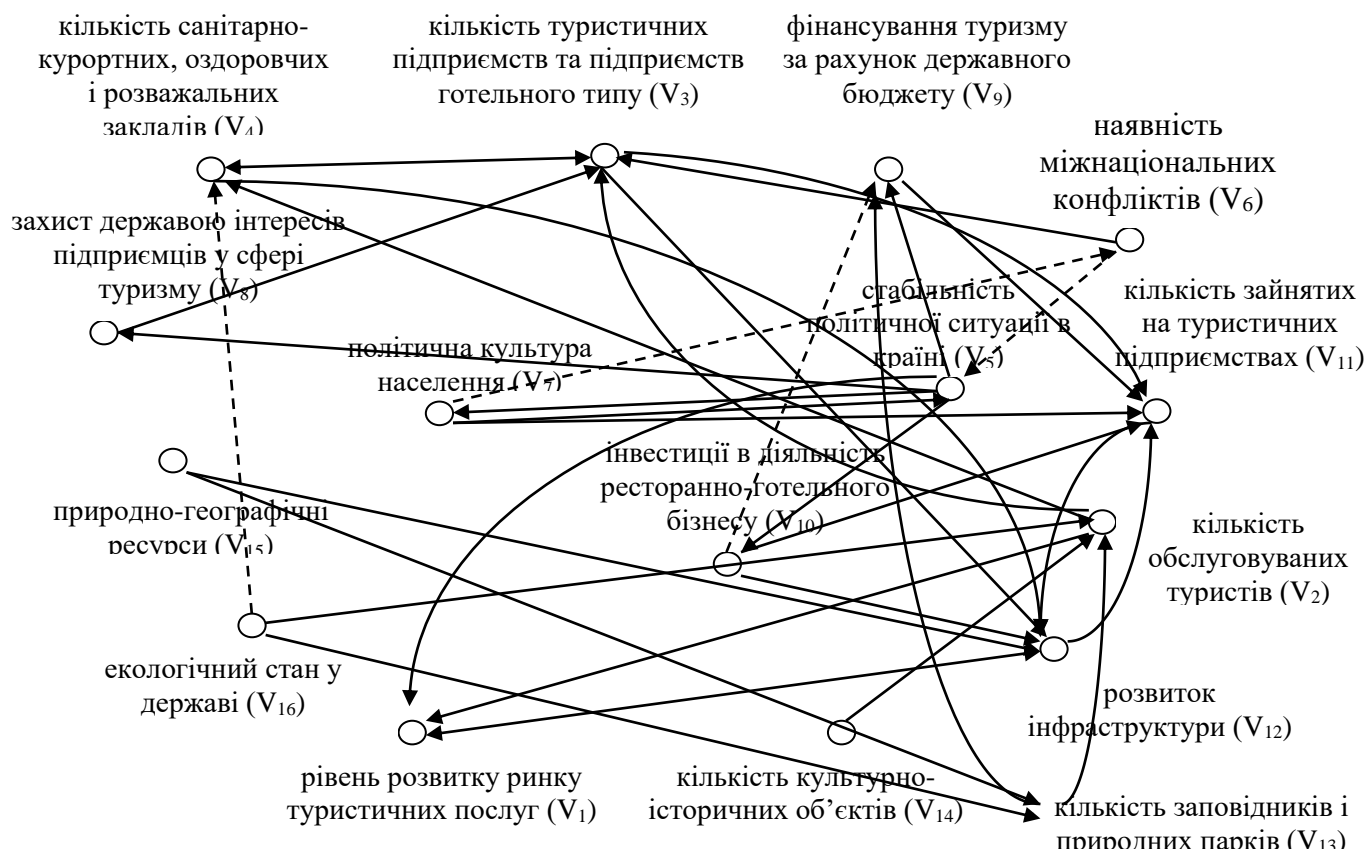


Рис. 5.15. Когнітивна карта збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області (розроблено автором)

На наступному етапі статистичного аналізу розрахуємо системні характеристики консонансу (5.8-5.9) та дисонансу (5.10-5.11), де інтегральні системні характеристики когнітивного моделювання визначаються [33]:

а) консонанс впливу і-го фактора на систему:

$$C_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n c_{ij} \quad (5.8)$$

б) консонанс впливу системи на j-й фактор:

$$C_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n c_{ij} \quad (5.9)$$

в) дисонанс впливу і-го фактора на систему:

$$D_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n d_{ij} \quad (5.10)$$

г) дисонанс впливу системи на j-й фактор:

$$D_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n d_{ij} \quad (5.11)$$

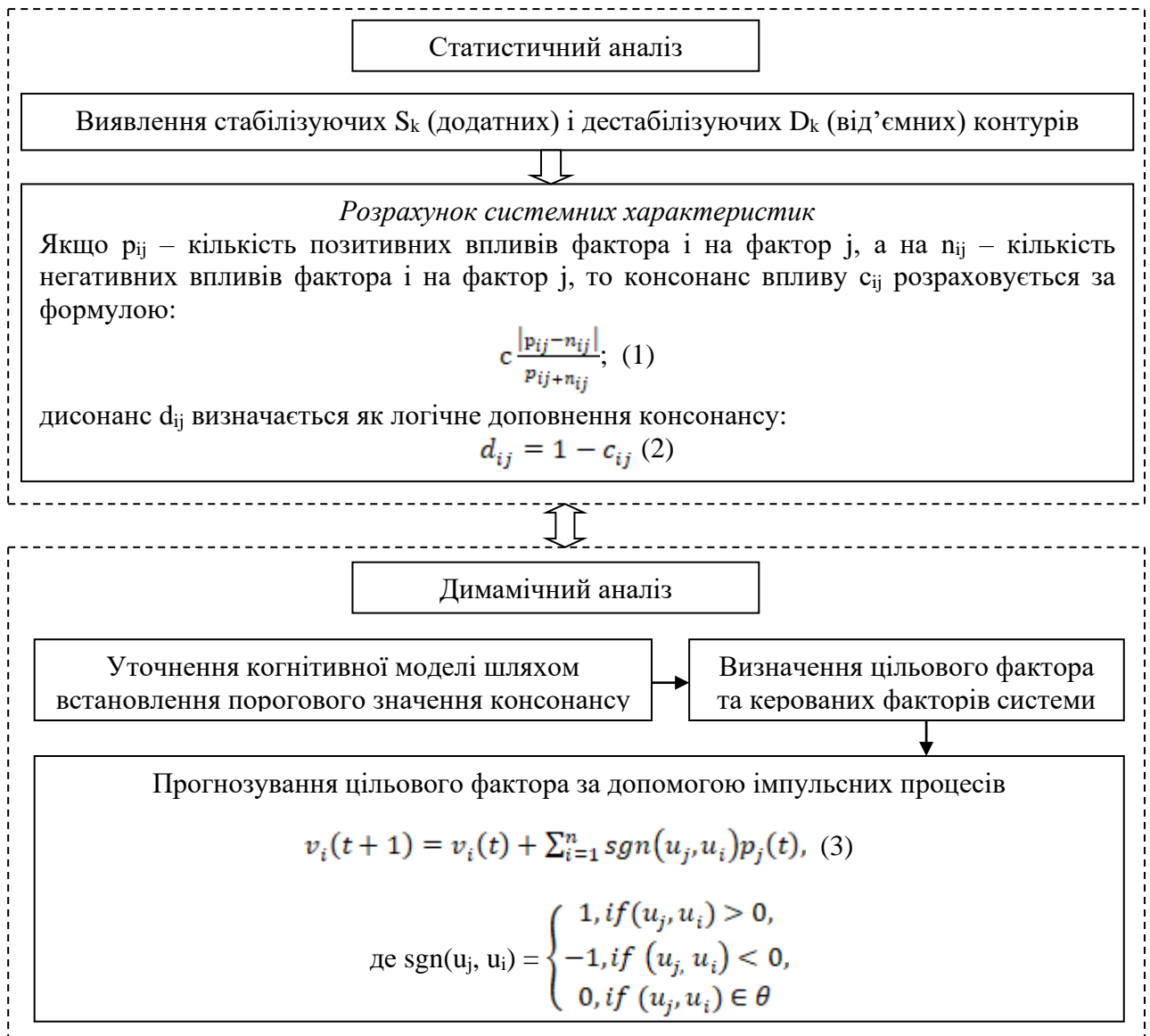


Рис. 5.16. Етапи дослідження системних характеристик когнітивної моделі [33]

Консонанс – функція позитивного і негативного впливу одного фактора на інший, а знак суми позначає дію максимуму позитивного або негативного впливу. Чим більший консонанс, тим переконливіша думка про знак дії, більше довіри до результатів [36].

Результати розрахунку системних характеристик когнітивної моделі міжсекторної взаємодії туристичної галузі Запорізької області представлено в табл. 5.24.

Значення консонансу впливу  $i$ -го фактора на систему характеризує середнє значення невизначеності впливів  $i$ -го фактора на всі інші досліджувані фактори збалансованої системи. Відповідно до табл. 5.24 найбільшими значеннями консонансу впливу фактора на систему відзначаються такі фактори, як «Стабільність політичної ситуації в країні» (0,711), «Природно-географічні ресурси» (0,521) та «Політична культура населення» (0,506).

Значення консонансу впливу системи на  $j$ -й фактор характеризує середнє значення невизначеності впливів всіх факторів збалансованої системи на  $j$ -й фактор. Найбільшими значеннями консонансу впливу системи на фактор відзначаються такі фактори, як «Рівень розвитку ринку туристичних послуг» (0,879), «Розвиток інфраструктури» (0,843), «Інвестиції в діяльність ресторанно-готельного бізнесу» (0,808) «Кількість зайнятих на туристичних підприємствах» (0,777) та «Фінансування туризму за рахунок державного бюджету» (0,710).

На основі аналізу системних характеристик когнітивної моделі збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі визначимо стійкі структури, для яких – зріз порогового значення консонансу дорівнює або більший 0,5. Оскільки фактор «Рівень розвитку ринку туристичних послуг» є вихідним і не впливає на інші досліджувані фактори, то його консонанс впливу на систему дорівнює 0.

Для подальшого аналізу розвитку потенціала туристичної галузі Запорізької області розглянемо значення консонансу впливу системи на досліджувані фактори.



Системні характеристики когнітивної моделі розвитку потенціалу  
туристичної галузі Запорізької області

Сектор	Назва фактора	Консонанс впливу фактора на систему	Дисонанс впливу фактора на систему	Консонанс впливу системи на фактор	Дисонанс впливу системи на фактор
Туристична галузь (туристичний бізнес)	Рівень розвитку ринку туристичних послуг (V <sub>1</sub> )	0,000	1,000	0,879	0,121
	Кількість обслуговуваних туристів (V <sub>2</sub> )	0,500	0,500	0,542	0,458
	Кількість туристичних підприємств і підприємств готельного типу (V <sub>3</sub> )	0,500	0,500	0,552	0,448
	Кількість санітарно-курортних, оздоровчих і розважальних закладів (V <sub>4</sub> )	0,500	0,500	0,558	0,442
Влада (політичне середовище)	Політичне середовище (стабільність політичної ситуації в країні (V <sub>5</sub> ))	0,711	0,289	0,188	0,813
	Наявність міжнародних конфліктів (V <sub>6</sub> )	0,394	0,606	0,188	0,813
	Політична культура населення (V <sub>7</sub> )	0,506	0,494	0,188	0,813
	Захист державою інтересів підприємців у сфері туризму (V <sub>8</sub> )	0,500	0,500	0,188	0,813
Бізнес (соціально-економічне середовище)	Соціально-економічне середовище (фінансування туризму за рахунок державного бюджету (V <sub>9</sub> ))	0,313	0,688	0,710	0,290
	Інвестиції в діяльність ресторанно-готельного бізнесу (V <sub>10</sub> )	0,188	0,813	0,808	0,192
	Кількість зайнятих на туристичних підприємствах (V <sub>11</sub> )	0,281	0,719	0,777	0,223
	Розвиток інфраструктури (V <sub>12</sub> )	0,313	0,688	0,843	0,157
Екологія (екологічне середовище)	Екологічне середовище (кількість заповідників і природних парків (V <sub>13</sub> ))	0,475	0,525	0,125	0,875
	Кількість культурно-історичних об'єктів (V <sub>14</sub> )	0,475	0,525	0,000	1,000
	Природно-географічні ресурси (V <sub>15</sub> )	0,521	0,479	0,000	1,000
	Екологічний стан у державі (V <sub>16</sub> )	0,367	0,633	0,000	1,000

Відповідно до даних табл. 5.24 визначимо фактори, для яких значення консонансу впливу системи на кожен окремий фактор дорівнює або перевищує порогове значення. До таких факторів належать такі: «Рівень розвитку ринку туристичних послуг», «Кількість обслуговуваних туристів», «Кількість туристичних підприємств», «Кількість оздоровчих закладів», «Фінансування туризму за рахунок бюджету», «Інвестиції в діяльність ресторанно-готельного бізнесу», «Кількість зайнятих на туристичних підприємствах», «Розвиток інфраструктури». Відповідно до проведеного аналізу вдосконалимо когнітивну модель міжсекторної взаємодії туристичної галузі (рис. 5.17).

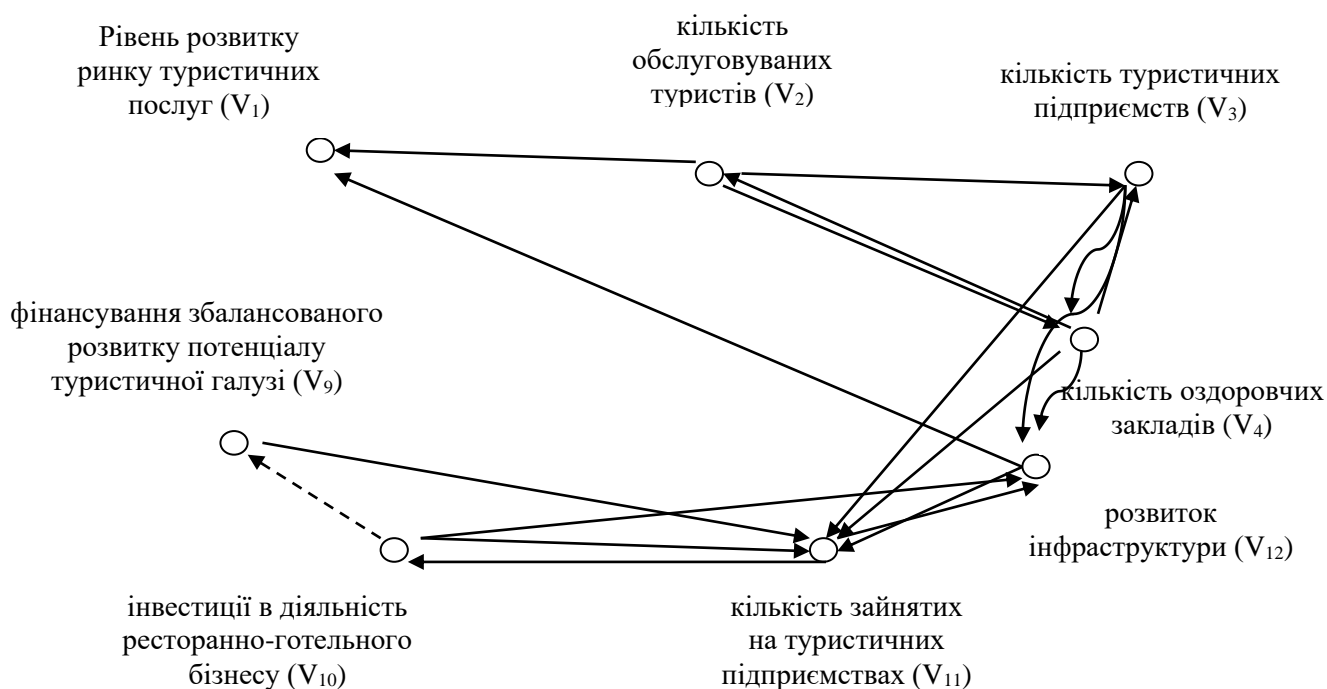


Рис. 5.17. Когнітивна карта між секторної взаємодії розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області у випадку граничного значення (0,5) консонансу впливу системи на фактор (розроблено автором)

У результаті проведеного дослідження отримали когнітивну модель розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, що описує взаємодію двох сфер: туристичний бізнес та соціально-економічне середовище. Проведемо динамічний аналіз удосконаленої когнітивної моделі міжсекторної взаємодії в туристичній галузі області. Керованими виступають такі фактори:

«Фінансування туристичної галузі за рахунок бюджету» та «Інвестиції в діяльність ресторанно-готельного бізнесу». А цільовим фактором моделі є «Рівень розвитку ринку туристичних послуг». Динамічний аналіз проведемо методом імпульсних процесів [44]. Зміна  $p_j(t)$  називається імпульсом та при  $t > 0$  задається як  $v_j(t) - v_j(t-1)$ . Необхідно вказувати й початкову умову при  $t = 0$ . Таким чином, для  $t \geq 0$  можна записати новий імпульс у вигляді правила, відповідно до рис. 5.17.

Автономний імпульсний процес у знаковому орієнтованому графі визначається за правилом (3) з вектором початкових значень  $v(0) = (v_1(0), v_2(0), \dots, v_n(0))$  та вектором  $p(0) = (p_1(0), p_2(0), \dots, p_n(0))$ , що задає зовнішній імпульс  $p_i(0)$ , який вводиться в кожну вершину  $u_i$  в момент часу  $t$ . При дослідженні автономного процесу розглядається розподіл у системі початкових імпульсів. Для моделі, що досліджується, вектор початкових значень дорівнює:

$$v(0) = (v_1(0), v_2(0), v_3(0), v_4(0), v_9(0), v_{10}(0), v_{11}(0), v_{12}(0)) = (0,0,0,0,0,0,0,0). \quad (4)$$

При цьому розглядаються такі початкові імпульси: «Фінансування туристичної галузі за рахунок бюджету»  $p_1(0) = (0,0,0,0,1,0,0,0)$ , «Інвестиції в діяльність ресторанно-готельного бізнесу»  $p_2(0) = (0,0,0,0,0,1,0,0)$ . За період часу  $t$  розглядаються роки, а за одиницю приймемо зміну початкового значення керованого фактора на 1%. Можливий вплив зміни початкових імпульсів на «Рівень розвитку ринку туристичних послуг» розглянемо за період часу  $t = 1,5N$ , де  $N$  – кількість факторів, а саме – 12 періодів часу (років).

Отримані розрахунки дають можливість визначити тенденції можливого впливу зростання обсягів фінансування туристичної галузі за рахунок бюджету на рівень розвитку ринку туристичних послуг (рис. 5.18). Отже, можна зробити висновок, що зростання фінансування туристичної галузі за рахунок бюджету на 1% у перші два періоди не впливає на рівень розвитку ринку туристичних послуг, а починаючи з третього періоду, поступово збільшує рівень розвитку ринку туристичних послуг до 32% у 12-му періоді.

Можливий вплив зростання інвестицій в діяльність ресторанно-готельного бізнесу представлено на рис. 5.19. Можна зробити висновок, що зростання інвестицій в діяльність ресторанно-готельного бізнесу на 1%, починаючи з другого періоду, поступово збільшує рівень розвитку ринку туристичних послуг до 32% у 12-му періоді.

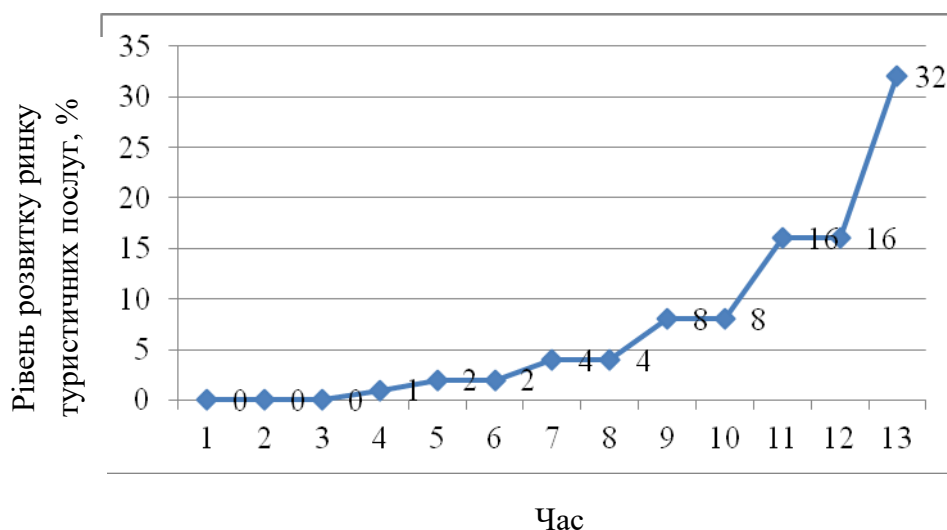


Рис. 5.18. Можливий вплив зростання фінансування збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області за рахунок бюджету на рівень розвитку ринку туристичних послуг

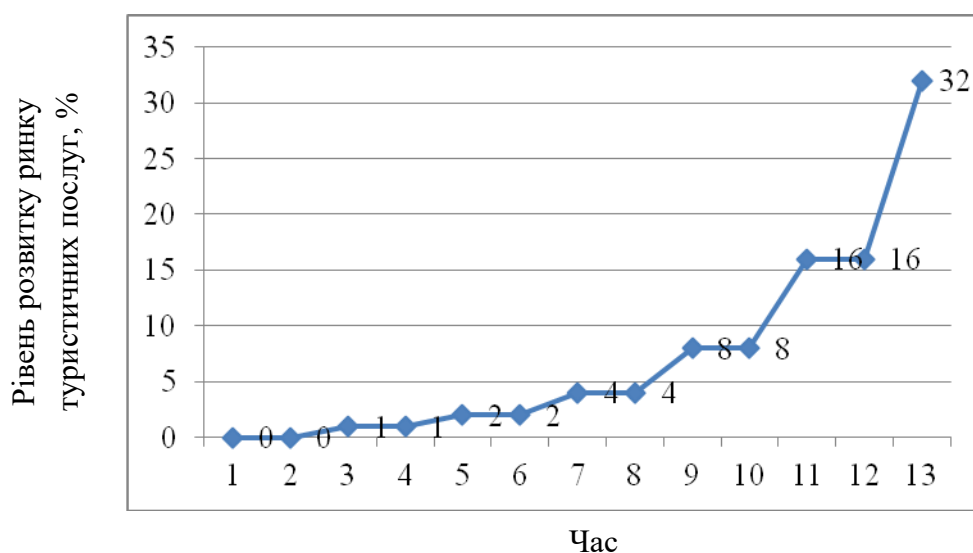


Рис. 5.19. Можливий вплив зростання інвестицій в діяльність ресторанно-готельного бізнесу на рівень розвитку ринку туристичних послуг

Когнітивне моделювання об'єднує два види моделювання – структурно-системне та імітаційне, що дозволяє найбільш повноцінно й адекватно відображати реальний об'єкт і будувати математичні моделі, результати дослідження яких легко інтерпретувати на практиці. Статичний аналіз когнітивної моделі міжсекторної взаємодії у сфері туризму дозволив визначити фактори, що сприяють, і такі, що перешкоджають розвитку ринку туристичних послуг. За результатами аналізу системних характеристик когнітивної моделі було виявлено, що особливу увагу в міжсекторній взаємодії слід звернути на взаємодію двох секторів: туризм (туристичний бізнес) та бізнес (соціально-економічне середовище). Динамічний аналіз дозволив згенерувати альтернативні сценарії розвитку ринку туристичних послуг залежно від впливу різноманітних факторів. Таким чином, можна зробити висновок, що збільшення інвестицій в діяльність ресторанноготельного бізнесу збільшує рівень розвитку ринку туристичних послуг на один період раніше, ніж збільшення фінансування туризму за рахунок бюджету.

Моделювання, проведене на когнітивній карті розвиток потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації, дозволяє виділити можливі «песимістичні» й «оптимістичні» сценарії розвитку, а також рекомендувати деякі з них як можливі стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації. Проведене дослідження за допомогою когнітивної методології дало можливість спробувати виявити основні причини тенденцій нестійкого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації, запропонувати низку рекомендацій щодо стабілізації соціальних процесів і розробці стратегії.

Таким чином, за результатами когнітивного моделювання розроблено науковий підхід збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації (рис. 5.20.), який включає структурні підрозділи спеціалізованого центру управління і підтримки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області.

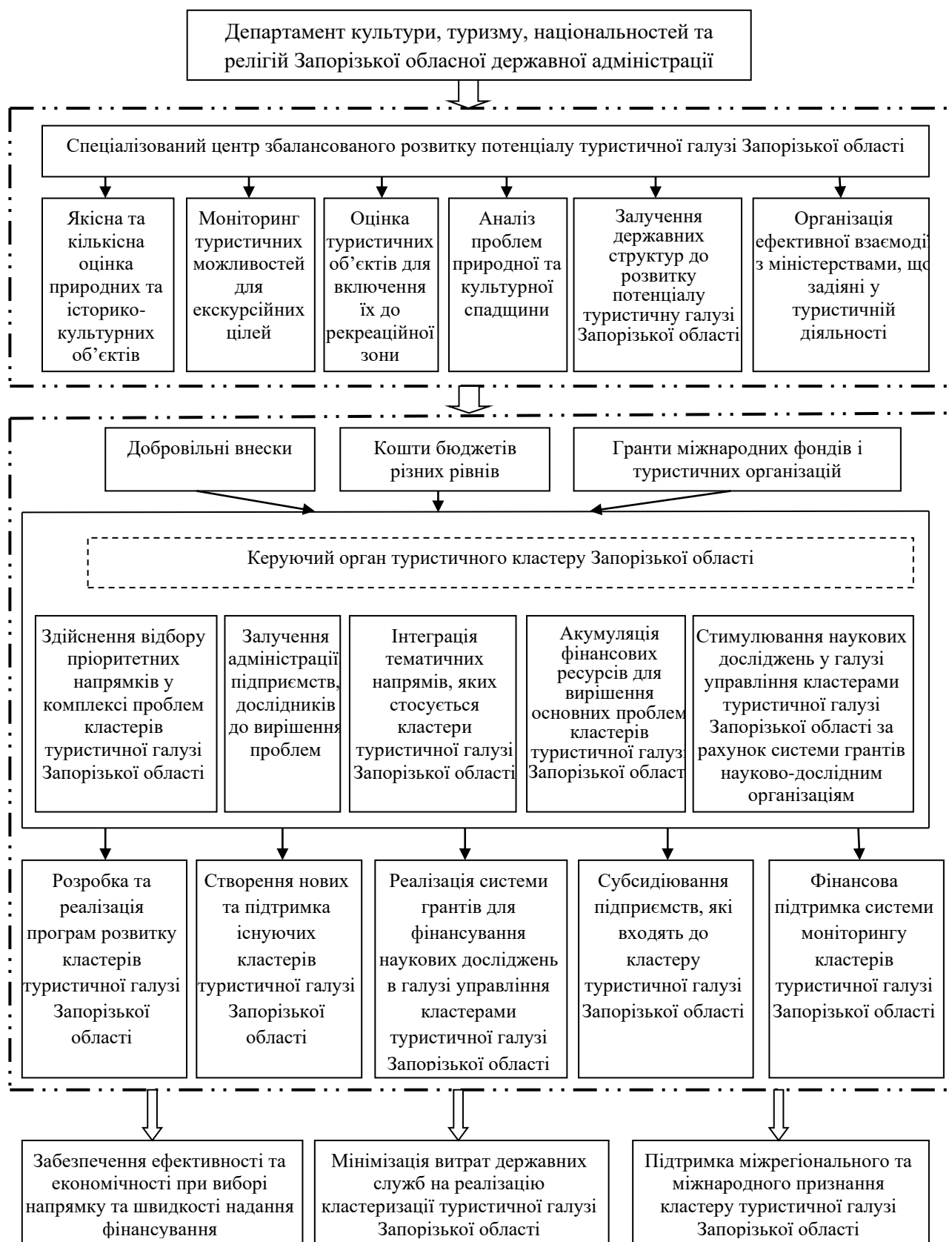


Рис. 5.20. Науковий підхід збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації (розроблено автором)

Для реалізації політик та координації зусиль щодо досягнення суспільно значущих цілей Запорізької області запропоновано створити спеціалізований центр збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, який дозволить забезпечити необхідний екологічний, політичний, економічний і фінансовий рівні вирішення регіональних проблем туристичних кластерів на основі постійного моніторингу ситуації.

Вищенаведені рекомендації з ефективного управління туристичними кластерами Запорізької області і становлення області на шлях розвитку, у вигляді розробки наукового забезпечення процесів управління рекреаційною системою області, представляють комплекс організаційних, економічних перетворень необхідних для раціонального і комплексного аналізу ситуацій і прийняття ефективних управлінських рішень при функціонуванні даної системи.

Завдання дослідження, яке полягало в систематизації та оцінці існуючих методичних розробок щодо оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації, спрямоване на визначення можливостей для впровадження ініціатив кластеру; розробка системи показників для оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі на основі кластеризації, досягнуто.

Основні результати досліджень включають запропоновану методологію оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації і функціонування та можуть бути використані як інформаційна підтримка при розробці програм для просторового збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі на основі кластеризації.

Когнітивне моделювання об'єднує два види моделювання – структурно–системне та імітаційне, що дозволяє найбільш повноцінно й адекватно відображати реальний об'єкт і будувати математичні моделі, результати дослідження яких легко інтерпретувати на практиці. Статичний аналіз когнітивної моделі міжсекторної взаємодії у туристичній галузі дозволив визначити фактори, що сприяють, і такі, що перешкоджають збалансованому

розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. За результатами аналізу системних характеристик когнітивної моделі було виявлено, що особливу увагу в міжсекторній взаємодії необхідно звернути на взаємодію двох секторів: туристична галузь (туристичний бізнес) та бізнес (соціально–економічне середовище). Динамічний аналіз дозволив згенерувати альтернативні сценарії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі залежно від впливу різноманітних факторів.

### **5.3. Розвиток потенціалу туристичного кластеру Запорізької області**

Сьогодні у швидкозмінній економіці туристичну галузь в Україні розглядають як важливий економічний сектор, який підвищить економічний рівень країни. Але підхід до управління туристичною галуззю в державі можна вважати недостатньо ефективним, тому актуальність дослідження визначається швидким розвитком цієї сфери в останні роки, який проявляється у багатогалузевому характері та тісній взаємозалежності з іншими спорідненими галузями національної економіки кожного конкретної області, який обумовлює необхідність врахування особливостей регіональної одиниці в діючих умовах невизначеності та нестійкості внутрішнього та зовнішнього середовища.

Питання функціонування та розвитку туристичних кластерів в областях, способи підвищення конкурентоздатності підприємств туристичної галузі України та її областей вивчало багато як вітчизняних, так і зарубіжних учених [66; 67]. Зокрема, на особливу вагу заслуговують праці закордонних вчених серед яких у першу чергу, потрібно відзначити М. Портера [45; 46], засновника кластерного підходу, а також: Т. Andersson [72; 78], Е. Braun, van W. Winden [82], D. Soulie [81], М. Steiner, J. A. Tolonado [79; 80], С. Cooper та М. Hall [74] та багатьох інших.

Сьогодні підвищується інтерес до досліджень туристичних кластерів серед науковців України та ближнього зарубіжжя. Дослідники Дж. Енесв і Р. Черкесов [62] аналізують потенційні вигоди та загрози, сформувавши



пропозиції щодо економічної безпеки туристичного кластеру. У науковій публікації Е. Квашнана зроблено акцент на оцінці мультиплікаційного ефекту інвестицій у потенціал туристичної галузі [25; 26]. Ю. Маркова та І. Шепелєв [59] зосередили увагу на взаємозв'язку стратегічного управління розвитком області країни та функціонуванням кластерних структур. Питання тенденцій, розвитку, необхідності створення та функціонування туристичних кластерів України та її окремих областей ефективності створення туристичних кластерів досліджені у наукових працях таких вітчизняних учених: І. Писаревського [28], М. Войнаренко [4], Т. Цихана [57] І. Філіпчука [56], С. Соколенка [49], О. Вороніна [5], Ю. Ніколаєв [37], А. Охріменко [40] та ін.

Теоретичні аспекти та практичне вирішення проблем створення та функціонування туристичних кластерів в Україні та її областях відображено в дослідженнях В. Благодатного, Л. Забуранної, А. Кулік, Т. Пінчук, М. Рутинського, Л. Тебляшкіної, Т. Ткаченко, Л. Шульгіної та інших. А. Гайдук у своїх працях висвітлює ключові аспекти формування та функціонування інтегрованих туристичних концернів на території України [6; 66].

Наукові результати цих праць набули поширення та дістали подальшого впровадження у процесі розвитку потенціалу туристичних кластерів України, а саме: авторами було сформовано туристичні кластери, до яких належать: природно-культурна спадщина, туристична інфраструктура, освітні, проектні та наукові установи, страхові та фінансові організації тощо. Авторами доведено важливу роль кластерів у розвитку потенціалу туристичної галузі тощо. Незважаючи на велику кількість досліджень на теоретичному та практичному рівнях щодо значущості функціонування кластерів у туристичній галузі, загальна думка щодо моделі її впровадження відсутня.

Потенціал туристичної галузі можна розглядати як один із елементів науково-методичного підходу, спрямованого на подолання кризової ситуації, перспективний напрям соціально-економічного розвитку країни. Досягти цього можна за умови послідовних і відповідальних дій влади, її постійної взаємодії з громадськістю, бізнесом [61].

Ефективне управління, формування та розвиток потенціалу туристичної галузі України може бути здійснено шляхом пошуку, впровадження та адаптації до сьогоденних економічних умов функціонування, інноваційних інструментів та методів удосконалення процесів прийняття управлінських рішень [7; 29; 48].

Отже, для забезпечення розвитку та успішного функціонування потенціалу туристичної галузі необхідні нові методи ведення та управління галуззю. Найбільш ефективною моделлю багато дослідників вважають використання кластерного підходу до управління потенціалом туристичною галуззю. Саме він може дозволити прискорити процес структуризації та модернізації галузі та перетворити її на ефективний сегмент розвитку національної економіки.

Сьогодні є досить актуальним використання підходу у туристичній галузі на основі кластеризації, які позитивно будуть впливати на економічний розвиток області, а саме: збільшення інвесторів; збільшення надходжень в обласний бюджет; збільшення зайнятості населення; зменшення міграційних процесів; підвищення попиту на вітчизняні туристичні товари та послуги; порушення питань екологічного розвитку області; більш ефективне використання нових ринкових механізмів, що позитивно вплине на соціально-економічний розвиток області тощо (рис. 5.21).

Реалізація кластерного підходу у туристичній галузі в Запорізькій області, позитивно впливає і на зміцнення, і на розвиток економічної тенденції, для місцевої влади кластери мають і політичну значимість, у зв'язку з виконанням соціальних зобов'язань перед населенням. У межах реалізації туристичного кластера автоматично почнеться активізація підприємництва в області: відкриваються нові можливості для місцевих підприємців і місцевого населення, покращиться соціальна складова, з'явиться інфраструктура для досліджень і розробок, знизяться витрати, з'являться можливості для більш продуктивного входу на міжнародні ринки, що сприятиме отриманню позитивного досвіду. Зарубіжний досвід реалізації туристичних кластерів

доводить, що кластери сприятливо впливають на розвиток інших галузей національної економіки області.



Рис. 5.21. Позитивні риси та можливості створення туристичних кластерів в областях України (розроблено автором)

Туристичну галузь необхідно розглядати як здатну створити мультиплікаційний ефект у розвитку регіональної індустрії гостинності, а в окремих випадках як основу планів соціально-економічного розвитку. Для того, щоб туристична галузь стала самостійною і рівноправною галуззю, в умовах

ринкової економіки є необхідним створення державними органами влади, правової бази, яка виконувала б регулятивні функції в цей галузі [62].

Для розвитку потенціалу туристичної галузі, на наш погляд, доцільно використовувати підхід в якому використовується комплексна оцінка галузі країни та її окремих областей. Для активізації даних процесів потрібні: сформована стратегія розвитку та реалізації туристичних кластерів; розроблений економічний та фінансовий науково-методичний підхід управління туристичним кластером в області; забезпечення безпеки туристів; впровадження інноваційної системи розвитку галузі; налагодження методичного підходу субсидювання малого і середнього бізнесу; сприяння поліпшенню екологічної ситуації, що сприятиме розвитку потенціалу туристичної галузі.

Також ефективне функціонування туристичного кластера передбачає необхідність забезпечення якісного інформаційного середовища, що може відкрити доступ для потенційних споживачів послуг. Розвиток суміжних туристичних галузей збільшуватиме мультиплікаційний ефект галузі, створюючи взаємозв'язок між учасниками туристичної галузі з суміжними галузями і тим самим забезпечуючи єдиний методичний підхід обслуговування споживачів [25; 26].

Враховуючи українські та зарубіжні дослідження розвитку кластерного підходу та концепцію кластерної політики країни пропонуємо науково-методичний підхід розвитку потенціалу туристичної галузі на основі кластеризації областей України, загальна схема якої представлена на рис. 5.22.

До структури туристичного кластеру повинні входити підприємства (організації, фірми), які географічно близько розташовані, туристична інфраструктура, місцеві ринки праці та туристичний продукт, який є географічною та історичною складовою певної області. Взаємодія цих учасників туристичного кластеру спрямована на випуск цільової для кластера продукції [54].



Рис. 5.22. Науково-методичний підхід розвитку потенціалу туристичної галузі на основі кластеризації (розроблено автором)

До головних учасників туристичного кластеру можна віднести: організації та установи, які безпосередньо мають відношення до вироблення та реалізації туристичного продукту (туристичні фірми та туристичні агенції), санаторно-курортні, лікувально-оздоровчі та заклади з розміщення туристів (готелі, бази відпочинку, кемпінги та ін.), гірськолижні комплекси, національні природні парки; організації, які поставляють продукцію (продукти харчування, ресурсну базу для проведення лікувальних та оздоровчих процедур), екскурсійні, транспортні та дозвільні підприємства, транспортна інфраструктура; підприємства торгівлі, страхові та фінансові організації, освітні та науково-дослідні заклади, засоби масової інформації, органи державного регулювання (рис. 5.23).

Запропоновані у дослідженні об'єкти туристичного кластера можуть доповнюватись залежно від зв'язків та рівня сформованості кластера.

Об'єднання підприємств і споріднених галузей туристичної галузі у кластер має дати змогу поліпшити економічний стан (характеризується майже відсутністю координації дій, що негативно впливає на результати діяльності всієї туристичної галузі країни, не дає можливості проводити спільні фестивалі, виставки тощо, маркетингові та наукові дослідження, відсутністю достатнього фінансування, недостатністю кваліфікованого персонала даної спеціальності, управлінських знань та необхідних інформаційних ресурсів) завдяки налагодженню взаємодії та співпраці [12].

Розвиток потенціалу туристичної галузі України та її окремих областей на основі кластеризації надасть значні переваги та вирішить такі завдання:

- збільшити туристичний потік до області;
- збільшити обсяги продажу туристичного продукту;
- отримати більше можливостей зниження цін за рахунок збільшення групових закупівель туристичного продукту;
- здійснити перехід від продажів окремих видів послуг до спільного вирішення комплексного завдання «під ключ», надання всього переліку послуг;



5.23. Структура туристичного кластеру області (розроблено автором)

– мінімізувати витрати внаслідок спільної діяльності в галузі маркетингу, реклами, управління, придбання або розробки інноваційних продуктів туристичного пакету;

– збільшити портфель замовлень, розширити ринок збуту, зайняти позиції лідерів, диктувати правила гри на ринках збуту послуг;

– підвищити якість послуг, які пропонуються, а отже залучити клієнтів не тільки номенклатурою послуг, але, насамперед, їх якістю, новизною та рівнем обслуговування;

– підвищити інвестиційну привабливість кожного з учасників туристичного кластера;

– сформувати модель ефективного управління підприємствами галузі, яка включатиме найкраще з існуючих в організаціях моделей (за рахунок взаємопроникнення корпоративних культур, прийняття управлінським персоналом найбільш цінних ідей та концепцій);

– створити новий спільний бренд, який буде підтримуватися вже наявною репутацією всіх організацій-учасників туристичного кластера, який сприятиме підвищенню репутації як кластера загалом, так і окремої організації, що сприятиме подальшому просуванню продукції та послуг (включаючи й міжнародні ринки);

– зменшити витрати на проведення виставок, фестивалів, ярмарок, презентацій тощо;

– підвищення конкурентоспроможності;

– взаємопідтримка при укладанні контрактів;

– можливість закупки обладнання та матеріалів за нижчими цінами;

– розвиток зеленого, сільського, лікувально-оздоровчого, адаптивного видів туризму тощо, оскільки, вони є найперспективнішими формами туристичної галузі країни та її областей, які володіють гарною природою та сприятимуть розвитку галузі;

– підвищення якості існуючих конкурентних туристичних продуктів та розширення асортименту туристично-рекреаційних послуг [69].



Розвиток потенціалу туристичної галузі на основі кластеризації України має активізувати бізнес шляхом концентрації ділової активності, сприятиме створенню робочих місць, поліпшенню якості туристичних послуг, збільшенню доходів, зростанню конкурентоспроможності потенціалу туристичної галузі шляхом об'єднання фінансових, трудових, інтелектуальних, природних та лікувально-рекреаційних ресурсів. Туристичний кластер має сприяти більшому використанню інноваційних та інформаційних технологій, налагодженню відносини між організаціями кластера, здійсненню реорганізації та залученню більшої кількості відвідувачів, посилення іміджу області та підвищення якості туристичних послуг.

На думку науковця Д. Очеретіна, неналежна увага приділяється розвитку та використанню всіх елементів потенціалу туристичної галузі, відновленню зростання потоку внутрішнього туризму за рахунок вивчення та популяризації окремих областей України, розробки нових перспективних напрямів, які збільшать інтерес до внутрішнього туризму та збільшать туристичні потоки [41].

Незважаючи на велику кількість позитивних рис та можливостей кластерних об'єднань у туристичній галузі, донині в Україні функціонує їх невелика кількість, зокрема в Центральній та Західній Україні: кластер зеленого туризму «Оберіг», туристичний кластер «Кам'янець», кластер «Екотур», туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини», Славутицька міська громадська організація «Туристичний кластер – «Славутич», «Туристичний кластер «Південне туристичне кільце» [42].

Нині кластер «Кам'янець» об'єднує турфірми, готелі, ресторани, музеї, заповідники, юридичні фірми тощо, і, звичайно, унікальну історичну пам'ятку міста – Кам'янець-Подільську фортецю. Члени туристичного кластера працюють над спільним проектом реконструкції та будівництва готелей, закладів харчування, розробки нових туристичних маршрутів, розвитку народних промислів і сувенірного виробництва, беруть активну участь у створенні «Золотого кільця» туристичних маршрутів Західного регіону

України, що охоплює цікаві історичні та архітектурні пам'ятки у Львові, Івано-Франківську, Ужгороді, Чернівцях, Кам'янець-Подільському [42].

Створення туристичних кластерів у південних та східних областях України відбувається сповільненими темпами через відсутність ініціатив учасників.

Серед перших в Україні (кінець 1990–х рр.) були створені туристичний кластер у м. Кам'янець-Подільський (Хмельницька область), кластер агроекотуризму «Оберіг» і туристичний кластер та виробництва сувенірної продукції «Сузір'я» (Івано-Франківська область). Органи місцевого самоврядування міст Вознесенськ (Миколаївська область), Гола Пристань, Цюрупинськ (Херсонська область), Південний, Ізмаїл, Іллічівськ, Білгород-Дністровський (Одеська область), Алушка (АР Крим) створили спільний кластер «Південне туристичне кільце». Необхідно також згадати про введення в дію кластеру сільського «зеленого туризму» в Одеській області (понижзя Дунаю) [24].

У 2008 р. Полтавською обласною спілкою краєзнавців та Полтавською обласною держадміністрацією був ініційований проєкт зі створення туристично-рекреаційного кластера «Гоголівські місця Полтавщини» у зв'язку з підготовкою до святкування в 2009 р. 200-річчя з дня народження М. Гоголя. Потрібно відзначити, що Полтавська область володіє багатим природно-кліматичним і духовно-культурним потенціалом для розвитку різних видів туризму [42].

У 2008 р. регіони-переможці Всеукраїнського конкурсу «Сім чудес України» прийняли рішення про створення на добровільних засадах міжрегіонального туристичного мегакластеру у вигляді громадської організації для реалізації спільних комунікаційних, інформаційних, культурних, екскурсійних, туристичних та інших заходів, у тому числі розвиток відповідної інфраструктури та логістики туристичного туру об'єктами-переможцями. Цей туристичний мегакластер отримав назву «Діамантовий вінець України» [42].

Переможцями конкурсу «Сім чудес України» стали: Кам'янець-Подільський Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець» (Хмельницька область); Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник, Національний заповідник «Софія Київська»; Національний дендрологічний парк «Софіївка» в м. Умань (Черкаська область); Національний заповідник «Херсонес Таврійський» у м. Севастополь; Національний заповідник «Хортиця» (Запорізька область); державний історико-архітектурний заповідник «Хотинська фортеця» на Буковині (Чернівецька область) [43].

Уже не один рік успішно діє транскордонний туристичний кластер євро регіону «Слобожанщина», заснований у результаті співпраці Харківської області України і Белгородської області Російської Федерації. Активну участь у роботі кластера беруть Харківський національний економічний університет (кафедра туризму), Харківський регіональний фонд підтримки підприємництва, Белгородський державний університет (кафедра туризму), Белгородський обласний фонд підтримки малого підприємництва, адміністрації двох областей [337]. Основною метою створення туристичного кластера є відродження маршрутів сільського туризму та історичних пам'яток культури [42].

Подільсько-Буковинський туристичний кластер охоплює три основні міста Поділля та Буковини: Кам'янець-Подільський, Чернівці та Хотин. Створення такого кластера базується на ідеї об'єднання різних об'єктів туристичної інфраструктури, які були розділені, в один конгломерат. Таким чином, туристи можуть розраховувати на комплекс послуг і цілісний туристичний продукт. Туристам пропонують побачити унікальні історико-архітектурні пам'ятки міст, зокрема Кам'янець-Подільську та Хотинську фортеці, Чернівецький університет, старовинні храми, відвідати фестивалі та середньовічні бої, взяти участь в екстремальних розвагах, скуштувати місцеві страви та пізнати етнічні традиції [44].

У 2010 р. в селі Ілліч Гомельської області (Білорусь) була проведена презентація результатів реалізації проекту з питання розвитку транскордонного

кластера сільського «зеленого» туризму в єврорегіоні «Дніпро». Проект охоплює 6 суміжних транскордонних районів Гомельської та Чернігівської областей. Головним завданням є пропаганда ідей активного розвитку сільського туризму як одного з напрямків сталого соціально-економічного розвитку сільських територій цих областей [22].

Нині вище згаданий кластер об'єднує більше 300 природних, історико-культурних та археологічних пам'яток 6 районів білорусько-української території єврорегіону «Дніпро». Для туристів розроблено низку «зелених» маршрутів – пішохідних, велосипедних, кінних, які проходять за визначеною кластером територією. Серед них є маршрути вихідного дня, а також спеціальні пропозиції для байкерів і любителів екстрим-туризму [22].

З 2010 р. на Чернігівщині реалізовувався проект зі створення кластера водного туризму з метою популяризації природної та культурної спадщини області. Нині кластер організовує захоплюючі туристичні подорожі човнами та катерами по Десні, влаштовує цікаві мандрівки на плотах, галерах, катамаранах мальовничими містами (Новгород-Сіверський – Чернігів – Київ). У цього кластера цікаві плани на майбутнє щодо активізації розвитку культурно-історичного та екологічного туризму шляхом створення круїзних «готелів на воді» та подорожей водними маршрутами в інші області і навіть за межі України [24].

У 2015 р. почав діяти транскордонний туристичний кластер у географічних межах Львівської, Волинської, Закарпатської областей України, Підкарпатського та Люблінського воєводств Польщі з метою співпраці у туристично-рекреаційній сфері (розробка нових маршрутів, розвиток об'єктів інфраструктури). Передумовою для цього є потужний природно-ресурсний потенціал транскордонного регіону для розвитку лікувально-оздоровчого, водного, гірського, пішохідного, велосипедного та інших видів туризму [38].

Перші водні туристичні кластери вже сформувалися в Україні в Севастополі («Севастополь – кластур») і в Одеській області на Дунаї біля Кілії. Певний досвід зі створення водного кластера накопичений і в Чернігівській

області, де організуються захоплюючі туристичні подорожі човнами та катерами по Десні, цікаві мандрівки на плотах, галерах, катамаранах від м. Новгород-Сіверського до міст Чернігова і Києва [42].

З 2009 року в Запорізькій області сформовані та діють кластери «Бджола не знає кордонів», до якого входять Запорізька обласна спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні; Асоціація платників податків України у Запорізькій області; Міжнародна Фундація сприяння ринку; Мелітопольський міський виконавчий комітет; Мелітопольська райдержадміністрація; Спілка бджолярів-аматорів «Бджілка»; Громадська організація «Сучасна пасіка»; НДІ Інститут зрошувального садівництва ім. І.Ф. Сидоренка УААН; ДГ «Мелітопольське» Інституту зрошувального садівництва ім. І.Ф. Сидоренка УААН; НАН Інститут бджільництва ім. П.І. Прокоповича УААН; Таврійський державний агротехнологічний університет та «Купуй запорізьке – обирай своє» [42].

Великого значення набуває просування на внутрішньому та зовнішньому ринках туристичного продукту окремих областей України, зокрема Запорізької. У цьому відіграє значну роль імідж, реклама та маркетинг пропонованих продуктів, а також створення туристичних кластерів. Для створення в Запорізькій області туристичного кластера необхідно оцінити потенціал туристичної галузі, визначити основні напрямки сучасної перспективи туристичної діяльності.

У Запорізькій області наявні майже усі існуючі види туристичної галузі: лікувально-оздоровчий, рекреаційний, промисловий, розважальний, релігійний тощо, основними лідерами серед яких є сільський і лікувально-оздоровчий та пляжний. Таким чином формування та розвиток потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області має сприяти поліпшенню соціально-економічного розвитку області.

Перспективним є сільський туризм, наразі функціонує 31 садиба сільського зеленого туризму. Найбільше їх у Бердянському районі – 18, Запорізькому – 4, Мелітопольському – 2, а також по одній – у Вільнянському,

Куйбишевському, Новомиколаївському, Оріхівському, Приазовському, Чернігівському та Якимівському районах [47].

Потенціал туристичної галузі Запорізької області має такі складові:

– мальовнича природа – Азовське море, р. Дніпро, 4 лимани: Білозерський, Утлюкський, Тубальський та Молочний;

– мінеральні та лікувальні води – Бердянський грязьовий приморський курорт, Кирилівський бальнеокліматичний грязьовий приморський курорт;

– пам'ятки історії та архітектури – Запорозька Січ («Війська Запорозького Низового»); Національний заповідник «Хортиця» і Національний історико-археологічний заповідник «Кам'яна Могила» (XV–XVI ст.); 8436 пам'яток історії та культури, з них 6654 – пам'ятки археології, 1725 – історії, 37 – монументального мистецтва; 20 – науки і техніки, 25 музейних закладів; мережа санаторіїв, де можна оздоровитись та полікуватись тощо [34].

При обґрунтуванні можливості застосування туристичного кластера в Запорізькій області використано індекс стійкості (табл. 5.25.). Він характеризує рівень упевненості в успішній (або неуспішній) реалізації конкретного варіанту розвитку ринкових можливостей при конкретній комбінації характеристик зовнішнього й внутрішнього середовища господарювання [36].

Таблиця 5.25

Умови реалізації потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації

Туристичні райони	Характеристика досліджуваних районів	Індекс стійкості (J0)		Умови реалізації кластерного підходу
		Допустимі межі зміни	Розраховані значення	
Бердянський	Курорт	$+0,8 < J0 < +1$	0,87	Практично можна реалізувати
Приморський	Туристично–рекреаційний вузол	$+0,6 < J0 < +0,8$	0,63	Є всі умови для реалізації
Кирилівський	Туристично–екскурсійний центр	$+0,3 < J0 < +0,6$	0,39	Можливості реалізації незначні

Застосовуючи регресійний аналіз, визначено його значення відповідно до умов досліджуваних рекреаційно-туристичних районів [76].

В умовах становлення ринкових механізмів господарювання туристичний кластер має певні переваги порівняно з іншими формами організації туристичної діяльності (рис. 5.24).

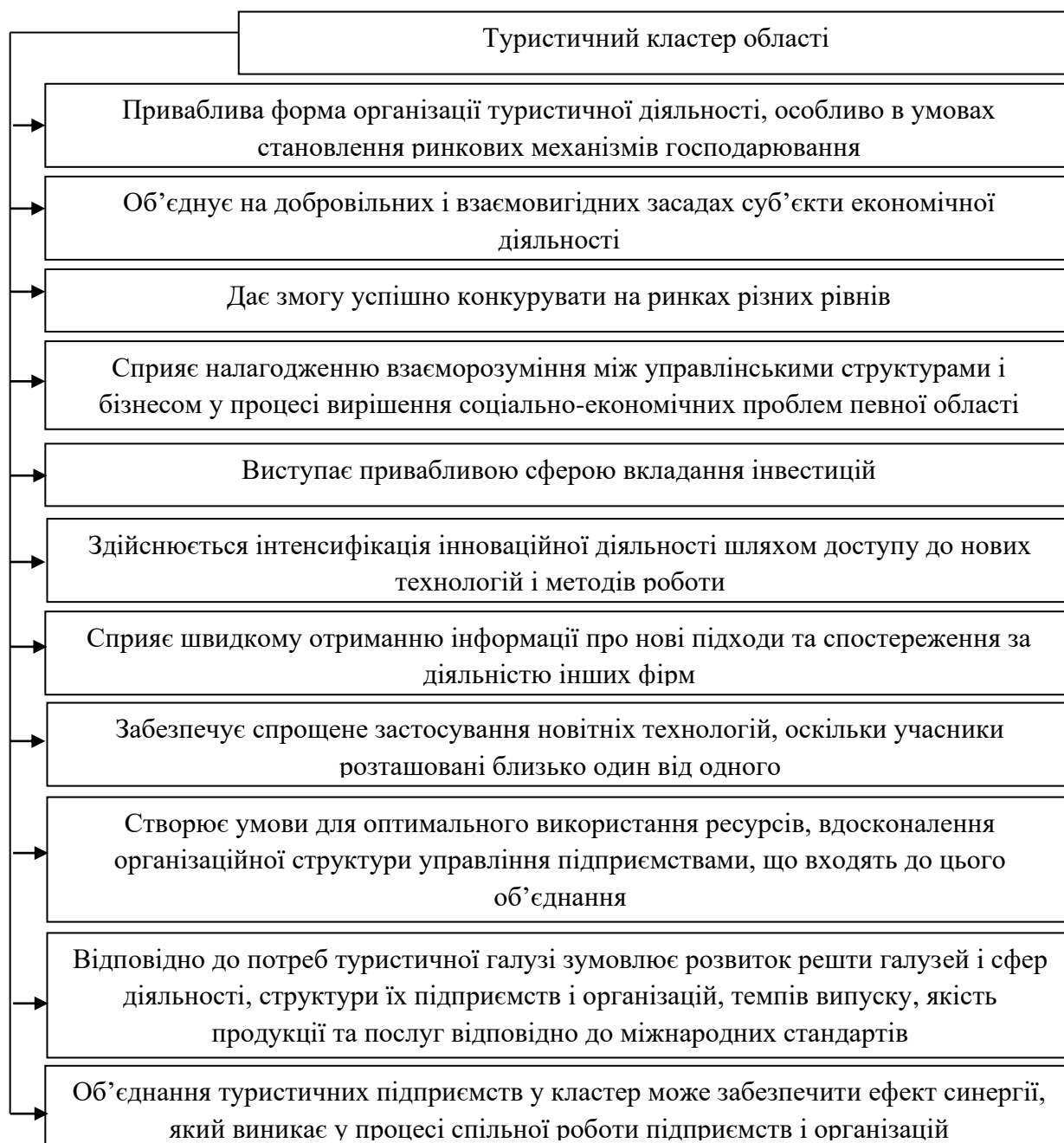


Рис. 5.24. Переваги застосування туристичного кластеру в Запорізькій області (розроблено автором)

Основними перевагами створення туристичного кластера в Запорізькій області є:

– об'єднання зусиль для залучення більшої кількості відпочиваючих із областей України та у боротьбі з іноземними конкурентами, що мають подібні рекреаційні ресурси;

– підвищення конкурентоспроможності та створення цікавих туристичних продуктів;

– взаємопідтримка при укладанні контрактів;

– зменшення витрат на рекламу;

– сприяння розвитку існуючих та формування нових видів туризму (промисловий, лікувально-оздоровчий та рекреаційний, адаптивний та активні види відпочинку).

Проаналізувавши потенціал туристичної галузі Запорізької області [63-65], пропонуємо раціоналістичну модель формування туристичного кластера в Запорізькій області [68, с.61] (рис. 5.25).

Процес формування та розвитку туристичного кластера в областях України є тривалим та дуже складним, який може не принести очікуваних результатів.

Тому вважаємо за необхідне запропонувати одну з методик оцінки економічної ефективності діяльності туристичного кластера, в якій основним показником є дохід від продажу відповідної продукції (послуги) туристичної галузі регіонального кластера, зокрема від туристичної ренти (монопольної, диференціальної, абсолютної, квазіренти, споживчої ренти, екологічної антиренти), який визначають таким чином [3]:

$$X_{ij} = S_i \cdot (1/n - b_{ij} \cdot (p_{ij} - p))$$

де  $X_{ij}$  – дохід від продажу послуг ( $i$ ) туристичного кластера ( $j$ );

$S_i$  – продажі послуг ( $i$ ) загалом у країні (в регіоні, в дестинації);

$n$  – кількість підприємств туристичної галузі, що надають ці послуги;

$b_{ij}$  – змінна попиту, який вказує на залежність ринкової частки туристичного кластера від ціни на його послуги;



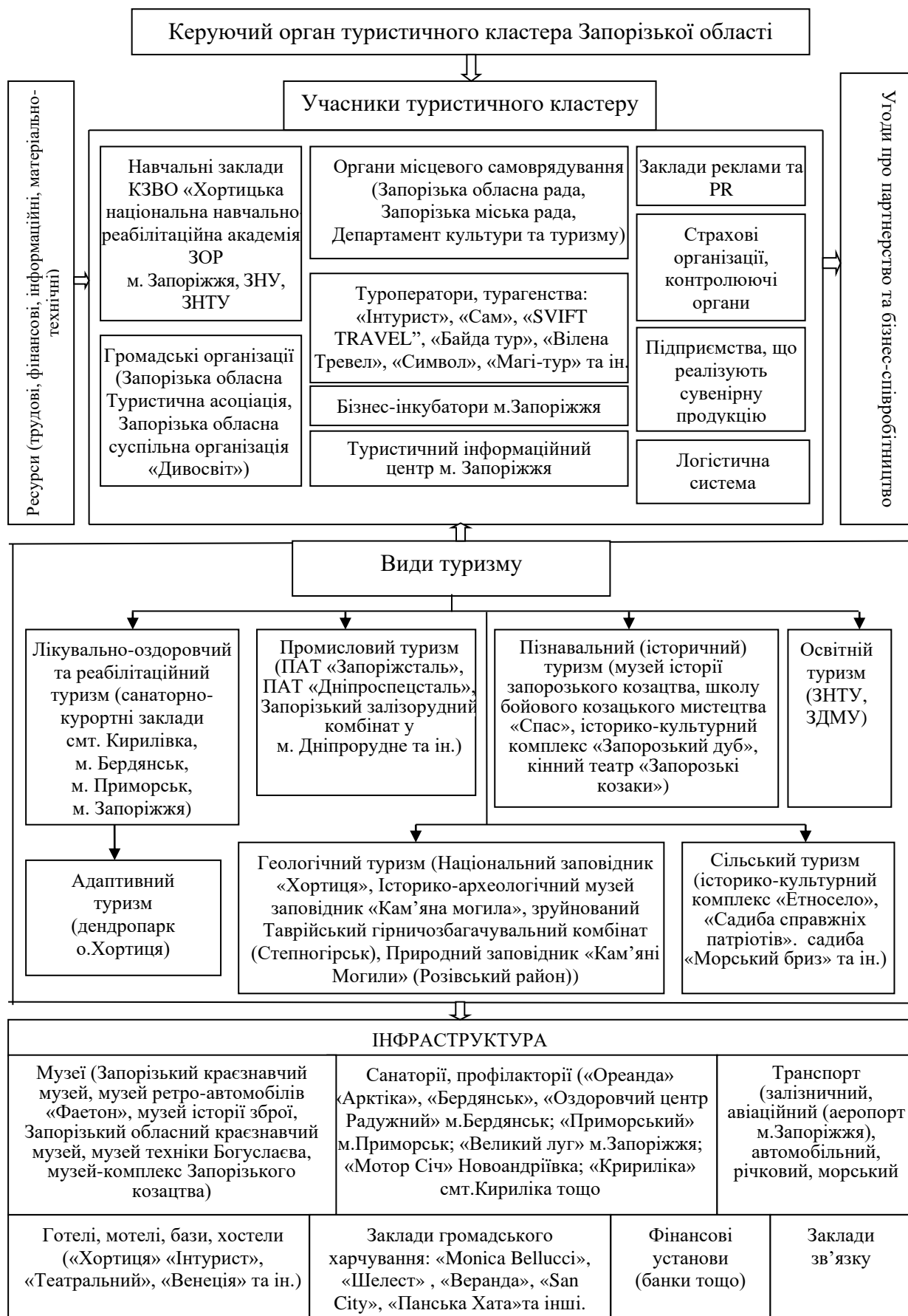


Рис. 5.25. Раціоналістична модель формування туристичного кластеру в Запорізькій області (розроблено автором)

$p_{ij}$  – ціна послуг певного кластера;

$p$  – середня ціна конкуруючих аналогічних послуг в інших регіональних (міжнародних) туристичних кластерах [3].

Ключовим моментом у формуванні та розвитку туристичного кластера в області є отримання результатів від об'єднання, які будуть залежати від форм співпраці та очікувань учасників. Схематично результативність туристичного кластеру наведено на рисунку 5.26. [68, с.1].



Рис. 5.26. Результативність туристичного кластеру Запорізької області [68, с.61]

Враховуючи особливості туристичної галузі, підвищити ефективність функціонування туристичного кластеру в Запорізькій області можливо за допомогою узгодження стратегії розвитку з елементами організаційно-економічного механізму і реалізації відповідних методів та прийомів організаційно-економічного механізму на мікро–, мезо– та макрорівнях, що схематично наведено на рис. 5.27.

Запропонована теоретична оптимізаційна модель формування стратегії розвитку туристичних кластерів, яка показує залежність та взаємозв'язок між окремими елементами організаційно-економічного механізму [68, с.62].

Орієнтуючись на динамічний розвиток та результати ефективної міжгалузевої взаємодії різних структур туристичного кластера області, доцільним є пошук і дослідження наукових напрямів удосконалення механізму розвитку функціонування на кожному рівні. Також заслуговує на увагу пошук шляхів нарощування й активізації економічного потенціалу туристичного кластера, конкретні характеристики використання якого безпосередньо залежать від наявних в області туристичних ресурсів та попиту (внутрішнього та зовнішнього відносно України), рівня господарської взаємодії галузей регіональної економіки [68, с.61].

Таким чином, для формування та розвитку туристичного кластера Запорізької області необхідні узгоджені заходи на мікро–, мезо– та макрорівні.

На макрорівні першочерговим завданням є підвищення якісного обслуговування туристів, формування мережі малих приватних готелів і засобів розміщення інших типів, а також поступовий розвиток інфраструктури обслуговування.

На мезорівні важливим питанням є формування перспективних планів територіально-просторової розбудови рекреаційних зон та регулювання рекреаційного навантаження на рекреативних територіях з подальшим їх використанням у рекреаційних цілях, реалізація комплексу маркетингу з просування Запорізької області як привабливого місця для туристичної галузі.

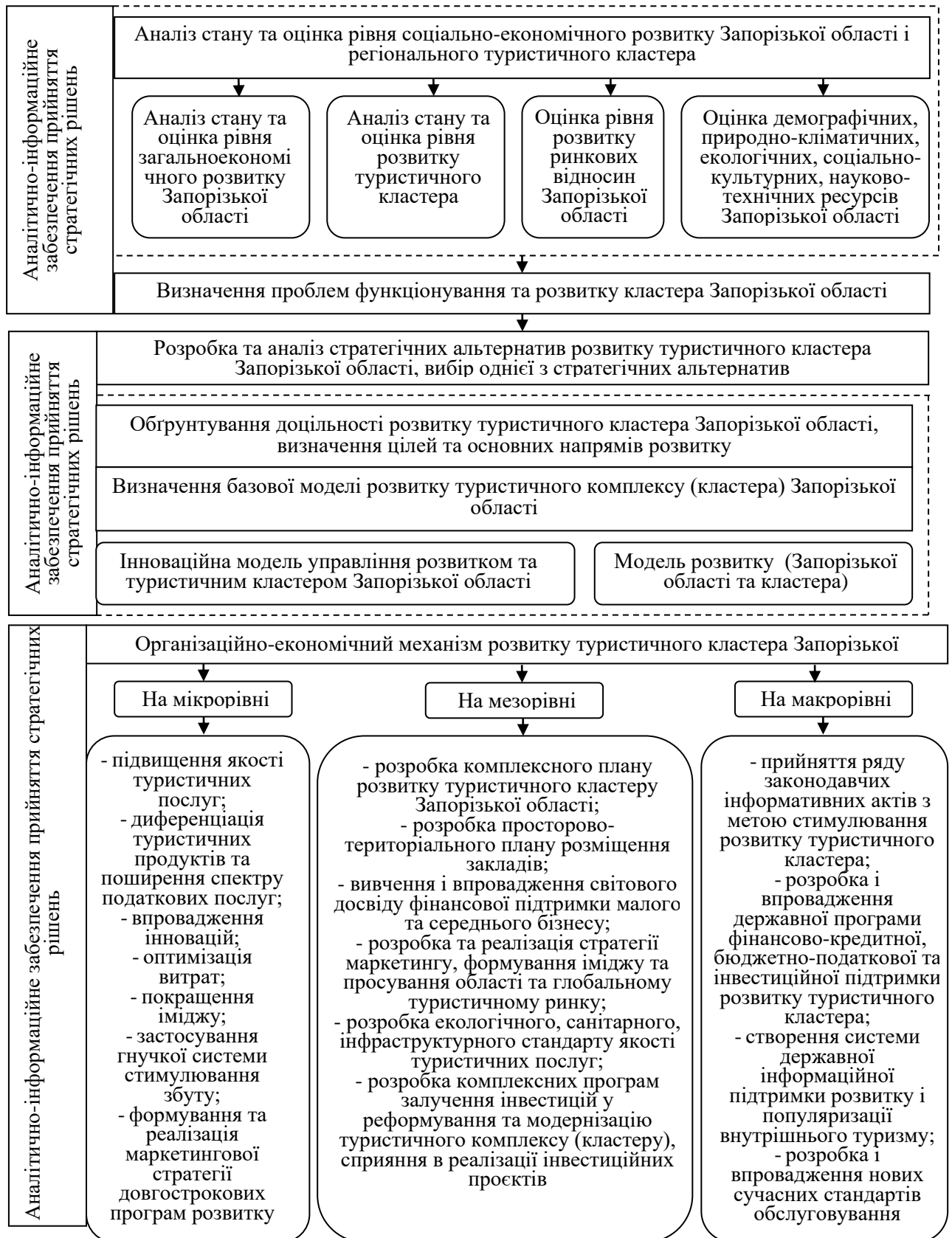


Рис. 5.27. Оптимізаційна модель формування стратегії розвитку туристичного кластера Запорізької області з інтегрованим організаційно-економічний механізм її реалізації (розроблено автором)

На макрорівні важливим завданням є міжгалузева координація та формування позитивного іміджу України на міжнародному туристичному ринку, розробка загальнонаціональних програм стимулювання внутрішнього туризму, поступове вдосконалення законодавства в туристичній галузі, підвищення державних вимог та стандартів у галузі, застосування загальнонаціональних складових організаційно-економічного механізму розвитку: організаційних, економічних, фінансово-інвестиційних, соціальних та екологічних [68, с.61–63].

Наразі необхідно підготувати та перепідготувати сучасних фахівців з туризму для роботи у нових конкурентоздатних сучасних організаціях (підприємствах) туристичної галузі Запорізької області.

На нашу думку, пріоритетними напрямками розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області мають бути курортні та лікувально-оздоровчі (SPA/Wellness-туризму) м. Бердянськ, смт. Кириліка та Приморський район, які мають ресурси, тому необхідно розвивати та модернізувати транспорту та інженерну інфраструктуру області, а також створити сайт з необхідною комплексною інформацією щодо переваг природних та лікувальних чинників, наявних ресурсів області, з можливістю отримання інформації про пропонуються туристичні послуги та замовлення (бронювання) місць розміщення.

Якість послуг має забезпечуватись як відповідними державними органами, так і контролем якості учасниками туристичного кластера. Для туристичного кластера Запорізької області такими показниками є результати діяльності засобів розміщування: зростання кількості розміщуваних; прибутки та показник завантаженості закладів; показники підвищення кваліфікації робітників, модернізація матеріально-технічної бази; якість послуг розміщування, харчування, дозвілля [68, с.63].

Пропонуємо методику вирішення проблем розвитку та диверсифікації туристичного кластера з використанням розрахунку сумарної пропускну здатності та продуктивності.

Забезпечення розвитку туристичного кластера Запорізької області передбачає проведення розрахунку його сумарної пропускної здатності і продуктивності. Ці показники залежать від кількості місць у колективних засобах розміщення або закладах громадського харчування, місткості об'єкту показу та складності послуг, які надаються, їх асортименту, тривалістю обслуговування одного туриста або групи туристів, продуктивності обладнання, режиму роботи підприємства, продуктивності праці персоналу, цін на послуги, які реалізуються.

Сумарна пропускна здатність розвитку туристичного кластера Запорізької області можна розрахувати наступним чином:

$$W = q \times \lambda_p^{\max} \times \frac{T_c \times 365}{k_c \times k_p} \quad (5.12)$$

де  $W$  – сумарна пропускна здатність (чол./рік);

$q$  – середня кількість туристів в групі, яка планується (чол.);

$\lambda_p^{\max}$  – пропускна здатність об'єкта за рік (кількість груп);

$T_c$  – кількість годин роботи об'єкту за добу (год./ доба);

$k_c$  – коефіцієнт нерівномірності руху туристичних груп протягом доби (відношення максимальної кількості груп до середньодобової за рік);

$k_p$  – коефіцієнт часового нерівномірного руху груп туристів (відношення максимальної годинної кількості туристичних груп до сьогоднішньої за добу).

Середня кількість туристів, яка планується в групі визначається за формулою (5.13)

$$q = \sum_{i=1}^n p_i m_i j_i \quad (5.13)$$

де  $q$  – середня кількість туристів в групі, яка планується (чол.);

$p_i$  - відносна частота відвідування  $i$ -го об'єкту показу;

$m_i$  - місткість і-го об'єкту показу (чол.);

$j_i$  - коефіцієнт, який враховує відсоток завантаження і-го об'єкту показу (як правило,  $j_i=0,5 - 0,75$ );

$n$  – кількість різних об'єктів показу, які входять у структуру туристичного кластеру.

Встановлено, що  $\lambda_p^{\max}$  (пропускна здатність об'єкту туристичного кластера) залежить від наступних основних факторів:

- часу перебування туристичних груп на об'єкті туристичного кластера;
- інтервалів часу між туристськими групами, що встановлюються для підготовки об'єкта;
- кількості допоміжних об'єктів;
- нерівномірності прибуття груп на об'єкт туристичного кластера.

Кількість годин роботи об'єкту туристичного кластеру за добу  $T_c$  залежить, головним чином, від графіку його роботи та його віддаленості від туристичного кластеру. Зокрема, при наявності нічного руху та відсутності обмеження часу роботи об'єкта (наприклад, готель)  $T_c = 24$ . Величина  $T_c$  може бути визначена й на основі даних статистики.

Фактором, який впливає на пропускну здатність об'єкта туристичного кластера, є нерівномірність прибуття туристичних груп. Тому при розрахунку проектної пропускної здатності нерівномірності прибуття туристичних груп враховується за допомогою корегуючи коефіцієнтів. При складанні прогнозів для пропускної здатності туристичного кластеру Запорізької області необхідно враховувати специфічні місцеві умови та особливості території.

На основі отриманих показників сумарної пропускної здатності об'єктів туристичного кластера Запорізької області та їх порівняння можна визначити «вузькі місця» у туристичному кластері та виробити стратегічні рішення за прискореним розвитком елементів, які стримують туристичний потік до області.

Модель, яка пропонується для розрахунку продуктивності підприємства враховує вплив різних факторів: форми оргструктурних перетворень, чисельність персоналу, продуктивність праці за спеціалізованими підрозділами, структуру спеціалізованих робіт, вплив системи управління на збільшення наповненості об'єктів туристичного кластеру. Результати розрахунку продуктивності можна використовувати в економічних аналізах, звітах, оперативних, річних та перспективних планах та різного роду економічних досліджень.

Використовуючи отримані результати по кожному виду підприємств туристичного кластера, можна порівняти їх продуктивність та визначити «вузькі місця». Зрозуміло, що збільшення продуктивності окремих підприємств потребує збільшення затрат на їх розвиток, які необхідно порівняти з передбачуваним доходом від реалізації послуг. Прогнозування продуктивності підприємств туристичного кластера Запорізької області може бути виражена наступним чином:

$$B = \sum_{i=1}^m n_i P_i \quad (5.14)$$

де  $B$  – сумарна виручка, яка прогнозується;

$n_i$  – прогнозоване число одиниць послуг  $i$ -го типу, яке буде реалізовано в досліджуваний період;

$P_i$  - прогнозована ціна  $i$ -го виду послуг;

$m$  – число типів послуг, які реалізуються.

Якщо в цій формулі замінити  $P_i$  та  $C_i$  – прогнозовані виробничі затрати на одиницю послуг  $i$ -го типу, то отримуємо якийсь інтегрований показник  $M^{(n)}$  у вартісному вираженні, який характеризує необхідні затрати підприємств для забезпечення прогнозованої продуктивності (5.15):

$$M^{(n)} = \sum_{i=1}^m n_i C_i \quad (5.15)$$



Цей показник необхідно порівняти з реальною продуктивністю туристичного кластера, який позначимо  $V$ . Реальна продуктивність визначається вартістю виробленого підприємствами обсягу послуг за визначений період часу. Якщо  $V \geq M^{(n)}$ , то підприємства туристичного кластера Запорізької області цілком впорається з прогнозованими затратами. Якщо  $V < M^{(n)}$ , то реальної виручки у підприємств туристичного кластера буде недостатньо та необхідно розробляти комплекс заходів щодо її збільшення.

Запропонована модель корисна як для річного та оперативного планування підприємств туристичного кластера Запорізької області, так і для стратегічного бізнес-планування. Після формування портфелю послуг будується перспективний план реалізації, який передбачає реалізацію послуг з «портфеля» з урахуванням його реальної пропускної здатності та продуктивності.

Розвиток туристичних кластерів в областях України має бути спрямований, в першу чергу, на розвиток внутрішнього туризму. Однак розвиток туристичного кластера стикається з багатьма проблемами, а саме: нерозвинена та застаріла транспортна інфраструктура; сезонність функціонування, яка підвищує вартість туристичних послуг та знижує конкурентоздатність українських кластерів на міжнародному ринку; тривалий період формування кластера, тобто не відразу отримання вигоди від нього; недостатня кількість кваліфікованих кадрів; недосконала нормативно-правова база тощо.

Вирішення цих проблем, навіть на місцевому рівні, має сприяти створенню сучасного конкурентоздатного туристичного продукту. При цьому регіональна кластерна політика повинна орієнтуватися на зусилля взаємодії між учасниками туристичного кластера, який направлений на підвищення конкурентоздатності та зміцнення зв'язків між ними; збільшення споживчого попиту на послуги, які пропонує кластер; залучення додаткових інвестиційних потоків, ефективно використовувати природні та антропогенні рекреаційні

ресурси, історичну та культурну спадщину і значно посилити вплив туристичної галузі на економічний розвиток області [68, с.63].

Отже, розвиток туристичних кластерів в Запорізькій області може вплинути на соціально-економічний стан області, сприяти створенню нових робочих місць, поліпшенню природокористування, збільшенню інвестицій в область, поліпшенню добробуту населення області, розвитку спеціальної освіти, ремесла тощо.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 5

В п'ятому розділі, відповідно мети дослідження, одержано наступні результати:

1. Представлено основні проблеми розвитку потенціалу туристичної галузі та результати, які можна отримати при вирішенні цих проблем та подано методи системного аналізу для розв'язання представлених проблем. Для ефективного прийняття управлінського рішення та якісного аналізу розвитку потенціалу туристичної галузі області потрібно використовувати методи та моделі системного аналізу комплексно, використовувати одну з математичних моделей у туристичній галузі неможливо, тому що загальноприйняті принципи моделювання потенціалу туристичної галузі не сформовано.

2. Проаналізовано вплив зовнішніх чинників на формування, функціонування та розвиток потенціалу туристичної галузі можна за допомогою моделювання. Проведено комплексний аналіз та оцінювання впливу чинників на розвиток потенціалу туристичної галузі України кореляційно-регресійним методом, основними показниками, залежним показником обрано обсяг реалізованої продукції всіх суб'єктів туристичної галузі. За результатами представленого кореляційно-регресійного аналізу можна зробити висновок, що розвиток потенціалу туристичної галузі країни залежить від багатьох чинників (соціально-економічний стан країни та регіонів, політичний стан, валовий національний та регіональний продукт, фінансова стійкість та заробітні плати населення тощо) та споріднених сфер: готельного господарства, лікувально-

оздоровчої та санаторно-курортної сфери. А наявність культурно-історичної спадщини навпаки не впливає на розвиток потенціалу туристичної галузі країни.

3. У межах розробки методологічного підходу щодо оцінки розвитку потенціалу туристичного кластеру Запорізької області, запропоновано алгоритм прогнозування обсягу туристичних потоків згідно з яким весь процес моделювання буде складатися з восьми етапів.

4. Впровадження методології когнітивного моделювання дозволить подолати проблему територіальної диференціації областей у формуванні та розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, приймати управлінські рішення на основі всебічного аналізу питання оцінки можливості розвитку туристичних кластерів, оцінюючи їх ефективність з точки зору співпраці підприємств та організацій, об'єднаних спільною сферою діяльності, результатом якої є створення, просування та реалізація унікального туристичного продукту Запорізької області та інші можливі результати, що є результатом створення та діяльності туристських кластерів.

5. Запропонована класифікація методів системного аналізу, яка дозволяє розглянути послідовність методів на різних стадіях вивчення об'єкта і різних етапах прийняття рішень; вона відображає історію розвитку методів, і їх взаємозв'язок і взаємовплив. Це викликано головним чином, тим, що потенціал туристичної галузі характеризується великою кількістю різноманітних за своєю економічною природою елементів і взаємозв'язків між ними, наявністю невизначеності і ризику, необхідністю опису на якісному рівні, неоднозначністю наслідків прийнятих рішень. Наявність таких умов дозволяє віднести проблеми розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області до слабо структурованих, що характеризуються наявністю як кількісно, так і переважно якісно виражених характеристик елементів.

6. Запропонована когнітивна модель, яка являє собою орієнтований знаковий граф, у якому неперервними лініями позначено додатні зв'язки між факторами, а пунктирними – негативні. Моделювання, проведене на

когнітивній карті збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, дозволяє виділити можливі «песимістичні» й «оптимістичні» сценарії розвитку, а також рекомендувати деякі з них як можливі стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Проведене дослідження за допомогою когнітивної методології дало можливість виявити основні причини тенденцій нестійкого збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, запропонувати низку рекомендацій щодо стабілізації соціальних процесів і розробці стратегії.

7. Розроблено науковий підхід збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації, який включає структурні підрозділи спеціалізованого центру управління і підтримки розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації, що дозволить забезпечити необхідний екологічний, політичний, економічний і фінансовий рівні вирішення регіональних проблем туристичних кластерів на основі постійного моніторингу ситуації.

8. Запропоновано методичні аспекти впровадження туристичних кластерів України, що має дати змогу поліпшити економічний стан (характеризується майже відсутністю координації дій, що негативно впливає на результати діяльності всієї туристичної галузі країни, не дає можливості проводити спільні фестивалі, виставки тощо, маркетингові та наукові дослідження, відсутністю достатнього фінансування, недостатністю кваліфікованого персоналу даної спеціальності, управлінських знань та необхідних інформаційних ресурсів) завдяки налагодженню взаємодії та співпраці.

9. Проаналізувавши потенціал туристичної галузі Запорізької області, запропоновано раціоналістичну модель формування туристичного кластеру в Запорізькій області, основними перевагами якої є: об'єднання зусиль для залучення більшої кількості відпочиваючих із областей України та у боротьбі з іноземними конкурентами, що мають подібні рекреаційні ресурси; підвищення

конкурентоспроможності та створення цікавих туристичних продуктів; взаємопідтримка при укладанні контрактів; зменшення витрат на рекламу; сприяння розвитку існуючих та формування нових видів туризму (промисловий, лікувально-оздоровчий та рекреаційний, адаптивний та активні види відпочинку).

10. Запропоновано оптимізаційна модель формування стратегії розвитку туристичного кластеру Запорізької області з інтегрованим організаційно-економічним механізмом її реалізації, яка діє на засадах узгодження заходів на мікро–, мезо– та макрорівні.

Результати досліджень за темою дисертації по п'ятому розділу опубліковані в роботах [63-68].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО РОЗДІЛУ 5

1. Александрова А. Ю. Особенности современной кластерной политики в сфере туризма Российской Федерации. *Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы*. 2017. Т. 10. № 1. С. 36–41.

2. Береза О. А. Симплициальный анализ когнитивных карт социально-экономических систем. *Известия СФУ. Технические науки*. 2011. № 11. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/simplitsialnyy-analiz-kognitivnyh-kart-sotsialnoekonomicheskikh-sistem> (дата звернення: 28.05.2018).

3. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі: монографія. Київ: КНТЕУ, 2010. 524 с.

4. Войнаренко М. П. Кластери в інституційній економіці: монографія. Хмельницький: ХНУ, ТОВ «Тріада-М», 2011. 502 с.

5. Вороніна О. Ю. Тенденції міжнародних економічних відносин у створенні туристичних кластерів. *Економіка, управління, фінанси: теорія та практика*. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/eko/01okt13/04.pdf> (дата звернення: 04.09.2019).

6. Гайдук А. Б. Інтегрований туристичний концерн – сучасна форма туристичного підприємства в умовах глобалізації. *Регіональна економіка*. 2006. № 2. С. 204–211.
7. Герасимчук З. В., Білик О. С. Екологоекономічні засади підвищення конкурентоспроможності регіону: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. 284 с.
8. Горелова Г. В. Когнитивное моделирование как инструмент в процессе познания больших система. *Международный журнал информационных теорий и приложений*. Болгария, 2011. № 18 (2). С. 172–182.
9. Горелова Г. В., Захарова Е. Н., Гинис Л. А. Когнитивный анализ и моделирование устойчивого развития социально-экономических систем. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. ун-та, 2005. 288 с.
10. Горелова Г. В., Лябач Н. Н., Куижева С. К. Применение когнитивного моделирования в изучении взаимосвязей между системой образования и обществом. *Эспасиос*. 2017. № 38 (56). С. 17.
11. Горелова Л. А., Горелова Г. В., Колоденкова А. Е. Познавательное и имитационное моделирование развития системы экономики региона. *Международный журнал. Экономика и финансовые вопросы*. 2016. № 6 (5). С. 97–103.
12. Данько Н. І. Формування туристичного кластеру як шлях економічного зростання регіону. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2014. Т. 1. Вип. 3. № 1144. С. 157–161.
13. Дружиніна В. В., Луценко Г. П., Рижак А. І. Економетричний аналіз чинників впливу на туристичні потоки регіону. *Економіка і суспільство*. Випуск № 15. 2018. С. 528-534. URL : [http://economyandsociety.in.ua/journal/15\\_ukr/81.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/81.pdf) (дата звернення 17.04.2019).
14. Економетричний аналіз інноваційної діяльності підприємств / В. І. Єлейко, Ю. Б. Миронов, М. Я. Демчишин, Р. Д. Боднар. Львів: Вид-во ЛТЕУ, 2016. 220 с.

15. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Київ: Видавничий центр «Академія», 2001. Т. 3. 848 с.

16. Економічний дискусійний клуб. Рейтингові оцінки конкурентоспроможності українського туризму 2017. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/rejtingovi-ocinky-konkurentospromozhnosti-ukrayinskogo-turyzmu-2017> (дата звернення: 18.05.2019).

17. Жертовская Е. В. Комплексная методология разработки для выбора и принятие управленческих решений в развитии туристического комплекса в социально-экономической сфере: дисс. ... канд. экон. наук: 05.13.10. Таганрог, 2007. 321 с.

18. Жертовская Е. В. Разработка комплексной методики выбора и принятия управленческих решений в области развития туристского комплекса в социально-экономической системе: дисс. ... канд. экон. наук: 05.13.10. Таганрог, 2007. 321 с.

19. Жертовская Е. В., Якименко М. В. Анализ современных институциональных условий реализации кластерного подхода для сферы туризма. *Фундаментальные исследования*. 2016. № 12-4. С. 852–857.

20. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. Москва: Финансы и статистика, 2006. 200 с.

21. Заболотский М. А., Полякова И. А., Тихонин А. В. Когнитивное моделирование – уникальный инструмент для анализа и управления сложными системами (регион, отрасль промышленности, крупное предприятие). *Успехи современного естествознания*. 2005. № 2.

22. Ініціатива «Створення транскордонного кластеру сільського «зеленого» туризму в шести прилеглих прикордонних районах Гомельської та Чернігівської областей» URL: [http://www.beleuroregion.by/index.php?option=com\\_content](http://www.beleuroregion.by/index.php?option=com_content) (дата звернення: 19.08.2019).

23. Інформаційний портал «Вікіпедія». URL: <http://uk.wikipedia.org> (дата звернення: 02.04.2019).

24. Кальченко О. М. Кластеризація в туристичній галузі. URL: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vcndtu/2009\\_39/22.htm](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm) (дата звернення: 04.04.2019).

25. Квашнина Е. Б. Метод оценки мультипликативного эффекта инвестиций в туристскую индустрию региона. *Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов*. 2012. № 2.

26. Квашнина Е. Б. Роль информационных технологий в оценке мультипликативного эффекта туристской индустрии. *Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов*. 2011. № 4.

27. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Київ, 2010. 502 с.

28. Кластерні об'єднання як ефективний шлях розвитку туризму в місті (світовий досвід). Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за ред. І. М. Писаревського. Харків: ХНАМГ, 2011. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/26310/1/2011%20печ.%2014МН%20%20Туризм%20і%20місто.pdf> (дата звернення: 09.10.2018).

29. Комліченко О. О., Ротань Н. В. Стратегічне управління регіональним розвитком туризму на основі кластерного підходу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. Вип. 6. Ч. 3. С. 110–112.

30. Кружалин В. И., Шабалина Н. В., Кружалин К. В. Научно-методические подходы к формированию единой туристско – рекреационной системы Российской Федерации. *Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды IX Международной научно-практической конференции*. Калуга: КГУ им. К. Э. Циолковского, 2014. С. 19–28.

31. Круш П. В., Тульчинська С. О. Національна економіка: підручник. Київ, 2008. 428 с.

32. Кузнецов О. П. Когнитивное моделирование слабо структурированных ситуаций. *Искусственный интеллект – проблемы и перспективы. Политехнические чтения*. 2006. Вып. 7. URL: <http://posp.raai.org/data/posp2005/Kuznetsov/kuznetsov.html>



33. Кулинич А. А. Компьютерные системы анализа ситуаций и поддержки принятия решений на основе когнитивных карт: подходы и методы. *Проблемы управления*. 2011. № 4. С. 31–45.

34. Лозова О. А. Аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму. URL: [http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_125/29.pdf](http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_125/29.pdf) (дата звернення: 17.03.2019).

35. Лось В. О., Очеретін Д. В. Когнітивне моделювання розвитку туристичної сфери. *Бізнесінформ*. №10. 2017. С. 166-173

36. Люльчак З. С., Ліпенцев А. А., Галушак Ю. І. Національний бренд та брендинг у контексті міжнародних подій. *Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка»*. 2012. № 735. С. 127–136.

37. Музиченко-Козловська О. В. Переваги кластерної моделі розвитку туризму над іншими формами об'єднань. *Проблеми науки*. 2009. № 3. С. 21–26.

38. Ніколаєв Ю. О. Туристичні кластери в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 4 (47). С. 336–341.

39. Обґрунтування доцільності реалізації кластерної моделі розвитку україно-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму. URL: <http://touvip.net> (дата звернення: 18.11.2019).

40. Офіційний сайт державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.11.2018).

41. Охріменко А. Г. Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку. *Університетські наукові записки*. 2013. № 1. С. 495–500. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap\\_2013\\_1\\_70](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2013_1_70) (дата звернення: 04.05.2019).

42. Очеретін Д. В. Кластерний аналіз структури туристичних потоків в Україні. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 3. С. 66–75. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu\\_eco\\_2015\\_3\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2015_3_11) (дата звернення: 05.06.2019).

43. Очеретін Д. В., Бакурова А. В. Оцінка системних характеристик когнітивної моделі ціноутворення у сфері послуг. *Вісник Запорізького національного університету. Сер.: Економічні науки*. 2011. № 2. С. 105–112.

44. Передовий досвід розвитку кластерів. URL: [http://www.eep.org.ua/ .../e-leading-experience-of-clusters-d..](http://www.eep.org.ua/.../e-leading-experience-of-clusters-d..) (дата звернення: 28.04.2019).

45. Переможці конкурсу «Сім чудес України» хочуть об'єднатися. URL: [http://www.unian.ua/news/261384-peremojtsi ... sim-chudes ... hochut ...](http://www.unian.ua/news/261384-peremojtsi...sim-chudes...hochut...) (дата звернення: 18.01.2019).

46. Подільсько-Буковинський туристичний кластер. URL: <http://www.discoverukraine.ua/en/node/1074> (дата звернення: 18.11.2018).

47. Портер М. Конкуренція. Москва: Вільямс, 2010. 592 с.

48. Популярність винного туризму продовжує рости. *Nobel-леди*. URL: [http://www.nobel.kiev.ua/one/2714–8007.html](http://www.nobel.kiev.ua/one/2714-8007.html) (дата звернення: 14.12.2019).

49. Райони Запорізької області освоюють сільський зелений туризм. URL: <http://goodpro.zp.ua/tags/selskiy-zelenuu-turizm> (дата звернення: 19.05.2019).

50. Скоч А. В. Синергетивнеский ефект кратерообразующих инвестиций: методы количественной и качественной оценки. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2008. № 3. С. 23–30.

51. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці. Київ: Логос, 2004. 847 с.

52. Солохин С. С. Анализ влияния развития рекреационно-туристской сферы ЮФО на занятость и доходы населения как факторов стабилизации социальных процессов. *Искусственный интеллект: труды Международной научно-технической конференции*. Донецк: Институт проблем искусственного интеллекта, 2007.

53. Солохин С. С. Когнитивное моделирование рекреационной системы Южного федерального округа. *Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций: труды VII Международной научно-практической мультikonференции*. Москва: Изд-во ИПУ РАН, 2007.

54. Солохин С. С. Моделирование взаимодействия рекреационной и социально-экономической систем региона на основе когнитивного подхода. *Туризм и Рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды Международной научно-практической конференции*. Москва: МГУ, 2006.

55. Ступень Н. М. Аналіз функціонування та перспективи розвитку курортно-рекреаційної галузі. *Маркетинг і менеджмент*. 2018. № 1. URL: [http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018\\_1\\_62\\_72.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_62_72.pdf) (дата звернення: 18.12.2018).

56. Тимошенко Т. О. Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі України як пріоритетний напрям державної політики підвищення конкурентоспроможності регіонів. *Вісник НАДУ при Президентіві України. Серія «Державне управління»*. 2017. № 2. С. 55–60.

57. Урсул А. Д., Романович А. А. Безопасность и устойчивое развитие: философско-концептуальные проблемы. Москва: Друг, 2001. 186 с.

58. Філіпчук І. М. Кластерна політика як ефективний інструмент регіонального розвитку. URL: [http://www.confcontact.com/20101224/4\\_filip.htm](http://www.confcontact.com/20101224/4_filip.htm) (дата звернення: 19.09.2019).

59. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития. *Теория и практика управления*. 2003. № 5. С. 74–81.

60. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление»*. 2009. № 2. С. 373–380.

61. Шепелев И. Г., Маркова Ю. А. Туристско-рекреационный кластер-механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развития регионом. *СИСП*. 2012. № 3.

62. Шкуратов О. І. Організаційно-економічні основи екологічної безпеки в аграрному секторі України: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: ДКС-Центр, 2016. 356 с.

63. Шупик І. І. Розвиток туризму як один із перспективних напрямів подолання макроекономічних проблем країни в умовах трансформації суспільства. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2014. № 2. С. 140–143. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDAA\\_2014\\_2\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDAA_2014_2_30) (дата звернення: 18.09.2019).

64. Энеев Дж. О., Черкесов Р. М. Туристический кластер как инструмент обеспечения экономической безопасности Северо-Кавказского федерального округа. *Интернет-журнал «Науковедение»*. 2014. Вып. 3, май-июнь. URL: <http://publ.naukovedenie.ru> (дата звернення: 29.09.2018).

65. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Проблеми розвитку інклюзивного туризму в Україні. *Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. Pt. I. P. 99–101.*

66. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Соціально-економічна характеристика сучасного ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Innovations in the development of socio-economic systems: microeconomic, macroeconomic and mesoeconomic levels: Collective monograph. Lithuania: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2016. Vol. 2. P. 311–326.*

67. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Управління розвитком лікувально-реабілітаційного та оздоровчого туризму в Україні. *Modern Problems of Improve Living Standards in a Globalized World: Conference Proceedings of the II International Scientific Internet-Conference (December 8, 2017, Opole – Berdyansk – Tbilisi – Slovyansk – Kropyvnytsky).* 2017. С. 158–165.

68. Юхновська Ю. О. Кластиризація туристичної галузі в Запорізькому регіоні. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностні сценарії та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-пр. конф., м. Херсон, 25–26 квітня 2019 р. Херсон: Вид-во ФОП Вишемирський В. С., 2019. С. 129–132.*

69. Юхновська Ю. О. Світовий досвід функціонування туристичних кластерів країни. *Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на*

*підприємствах України*: зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених (21 лист. 2019 р.) / Харків. нац. автомобільно-дорожн. ун-т. Харків: ХНАДУ, 2019. С. 313–315.

70. Юхновська Ю. О. Формування стратегії розвитку кластеру туристичної галузі України та запорізького регіону. *Проблеми системного підходу в економіці*: зб. наук. пр. Київ, 2019. Вип. 4 (72). Ч. 2. С. 59–65.

71. Яворський Ю. М. Туристичний кластер як форма розвитку галузі. *Український туризм*. 2015. № 2. С. 56–57.

72. Якименко М. В. Определение приоритетных направлений развития регионального туристско-рекреационного комплекса. *Известия ЮФУ. Технические науки*. 2012. № 8 (133). С. 171–175.

73. Яремчук О. Я. Туризм як соціо-еколого-економічна система. *Наукові праці*: науково-методичний журнал. Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. Вип. 130. Т. 143. Комп'ютерні технології. С. 45–48.

74. Andersson T. The cluster policies whitebook / S. S. Serger, J. Sorvik, E. W. Hansson. IKED, 2004. 250 p.

75. Axelrod R. The Structure of Decision: Cognitive Maps of Political Elites. Princeton, N. J.: Princeton Univ. Press, 1976. 404 p.

76. Cooper C., Hall M. Tourism and Development: Concepts and Issues. Toronto; Sydney: Channel View Publications, 2002. 398 p.

77. Dickerson J. A., Kosko B. Virtual Worlds as Fuzzy Cognitive Maps. *Presence*. 1994. Vol. 3. № 2. P. 173–189. URL: [http://sipi.usc.edu/~kosko/Virtual\\_Worlds\\_FCM.pdf](http://sipi.usc.edu/~kosko/Virtual_Worlds_FCM.pdf) (дата звернення: 07.08.2014).

78. Khomenko Yu. T., Isakov L. V., Manyuk V. V. On the development of geotouristic routes on the objects of the Precambrian Rock Association of the Western Priazovia. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. Dnipro, 2018. Iss. 27 (2). P. 244–260.

79. Kosko B. Fuzzy cognitive maps. *Int. J. Man-Machine Studies*. 1986. Iss. 24. P. 65–75. URL: <http://sipi.usc.edu/~kosko/FCM.pdf> (дата звернення: 07.08.2018)

80. The Cluster Policies Whitebook / T. Andersson, S. Schwaag-Serger, J. Sorvik, E. Hansson. IKED, 2004. 250 p.
81. Tolenado J. A Proposdes Filieres Industrielles. *Revue d' Economie Industrielle*. 1978. Vol. 6. № 4. P. 149–158.
82. Topic 6. Regional dimension of industrial restructuring. *United Nations Economic Commission for Europe*. URL: <http://www.unece.org> (дата звернення: 18.12.2018).
83. Soulie D. Filieres de Production et Integration Vertical. *Annalesdes Mines*. Janvier, 1989. P. 21–28.
84. VandenBerg L., Braun E., Van Winden W. Growth Clustersin European Cities: An Integral Approach. *Urban Studies*, 2001. P. 186–206.
85. World Economic Forum. Executive Opinion Survey. URL: <http://www.weforum.org> (дата звернення: 28.12.2018).

## ВИСНОВКИ

У дисертації теоретично обґрунтовано та запропоновано нове вирішення науково-прикладної проблеми щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі. Одержані у процесі дослідження результати і їх узагальнення надають змогу сформулювати такі висновки і внести пропозиції, які мають теоретичне та практичне значення:

1. Узагальнено та уточнено зміст окремих дефініцій. Досліджено зміст категорії «туризм» і виділено різні теоретичні підходи до її трактування, надано авторське визначення цього поняття. Визначено, що основою формування потенціалу туристичної галузі, окрім ресурсного забезпечення (рекреаційно-туристичні, трудові, фінансово-інвестиційні, технічні ресурси тощо), є також стан туристичної інфраструктури (виробничої та соціальної), інституційне середовище, гео економічний стан і геополітична компонента, що дало змогу дати авторське визначення терміна «потенціал туристичної галузі». «Туристичний кластер» визначено як неформальне об'єднання установ, організацій, фірм туристичного профілю, що розташовані на території туристичної дестинації або туристичної області з метою розробки, просування та продажу конкурентоспроможного туристичного продукту. Авторський погляд на зміст дефініцій відрізняється від відомих, оскільки терміни сформовані на основі комплексності та мотивації складної соціально-економічної системи невиробничої сфери до інтеграції та з урахуванням всіх пріоритетів і морально-етичних цінностей суспільства, що дозволяє розширити теоретичну базу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни.

2. Визначено діалектику сутності та надано авторське визначення поняття «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі». З'ясовано, що для аналізу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі необхідно застосовувати комплексний підхід, який потребує дослідження трьох підсистем туристичної галузі: екологічної, соціальної та економічної. Наведено визначення кожної підсистеми збалансованості розвитку потенціалу

туристичної галузі. Виявлено вплив збалансованого розвитку туристичної та інших галузей на підвищення ефективності національної економіки, на стабілізацію стану навколишнього середовища та відновлення соціальної сфери. Визначено та систематизовано чинники, які впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни (інституційні, економічні, соціальні, економічні). Збалансований розвиток туризму в кінцевому підсумку може призводити до балансу розвитку економічної, соціальної та екологічної підсистем країни (області), при цьому здійснюючи охорону природи, культури, сприяючи соціальному й економічному розвитку.

3. У процесі дослідження збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України розроблено й обґрунтовано його цілісну концепцію, що включає теоретичне підґрунтя та концептуальні ідеї стосовно досліджуваної категорії, охоплює як економічні дії, що пов'язані з ринковими процесами, так і позаринкову діяльність, яка здійснюється на різних рівнях державного і недержавного управління та характеризується чітким спрямуванням і визначеними пріоритетами. Відповідно до концепції виокремлено: ієрархію рівнів (міжнародний, національний, регіональний, мікрорівень); принципи підсистем (економічна, екологічна, соціальна); інструменти управління підсистемами; інструменти втілення концепції, зокрема регуляторна база, економічні інструменти, добровільні заходи; критерії (індикатори) – соціальні, економічні, екологічні, інституціональні, рушійної сили, індикатори сили та індикатори реагування; основні учасники моделі: уряд, науковці, громадські організації, громадяни, туристичний бізнес тощо; оцінка показників індикаторів соціальної, економічної, екологічної підсистем; управління збалансованим розвитком потенціалу туристичної галузі (умови та фактори зовнішнього середовища; внутрішнє середовище); формування нових можливостей та вигод збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни внаслідок участі в кластері.

4. Охарактеризовано та обґрунтовано методологічні положення збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, які охоплюють



систему методів, принципів, способів, прийомів та інструментів, які враховують специфічні особливості галузі. Узагальнено наукові підходи щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі. Відзначено, що методологія ґрунтується на принципах формування та механізмах реалізації цілісної концепції, яка трансформується під впливом інституціонального середовища, базисом якої є формування та впровадження кластерного підходу з метою створення сучасних туристичних еколого-інноваційних підсистем для отримання сукупного синергетичного ефекту в процесі ефективної взаємодії елементів потенціалу із зовнішнім середовищем, що сприятиме підвищенню зростаючих потреб споживачів послуг туристичної галузі й забезпеченню стійкого економічного розвитку національної економіки.

5. Проаналізовано стан розвитку потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей. Україна за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму у 2019 р. отримала оцінку 3,7 бала з 7 можливих і опинилася на 78 місці з 140 країн світу. Аналіз туристичного прибуття у світі за період з 2010-2019 рр. показав, що найбільша кількість туристів (671 млн. осіб) відвідала у 2017 р. Європу. У 2019 р. міжнародні туристські прибуття досягли загалом 1,5 млрд. осіб, що на 60 мільйонів більше, ніж у 2018 р. Туристична діяльність України має позитивну динаміку розвитку, оскільки показники кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні, середньооблікова кількість працівників, зайнятих у туристичній галузі країни, кількість туристів, які обслуговувалися туристичними підприємствами за 2015-2019 рр., збільшилися. Дохід від надання туристичних послуг збільшився на 84,7 %.

Дослідження показали, що Дніпропетровська та Запорізька області мають великий потенціал розвитку туристичної галузі. У 2019 р. здійснювали туристичну діяльність на території Дніпропетровської області 429 суб'єктів, а в Запорізькій області – 153 суб'єкти. У Дніпропетровській області спостерігається збільшення доходу від надання туристичні послуг з 2015 р. по 2019 р. на 82005 тис. грн. У Запорізькій області дохід туристичних підприємств

від продажу туристам послуг і товарів почав збільшуватись у період з 2016 р по 2019 р. (збільшився на 26809 тис. грн.). Але в той же час достатньо низький рівень розвитку туристичної інфраструктури, що негативно впливає на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей. Матеріальна база туризму потребує реконструкції, інвестицій, істотного розширення мережі туристичних об'єктів і послуг.

6. Аналіз потенціалу туристичної галузі Запорізької області дав змогу розробити й обґрунтувати раціоналістичну модель формування туристичного кластера на обласному рівні із застосуванням методологічних положень, яка дасть можливість об'єднати зусилля для збільшення кількості споживачів внутрішнього туризму у боротьбі з іноземними конкурентами, що мають подібні рекреаційні ресурси; залучити національних та іноземних інвесторів до фінансування туристичної галузі України; підвищити конкурентоспроможність та створити цікаві туристичні продукти; зменшити витрати на рекламу; сприяти розвитку існуючих та формуванню нових видів туризму (промисловий, лікувально-оздоровчий та рекреаційний, адаптивний та активні види відпочинку).

7. Удосконалено граничну модель факторів впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі, яка сформована на основі застосування когнітивного моделювання та системного аналізу, який описує взаємодію двох сфер: туристичний бізнес та соціально-економічне середовище. Проведено динамічний аналіз удосконаленої когнітивної моделі міжсекторної взаємодії в туристичній галузі області. Моделювання, проведене на когнітивній карті збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації, дозволило виділити можливі «песимістичні» й «оптимістичні» сценарії розвитку, а також рекомендувати деякі з них як можливі стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації. Дослідження, за допомогою когнітивної методології, дало можливість виявити основні причини тенденцій нестійкого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області з позиції

застосування кластерного підходу, запропонувати низку рекомендацій щодо стабілізації соціальних процесів і розробки стратегії.

8. За результатами когнітивного моделювання розроблено науковий підхід до збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації, який дозволить забезпечити необхідний екологічний, політичний, економічний і фінансовий рівні вирішення регіональних проблем туристичних кластерів на основі постійного моніторингу ситуації. Підхід до ефективного управління туристичними кластерами Запорізької області і становлення області на шлях збалансованого розвитку, у вигляді розробки наукового забезпечення процесів управління рекреаційною системою області, представляє комплекс організаційних, економічних перетворень, необхідних для раціонального і комплексного аналізу ситуацій і прийняття ефективних управлінських рішень при функціонуванні зазначеної системи. Оцінено та систематизовано існуючі наукові розробки щодо оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області на основі кластеризації, спрямованої на визначення можливостей для впровадження ініціатив кластера; розроблено систему показників для оцінки розвитку потенціалу туристичної галузі на основі кластеризації.

9. У результаті дослідження підходів та методів оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі удосконалено науково-методичний підхід до комплексного оцінювання збалансованості розвитку потенціалу туристичної галузі на різних рівнях його реалізації. На основі цього підходу здійснюються розрахунки значень комплексного рівня збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі. Оцінювання збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі необхідне для стимулювання розвитку областей, що може надати можливість отримати найшвидші економічні результати (сукупність ефектів).

10. Для визначення оцінки впливу чинників на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни удосконалено методичний підхід за допомогою кореляційно-регресійного методу. Виявлено, що позитивний вплив

на збільшення обсягу реалізованої продукції має збільшення капіталовкладень у потенціал туристичної галузі. Найбільш значущими чинниками впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України визначено: соціально-економічний стан країни та регіонів; політичний стан; валовий національний і регіональний продукт; фінансова стійкість і заробітні плати населення; споріднені сфери: готельне господарство; лікувально-оздоровча та санаторно-курортна сфери. А наявність культурно-історичної спадщини не впливає на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни.

11. Досліджено підходи до використання дієвих методичних інструментів проведення стратегічного та конкурентного аналізу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Проаналізовано політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі із застосуванням PEST-аналізу. Визначено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для подальшого збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі за допомогою SWOT-аналізу та сформовано стратегічні напрями та заходи щодо використання сприятливих факторів для усунення негативних факторів формування та розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Використовуючи матрицю BCG, здійснено оцінку життєвого циклу різних видів туристичної галузі Запорізької області та позиціонування на ринку туристичних послуг, що дозволило повніше врахувати специфіку різних видів туризму.

12. Для подальшого розвитку запропоновано концептуальний підхід формування стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України. Відзначено, що стратегія збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі має послідовно формуватись на всіх рівнях управління (міжнародний, національний, регіональний, місцевий) та за певними етапами: інтелектуальним – визначення місії, стратегічних цілей туристичної галузі; постановка стратегічних завдань; визначення механізмів; діагностичним – стратегічний аналіз потенціалу галузі, SWOT-аналізу; аналіз стратегічних альтернатив та вибір стратегії; реалізації (виконання) стратегії – визначення

напрямів та механізмів реалізації стратегії; контролю за реалізацією стратегії - визначення критеріїв оцінки ефективності стратегії. Запропонований підхід формування стратегії збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни забезпечить прискорення соціально-економічного розвитку країни та сприятиме гармонійному розвитку і консолідації різних верств суспільства, популяризації України на міжнародному просторі.

13. Запропонована теоретична оптимізаційна модель формування стратегії розвитку туристичного кластера Запорізької області з інтегрованим організаційно-економічним механізмом її реалізації. Враховуючи особливості туристичної галузі, підвищити ефективність функціонування туристичного кластера в Запорізькій області можливо за допомогою узгодження стратегії розвитку з елементами організаційно-економічного механізму і реалізації відповідних методів та прийомів організаційно-економічного механізму на мікро-, мезо- та макрорівнях. Оптимізаційна модель спрямована на активізацію та нарощування економічного потенціалу туристичного кластера, використання якого залежить від наявних туристичних ресурсів, попиту в області та взаємодії галузей регіональної економіки, що сприятиме підвищенню ефективності системи стратегічного управління збалансованим розвитком туристичного кластера Запорізької області.

14. Враховуючи, що оцінка ефективності функціонування туристичного кластера, залишається поза увагою вчених, запропоновано науково-методичний підхід. У його основі лежить інтегральний метод визначення узагальнюючих показників (економічні, екологічні, соціальні), які характеризують потенціал туристичного кластера, ефективність функціонування туристичного кластера та сукупний синергетичний ефект (економічної, екологічної та соціальної підсистем), що виникає в туристичному кластері у процесі функціонування, за допомогою якого можна обґрунтувати доцільність створення кластера в туристичній сфері областей, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі області для отримання можливостей визначення найбільш успішної моделі інтегрованого розвитку.

Отримані результати дисертаційного дослідження можуть бути використані як засади концептуального, методологічного й практичного характеру збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі країни.

**ДОДАТКИ**

## Додаток А

Таблиця А. 1

## Підходи до трактування сутності поняття «туризм» (складено автором)

Автори	Підхід	Тлумачення сутності
<i>І</i>		<i>З</i>
С.В Ковальчук, С.В. Миколишина [134, с.61]	Системний підхід	відкрита, саморегулююча система, що самостійно формує і підтримує зв'язки, обмінюється із зовнішнім середовищем, генеруючи різноманітні потоки (людський, транспортний, інформаційний, фінансово–грошовий тощо)
Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]		об'єднує всі підходи в єдиний комплексний підхід, що дозволяє досліджувати на мікрорівні «діяльність туристських фірм в конкурентному середовищі, їх ринки, а також їх взаємовідносини з іншими системами, такими, як політична, правова, економічна і соціальна»
С.В Ковальчук, С.В. Миколишина [134, с.60]		інтегрована система, що включає різні підсистеми: фінансово–кредитну, митну, торгівельну, освітню, медичну, транспортну, культурно–розважальну, оздоровчо–рекреаційну, інформаційно–рекламну, розміщення, послуг харчування
Гаазька декларація про туризм (1989 р.) [1]	Міграційний підхід	усі вільні переміщення людей від їх місця проживання і роботи, а також сферу послуг, створену для задоволення потреб, що виникають в результаті цих переміщень
Закон України «Про туризм» [5, с.241]		тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з піднавальною, оздоровлювальною, професійно–діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування
В.Смолій, В.Федорченко, В. Цибух [240, с.315]		одна з форм міграції населення, що характеризується тимчасовим його переміщенням з одного району країни до іншого, або з однієї країни до іншої; під туризмом розуміють всі види пересування, не пов'язані зі зміною місця проживання і роботи.
«Про основні принципи співробітництва держав–учасниць СНД в галузі туризму» [2]		тимчасовий виїзд людей з постійного місця проживання з метою вакаційною, оздоровчою, пізнавальною або професійно–діловою без занять оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування
В.Смолій, В.Федорченко, В. Цибух [240, с.315]		особлива форма пересування людей по маршруту з метаб відвідування конкретних об'єктів чи задоволення спеціалізованого попиту
Манільська декларація зі світового туризму (1980 р.) [101; 136; 172]		один з видів активного відпочинку у вигляді подорожей, які здійснюються з метою пізнання певних районів, нових країн і поєднуються в ряді країн з елементами спорту; діяльність, що має важливе значення в житті народів у силу безпосереднього впливу на соціальну, культурну, освітню й економічну галузі життя держав і їхні міжнародні відносини
О. Любіцева [159, с.38–40]		явище масових тимчасових міграцій з метою відпочинку, лікування, задоволення інших індивідуальних потреб саморозвитку
Академія туризму (Монте–Карло) [231]		загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання в оздоровчих цілях, для задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або професійно–ділових цілей без занять оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування
М. Жукова [108, с.186]		тимчасові виїзди (подорожі) громадян країни та іноземних громадян і осіб без громадянства з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно–



		ділових, спортивних, релігійних і інших цілях без заняття оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування
А. Бабкін [19, с.7–11]		тимчасові виїзди громадян і осіб без громадянства у вільний час з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійних, спортивних, релігійних, ділових, освітніх і інших цілях на термін не менше 24 годин і не більше 6 місяців і без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування
А. Александрова [11, с.9–11]		діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища, впродовж періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими і іншими цілями
В.Федорченко, І.Мініч [269, с.106]		тимчасовий виїзд людини з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно–ділових цілях без заняття оплачуваною діяльністю
Бейдик О.О. [33, с.95]		форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями
А. Клейменов, Б. Сергєєв [133, с.65]	Соціокульту рний підхід	форма активного відпочинку (подорожі, екскурсії, походи, спортивні заходи)
І. Писаревський [198]		різновид рекреації, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними й культурно–розважальними цілями розширеного відтворення сил людини
		це система й форма використання вільного часу і за допомогою сфери послуг у подорожах, що поєднує відпочинок зі зміцненням здоров'я людини, підвищенням її загальної культури і освіти і справляє на неї виховний вплив, ефективний засіб пізнання, підвищення культурного рівня особистості
С Ковальчук., С. Миколишина [134, с.60]		задоволення, пов'язане з подорожуванням, що має на меті отримання відпочинку, лікування, участь в культурних, наукових або ділових заходах
І. Писаревський [198]	Розумового та фізичного виховання	реалізується через соціально–гуманітарні функції: виховну – формування почуття колективізму, моральних та естетичних якостей; освітню – закріплення та розширення знань з краєзнавства та країнознавства, природознавства, топографії, історії, знайомство з культурою та традиціями країн і народів світу; оздоровчу – дотримання оптимального режиму навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та суспільної гігієни, розвиток адаптаційних можливостей, підтримка організму на достатньо високому рівні фізичної підготовки; спортивну – створення бази загальної фізичної підготовки, спеціальна підготовка з туристської техніки, досягнення максимальних результатів у туризмі.
Р. Макінтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]	Управлінськ ий підхід	один з найперспективніших методів дослідження туристичної галузі завдяки його мікроекономічному характеру, тобто орієнтації на окремі туристські підприємства, що дає можливість звернути увагу на такі види управлінської активності, значимі для діяльності туристської організації, як контроль, планування, реклама,

		ціноутворення та ін
Т. Кукліна, В. Зайцева [153]	Споживчий (продуктови й) підхід	особливий вид споживання туристами матеріальних благ, послуг і товарів, який виділяється в окрему сферу господарства, що забезпечує туриста всім необхідним: транспортними засобами, об'єктами харчування, розміщення, культурно-побутовими послугами, розважальними заходами
І. Бутко, Е. Ситников, Д. Ушаков [52, с.3]		особливий вид споживання матеріальних і духовних благ в різноманітних подорожах: індивідуальних, групових, самодіяльних і планових
Р. Макінтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]		заснований на аналізі продукту, вивчає туристичні продукти спільно з їх виробництвом, появою на ринку і реалізацією
В.Смолій, В.Федорченко, В. Цибух [240, с.315]		популярна форма організації відпочинку, проведення дозвілля
А.Кусков, В.Голубева, Т.Одінцова [222, с.32]		система, що складається з географічних елементів (підрозділяються на регіон, що породжує туристів, транзитний регіон, регіон туристської дестинації – територія, що пропонує певний набір послуг, які відповідають потребам туриста і задовольняють його попит на перевезення, ночівлю, живлення, розваги та ін.), туристів, туристської індустрії
В. Квартальнов [115]		сукупність явищ і взаємин, що виникають при взаємодії туристів, постачальників, місцевих органів влади і місцевого населення в процесі туристської діяльності
В.Кіфяк [131, с.7]		популярна форма організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни
Д. Соловйов, [243, с.83].	Комунікацій ний підхід	сукупність соціально-економічних відносин, що на платній основі забезпечують потреби людини у відпочинку, лікуванні, забезпеченні професійних та інших цілей шляхом використання рекреаційних та історико-культурних ресурсів
Є. Фалько [268, с.22]		засіб комунікації та саморозвитку особистості, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з побутом, традиціями й віруваннями, стилем життя інших народів, культурною спадщиною людства та красою природи
Н. Фоменко [274, с.48]		сукупність відносин, зв'язків і явищ, які супроводжують поїздки і перебування людей в місцях, які не є місцями їх постійного або довгострокового проживання і не пов'язаних з їх трудовою діяльністю
І. Афанасенко [17, с.56]		як особливий рід міжособистісної діяльності, що в умовах інтернаціоналізації життя перетворилися у форму використання вільного часу, засіб міжособистісних зв'язків у процесі політичних, економічних і культурних контактів, в один із факторів, які визначають якість життя
А. Мазаракі [247, с.85–86]		це сукупність умов і відносин – економічних, соціальних, культурних, які відбуваються у зв'язку з переміщенням людей з їхнього місця постійного проживання, якщо це переміщення не зумовлено причинами, пов'язаними з пошуками постійного або тимчасового заробітку
М. Бондаренко [42, с.22]	Економіко- виробничий підхід	це сукупність різних напрямів економічної діяльності, взаємодія яких, прямо чи опосередковано, задовольняє потреби туристичного потоку та виступає каталізатором сучасних суспільно-економічних процесів

В.І. Азар [8]		велика економічна система з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством у цілому. Вважається, що туризм як економічне явище охоплює попит (турист), пропозицію (туристська індустрія) і туристський продукт, на який спрямовано інтерес туриста
І. Жук [105, с.22–23]		вид соціально–економічної діяльності, що передбачає комплексну реалізацію туристичного продукту споживачеві (туристу), який тимчасово перебуває за межами свого постійного місця проживання з метою задоволення власних потреб без отримання доходу
І. Жук [105, с.69]		є видом міжнародної економічної діяльності, змістом якого є надання туристичних послуг (рекреаційного, історико–культурного, естетико–пізнавального характеру), а також реалізація товарів туристичного попиту з метою задоволення різноманітних духовно–культурних і фізіологічних потреб
Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]		популярний серед економістів з точки зору впливу туризму на формування попиту і пропозиції, обмінний курс і платіжний баланс, економічний розвиток, зайнятість населення та інші економічні фактори
О. Капустина, Н. Ворох., Г. Смирнова [124, с.5]		являє собою складне соціально–економічне явище, що включає різноманітні види діяльності з обслуговування туристів
А. Клейменов, Б. Сергеев [133, с.65]	Індустріальний (галузевий) підхід	галузь економіки (забезпечення зайнятості населення, збільшення фінансових надходжень, формування туристичного ринку)
О. Капустина, Н. Ворох., Г. Смирнова [124, с.5]		одна з провідних і найбільш динамічних галузей економіки не виробничої сфери, підприємства і організації якої задовольняють потреби туристів в матеріальних і нематеріальних послуг
Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]	Міждисциплінарний підхід	поняття туризм включає в себе практично всі сфери життя сучасного суспільства. Різні цілі, які спонукають людей до подорожі, говорять про необхідність використання психологічного підходу при просуванні туристичного продукту і складанні маркетингової стратегії
Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]	Антропологічний підхід	важливий при вивченні культурного туризму. «Підключення політичних інститутів через перетину державних кордонів туристами і необхідності отримання для цього паспорта і візи від відповідних державних органів, а також існування в багатьох державах урядових структур з розвитку туризму вимагають залучення політичних наук»
О. Кирилова [128, с.57]	Інституційний підхід	є ефективним соціальним інститутом, який може продуктивно розв'язувати невідкладні соціальні та моральні проблеми сучасного світового співтовариства, прискорювати вироблення ним моделей, програм і стратегій глобальної співпраці у напрямку подолання бідності та породжуваного на її ґрунті тероризму, досягнення якісно нового рівня суспільного розвитку
Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]		включає в себе дослідження різних інститутів і посередників в туристичній сфері, такі, як готелі, ресторани, турагенти, туроператори і ін.
В.Смолій, В.Федорченко, В. Цибух [240, с.315]		як економічне явище охоплює попит (турист), пропозицію (туристська індустрія) і туристський продукт, на який спрямована зацікавленість туриста Сукупність усіх видів науково–практичної діяльності щодо організації і здійснення: туристсько–екскурсійної справи – діяльності наукових, проектних і методичних установ з розвитку методологічної бази і методичних засобів туризму,

		а також практичної діяльності туристських організацій з розробки і просування туристського продукту і комплексного обґрунтування туристів і екскурсантів; готельної справи – діяльності туристських підприємств розміщення (готелів, баз, кемпінгів, мотелів, підприємств харчування та ін) у технологічному, організаційному й економічному аспектах, а також готельного обслуговування як частини індустрії туризму; курортної справи – діяльності наукових, медичних комплексів і служб гостинності з організації лікування і профілактики захворювань на основі використання природних лікувальних ресурсів
А.Голіков, Ю.Грицак, Н.Казакова, В.Сідоров [82, с.158]		об'єднує різні види людської діяльності, спрямовані на обслуговування як міжнародного (в'їзного та виїзного) туризму, так і подорожей громадян всередині країн їхнього проживання
Гаазька декларація про туризм (1989 р.) [1]		вид діяльності, що має найважливіше значення для життя людей і сучасних суспільств, що перетворилося на важливу форму використання вільного часу окремих осіб і основний засіб міжособистісних зв'язків і політичних, економічних і культурних контактів, що стали необхідними в результаті інтернаціоналізації всіх секторів життя націй
В.Азар, С.Туманов [8]		велика економічна система з різноманітними зв'язками між окремими елементами у рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством у цілому
Л.Шматько [263, с.5]		складна соціально–економічна система, індустрія дозвілля...основна функція якої – забезпечити людину повноцінним раціональним відпочинком
О.Вишневська [63, с.67]		галузь господарства, складний міжгалузевий комплекс, де формується і реалізується туристичний продукт як вид економічної діяльності, як самодіяльність людей, їх спосіб життя...розгалужена соціальна служба, яка надає робочі місця...система подорожей і екскурсій...форма рекреології...чинник комунікативної культури
Г.Карпова [294, с.18]		сфера формування і задоволення потреб...галузь вкладення капіталу і область діяльності, у тому числі – сфера будівництва і експлуатації установ, зон і комплексів відпочинку, сфера наукового прогнозування економічної ефективності функціонування різного роду установ і підприємств туристичного сектору
В.Безносюк [29]		Галузь сучасної національної і регіональної економіки; сфера соціально–економічної політики держави та її регіонів; технологією реалізації рекреаційних потреб і запитів; сфера реалізації прав і потреб громадян на відпочинок, пересування, оздоровлення
Писаревський І.М. [198]	Правовий підхід	система подорожей, що здійснюється на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв
Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]	Історичний підхід	є вивчення діяльності туристичних інститутів з історичної точки зору і впливу інновацій на їх розвиток
Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]	Соціологічний підхід	розглядає туризм як соціальну діяльність, фокусуючи увагу соціологів на «вивчення індивідуальної та групової поведінки туристів та впливу туризму на суспільство»
О.Любіцева, В.Бабарицька [18, с.17]		соціально–економічне явище, сформоване історично та надане самодіяльністю конкретної особи з метою проведення вільного часу й діяльністю підприємств індустрії туризму з організації подорожі та споживання туристичного продукту, що визначається масовістю й організованістю процесу узгодження попиту та пропозиції на ринку

		туристичних послуг
М.Мальська, В.Худо [168, с.22–24]		активна і невимушена форма спілкування між людьми ... різновид рекреації, пов'язаний з виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними і культурно–розважальними цілями.
В.Смолій, В.Федорченко, В. Цибух [240, с.315]		низка явищ і взаємин, що виникають як результат подорожей людей доти, доки це не призводить до постійного перебування і не пов'язано з отриманням будь–якої вигоди (доходу)
А.Александрова [11, с.11]		сукупність відносин та явищ, які виникають під час переміщення та перебування людей у місцях, що є відмінними від їх постійного місця проживання та праці
М. Шульга [292, с.197]		соціальний феномен, що є широкомасштабним суспільним явищем, яке сформувалося у буржуазному суспільстві в той час, коли сформувався, так званий, середній клас, тобто соціальна група, яка за кількістю посідає лівову частку у соціальній структурі
В.Пазенок [202, с.9–10]		соціальний інститут, тобто певна система організації суспільної діяльності...багатограний соціокультурний феномен...своєрідна проекція багатогранного буття людини, вираз її суспільної сутності
Р. Макінтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи [317]	Географічний підхід	заснований на вивченні ландшафту, місцевості (частота туристського потоку в даній місцевості), клімату туристської зони, включаючи екологічні, економічні і соціально–культурні аспекти

## Додаток Б

Таблиця Б. 1

Підходи щодо визначення сутності понять "кластер" та "туристичний кластер"

Логіка підходу	Типове визначення (розуміння) кластеру	Дослідники
<i>Загальнометодологічного характеру</i>		
група взаємопов'язаних компаній на основі географічного та виробничого принципу	сконцентровані за географічним принципом групи взаємопов'язаних компаній у споріднених галузях, а також пов'язаних із їх діяльністю організацій, що конкурують між собою та виконують спільну діяльність	М.Портер [210, с. 206–207]; С.Соколенко [242, с.59]
система формування конкурентних переваг на основі знань	інноваційна система, форма з'єднання науки з виробництвом, що забезпечує перетворення нових знань у конкурентоспроможний продукт	С.Древінг [98]
територіально споріднена група компаній	групи компаній, розташованих поруч	ЕЛоурен Янг [307, с.45]
виробничо споріднена група компаній	групи компаній, які пов'язані певною діяльністю	Н. Семенова [236]
технологічно (логічно) споріднена ціле орієнтована група компаній	спільнота фірм, тісно пов'язаних галузей, які взаємно сприяють зростанню конкурентоспроможності один одного	Ю.Громико [87]
спільна діяльність з метою отримання синергетичного ефекту	упорядкована сукупність стійко взаємопов'язаних організацій та окремих осіб, яка забезпечує в спільній діяльності досягнення позитивного синергетичного ефекту	С.Розенфельд [325]
територіально–галузеве об'єднання підприємницьких структур, наукових установ та органів влади	територіально–галузеве об'єднання підприємницьких структур, які співпрацюють з науковими установами та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності учасників та економічного зростання регіону	В.Войнаренко [68, с.74]
група взаємозалежних компаній та взаємопов'язаних організацій та установ (освіта, інфраструктура, влада)	група взаємозалежних компаній (постачальники, виробники тощо), що територіально знаходяться поруч, та пов'язаних з ними організацій (освітні заклади, органи державного управління, інфраструктурні компанії), що діють у визначеній сфері й взаємно допомагають одне одному	Л.Федулова [270, с.115; 271; 272; 273]
мережа взаємозалежних підприємств для	мережею виробничих, сильно взаємозалежних підприємств (у тому числі спеціалізованих постачальників),	Т.Роеландт, П.Хертог [324]

узгодження бізнесу	що пов'язані один з одним у рамках ланцюжка створення доданої вартості	
спосіб установавання довіри між учасниками та зацікавленими сторонами	спосіб відновлення довіри між урядом і бізнесом, а також трансформація ізольованих фірм у підприємницьку спільноту	В.Прайс [214]
<i>Прикладного характеру</i>		
як система виробничої та територіальної взаємодії туристичних підприємств	система інтенсивної виробничо–технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг з метою створення туристичного продукту, які географічно сконцентровані в межах регіону та спільноти використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, спільну маркетингову та рекламно–інформаційну діяльність	Л.Гонтажевська [85]
сукупність контрактних відносин в туризмі	синтетичне туристичне утворення, учасники якого приєднуються шляхом регламентованих відносин: укладанням договорів, підписанням правових та нормативних актів тощо	Л.Тищенко [255]
горизонтальне об'єднання туристичних підприємств на основі географічної ознаки	горизонтальне об'єднання підприємств (компаній), що показує напрями діяльності туризму як галузі та супутніх галузей, як правило, за ознакою географічної близькості	Б.Вашура [58 с.256–258]
комбінація учасників формування туристичного продукту	комбінація галузей, які створюють туристичний продукт та умови для підвищення його конкурентоздатності	І.Швець [286]
партнерство у сфері туризму	стійке партнерство взаємопов'язаних підприємств, установ, організацій, окремих осіб	І.Потапова, Є.Ведищева [212, с.60]

## Додаток В

Таблиця В. 1

Сукупність ознак кластерів за та їх інтерпретація в економічних дослідженнях

Дослідники	Характерні ознаки	Важливість ознаки
А.Маршал [176], М.Портер [210]	Географічна концентрація (локалізація) учасників	іманентна
А.Маршал [176], М.Портер [210], С.Соколенко [242], Л.Федулова [270]	Логістична та технологічна пов'язаність	іманентна
О.Похильченко [213]	Наявність великого підприємства-лідера, що формує стратегію розвитку, координує спільну діяльність	бажана
К.Кетельс [319]	Стійкість господарських зв'язків господарюючих суб'єктів – учасників кластеру, діяльність яких зорієнтована на досягнення спільної мети	бажана
Р.Кузьменко [151]	Довгострокова координація взаємодії учасників системи в рамках її виробничих програм, інноваційних процесів, основних систем управління контролю якості	бажана
А.Бранденбургер [311], М.Портер [210]	Поєднання конкуренції та кооперації, співпраця у створенні вартості з одночасною конкуренцією	іманентна
А. Павлюк [200]	Сильні сторони позиції на ринках і високий ринковий потенціал учасників кластеру	бажана
М.Портер [210], Т.Андерсон [309]	Оптимальний портфель учасників, склад та структура яких достатня для створення позитивних ефектів кластерної взаємодії. Кластери включають туристичні підприємства, інших суб'єктів туристичної діяльності (готелі, ресторани, торговельні, розважальні та ін.), але також представників державних, регіональних органів влади, наукових кіл, членів фінансового ринку, обслуговуючої інфраструктури	бажана
А.Павлюк [200]	взаємодія учасників на основі використання механізації контракції, субконтракції, партнерства, координації, конкуренції	іманентна
К.Румянцев [226]	Квазіінтеграційний характер відносин (поєднання юридично та економічно незалежних підприємств, які самостійно не мають ринкової влади та над якими здійснюється загальний контроль за діяльністю)	іманентна
О.Похильченко [213], Д.Харт [275]	Відсутність жорсткої підпорядкованості та ведення діяльності на засадах взаємовигоди	бажана
Ю.Владіміров [65]	Формування централізованої системи управління	бажана
В.Захарченко [111], Т.Андерсон та ін. [309]	спеціалізація діяльності	бажана
В.Захарченко [111], Т.Андерсон та ін. [309]	Підвищена інноваційність	бажана
В.Захарченко [111], Т.Андерсон та ін. [309]	Життєвий цикл кластерного утворення, еволюційний розвиток	іманентна
К.Кетельс [319]	Активна взаємодія між фірмами у середині кластеру	бажана
К.Кетельс [319], О.Похильченко [213]	Критична маса – кількість учасників має суттєвий вплив на результати функціонування та є умовою досягнення внутрішньої динаміки та збалансованості	бажана
А.Маршалл (1925) [176]	Проста система входу і виходу учасників до кластеру – «відкритість»	бажана



## Додаток Г

Таблиця Г. 1

## Моделі оцінки туристичних ресурсів

Назва моделі	Формула	Позначення
Гравітаційні моделі	$E_{ij} = k \times \frac{M_j \times m_i}{D_{ij}^2}$	<p><math>E_{ij}</math> – гравітаційна модель міжрегіональних туристичних зв'язків; <math>M_j</math> та <math>m_i</math> – гравітаційні туристичні «маси» областей, між якими відбувається обмін (докладніше: <math>M_j</math> області можна трактувати як ступінь його атрактивності для туристів, тобто, насамперед, ступінь концентрації на його території туристично-рекреаційних ресурсів – об'єктів та явищ природного та антропогенного походження, що використовуються для туризму та рекреації); <math>D_{ij}</math> – «відстань» між ними, виражена в одиницях геодезичної відстані, часовому або вартісному еквіваленті; <math>k</math> – коефіцієнт пропорційності</p>
Ступінь відмінності цін	$B = \frac{p_i}{p_j}$	<p><math>p_i</math> та <math>p_j</math> – ціна на аналогічні за класністю послуги розміщення на території <math>i</math>-ї та <math>j</math>-ї області</p>
Туристична «маса» М-області за період $t$	$M_{ij} = r_{ij} \times W_{ij} \times g_{t-1j} \times ta_{ij}$	<p><math>r</math> – коефіцієнт територіальної концентрації туристично-рекреаційних ресурсів; <math>w</math> – частка номерного фонду підприємств розміщення, санаторно-курортних і оздоровчих закладів, придатних для прийому представників цільових сегментів <math>i</math>-ї області в загальній кількості місць на території</p>

		<p>області;  <math>g</math> – частка коштів національного та місцевого бюджетів на залучення туристів, що була витрачена в період <math>(t-1)</math> на просування <math>j</math>-ї області в <math>i</math>-ї;  <math>ta</math> – частка туристичних підприємств, що займаються організацією обслуговування туристів на території області в загальній кількості туристичних підприємств</p>
Загальна туристична рухомість населення $i$ -ї області	$m_{it} = z_{it} \times y \times ta_{ij}$	<p><math>z_{it}</math> – частка туристів <math>i</math>-ї області (країни, які протягом періоду <math>t</math> здійснили подорож за його межі в загальній чисельності населення області(країни));  <math>ta_{it}</math> – частка туристичних підприємств, що продають тури до <math>j</math>-ї області на території <math>i</math>-ї, в загальній кількості туристичних підприємств</p>
Квазігравітаційна модель міжрегіональних туристичних зв'язків між $i$ -ю і $j$ -ю областями	$E_{ijt} = \frac{r_t^\sigma \times W_t^\beta \times g_{it-1}^{a_1} \times ta_t^{a_2} \times ta_{it}^{a_3} \times m_{it}^y \times V_{it}^{a_4} \times S_i^{a_5}}{D_i^a}$	<p>оскільки туристичні потоки між двома областями неоднозначні, до формули гравітаційної моделі були введені поправочні коефіцієнти <math>a_1, a_2, a_3, a_4, a_5</math>, що дають змогу досягти асиметричності моделі, відобразити відповідність між змінними й обмежити поведінку всієї моделі.</p>
Оцінка сумарної міжрегіональної взаємодії області з усіма областями-постачальниками туристів	$E_t = t_t^{a_2} \sum_{n=1}^n r_t^{\sigma_{in}} \times W_t^{\beta_{in}} \times g_{it}^{a_1} \times ta_t^{a_2} \times ta_t^{a_3} \times m_{it}^{y_{in}} V_{it}^{a_4} S_i^{a_5} D_i^{a_{in}}$	

## Додаток Д

Таблиця Д. 1

Групи факторів для оцінки потенціалу туристичної галузі  
(розроблено автором)

Історико–культурна спадщина	<ul style="list-style-type: none"> <li>– наявність історико-культурних пам'яток;</li> <li>– рівень значущості історико-культурних пам'яток (світове, національне, державне надбання);</li> <li>– історична, культурна, інша цінність пам'яток;</li> <li>– сучасний стан та рівень збереженості історико-культурних ресурсів</li> </ul>
Природно–рекреаційні умови і ресурси	рельєф, водні об'єкти, ландшафти та зонування територій, ґрунти, гідромінеральні ресурси, сільськогосподарські угіддя, корисні копалини, ліси, клімат та біоклімат тощо
Інфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> <li>– забезпеченість області засобами розміщення та необхідною кількістю місць;</li> <li>– коефіцієнт завантаження засобів розміщення;</li> <li>– прибуток із розрахунку на 1 місце у закладах розміщення;</li> <li>– кількість працівників;</li> <li>– середня площа засобів розміщення в розрахунку на 1 місце, м<sup>2</sup>;</li> <li>– кількість підприємств та посадочних місць ресторанного господарства;</li> <li>– товарообіг підприємств ресторанного господарства</li> </ul>
Інформація	<ul style="list-style-type: none"> <li>– законодавча база щодо питань розвитку та використання засобів масової інформації;</li> <li>– рівень розвитку засобів масової інформації, інформаційних систем та технологій;</li> <li>– технологічні можливості використання інформаційних систем та технологій суб'єктами туристичної галузі;</li> <li>– наявність спеціалізованих інформаційних продуктів для туристичної галузі</li> </ul>
Фінанси	<ul style="list-style-type: none"> <li>– державні дотації у туристичну галузь;</li> <li>– кошти споживачів, сплачені за туристичні послуги;</li> <li>– кошти суб'єктів господарювання, спрямовані на розробку й впровадження нових технологій використання туристичних ресурсів;</li> <li>– фінансування заходів, спрямованих на підвищення рівня обслуговування туристів та якості послуг, що надаються.</li> </ul>
Інвестиції	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обсяг внутрішніх та іноземних інвестицій у туристичну галузь;</li> <li>– обсяг реальних та портфельних інвестицій у туристичну галузь;</li> <li>– кількість укладених договорів з інвесторами;</li> <li>– кошти інвесторів, спрямовані на будівництво, реконструкцію й модернізацію туристичних підприємств;</li> <li>– кошти інвесторів, спрямовані на створення або розвиток підприємств туристичної інфраструктури;</li> <li>– кількість новоутворених підприємств завдяки інвестиційній діяльності</li> </ul>
Управління	<ul style="list-style-type: none"> <li>– нормативно-правові акти, що регулюють діяльність туристичної галузі;</li> <li>– показники ефективності управлінської праці;</li> <li>– коефіцієнт оперативності роботи апарату управління;</li> <li>– надійність системи управління;</li> <li>– стабільність системи управління</li> </ul>
Соціальні	– кількість працівників туристичної галузі;

умови	<ul style="list-style-type: none"> <li>– кількість навчальних закладів усіх видів, які здійснюють підготовку спеціалістів туристичного профілю;</li> <li>– ліцензійний обсяг навчальних закладів усіх видів для підготовки спеціалістів туристичного профілю</li> </ul>
Кадрового забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ринок робочої сили, який забезпечує туристичну галузь обслуговуючим персоналом;</li> <li>– експерти та консультанти з підбору кадрів;</li> <li>– навчальні заклади різних рівнів, які забезпечують підготовку спеціалістів для туристичній галузі;</li> <li>– навчальні заклади, які забезпечують підготовку спеціалістів економічного та юридичного профілю</li> </ul>
Екологічні умови	рівень забрудненості повітряного басейну, водних об'єктів, забруднення ґрунтів, наявність електромагнітних хвиль, шум, радіаційне забруднення
Архітектурно–естетичні умови	наявність заповідників, пам'яток архітектури і містобудування, археології, історії, природи, культури

## Додаток Е

Таблиця Е. 1

## Методи ідентифікації туристичних кластерів (розроблено автором)

Найменування підходу	Переваги	Недоліки
Коефіцієнт душевого виробництва, коефіцієнт локалізації, коефіцієнт спеціалізації	Доступність необхідних даних; простота розрахунку; можливість використання в комплексі з іншими підходами.	Свідчить про концентрацію / спеціалізації туристичної галузі в регіонах країни, а не про наявність кластерної освіти; необхідно доповнювати якісним аналізом; немає ясності з вибором порогового значення
Матриця «затрати-випуск»	Дозволяє формально виміряти взаємозв'язку між галузями, що, в свою чергу, дозволяє виявити наявність кластера.	Відсутність / недоступність оперативної інформації про взаємодію потенційних учасників туристичного кластера; не враховує фінансові потоки, потоки інформаційного обміну, а також обміну знаннями та людськими ресурсами; основний акцент зроблений на матеріальних потоках, а для туризму це не настільки актуально.
Зсувний аналіз	Дозволяє простежити зростання частки туристичної галузі в рівні зайнятості, відрізняючи ефект економічного зростання від місцевого ефекту, пов'язаного з локальним конкурентним перевагою	Не отримав широкого поширення, в тому числі в туризмі.
Метод експертної оцінки	Детальна інформація, індивідуальний підхід	Суб'єктивність оцінки; відсутність систематичного збору інформації; відсутність узагальнених даних
Метод опитування фокус-груп	Щодо низькі витрат; невеликі тимчасові витрати	Проблема неявки респондентів в зазначений час і місце; необхідність застосування доп. стимулів, в тому числі оплати участі.
Метод Дельфі	Можна застосувати практично в будь-якій ситуації, що вимагає прогнозування, в тому числі якщо для прийняття рішення недостатньо інформації; анонімність і незалежність думок експертів; орієнтація на стратегічне планування; комплексний охоплення вирішуваної проблеми.	Суб'єктивність думок фахівців; трудомісткість; великі витрати часу на багаторівневу експертизу та повне виключення прямого зіткнення думок експертів.

## Додаток Ж

Таблиця Ж. 1

## Методичні підходи щодо оцінювання результативності туристичного кластера

№	Методичний підхід	Сутність методичного підходу
1	2	3
1	Комплексна методика багатофакторної оцінки (М.А. Пічугіна) [45]	<p>Комплексна методика багатофакторного аналізу передбачає оцінювання результативності кластеру за показниками:  X1 – своєчасність реалізації заходів в процесі створення кластеру (X1); X2 – отримання запланованих результатів за проектами (X2); X3 – досягнення цілей кластеру (X3)</p> $X1 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^m \max(d_i^p; d_i^n) - \sum_{i=1}^m d_i^n}{\sum_{i=1}^m d_i^n},$ <p>де: <math>d_i^p; d_i^n</math> – фактична і запланована тривалість і-го заходу або проекту;  m – кількість проектів та заходів за планом кластеризації</p> $X2 = \frac{\sum_{i=1}^m \min(r_i^p; r_i^n) - \sum_{i=1}^m r_i^n}{\sum_{i=1}^m r_i^n}$ <p>де: <math>r_i^p; r_i^n</math> – реальні і планові результати по і-му проекту;  m – кількість проектів</p> $X3 = \sum_{j=1}^i \frac{\min(f_j^p; f_j^n)}{f_j^n} w_j$ <p>де: <math>f_j^p; f_j^n</math> – реальний і плановий розмір досягнення j-ої цілі кластеру;  w<sub>j</sub> – вага j-ої цілі;  1 – кількість цілей кластерного плану</p> <p><i>Недоліки:</i> запропонована методика доцільна на стадії зародження кластеру, як засобу зміцнення зв'язків між учасниками, хоча, на перший план виноситься досягнення цілей кластеру, без урахування цілей підприємств. Недоліком методики є те, що ефективність кластеру оцінюється лише за результатами досягнення поставлених цілей, при цьому ігноруються додаткові ефекти, що можуть виникнути.</p>
2	Методика визначення результативності кластеру на основі оцінки акцій кластеру	<p>Методика передбачає наявність акційного капіталу:</p> $Ef = \sum \text{Чар}_2^t - \sum \text{Чар}_1^t,$ <p>де: Ef – результативність кластеру;  <math>\sum \text{Чар}_2^t</math> – сумарна ринкова вартість чистих активів компаній до входження у кластер, скоригована на відповідний коефіцієнт інфляції;  <math>\sum \text{Чар}_1^t</math> – сумарна вартість активів компаній кластеру</p> <p><i>Недоліки:</i> запропоновану методику не можна використати для підприємств, що не є акціонерними товариствами</p>
3	Методика оцінка	Дана методика ґрунтується на визначенні доходності від

	результативності проектів кластеру	<p>реалізації інвестиційних проектів у межах кластеру:</p> $E\phi = \sum P_i, \quad i = \overline{1, m};$ <p>m – кількість інвестиційних проектів за період розрахунку; P<sub>i</sub> – прибуток за кожним проектом.</p> $P_i = \frac{\sum D_j}{(1 + d)^n}, \quad j = \overline{1, n};$ <p>де: D<sub>j</sub> – прогнозована величина прибутку за рік; n – кількість років, за які оцінюється проект; d – ставка дисконтування.</p> <p><i>Недоліки:</i> запропонована методика не дозволяє визначити результативність кожного учасника, а характеризує діяльність усієї інтеграції, передбачає великі терміни окупності</p>
4	Методика експрес-оцінювання результативності кластеру (Журба І.О.) [17]	<p>Експрес аналіз результативності функціонування кластерної структури на предмет практичної реалізації інвестиційних, інформаційних, економічних, екологічних, соціальних, науково-технічних, інституціональних та функціональних критеріїв діяльності може бути здійснено на основі застосування моделі бальних оцінок:</p> $I_{ef} = \sum k_i \times \beta_i,$ <p>де I<sub>ef</sub> – інтегральна бальна оцінка рівня практичної реалізації критеріїв ефективності функціонування інтегрованої структури; k<sub>i</sub> – ваговий коефіцієнт і-го критерію ефективності інтегрованої структури; β<sub>i</sub> – значення в балах і-го критерію ефективності інтегрованої структури.</p> <p><i>Недоліки:</i> дозволяє зробити швидку діагностику результативності підприємств кластеру, проте, не підходить для повного аналізу діяльності підприємств у довгостроковій перспективі</p>
5	Методика багатокритеріальної оптимізації (Бакурова А.В., Діденко А.В., Попова О.Ю.) [7]	<p>Методика базується на основі методів бізнес-моделювання. До складу комплексу моделей входять: блок оцінювання економіко-географічного і рекреаційного потенціалу територій до та після входження в кластер, блок імітаційних моделей, що дозволяє передбачити розвиток кластеру. Моделі комплексу складають задачу багатокритеріальної оптимізації з векторною цільовою функцією F (G, R, Q, T, D):</p> $F (G, R, Q, T, D) = (\max G_i, \max R_i, \min Q_i, \max T_i, \max D_i), \quad i = \overline{1, n};$ <p>де F (G, R, Q, T, D) – функція результативності кластеру; G<sub>i</sub> – економіко-географічний потенціал і-го учасника кластеру; R<sub>i</sub> – туристично-рекреаційний потенціал і-го учасника кластеру; Q<sub>i</sub> – ризики від впровадження стратегії і-го учасника кластеру; T<sub>i</sub> – туристичний потік до території і-го учасника кластеру;</p>

		<p><math>D_i</math> – доходи від впровадження стратегії <math>i</math>-го учасника;  <math>n</math> – кількість учасників, які входять до модельованого міжрегіонального кластеру.</p> <p>Розрахунку потенційного доходу від впровадження стратегії кластеру проводиться на основі вибору оптимальної стратегії <math>i</math>-го учасника кластеру у відповідності до формули (1). Дохід у грошовому еквіваленті розраховується як:</p> $D_i^* = T_i^* c_{i,i-1,n}$ <p>де, <math>D_i^*</math> – доход від впровадження оптимальної стратегії <math>i</math>-го учасника кластеру без оподаткування,  <math>T_i^*</math> – туристичний потік, що відповідає оптимальній стратегії <math>i</math>-го учасника кластеру,  <math>C_i</math> – вартість туристичного продукту (на одну особу), що утворює оптимальна стратегія <math>i</math>-го учасника кластеру.</p> <p><i>Недоліки:</i> методика передбачає прогнозування результативності учасників кластеру за умови застосування найбільш оптимальної стратегії з точки зору <math>i</math>-го учасника кластеру, що не гарантує узгодженості інтересів усіх підприємств, відповідно фактична результативність може значно відрізнятись від очікуваної</p>
6	<p>Методика оцінювання результативності кластеру (Г.І.Михайліченко) [38]</p>	<p>Оцінювання результативності кластеру</p> $X_{ij} = S_i \left( \frac{1}{n} - b_{ij} (P_{ij} - \bar{P}) \right)$ <p>де: <math>X_{ij}</math> – дохід від продажу <math>i</math>-ої послуги туристичного кластеру <math>j</math>;  <math>S_i</math> – продаж <math>i</math>-ї послуги в регіоні;  <math>n</math> – кількість підприємств кластеру, що надають <math>i</math>-ту послугу;  <math>b_{ij}</math> – зміна попиту, який вказує на залежність ринкової частки туристичного кластеру від ціни на його послуги;  <math>P_{ij}</math> – ціна <math>i</math>-ої послуги кластеру <math>j</math>;  <math>\bar{P}</math> – середня ціна послуги конкурентних підприємств</p> <p><i>Недоліки:</i> оцінка результативності проводиться на основі порівняння доходності аналогічних підприємств, не включає в аналіз витрат і переваг кожного учасника кластеру, тобто робиться оцінка ефективності усієї інтегрованої системи. Не враховує можливості зростання підприємств в кластер</p>
7	<p>Методика оцінювання результативності на основі рентабельності кластеру (Бойко Т.Ю.) [11]</p>	<p>Дана методика дозволяє визначити рентабельність кластеру:</p> $R_{z.d.} = \frac{OP}{3B_{od} \times OP_{od} + PV + BV}$ <p>де: ОП – операційний прибуток;  ЗВод – змінні витрати на одиницю продукції;  ОРОд – обсяг реалізації продукції у натуральних одиницях;  ПВ – постійні витрати;  ВУ – витрати на управління діяльністю у складі кластеру</p> <p><i>Недоліки:</i> методика ґрунтується на оцінці економічної ефективності, ігноруються інші ефекти кластеризації.</p>



		Обмеженням є використання лише для підприємств, що утворили штучний закритий кластер, управління кластером відбувається на основі адміністративних засад
8	Методика оцінювання на основі упущеної вигоди (Т.Пшенична) [50]	<p>Методика ґрунтується на співвідношення фактично досягнутих результатів із плановими та у порівнянні із величиною ефективності, що включає в себе «упущені вигоди»:</p> $E = \frac{П_{пл/факт}}{З_{пл/факт}} \times 100\% ,$ <p>де: <math>П_{пл/факт}</math> – фактично досягнуті та заплановані результати;  <math>З_{пл/факт}</math>. – фактичні і заплановані витрати на досягнення цілей кластеру;</p> $E_y = \frac{П_{факт} - Y_v}{З_{факт}} ,$ <p>де: <math>Y_v</math> – величина «упущеної вигоди».</p> <p><i>Недоліки:</i> запропонована методика передбачає, що кластери будуть штучними, а усі учасники будуть дотримуватися однієї мети кластеру, ігноруючи потреби учасників, внаслідок чого відбуватиметься «упущення вигоди».</p>
9	Методика оцінювання на основі середньої межі доходності кластеру (Т.Г. Калюгіна) [25]	<p>Методика визначення середньої межі доходності кластеру:</p> $I_c = \frac{(I_n + I_v)}{2} ,$ <p>де: <math>I_c</math> – середня межа доходності кластеру;  <math>I_n</math> – дохід кластеру низького діапазону;  <math>I_v</math> – дохід кластеру високого діапазону;</p> $I_n = n \times P_n ,$ $I_v = n \times P_v ,$ <p><math>n</math> – кількість туристів, що відвідали і-ту територію;  <math>P_v</math> – вартість придбаної туристом послуги на території перебування у високому діапазоні вартості;  <math>P_n</math> – вартість придбаної туристом послуги на території перебування у низькому діапазоні вартості</p> <p><i>Недоліки:</i> методика не дає повного уявлення про ефективність діяльності кластеру ні з позиції самих учасників, ні з позиції оцінки ефективності діяльності усієї інтегрованої структури. Дана методика дозволяє лише спрогнозувати сукупний середній прибуток для і-ї території, що займається туристичною діяльністю.</p>

## Додаток И

Таблиця И.1

## Індекс конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму–2018

Позиції України за всіма компонентами Індексу	140 країн
	83
<b>1. Інституції</b>	<b>110</b>
1.01 Організаційна злочинність	111
1.02 Показники вбивств	99
1.03 Випадки тероризму	131
1.04 Надійність поліцейських служб	97
1.05 Соціальний капітал	107
1.06 Прозорість бюджету	49
1.07 Незалежність судів	117
1.08 Ефективність правової бази	107
1.09 Свобода преси	82
1.10 Рівень державного регулювання	67
1.11 Ефективність правової бази при вирішенні спорів	103
1.12 Індекс електронного урядування	72
1.13 Перспективна орієнтованість влади	115
1.14 Масштаби корупції	109
1.15 Право власності	129
1.16 Захист інтелектуальної власності	114
1.17 Якість управління земельними ресурсами	74
1.18 Стійкість стандартів аудиту та звітності	120
1.19 Врегульованість конфлікту інтересів	95
1.20 Корпоративне управління	56
<b>2. Інфраструктура</b>	<b>57</b>
2.01 Індекс дорожньої сітки	51
2.02 Якість доріг	123
2.03 Щільність покриття залізничними шляхами	23
2.04 Ефективність залізничних послуг	37
2.05 Охопленість аеропортами	53
2.06 Ефективність авіасервісу	94
2.07 Індекс обслуговування лінійним судносплавом	43
2.08 Ефективність сервісу у морських портах	77
2.09 Рівень електрифікації	1
2.10 Коефіцієнт втрат при розподілі та передачі електроенергії	67
2.11 Вплив небезпечної питної води	68
2.12 Надійність водопостачання	81
<b>3. Впровадження ІКТ</b>	<b>77</b>
3.01 Охопленість мобільним стільниковим зв'язком	33
3.02 Охопленість мобільним ширококутовим зв'язком	105
3.03 Охопленість фінансовим ширококутовим підключенням до Інтернету	66
3.04 Охоплення волокно-оптичним підключенням до Інтернету	38
3.05 Інтернет-користувачі	83
<b>4. Макроекономічна стабільність</b>	<b>131</b>
4.01 Інфляція	130
4.02 Динаміка боргу	113
<b>5. Здоров'я</b>	<b>94</b>
5.01 Очікувана тривалість життя	93

<b>6. Кваліфікація</b>	<b>46</b>
6.01 Середня тривалість шкільного навчання	51
6.02 Охопленість підготовкою персоналу	74
6.03 Якість професійної підготовки	63
6.04 Кваліфікація випускників	62
6.05 Навички роботи з цифровими технологіями	55
6.06 Зручність пошуку кваліфікованих співробітників	54
6.07 Очікувана тривалість шкільного навчання	54
6.08 Критичне мислення у викладанні	41
6.09 Рівень навантаження на вчителів у початковій школі	32
<b>7. Ринок товарів</b>	<b>73</b>
7.01 Спотворюючий вплив податків та субсидій на конкуренцію	114
7.02 Масштаби монополізації ринку	110
7.03 Конкуренція на ринку послуг	80
7.04 Поширеність нетарифних бар'єрів	104
7.05 Торговельні тарифи	44
7.06 Складність тарифів	67
7.07 Ефективність процесу оформлення товарів	90
7.08 Відкритість торгівлі послугами	60
<b>8. Ринок праці</b>	<b>66</b>
8.01 Виплати при звільненні працівників	47
8.02 Практики найму та звільнення працівників	36
8.03 Взаємовідносини працівник-роботодавець	79
8.04 Гнучкість визначення зарплати	130
8.05 Активна політика у сфері зайнятості	59
8.06 Права працівників	97
8.07 Легкість найму іноземців	73
8.08 Внутрішня мобільність робочої сили	91
8.09 Акцент на професійний менеджмент	108
8.10 Оплата та продуктивність	53
8.11 Частка жінок у загальній кількості працюючих	47
8.12 Рівень податків на працю	106
<b>9. Фінансова система</b>	<b>117</b>
9.01 Внутрішнє кредитування приватного сектора	56
9.02 Внутрішнє кредитування приватного сектора	118
9.03 Доступність венчурного капіталу	92
9.04 Ринкова капіталізація	77
9.05 Страхові внески	76
9.06 Платоспроможність банків	135
9.07 Проблемні позики	136
9.08 Кредитні ставки	4
9.09 Ставка регулятивного капіталу банків	84
<b>10. Ємність ринку</b>	<b>47</b>
10.01 Валовий внутрішній продукт	49
10.02 Імпорт	42
<b>11. Динаміка бізнесу</b>	<b>86</b>
11.01 Вартість започаткування бізнесу	18
11.02 Час для започаткування бізнесу	37
11.03 Відновлення платоспроможності	129
11.04 Нормативно-правова база у сфері банкрутства	93

11.05 Ставлення до ризику підприємницької діяльності	17
11.06 Готовність делегування повноваження	97
11.07 Зростання інноваційних компаній	112
11.08 Компанії, охоплені деструктивними ідеями	84
<b>12.Інноваційна спроможність</b>	<b>58</b>
12.01 Диверсифікованість трудових ресурсів	62
12.02 Ситуація з розвитком кластерів	106
12.03 Міжнародне співробітництво у сфері реєстрації спільних винаходів	56
12.04 Багатостороннє співробітництво	56
12.05 Наукові публікації	50
12.06 Заявки на патенти	62
12.07 Витрати на науково-дослідні роботи	56
12.08 Якість дослідницьких установ	44
12.09 Досвідченість покупця	74
12.10 Заявки на товарні знаки	60

## Додаток К

Таблиця К. 1

## В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами [62]

Рік	Країна	Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього	Із них – за метою поїздки						
			службова, ділова, дипломатична	туризм	приватна	навчання	працевлаштування	імміграція (постійне місце проживання)	культурний та спортивний обмін, релігійна, інша
2010	Білорусь	3058023	49834	130730	2843308	330	207	1499	32115
	Молдова	4063459	72244	5184	3972877	1515	228	4583	6828
	Польща	2089647	109918	143757	1818838	5037	883	1160	10054
	Російська Федерація	7900436	165300	353961	7278105	18098	3435	14602	66935
2011	Білорусь	2643988	32778	104936	2467381	288	226	2043	36336
	Молдова	4071785	70488	4924	3975549	5856	2070	9828	3070
	Польща	1720104	96382	137445	1468536	3737	879	1172	11953
	Російська Федерація	9018487	167163	488766	8268063	2578	2046	19574	70297
2012	Білорусь	3091780	16954	234022	2324489	310	769	1178	514058
	Молдова	4849115	32158	3866	4339244	400	246	5861	467340
	Польща	1404086	47913	56476	904313	1552	706	862	392264
	Російська Федерація	9526695	106314	343435	7325901	6195	482	12473	1731895
2013	Білорусь	3353652	47081	18320	3119744	9	1	125	168372
	Молдова	5417966	25173	3057	4793326	3	56	90	596261
	Польща	1259209	6670	17908	1133406	–	1	38	101186
	Російська Федерація	10284782	55224	270689	7827097	91	29	3280	2128372
2014	Білорусь	1592935	9198	67446	1423820	3	–	8	92460
	Молдова	4368355	9615	778	4214264	28	–	151	143519
	Польща	1123945	588	266	1096521	1	17	48	26504
	Російська Федерація	2362982	8196	51574	1833224	853	5	791	468339

Рік	Країна	Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього	Із них – за метою поїздки						
			службова, ділова, дипломатична	туризм	приватна	навчання	працевлаштування	імміграція (постійне місце проживання)	культурний та спортивний обмін, релігійна, інша
2015	Білорусь	1891518	9666	86752	1785448	–	–	–	9652
	Молдова	4393528	597	294	4316124	–	–	381	76132
	Польща	1156011	325	97	1147736	3	2	7	7841
	Російська Федерація	1231035	3823	35811	1152969	–	–	587	37845
2016	Білорусь	1822261	4680	84361	1726744	–	–	88	6388
	Молдова	4296409	4910	190	4289184	–	2	209	1914
	Польща	1195163	96	132	1194097	1	–	582	255
	Російська Федерація	1473633	3622	44497	1399527	–	–	558	25429
2017	Білорусь	2 727 645	66 553	17 095	2 642 256	25	10	19	1 687
	Молдова	4 435 664	653	169	4 433 750	39	2	209	842
	Польща	1 144 249	305	207	1 143 070	175	–	56	436
	Російська Федерація	1 464 764	7 064	4 830	1 413 328	3 474	2 152	2 776	31 140

\*на момент дослідження інформація держстату України за період 2018-2019рр. не подавалась

## Додаток Л

Таблиця Л. 1

Урядові заходи, застосовані Україною, сусідніми країнами та країнами-конкурентами

Ряд заходів	Бюджетне стимулювання як % ВВП	Нові позики та підтримка ліквідності	Відстрочка платежів за існуючими позиками та заставами	Відтермінування податкових зобов'язань, їх послаблення або скасування	Підтримка заробітної платні
Намеччина	23%	100 млрд € на пряму рекапіталізацію з метою забезпечення платоспроможності компаній; 400 млрд € на гарантії, що допоможуть бізнесу протистояти проблемам ліквідності 100 млрд € на рефінансування	Здебільшого через European Central Bank та орієнтовано на стабілізацію довгострокових ставок за процентами, що є нижчими або дещо нижчими від ринкової ставки, залежно від ставки та бізнесу	Відтермінування податкових платежів та скорочення авансових податкових платежів, корпоративних податків і податків на торгівлю Скасування правозастосовних заходів/штрафів у випадках прострочки по оплаті Авансові платежі податку на прибуток, корпоративний податок на прибуток і податок на торгівлю було скасовано	Розширений доступ до короткострокової допомоги в разі втрати роботи Розширена програма виплат на утримання дитини для батьків із низьким рівнем доходів Спрощення доступу до основних видів підтримки доходів для осіб, що працюють не за наймом Розширення та спрощення програм компенсації соціальної допомоги

Польща	12%	25 млрд польських злотих (5,65 млрд €) на підтримку мікропідприємств у формі безвідсоткових позик 50 млрд польських злотих (11,3 млрд €) на підтримку МСБ у формі безвідсоткових позик 25 млрд польських злотих (5,65 млрд €) на підтримку великих підприємств у формі позик або облигацій, придбання акцій або цінних паперів	Виплата основної суми та процентів позики Подовження пільгового періоду на додатковий термін до 6 або до 12 місяців Зменшення ставки процентів за позиками до 0 % на термін не більше 12 місяців Можливість обговорення умов надання позики для всіх підприємств, незалежно від розміру бізнесу	Відтермінування більшості податків; Спрощені форми та процедури подачі податкової звітності; Прискорено процедуру податкових відрахувань	Виплата субсидій на заробітну плату для працівників установ, що постраждали внаслідок пандемії та осіб, що працюють не за наймом: 50 % мінімальної з/п — падіння обсягів на 30 % 70 % мінімальної з/п — падіння обсягів на 50 % 90 % мінімальної з/п — падіння обсягів на 80 %
Словаччина	12%	Гарантії на суму до 500 млн € на місяць, щоб допомогти підприємствам отримати кредит; фінансова допомога з метою зберегти робочі місця та робочі показники МСБ	Тимчасове скасування виплат працівників на користь компаній, що замикаються закритими на час карантину; відстрочка виплати з/п та корп. податків для підприємств, чий прибуток знизився більше, ніж на 40 %; надання дозволу компаніям на зарахування збитків поточного року проти прибутків попередніх років, починаючи з 2014 р.	Подовжено термін сплати податку на прибуток; платники податків отримали право на використання недоотриманих податків за податкові періоди протягом 2015–2018 рр., які до цього не використовувалися, на суму максимум 1 млн € для оплати податків у 2020 р.	80 % з/п працівникам на підприємствах екстреного реагування; мін. виплата становить 1100 € на місяць, макс. — 200 000 € на місяць на компанію; компенсація для осіб, що працюють не за наймом і спеціалізуються в галузі, що найбільше постраждала від пандемії, залежно від обсягів падіння прибутків
Угорщина	9%	Надання позик на пільгових умовах і гарантованих позик; нова експортна підтримка через державний банк Eximbank; грант у сумі 800 000 € для	Призупинення виплат за кредитами до кінця 2020 р. для всіх, хто отримав кредит до 18 березня; подовження терміну отримання	Послаблення соціального захисту для секторів економіки, що перебувають під найбільшою загрозою (подорожі, туризм,	Компенсація 70 % з/п протягом трьох місяців для компаній, що переживають занепад; суттєве скорочення різних відрахувань із



		інвестицій в експортні компанії; позики на оборотний капітал на пільгових умовах; новий механізм надання гарантій і страхування.	короткострокових позик ділових підприємств до 30 липня; щорічна процентна ставка (APR) для нових позик збільшено до рівня тарифної ставки СВ плюс 5 %	розваги тощо); новий додатковий податок для кредитних установ протягом 2020 р.; новий додатковий податок для об'єктів роздрібно торгівлі (кризисний податок) на користь інших важливих секторів; спрощена процедура оподаткування та процедури подачі податкових декларацій	з/п; прибавка до заробітної плати в розмірі 40 % для осіб, що працюють в інженерному секторі або в галузі досліджень і розробок
Росія	2,8%	Позики під 0 % терміном на шість місяців для МСБ на виплату заробітної плати; позики під 5 % для «системно важливих» компаній (перелік складено урядом); позики під 8,5 % для всіх представників МСБ	Відстрочка виплат за позиками до 6 місяців для представників МСБ, що працюють в галузях, які найбільше постраждали від пандемії (включаючи гостинність, туризм і дозвілля та транспорт)	Відстрочка сплати податків від 3 місяців до 1 року для компаній, що постраждали від кризи (втрата прибутків 10 % або інші); спеціальна лінія для МСБ (відстрочка виплати всіх типів податків протягом майже всього 2020 р.)	Виплата допомоги на період незайнятості до травня 2020 р.; оплачувані лікарняні для осіб із мінімальною з/п до кінця 2020 р.; виплати з безробіття в розмірі мінімальної з/п до червня; працівники компаній, що перебувають у занепаді, отримують 2/3 від основної з/п
Україна	Дані відсутні	4 млрд грн. виділено на компенсацію відсотків за існуючими позиками для мікро- та малих підприємств, а також розширена програма доступних позик (5–7–9 %); 24 млрд грн. для	Введення нульової декларації та податку на виведений капітал; Скасування тотальної фіскалізації з повним впровадженням програмного забезпечення РРО	Термін сплати податків на землю, на оренду землі та податку на нерухомість, оплата якого мала відбутися в квітні 2020 року, подовжено до 30 червня 2020 р., а аналогічні	Тимчасова матеріальна допомога з безробіття для тих, хто втратив роботу внаслідок пандемії COVID-19, виплачується в сумі двох третіх від суми з/п за кожну скорочену

		забезпечення позик із державними гарантіями інвестицій; 1,6 млрд грн. на підтримку креативних галузей		податки за березень 2020 р. скасовано	робочу годину, але не більше зафіксованої суми, а саме встановленої мінімальної щомісячної з/п (наразі становить 4723 грн. або 150 €); підвищення пенсій і виплат по безробіттю
--	--	---	--	---------------------------------------	---

## Додаток М

Таблиця М. 1

Динаміка основних показників діяльності суб'єктів туристичної діяльності України за 2015–2019 рр. [62; 84]

Показники	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	Абсолютне відхилення (+,-) 2019 року				Відносне відхилення (%) 2019 року			
						від:				від:			
						2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, одиниць	3182	3506	3469	4293	4664	1482	1158	1195	371	31,8	24,8	25,6	7,9
з них: турсоператорів	500	552	498	529	538	38	-14	40	9	7,1	-2,6	7,5	1,7
турагентів	2547	2803	2802	3565	3903	1356	1100	1101	338	34,7	28,2	8,7	8,7
суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	135	151	169	199	223	88	72	54	24	39,5	32,3	24,2	10,8
Кількість працівників, осіб	9588	10412	10291	11877	12465	2877	2053	2174	588	23,1	16,5	17,4	4,7
Кількість обслугованих туристів (без екскурсантів), тис. осіб	2004417	2514535	2766821	4481502	6045257	4040840	3530722	3278436	1563755	66,8	58,4	54,2	25,9
з них: в межах України	357027	453761	476967	456799	520391	163364	66630	43424	63592	31,4	12,8	8,3	12,2
за кордоном	1647390	2060974	2299854	4024703	5524866	3877476	3463892	3225012	1500163	70,2	62,7	58,4	27,2

## Динаміка основних економічних показників туристичної галузі України за 2015–2019 рр.

Показники	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	Абсолютне відхилення (+,-) 2019 року від:				Відносне відхилення (%) 2019 року від:			
						2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.
						Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), млн грн	4797,7	11522,5	18502,9	21625,9	32700,2	27902,5	21177,7
Операційні витрати, зроблені суб'єктом туристичної діяльності на надання туристичних послуг – усього, млн грн:	4513,4	9144,1	14900,9	17925,8	19060,6	14547,2	9916,5	4159,7	1134,8	76,3	52,0	78,2	5,6
з них відрахування на соціальні заходи, млн. грн.	78,5	61,5	91,6	123,3	146,7	68,2	85,2	55,1	23,4	46,5	58,1	37,6	16,1
Фінансові результати до оподаткування підприємств, млн. грн.	-2175,5	-2545,4	1416,7	3424,9	11892,2	14067,7	14437,6	10475,5	8467,3	118,3	121,4	88,1	71,2

## Додаток Н

## Таблиця Н. 1

Мотивація туристичних поїздок громадян світу до України  
за 2011 – 2018 років [84; 114, с.263]

Мета	2011		2012		2013		2014		2015		2016р.		2017р		2018р.		Приріст 2018/2017
	осіб	частка, %	осіб	частка, %	осіб	частка, %	осіб	частка, %	осіб	частка, %	осіб	частка, %	осіб	частка, %	осіб	частка, %	
службова, ділова, дипломатична	644992	3,01	350224	1,5	167416	0,67	49437	0,38	41169	0,33	33397	0,25	88976	0,63	41065	0,28	-53,8%
туризм	1225954	5,71	940052	4,09	488496	1,97	146804	1,15	137906	1,1	172848	1,3	38958	0,27	55732	0,38	30,1%
приватна	19180171	89,6	16795240	72,98	18167742	73,64	9696854	76,3	11525239	92,74	12953702	97,15	13741 653	96,58	13737756	93,7	-0,03%
навчання	59169	0,27	23813	0,1	283	0,00	1109	0,01	101	0,00	2087	0,01	4521	0,03	2014	0,00	-55,5%
працевлаштува ння	16143	0,07	9102	0,04	330	0,00	786	0,00	1304	0,01	26	0,00	2640	0,01	2490	0,00	-5,7%
імміграція (постійне місце проживання)	64796	0,3	40419	0,18	5088	0,02	2496	0,02	2314	0,02	3145	0,02	4027	0,03	223929	1,52	98,2%
культурний та спортивний обмін, релігійна, інша	224071	1,04	4853973	21,2	5841872	23,7	2814021	22,14	720253	5,8	167891	1,27	348867	2,45	603420	4,12	42,2%
Всього:	21415296	100	23012823	100	24671227	100	12711507	100	12428286	100	13333096	100	14229 642	100	14666406	100	

\*на момент дослідження інформація держстату України за 2019рр. не подавалась

## Додаток П

Таблиця П. 1

## Колективні засоби розміщування 2011–2019 рр. [80]

	Кількість колективних засобів розміщування, од			Кількість місць, тис. од			Кількість розміщених, тис. осіб		
	усього	у тому числі		усього	у тому числі у		усього	у тому числі у	
		готелів та аналогічних засобів розміщування	спеціалізованих засобів розміщування		готелях та аналогічних засобах розміщування	спеціалізованих засобах розміщування		готелях та аналогічних засобах розміщування	спеціалізованих засобах розміщування
2011	5882	3162	2720	567,3	154,2	413,1	7426,9	4656,8	2770,1
2012	6041	3144	2897	583,4	162,8	420,6	7887,4	4983,9	2903,5
2013	6411	3582	2829	586,6	179,1	407,5	8303,1	5467,8	2835,3
2014 <sup>1</sup>	4572	2644	1928	406,0	135,5	270,5	5423,9	3814,2	1609,7
2015 <sup>1</sup>	4341	2478	1863	402,6	132,5	270,1	5779,9	4297,2	1482,7
2016 <sup>1</sup>	4256	2534	1722	375,6	135,9	239,7	6544,8	5037,1	1507,7
2017 <sup>1</sup>	4115	2474	1641	359,0	133,4	225,6	6661,2	5135,2	1526,0
2018 <sup>1</sup>	4719	2777	1942	300,0	135,3	164,7	7006,2	5410,2	1595,9
2019 <sup>1</sup>	5335	3165	2170	370,5	171,7	198,8	6960,9	5494,2	1466,7

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

## Додаток Р

Таблиця Р. 1

Готелі та аналогічні засоби розміщення України, які отримали свідоцтва про встановлення категорій, станом на 04.06.2019 р. [103, с.151]

Область	Колективні засоби розміщення	Категорія «п'ять зірок»	Категорія «чотири зірки»	Категорія «три зірки»	Категорія «дві зірки»	Категорія «одна зірка»
Вінницька	Готель		1	2		
	Курортний готель					
	Санаторій				1	
Волинська	Готель			1		
	Курортний готель					
	Санаторій					
Дніпропетровська	Готель	2	11	9	5	1
	Курортний готель					
	Санаторій					
Донецька	Готель			6	1	1
	Курортний готель					
	Санаторій					
Житомирська	Готель		3	1		
	Курортний готель					
	Санаторій					
Закарпатська	Готель		8	1		
	Курортний готель					
	Санаторій					
Запорізька	Готель		4	5	1	4
	Курортний готель					
	Санаторій					
Івано-Франківська	Готель	3	3	6		
	Курортний готель					
	Санаторій					
Київська	Готель	2	1	12	5	1
	Курортний готель					
	Санаторій					
Кіровоградська	Готель			2		
	Курортний готель					
	Санаторій					
Львівська	Готель	8	20	15	1	

	Курортний готель	1				
	Санаторій			1		
Миколаївська	Готель			2		
	Курортний готель					
	Санаторій					
Одеська	Готель	20	22	11	3	8
	Курортний готель					
	Санаторій					
Полтавська	Готель		4	6	4	2
	Курортний готель					
	Санаторій					
Рівненська	Готель		2	2		2
	Курортний готель					
	Санаторій					
Сумська	Готель	1	1	6	1	
	Курортний готель					
	Санаторій					
Тернопільська	Готель		2	3	1	
	Курортний готель					
	Санаторій					
Харківська	Готель	6	16	8	1	1
	Курортний готель					
	Санаторій					1
Херсонська	Готель			2	2	1
	Курортний готель					
	Санаторій					
Хмельницька	Готель		2	4	2	
	Курортний готель					
	Санаторій				1	
Черкаська	Готель		2	4		
	Курортний готель					
	Санаторій			1		
Чернівецька	Готель		1		1	
	Курортний готель					
	Санаторій					
Чернігівська	Готель		3	1		
	Курортний готель					
	Санаторій					



м. Київ	Готель	9	28	29	3	2
	Курортний готель					
	Санаторій				1	
<b>Всього</b>		<b>52</b>	<b>134</b>	<b>140</b>	<b>34</b>	<b>24</b>

## Додаток С

Таблиця С. 1

Ключові компанії, що розвивають мережі закладів ресторанного господарства на автошляхах України за 2019 р. [63-68]

Назва	Формат закладу	Асортимент	Кількість закладів
Мережа фаст-фудів та ресторанів, що розташовані на автозаправних комплексах (АЗК) «WOG»			
«Sunmarket»	магазини продовольчих та непродовольчих товарів, що містять зону кафе	хот-доги, снеки, холодні та гарячі напої	–
«Tastydrive»	фаст-фуди із розширеним асортиментом	хот-доги, піца, паніні, вафлі, соки-фреш, холодні та гарячі напої	186
«Restorio»	ресторани при АЗК	закуси, сніданки, салати, перші страви, другі страви, гарніри, десерти, дитяче меню, напої	11
Мережа кафе «Латте», що розташовані на автозаправних комплексах «Parralel»			
«Латте»	кафе	хот-доги, випічка, снеки, широкий асортимент кавових напоїв, холодні напої	116
«Lapizza»	новий формат кафе	декілька видів гарячих страв, холодних і гарячих закусок, комплексні обіди, піца, напої, великий вибір гарячих напоїв	1
Мережа ресторанів «Борщ», що розташовані на автозаправних комплексах «КЛЮ»			
«Борщ»	ресторани при АЗК	закуси, салати, перші страви, гриль-меню, другі страви, гарніри, десерти розширений асортимент напоїв	19
Мережа кафе та ресторанів, що розташовані на автозаправних станціях «ОККО»			
«Hotcafe»	кафе, що розташовані у торговому залі АЗК	хот-доги, снеки, випічка, холодні та гарячі напої	380
«Hotcafemaxi»	кафе із розширеним асортиментом	хот-доги, сандвічі, салати, гарячі страви, супи, десерти, розширений асортимент кавових напоїв	20
«Alaminute»	ресторани французької кухні при АЗК	закуси, сніданки, салати, сандвіч-група, перші страви, другі страви, гарніри, десерти, дитяче меню, розширений асортимент напоїв	31
«Pastamia»	ресторани італійської кухні при АЗК	паста, піца, салати, закуски, перші страви, сандвіч-група, сніданки, десерти, широкий асортимент гарячих та холодних напоїв	7
Мережа кафе, що розташовані на автозаправних комплексах «Shell»			
Кафе	кафе	хот-доги, випічка, снеки, широкий асортимент кавових напоїв, холодні напої	166
Мережа кафе, що розташовані на автозаправних комплексах «БРСМ»			
Кафе	кафе	хот-доги, снеки, випічка, холодні та гарячі напої	99

## Додаток Т

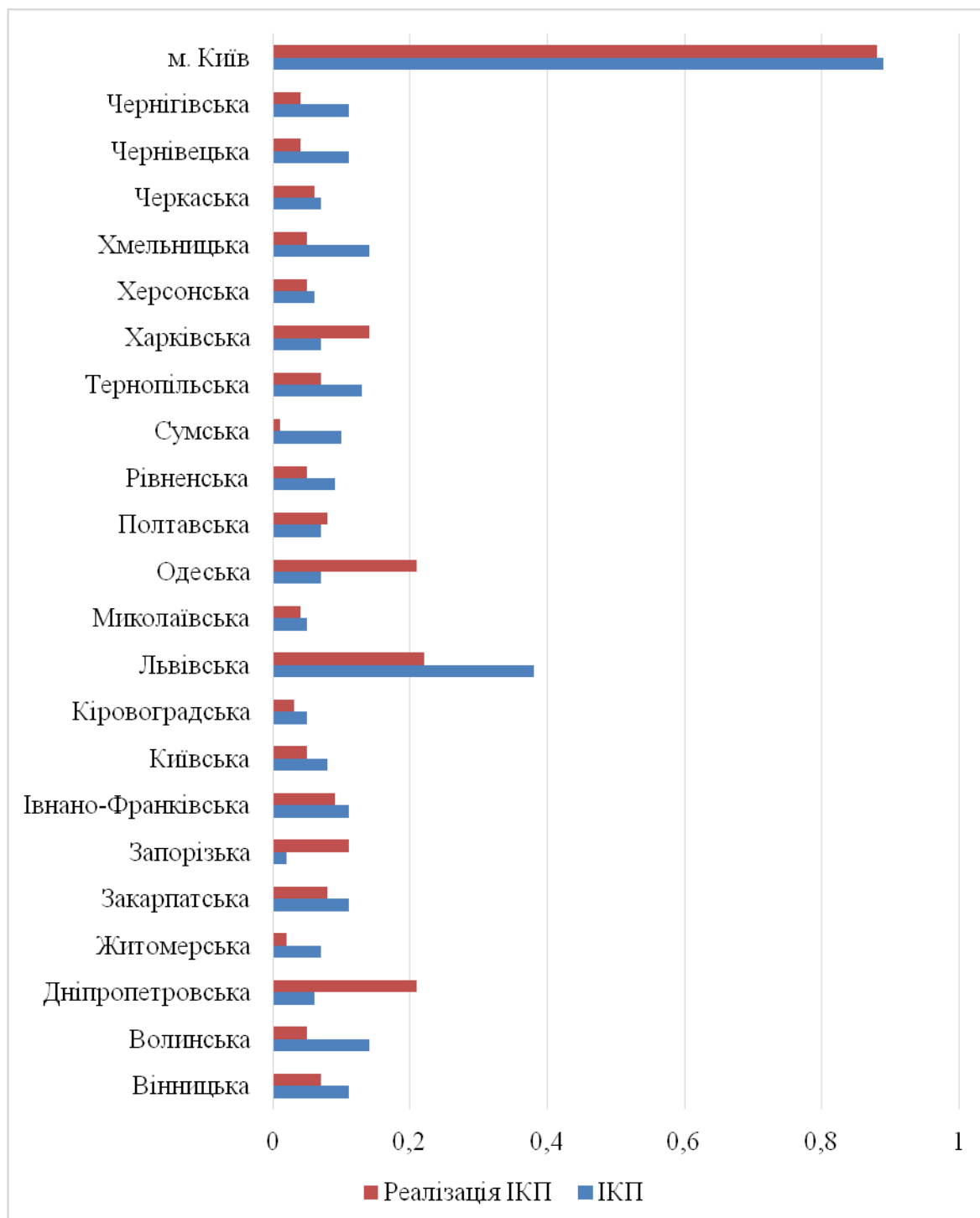


Рис. Т. 1. Співвідношення індексів історико-культурного потенціалу (ІКП) та його реалізації за областями України [104, с.58]

## Додаток У



Рис. У. 1. Потенціал туристичної галузі Дніпропетровської області

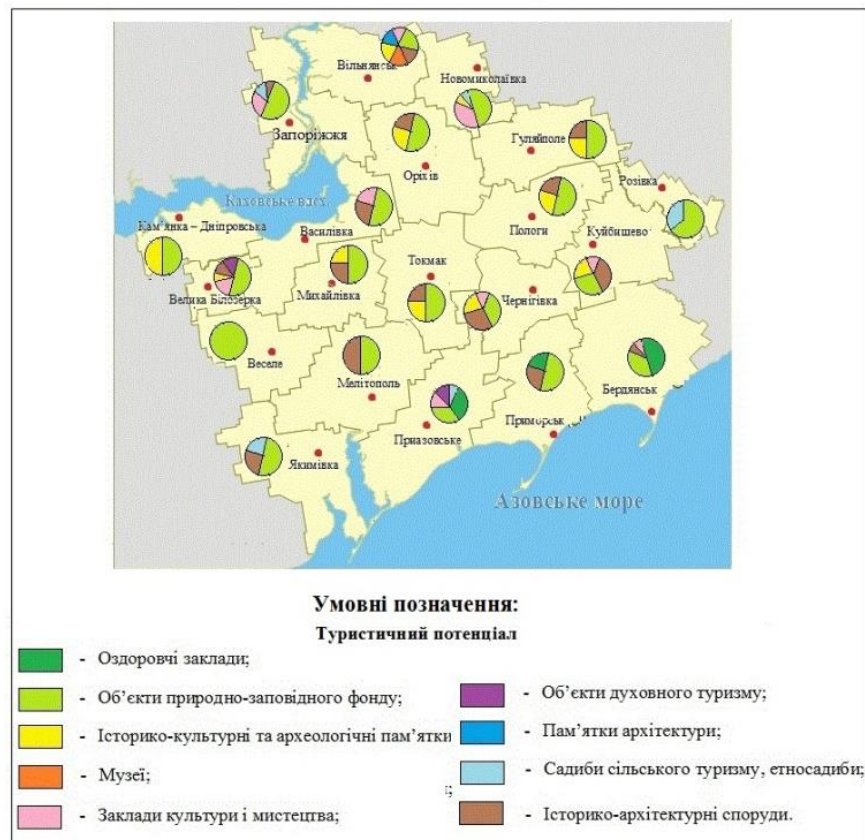


Рис. У. 2. Потенціал туристичної галузі Запорізької області

## Додаток Ф

Таблиця Ф. 1

## Види активних видів туризму в Запоріжжі та їх характеристика

Слеклайн	Представники організації екстремальних розваг "От винта" навчають всіх бажаючих хитрощів слеклайн – ходіння по стропі. Балансуючи всім тілом, екстремали ходять по слекам – спеціальним стрічкам, які натягуються між двома вертикальними поверхнями, наприклад, між деревами. Спортсмени навчають цій тонкій справі безкоштовно. А учасники клубу "Team Extreme Advanture" на туристичному пляжі Хортиця проводили слеклайн-фестиваль. Не тільки професіонали цього виду спорту, а й аматори могли взяти участі у змаганнях
Роуп-джампінг	Отримати дозу адреналіну в кров можна, стрибнувши з арочного моста. Це стало настільки поширеною розвагою, що у прірву стрибали навіть ті, хто раніше дуже боявся висоти
Скелелазіння	Новачкам-скелелазам варто почати тренування з інструктором у закритому скеледромі "У лазні", де стіна більш рівна і нависання менше, ніж в інших болдерінгових залах міста. На тренування потрібно взувати зручний вільний одяг і брати з собою змінне взуття з хорошим тертям і м'якою підошвою. Набравшись досвіду, можна вирушати на відомі маршрути на Хортиці.
Спортивна спелеологія	Учасники спелеоклубу "Хортиця" відпрацьовують техніку спуску і підйому на хортицьких скелястих схилах зі спеціальним альпіністським спорядженням
Конкур	У кінному театрі на Хортиці і в клубі верхової їзди "Еквітес" всі бажаючі катаються на конях, для чого не потрібна спеціальна фізпідготовка. Кожному любителю коней індивідуально підберуть скакуна і навчать особливостям конкуру
Пейнтбол	Веселий день можна влаштувати собі в одному з пейнтбольних клубів, виїхавши на місце в компанії друзів і пострілявши фарбою в товаришів, зображуючи героїв улюблених бойовиків
Каякінг	У районі Хортиці каякери облюбували місце біля трьох матч і "Дурної скелі". Для всіх бажаючих проводять одноденні тури на байдарках і вечірні водні прогулянки
Віндсерфінг	Щосуботи та щонеділі на "Хвилі" тренуються віндсерфери. Ті, у кого немає власної дошки, можуть взяти її напрокат. Новачкам інструктор докладно розповість, як кататися, правильно падати і управляти дошкою.
Автоспорт	Організатори Професійного спортивного клубу влаштовують автомобільні гонки в районі запорізького аеропорту, в яких може взяти участь будь-який водій, який має власну машину і водійське посвідчення. Щоб взяти участь в автомобільному маневруванні (заїзди проводиться регулярно), потрібно заплатити членський внесок 35–50 гривень. Після нагородження переможців кожен бажаючий може потренуватися на відкритому майданчику, відпрацьовуючи навички водіння
Дайвінг	У Запоріжжі дайверам є чим зайнятися – можна занурюватися в Дніпро, щоб подивитися затоплені пороги; визрівання під час Першої світової війни паровоз і частина залізничного Кічкаський міст на глибині 55–ти метрів між портом Леніна і островом Хортиця або ж насолодитися морським підводним світом Азовського моря
Картинг	З друзями можна поганяти на картах звивистою трасою з перешкодами на картодромі "Байконур". Азартний відпочинок поєднується з фізичним навантаженням: хороший спосіб скинути зайву вагу

Мотоспорт	Купуючи мотоцикл, можна стати членом байк-клубу Silver Star. У місті популяризується байкерський рух, вчать членів клубу правильній поведінці на дорозі. Байкери збираються на закритих вечірках і організовують свої зльоти
Даунхілл	Купуючи хороший спортивний велосипед, можна сміливо вирушати на Хортицю, щоб оволодіти технікою спуску. Досвідченим сміливцям під силу підкорити вершини і спуски гір
Стрибки з парашутом, дельтаплан, параплан	Для всіх бажаючих к клубі “Сьоме небо” організовують стрибки з парашутом, тут же можна пройти курс навчання управління дельтапланом, на мотodelьтаплані під керуванням досвідченого інструктора і навчитися пілотувати параплан. Особливо гарне і заворожуюче буде паріння в повітрі над морем.
Яхтинг	В яхт-клубі можна оволодіти мистецтвом ходіння на спортивних яхтах різного класу. У розпорядженні клубу більше сотні спортивних вітрильних суден
Джампінг	За допомогою джампера можна бігати 3-х метровими кроками зі швидкістю до 32 км / год і стрибати на 2 метри у висоту. Море приголомшливих вражень та адреналіну



## Додаток Ц

Таблиця Л. 1

## Характеристика уточнених стратегій розвитку потенціалу туристичної галузі за матрицею ADL

Позиція №1.	Ринок на стадії зародження – конкурентне положення компанії домінуюче. Стратегія спрямовується на агресивне захоплення частини ринку. Цілі зростання продажів: вище ніж середні темпи зростання ринку. Конкурентні переваги полягають у розробленні та впровадженні інновацій. Рівень інвестицій: високий, інвестувати потрібно більш високими темпами ніж зростання частки ринку.
Позиція №2.	Ринок на стадії зростання – конкурентне положення компанії домінуюче. Стратегія спрямовується на утримання позиції і збереження частки ринку в галузі. Цілі по зростанню продаж: утримувати зростання дещо вище або однаковим темпом із зростанням ринку. Конкурентні переваги полягають у розробленні та впровадженні інновацій. Рівень інвестицій відповідає зростанню компанії і спрямовується тільки на підтримку темпу зростання.
Позиція №3.	Ринок на стадії зрілості – конкурентне положення компанії домінуюче. Стратегія спрямовується на утримання позиції і збереження частки ринку в галузі. Цілі по зростанню продаж відповідати темпам зростанням ринку. Конкурентні переваги необхідно зберігати на існуючому рівні. Рівень інвестицій скорочувати і спрямовувати тільки на заходи для утримання частки ринку.
Позиція №4.	Ринок на стадії спаду – конкурентне положення компанії домінуюче. Стратегія спрямовується на утримання позиції і збереження частки ринку в галузі. Цілі по зростанню продаж: максимально довгий період утримувати падіння. Рівень інвестицій: інвестувати тільки при скороченні продаж.
Позиція №5.	Ринок на стадії зародження – конкурентне положення компанії сильне. Стратегія спрямовується на агресивне захоплення частини ринку. Цілі по зростанню продаж: вище ніж зростання ринку. Конкурентні переваги: закріпити існуючі якості товару або послуги. Рівень інвестицій: високий. Інвестувати більш високими темпами ніж зростання частки ринку. Високу увагу приділити інвестиціям в укріплення конкурентних переваг.
Позиція №6.	Ринок на стадії зростання – конкурентне положення компанії сильне. Стратегія спрямовується на утримання позиції і збереження частки ринку в галузі. Цілі по зростанню продаж: утримувати зростання дещо вище або однаковим темпом із зростанням ринку. Конкурентні переваги: закріпити існуючі якості товару або послуги. Рівень інвестицій: середній. Фінансувати тільки ті інвестиції, які безпосередньо призводять до зростання ринку (в коротко або середньостроковому періоді).
Позиція №7.	Ринок на стадії зрілості – конкурентне положення компанії сильне. Стратегія спрямовується на утримання позиції або збереження частки ринку. Цілі по зростанню продаж: утримувати зростання однаковим темпом із зростанням ринку. Конкурентні переваги: зберігати на існуючому рівні. Інвестувати тільки при скорочення продаж.
Позиція №8.	Ринок на стадії спаду – конкурентне положення компанії сильне. Стратегія спрямовується на утримання позиції або збереження частки ринку. Цілі по зростанню продаж: максимально тривалий час стримувати падіння. Конкурентні переваги формуються шляхом скорочення затрат при



	максимізації прибутку. По можливості відмовитись від інвестицій.
Позиція №9.	Ринок на стадії зародження – конкурентне положення компанії сприятливе. Стратегія вичікування, спрямовується на очікування сприятливої ситуації для швидкого захоплення частки ринку. Цілі щодо зростання продаж: вище і дорівнює темпу зростання ринку. Конкурентні переваги: закріплювати існуючі конкурентні властивості товару або послуги. Вибіркове інвестування, тільки в ті проекти, які значно можуть покращити конкурентні переваги компанії в галузі.
Позиція №10.	Ринок на стадії зростання – конкурентне положення компанії сприятливе. Стратегія вичікування, спрямовується на очікування сприятливої ситуації для швидкого захоплення частки ринку. Цілі щодо зростання продаж: дорівнює темпу зростання ринку. Конкурентні переваги: закріплювати існуючі конкурентні властивості товару або послуги. Вибіркове інвестування, тільки в ті проекти, які значно можуть покращити конкурентні переваги компанії в галузі.
Позиція №11.	Ринок на стадії зрілості – конкурентне положення компанії сприятливе. Стратегія спрямовується на захоплення ринкових ніш і сильної диференціації. Цілі щодо зростання продаж: дорівнює темпу зростання ринку. Конкурентні переваги: зберігати на існуючому рівні. Скоротити інвестиції до мінімально необхідного рівня.
Позиція №12.	Ринок на стадії спаду – конкурентне положення компанії сприятливе. Стратегія спрямовується на скорочення затрат і підготування виходу з ринку. Інвестиції мінімальні або відсутні.
Позиція №13.	Ринок на стадії зародження – конкурентне положення компанії нестійке. Стратегія спрямовується на виживання і збереження частки ринку. Цілі щодо зростання продаж: дорівнює темпу зростання ринку. Конкурентні переваги: закріплювати існуючі конкурентні властивості товару або послуги. Вибіркове інвестування, тільки в ті проекти, які значно можуть покращити конкурентні переваги компанії в галузі.
Позиція №14.	Ринок на стадії зростання – конкурентне положення компанії нестійке. Стратегія спрямовується на захоплення ринкових ніш і сильної диференціації. Цілі щодо зростання продаж: дорівнює темпу зростання ринку. Конкурентні переваги: закріплювати існуючі конкурентні властивості товару або послуги. Вибіркове інвестування, тільки в ті проекти, які значно можуть покращити конкурентні переваги компанії в галузі. Бути обережним з інвестиціями, зростає ризик низької окупності.
Позиція №15.	Ринок на стадії зрілості – конкурентне положення компанії нестійке. Стратегія спрямовується на захоплення ринкових ніш і сильної диференціації. При неможливості вихід з ринку. Цілі щодо зростання продаж: дорівнює темпу зростання ринку. Конкурентні переваги: зберігати на існуючому рівні. Інвестиції мінімальні або відсутні.
Позиція №16.	Ринок на стадії спаду – конкурентне положення компанії нестійке. Стратегія скорочення затрат і підготування виходу з ринку. Інвестиції відсутні.
Позиція №17, 18, 19.	Ринок на стадії зародження/зростання/зрілості – конкурентне положення компанії слабе. Стратегія: або інвестувати і розвивати конкурентні переваги або виходити з ринку.
Позиція №20.	Ринок на стадії спаду – конкурентне положення компанії слабе. Стратегія передбачає вихід з ринку та закриття бізнесу з мінімальними затратами.

## Додаток Ш

Таблиця Ш. 1

Найбільш визначні об'єкти культурно-історичної спадщини України [23]

Місце в рейтингу за оцінками експертів	Назва	Короткий опис	Розташування
1	Києво–Печерська Лавра	Православний монастирський комплекс в Києві. Один з найбільших християнських центрів – святинь країни. Визначна пам'ятка історії та архітектури.	Київська область
2	Софія Київська	Християнський собор у центрі Києва, пам'ятка української архітектури та монументального живопису XI–XVIII століть, одна з небагатьох уцілілих споруд часів Київської Русі. Одна з найголовніших християнських святинь Східної Європи, історичний центр Київської митрополії.	Київська область
3	Софіївка	Пам'ятка крає видного типу світового садово–паркового мистецтва кінця XVIII першої половини XIX ст..	Черкаська область
4	Херсонес Таврійський	Старогрецьке місто–держава в південно–західній частині Криму (у межах Севастополя).	АР Крим
5	Заповідник «Кам'янець»	Національний історико–архітектурний заповідник	Хмельницька область
6	Свято гірська Лавра	Православний монастир, розташований на високому крейдяному правому березі Сіверського Дінця (так звані Святі гори). Крім наземних будівель, має крейдяні печери. У Лаврі зберігаються мощі преподобного Іоанна, затворника Святогірського	Донецька область
7	Хортиця	Найбільший острів на Дніпрі, розташований у районі міста Запоріжжя, нижче Дніпровської ГЕС. Унікальний природний та історичний комплекс.	Запорізька область
8	Почаївська Лавра	Православний чоловічий монастир у Почаєві зі статусом лаври. Найбільша православна святиня Волині, друга після Києво–Печерської Лаври. На її території знаходиться Почаївська духовна семінарія.	Тернопільська область
9	Кам'яні могили	Заповідник відрізняється великим розмаїттям біологічних видів, що мешкають тут. 18 видів рослин, що занесені до Червоної книги України, безперешкодно розвиваються на його території. Велику наукову цінність являє незайманий степ. Окремо вивчаються ґрунти, що утворювалися степовою	Донецька область

		рослинністю багато тисячоліть.	
10	Лівадійський палац	Палацовий комплекс, знаходиться в смт Ліва– дія. Пам'ятка історії національного значення.	АР Крим
11	Антонієві печери	Печерний християнський монастир, заснований у 1069 р. чернігівським князем Святославом Ярославичем.	Чернігівська область
12	Хотинська фортеця	Історико–культурний заповідник	Чернівецька область
13	Острозький замок і академія	Замок було побудовано на місці дерев'яного укріплення зруйнованого монголо–татарами 1241 р. Спочатку це була башта–донжон, яка тепер носить назву «Вежа Мурована». Замок був резиденцією князів Острозьких. Зараз на території Острозького замку розташовано Острозький краєзнавчий музей.	Рівненська область
14	Одеській оперний театр	Найстаріший оперний театр України.	Одеська область
15	Одеський замок	Пам'ятка архітектури та історії XIII–XVIII ст. Один із найдавніших в Україні замків, імовірно, побудований одним із синів галицько–волинського князя Юрія Львовича на плато пагорба, який височіє серед заплави р. Ліберція.	Львівська область
16	Шевченківський заповідник у Каневі	Перший в Україні історико–культурний заповідник, удостоєний статусу національного. У складі заповідника вісім пам'яток культурної спадщини.	Черкаська область
17	Музей писанки	Єдиний у світі Музей писанки або писанкового розпису	Івано–Франківська область
18	Замок Паланок	Унікальний зразок середньовічної фортифікаційної архітектури з поєднанням різних стилів.	Закарпатська область
19	Національний історико–етнографічний заповідник «Переяслав»	Один із найбільших заповідників України.	Київська область
20	Луцький замок	Верхній замок Луцька, один із двох (частково) збережених замків, пам'ятка архітектури та історії національного значення.	Волинська область
21	Держпром	Перший радянський 13–поверховий хмарочос, пам'ятка архітектури в стилі конструктивізму, одна з трьох харківських висоток, збудована впродовж 1926–1928 рр.	Харківська область

**СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА*****Монографії***

1. Юхновська Ю.О. Формування та розвиток потенціалу туристичної галузі: регіональний аспект : монографія. Запоріжжя. Просвіта, 2020. 312с.
2. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Соціально-економічна характеристика сучасного ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Innovations in the development of socio-economic systems: microeconomic, macroeconomic and mesoeconomic levels: Collective monograph*. Lithuania: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2016. Vol. 2. P. 311–326.
3. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Споживчі та економічні пропозиції бальнеологічних послуг на ринку лікувально-оздоровчого туризму країн Карпатського регіону. *Economic system development trends: the experience of countries of Eastern Europe and prospects of Ukraine: monograph / edited by authors*. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2018. P. 278–305.
4. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Управління природними лікувальними ресурсами на ринку лікувально-оздоровчого туризму України. *Функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі України: монографія / за заг. ред. М. Ю. Барна*. Львів: ЛТЕУ, 2018. С. 277–290.

***Статті у наукових фахових виданнях України***

5. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Взаємозв'язок економічних інтересів суб'єктів на ринку лікувально-оздоровчого туризму України. *Інфраструктура ринку*. 2016. № 2. С72-77. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2016/2\\_2016\\_ukr/16.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2016/2_2016_ukr/16.pdf). Електронне фахове видання.
6. Юхновська Ю. О., Куреда Н. М. Складові частини та рівні управління розвитком лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*.

2018. Вип. 19. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/19-2018>. Електронне фахове видання.

7. Юхновська Ю. О., Головкова Л.С. Стратегії розвитку туристичної галузі регіонів України. *Підприємництво та інновації*. Київ, 2019. Вип. №9, С. 18-23.

***Статті в наукових періодичних виданнях іноземних держав та у наукових фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз***

8. Юхновська Ю. О., Головкова Л. С. Розвиток туристичної галузі України та Запорізького регіону на основі кластерного підходу. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. Dnipro, 2019. Iss. 28 (4). P. 640–648.

9. Юхновська Ю. О., Гірняк Є. І. Розвиток туристичного потенціалу Запорізького регіону. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 7. URL: <http://www.easterneurope-eb.in.ua/7-2017-ukr> (дата звернення: 19.10.2018).

10. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород, 2019. Вип. 23/2019. С. 147–152.

11. Юхновська Ю. О. Вплив готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туристичної галузі України. *Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр.* Київ. Вип. 3 (71). Ч. 1. С. 148–154.

12. Юхновська Ю. О. Вплив розвитку культурно-історичної спадщини на економічний розвиток туристичної галузі України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 6 (111). С. 55–59.

13. Юхновська Ю. О. Дослідження діяльності туристичної галузі Запорізького регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород, 2019. Вип. 26/2019. С. 130–134.

14. Юхновська Ю. О. Дослідження життєвого циклу туристичної галузі регіонів України. *Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал*. 2019. Вип. 5-1 (54). С. 78–82.
15. Юхновська Ю. О. Дослідження потенціалу туристичної галузі конкурентоздатних регіонів України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 5 (110). С. 65–70.
16. Юхновська Ю. О. Застосування матриці ADL для обґрунтування стратегії туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46. С. 73–76.
17. Юхновська Ю. О. Комплексний метод оцінки ефективності потенціалу туристичної галузі. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. Чехія, 2019. Vol. 5. Iss. 2. P. 71–78.
18. Юхновська Ю. О. Методика оцінки економічної ефективності інтегрованого туристичного кластеру. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48. С. 177-182.
19. Юхновська Ю. О. Методичні підходи оцінки туристичного потенціалу України та регіонів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Київ, 2019. Т. 30 (69). № 4. С. 54–59.
20. Юхновська Ю. О. Оцінка привабливості окремих видів туристичної галузі Запорізького регіону. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль, 2019. № 4/2019. С. 33–39.
21. Юхновська Ю. О. Розвиток туристичних залізничних перевезень України. *Економіка та суспільство*. 2017. № 13. URL: <http://economyandsociety.in.ua/>.
22. Юхновська Ю. О. Сучасні тенденції розвитку потенціалу туристичної галузі України та Запорізького регіону. *Економіка та суспільство*. 2018. № 19. С. 261–268. URL: <http://economyandsociety.in.ua/> (дата звернення: 25.07.2019).

23. Юхновська Ю. О. Сучасний стан транспортної інфраструктури туристичної галузі України. *Проблеми економіки транспорту*: збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Дніпро: Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2018. Вип. 16. С. 76–84.

24. Юхновська Ю. О. Теоретичні засади збалансованого розвитку потенціалу національної туристичної галузі. *Review of transport economics and management*: збірник наукових праць Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Дніпро: Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2020. Вип. 3(19) С. 197–209.

25. Юхновська Ю. О. Теоретичні підходи до визначення сутності туристичного потенціалу регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Київ, 2019. Т. 30 (69). № 1. С. 42–46.

26. Юхновська Ю. О. Теоретичний підхід до визначення економічної категорії «туристичний кластер». *Бізнес-навігатор*: науково-виробничий журнал. Херсон, 2019. Вип. 6.1 (56). С. 131–135.

27. Юхновська Ю. О. Чинники впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на розвиток потенціалу туристичної галузі Запорізького регіону. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент»*. Одеса, 2019. Вип. 40/2019. С. 53–59.

28. Юхновська Ю. О. Формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль, 2019. № 2 (57). С. 18–27.

29. Юхновська Ю. О. Формування стратегії розвитку кластеру туристичної галузі України та запорізького регіону. *Проблеми системного підходу в економіці*: зб. наук. пр. Київ, 2019. Вип. 4 (72). Ч. 2. С. 59–65.

30. Юхновська Ю. О., Головкова Л.С. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. «Бізнес інформ». Харків, 2020. №2. м. С. 179-186.

***Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації***

31. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Інноваційні та інформаційні технології в економічному розвитку туристичної галузі України. *Modern Innovative and Information Technologies in the Development of Society / scientific editors A. Ostenda, T. Nestorenko. Copyright by: Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach. Katowice, 2018.*

32. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Конкурентоспроможність послуг на ринку лікувально-оздоровчого туризму. *Innovative Potential of Socio-Economic Systems: the Challenges of the Global World: International Scientific Conference, December 22th, 2017. Lisbon, Portugal: Baltija Publishing. Pt. I. P. 103–107.*

33. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Проблеми розвитку інклюзивного туризму в Україні. *Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. Pt. I. P. 99–101.*

34. Юхновська Ю. О., Нечипоренко В. В., Куреда Н. М. Управління розвитком лікувально-реабілітаційного та оздоровчого туризму в Україні. *Modern Problems of Improve Living Standards in a Globalized World: Conference Proceedings of the II International Scientific Internet-Conference (December 8, 2017, Opole – Berdyansk – Tbilisi – Slovyansk – Kropyvnytsky). 2017. С. 158–165.*

35. Юхновська Ю. О. Кластеризація туристичної галузі в Запорізькому регіоні. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностичні сценарії та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-пр. конф., м. Херсон, 25–26 квітня 2019 р. Херсон: Вид-во ФОП Вишемирський В. С., 2019. С. 129-132.*



36. Юхновська Ю. О. Конкурентний потенціал туристичної галузі України: проблеми та перспективи. *Universum View 13. Economics and management*: міжнародна науково-практична конференція. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2019. С. 215–218.

37. Юхновська Ю. О. Методики оцінювання туристичного потенціалу регіону. *Механізми та стратегії розвитку господарюючих суб'єктів в умовах інтеграційних процесів*: матеріали науково-практичної INTERNET-конференції студентів та молодих вчених з міжнародною участю (м. Харків – Пшеворськ, 19 лютого 2019 р.) / Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku. Przeworsk: WSSG, 2019. С. 140–142.

38. Юхновська Ю. О. Основні проблеми та перспективи розвитку туристичного потенціалу Запорізького регіону. *Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємництва*: матер. I Міжнародної науково-практичної конференції (8–9 листопада 2018 р.). Житомир, 2018. С. 285–289.

39. Юхновська Ю. О. Оцінка розвитку транспортної інфраструктури в Україні. *Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика*: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції 24 листопада 2017 р. Запоріжжя: КПУ, 2017. С. 559–561.

40. Юхновська Ю. О. Проблеми та завдання інфраструктури туристичної галузі України. *Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика*: матеріали VI Міжнародної заочної науково-практичної конференції 30 листопада 2018 р. Запоріжжя: КПУ, 2018. С. 204–207.

41. Юхновська Ю. О. Проблеми та перспективи розвитку туристичної, лікувально-оздоровчої та курортно-рекреаційної сфери Запорізької області. *Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової*

*економіки*: тези V Міжнародної наук.-практ. конференції (2–3 листопада 2017 р.). Житомир, 2017. С. 355–357.

42. Юхновська Ю. О. Розвиток соціально-культурних рекреаційних ресурсів України. *Наука очима молоді – 2019*: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (17 травня 2019 року, м. Запоріжжя) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. Запоріжжя: Вид-во Хортицької національної академії, 2019. С. 300–301.

43. Юхновська Ю. О. Роль залізничного транспорту в туристичній індустрії України. *Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 10-річчю факультету міжнародного туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету, м. Запоріжжя, 30–31 березня 2017 р.: в 2 т. / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. Запоріжжя: Просвіта, 2017. Т. 1. С. 422–425.

44. Юхновська Ю. О. Світовий досвід функціонування туристичних кластерів країни. *Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України*: зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених (21 лист. 2019 р.) / Харків. нац. автомобільно-дорожн. ун-т. Харків: ХНАДУ, 2019. С. 313–315.

45. Юхновська Ю. О. Синергетична стратегія як основа управління розвитком потенціалу туристичної галузі України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 150–153.

46. Юхновська Ю. О. Вплив залізничного транспорту на туристичну галузь України. *Проблеми та перспективи розвитку залізничного транспорту*: тези 79 Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 16–17 травня 2019 р.). Дніпро: ДНУЗТ, 2019. С. 377–378.

47. Юхновська Ю. О. Стратегічне планування розвитку туристичної галузі регіонів країни. *Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах євроінтеграції*: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених (м. Львів, 24 січня 2019 р.). Львів: Львівський торговельно-економічний університет, 2019. С. 372–373.

48. Юхновська Ю. О. Теорії формування та розвитку регіонального потенціалу туристичної галузі України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: Х Міжнародна науково-практична конференція. Черкаси, 2019. С. 87–89.

49. Юхновська Ю. О. Теоретичні засади визначення потенціалу туристичної галузі. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання* XI Міжнародна науково-практична конференція : Черкаси, 2020. С.182-185.

50. Юхновська Ю. О. Теоретичні підходи щодо дослідження розвитку туристичної галузі України. *Universum N V: Proceedings of International Scientific Conference*. Morrisville: Lulu Press, 2019. P. 36–39.

51. Юхновська Ю. О. Теоретичні проблеми і практичні аспекти транспорту та його використання в туристичній сфері. *Наука та інновації як основні шляхи вдосконалення економічного потенціалу країни*: Міжнародна науково-практична конференція, м. Львів, 18–19 листопада 2016 року / ГО «Львівська економічна фундація». Львів, 2016. С. 83–86.

52. Юхновська Ю. О. Фінансове забезпечення туристичної галузі України. *Наука і освіта в сучасному світі*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Караганди: РІО «Болашак-Баспа». 2019. Т. 1. С. 342-345.

53. Юхновська Ю. О. Чинники впливу євроінтеграції та глобалізації на туристичну галузь України. *Наука і вища освіта*: XXVII Міжнародна наукова конференція студентів і молодих учених, 14 листопада 2018 р. Запоріжжя: КПУ, 2018. С. 496–497.

54. Юхновська Ю. О. Комплексний метод ідентифікації туристичних кластерів. *I Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір»* (Запоріжжя, 14 травня 2020 року) – З.:ХННРА, 2020. – с. С.687-688.