

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

Тонкошкур Максим Васильович

УДК 332.1:338.48

ДИСЕРТАЦІЯ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО
КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

Спеціальність 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело _____ Тонкошкур М.В.

Науковий керівник – Писаревський Ілля Матвійович, доктор економічних наук, професор

ХАРКІВ – 2017

АНОТАЦІЯ

Тонкошкур М. В. Забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. – ДВНЗ «Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова». – ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Івано-Франківськ, 2017.

Дисертація присвячена дослідженню науково-теоретичних підходів щодо забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону та визначення ефективності використання наявної ресурсної бази. При цьому, запропонований методичний підхід щодо рейтингової оцінки привабливості туристичного комплексу регіону; принципи та механізм формування туристичного профілю регіонального комплексу, що в сукупності вирішує важливе наукове питання формування регіональної стратегії розвитку туризму та визначення й подальше просування спеціалізованих напрямів туризму, які забезпечують функціонування та розвиток туристичного комплексу регіону.

Розроблено науково-методичний підхід щодо рейтингового оцінювання привабливості туристичного комплексу у розрізі регіонів, який побудований на основі використання кількісних показників, що характеризують ресурсну складову та систематизованих за бальним принципом, й дворівневу систему вагових коригуючих коефіцієнтів, які враховують вплив визначених типів туристичних ресурсів на розвиток окремих видів туризму, відповідно до удосконаленої автором класифікації видів туризму.

Запропонований механізм визначення результатів функціонування туристичного комплексу та механізм забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону шляхом формування туристичного профілю.

Удосконалено теоретико-методичні підходи щодо систематизації та структурування територіально-просторових утворень у туристичній сфері, а

саме виділено та доповнено поняття «туристичний комплекс регіону», як міжгалузевої системи; методичний підхід до визначення проблем розвитку регіонального туризму, який передбачає розрахунок внеску туристичного сектору у валовий регіональний продукт; методичні підходи до оцінки туристичного комплексу регіону, які передбачають визначення можливостей ефективного використання ресурсної бази туристичних комплексів та оцінку результатів його роботи.

Встановлено, що за своєю сутністю туризм розглядається як складне та суперечливе поняття, яке з одного боку сформовано в контексті інтересів туриста, а з іншого боку визначається як певна сукупність явищ та взаємовідносин, які виникають при взаємодії туристів, організаторів подорожей, місцевих органів влади та населення у процесі туристичної діяльності з метою задоволення соціально-економічних та гуманітарних потреб суспільства. Незважаючи на економічний зміст поняття, туризм не визнаний як окрема галузь економіки, а його складові відповідно до світової та вітчизняної класифікації видів економічної діяльності віднесено до різних галузевих розділів.

Встановлено, що одним із основних аспектів забезпечення функціонування туризму в сучасних умовах є необхідність визначення територіально-просторових обмежень сучасних туристичних територій. Систематизація теоретико-методичних підходів щодо визначення типів територіально-просторових утворень у туристичній сфері та їх структурування дали можливість обґрунтувати необхідність використання уточненого поняття «туристичний комплекс регіону», як складної багатофункціональної системи, формування якої відповідно до визначених умов, забезпечує стабільні функціонування та розвиток регіонального туризму.

Дослідження туристичного комплексу, як складної соціально-економічної системи доцільно проводити в контексті вивчення двох головних економічних підсистем: туристичної пропозиції та туристичного попиту. Саме збалансованість даних складових забезпечує стабільне функціонування туристичного комплексу в цілому.

Просування та продаж туристичного продукту, як і в цілому туристичного напрямку, в сучасному туризмі, незважаючи на високу загальну кількість туристів, набуває практично адресного характеру.

Встановлено наявність різноманітних підходів щодо управління туристичним комплексом, що засвідчує про суттєві відмінності у функціонуванні туристичних комплексів в залежності від їх типу, та обумовлюють необхідність проведення гнучкої регіональної політики, пристосування існуючих підходів з урахуванням особливостей кожного регіону з метою забезпечення його сталого розвитку. Доведено, що ефективність розвитку та функціонування туристичного комплексу регіону залежить безпосередньо від оптимального використання ресурсної бази території.

Туризм, як економічний напрям, використовує різноманітні ресурси, але з метою задоволення рекреаційних та туристичних потреб туристів, необхідний диференційований підхід. Один і той же самий тип ресурсів може здійснювати різний вплив на функціонування туристичних комплексів, бути домінуючим фактором атрактивності або, за певних умов, взагалі може не використовуватися.

Досліджено теоретико-методичні підходи щодо структурування ресурсної складової функціонування туристичного комплексу. Встановлено, що будь-який процес формування системи туристичних ресурсів з метою забезпечення функціонування туристичного комплексу потребує визначення їх структурних елементів.

Запропоновано класифікацію туристичних ресурсів проводити з виокремленням по елементних складових по кожному типу. Кожна із груп, що входить до туристичних ресурсів забезпечує вплив на конкретний етап життєвого циклу турпродукту, при цьому формуючи єдину систему стабільного функціонування туристичного комплексу регіону.

Дослідження особливостей формування та результатів функціонування туристичного комплексу, зважаючи на багатоаспектність поняття туризм, передбачає запровадження дворівневої системи: вивчення ресурсної складової та аналіз діяльності підприємств, що входять до складу туристичного комплексу.

Визначено, що організатори туризму: туроператори та турагенти фактично працюють на виїзний туризм. Хоча така тенденція свідчить про негативний вплив діяльності турпідприємств на стабільне функціонування регіональних туристичних комплексів, але визначення її причин дозволяє розробити стратегічні плани щодо подальшої активізації розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Результати аналізу роботи туристичних підприємств неповною мірою відображають особливості функціонування туристичних комплексів регіонів, додаткового аналізу потребує діяльність колективних закладів розміщення, адже це єдиний, ґрунтовно отриманий показник, що характеризує реальну привабливість регіонального туристичного комплексу через кількість туристів, що не тільки відвідали регіон, а й скористалися послугами розміщення. Проте використання окремих показників не дає можливості визначити загальний вплив туризму на розвиток регіональної економіки. Одним із головних показників, що відображають результат роботи туристичного комплексу регіону є його внесок у валовий регіональний продукт.

Доведено, що офіційні статистичні дані не відповідають реальним можливостям туристичних комплексів. Розробка стратегії розвитку має ґрунтуватися на об'єктивних оцінках ресурсного потенціалу та фактичних показниках функціонування туристичних комплексів. Існуючі методики потребують уточнення та доповнення з метою визначення як фактичного рейтингу регіону, так і можливостей щодо подальшого розвитку.

Запропоновано методичний підхід оцінки туристичних комплексів, одним із важливих аспектів якого є визначення видів туризму та оцінювання степеню впливу на них різних типів туристичних ресурсів. Доведено, що найбільша частка припадає на природно-рекреаційний туризм та культурно-пізнавальний туризм, решта видів має перспективність розвитку в залежності від особливостей та ресурсного забезпечення туристичного комплексу. Сумарний вплив класичних туристичних ресурсів на розвиток певних видів туризму є опосередкованим, окремі його елементи є більш суттєві, а інші

взагалі мають мінімальне значення. Загалом, завдяки аналізу ресурсної складової та результатів експертної оцінки визначено закономірності функціонування туристичних комплексів та вплив різних типів туристичних ресурсів на розвиток окремих видів туризму.

Забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону в сучасних умовах є складним процесом, який передбачає впровадження зваженої стратегії розвитку регіонального туризму з урахуванням можливостей ресурсної складової. Розробка стратегії розвитку туризму в регіонах має базуватися на засадах, що відображають взаємозв'язки його окремих елементів та включає, на нашу думку, наступні складові: забезпечення якості; гарантування безпеки; забезпечення цілеспрямованості; забезпечення адаптивності; формування відкритості; забезпечення самоорганізації; забезпечення поступовості розвитку; принцип атрактивності. Саме правильне визначення перспективних напрямів є запорукою стабільного функціонування та розвитку туристичного комплексу. Забезпечення поступовості у поєднанні з принципом атрактивності, враховуючи наявність, стан та рівень використання туристичних ресурсів, визначають спеціалізацію туристичної території.

Запропоновано методичний підхід щодо формування туристичного профілю регіону, який передбачає визначення значимості видів туризму та розробки стратегії їх подальшого розвитку. Беззаперечним є той факт, що для усіх туристичних комплексів України традиційно найбільш привабливими та перспективними є природно-рекреаційний та культурно-пізнавальний туризм. Але в сучасних умовах зміни споживчих інтересів та розширенням діапазону туристичної пропозиції, актуальним стає визначення тих видів туризму, які не є домінуючими, але демонструють швидке зростання.

Ключові слова: туристичний комплекс, регіон, регіональний туристичний продукт, рейтингове оцінювання, туристичний профіль

Tonkoshkur M.V. Providing functioning of the tourism complex of the region. - On rights for a manuscript.

Dissertation for getting the scientific degree of the Candidate of Science in Economy in speciality 08.00.05 Development of Productive Forces and Regional Economy. – State Higher Educational Establishment «O.M. Beketov National University of Municipal Economy in Kharkiv». - State Higher Educational Establishment «Vasyl Stefanyk Precarpathian National University», Ivano-Frankivsk, 2017.

Dissertation is devoted to researching the scientific and theoretical approaches in relation to providing functioning of the tourism complex of the region and determination of the efficiency of the present resources basis use. Thus, a methodical approach in relation to the rating estimation of attractiveness of the tourism complex of the region is offered; the principles and mechanism of forming of the tourist profile of the regional complex are suggested, which collectively solves an important scientific problem of forming regional strategy of tourism development as well as determination and further advancement of the specialized directions of tourism, which provide functioning and development of the tourism complex of the region.

The scientific and methodical approach to the rating assessment of the attractiveness of the tourism complex in the region is developed, which is based on the use of quantitative indicators characterizing the resource component and systematized by the points system as well as a two-level system of significance correction coefficients taking into account the influence of the determined types of tourist resources on the development of certain types of tourism, according to the classification of the types of tourism improved by the author.

The mechanism of determination of the results of the tourism complex functioning; the methodical approach to determination of the problems for the development of regional tourism development and the mechanism of providing functioning of the tourism complex using the tourist profile forming are offered..

Theoretic and methodic approaches are improved in relation to systematization and structuring of territorial-spatial units in a tourism sphere, a definition «tourism

complex of region» is namely distinguished and complemented, as an inter-branch system; the methodical approach of determination the problems of regional tourism development, which foresees the calculation of tourist payment in a gross regional product; methodical approach of region tourism complex estimation, which foresee determination of possibilities to the effective use of resource base of tourism complexes and estimation of their dealing results.

It is established that tourism in its essence is considered as a complex and contraversial concept which, on the one hand, is formed in the context of the tourist's interests, and, on the other hand, is determined as a certain aggregate of the phenomena and mutual relations, which arrise in co-operation of tourists, travel agents, local authorities and population in the process of tourist activity to meet the socio-economic and humanitarian needs of the society. Despite the economic content of the concept, tourism is not recognized as a separate branch of the economy, but its components in accordance with world and domestic classifications of types of economic activity are attributed to different branch divisions.

It is established that one of the main aspects of providing functioning of tourism under modern conditions is the need to determine the territorial and spatial restrictions of modern tourist areas. The systematization of theoretical and methodological approaches to the determination of the types of territorial and spatial units in the tourism sector and their structuring gave the opportunity to justify the need to use the improved concept «tourism complex of the region» as a complex multifunctional system, the formation of which, under certain conditions, ensures stable functioning and development of regional tourism.

The study of the tourism complex as a complex socio-economic system should be conducted in the context of studying two main economic subsystems: tourism supply and tourist demand. It is the balance of these components that ensures the stable functioning of the tourism complex as a whole.

Promotion and sale of tourism product as well as in modern tourism on the whole is practically customer targeted despite a high total number of tourists.

Various approaches to management of the tourism complex are determined,

which testifies to significant differences in functioning of tourism complexes depending on their type and stipulates the need for a flexible regional policy, adaptation of the existing approaches taking into account the specific characteristics of each region in order to ensure its sustainable development. It is proved that the efficiency of the development and functioning of the tourism complex of the region depends directly on the optimal use of the resource basis of the territory.

Tourism, as economic area, uses a variety of resources, but in order to meet the recreational and tourist necessities of tourists, a differentiated approach is needed. The the same type of resources can have a different influence on functioning of tourism complexes, to be the dominant factor of attraction or, under certain conditions, may be not used at all.

The theoretical and methodical approaches relating structuring of the resource constituent of the tourism complex functioning are studied. It is established that any process of forming of a system of tourist resources with the purpose of providing of the tourism complex functioning requires determination of its structural elements.

Classification of tourist resources is suggested to conduct with a selection of element constituents in each type. Each of the groups that is included in tourist resources provides influence on the concrete stage of the life cycle of the tourist product forming the single system of stable functioning of the tourism complex of the region.

Research of the specific features of forming and the results of functioning of the tourism complex, taking into account the multidimensional essence of the concept 'tourism' foresees an introduction of the two-level system, i.e. studying of the resource constituent and analysing the activity of the enterprises which form a part of the tourism complex. It is determined that the organizers of tourism, namely, tour operators and tour agents actually work in the field of outbound tourism. Although such a tendency shows a negative impact of the activities of tourist companies on stable functioning of regional tourism complexes, but determination of its reasons allows to work out strategic plans in relation to further intensification of the internal tourism development in Ukraine.

The results of the analysis of the work of the tourist enterprises to a certain

extent reflect the peculiarities of the functioning of the tourism complexes of the regions; additional analysis is needed concerning the activity of the collective accommodation establishments as it is the only valid indicator that characterizes the real attractiveness of the regional tourism complex on the basis of the number of tourists who have not only visited the region, but also took the advantage of the accommodation services. However, the use of individual indicators does not make it possible to determine the overall impact of tourism on the development of the regional economies. One of the main indicators reflecting the performance of the tourism complex of the region is its contribution to the gross regional product.

It is proved that official statistics does not correspond to real possibilities of the tourism complexes. The strategy of development should be based on an objective estimation of the resource potential and the actual indicators of tourism complexes functioning. The existing techniques need to be clarified and supplemented to determine both the actual ranking of the region and the opportunities for further development.

The methodical approach of estimation of tourism complexes is offered, one of the important aspects of which is definition of the types of tourism and estimation of the degree of influence of different types of tourist resources. It is proved that the largest share belongs to nature-recreational tourism and cultural tourism, the other kinds have various prospects depending on the specific features and resources of the tourism complex. The total impact of the classical tourism resources on the development of certain types of tourism is indirect, some of its elements are more significant, while others generally have minimal significance. In general, due to the analysis of the resource component and the results of the expert evaluation, the laws of the functioning of tourism complexes functioning are determined as well as the impact of various types of tourist resources on the development of certain types of tourism.

Providing functioning of the tourism complex of the region in modern conditions is a complicated process, which involves the implementation of a balanced strategy for the development of regional tourism, taking into account the capabilities of the

resource component. Working out the strategy of tourism development in the regions should be based on the principles that reflect the interrelationships of its individual elements and, in our opinion, include the following components: quality assurance; security assurance; ensuring of purposefulness; ensuring adaptability; formation of openness; providing self-organization; ensuring a gradual development; the principle of attractiveness. It is a correct definition of promising directions that is the key to the stable functioning and development of the tourism complex. Provision of graduality in combination with the principle of attractiveness, taking into account the availability, condition and level of the tourism resources using determine the specialization of the tourist area.

The methodical approach to the formation of the tourism profile of the region is suggested, which involves determining the importance of the tourism types and developing a strategy for their further development. Undeniable is the fact that for all tourism complexes of Ukraine, traditionally, the most attractive and promising are natural-recreational and cultural tourism. Nevertheless, in the current conditions of consumer interests changing and expanding the range of tourist offers, it has become more relevant to define those types of tourism that are not dominant but show a rapid growth.

Key words: tourism complex, region, regional tourist product, rating estimation, tourist profile

Список праць за темою дисертації:

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Тонкошкур М. В. Региональный аспект развития туризма / М. В. Тонкошкур // Комунальне господарство міст: науково-технічний збірник. Випуск 24. Серія: Економічні науки. – Київ, «Техніка», 2000. – С. 152-155.

2. Тонкошкур М. В. Основні принципи визначення туристичного потенціалу регіонів України / М. В. Тонкошкур // Комунальне господарство міст: науково-технічний збірник. Випуск 87. Серія: Економічні науки. – Київ, «Техніка», 2009. – С. 446-450.

3. Тонкошкур М. В. Основні тенденції функціонування туристичного ринку в регіонах України / М. В. Тонкошкур // Вісник Хмельницького національного університету: Збірник наукових праць. № 6, Т. 2. – Хмельницький, 2017. – С. 221-232.

4. Тонкошкур М. В. Формування методики оцінки ресурсного потенціалу регіонального туристичного комплексу / М. В. Тонкошкур // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки – Черкаси : ЧДТУ, 2017. – Вип. 45. Том 2. – С. 46-53.

5. Тонкошкур М. В. Методичні підходи до оцінки потенціалу туристичного комплексу / М. В. Тонкошкур // Sciences of Europe – Volume 4, № 20 (20) (2017). – Praha, Czech Republic, 2017. – С. 37-41.

Матеріали наукових конференцій:

1. Тонкошкур М. В. Системный подход к вопросам туристско-экскурсионного районирования Украины / М. В. Тонкошкур, В. В. Абрамов // Краєзнавство і туризм: освіта, виховання, стиль життя: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (9-11 листопада 2000 р., м. Херсон). – К.: Видавництво «Карбон Лтд», 2000. – С. 37-44.

2. Тонкошкур М. В. Удосконалення системи оцінки туристського потенціалу регіонів України як засіб управління регіональним розвитком галузі / М. В. Тонкошкур // Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Харків 28-29 березня. – Х. ХНАМГ, 2013. – С. 10-11.

3. Тонкошкур М. В. Особливості функціонування підприємств туристичного комплексу регіону: нові можливості / М. В. Тонкошкур // International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, Part II, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. – P. 158 – 161.

ЗМІСТ

ВСТУП	15
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ	21
1.1. Умови формування туристичного комплексу, як складової економіки регіону	21
1.2. Механізм функціонування туристичного комплексу регіону	41
1.3. Формування ресурсної складової туристичного комплексу регіону	58
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ТА АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	75
2.1. Методичні підходи до оцінки складових функціонування туристичного комплексу	75
2.2. Оцінка впливу туристичних комплексів на розвиток регіонів	91
2.3. Проблеми оптимізації діяльності туристичного комплексу регіону	109
РОЗДІЛ 3. НАУКОВО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ	127
3.1. Механізм формування структури регіонального туристичного продукту за видами	127
3.2. Розробка методики рейтингової оцінки туристичного комплексу регіону	150
3.3. Формування засад забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону	166
ВИСНОВКИ	182
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	185
ДОДАТКИ	206

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Розвиток туристичного комплексу з точки зору регіональної економіки та науки про розвиток продуктивних сил сьогодні є одним із питань, що потребують поглибленого вивчення та розроблення. Туристичні комплекси регіонів є осередками підвищення соціально-економічних стандартів життя населення. Недооцінення ролі туристичного комплексу в формуванні іміджу регіону та визначення його сукупного соціально-економічного впливу значною мірою зумовили вибір теми дослідження. Зважаючи на досвід європейських країн і беручи до уваги прогресивну практику ефективного управління туризмом, регіональна влада має змогу прискорити позитивні соціально-економічні перетворення територій. Саме тому актуальними є поглиблене вивчення вагомості внеску туристичного комплексу в економічний розвиток регіону, вдосконалення роботи туристичних комплексів регіонів та проведення прогнозування щодо забезпечення туризму в територіальному розрізі.

Основу дослідження процесу формування наукової думки та підходів до окремих аспектів регіонального розвитку займалися і займаються такі українські і зарубіжні вчені-регіоналісти: І. Благун, П. Бубенко, І. Буднікевич, І. Вахович, З. Герасимчук, О. Карлова, В. Козуб, О. Кулік, А. Мельник, С. Пасека, М. Прохорова, Л. Чепурда та інші.

Теоретичні й прикладні аспекти забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону, основи організації туризму, забезпечення функціонування рекреаційних комплексів, що знайшли відображення в ході дисертаційної роботи, викладено в працях таких вчених як В. Абрамов, О. Бейдик, М. Блага, Т. Божук, В. Герасименко, Ю. Забалдіна, В. Кифяк, Г. Ковалевський, М. Крачило, О. Любіцева, І. Писаревський, С. Попович, В. Руденко, Т. Ткаченко, І. Школа, Л. Шпак та ін. Їх досвід, рекомендації та ретроспективний аналіз використано в дисертаційному дослідженні з метою розкриття суті та динаміки окремих явищ регіонального економічного розвитку.

Проте, окремі аспекти функціонування туристичного комплексу регіону

потребують подальшого дослідження. Зокрема, формування туристичного профілю регіону, що впливає на визначення значимості видів туризму та розробки пріоритетних напрямків їх подальшого розвитку. Усе це свідчить про актуальність даної теми, що зумовило її вибір для дисертаційного дослідження.

Тематика дисертаційної роботи відповідає основним напрямкам розвитку організаційно-економічних механізмів функціонування регіональної економіки.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до напрямку науково-дослідних робіт Харківської національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова за темами 0110U007970 «Тенденції та напрями розвитку туристської індустрії України» (2011 – 2013 рр.), а саме досліджено особливості та специфіку взаємодії організаторів туристичного ринку в контексті підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу; доведено необхідність та запропонований підхід щодо сегментації туристів з метою визначення цільових груп для розвитку певних туристичних напрямів; та 0114U005034 «Інноваційні процеси розвитку індустрії туризму: теорія, методологія, практика» (2014 – 2017 рр.), де автором проведено дослідження факторів безпеки з метою підвищення атрактивності туристичних регіонів; досліджено та визначено перспективи активізації туристичного франчайзингу як складової сучасного туристичного комплексу; розглянуті особливості впровадження системи індивідуального туризму, як сучасної складової ефективної роботи організаторів туризму на регіональному рівні та досліджено особливості використання туристичного потенціалу регіону з метою активізації розвитку комбінованого туризму.

Мета і задачі дослідження. Метою дисертаційної роботи є розробка теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону. Досягнення поставленої мети обумовило необхідність постановки та вирішення таких завдань:

- узагальнити теоретичні підходи щодо забезпечення територіально-просторової організації туристичної діяльності;

- розглянути методичні підходи щодо оцінки туристичного комплексу регіону;
- проаналізувати поелементну структуру наявної ресурсної бази та її вплив на результат функціонування туристичних комплексів в розрізі регіонів;
- виявити проблеми функціонування туристичного комплексу регіону;
- розробити методичний підхід щодо рейтингової оцінки туристичного комплексу регіону;
- визначити механізм забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону на основі формування його туристичного профілю.

Об'єктом дослідження є процеси функціонування регіональних туристичних комплексів в сучасних умовах.

Предметом дослідження є теоретико-методичне забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону.

Методи дослідження. Теоретичну і методичну основу дослідження становлять ключові положення, принципи і методи сучасної економічної теорії, теорії управління, праці вітчизняних і зарубіжних учених, закономірності соціально-економічного розвитку регіонів України.

Достовірність отриманих результатів визначається коректним застосуванням широкого спектру загальних і спеціальних наукових методів: узагальнення і порівняльного аналізу, логіко-структурного аналізу – для розкриття базових категорій досліджуваної проблеми та визначення зв'язків туристичного комплексу в зовнішньому середовищі; інституційного підходу – для виділення і уточнення елементів організаційного механізму управління розвитком туристичного комплексу, аналізу і синтезу – для формування основних структурних елементів ресурсної бази туристичного комплексу регіону, експертного оцінювання – для визначення кількісно-бальної оцінки туристичного комплексу регіону, графічного моделювання – для наглядного моделі формування туристичного профілю регіону, статистичного аналізу – для оцінювання динаміки змін і тенденцій можливого розвитку туристичного комплексу регіону, концептуального моделювання – для структурування територіально-просторових утворень у туристичній сфері та

формування моделі забезпечення функціонування туристичного комплексу.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі акти Верховної Ради України, Укази Президента України, звіти Державної служби статистики України, Міністерства економічного розвитку України, монографічні праці вітчизняних і зарубіжних учених, нормативно-правові акти, які регулюють забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону і його розвиток, відомчі матеріали організацій і підприємств туристичної галузі, статистична звітність підприємств та установ, що задіяні в обслуговуванні туристів, мережа Інтернет.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розвитку та поглибленні існуючих теоретичних положень і розробці науково-практичних рекомендацій щодо забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону. Наукові результати, що одержані особисто автором, мають різний ступень наукової новизни та полягають у наступному:

вперше:

- розроблено науково-методичний підхід щодо рейтингового оцінювання привабливості туристичного комплексу у розрізі регіонів, який побудований на основі використання кількісних показників, що характеризують ресурсну складову та систематизованих за бальним принципом, й дворівневу систему вагових коригуючих коефіцієнтів, які враховують вплив визначених типів туристичних ресурсів на розвиток окремих видів туризму, відповідно до удосконаленої автором класифікації видів туризму;

удосконалено:

- теоретико-методичні підходи щодо систематизації та структурування територіально-просторових утворень у туристичній сфері, а саме виділено та доповнено поняття «туристичний комплекс регіону», як міжгалузева система, що дає можливість виокремити складові різних галузей економіки, які задіяні в обслуговуванні туристів та визначити ступінь їх впливу через розрахунок регіонального туристичного продукту;

- методичний підхід до визначення проблем розвитку регіонального туризму, який на відміну від існуючих, поєднуючи кількісно-бальну та економіко-

статистичну оцінку туристичного комплексу регіону передбачає розрахунок внеску туристичного сектору у валовий регіональний продукт;

- механізм забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону шляхом формування туристичного профілю, який передбачає визначення пріоритетних напрямів розвитку туризму та створення системи взаємодії між державним та приватним секторами з метою просування регіонального туристичного продукту та забезпечення його інформаційно-іміджевого супровіду;

одержали подальший розвиток:

- методичні підходи до оцінки туристичного комплексу регіону, які поділено на дві групи: методики, що спрямовані на визначення можливостей ефективного використання ресурсної бази туристичних комплексів, та методики, пов'язані з оцінкою результатів роботи туристичного комплексу;

- механізм визначення залежності результатів функціонування туристичного комплексу регіону шляхом аналізу основних структурних елементів його ресурсної бази та формування системи статистичних показників, застосування яких забезпечує максимально об'єктивний рівень оцінки.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що обґрунтовані теоретичні положення та розроблені методичні підходи доведено до рівня практичних рекомендацій, які можуть бути використані для розвитку методико-прикладного забезпечення функціонування туристичних комплексів регіонів. Удосконалення організаційно-економічного забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону збагатить методичну та організаційну базу для розробки ефективних механізмів державно-приватного партнерства (ДПП) у сфері розвитку туристичних ресурсів на регіональному рівні.

Основні результати дослідження, які доведені до рівня методичних розробок використовуються у роботі структурних підрозділів Харківської обласної державної адміністрації (довідка про впровадження № 03-32-2878 від 03.11.2017 р.).

Теоретичні та методичні розробки використані у навчальному процесі Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова при викладанні дисциплін «Планування та організація туристських

маршрутів», «Туристське країнознавство», «Технологія туристської діяльності» (довідка про впровадження у навчальний процес № 2131 від 26.10.2017 р.).

Рекомендації щодо визначення пріоритетних напрямів туризму при формування туристичного профілю регіону використовуються у діяльності національного туроператора ТОВ «Навігатор-Україна» (довідка про впровадження № 44-11-17 від 06.11.2017 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження – одноосібна наукова праця, в якій викладено авторський підхід з вирішення наукового завдання – формування та реалізації забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону. Наукові положення, висновки та рекомендації, які виносяться на захист, одержані автором самостійно. Внесок у сумісні роботи поданий у списку опублікованих робіт за темою дисертації.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і результати дисертації розглянуто та схвалено на II Міжнародній науково-практичній конференції «Краєзнавство і туризм: освіта, виховання, стиль життя» (9-11 листопада 2000 р., м. Херсон); II Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих науковців «Економіка. Менеджмент і маркетинг невиробничої сфери: теорія, практика, перспективи» (м. Ялта 17-19 квітня 2009 року); XXXV науково-технічні конференції викладачів, аспірантів і співробітників Харківської національної академії міського господарства «Строительство, архитектура, экология, общественные науки» (м. Харків 21-23 квітня 2010 року); Міжнародній науково-практичній конференції «Менеджмент міського та регіонального розвитку» (Харків 28-29 березня 2013 року); Міжнародній науковій конференції «Антикризове управління: держава, регіон, підприємство», (Ле-Ман, Франція, 19 листопада 2017 року).

Публікації. Основний зміст роботи опубліковано у 18 наукових працях, у тому числі: участь у 3 колективних монографіях, 8 статей у наукових фахових виданнях, у тому числі 2 – у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз, 1 – у зарубіжному науковому виданні (з них – 6 без співавторів), 7 – у матеріалах наукових конференцій.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

1.1. Умови формування туристичного комплексу, як складової економіки регіону

Активний розвиток туризму, що спостерігається у світі протягом останніх десятиліть, багато в чому є результатом корінного перегляду у провідних туристичних державах принципів та засад управління туристичною галуззю, формуванням нових напрямів, дестинацій, видів туризму тощо. В Україні розвиток туризму гальмується багатьма чинниками, серед яких економічна та політична нестабільність, екологічні проблеми, низький рівень розвитку інфраструктури та інші. Але принциповим є і відсутність на державному рівні чіткого розуміння змісту та значення туризму, як напрямку, який може стати однією із провідних складових у вітчизняній економіці.

Дослідження у даному напрямку проводяться постійно, але за певними складовими їх результати розходяться і навіть суперечать один одному. Це пояснюється тим, що на сьогоднішній день у роботах вітчизняних науковців можна виділити два принципових підходи щодо дослідження особливостей розвитку туризму на певних територіях, що ґрунтуються на різних методичних та методологічних складових. Це – географічний та економічний підходи. До першої групи дослідників слід віднести О. Бейдика [20], Т. Божук [29], Н. Кравченко [96], О. Любіцевої [106], М. Нудельмана [123], М. Рутинського [140] та інших, які у своїх роботах розглядають суспільно-географічні аспекти розвитку як туризму в цілому, так і окремих його видів, використовуючи переважно кількісну статистичну інформацію щодо ресурсного потенціалу туристичних регіонів та дестинацій. До іншої групи дослідників можна віднести таких вчених, як О. Ільїну [80], В. Кифяка [89], М. Мальської [109], Т. Ткаченко [150], Л. Чепурду [187], Л. Шпак [195] та інших. У своїх роботах вони

використовують організаційно-економічні механізми дослідження туристичного ринку регіону чи дестинації.

Розглядаючи дане питання в історичній площині принагідно зазначити, що питанням розвитку туризму на окремих територіях певну увагу приділяли ще радянські вчені, хоча їх дослідження мали не достатньо глибокий та системний характер і схилялися саме в бік географічних підходів щодо дослідження територій. Більш того, безпосередньо термін «туризм» використовувався досить обережно, адже в той час він асоціювався у першу чергу із спортивним самодіяльним туризмом. Тому радянські дослідники надавали перевагу терміну «рекреація» у різноманітному використанні.

Безпосередньо визначення терміну «рекреація» надав М. Нудельман [123], який зазначив, що «Рекреація – це процес відтворення фізичних, духовних і нервово-психічних сил людини, який забезпечується системою заходів і здійснюється у вільний від роботи час на спеціалізованих територіях».

Існують також і інші підходи щодо визначення терміну «рекреація», які розглядають його, як сукупність явищ, що виникають у процесі використання вільного часу або як діяльність самої людини, спрямованої на відтворення власних психічних та фізичних сил. Тим не менш, протягом довгого часу це поняття не розглядалося в контексті комплексного розвитку території, не говорячи вже про виділення рекреаційних процесів в окрему галузь чи економічний напрям.

Одними із перших, хто намагався систематизувати попередні дослідження в контексті територіального розвитку можуть вважатися радянські науковці В. Преображенський [134] та Л. Мухіна [119], які у своїх власних дослідженнях не тільки запропонували розглядати територіальні рекреаційні утворення у межах певної території, але й визначили у даному контексті їх соціально-економічне значення.

Аналізуючи наукову літературу радянських та пострадянських часів, в якій висвітлюються теоретичні аспекти рекреаційної діяльності, можна дійти висновку, що переважна більшість вчених підкреслює у першу чергу оздоровчо-

відновлювальну значимість рекреації та її пряму залежність від наявних природних ресурсів. З часом поняття рекреації дістало значного розширення. Так, екологізацію даного явища визначила Л. Черчик [187]; П. Гудзь [55] визначив рекреацію, як вид господарської діяльності; А. Зорін [76] окреслив туристичну складову у рекреаційній діяльності. У свою чергу, В. Мамутов [110] та О. Амоша [11] не тільки надали рекреації статус суспільного явища, але й доповнили його економічну складову, зробивши акцент на комерційність рекреаційної діяльності, відзначивши в якості складової діяльності підприємств, що спрямована не тільки на задоволення потреб відпочиваючих та рекреантів, але й на отримання прибутку від неї. Окремим дискусійним моментом можна вважати територіальну прив'язку рекреації: так М. Мироненко [115] та І. Твердохлебов [115] наголошують на тому, що рекреаційна діяльність має відбуватися у межах спеціалізованих територій, тоді як О. Ільїна [80] припускає, що рекреація як процес різноманітного відновлення людини може реалізовуватися як на спеціалізованих територіях, так і безпосередньо у місці постійного проживання.

Рекреаційна діяльність у класичному розумінні розглядалася у трьох напрямках, які відповідали її функціям.

По-перше, це медико-біологічна функція, що передбачає відновлення працездатності, яка могла знизитися, як внаслідок хвороби, так і внаслідок тривалої та активної праці.

По-друге, соціально-культурна функція, яка здійснюється за рахунок корисного відпочинку з можливістю розширення світогляду або отримання нових вражень завдяки відвіданню певних об'єктів, що мають загально-пізнавальну привабливість для рекреантів.

По-третє, економічна функція, яка розглядається, насамперед, в контексті формування ефективних господарських систем, які б забезпечували не тільки задоволення рекреаційних потреб, але й підтримання балансу між наявним ресурсним потенціалом та структурою споживчого попиту, а також надходження іноземної валюти від рекреаційної діяльності.

Систематизуючи загальні підходи щодо визначення сутності рекреації, слід зазначити, що значна частина науковців, серед яких О. Бейдик [20], Т. Божук [29], Н. Кравченко [96] М. Нудельман [123], В. Преображенський [133] та інші, виділяє три її форми – туризм, оздоровлення та відпочинок. Більш того, саме туризм вони визначають як основну форму рекреаційної діяльності. Виходячи з цього, виникає об'єктивне питання щодо відношення таких категорій як «туризм» і «рекреація». Особливо гостро це питання стоїть в контексті економіко-географічних дискусій. Слід зазначити, що саме географія як наука досліджує ці поняття більш ретельно, при цьому визначає туризм як складову рекреації. Серед таких науковців існує думка, що рекреація – це більш широке за змістом поняття, оскільки розглядає майже усі напрями діяльності людини у вільний від роботи час. Рекреація, на їх думку, поєднує і більш тривалий за часом туризм, і короткотривалі екскурсії, і просто відпочинок. Безпосередньо туризм вони розглядають переважно як економічну категорію, що передбачає, у першу чергу, споживання відповідних послуг, які виробляються для задоволення рекреаційних потреб із використанням ресурсного потенціалу рекреаційних територіальних утворень.

Узагальнюючи все вищезгадане, можна зробити висновок, що рекреаційна діяльність – це збірне поняття, яке поєднує цілу низку близьких за змістом напрямів, таких, як культурна, розважальна, оздоровча, лікувальна, курортна, фізкультурна, туристична, екскурсійна та інші діяльності.

Із розмаїття сучасних визначень терміну «рекреація», на думку автора, найбільш узагальненим та чітким є визначення, наведене Н. Кравченко [96]: «Рекреація - одна з форм дозвілля, суспільне явище, пов'язане з відтворенням і розвитком фізичних, психічних, духовних та інтелектуальних сил людини, що відбувається в місцях, які можуть бути використані для цих цілей як в межах населеного пункту, що є місцем проживання відпочиваючих, так і поза ним».

Термін «туризм» за своєю сутністю також є складним та суперечливим поняттям. Базове визначення, що наведене у Законі України «Про туризм» [73] відображає лише один бік цього достатньо неоднозначного явища, трактуючи його як тимчасову поїздку людини з місця постійного проживання в іншу

місцевість на термін від 24 годин до одного року із будь-якою метою, що не заборонена у місці перебування, окрім заняття оплачуваною діяльністю.

Фактично таким визначенням сутність туризму сформовано в контексті інтересів туриста. У той же час, у наукових колах цей термін розглядається значно ширше. Наприклад, О. Ільїна [80] визначає туризм як певну сукупність явищ та взаємовідносин, які виникають при взаємодії туристів, організаторів подорожей, місцевих органів влади та населення у процесі туристичної діяльності. Такий підхід є комплексним та ґрунтовним, але не достатньо підкреслює саме економічну складову туризму.

З іншого боку, деякі науковці, насамперед на пострадянському просторі, занадто сильно акцентуючи увагу на економічній значимості туризму, намагаються визначити його як повноцінну галузь економіки. Таке бачення можна знайти у роботах С. Білоус [21], М. Борушак [33], Ю. Забалдіної [69], З. Іванової [78], І. Писаревського [135], В. Герасименка [137], А. Мазаракі [177] та інших. Така думка ґрунтується на достатньо високих показниках, що демонструє світовий туризм. Так, Всесвітня туристична організація ООН (United Nation World Tourism Organization) у статистичному щорічнику Tourism Highlights [6,7] відзначає, що туризм забезпечує 10% ВВП; на туризм припадає 7% експортних операцій у світі; 10% усіх працюючих задіяні на обслуговуванні туристів.

Проте, існуючі як вітчизняний, так і загальносвітовий підходи не визнають туризм окремою галуззю. У 1958 році ООН була розроблена Міжнародна Стандартна галузева класифікація усіх видів економічної діяльності (ISIC - International Standard Industrial Classification of All Economic Activities) [2]. Хоча ця класифікація тричі корегувалася: у 1968, 1989 та 2012 рр., а ні у її першому, а ні у проміжних, а ні в остаточному варіанті, туризм як галузь економіки не визнано. Так, у редакції 2012 року окремі складові туризму опинилися у різних розділах: розділ Н – транспорт; розділ І – розміщення та громадське харчування; розділ J – інформація; розділ К – страхування; розділ Q – діяльність у сфері охорони здоров'я та соціальних послуг; розділ R – мистецтво, сфера розваг та відпочинку; розділ S – інші види діяльності у сфері послуг (рис. 1.1).

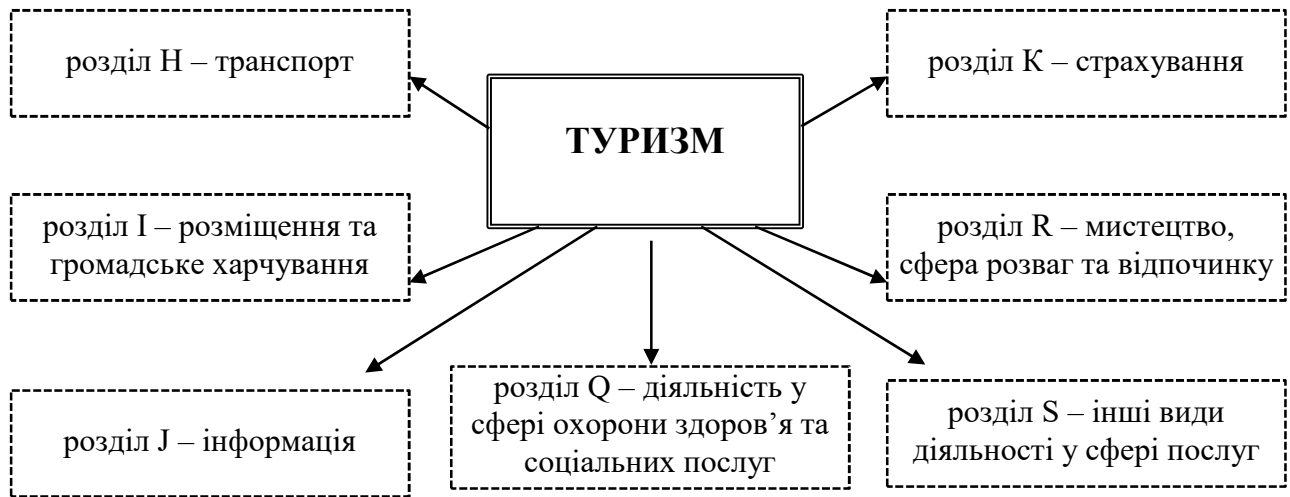


Рис. 1.1. Розподіл сфери туризму по галузях економіки (відповідно до ISIC)

Аналізуючи такий підхід, можна зробити висновок, що туризм – це не просто економічна галузь, а набагато більше за своєю сутністю явище, яке об'єднує у собі декілька галузей економіки, певною мірою проникаючи в кожну із них, але при цьому не маючи можливості повністю сфокусувати на собі усі функції, притаманні сучасній галузі економіки. Так, наприклад, транспорт, - це не тільки обслуговування туристів, а й перевезення пасажирів в міському громадському транспорті чи доставка вантажів. Заклади громадського харчування поруч з туристами активно обслуговують і місцевих жителів, причому важко визначити та практично неможливо порахувати їх структурні показники, як у кількості та і у грошовому визначенні. Це ж саме стосується страхування, інформації медично-оздоровчих послуг тощо.

Таку ідею підтримують чимало вчених, намагаючись знайти більш коректне трактування туризму, ніж галузь економіки. Один із підходів визначає туризм як сферу економічної діяльності. Але вивчивши сучасні трактування терміну «сфера діяльності», що наведено у різноманітних словниках, автор дійшов думки, що сфера діяльності – це відносно вузьке поняття, що обмежується переліком робіт або послуг у межах підприємства або організації. Так саме суперечливим є використання терміну «туристична індустрія».

Практично усі дослідники погоджуються з думкою, що туризму властиві

три основні функції: економічна, соціальна та гуманітарна. Проаналізував і систематизував існуючі підходи, автором запропоновано більш широке трактування вищеназваних функцій.

Так, економічна складова має розглядатися на трьох рівнях. Це – доходи держави, отримані через податки, а також валютні надходження, що у багатьох випадках мають вплив на платіжний баланс країни; доходи підприємств, що задіяні в обслуговування туристів та доходи окремих громадян, які працюють на підприємствах та установах з обслуговування туристів.

Соціальна складова так саме має розглядатися у декількох аспектах. По-перше, туризм забезпечує відновлення духовних та фізичних сил громадян (у даному трактуванні туризм може виступати синонімом терміну «рекреація» у класичному його визначенні). По-друге, розвиток туризму неможливий без підвищення безпеки територій, привабливих для туристів, причому не тільки в контексті фізичного захисту громадян, а й підвищення екологічної безпеки, захисту довкілля тощо. По-третє, розвиток туристичної інфраструктури сприяє створенню нових робочих місць, а також формує для місцевих мешканців систему соціальних об'єктів спільного із туристами використання.

Гуманітарна функція реалізується перш за все шляхом підвищення культурного рівня. Але й в даному аспекті, цю функцію треба розглядати, як в контексті розширення світогляду туристів за рахунок отримання нових вражень, знань та емоцій у місцях, що відвідуються, так і у площині підвищення культурного рівня місцевих мешканців, що задіяні у обслуговуванні туристів.

Слід зазначити, що порівнюючи функції рекреації та функції туризму, можна дійти висновку, що складові майже ідентичні, але на думку автора є принципова різниця, саме пов'язана з інфраструктурною складовою. Рекреація розглядає можливість розвитку на вже існуючих ресурсних складових переважно природного чи природно-антропогенного походження, тоді як в контексті розвитку сучасного туризму, формування нових напрямків чи привабливих дестинацій може відбуватися не обов'язково базуючись на традиційно привабливих ресурсах. Наприклад, сучасне місто Дубай приваблює мільйони

туристів, не маючи унікальних природних чи відомих історичних об'єктів. Причини, що спонукають таких туристів до подорожі не базуються на традиційних рекреаційних потребах. Аналогічні приклади можна наводити по багатьох сучасних туристичних напрямках, які ще кілька десятиків років тому взагалі були відсутні на туристичних мапах світу. На думку автора, сучасний туризм має оперативно реагувати на зміну потреб сучасних туристів. В таких умовах рекреація, що залежить від певних ресурсів, розташованих на конкретних територіях поступово має формуватися як одна із складових такого глобального явища як туризм. Схема сутнісного наповнення дефініцій «туризм» та «рекреація» в контексті напрямів наукового дослідження наведено на рис. 1.2.

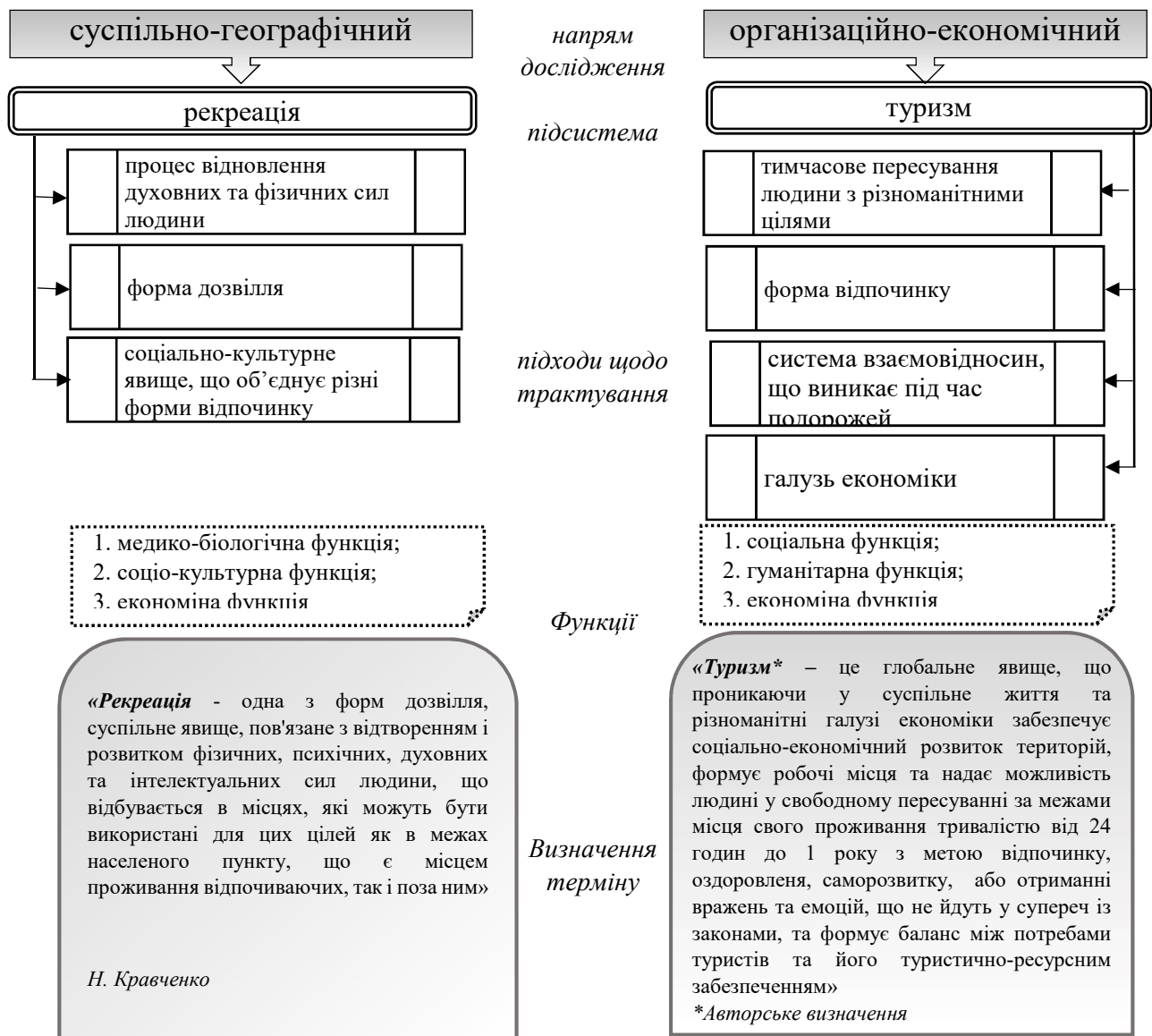


Рис. 1.2. Сутнісне наповнення дефініцій «туризм» та «рекреація» в контексті напрямів наукового дослідження

Узагальнюючи вищесказане, автор пропонує визначити сучасний туризм наступним чином: «Туризм – це глобальне явище, яке, проникаючи у суспільне життя та різноманітні галузі економіки, забезпечує соціально-економічний розвиток територій, формує робочі місця та надає можливість людині у вільному пересуванні за межами місця свого проживання тривалістю від 24 годин до одного року з метою відпочинку, оздоровлення, саморозвитку, або отриманні вражень та емоцій, що не йдуть у супереч із місцевими законами, звичаями й традиціями, та формує баланс між потребами туристів та його туристично-ресурсним забезпеченням».

Наступним аспектом щодо формування термінологічного апарату є необхідність визначення територіально-просторових обмежень сучасних туристичних територій. Це достатньо дискусійне питання, оскільки при формуванні системи ефективного управління територіями важливо чітко розуміти їх кордони та структуру. В контексті географічних досліджень більш поширеним є використання терміну «рекреаційний», при чому градація територій у класичному розумінні включає в себе рекреаційний пункт або заклад; рекреаційний центр, рекреаційний вузол, рекреаційний район, рекреаційний регіон, рекреаційна система, рекреаційне середовище (рис. 1.3).

Рекреаційний пункт – це первинна територіальна одиниця чи окремий об'єкт, які можуть виділятися в структурі регіонального туристично-рекреаційного комплексу і спеціалізуватися на одному виді рекреаційної діяльності. На даному рівні зазвичай у якості синоніму використовують поняття рекреаційний заклад. Фактично це ідентичні поняття, але, на думку автора, невелика різниця все ж таки існує: рекреаційний заклад одночасно є рекреаційним пунктом, тоді як рекреаційний пункт необов'язково представляє собою рекреаційний заклад (наприклад, джерело мінеральних вод, обладнане спеціальним чином навряд чи можна назвати рекреаційним закладом, тоді як під визначення рекреаційного пункту воно повністю підпадає). Рекреаційні заклади – це санаторії, турбази, будинки відпочинку, пансіонати, ресторани, інші заклади громадського харчування, інфраструктурні об'єкти активного туризму тощо.



Рис. 1.3. Територіально-просторові обмеження територій: рекреаційно-географічний підхід

Рекреаційний центр – це зазвичай невеликий населений пункт, в межах якого можуть функціонувати два або більше рекреаційних пунктів чи закладів, як однакової, так різнопрофільної рекреаційної спрямованості.

Рекреаційний вузол – це крупний рекреаційний центр або населений пункт, в якому, або навколо якого компактно розташовані рекреаційні пункти та заклади. Як проміжну складову деякі вчені, наприклад М. Рутинський [140], виділяють поняття «рекреаційний куш» - це «зосередження на невеликій території декількох рекреаційних центрів, взаємопов'язаних між собою».

Рекреаційний район представляє собою сукупність, територіально та економічно взаємопов'язаних рекреаційних вузлів, центрів та пунктів, а також закладів, які спеціалізуються на обслуговуванні рекреантів, та надає можливість задовольнити їх потреби у відпочинку та оздоровленні із використанням природних та культурно-історичних ресурсів території в певних економічних умовах. Л. Лукьянова [104] виділяє поняття рекреаційна зона, яка, на її думку, представляє собою сукупність рекреаційних районів, що має значну за розмірами площу, та сприятливі умови для лікування, відпочинку та туризму. На думку автора, ці поняття майже ідентичні структурно, а головна різниця полягає лише в особливому акцентуванні уваги у визначенні терміну «рекреаційна зона» на її розмірах.

Рекреаційний регіон – це найбільше за розміром територіальне утворення рекреаційної спрямованості, структурними елементами якого є рекреаційні райони, зони, центри, пункти, заклади тощо. Рекреаційному регіону властиве розміщення у межах великого, зазвичай адміністративного, економічного району з розвинутою туристично-транспортною інфраструктурою, наявними природними та антропогенними рекреаційними ресурсами, налагодженими соціально-економічними зв'язками та сформованим іміджем.

На цьому рівні також виділяються поняття «рекреаційна система» («територіально-рекреаційна система») та «рекреаційне середовище».

Рекреаційна система - це форма організації рекреаційної діяльності на певній території, в рамках якої досягається максимальний взаємозв'язок,

просторова і функціональна координація різних підсистем, що беруть участь у реалізації рекреаційної функції певної території.

Рекреаційне середовище розглядається як результат взаємозв'язку взаємодії, взаємо доповнення головних комплексних чинників: рекреаційних ресурсів, рекреаційних утворень та рекреаційної діяльності. Іншими словами рекреаційне середовище включає в себе: природне середовище (ліси, озера, парки, культурні ландшафти, водосховища тощо); культурне середовище (історичні, археологічні, архітектурні об'єкти, міські комплекси тощо); техногенне середовище (туристична та транспортна інфраструктура, розважальні комплекси); соціальне середовище.

На думку автора поняття «рекреаційна система» та «рекреаційне середовище» не тільки схожі за змістом, але й позбавлені практичного змісту і розглядати їх в якості об'єктів дослідження недоцільно у зв'язку із складністю отримання об'єктивної первісної статистичної інформації

Паралельно із дослідженням рекреаційно-географічного напрямку в останній час багато уваги приділяється і суто туристичним аспектам економічного розвитку. І в контексті таких досліджень так саме гостро постає питання формування термінологічного апарату (рис. 1.4).

У науковій літературі можна зустріти схожі за формулюванням терміни «туристичний центр» та «центр туризму». Проаналізувавши сучасні підходи до визначення цих термінів можна зазначити, що вони, з одного боку, мають певні спільні риси, а з іншого – принципові відмінності.

Наприклад, В. Кифяк [89] зазначає, що «туристський центр – це місце відпочинку туриста, яке об'єднує всі його рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктуру. Цей елемент туристичного пакета належить до обов'язкових, оскільки без об'єкта інтересу неможливо організувати подорож».

У той же час центр туризму розглядається лише в контексті концентрації певних туристично-рекреаційних ресурсів. Центр туризму за своєю сутністю може одночасно вважатися туристичним центром, але туристичний центр не

завжди є центром туризму, оскільки про наявність та ресурси останнього споживачі можуть бути і не проінформовані [77].



Рис. 1.4. Територіально-просторові обмеження туристичних територій

Тому автор погоджується з більш точним формулюванням Ю. Швець [192], який зазначив, що «туристичний центр – це місцевість, яка, крім туристичних ресурсів, властивих і центру туризму, характеризується також відповідною інфраструктурою (транспорт, підприємства розміщення, харчування, сервісного обслуговування, розваг тощо) для обслуговування значного туристського контингенту, а приваблює туристів за рахунок наявності специфічних рекреаційних ресурсів, зручностей транспортно-географічного положення й доступної для туриста інформації про нього».

Туристичний район – це територія, ресурси якої мають значну туристичну привабливість і характеризуються відносно компактним розташуванням та транспортною доступністю, забезпечені відповідною туристичною інфраструктурою та системою організації туризму. В якості додаткової характеристики туристичного району можна відзначити відносно вузьку спеціалізацію за туристичними напрямками або певним соціальним рівнем, що обумовлено існуючими ресурсами або історичними умовами.

Туристичний регіон – це певна місцевість зазвичай у межах відповідно до адміністративного поділу, що має достатню за кількістю, якістю та розмаїттям систему об'єктів туристичного показу та забезпечена мережею закладів транспортно-туристичної інфраструктури, орієнтованої на різні соціальні групи туристів.

Туристичний кластер – це відносно нова тенденція у науковому колі дослідників туристичних територій, якому приділено увагу такими вченими як О. Бутенко [37], М. Бутко [38], В. Гоблік [51], І. Дишловий [61], А. Требух [173]. Достатньо чітко поняття кластеру визначає Т. Божук [29], на думку якої «туристичний кластер – це група географічно локалізованих підприємств, які сформувалися на базі туристичних активів регіону та пов'язані з обслуговуванням туристів, наприклад, туристичних операторів, готелів, сфери громадського харчування, виробників сувенірної продукції, транспортних підприємств тощо». Розглядаючи кластери в туризмі хотілося б додати, що в якості його ядра розглядаються туристичні ресурси, навколо яких відбувається

формування турпродукту в контексті розвитку конкретних видів туризму. Крім того, зауважити, що для вітчизняного туризму характерне формування кластерів за певною тематикою. В якості прикладів можна навести наступні кластери: туристично-рекреаційний кластер “Тоголівські місця Полтавщини” (Полтавська обл.); туристичний кластер Єврорегіону “Слобожанщина” (Харківська обл.); туристичний кластер “Славутич” (м. Славутич, Київська обл.); туристичний кластер “Південне туристичне кільце” (складається із 12 міст Одеської, Миколаївської, Херсонської областей та АР Крим: Ізмаїл, Балта, Вознесенськ, Білгород-Дністровський, Іллічівськ, Гола Пристань, Цюрупинськ, Генічеськ, Алушта, Ялта, Судак, Феодосія); Подільсько-Буковинський туристичний кластер (трьома головними містами Поділля й Буковини є Кам’янець-Подільський, Чернівці та Хотин) тощо.

На думку автора, питання кластеризації в туризмі є цікавим напрямом дослідження і дуже перспективним в контексті організації іміджевих туристичних проєктів, але з іншого боку відсутність єдиного підходу щодо територіальної прив’язки кластерів значно ускладнює їх дослідження в контексті економічного розвитку.

Серед останніх тенденцій також треба визначити появу терміну «дестинація» Перше науково обґрунтоване визначення терміну «дестинація» належить Н. Лейперу [103], який відзначив, що «дестинація – це географічна територія, що має певну привабливість для туристів» Він характеризує дестинацію одночасно у геопросторовому та управлінському аспектах. З одного боку, дестинація – це місце, що є метою подорожі для туриста, а з іншого боку – цей процес має бути керованим.

Найбільш розширену характеристику поняття «туристична дестинація» знаходимо у роботах Ю. Забалдіної [68, 70, 72] та Т. Ткаченко [151], де визначено, що «Дестинація – це об’єкт (місто, регіон, район, місцевість, місце, заклад), що має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), які є привабливими для подорожуючих, доступними завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведені до споживача у формі

сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипа, торгової марки тощо) у системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання».

На думку автора, концепція розвитку туристичної дестинації немає чіткої територіальної прив'язки, а її активний розвиток обумовлений наявністю, особливих, певною мірою, унікальних туристичних ресурсів, які є ключовим фактором вибору для певних категорій туристів відповідного напрямку. Але з іншого боку в такій концепції неможливо врахувати комплексність та багатогранність розвитку туризму.

На думку автора, усі проаналізовані вище терміни мають свої обмеження та недоліки, і їх використання у якості об'єкту дослідження буде супроводжуватися організаційними, статистичними, методичними та іншими проблемами. Так, поняття «туристичний кластер» та «туристична дестинація» мають територіальні обмеження та передбачають дослідження спеціалізованих туристичних напрямів. В той же час термін «туристичний регіон» має чітко визначений територіально-географічний характер, але лише частково відображає сутність регіонального туризму як об'єкта управління в контексті соціально-економічного розвитку. Тому, враховуючи визначені тенденції та закономірності, спільні риси та відмінності, на нашу думку, доцільно буде дослідити наступну за рівнем науково-територіальну категорію в туризмі – «туристичний комплекс».

Взагалі поняття комплексу в широкому розумінні передбачає наявність певного рівня взаємодії між його складовими елементами. Як економічна категорія, комплекс розглядається в контексті міжгалузевих зв'язків підприємств різних галузей, що пов'язані економічно та технологічно як повністю за змістом своєї діяльності, так і за окремими напрямками. Застосовуючи це поняття до сфери туризму, переважна кількість сучасних вчених [137, 147, 148] пов'язують із особливостями формування та функціонування туристичної та супутньої інфраструктури.

Проаналізувавши ставлення до визначення комплексності туристичних

територій, треба відзначити, що у роботах як українських, так і закордонних науковців зустрічаються такі поняття як «рекреаційний комплекс», рекреаційно-туристичний комплекс», «туристично-рекреаційний комплекс», «туристичний комплекс». У переважній більшості робіт ці поняття схожі за змістом, а розбіжності стосуються переважно функціональних особливостей в контексті власного бачення кожного із науковців (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Наукові підходи щодо визначення терміну туристичний комплекс регіону

Дефініція	Визначення поняття	Автор
туристично-рекреаційний комплекс (ТРК)	система, що включає суб'єкти господарювання туристично-рекреаційної сфери, суміжні та обслуговуючі їх підприємства інфраструктури, які мають тісні виробничо-господарські зв'язки, спільно використовують економічні ресурси з метою задоволення різноманітних пізнавальних, культурних, оздоровчих потреб споживачів	О. Молнар [116]
регіональний туристично-рекреаційний комплекс	сукупність взаємозв'язаних у виробничій діяльності і використанні ресурсів різного роду – природних, економічних і створених людиною, а також господарюючих суб'єктів у сфері туризму і відпочинку, які працюють у рамках існуючого попиту на туристично-рекреаційну послугу	В. Мацола [112]
туристсько-рекреаційний комплекс	Сукупність профільних підприємств (туристських, рекреаційних, готельних), що функціонують на базі таких комплексують компонентів, як виробнича, технологічна, ресурсна та інфраструктурна підсистеми, що взаємодіють на основі загальних процесів туристсько-рекреаційного виробництва і надання населенню якісних туристських і рекреаційних послуг	Р. Кратінов [97]
рекреаційно-туристський комплекс	Багатогалузева сфера економічної діяльності, що охоплює широку різноманітність підприємств і установ комерційного і некомерційного, прибуткового і безприбуткового характеру, які діють на ринкових принципах і на основі бюджетного фінансування, об'єднаних здійсненням подібних функцій в процесі задоволення потреб населення	О. Вуйчик [48]
регіональний туристський комплекс	Багатогалузевий, територіально-виробничий, цілереалізуючий комплекс туристських підприємств та підприємств туристської індустрії.	О. Ушакова [178]
туристичний комплекс	Цілеспрямовано сформована та керована сукупність підприємств різноманітних галузей (постачальників послуг та товарів), які функціонують для задоволення потреб туристів та сконцентровані на обмеженій території, що має певні туристично-рекреаційні ресурси, туристську та забезпечуючу інфраструктуру	О. Білоущенко [22]

Поняття туристичного (туристично-рекреаційного) комплексу, на думку

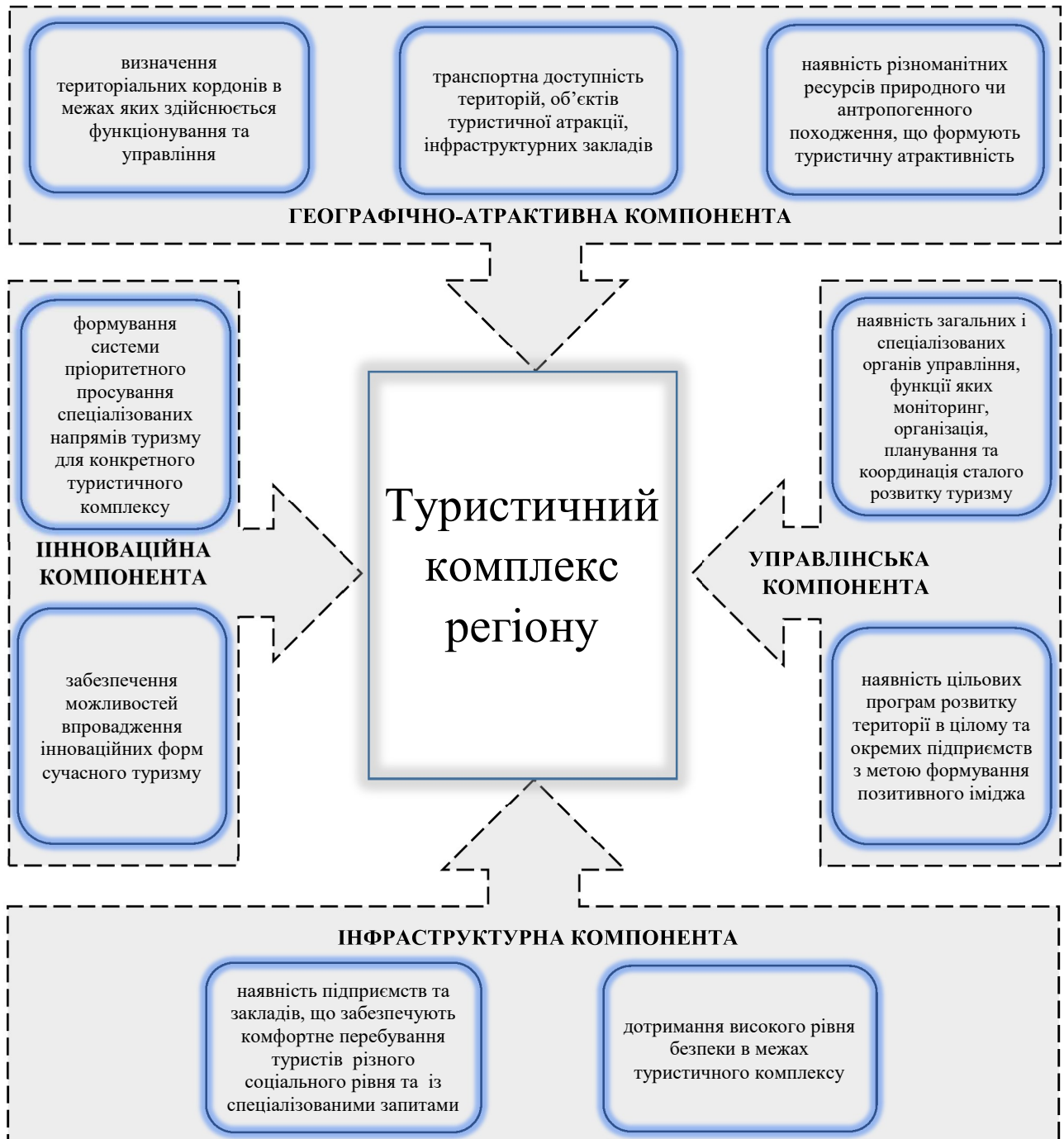
багатьох дослідників, представляє собою систему підприємств, що належать до різних галузей та функціонують у межах визначеної територіальної одиниці. Проте, деякі науковці не визначають важливість туристичних ресурсів як складової туристичного комплексу.

Інший аспект, який недостатньо висвітлений в контексті визначення поняття «туристичний комплекс» - це рівень та значимість державного регулювання та адміністративного впливу на процес забезпечення функціонування туристичного комплексу. В сучасних умовах української економіки вплив держави в цілому обмежується загальними законодавчо-нормативними документами та питаннями формування і удосконалення системи оподаткування, що сумарно визначають та регламентують базові принципи функціонування підприємств туристичного комплексу. Проте, в умовах децентралізації значна частина повноважень щодо формування стратегій розвитку туризму передається місцевій владі, тому особливого значення набуває необхідність визначення територіально-просторових обмежень туристичного комплексу.

На думку автора, найбільш ефективно управління туристичного комплексу може бути побудовано в межах окремих регіонів, хоча цей термін сам по собі є об'єктом наукових дискусій. Систематизуючи наукові підходи В. Бабаєва [15], С. Бандура [16], Г. Бардиша [17], І. Благуна [24], І. Буднікевич [35], П. Бубенка [34], О. Васильєва [42], І. Вахович [43], З. Герасимчук [50], Б. Данилишина [56], М. Долішнього [63], О. Карлової [85], О. Кулініча [100], С. Пасеки [126] та інших, можна визначити, що регіон – це певна частина національно-господарського комплексу країни, яка має відмінності за географічними ознаками, природно-ресурсною спеціалізацією тощо, при цьому регіон представляє собою цілісну систему виробничих, економічних, технічних, соціальних відносин, має власну структуру, функції та цілі. Крім того, регіон характеризується значним розміром, наявністю системи управління та зв'язками із зовнішнім середовищем тощо. У європейській Декларації щодо регіоналізму поняття «регіон» визначено як «територіальне утворення, яке сформовано у законодавчому порядку на рівні, що

є безпосередньо нижчим після загальнодержавного, та наділене політичним самоврядуванням» [58].

На думку автора визначення поняття має залежати від формо утворюючих умов, дотримання яких забезпечує стабільне функціонування туристичного комплексу:



Розроблено автором

Рис. 1.5. Фактори впливу на формування туристичного комплексу регіону

- визначення територіальних кордонів в межах яких здійснюється функціонування та ефективне управління туристичним комплексом;
- наявність різноманітних ресурсів природного чи антропогенного походження, що формують туристичну атрактивність території;
- наявність підприємств та закладів, що забезпечують не тільки комфортне перебування туристів, а й орієнтованих на обслуговування на споживачів різного соціального рівня та споживачів із туристично-спеціалізованими запитами;
- транспортна доступність територій, об'єктів туристичної атракції, інфраструктурних закладів тощо;
- наявність органів управління, як загальних, так і спеціалізованих, до функцій яких варто віднести моніторинг, організацію, планування та координацію сталого розвитку туризму;
- формування системи пріоритетного просування спеціалізованих напрямів туризму для конкретного туристичного комплексу;
- забезпечення можливостей впровадження інноваційних форм сучасного туризму;
- дотримання високого рівня безпеки в межах туристичного комплексу;
- наявність цільових програм розвитку території в цілому та окремих підприємств з метою формування позитивного іміджа.

Таким чином, на думку автора туристичний комплекс – це складна багатофункціональна система, яка функціонує у межах адміністративно-територіальної одиниці, використовуючи наявні туристичні ресурси різної спрямованості, надаючи можливості для комфортного перебування туристів за рахунок забезпечення стабільної роботи транспортно-туристичної інфраструктури; має систему управління, яка ефективно працює над розвитком території, просуванням її унікальних туристичних властивостей, впровадженням інноваційних напрямів та сучасних форм відпочинку, формуванням позитивного іміджа та системи безпеки.

1.2. Механізм функціонування туристичного комплексу регіону

Успішний розвиток туристичного комплексу конкретного регіону можливий лише за умови, що його усі складові будуть ефективно взаємодіяти між собою, сприяючи не тільки розвитку туристичної інфраструктури, а й збереженню природних ресурсів.

Фактори туристичної привабливості в більшості джерел поділяються на дві групи. Перша група – це фактори, що безпосередньо пов'язані з туризмом та впливають на туристичну активність. Серед цих факторів виділяють склад та структуру туристичних ресурсів, визначають мотивацію туристів та мету здійснення ними туристичних поїздок; певний вплив мають також рівень життя населення, середня заробітна платня, тривалість відпусток та структура вільного часу, національні та місцеві традиції щодо відпочинку, а також особливості організації праці, у тому числі напруженість, тривалість робочого дня та робочого тижня тощо.

Друга група факторів безпосередньо з туризмом не пов'язана, але опосередковано впливає на форму та обсяг попиту на туристичні та рекреаційні послуги. Непрямі фактори зовнішнього впливу зазвичай ширші за об'ємами та більш чисельні. До них відносять: соціально-демографічні аспекти, фінансово-економічні зміни, політичну, законодавчу та регуляторну складові, розвиток транспорту, торгівлі, безпеку здійснення подорожей тощо.

В свою чергу, фактори, як першої, так і другої групи в комплексі мають суттєвий вплив на туристичну діяльність та туристичний попит в цілому. І, хоча ці фактори можуть піддаватися зовнішнім змінам, але в цілому суттєву впливають не тільки на туристичний сектор, але й економіку регіону чи країни.

Говорячи про першу групу факторів в контексті оцінювання рівня впливу на туристичний попит та пропозицію, необхідно дослідити поняття «туристичний продукт». Хоча Закон України «Про Туризм» [73] регламентує туристичний продукт, як комплекс послуг, що формуються туроператорами у турпакет та надаються туристам, у даному дослідженні поняття туристичного

продукту розглядається значно ширше, охоплюючи туристичну діяльність та пропозицію послуг в межах туристичного комплексу регіону.

Регіональний туристичний продукт характеризується в першу чергу використанням туристичних ресурсів регіону, в залежності від змісту яких формуються туристичні пропозиції. Так використання природно-кліматичних ресурсів забезпечує розвиток таких туристичних напрямів, як лікувально-оздоровчий, екологічний туризм, пляжно-кліматичний відпочинок, гірськолижний або спортивний туризм. В свою чергу історико-культурні ресурси сприяють розвитку культурно-пізнавального, археологічного, етнографічного та іншого видів туризму. Наявність відповідної інфраструктури загально-туристичної або соціальної значимості дає основу для розвитку ділового, розважального, подієвого туризму, активізації освітньо-наукових поїздок тощо. Важливе значення щодо активізації розвитку туризму відіграє не тільки наявність туристичних ресурсів, але їх стан, доступність, екологічна складова територій тощо. Навколишнє середовище може зазнавати негативного впливу в процесі туристичної активності, у зв'язку з чим втрачається первісний його стан, а відповідно і привабливість, тому питання екологічного захисту середовища при активному розвитку туризму набувають особливо важливого значення. Використання природних ландшафтів, пам'яток історії, археології, культури повинно відбуватися з урахуванням їх стану, припустимого туристичного навантаження з метою збереження їх у належному вигляді та підтримання рівня туристичної привабливості.

Мотиви та мета поїздки багато в чому залежить не тільки від наявних, а й рівня їх розвитку чи стану. Тому важливим є розуміння психологічних мотивів здійснення того чи іншого вибору туристами. Наприклад, якщо туристи потребує саме відпочинку, то він намагатиметься якомога швидше дістатися туристичного центру та провести і таким чином продовжити термін перебування. Такі мотиви виникають частіше за все у сімейних пар чи батьків з дітьми, які мають обмежений час на відпочинок. В такому випадку збільшується потреба у так званому дискреційному туризмі (туризмі за власним вибором).

Структура доходів місцевого населення, що визначає рівень його життя, формує ринкові сегменти, які також визначаються низкою інших факторів, таких як географічні, соціальні, демографічні та інші. Подальша активізація розвитку міжнародних відносин призводить до збільшення таких сегментів туристичного ринку, які, в свою чергу, орієнтовані на певні потреби потенційних туристів, що сформовані з урахуванням тих змін демографічної, соціальної, економічної спрямованості, характерних для сучасного суспільства. Всі ці показники суттєво впливають на споживчі туристичні сегменти, забезпечуючи розвиток певних форм сучасного туризму:

- тривалі подорожі на значні відстані, що стали можливі завдяки активному розвитку авіаційного транспорту та здешевлення авіаквитків;

- короткотермінові поїздки рекреаційної спрямованості, які пов'язані з фактором наявності вільного часу у сучасних потенційних туристів, що за обмежений проміжок часу намагаються отримати максимальну кількість рекреаційних послуг;

- короткотривалі подорожі на масові розважальні заходи, наприклад спортивні змагання, фестивалі, концерти;

- короткотривалі подорожі до крупних міст, як туристичних центрів, у тому числі під час шкільних канікул та інші.

Іншими словами, зміна структури вільного часу надає можливість здійснення короткотривалих подорожей, поїздок вихідного дня, що сприятливо впливає на функціонування туристичних комплексів, зменшуючи, наприклад, вплив фактору сезонності.

Також за останній час спостерігаються зміни у віковій структурі подорожуючих. Особливого за змістом та формами організації туристичного продукту потребує молодь та люди старшого віку, кількість та частка яких останнім часом зростає і досягла в останні роки сумарно майже 30 %, причому перспективи подальшого розвитку інтересу до туристичних поїздок у цих категорій дуже суттєві [120]. Наприклад, для людей пенсійного віку майже не має обмежень в часі, а за вартістю найбільш привабливими для них стають

поїздки у низький сезон, вартість яких значно нижча, ніж у високий. Туристи, що відносяться до сегменту молоді, зазвичай обмежені у фінансових ресурсах, але при цьому не висувають високих вимог щодо комфортності подорожей. Саме цей факт є одним із головних факторів активного розвитку світових мереж хостелів, як найдешевших закладів розміщення.

Ще одним фактором, що сприяє збільшенню туристичної активності та впливає на зміни у регіональному туристичному продукту, є факт підвищення середнього віку одруження, що в свою чергу призводить до необхідності формування туристичних продуктів, орієнтованих на одиноких туристів, чи навпаки - на компанії туристів.

Крім того, активні міграційні процеси призводять для формування у нових місцях перебування етнічних або національних груп громадян, які потребують специфічного середовища, що нагадувало б їм про власну етнографічну автентичність. Якщо це середовище створюється ними самостійно, то через певний час такі комплекси можуть стати самостійними туристичними об'єктами, що приваблюють представників даного етносу з інших місць їх компактного проживання.

В сучасних умовах набуває особливої популярності освітній туризм, причому його можна розглядати як в контексті тривалого навчання, що за своєю сутністю відповідає поняттю тимчасової міграції, так і в іншому аспекті: розвитку короткотривалих освітніх програм, наприклад, мовна практика з носіями іноземної мови, а також стажування, підвищення кваліфікації, відвідування міжнародних конференцій, спільна праця в рамках реалізації міжнародних грантових проєктів, обмін студентами, аспірантами, викладачами та інші форми.

Проаналізувавши вищенаведені приклади, можна зазначити, що зміни у соціальній та демографічній ситуації позитивно впливають на ринок туристичних послуг, сприяючи формуванню та розвитку туристичних комплексів.

Туристичний ринок в цілому характеризується значною еластичністю та активно реагує на зміни в економіці, оскільки функціонування туристичних комплексів значною мірою залежить від стану економіки, але в свою чергу впливає на соціально-економічний розвиток регіону, формуючи його іміджеву та частково соціальну складову. Економічне зростання, яке призводить до збільшення доходів населення, сприяє підвищенню попиту на туристичні послуги, збільшенню інвестицій в інфраструктуру туристичного комплексу задля його подальшого розвитку. В свою чергу, економічна стагнація суттєво впливає на туристичну сферу.

В умовах сучасної економіки, що характеризується високим рівнем конкурентної боротьби, важливим аспектом є зміни підходів щодо ціноутворення на туристичні послуги. Класичний витратний метод втрачає свою актуальність, адже його застосування є найбільш актуальним при виробництві певних товарів. Коли ж йдеться про надання послуг, попит на які має чітко виражений сезонний характер, суб'єкти туристичного ринку вимушені шукати нові підходи щодо ціноутворення з метою раціонального планування своєї діяльності та максимальної реалізації послуг в кожний із часових інтервалів. Для цього пропонується:

- суттєве зниження вартості послуг у періоди найменшого попиту, збільшення переліку послуг та інші заходи для залучення максимально можливої кількості туристів;
- значні знижки за умови раннього бронювання, що дозволяє суб'єктам туристичного ринку чітко планувати свою діяльність, уникаючи непотрібних витрат на організацію послуг, що не були реалізовані;
- система «все включено», яка передбачає максимальний перелік послуг за передплатою; з одного боку туристи отримують повний комплекс необхідних послуг для повноцінного відпочинку, вартість яких при купівлі окремо буде значно вище, ніж у пакеті; з іншого боку, виробник послуг в пакеті продає туристу ті послуги, який останній міг би придбати в інших суб'єктів туристичного ринку;

- різні пакети обслуговування, які дозволяють туристи обирати оптимальний для себе варіант, відмовляючись від непотрібних послуг;
- максимальна ціна в умовах високого сезону.

Значний вплив на активність розвитку туризму здійснює технологічні аспекти розвитку транспорту, що дозволяє дістатися місця відпочинку в найкоротші терміни. Постійне удосконалення системи обслуговування пасажирів транспорту, що знайшло відображення у можливості самостійного (через Інтернет) бронювання квитків, електронної реєстрації тощо, сприяє збільшенню попиту на транспортні пасажирські послуги.

Інформаційні та комунікаційні технології здійснюють справжній переворот у системі організації відпочинку, надаючи можливість потенційним туристам самостійно, через глобальні мережі бронювати готелі, екскурсії, брати на прокат автомобілі тощо. Все це потребує гнучкості у прийнятті рішень та швидкої адаптації туристичних комплексів та підприємств туристичної сфери під умови діяльності в сучасних умовах, які постійно змінюються. А високий рівень конкуренції вимагає пошуку нових напрямів і форм відпочинку з метою залучення туристів, розробки та впровадження рекламно-інформаційних заходів, максимально грамотне використання ресурсного потенціалу для забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону, визначення його можливої спеціалізації та формування позитивного іміджу.

Складність визначення принципів ефективного функціонування туристичного комплексу обумовлена низкою чинників, серед яких варто виділити не тільки наявні туристичні ресурси та інфраструктурне забезпечення, а й важливість та його значення для економіки та іміджу регіону, наявність інноваційних напрямів тощо. Розуміючи значимість туризму, як соціально-економічного явища, в цілому, необхідно визнати, що його економічний внесок у валовий регіональний продукт незначний, проте ступінь впливу залежить від того, яким чином сформований туристичний комплекс.

Максимально ефективне використання існуючої ресурсно-інфраструктурної бази є головною запорукою забезпечення функціонування

туристичного комплексу. Враховуючи даний аспект можна виділити три типи туристичних комплексів.

1. Туристичний комплекс рекреаційної спрямованості, який формується на базі наявних природно-кліматичних ресурсів. Функціонування такого типу туристичних комплексів характеризується наступними чинниками:

- домінуюча туристична спеціалізація – це пляжно-кліматичний, подієво-розважальний та лікувально-оздоровчий туризм;
- значна залежність від сезонного фактору, під час високого сезону спостерігається значне збільшення туристичного потоку;
- щільність розташування туристичних об'єктів навколо головних природних ресурсів (узбережжя моря, гірський комплексів тощо) та розосередження туристично-атрактивних об'єктів по всій території з можливістю їх відвідання під час додаткових екскурсій;
- рівень розвитку туристичної та транспортно-супутньої інфраструктури – середній;
- засоби розміщення, в залежності від стану, орієнтовані на різні прошарки населення;
- туристи здійснюють переважно довго- та середньо тривалі поїздки;

2. Туристичний комплекс, сформований навколо великих міст. Даний тип туристичних комплексів активно розвивається в контексті розвитку міського туризму і характеризується наступними аспектами:

- домінуюча туристична спеціалізація - це культурно-пізнавальний, діловий, подієво-розважальний та зелений туризм;
- активний внутрішньо регіональний туристичний обмін: міські мешканці прямують на відпочинок за місто, сприяючи розвитку зеленого туризму, тоді як сільські мешканці активно відвідують різноманітні події та заходи безпосередньо у місті, завдяки чому згладжуються сезонні коливання;
- щільність розташування туристичних об'єктів в межах та навколо головного міста та внутрішньо регіональна екскурсійна привабливість інших туристичних об'єктів, розташованих на території туристичного комплексу;

- високий рівень розвитку інфраструктури туристичного комплексу;
- інфраструктура розміщення переважно нова або відновлена, при проектуванні закладались можливості обслуговування різних категорій громадян;
- переважають коротко- або середньо тривалі поїздки.

Туристичний комплекс транзитного значення, на території якого відсутні визначні природно-рекреаційні та культурно-історичні ресурси. Функціонування такого типу туристичних комплексів характеризується наступним чином:

- чітко вираженої туристичної спеціалізації немає, розвиваються окремі елементи культурно-пізнавального, зеленого та подієво-розважального туризму;
- висока залежність від сезонного фактору;
- туристичні об'єкти розосереджені територією туристичного комплексу та представляють екскурсійний інтерес або оглядаються під час транзитних автобусних культурно-пізнавальних поїздок;
- рівень розвитку туристичної та транспортно-супутньої інфраструктури – низький;
- засоби розміщення з невеликим рівнем додаткових послуг, орієнтовані на різні прошарки населення головним чином за рахунок різного рівня комфортності номерного фонду;
- туристи здійснюють переважно короткотривалі та транзитні поїздки;

Формування та подальше дослідження туристичного комплексу, як складної соціально-економічної системи доцільно також проводити в контексті дослідження двох головних економічних підсистем: туристичної пропозиції та туристичного попиту. Саме збалансованість даних складових забезпечує стабільне функціонування туристичного комплексу в цілому.

Туристична пропозиція передбачає комплексне використання трьох його компонентів: туристичних ресурсів та об'єктів атракції, туристично-транспортної та супутньої інфраструктури і організаційна складова. Так, наявність ресурсів, навіть унікальних за своєю сутністю не гарантує їх активного

використання туристами у разі відсутності відповідного рівня інфраструктурного забезпечення, а безпосередньо доведення інформації до туриста відбувається через складний механізм інформаційно-іміджевого забезпечення просування регіонального туристичного турпродукту.

Туристичний попит є більш складною економічною категорією і відрізняється високого рівня еластичністю. Попит на регіональний туристичний продукт забезпечується високим рівнем еластичності і потребує постійної підтримки та коригування. Особливістю формування туристичного попиту є необхідність тривалої роботи не тільки над іміджевою складовою туристичного регіону а й безпосередня співпраця з підприємствами, що безпосередньо займаються продажем турпродукту (туроператори, турагенти, екскурсійні бюро)

Просування та продаж туристичного продукту, як і в цілому туристичного напрямку, в сучасному туризмі, незважаючи на високу загальну кількість туристів, набуває практично адресного характеру. Країни або регіони презентують себе безпосередньо туроператорам, залучаючи їх до створення турпродукту. Туроператори презентують створений продукт турагентам під час спеціалізованих форумів, виставок, семінарів. Турагенти безпосередньо продають турпродукт туристам, доводячи до нього все переваги обраного напрямку.

Саме ефективна співпраця та взаємодія на всіх рівнях та між всіма елементами туристичного комплексу є основою його успішного функціонування. Формування та активне функціонування туристичного комплексу регіону матиме позитивний вплив на соціально-економічний розвиток регіону. Позитивний ефект, що пов'язаний із функціонування туристичного комплексу регіону, розглядається у двох аспектах: соціально-економічному та суспільно-соціальному. Соціально-економічний ефект від функціонування туристичних комплексів проявляється наступним чином:

- 1) будівництво та оновлення туристичної інфраструктури, що передбачає залучення інвестиційних коштів на реалізацію даних проєктів;

2) створення нових робочих місць на підприємствах, що пов'язані з обслуговуванням туристів;

3) створення можливостей для розвитку приватного підприємництва та малого бізнесу, що задіяний на обслуговування туристів;

4) збільшення податкових надходжень до бюджетів різного рівня;

5) збільшення грошових надходжень до регіону при залученні іноземних туристів та туристів з інших регіонів;

6) мультиплікативний ефект для економіки регіону;

7) підвищення якості життя місцевого населення.

До неекономічного або суспільно-соціального впливу, на думку автора, потрібно віднести:

1) підвищення рівня фінансування об'єктів туристичної атракції регіонального та місцевого значення, у тому числі пам'яток історії, культури, архітектури тощо;

2) заходи щодо розробки та впровадження нових форм організації дозвілля та відпочинку, у тому числі будівництві розважальних центрів, тематичних парків тощо;

3) збільшення фінансування об'єктів соціальної спрямованості спільного користування;

4) організація та проведення масових подієво-тематичних заходів, що сприятиме, формуванню іміджевої стратегії розвитку туристичного комплексу регіону;

5) збільшення уваги екологічній складовій регіону: розробка та реалізація заходів із захисту природного середовища, впровадження інноваційних технологій щодо очистки та утилізації виробничих та побутових відходів промислових підприємств тощо;

6) сприяння розвитку місцевої культури, традицій, що проявлятиметься у збільшенні інтересу до історії регіону, традиційних промислів, місцевої кухні тощо;

7) розвиток міжкультурних та міжнаціональних зв'язків;

8) закладення основ щодо формування патріотизму у місцевого населення.

Проте, розвиток туристичного комплексу регіону може також нести і потенціальні загрози та певні ризики для економіки регіону:

1) активізація розвитку регіонального туризму, яке супроводжується збільшенням в'їзних туристичних потоків, поступово призводить до переорієнтації малого та середнього бізнесу із обслуговування місцевого населення на обслуговування туристів, що в свою чергу впливає на цінову і асортиментну політику закладів обслуговування та харчування, торгівельних точок, які розташовані безпосередньо навколо основних туристичних об'єктів. Це пояснюється тим, що відбувається зростання вартості землі та об'єктів нерухомості, яке сприяє витісненню соціально-орієнтованого бізнесу і поступово його заміною суто комерційним: зменшується кількість продуктових магазинів, а вартість продуктів зростає; заклади харчування та побутового обслуговування переходять у більш дорогий сегмент; замість магазинів (побутових товарів, одягу тощо), орієнтованих на середній клас, з'являються дорогі бутіки з брендовими товарами;

2) збільшується навантаження на екологію туристичних комплексів переважно за рахунок інтенсивного будівництва туристичної та супутньої інфраструктури, що супроводжується знищенням класичних природних ландшафтів;

3) разом із збільшенням туристичного потоку збільшується потік нелегальних мігрантів та внутрішніх мігрантів, що несуть певну загрозу громадянському суспільству (громадяни без визначеного місця проживання, шахраї, особи, що стоять на обліку у наркологічних диспансерах тощо). Розглядаючи можливості тимчасової адаптації таких категорій громадян у туристичних комплексах регіону, можна виділити два аспекти. По-перше, їх прагнення до працевлаштування, в основному на найнижчих посадах у закладах, що обслуговують туристів. В якості негативних наслідків варто відзначити можливе зниження рівня обслуговування туристів у зв'язку з відсутністю професійних знань та навиків; ігнорування санітарно-гігієнічними нормами;

готовність працювати за заниженою оплатою; «тінізація» оплати праці та роботи підприємств в цілому. По-друге, саме такі категорії громадян асоціюються із погіршенням криміногенного стану, основними проявами якої є шахрайство, дрібні злочини, жебрацтво;

4) на тлі непорозуміння, різного за складом світогляду громадян, різного за рівнем рівня життя збільшується вірогідність виникнення конфліктних ситуацій між туристами та місцевим населенням;

5) розвиток туризму може негативно впливати на інші галузі економіки регіону, витісняючи їх за межі туристичних центрів або сприяючи закриттю екологічно небезпечних підприємств. Деіндустріалізація регіональної економіки є небезпечним фактором у розрізі середнє та довготермінового розвитку, адже за таких умов економіка регіону опиняється під негативним впливом у зв'язку невикористанням або неефективним використанням промислово-виробничого потенціалу.

Враховуючи багатоаспектність та системність туристичного комплексу, як складної соціально-економічної системи, варто визначити його наступні функції:

- оздоровчо-лікувальна функція, сутність якої полягає у сприятливому впливі на стан людини, як фізичний, так і духовний;

- культурно-просвітницька функція, передбачає розширення світогляду людини, збільшення обсягів та розмаїття інформації, що засвоюється, що у свою чергу, позитивно впливає на працездатність людини;

- соціально-статусна функція, зміст якої передбачає ідентифікацію людини відповідно до можливостей організації власного відпочинку у колі людей відповідного соціального становища;

- соціально-економічна функція полягає в отриманні доходів суб'єктами підприємницької діяльності на фоні задоволення споживчого попиту на відповідні соціальні послуги;

- інтеграційна функція передбачає створення сприятливих умов для розвитку зв'язків між регіонами, супутніми галузями, міжнародної співпраці тощо;

- інноваційно-іміджева функція передбачає постійний інформаційний супровід просування регіонального туристичного продукту та впровадження нових форм відпочинку відповідно до зміни потреб сучасних туристів.

В контексті визначених проблем особливого значення набуває дослідження підходів щодо управління туристичним комплексом регіону. Даному питанню в науковій літературі було приділено багато уваги, але розбіжність у поглядах пояснюється тим, що переважна кількість авторів формування власних підходів здійснювала стосовно інших територіально-просторових туристичних одиниць, які, за своєю сутністю, змістом та функціям, не відповідають авторському тлумаченню поняття «туристичний комплекс регіону». Проте, на основі існуючих досліджень, було визначено три основних підходи щодо управління туристичним комплексом регіону.

Перший підхід базується на тому, що регіональна політика в багатьох випадках базується на комплексності, не відокремлюючи певні сектори економіки, у тому числі туризм, а інтегруючи його у програму розвитку інших секторів економіки. З одного боку, це має логічне пояснення в контексті того, що туризм як окрема галузь не існує, але з іншого боку включення туризму у стратегії розвитку інших галузей часто взагалі нівелює його значення. У той же час туризм потребує саме комплексного розвитку, оскільки його непрямий вплив на суспільно-соціальну складову розвитку регіону має розглядатися на тому же рівні, що й економічний ефект, що пояснюється низкою факторів.

Перший із них ґрунтується на тому твердженні, що туристичний комплекс є важливою складовою соціально-економічної системи регіону. Безпосередньо на економічні показники роботи туристичного комплексу суттєво впливають стан банківської та кредитно-грошової системи, рівень розвитку транспортної галузі та інших супутніх галузей економіки тощо.

Другий фактор пояснюється тим, що розвиток туристичної інфраструктури потребує залучення суттєвих капітальних вкладень, просування інвестиційних проектів з метою будівництва нових інфраструктурних об'єктів та реконструкції

чи реновації вже існуючих, що є невід'ємною складовою забезпечення функціонування та розвитку туристичного комплексу регіону.

Третій фактор пов'язаний із складністю залучення інвестиційних чи кредитних коштів. З одного боку, фінансування будівництва нових туристичних об'єктів потребує значних коштів, отримати які можна при розумінні кредиторів та інвесторів у стабільності туристичних потоків, з іншого боку стабільний попит на туристичні послуги можливий за умови наявності розвинутої туристичної інфраструктури. Таким чином формується свого роду замкнуте кола, розірвати яке можливо при наявності певних гарантій з боку регіональної влади, яка спроможна організаційно забезпечити реалізацію інвестиційних проектів із впровадження конкурентного регіонального туристичного продукту, який здатний забезпечити задоволення різноманітних потреб потенційних клієнтів.

Другий підхід базується на тому, що туристично привабливі регіони, які мають розвинуту сучасну туристичну, транспортну та супутню інфраструктуру, спроможні розробляти окрему стратегію розвитку туристичного комплексу регіону. Такий підхід може вважатися доцільним за умови, що розвиток туризму сприятиме активізації розвитку соціально-економічної складової регіону, підвищенню його конкурентних переваг, стандартів життя населення тощо.

Третій підхід, за своєю сутністю є найскладнішим, та передбачає, що системно пов'язані між собою туристичні об'єкти можуть знаходитися в межах різних адміністративно-територіальних одиниць, що потребує міжрегіональної співпраці. Співпраця в даному аспекті може передбачати різні форми: координацію дій регіональної влади, створення та спільне обслуговування транспортно-туристичної інфраструктури, розроблення та впровадження спільних масових заходів, забезпечення рекламно-інформаційної підтримки тощо. Така співпраця на сьогоднішній день існує в контексті забезпечення функціонування туристичних кластерів, що розташовані на території різних областей, але фактично дії регіональної влади обмежуються рекламно-інформаційним супровід та проведенням масових заходів. На думку автора, у сучасних умовах використання такого підходу є скоріше виключенням із правил

і хоча розглядаються як міжрегіональні проекти, ефективне їх реалізація можлива тільки за наявної державної підтримки.

Наявність різноманітних підходів щодо управління туристичним комплексом ще раз засвідчує про суттєві відмінності, які існують між такими територіально-туристичними утвореннями, та обумовлюють необхідність проведення гнучкої регіональної політики, пристосування існуючих підходів з урахуванням особливостей кожного регіону з метою забезпечення його сталого розвитку.

В залежності від вищеназваних аспектів, а саме: типи туристичних комплексів, підходи щодо визначення стратегії їх розвитку, функції, прямий та непрямий соціально-економічний вплив та можливі негативні наслідки, визначається тип розвитку туристичного комплексу, який в загальному сенсі може бути активним або пасивним.

Активний тип розвитку передбачає істотний вплив інфраструктурної складової на розроблення та впровадження загальної стратегії розвитку туристичного комплексу регіону, формування регіонального турпродукту, визначення перспективних напрямів тощо.

Пасивний тип розвитку формування загальної стратегії розвитку відповідно до впливу зовнішньої середовища.

В контексті активного типу розвитку туристичного комплексу регіону виділяють інтенсивний та екстенсивний напрями.

Інтенсивний тип розвитку характерний для активно працюючих туристичних комплексів із сформованими напрями функціонування. Такі туристичні комплекси мають стабільний туристичний потік, привабливі туристичні ресурси та об'єкти, розвинену інфраструктуру. В такому випадку на перше місце виходить розвиток транспортної складової, модернізація соціальної інфраструктури та інші заходи, спрямовані на підтримку вже існуючого стабільного туристичного інтересу. Основною метою стратегічного розвитку туристичного комплексу регіону в даному випадку стає функціональна

інтеграція до його складу додаткових інфраструктурних елементів, що сприяють підвищенню атрактивності туристичного комплексу.

Такий тип розвитку передбачає впровадження нових технологій обслуговування, модернізацію існуючої туристичної інфраструктури з метою підвищення рівня комфортності, організацію масових заходів, фестивалів тощо.

Інтенсивний тип розвитку ставить на меті, в першу чергу, підвищення ефективності використання існуючої туристичної інфраструктури, збільшення завантаження закладів розміщення, формування системи цілорічного обслуговування туристів задля згладжування сезонних коливань, орієнтацію на нові цільові сегменти, наприклад, створення програм обслуговування дитячих груп під час шкільних канікул, тощо. Окремим аспектом при формуванні такої стратегії розвитку є провадження гнучкої цінової політики, що також сприятиме залученню додаткових туристів.

Екстенсивний тип розвитку передбачає, на відміну від інтенсивного, розбудову та введення нових об'єктів інфраструктури, тобто будівництво нових закладів розміщення та харчування, доріг, транспортних розв'язок, виставкових центрів, парків розваг, спортивних комплексів тощо. Використання такого типу розвитку може забезпечити вирішення різноманітних проблем.

По-перше, це підвищення інтересу до вже існуючих туристичних об'єктів та ресурсів. В даному контексті можна розглядати будівництво транспортного сполучення до окремо розташованих, але унікальних за своєю сутністю туристичних об'єктів, формування навколо них певної інфраструктури розміщення, харчування, дозвілля з метою залучення певної категорії туристів.

По-друге, даний тип розвитку може передбачати формування туристичної інфраструктури, спрямованої на певний сегмент туристів (молодь, діти чи сегмент економ-обслуговування). Відповідно, вже на стадії проектування інфраструктурних об'єктів потрібно враховувати вищеназваний фактор.

По-третє, використання даного типу може бути спрямований на безпосередньо зміну напрямів туристичних потоків та витягування їх від традиційно популярних дестинацій. Наприклад, будівництво сучасного

термального центру Косино чи гірськолижного курорту Буковель внесли значні корективи у розподіл туристів в контексті розвитку лікувально-оздоровчого та гірськолижного туризму відповідно.

В-четвертих, це може бути спрямовано на створення принципово нової атракції, яка, в якості самостійного об'єкту, спроможна залучити значну кількість туристів. Наприклад, за версією відомого туристичного інтернет-порталу TripAdvisor [176], найпопулярнішим туристичним об'єктом України визнано Парк Горького в м. Харкові, який був повністю перебудований у 2011-2012 рр.

Пасивні напрями розвитку інфраструктури туристичних комплексів можуть мати інерційний та стагнаційний характер.

Інерційний розвиток відбувається тоді, коли майже відсутня ініціатива суб'єктів підприємництва щодо принципових змін структуру туристичних комплексів, формування нових напрямів, впровадження нових туристичних форм. В такій ситуації інфраструктурні відбувається за ініціативою та активною підтримкою місцевої, регіональної або центральної влади, причому потреба в таких змінах зазвичай продиктована впливом зовнішніх факторів, а не бажанням підвищення конкурентного рівня туристичного регіону порівняно із іншими. Фінансування проектів відбувається переважно за рахунок бюджетних коштів, але реалізація такого типу розвитку можлива за умови створення регіональної владою програм, під які можна отримати кошти.

Стагнаційний розвиток туристичного комплексу є найгіршим сценарієм розвитку і зазвичай пояснюється впливом істотно негативних зовнішніх факторів, вплив на які ані місцева (регіональна) ані центральна влада здійснити не може. Така ситуація виникає при значному погіршенні політичної, економічної, криміногенної, екологічної ситуації, підвищенню терористичної загрози, збільшенню ризиків виникнення збройних конфліктів, військових дій тощо. Головна стратегія, якої потрібно дотримуватися при такому сценарії, це збереження існуючої туристичної та супутньої інфраструктури з можливістю її подальшого розвитку за умови зменшення або нівелювання загроз та ризиків, що спровокували виникнення кризової ситуації.

1.3. Формування ресурсної складової туристичного комплексу регіону

Ефективність розвитку та функціонування туристичного комплексу регіону залежить безпосередньо від оптимального використання ресурсної бази території. Аналіз світового досвіду свідчить про те, що туризм, як економічний напрям використовує різноманітні ресурси. Але в той же час з метою задоволення рекреаційних та туристичних потреб туристів, необхідний диференційований підхід. Один і той же самий тип ресурсів може здійснювати різний вплив на функціонування туристичних комплексів, бути домінуючим фактором атрактивності або, за певних умов, взагалі може не використовуватися. В зв'язку з цим особливого значення набуває необхідність актуалізованої оцінки туристичних ресурсів в залежності від історичних особливостей розвитку території, традицій, потреб споживачів, важливості для формування загальної економічної політики регіону тощо.

Існує багато методів, що використовують при оцінці ресурсного потенціалу туристичних територій, причому їх застосування може залежити саме від виду ресурсів, тому важливим є визначення типів туристичних ресурсів, їх систематизація з метою подальшого застосування до них найбільш прийнятних методичних підходів щодо оцінки.

Проблематиці дослідження туристичних та рекреаційних ресурсів приділяється багато уваги серед як вітчизняних, так і закордонних науковців. Значний внесок у дослідження туристичного потенціалу, його сутності та принципів формування здійснили такі відомі вітчизняні вчені як О. Бедик [20], Ю. Дащук [57], М. Крачило [98], С. Попович [132], В. Руденко [139] та інші.

Продовжуючи паралельні дослідження суспільно-географічного та організаційно-економічного підходів, варто зазначити, що не існує єдиної думки щодо використання термінів «рекреаційний» або «туристичний» стосовно поняття ресурси. Хоча деякі вчені розглядають «рекреаційні ресурси» та «туристичні ресурси», як ідентичні, на думку автора, в структурі та сутності цих понять можна простежити певні розбіжності.

Так, рекреаційні ресурси розглядаються як певна сукупність природних, кліматичних, культурних, оздоровчих, історичних, пізнавальних, побутових та інших видів ресурсів, які можуть використовуватися для надання рекреаційних послуг під час рекреаційної діяльності [179].

В свою чергу, туристичні ресурси – це сукупність оздоровчих, природних, кліматичних, історичних, культурних, соціальних, побутових та інших видів ресурсів, що розташовані на певній території та спрямовані на задоволення різноманітних потреб туристів.

На думку автора, наведені визначення є дуже близькими за змістом і не розкривають ступень важливості соціально-економічної складової, відповідно потребують уточнення.

Щоб розкрити повністю сутність поняття «туристичні ресурси» необхідно дослідити підходи щодо їх класифікації, які визначають основні складові елементи.

Проблематикою класифікації туристичних ресурсів на різних етапах опікувалися як вітчизняні, так і закордонні вчені. Одним із перших, хто виділив в структурі туристичних ресурсів систематизовані групи, був М. Труасі, думку якого підтримав І. Кривошеєв [99], який визначив наступні типи туристичних ресурсів:

- природні (клімат, пейзаж, водні ресурси, гори, флора, фауна тощо);
- створені людиною (архітектурні споруди, пам'ятки мистецтва, культури тощо);
- додаткові, або супутні (так саме створені людиною, але з метою забезпечення надання послуг, тобто інфраструктурні ресурси).

Цікавої думки дотримувався дослідник П. Дефер, ідеї якого адаптувала Л. Мухіна [119], визначивши чотири групи туристичних ресурсів, а саме:

- гідром (водні об'єкти);
- фітом (природні об'єкти, що розташовані на землі);
- літом (архітектурні та культурні об'єкти створені людиною);
- антропом (це нематеріальні цінності – свята, звичаї тощо).

П. Дефер проігнорував туристичну інфраструктуру взагалі, не вважаючи її об'єктом туристичного інтересу. Такого погляду також дотримувалася частина

вчених, таких як М. Немоляєва [122] та Л. Ходорков [181].

Основний акцент на природно складову можна знайти у дослідженнях О. Бейдика [20], М. Амірханова [10], Т. Божук. Наприклад, М. Амірханов природний тип ресурсів додатково розподілив на дві групи: природно-континентальні та природно-аквальні ресурси, додатково визначивши в межах цих двох груп природні, природно-антропогенні ресурси та унікальні природні пам'ятки.

В контексті дослідження рекреаційних ресурсів, О. Бейдик [20] запропонував власну класифікацію ресурсів, виділивши наступні групи:

- природно-географічні ресурси, які, на його думку, представляють собою об'єкти та явища природного походження, у тому числі кліматичні особливості досліджуємих територій, ландшафт, всі типи водних ресурсів, включаючи мінеральні джерела, флору, фауну тощо;

- природно-антропогенні ресурси розглядаються як комплексні геосистеми, до складу яких входять об'єкти природного походження, що при формування зазнали певного антропогенного впливу. До цієї групи ресурсів науковець відносить національні парки, заповідники, заказники, ботанічні та зоо сади, пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо;

- суспільно-історичні ресурси – це ресурсний гіперблок, що включає об'єкти та явища антропогенного походження, які залучені до процесу функціонування туристичної сфери В першу чергу, це історико-культурні об'єкти, а також біосоціальні ресурси, тобто такі, що пов'язані з життям та діяльністю відомих особистостей, та подієві ресурси, які розглядаються в історичному контексті;

- суперточка-тур – це, на думку О. Бейдика, «точкова територія, що поєднує унікальні природні та суспільні ресурси, займає домінуючу висоту і характеризується суттєвою соціально-історичною значимістю подій.

Близьким за змістом є розподіл туристичних ресурсів запропонований вітчизняним дослідником С. Поповичим [132], де він визначив наступні групи ресурсів:

- природні ресурси (кліматичні, водні, мінеральні джерела та лікувальні грязі, флору та фауну, національні парки тощо);
- історико-культурні ресурси (історичні, археологічні, етнографічні тощо);
- соціально-економічні умови та ресурси (економіко-географічне положення, трудові ресурси, транспортна доступність, заклади обслуговування тощо).

Схожий підхід визначений Ю. Худеньких, який виділяє такі групи ресурсів:

- природно-кліматичні (природні);
- історико-культурні;
- соціально-економічні [183].

Автор частково погоджується з наведеними підходами, вважаючи, що в умовах сьогодення значний вплив на туристичну привабливість регіонів, окрім природних та культурно-історичних ресурсів, має також й інфраструктурна складова. При цьому можна навести достатню кількість прикладів, коли об'єкти туристичної інфраструктури є головним фактором туристичної атрактивності регіону. Більш глибоке дослідження місця туристичної інфраструктури у складі туристичних ресурсів пов'язано із значної активізацію розвитку міжнародного туризму за останні декілька десятиліть. Так, С. Бистров та М. Воронцова у власній класифікації запропонували виділити в структурі ресурсів туристичних територій [39]:

- безпосередньо туристичні ресурси, які розглядали, як ресурси, що формують туристичний інтерес, тобто як природні, так і культурно-історичні, а також інфраструктурні ресурси;
- ресурси як фактор туристичної діяльності (інформаційні, трудові, освітні, матеріальні тощо).

I. Школа серед видів туристичних ресурсів виділив економічні, природні, кліматичні, культурно-історичні, трудові, фінансові, соціальні та виробничі.

Більш систематизованим та ґрунтовним, на думку автора, є підхід запропонований О. Кусковим [101]. Він виділив дві окремі групи: це

безпосередньо туристичні ресурси, що включають природні та культурно-історичні складові та туристичну інфраструктуру, як самостійну групу. Проте додатково він розглядає соціально-економічні ресурси, що, на думку вченого, є спільною групою, та включають трудові, інформаційні, управлінські ресурси тощо.

Такий підхід зменшує важливість рекреаційної складової, при цьому на новий рівень виводиться інфраструктурна складова, яка своє відображення знаходить у групі соціально-економічних умов та ресурсів.

Схожим є підхід, запропонований О Музиченко-Козловською [118]. Філіповим, відповідно до якого виділяють дві групи ресурсів:

- перша група забезпечує умови для створення підприємств туристичної сфери та формування попиту на їх послуги (кліматичні, водні, ландшафтні, історичні, культурні ресурси тощо);
- друга група ресурсів безпосередньо забезпечує функціонування підприємств туристичного сектора (це, насамперед, транспортне транспортна, а також комунально-соціальне забезпечення).

Такого підходу також дотримується і О. Ушакова [178], але вона в межах вищеназваних груп ресурсів визначає критерії. Так, наприклад, до групи природно-кліматичних ресурсів, вона відносить 10 критеріїв, серед яких: екологічність території; комфортність природно-кліматичних умов; контрастність; рекреаційні можливості території; наявність бальнеологічних ресурсів; природні території, що особо охороняються; унікальність; атрактивність; туристичне навантаження на природні комплекси; освоєння територій. Також вона визначає 10 критеріїв для історико-культурних ресурсів та 16 критеріїв для соціально-економічної складової туристичного потенціалу.

Автор погоджується з загальними ідеями та принципами, визначеними в таких методиках, але вважає за потрібне зробити акцент на кількості критеріїв, за якими проводяться дослідження: їх кількість має бути достатньою, але в той же час експерти повинні чітко розуміти, що вкладається в поняття того чи іншого критерію.

Також слід відзначити декілька інших підходів до визначення критеріїв оцінки. Так Є. Карчевська визначила наступні фактори розвитку туризму, які, на її думку, складають туристичний потенціал:

- ресурсний;
- екологічний;
- інфраструктурний;
- споживчий [86].

У. Воєводіна [45] також виділяє чотири групи складових туристичного потенціалу території, причому кількість критеріїв сумарно складає сімнадцять:

- туристично-рекреаційні ресурси (історично-культурний потенціал, природно-рекреаційні ресурси, географічне положення, екологічна обстановка);
- туристична інфраструктура (готелі, заклади харчування, транспорт, виставкові та конференц-зали, музеї, розважальні заклади);
- інфраструктура, що має опосередкований, непрямий вплив (банки, вокзали та аеропорти, заклади торгівлі, інформаційні служби, страхові компанії);
- кадровий потенціал (кваліфікація та практичний досвід персоналу, спеціалізовані заклади освіти).

Така значна кількість запропонованих вищезгаданими дослідниками критеріїв та чинників є проявом вітчизняної специфіки наукових досліджень, що формують особливий український шлях до цивілізованого суспільства. Наявність в суспільстві поляризованих соціальних, прибуткових, політичних груп, різноманіття народів і релігій, національні відмінності, історичний досвід і історична обумовленість соціальних процесів визначають сучасне українське суспільство, як унікальну та неповторну соціально-економічну систему.

Дискусійним залишається питання використання термінів «ресурси» і «потенціал». Деякі дослідники, розглядаючи особливості формування туристичної привабливості та забезпечення функціонування туристичних комплексів, використовують терміни «рекреаційний потенціал», «туристичний потенціал» або «рекреаційно-туристичний потенціал» [19, 62, 67, 136].

В загальному вигляді потенціал – певні, часто приховані, засоби або

можливості, які при сприятливих умовах можуть бути використані для вирішення певних проблем, досягнення визначеної мети чи реалізації більш глобальних проектів.

Термін потенціал використовується у різних сферах діяльності людини. В науковій літературі зустрічаються поняття «економічного потенціалу», «інноваційного потенціалу», «культурного потенціалу», «природного потенціалу», «творчого потенціалу» тощо. Це пояснюється багатогранністю дефініції «потенціал», широтою його використання. Але будь-який потенціал – це певна сукупність цінностей, як матеріальних, так і нематеріальних, ефективно використання яких спрямовано на отримання потрібного результату.

Застосування терміну «потенціал» до сфери туризму ускладнюється необхідністю обмежити кількість елементів, що впливають на остаточний показник туристичного потенціалу. У зв'язку з цим, сучасні вчені іноді визначають занадто велику кількість складових туристичного потенціалу. Наприклад, один із підходів до визначення сутності потенціалу сфери послуг запропонував Т. Бурменко [36], відповідно до якого, потенціал сфери послуг розглядається як можливості, що є у розпорядженні суспільства задля розвитку досугових видів діяльності. Серед ресурсів, що формують такий потенціал виділяють:

- фінансові ресурси;
- технологічні та науково-інноваційні ресурси;
- підприємницькі ресурси;
- трудові ресурси;
- природні ресурси.

Г.Довгаль [62] розглядає туристичний потенціал території, як сукупність двох компонентів: 1) туристичні ресурси території, в тому числі їх кількість, якість, рівень використання та можливості залучення у процес формування туристичного продукту); 2) фактори туристичного виробництва території, які передбачають фінансовий капітал, трудові ресурси, туристично-транспортна інфраструктура.

Т. Божко [29] зазначає, що «ті ресурси, які на сьогодні використовують, а також ті, які через об'єктивні причини, недоступні, але можуть бути використані за певних умов, формують поняття рекреаційно-туристичний потенціал території».

Рекреаційно-туристичний потенціал, на думку Р. Бачо [19], охоплює поняття: а) рекреаційний потенціал – як природну складову; б) туристичний потенціал – як антропогенну складову, причому дана категорія розглядає історико-культурну складову, тобто пам'ятки культури та архітектури, музеї, традиції, народні промисли тощо.

М. Блага [22] вважає, що рекреаційний потенціал – система природних і суспільних об'єктів, їх властивостей і відношень, які використовують або можуть бути використані з метою оздоровлення чи відновлення (рекреації), розширення чи нагромадження духовних і фізичних сил людини у вільний від основного виду її діяльності час на спеціалізованих територіях.

О. Гулич [53], розглядає рекреаційний потенціал як один із показників природно-ресурсного потенціалу, ступінь спроможності території позитивно впливати на фізичний, психічний та соціально-психологічний стан людини під час відпочинку.

Під туристичним потенціалом території, на думку Н. Паньків [125] розуміють сукупність природних, культурно-історичних та соціально-економічних передумов для організації туристичної діяльності на певній території.

Проте найбільш широке значення туристичного потенціалу регіону наведено у роботах В. Руденко [139], яка визначає, що туристичний потенціал – це сукупність природних, природно-антропогенних та антропогенних ресурсів, які або вже використовують, або можуть використовувати для забезпечення функціонування туристичного комплексу з урахуванням сучасних тенденцій розвитку та впливу зовнішніх факторів з метою задоволення потреб туристів та рекреантів. Автор зазначає, що туристичний потенціал розраховується як сума потенціалів, що реалізуються в туризмі та забезпечують його сталий розвиток.

До таких потенціалів відноситься: географічний, історико-культурний, економічний (виробничий), демографічний (у тому числі трудовий), фінансовий, адміністративний, соціальний, споживчий та інноваційний.

Географічний потенціал туристичного комплексу – це сукупність різноманітних природних ресурсів, до числа яких відносяться ландшафти, клімат, мінеральні води та унікальні природні об'єкти.

Історико-культурний потенціал характеризується наявними пам'ятками історії, релігії, археології, архітектури, етнографії, а також включає в себе сучасні культурно-розважальні заклади, спортивні комплекси.

Економічний потенціал туркомплексу – це максимально можливий обсяг виробництва туристичних послуг за умови повного завантаження матеріально-технічної бази туристичного комплексу.

Трудовий потенціал відображає ефективність та особливості використання трудових ресурсів, що відповідають певним якісним критеріям: освіта, професійність, здоров'я тощо.

Фінансовий потенціал може розглядатися в контексті економічного потенціалу, а може окремо; передбачає визначення як доходів підприємств, так і рівнем оподаткування.

Адміністративний потенціал туристичного комплексу характеризується впливом державної чи регіональної політики по відношенню до сфери туризму із визначенням стратегій розвитку туристичного комплексу.

Соціальний потенціал туристичного комплексу формується за рахунок таких аспектів як підвищення зайнятості населення в заклад туристичної інфраструктури, загальне економічне зростання завдяки розвитку туризму та забезпечення потреби у відпочинку та відновленні. Споживчий потенціал представляє собою сукупність купівельної спроможності населення по відношенню до рекреаційних та туристичних послуг, розраховується в залежності від рівня заробітної платні та цін на туристичні послуги.

Інноваційний потенціал характеризується наявністю та застосуванням новітніх технологій, засобів організації процесу обслуговування туристів та

діяльності туристичного комплексу в цілому, у спроможності підвищувати рівень міжгалузевої конкуренції тощо.

Проаналізував поняття «туристичні ресурси» та «туристичний потенціал» можна дістати висновку, що в сучасній науковій літературі змістове наповнення вищезгаданих термінів майже однакове. Принциповою відмінністю є структура та кількість елементів, що використовують при тлумаченні вказаних дефініцій: так туристичні ресурси включають переважно 3-4 елементи, тоді як при визначенні сутності поняття «туристичний потенціал» враховують п'ять і більше складових. Крім того, важливим аспектом застосування поняття «туристичний потенціал» є принципи розрахунку його обсягу, що само по собі є дискусійним питанням. На думку автора, у подальшому дослідженні доцільно використання саме терміну «туристичні ресурси», адже одним із головних завдань роботи є пошук методики розрахунку привабливості туристичного комплексу регіону, а наявність великої кількості потенціалів значно ускладнює поставлене завдання.

Поняття туристичні ресурси містять усі необхідні складові для комплексного аналізу туристичної привабливості регіону, а також враховують важливі соціальні аспекти, як фізичний та психологічний стан такий вагомий соціальний момент, як психологічний та фізичний стан сучасної людини, що потребує послуг з туристичного обслуговування.

В широкому сенсі туристичні ресурси поділяють на наступні групи:

- загальні (за походженням, строкам та можливостям відновлення);
- за складом (функціональне призначення, можливість взаємо заміни, характер використання);
- за якістю (значимість для розвитку туризму, ступінь комфортності, атрактивність, стан);
- за територіальним розподілом;
- за інтенсивністю використання;
- за характером участі у формування турпродукту;

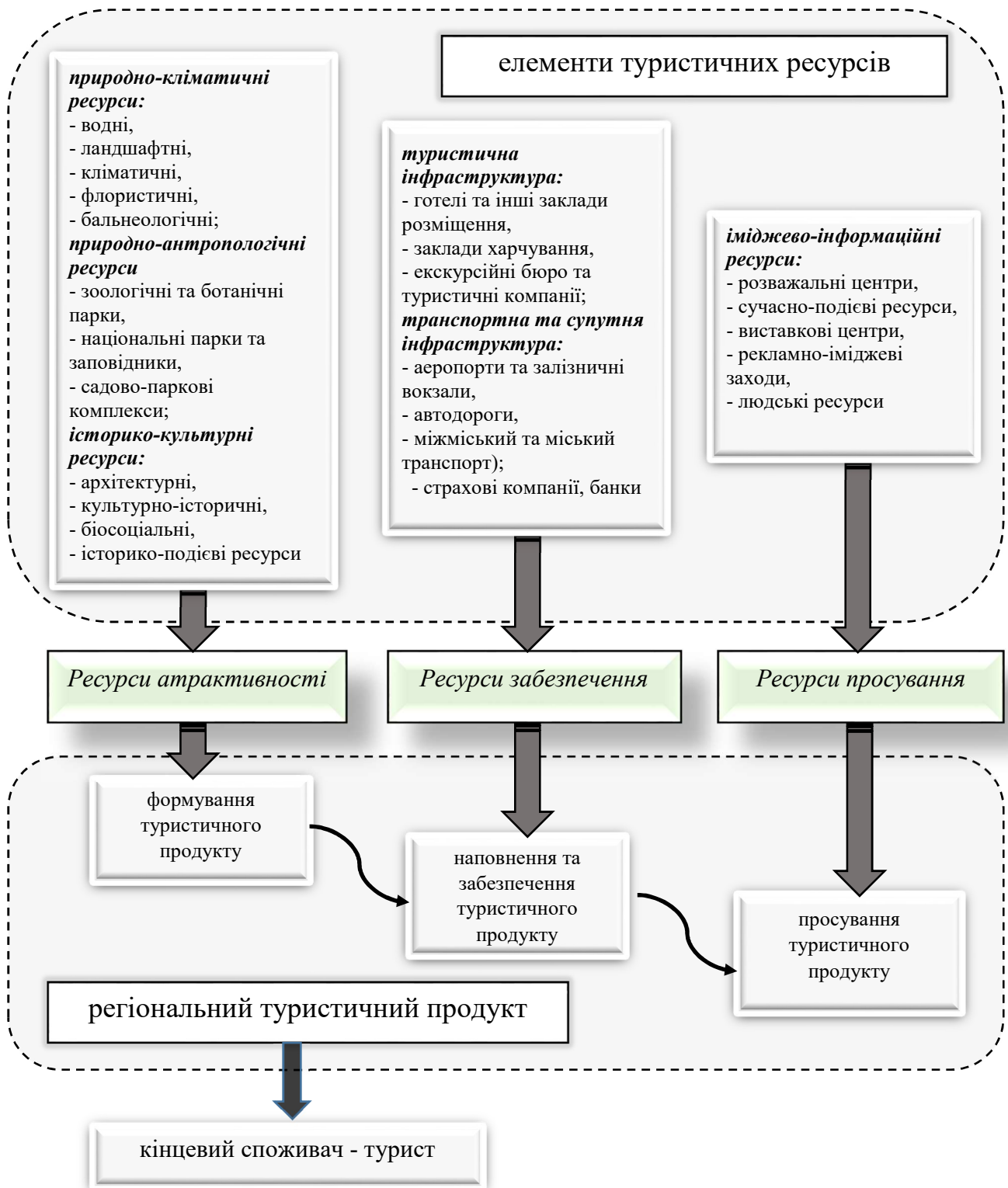
На думку автора, кожен із існуючих підходів має свої як переваги, так і недоліки. Але головна ідея полягає у тому, що будь-яка запропонована система

класифікації туристичних ресурсів або визначення туристичного потенціалу повинна мати таке наповнення, що набуває практичного змісту та відповідає вимогам сучасного туризму.

Проаналізував існуючі підходи, найближчим до сучасних умов функціонування туристичних комплексів регіону, на думку автора, є підхід запропонований С. Бистровим та М. Воронцовою, які в окрему групу виділили усі базові фактори [39], що формують туристичний інтерес у класичному розумінні. Фактично до спільної групи потрапили такі ресурси, як: природні, природно-антропогенні, історичні, культурні, історико-подієві та інфраструктурні. Але прагнучі удосконалити запропонований підхід, вважаємо за потрібне виділити в окрему групу інфраструктурну складову. Таке бачення ґрунтується на особливостях досліджень, адже методи та підходи щодо оцінки природних чи історичних ресурсів одні, а інфраструктурних - інші. В сучасних умовах інфраструктурна складова може бути оцінена як кількісно, так і в грошовому вимірі: вартість основних засобів, доходи від здійснення діяльності тощо.

В той же час такі ресурси, як природні, природно-антропогенні, історичні, культурні, історико-подієві тощо мають опинитися у спільній групі, як класичні ресурси, що формують туристичний інтерес.

Крім того, розгляд туристичних ресурсів потрібно проводити в контексті регіонально турпродукту: від моменту його формування до моменту реалізації кінцевому споживачу. Будь-який процес визначення та формування системи туристичних ресурсів з метою забезпечення функціонування туристичного комплексу потребує визначення їх структурних елементів. В цьому випадку особливого значення набуває вага таких структурних елементів. Проаналізувавши існуючі підходи, можна дійти висновку, що поняття туристичні ресурси – є складним поняттям, яке включає в себе певну кількість груп, кожна з яких наповнюється схожими за змістом елементами, які одночасно виступають критеріями для подальшої оцінки та розрахунку рейтингу туристичних комплексів за їх ресурсною складовою.



Розроблено автором

Рис. 1.6. Ресурсне забезпечення функціонування туристичного комплексу

Пропонується наступний перелік критеріїв оцінки або елементів туристичних ресурсів, об'єднаних за змістовим принципом у групи:

- природно-кліматичні ресурси (водні, ландшафтні, кліматичні, флористичні, бальнеологічні ресурси);
- природно-антропологічні ресурси (зоологічні та ботанічні парки, національні парки та заповідники, садово-паркові комплекси);
- історико-культурні ресурси (архітектурні, культурно-історичні, біосоціальні, історико-подієві ресурси);
- туристична інфраструктура (готелі та інші заклади розміщення, заклади харчування, екскурсійні бюро та туристичні компанії);
- транспортна та супутня інфраструктура (аеропорти та залізничні вокзали, автодороги, міжміський та міський транспорт, страхові компанії, банки);
- іміджеві-інформаційні ресурси (розважальні центри, сучасно-подієві ресурси, виставкові центри, рекламно-іміджеві заходи, людські ресурси, регіональна система управління).

На відміну від існуючих підходів, запропонована система класифікації та визначення туристичних ресурсів передбачає комплексний підхід із процесом формування та просування регіонального туристичного турпродукту. Кожна із груп, що входить до туристичних ресурсів забезпечує вплив на конкретний етап життєвого циклу турпродукту, при цьому формуючи єдину систему стабільного функціонування туристичного комплексу регіону.

На даний момент існує декілька підходів щодо оцінки ресурсного потенціалу туристичного комплексу, перш за все це методи, що базуються на використанні економіко-статистичних залежностей, метод вартісної оцінки, бальної оцінки, експертний метод, індексний, матричний метод, бенчмаркінг тощо.

Але найбільш прийнятними, на думку автора, дослідження потенціалу окремих ресурсів в контексті розвитку території може відбуватися у декілька способів: кількісний аналіз або експертна оцінка; а сукупності ресурсів – шляхом ранжування шляхом використання бальної оцінки, застосування економіко-статистичних методів доцільно при аналізі ефективності функціонування інфраструктурної комерційної складової.

Проведення кількісного аналізу передбачає визначення системи кількісних характеристик, що застосовуються по відношенню до об'єктів, явищ та процесів, які досліджуються та за умови математичної обробки створюють базу, яка допомагає розкрити кількісні міри відповідної якості [171].

Сутність експертного методу полягає у тому, щоб, на основі виявленої у результаті змістовного аналізу якісної градації, надати числове значення у вигляді балів, які повинні відображати ступінь відмінності досліджуваного показника порівняно з іншими.

Принцип бальної оцінки близький за змістом до експертних оцінок, але бали отримуються на основі заздалегідь розробленої уніфікованої системи в залежності від градації показників, отриманих шляхом ранжування на основі кількісного аналізу.

Важливою особливістю дослідження туристичних ресурсів класичного типу є той факт, що протягом певного часу сумарні показники, що отримані під час оцінки, майже не змінюються.

Висновки до розділу 1

1. Встановлено, що за своєю сутністю туризм розглядається як складне та суперечливе поняття, яке з одного боку сформовано в контексті інтересів туриста, а з іншого боку визначається як певна сукупність явищ та взаємовідносин, які виникають при взаємодії туристів, організаторів подорожей, місцевих органів влади та населення у процесі туристичної діяльності з метою задоволення соціально-економічних та гуманітарних потреб суспільства. Незважаючи на економічний зміст поняття, туризм не визнаний як окрема галузь економіки, а його складові відповідно до світової та вітчизняної класифікації видів економічної діяльності віднесено до таких розділів, як транспорт; розміщення та громадське харчування; інформація; страхування; діяльність у сфері охорони здоров'я та соціальних послуг; мистецтво, сфера розваг та відпочинку; інші види діяльності у сфері послуг, що ускладнює отримання та аналіз об'єктивної статистичної інформації.

2. Встановлено, що одним із основних аспектів забезпечення

функціонування туризму в сучасних умовах є необхідність визначення територіально-просторових обмежень сучасних туристичних територій. Систематизація теоретико-методичних підходів щодо визначення типів територіально-просторових утворень у туристичній сфері та їх структурування дали можливість обґрунтувати необхідність використання уточненого поняття «туристичний комплекс регіону», як складної багатофункціональної системи, формування якої відповідно до визначених умов, забезпечує стабільні функціонування та розвиток регіонального туризму. Такий підхід дає можливість виокремити складові різних галузей економіки, які задіяні в обслуговуванні туристів та визначити рівень їх впливу на регіональний туристичний продукт.

3. Визначено, що дослідження туристичного комплексу, як складної соціально-економічної системи доцільно проводити в контексті вивчення двох головних економічних підсистем: туристичної пропозиції та туристичного попиту. Саме збалансованість даних складових забезпечує стабільне функціонування туристичного комплексу в цілому. Туристична пропозиція передбачає комплексне використання трьох його компонентів: туристичних ресурсів та об'єктів атракції, туристично-транспортної та супутньої інфраструктури і організаційна складова. Туристичний попит на регіональний туристичний продукт забезпечується високим рівнем еластичності і потребує постійної підтримки та коригування. Особливістю формування туристичного попиту є необхідність тривалої роботи не тільки над іміджевою складовою туристичного регіону а й безпосередня співпраця з підприємствами, що безпосередньо займаються продажем турпродукту.

4. Визначено, що просування та продаж туристичного продукту, як і в цілому туристичного напрямку, в сучасному туризмі, незважаючи на високу загальну кількість туристів, набуває практично адресного характеру. Встановлено наявність різноманітних підходів щодо управління туристичним комплексом, що засвідчує про суттєві відмінності у функціонуванні туристичних комплексів в залежності від їх типу, та обумовлюють необхідність проведення

гнучкої регіональної політики, пристосування існуючих підходів з урахуванням особливостей кожного регіону з метою забезпечення його сталого розвитку. Доведено, що ефективність розвитку та функціонування туристичного комплексу регіону залежить безпосередньо від оптимального використання ресурсної бази території. Туризм, як економічний напрям, використовує різноманітні ресурси, але з метою задоволення рекреаційних та туристичних потреб туристів, необхідний диференційований підхід. Один і той же самий тип ресурсів може здійснювати різний вплив на функціонування туристичних комплексів, бути домінуючим фактором атрактивності або, за певних умов, взагалі може не використовуватися. В зв'язку з цим особливого значення набуває необхідність актуалізованої оцінки туристичних ресурсів в залежності від історичних особливостей розвитку території, традицій, потреб споживачів, важливості для формування загальної економічної політики регіону тощо.

5. Досліджено теоретико-методичні підходи щодо структурування ресурсної складової функціонування туристичного комплексу. Встановлено, що будь-який процес формування системи туристичних ресурсів з метою забезпечення функціонування туристичного комплексу потребує визначення їх структурних елементів. Запропоновано класифікацію туристичних ресурсів проводити з виокремленням по елементних складових по кожному типу. Кожна із груп, що входить до туристичних ресурсів забезпечує вплив на конкретний етап життєвого циклу турпродукту, при цьому формуючи єдину систему стабільного функціонування туристичного комплексу регіону. Визначення залежності результатів функціонування туристичного комплексу регіону на основі аналізу основних структурних елементів його ресурсної бази дає можливість отримати максимально об'єктивний рівень оцінки.

6. На даний момент існує декілька підходів щодо оцінки ресурсного потенціалу туристичного комплексу, перш за все це методи, що базуються на використанні економіко-статистичних залежностей, метод вартісної оцінки, бальної оцінки, експертний метод, індексний, матричний метод, бенчмаркінг тощо. Дослідження потенціалу окремих ресурсів в контексті розвитку території

може відбуватися у декілька способів: кількісний аналіз або експертна оцінка; а сукупності ресурсів – шляхом ранжування шляхом використання бальної оцінки, застосування економіко-статистичних методів доцільно при аналізі ефективності функціонування інфраструктурної комерційної складової.

Наукові результати, що отримані автором у ході написання розділу пройшли апробацію та доповідалися й були схвалені на науково-практичних конференціях, а також надруковані у наукових фахових виданнях [9, 130, 152, 155, 156, 163, 164, 167, 168].

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ТА АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

2.1. Методичні підходи до оцінки складових функціонування туристичного комплексу

Туристичний комплекс регіону – це достатньо складне за змістом соціально-економічне явище, розвиток якого залежить від сукупності різноманітних складових, таких просторові та географічно-територіальні характеристики, адміністративні та законодавчо-нормативні фактори, ресурсна та безпекова складові, тощо. Важливим при формуванні стратегій розвитку як регіону в цілому, так і окремих його частин, у тому числі таких як регіональний туристичний комплекс, є визначення його можливостей щодо ефективного функціонування. Саме чітке розуміння реального становища справ, ризиків та небезпек, дозволяє визначити перспективи розвитку та організувати ефективне управління. Забезпечення об'єктивних результатів є можливим за умови використання правильно обраної методики дослідження, за допомогою якої можна отримати найактуальнішу інформацію.

Аналізуючи як вітчизняну так і закордонну наукову літературу з проблематики даного дослідження, можна визначити, що на сьогоднішній день існує достатньо широкий спектр підходів та методів до оцінки туристичної привабливості територій. Але, перш ніж розглядати їх особливості та сутність, необхідно з'ясувати співвідношення таких термінів як «підхід» та «метод». На перший погляд, ці поняття ідентичні, особливо з філософської точки зору, але як показує практика, у наукових колах з цього приводу точаться достатньо серйозні дискусії [123].

Наприклад, Л. Дротянко [64] вважає, що науковий метод, це ширше за змістом поняття, аніж підхід. Він вважає, що підхід не може перетворитися на метод, в той час коли науковий метод може спиратися на два і більше підходів,

які між собою можуть бути пов'язані як логічно, так і за змістом. Як приклад він наводить системно-структурний метод, який ґрунтується відповідно на системному і структурному підходах.

Що стосується прихильників географічного напрямку у дослідженні туристичних територій, то переважна більшість важливішим за змістом розглядають поняття «підхід». Такої думки дотримуються О. Бейдик [20], Т. Божук [29], Т. Галушкіна [66], В. Пашенко [127], О. Чеченя [190], О. Шаблій [191], В. Шульга [196]. Але, наприклад О. Ващенко [44] відзначив ідентичність цих понять, вважаючи їх синонімами.

Розуміючи складність визначення чітких меж об'єкту дослідження в контексті оцінки привабливості туристичних територій, автор вважає недоцільним принципові наукові дискусії стосовно співвідношення певних термінів, у тому числі таких, як «підхід», «метод», а також «спосіб», «прийом» тощо. Автор дотримується в цьому питанні філософського погляду, що напрям дослідження та спосіб, в який він здійснюється, дуже міцно пов'язані та представляють собою цілісний, нерозривний процес. Крім того, об'єми підходів та методів так само по-різному можуть співвідноситися. Наприклад, певний, достатньо широкий за змістом, метод може поєднувати та використовувати декілька підходів, так само, як на основі якогось підходу може виникнути потреба у використанні кількох методів.

Розглянувши існуючі бачення вітчизняних та закордонних вчених, автор дійшов висновку, що для повноцінного наукового дослідження важливим є не тільки безпосередньо тлумачення того чи іншого терміну, а визначення його сутності та функцій у розрізі застосування під час конкретного наукового дослідження.

Серед існуючих тлумачень автор, в контексті власних досліджень, погоджується з думкою О. Шаблія [191], який визначив, що «метод наукового дослідження – це система розумових і (або) практичних операцій (процедур), які націлені на розв'язання певних пізнавальних завдань з урахуванням певної пізнавальної мети».

Також він визначив і основні вимоги до методів дослідження:

- якість, що передбачає зрозумілість та логічність методу;
- спрямованість, яка забезпечує обґрунтованість обраного методу в контексті досягнення потрібної мети;
- послідовність застосування, що дозволяє визначити чіткий порядок, якого потрібно дотримуватися при використанні обраного методу;
- результативність, яка забезпечує можливість отримання таких результатів, що відповідають поставленій меті;
- надійність, яка дозволяє отримувати найбільш близькі до реального становища результати, маючи мінімальну похибку;
- економічність, яка передбачає мінімізацію витрат часу та коштів порівняно із іншими методами.

Таким чином, найголовнішим при проведенні ґрунтовних наукових досліджень є правильне обрання методу або методів, за допомогою яких будуть отримані результати що відповідають потребам науки та суспільства. Використання правильно обраного методу дозволяє підтвердити істинність результатів, що отриманні в процесі дослідження.

У той же час, виходячи із логіки попередніх тлумачень, принагідно зазначити, що окремий метод може забезпечити якісне дослідження переважно окремих складових. Але дослідження комплексних явищ має відбуватися в контексті поєднання таких методів в єдину систему. Саме такою системою автор вважає методику, що передбачає в першу чергу вибір критеріїв, показників, характеристик, їх систематизацію та групування з метою подальшого дослідження за допомогою обраних методів.

Повертаючись до характеристик існуючих методик щодо оцінки туристичного комплексу принципово їх можна поділити на дві групи:

1 група – це методики, пов'язані з оцінкою результатів роботи туристичного комплексу

2 група – це методики, що спрямовані на визначення можливостей ефективного використання потенціалу (ресурсної бази) туристичних комплексів.

Аналізуючи роботи вітчизняних та іноземних науковців, слід відзначити що значні дискусії точаться саме стосовно другої групи, де принципово можуть відрізнятися і самі методики, і критерії оцінки, і обсяг дослідження, і решта складових. Натомість, оцінка результатів функціонування туристичного комплексу, на перший погляд здається простішою та більш зрозумілою. Автор лише частково погоджується з такою позицією. Головна проблема, на нашу думку, полягає у можливості маніпулювання результатами таких досліджень, при чому така проблема може спостерігатися, як на рівні оцінки ефективності роботи окремого підприємства, туристичного комплексу регіону чи навіть держави в цілому.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначає достатньо чітко показники, що можуть характеризувати результати функціонування туризму в країні. Це в першу чергу: кількість прибуттів та доходи від міжнародного туризму [6,7]. Але, навіть під час швидкого перегляду порівняльних таблиць із кількістю туристів (прибуттів), неможливо не звернути увагу на той факт, що на сьогодні ВТО 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;

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;

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

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

Насправді, використання різних методик щодо підрахунку кількості туристів має своє логічне пояснення, адже їх можливості обмежені соціально-економічними, політичними та іншими фактори. Але з іншого боку, порівняння результатів, отриманих різними методами не завжди є доцільним і може не тільки викривляти справжню ситуацію, але й заважати формувати правильний та коректний напрям розвитку.

Інший показник, що характеризує рівень розвитку світового туризму, - доходи від міжнародного туризму так саме 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) [5,6,7].

Незважаючи на постійну критику таких методик, можливе викривлення результатів, варто відзначити, що на сьогоднішній день це – найкращі наукові розробки, над якими працювало чимало вчених протягом багатьох років. Але також треба відзначити, чим більше рівень дослідження, тим складніше розробити та впровадити певну унікальну методику, яка би повністю відповідала вимогам галузі, часу, споживачів, науковців тощо та була би при цьому, максимально точною.

Схожа ситуація спостерігається і на рівні держави, і на рівні регіону: максимально точних результатів отримати майже не можливо, адже до сфери впливу туризму відносяться підприємства, що входять до різних економічних галузей, в межах діяльності яких вкрай важко визначити яка частина доходів отримана саме від туристів, а яка від інших категорій споживачів.

Виходячи з наведеної вище інформації, можна зробити висновок, що чим більше об'єкт дослідження в туризмі, тим складніше отримати максимально точні результати його функціонування.

Але з іншого боку абсолютні статистичні показники, навіть отримані за ідентичними методиками, не в змозі дати відповідь, наскільки ефективно туристичний сектор працює в певному регіоні чи країні. Наприклад, кількість

туристів, що відвідало Естонію у 2016 році склало 3,143 млн. осіб, тоді як аналогічний показник Ізраїлю склав 2,900 млн. туристів. Обидві країни для обліку іноземних туристів використовують методику TF, що враховує тільки тих відвідувачів країни, які знаходилися більше доби, тобто виключаються одноденні екскурсанти [6,7]. Елементарний логічний аналіз ресурсної бази свідчить, що значимість та атракційність об'єктів туристичного інтересу, що знаходяться на території Ізраїлю, значно вище ніж значимість аналогічних об'єктів Естонії. Тоді логічним постає питання, чим можна пояснити такі результати. Інший показник, що надається ВТО – дохід від міжнародного туризму, показує що за 2016 рік Естонія отримала 1,576 млрд. дол. США, тоді як Ізраїль – 5,722 млрд. дол. США [6,7]. Використовуючи елементарні математичні розрахунки можна з'ясувати, що в середньому один турист, що відвідав Ізраїль у 2016 році витратив майже у 4 рази більше грошей ніж аналогічний турист в Естонії. Причин можна назвати достатньо: тривалість перебування, загальний рівень цін на туристичні та супутні послуги тощо. Але головний висновок, який можна зробити – це те, що у жодному випадку не потрібно проводити дослідження за монопринципом, тобто використовуючи один конкретний показник. Задля отримання об'єктивних даних необхідно використовувати комплексні методики, які надають інтегральний результат за кількома показниками, враховуючи їх вагу, значимість, метод отримання даних тощо.

Інша ситуація, яку треба враховувати при таких дослідженнях – це ефективність використання тих ресурсів, які має країна і які впливають на загальну привабливість туристичного напрямку. Наприклад, розглянемо для порівняння такі країни як Перу та Колумбія. Кількість іноземних туристів, що відвідали ці країни у 2016 році склало відповідно 3,744 млн. та 3,317 млн. осіб, а доходи, відповідно, - 3,501 млрд. та 4,773 млрд. дол. США [6,7]. Не ставлячи метою розібрати ці показники детально, можна зазначити, що вони відносно близькі. Проводячи поверховий логічний аналіз цих країн з точки зору розвитку та ефективності функціонування туристичного комплексу, можна зазначити, що за показником віддаленості від країн-постачальників туристів вони знаходяться

у схожій ситуації. Рівень соціально-економічного розвитку, політичної стабільності також приблизно ідентичний. Але, якщо порівнювати об'єкти туристичного інтересу, то слід визнати, що за показником їх кількості та їх значимості Перу набагато випереджає Колумбію. Це можна пояснити двома аспектами: або одна із цих країн використовує свій потенціал ефективніше, або інтереси туристів змінилися та відійшли від класичних форм у бік сучасних напрямів.

І третій аспект, якому сучасні вчені, на думку автора, приділяють недостатньо уваги – це наявність певних факторів, дія яких має суттєвий (переважно негативний) вплив на загальну затребуваність туристичного напрямку в контексті загальної соціальної, економічної чи політичної ситуації. Яскравим прикладом може бути Єгипет: з 2010 по 2016 рр. кількість туристів зменшилася майже втричі з 14,051 млн. осіб у 2010 році до 5,258 млн. туристів у 2016 році [6,7]. При цьому ресурсна база залишилася практично незмінною. В цьому випадку на перше місце виходить фактор безпеки, який, по суті, нівелює усю унікальність туристичного потенціалу Єгипту.

Другий та третій аспекти, визначені вище, не просто обумовлюють необхідність використання другої групи методик оцінки туристичного комплексу - методик, які спрямовані на вивчення можливостей ефективного використання потенціалу (ресурсної бази) туристичних комплексів, але й підкреслюють її першочергове значення.

Умовно існуючі методики щодо оцінки туристичного потенціалу можна поділити на дві групи. Перша група – це методики, що спрямовані на оцінку окремих ресурсів чи груп ресурсів. Друга група – це методики, за допомогою яких відбувається комплексна оцінка туристичних територій.

Оцінка окремих ресурсних складових туристичного комплексу є достатньо суб'єктивною і не може бути використана сама по собі при розробках стратегій розвитку туристичних територій. Як приклад можна навести два підходи щодо оцінки природних ресурсів регіонів України. 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 регіону, яке використовує ресурси рекреації. Потім вираховувалася 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 існуючої практики планування місць відпочинку та лікування. За розрахунками В. Руденка, в сумарному обчисленні природно-рекреаційний потенціал складає 9,6% від інтегрального природно-ресурсного потенціалу країни.

Відповідно до методики О. Бейдику інтегральна оцінка природних рекреаційно-туристських ресурсів України має розраховуватися як сума балів, отриманих у результаті ранжування за наступними критеріями: спелеологічні, орографічні, кліматичні, гідрографічні, рослинні та тваринні ресурси.

Обидві методики аргументовано доводять значимість природно-рекреаційних ресурсів для розвитку туризму в Україні, але ранжування регіонів суттєво різняться.

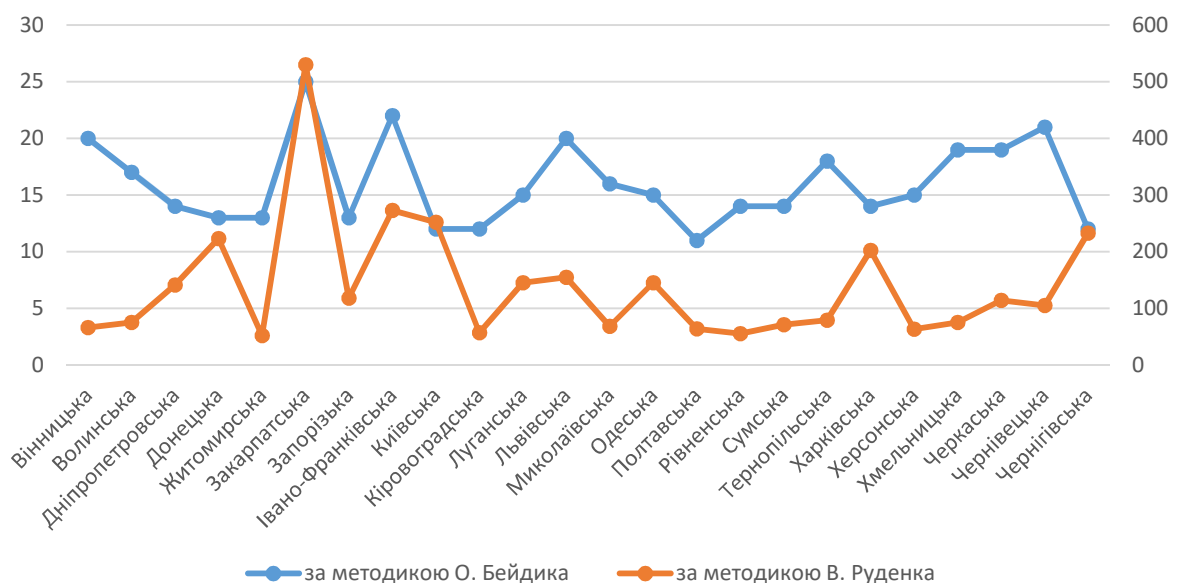


Рис. 2.1. Результати оцінки природних ресурсів за методиками О. Бейдику та В. Руденка

Можна відзначити деякі відмінності в результатах оцінки природно-рекреаційного потенціалу за методиками В. Руденка [139] та О. Бейдика [20] через систему виміру та повноту обліку складових компонентів, проте вивчення природного потенціалу країни показує, що є значні можливості в кожному регіоні, щоб розвивати в них туристську діяльність.

Аналізуючи наукову літературу, що присвячена питанням оцінки певних груп ресурсів, слід зазначити, що принципово підходи не розрізняються, а незначним чином доповнюються. Так, класичного підходу дотримується О. Ушакова [178], яка визначила наступні напрями оцінки окремих елементів туристичного потенціалу:

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

- психолого-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.

С. Хлебніков [180] розширив ці поняття, економічна оцінка розглядається ним в контексті соціально-економічного розвитку, також він виділив в окрему категорію геоекологічну оцінку, яка передбачає вивчення результатів впливу антропогенних факторів на природні ресурси у результаті здійснення туристичної діяльності.

Систематизуючи такі підходи, слід визначити декілька ключових критеріїв:

- кількісний аналіз – переважна більшість досліджень в контексті даних методик передбачає порівняння кількісних показників, без урахування значимості чи якості конкретної ресурсної одиниці, хоча в деяких випадках якісна складова частково враховується за рахунок здійснення бальної оцінки;

- отримання первісної інформації – в деяких випадках базується на анкетуванні чи експертних оцінках, але в той же час не існує єдиного формату анкети, що в свою чергу ускладнює порівняння показників;

- географічна спрямованість – серед засобів дослідження переважають суспільно-географічні методи: картографічний, кластерний, кадастровий, геосистемний тощо.

На думку автора використання таких підходів окремо є недоцільним адже має багато недоліків і певною мірою не відповідає вимогам сучасного туризму, але в той же час можливо їх поєднання в контексті комплексного підходу або використання окремих їх елементів.

Комплексним підходам в останній час приділяється достатньо багато уваги як вітчизняними, так й іноземними науковцями [1], [178], [180]. Узагальнюючи результати їх досліджень, треба відзначити, що принципово «комплексність» розглядається в контексті оцінки туристичних ресурсів без урахування туристичної інфраструктури та з урахуванням інфраструктури туризму.

Такі методики в певному розумінні є схожими, вони використовують різноманітні компоненти туристичного потенціалу і принципово відрізняються саме набором вищезгаданих компонентів, при чому вага таких компонентів не завжди знаходиться в єдиній для порівняння площині. Так, на думку автора, для оцінки загального рівня розвитку туризму не можна порівнювати значимість таких компонентів, як, наприклад, транспортна доступність та кількість озер, адже туристи не можуть оцінити привабливість озер, без можливості дістатися туди, так саме як привабливість озер практично немає значення, коли йдеться про подієвий чи діловий туризм.

Розглянувши ширше методику О. Бейдика, треба зазначити, що, окрім, вищезгаданої природної складової туристично-рекреаційних ресурсів, при

розрахунку інтегрального показника він також застосовує природно-антропогенний, суспільно-географічний, архітектурно-історичний, інфраструктурний, біосоціальний та подієвий фактори. Розрахований за цією методикою ресурсно-рекреаційний рейтинг регіонів України представлений на рис. 2.2.

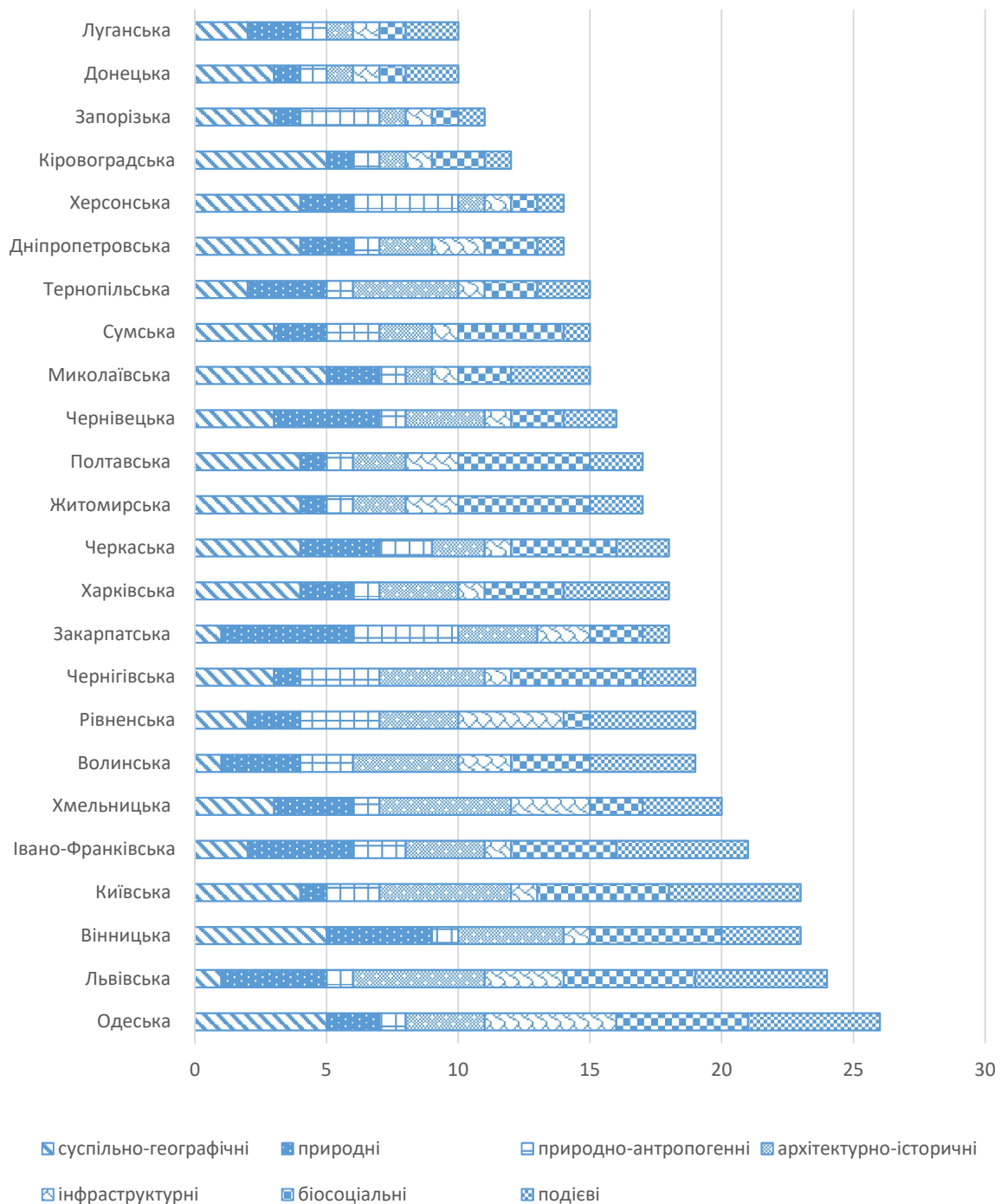


Рис. 2.2. Ресурсно-рекреаційний рейтинг (за методикою О.Бейдика)

Комплексна оцінка туристичних ресурсів і в інших методиках проводиться переважно через розрахунок інтегрального показника. Так, В. Марчук [111] розглядає оцінку рекреаційного потенціалу по чотирьох основних критеріях: природна, історико-культурна та соціально-економічна складові, до складу якої входить транспортна компонента та туристична інфраструктура. Для оцінки природних ресурсів він пропонує використовувати кількісні дані та статус унікальних природних об'єктів в якості інтегрального показника, який відображає природну значимість та екологічну цінність досліджуємої території. Для отримання бальних оцінок пропонується залучати експертів.

При проведенні розрахунків, статус об'єктів може одержати відповідний бал (експертна оцінка від 1 до 5 балів).

Базовий показник $B_{пк}$ природної компоненти (у балах), можна одержати наступним розрахунком:

$$B_{пк} = \sum_{j=1} n_j * k_j \quad (2.1)$$

де n_j - кількість унікальних природних об'єктів j -го виду;

k_j - оцінка в балах статусу унікального природного об'єкту j -го виду.

Поправочні коефіцієнти (у діапазоні від 0,9 до 1,1 із кроком 0,05 одиниць) відображають: заповідність (K_z), ландшафтну привабливість ($K_{лп}$), комфортність клімату ($K_{кк}$), екологічну сприятливість ($K_{ес}$), несприятливі природні явища ($K_{нпя}$). Останній коефіцієнт зменшує привабливість туристичної території для здійснення рекреаційної діяльності (під несприятливими природними явищами розуміють: лавинонебезпечність, землетруси, кліщовий енцефаліт).

Підсумкова оцінка природного компонента ($I_{пк}$) розраховується за наступною формулою:

$$I_{пк} = B_{пк} * K_z * K_{лп} * K_{кк} * K_{ес} * K_{нпя} \quad (2.2)$$

Подібним чином можуть бути отримані оцінки по таких елементах туристичних ресурсів як історико-культурна та соціально-економічна складові.

Причому припускається можливість окремих розрахунків по показнику транспортної компоненти.

Тому розрахунок інтегрального рекреаційного потенціалу (I_{pn}) провадиться шляхом підсумовування чотирьох показників РП:

$$I_{pn} = I_{nk} + I_{ik} + I_{mp} + I_{pi} \quad (2.3)$$

де I_{nk} - підсумкова оцінка природного компонента;

I_{ik} - підсумкова оцінка історико-культурного компонента;

I_{mp} - підсумкова оцінка соціально-економічного компонента (транспортна складова);

I_{pi} - підсумкова оцінка соціально-економічного компонента (рівень розвитку рекреаційної інфраструктури).

Інтегрована оцінка туристичної привабливості дозволяє провести ранжування регіональних туристичних комплексів, визначивши можливі стратегії в залежності від їх внеску у регіональний валовий продукт.

Покомпонентний аналіз рівня розвитку туристичних ресурсів (природний, історико-культурний, транспортний і соціально-економічний компоненти) і типологія рекреаційного простору дають можливість об'єктивно виділити найбільш перспективні для розвитку туристичного комплексу регіону території та напрямки першочергового інвестування у рекреаційну сферу.

Схожий за сутністю і змістом підхід запропоновано Ю. Худеньких [183], який виділив три основних елементи туристичних ресурсів: природні, історико-культурні та соціально-економічні, для оцінки яких також пропонується використовувати бальну оцінку. Туристичний потенціал пропонується оцінювати в контексті найбільш масових форм туризму: оздоровчого, пізнавального, спортивного, ділового та лікувального. Але в якості суб'єкту оцінки розглядається турист, який відвідує регіон. Розмір природного та культурно-історичного потенціалу автором пропонується вимірювати значимості основних туристичних об'єктів, що входять до кожної із груп. 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 досліджуваних об'єктів.

Відповідно до визначеної методики, кінцевий результат представляє не кількість балів, а питому вагу туристичних ресурсів у загальному показнику та питому вагу туристичного комплексу в контексті розвитку туризму в країні. Даний підхід має елементи економічної оцінки, оскільки дозволяє визначити як привабливість туристичних ресурсів для туристів, так перспективи та напрями розвитку туризму в конкретному туристичному комплексі.

Є. Карчевська [86] для оцінки потенціалу туристичної території визначає фактори розвитку туризму, що складають туристичний потенціал, а саме: ресурсний, екологічний, інфраструктурний та споживчий. Для ресурсного потенціалу найбільш важливими є показники насиченість адміністративно-територіальних одиниць природно-рекреаційними та культурно-історичними ресурсами. Екологічна складова формується показниками радіоактивного забруднення, техногенних змін, екологічного стану. Споживчий фактор характеризується показником інтенсивності туристичних потоків. Інфраструктурна складова оцінюється за рівнем розвитку готельної та транспортної мереж, закладів харчування, розважальних центрів, санаторного господарства та підприємств-організаторів туризму: туроператорів, турагентів та екскурсійних бюро. Інтегральний показник також отримується шляхом підсумовування окремих інтегральних показників.

У своєму підході Є. Карчевська [86] використовує незначну кількість критеріїв, що не надає повної характеристики ресурсного потенціалу території, але концепція комплексної оцінки туристичного потенціалу, яку вона запропонувала, поєднує в собі оптимальну за змістом кількість факторів, необхідних для визначення туристичної привабливості території.

Проведений аналіз існуючих методичних підходів свідчить, що методики переважно мають розрізнений характер. Головною їх спільною рисою є певний перелік елементів, які автори включають до поняття «туристичний потенціал» або «туристичні ресурси». Але набір цих компонент в значній мірі залежить від

основного профілю дослідників. Хоча, як закономірність варто відзначити, що більше уваги надається ресурсам першої атракції, тобто природним та культурно-історичним, тоді як інфраструктурна складова, яка забезпечує процес функціонування регіональних туристичних комплексів, управлінська, інформаційна компонента та інші складові, або ігноруються, або об'єднані в єдину групу, що насправді ускладнює збір фактичних даних. З іншого боку, наявність різноманітних, хоча і схожих по своїй сутності методичних підходів до оцінки як окремих компонентів туристичного потенціалу, так і його в цілому, дозволяє визначити низку принципів, що відображені у наукових поглядах, застосування яких дозволяє вирішити низку завдань наступного характеру:

- в залежності від типу туристичного комплексу, його ресурсного потенціалу можливо визначити основний напрям розвитку, обираючи екстенсивною формою, тобто залучення нових складових туристичних ресурсів у процес виробництва турпродукту та надання послуг, та інтенсивною формою, яка передбачає підвищення ефективності використання наявних ресурсів та інфраструктури;

- визначення можливостей щодо збільшення кількості та якості туристичних ресурсів для створення та подальшого просування нового за сутністю та напрямом туристичного продукту;

- підвищення ефективності використання туристичних ресурсів за рахунок оптимізації, обмеження та перерозподілу навантаження на певні елементи туристичної інфраструктури за умови, якщо з'являється загроза погіршення їх стану у зв'язку з надмірною експлуатацією;

- вивчення можливостей та шляхів комбінування існуючих ресурсів та використання їх для створення нових, альтернативних напрямів розвитку туризму з метою забезпечення комплексного обслуговування туристів та забезпечення стабільного функціонування регіональних туристичних комплексів.

Незважаючи на кількість науково-методичних розробок щодо оцінки ресурсного потенціалу та атрактивності туристичних територій, практичне їх застосування стримується багатьма чинниками, в першу чергу, недостатньо повним опрацюванням теоретичних та методичних проблем, починаючи від понятійного апарату: необґрунтоване використання схожих термінів призводить до плутанини. Значною проблемою є визначення критеріїв оцінки певних видів ресурсів, їх по елементного структурування. Недоліком майже всіх методик є структурний розподіл груп ресурсів, при якому переважає та група ресурсів, яка в більшій мірі відповідає напряму дослідження. Наявність різного типу ресурсів вимагає зваженого підходу до визначення методів оцінки з урахуванням наявних даних, їх об'єктивності та охоплення. Але головним недоліком, на думку автора, є відсутність систематизованого підходу щодо ваги та значення кожного виду ресурсів для розвитку певного виду туризму або окремого регіонального туристичного комплексу. Запропоновані методичні підходи спрямовані на визначення рейтингу туристичних регіонів, порівняння цих показників, але така система підрахунку сама по собі не забезпечує аргументованого та об'єктивного вибору стратегії розвитку туристичного комплексу, визначення пріоритетних напрямів та можливостей.

Оцінка туристичного потенціалу має бути пов'язана з можливістю практичного застосування та забезпечуватися орієнтацією на споживача, його потреби та можливості.

Все це підкреслює необхідність не тільки обліку територіальних особливостей розподілу туристичних ресурсів та економічних процесів, що відбуваються в межах регіонів, а й формування стратегії розвитку регіональних туристичних комплексів в залежностей від їх ресурсної складової та потреб сучасного туризму з можливістю запровадження нових форм відпочинку та забезпечуючи інформаційну підтримку їх просування як в межах, так і за межами регіону.

2.2. Оцінка впливу туристичних комплексів на розвиток регіонів

Забезпечення ефективної політики функціонування та розвитку регіональних туристичних комплексів має супроводжуватися дослідженням об'єктивних та якісних статистичних даних, обробка яких дозволяє чітко зрозуміти місце туризму в економіці регіону або країни в цілому та визначити основні напрями, які потребують корегування й додаткової активізації в контексті сталого розвитку. У той же час, сама система збору статистичної інформації туристичної спрямованості в Україні знаходиться у постійному розвитку, оскільки потребує адаптації до загальносвітових стандартів, які у свою чергу також коригуються провідними світовими туристичними та економічними організаціями в залежності від тенденцій розвитку туризму.

Питання аналізу ефективності функціонування регіонального туристичного комплексу є певною мірою суперечливим поняттям, адже не існує єдиної уніфікованої методики, згідно якої такий аналіз має здійснюватися. Над цим питанням працюють як світові організації, такі як ООН, ЮНВТО, ОЕСР, вітчизняні державні органи, так і окремі дослідники.

Формування політики ефективного функціонування та сталого розвитку регіональних туристичних комплексів неможливого без наявності сформованої та чітко відпрацьованої системи статистичного спостереження в Україні, обробки та оприлюднення його результатів. Аналіз абсолютних та відносних показників, що характеризують результати роботи туристичних підприємств України сприяє визначенню загальних тенденцій та особливостей функціонування регіональних туристичних комплексів.

Одним із суттєвих кроків у вітчизняній статистичній системі стало затвердження у 2011 році та подальше впровадження Методологічних положень зі статистики туризму [59], що в свою чергу внесли певні корективи у методику збору та обробки інформації. Відповідно до Методологічних положень державні статистичні спостереження здійснюються по таких напрямках:

1. Діяльність організаторів туризму: туроператорів, турагентів, екскурсійних бюро, як юридичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців, передбачає подання один раз на рік статистичної звітності за формою № 1-туризм «Звіт про туристичну діяльність». Метою такого спостереження є збір, розробка, систематизація, узагальнення та оприлюднення даних з питань діяльності туроператорів та турагентів.

2. Діяльність колективних засобів розміщування оформлюється підприємствами та фізичними особами-підприємцями один раз на рік за формою статистичної звітності № 1-КЗР «Звіт про діяльність колективного засобу розміщування». Мета спостереження – збирання, розроблення, узагальнення та поширення даних щодо діяльності готелів та аналогічних засобів розміщування, спеціалізованих засобів розміщування. Варто відзначити, що тривалий час в Україні збір такої інформації відбувався окремо для закладів розміщення (готелів, мотелів тощо) та санаторно-курортних підприємств. На даний момент усі колективні заклади розміщення подають звіти за однаковою формою.

3. Діяльність дитячих закладів оздоровлення та відпочинку передбачає державне статистичне спостереження за формою № 1-от «Звіт дитячого закладу оздоровлення та відпочинку», яка складається один раз на рік. Мета спостереження – збір, обробка, узагальнення та поширення даних щодо діяльності дитячих закладів оздоровлення, кількості оздоровлених у них дітей.

Оскільки галузі туризму, як окремого економічного напрямку в Україні не виділено, збір первісної інформації здійснюється різними державними установами, а їх подальша систематизація та обробка – Державною службою статистики України. Особливістю статистичного обліку в Україні є окреме подання інформації по підприємствах, що є юридичними особами та закладам, що оформлені як фізичні особи-підприємці. Враховуючи складність податкової системи України, наявність різноманітних типів податків, систем оподаткування, включаючи спрощену систему, яка використовується, у першу чергу, фізичними особами-підприємцями, такий підхід є виправданим, але, на думку автора, в контексті даного дослідження, значно ускладнює визначення основних

тенденцій розвитку регіональних туристичних комплексів. Тому результати, наведені у роботі, підсумовані для усіх організаційних форм підприємств, що здійснюють діяльність з тимчасового розміщення туристів.

Оскільки підприємства – організатори туризму розглядаються у переважній кількості науковців як суттєва складова туристичного потенціалу регіону, проведемо аналіз результатів їх діяльності [174,175].

Таблиця 2.1

Сумарні показники діяльності туристичних підприємств України за 2016 рік

Область (регіон)	Кількість				вартість путівок, тис. грн.
	турфірм, од	путівок, од.	туристів, осіб	туроднів, од.	
Вінницька	65	13994	27485	160006	239906,1
Волинська	60	21716	26526	124941	133899,3
Дніпропетровська	322	36952	57770	496703	779939,8
Донецька	33	6996	10874	72808	97982,1
Житомирська	54	5729	8615	60170	66790,5
Закарпатська	62	5484	11601	80990	78511,7
Запорізька	154	27915	40376	335967	378130
Івано-Франківська	93	75880	79973	442036	352059,8
Київська	116	11965	25008	168223	303066
Кіровоградська	43	7756	8854	61501	68647,5
Луганська	19	1409	1896	12457	21122,8
Львівська	231	189875	181827	1771481	877438,2
Миколаївська	65	5949	9023	59772	125507,9
Одеська	252	48209	59077	380661	635860,6
Полтавська	85	8433	14608	107657	183552,6
Рівненська	63	5115	9022	66383	87068,3
Сумська	56	6933	8819	63460	89999,7
Тернопільська	52	3933	7536	47836	52494,2
Харківська	251	25083	40429	338366	548270
Херсонська	66	11826	16584	87999	149835,5
Хмельницька	80	13846	19885	94510	122682,7
Черкаська	82	6733	11684	73293	125101,9
Чернівецька	66	8895	19415	141196	159866,9
Чернігівська	51	5735	11698	89833	118895,9
м. Київ	934	1055641	1841021	11667499	21624916
Разом	3355	1612002	2549606	17005748	27421546

Розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Аналізуючи дані табл. 2.1, в першу чергу, варто зазначити нерівномірний розподіл показників за регіонами. Частка турфірм, що розташовані у м. Києві складає 28% від загальної кількості (934 із 3355). Але при цьому ними було обслуговано 1,841 млн. туристів при загальній кількості 2,549 млн. осіб, що складає 72% усіх туристів, частка отриманих доходів від реалізації туристичних путівок сягнула майже 79%. Такі високі показники мають як об'єктивне, так і суб'єктивне пояснення. На думку автора до об'єктивних причин слід віднести:

- Київ – це найбільше за розміром та населенням місто;
- загальний рівень доходів в м. Києві вищий ніж у регіонах;
- у м. Києві розташовані два аеропорти, у тому числі найбільший в Україні аеропорт «Бориспіль», що дозволяє туроператорам активно будувати на їх базі власні чартерні програми.

Серед суб'єктивних пояснень необхідно визначити:

- переважна кількість ключових туроператорів юридично зареєстровані у м. Києві, але здійснюють свою діяльність у тому числі у регіональних центрах через свої філії, які, у свою чергу оформлені як структурні підрозділи, і відповідно результати їх діяльності підсумовуються і подаються у спільному звіті з центральним офісом за місцем юридичної реєстрації, тобто у м. Києві;
- велика кількість туроператорів, що мають регіональне походження на даний момент також юридично перереєстровані у м. Києві: фактично у столиці зареєстровано 335 туроператорів із 552, що складає майже 62%;
- наявність «сірого» та «чорного» ринку туристичних послуг, які більш активно представлені саме у регіонах України: зазвичай це механізм неофіційного продажу турпутівок турагентами, який дозволяє здійснювати платежі частками та від імені туристів і фактично реєструється як «прямий» продаж туроператором, що в свою чергу відбивається на регіональних статистичних показниках.

Розглядаючи інші регіони, можна визначити, що найбільша після м. Києва кількість турпідприємств здійснюють свою діяльність у Дніпропетровській області – 322; Одеській – 252, Харківській – 251 та Львівській – 231. Найменша

кількість зареєстровані у Донецькій та Луганській областях – 33 та 19 відповідно. Щодо кількості туристів, то друге місце після м. Києва посідає Львівська область з показником майже у 182 тис. обслужованих туристів, на третьому місці Івано-Франківська область – майже 80 тис. туристів. За показниками доходів, отриманих від продажу путівок серед лідерів також треба відзначити Львівську область – 877,4 млн. грн., Дніпропетровську – 779,9 млн. грн., Одеську – 635,9 млн. грн., Харківську – 548,3 млн. грн., Запорізьку – 378,1 млн. грн. та Івано-Франківську – 352,1 млн. грн.

Але зазначені показники характеризують діяльність турпідприємств щодо обслужовування усіх категорій туристів, як виїзних, так і внутрішніх (табл. 2.2). Саме остання категорія і є тим сегментом, вивчення якої є найбільш актуальним в контексті дослідження регіонального туристичного комплексу [174,175].

Таблиця 2.2

Сумарні показники результатів діяльності туристичних підприємств з
обслужовування внутрішніх туристів за 2016 рік

Область (регіон)	кількість				вартість путівок, тис. грн.
	турфірм, од.	путівок, од.	туристів, осіб	туроднів, од.	
1	2	3	4	5	6
Вінницька	65	5930	9935	34823	10087,1
Волинська	60	5758	6594	30562	6544,1
Дніпропетровська	322	6352	7776	62056	32734,7
Донецька	33	499	1931	4264	2533,5
Житомирська	54	2519	3514	22719	6290,9
Закарпатська	62	928	3594	5814	1217
Запорізька	154	13715	16691	137474	51015,3
Івано-Франківська	93	65731	68912	335352	248389,6
Київська	116	1480	2439	11339	5447,1
Кіровоградська	43	5143	3413	32112	1586,5
Луганська	19	207	82	2001	1103
Львівська	231	89436	98580	977837	196680,8
Миколаївська	65	552	654	3971	3319,8
Одеська	252	18580	21231	65308	44120,3
Полтавська	85	737	825	5739	2702,1
Рівненська	63	407	1450	4902	2888,7

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5	6
Сумська	56	1828	2641	13109	11813,8
Тернопільська	52	1102	1935	3884	794,6
Харківська	251	5712	6712	47191	18843,8
Херсонська	66	5892	6494	38727	13917,1
Хмельницька	80	4934	5727	20285	7885,2
Черкаська	82	975	1669	7133	2991,4
Чернівецька	66	906	3099	11564,4	5815,5
Чернігівська	51	1293	1513	14881	6983,4
м. Київ	934	76990	176150	446195	521790,4
Разом	3355	317606	453561	2339242	1207496

Розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Як свідчать дані табл. 2.1 та 2.2., організатори туризму на сьогоднішній день фактично працюють на виїзний туризм. В середньому по Україні лише 19,7% від загальної кількості проданих путівок – це тури в межах країни, аналогічний показник з кількості туристів складає 17,8% і лише 4,4% доходів від проданих турів – це доходи від внутрішнього туризму.

На рис. 2.3, 2.4, 2.5 наведена питома вага внутрішнього туризму у діяльності туристичних підприємств України.

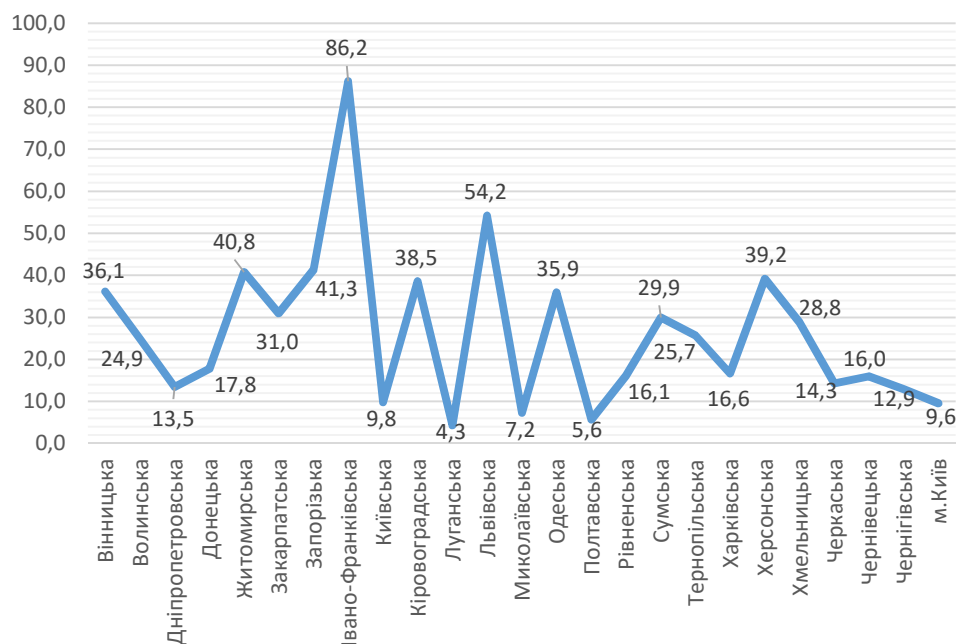


Рис. 2.3. Частка внутрішніх туристів в структурі обслугованих турпідприємствами туристів за 2016 рік

Як видно із рис. 2.3 в структурі туристичних потоків по регіонах частка внутрішнього туризму розподілена нерівномірна. Фактично у структурі загального туристичного потоку майже в усіх областях частка внутрішнього туризму менше 50%, перевищують цю межу лише показники Івано-Франківської – 86,2% та Львівської – 54,2%. В діапазоні від 25 до 50% знаходяться такі регіони, як Запорізька область – 41,3%; Житомирська – 40,8%; Херсонська – 39,2%; Кіровоградська – 38,5%; Вінницька 36,1%; Одеська – 35,9%; Закарпатська – 31%; Сумська 29,9%; Черкаська – 28,8%; Тернопільська – 25,7; Волинська 24,9%. Найнижчі показники в Київській області – 9,8%; м. Києві – 9,6%, а також в Миколаївській, Полтавській та Луганській областях – 7,2%; 5,6% та 4,3% відповідно.

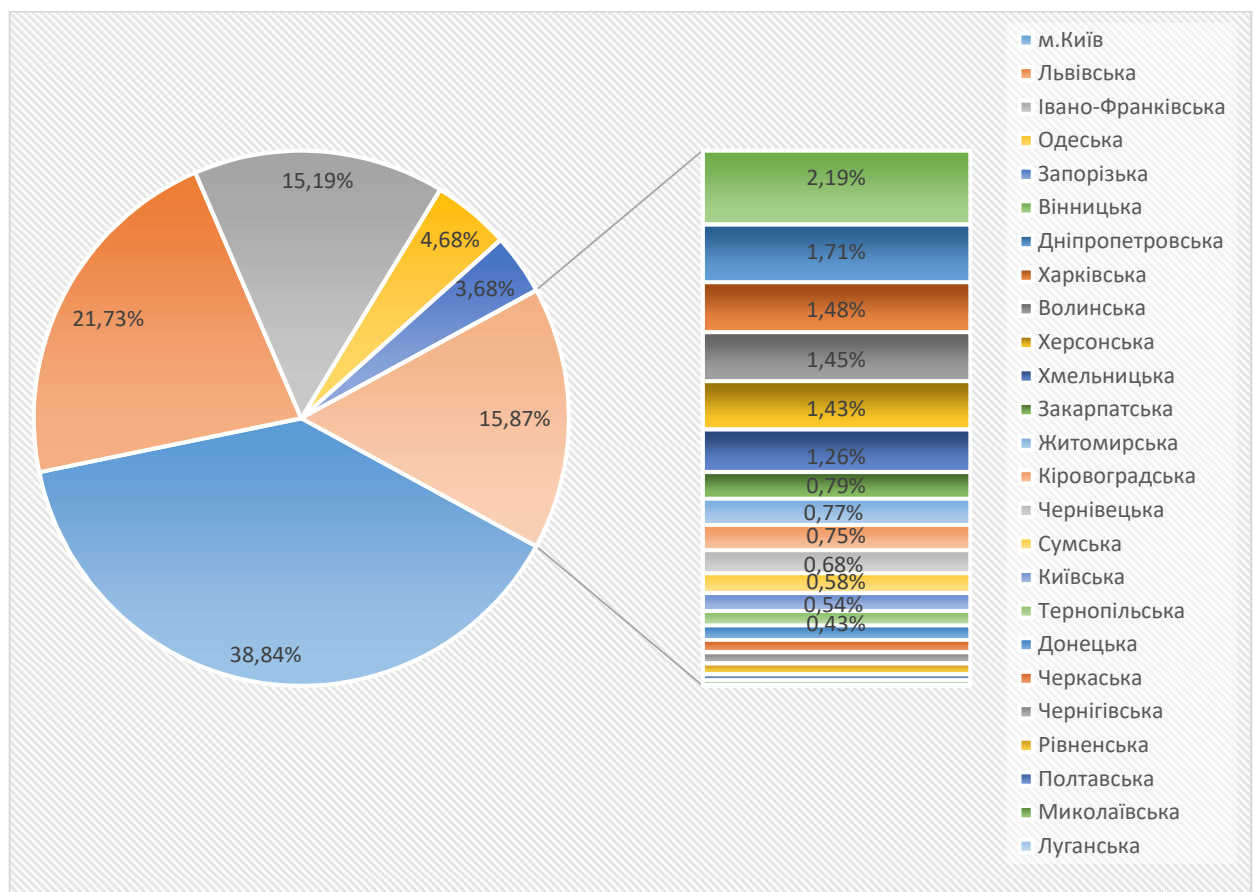


Рис. 2.4. Розподіл кількості обслугованих внутрішніх туристів по турпідприємствам регіонів

В той же час, саме турфірмами м. Києва було продано найбільшу кількість турпутівок в межах України – 76990 путівок, а кількість туристів за цим показником склало 176150 осіб, частка в структурі дорівнює 38,84% від загальної кількості внутрішніх туристів. Питома вага кількості внутрішніх туристів, що були обслуговані турфірмами Львівської області склала 21,73%; Івано-Франківської – 15,19%; Одеської – 4,68%; Запорізької – 3,68%; Вінницької – 2,19%. По решті регіонів цей показник зафіксований на рівні менше 2%.

Окрім кількості обслугованих туристів важливим для аналізу є показник вартості турпутівок. В цілому в Україні за 2016 рік усіма турпідприємствами було реалізовано 1,612 млн. путівок на загальну суму 27,422 млрд. грн., при цьому кількість обслугованих туристів склала 2,550 млн. осіб. Але при цьому частка вартості путівок, проданих в межах України є вкрай низька: 317,6 тис. путівок було продано за 1,207 млрд. грн., що склало лише 4,4% від загального показника.

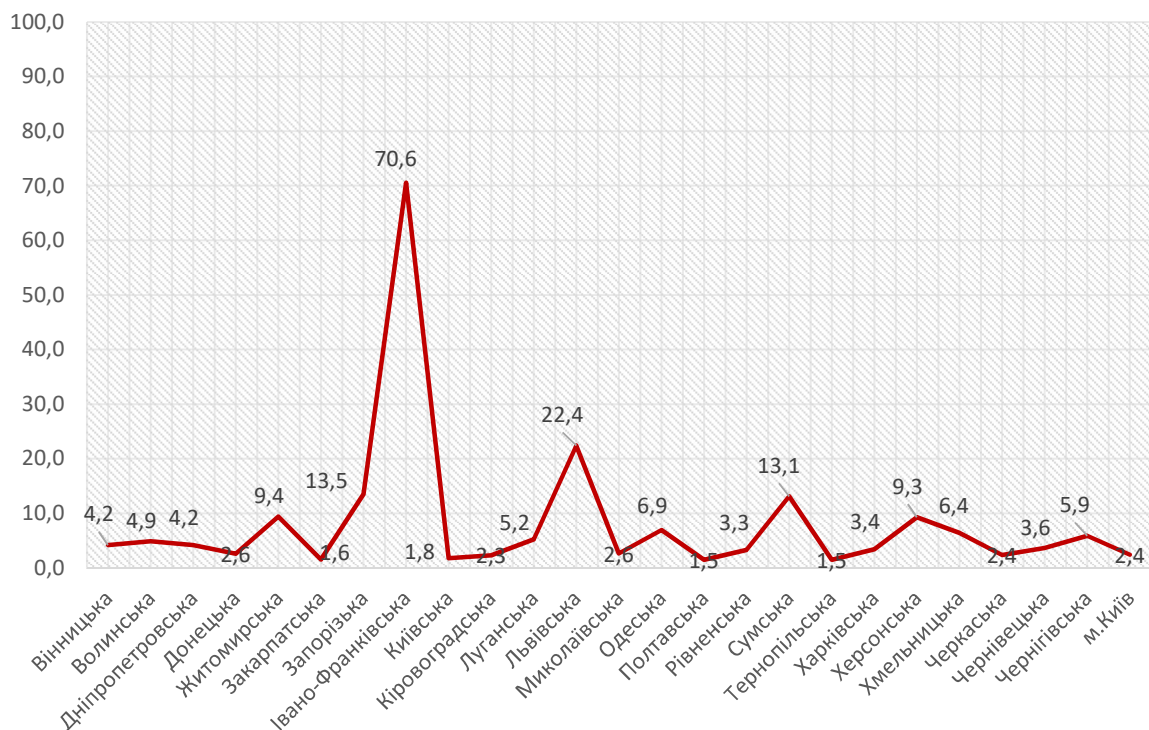


Рис. 2.5. Частка доходів від реалізації путівок внутрішнім туристам в структурі загальних доходів від реалізації путівок за 2016 рік

Найбільша частка вартості путівок, проданих внутрішнім туристам у 2016 році зафіксована на турпідприємствах Івано-Франківської – 70,6%; Львівської – 22,4%; Запорізької – 13,5% та Сумської областях – 13,1%. В інших областях цей показник склав менше 10%.

Визначена тенденція є доволі небезпечним явищем, яке вкрай негативно впливає на стабільне функціонування регіональних туристичних комплексів, але в той же час має своє пояснення:

- зазвичай у туристів, що купують тури закордон, більшим попитом користуються пакетні тури, тобто такі, які включають в себе транспортні послуги (для масових напрямів, це переважно авіаційний транспорт), розміщення (закордонні пляжні готелі до вартості розміщення включають також і харчування та певні додаткові послуги), страхування, трансфер; в той же час, тури, що пропонуються в межах України головним чином включають в себе розміщення, а транспортні послуги оплачуються додатково, що зменшує вартість путівки;

- в Україні спостерігається великий відсоток «прямого бронювання» туристами готелів та інших закладів розміщення, у тому числі через системи онлайн бронювання; в такому випадку туристи взагалі не користуються послугами турфірм, як посередників;

- пакетні тури, що пропонуються туроператорами в межах України, зазвичай знаходяться у сегменті економ-класу;

- виїзні тури мають прив'язку до іноземної валюти, тому із зростанням курсу зростає їх вартість у національній валюті.

Варто зазначити, що проведений аналіз абсолютних показників є поверхневим, адже завдяки ньому неможливо зрозуміти економічну сутність явищ, їх значимість для регіональної економіки тощо. Тому, на думку автора, для більш якісного дослідження існує необхідність використовувати інші методи та підходи і, в першу чергу, аналіз середніх статистичних відносних показників, який дасть можливість визначити ефективність роботи туристичних підприємств регіону у порівнянні з аналогічними закладами

інших регіонів. Для туристичного ринку можна виділити наступні відносні показники:

- середня кількість обслугованих турфірмою туристів;

$$\bar{t} = \frac{\sum_{i=1}^n t_i}{\sum_{i=1}^n N_i}, \quad (2.4)$$

де t_i – кількість туристів, що були обслуговані в i -тому регіоні;

N_i – кількість турпідприємств, розташованих в i -тому регіоні;

n – кількість регіонів

- середня вартість туру;

$$\bar{P} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{\sum_{i=1}^n v_i}, \quad (2.5)$$

де P_i – загальна вартість путівок, що були продані в i -тому регіоні;

v_i – кількість путівок, проданих в i -тому регіоні;

n – кількість регіонів

- середня тривалість туру;

$$\bar{d} = \frac{\sum_{i=1}^n d_i}{\sum_{i=1}^n t_i}, \quad (2.6)$$

де d_i – кількість туроднів, наданих туристам при продажі путівок в i -тому регіоні;

t_i – кількість туристів, що були обслуговані в i -тому регіоні;

n – кількість регіонів

- середня вартість туродня;

$$\bar{p} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{\sum_{i=1}^n d_i}, \quad (2.7)$$

де P_i – загальна вартість путівок, що були продані в i -тому регіоні;

d_i – кількість туроднів, наданих туристам при продажі путівок в i -тому регіоні;

n – кількість регіонів

Отримані в результаті розрахунків показники занесені до табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Середні показники роботи туристичних підприємств по регіонах за 2016 рік

Область (регіон)	Середній показник			
	тривалості подорожі, діб	кількості туристів, обслугованих однією турфірмою, чол.	вартості путівки, грн.	вартості туродня, грн.
Вінницька	5,9	153	1701,0	289,7
Волинська	5,3	110	1136,5	214,1
Дніпропетровська	9,8	24	5153,4	527,5
Донецька	8,5	59	5077,2	594,2
Житомирська	9,0	65	2497,4	276,9
Закарпатська	6,3	58	1311,4	209,3
Запорізька	10,0	108	3719,7	371,1
Івано-Франківська	5,1	741	3778,9	740,7
Київська	7,7	21	3680,5	480,4
Кіровоградська	6,2	79	308,5	49,4
Луганська	9,7	4	5328,5	551,2
Львівська	10,9	427	2199,1	201,1
Миколаївська	7,2	10	6014,1	836,0
Одеська	3,5	84	2374,6	675,6
Полтавська	7,8	10	3666,4	470,8
Рівненська	12,0	23	7097,5	589,3
Сумська	7,2	47	6462,7	901,2
Тернопільська	3,5	37	721,1	204,6
Харківська	8,3	27	3299,0	399,3
Херсонська	6,6	98	2362,0	359,4
Хмельницька	4,1	72	1598,1	388,7
Черкаська	7,3	20	3068,1	419,4
Чернівецька	12,8	47	6418,9	502,9
Чернігівська	11,5	30	5400,9	469,3
м.Київ	5,8	189	6777,4	1169,4
Разом	7,4	135	3801,9	516,2

Розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Аналізуючи результати розрахунків можна дійти висновку, що навіть при порівнянні середніх показників, розбіжності між регіонами дуже суттєві. Так, найбільш ефективно за показником кількості обслугованих туристів в межах

України працюють турфірми Івано-Франківської (741 чол.), Львівської (427 чол.), Вінницької (153 чол.) областей та м. Києва (189 чол.) із розрахунку на одну турфірму. Результати діяльності турпідприємств решти регіонів нижчий за середньо державний показник у 153 чол. Найдорожчі путівки реалізують турпідприємства Рівненської області (7097 грн.) та м. Києва (6777 грн.), а також Сумської (6462 грн.), Чернівецької (6419 грн.), Миколаївської (6014 грн.) та Чернігівської (5400 грн.) областей, причому їх вартість не завжди залежить від тривалості подорожі чи вартості туродня.

Подальші дослідження інфраструктурної складової необхідно проводити в контексті аналізу ефективності діяльності колективних закладів розміщення. На думку автора, це єдиний показник, ґрунтовно отриманий, що характеризує фактичну привабливість регіонального туристичного комплексу та фактично відображаючи кількість туристів, що не тільки відвідали регіон, а й скористалися послугами закладів розміщення. Як зазначалося вище, в Україні виділяють два типи закладів розміщення: готелі та аналогічні засоби розміщення і спеціалізовані заклади розміщення. У свою чергу до категорії «готелі та аналогічні заклади розміщення» відносять готелі; мотелі; хостели; кемпінги; агроготелі; гуртожитки для приїжджих; туристські бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщення. Спеціалізовані засоби розміщення включають санаторії; дитячі санаторії; пансіонати з лікуванням; дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії, дитячі центри; санаторії-профілакторії; бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (включаючи дитячі); будинки відпочинку; пансіонати відпочинку; бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз); оздоровчі заклади 1-2 денного перебування. Але наявність такого розподілу не означає активного розвитку усіх видів засобів розміщення. Наприклад, в Україні не зареєстровано жодного агроготелю, а кількість деяких типів закладів розміщення менше десяти. У загальній структурі колективних засобів розміщення 35% - це бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз); 34 % - безпосередньо готелі; 8% - санаторії; 6% - туристські бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщення; 5 % - дитячі

санаторії. Систематизовані результати роботи колективних засобів розміщування наведено у таблиці 2.4 [93,94,95]

Таблиця 2.4

Зведені результати роботи колективних засобів розміщення у 2016 році

	Колективні засоби розміщування, од.		Кількість розміщених, осіб		Доходи від наданих послуг, тис. грн.	
	готелі та аналогічні засоби розміщування	спеціалізовані засоби розміщування	готелі та аналогічні засоби розміщування	спеціалізовані засоби розміщування	готелі та аналогічні засоби розміщування	спеціалізовані засоби розміщування
Вінницька	60	20	87 904	50 783	39050	247328
Волинська	61	76	89 021	28 434	51712	39014
Дніпропетровська	138	116	238 453	208 292	228767	116597
Донецька	46	80	47 193	50 396	110761	102755
Житомирська	70	13	67 467	13 839	44373	42411
Закарпатська	211	45	204 350	64 900	190721	338587
Запорізька	114	262	102 085	207 420	117145	357187
Івано-Франківська	227	30	304 805	36 394	448068	43543
Київська	114	62	249 797	45 047	242714	75488
Кіровоградська	30	22	52 467	12 055	27330	14800
Луганська	23	6	22 784	6 052	20469	13447
Львівська	287	56	749 855	111 395	991610	570707
Миколаївська	74	187	91 854	119 797	58344	145139
Одеська	232	351	278 227	236 337	444559	495444
Полтавська	76	33	173 137	61 390	112788	230853
Рівненська	45	13	102 347	14 505	52105	37192
Сумська	37	20	50 724	11 977	28330	17965
Тернопільська	59	11	202 276	8 494	37174	18045
Харківська	108	64	231 120	37 673	243986	81800
Херсонська	92	148	73 185	106 283	36586	269029
Хмельницька	71	17	170 167	13 509	92074	18825
Черкаська	80	44	129 727	20 659	57306	22585
Чернівецька	79	7	105 637	3 027	49312	4371
Чернігівська	35	18	62 704	6 489	52745	4588
м.Київ	165	21	1 149 789	32 537	2932126	84606
Разом	2 534	1 722	5 037 075	1 507 684	6710155	3392306

Розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

За загальною кількістю закладів розміщення лідерами в Україні є наступні регіони: Одеська область – 583 КЗР або 13,7% від загальної кількості в країні; Запорізька – 376 КЗР або 8,83%; Львівська – 343 КЗР або 8,06%; Миколаївська – 261 КЗР або 6,13%; Івано-Франківська – 257 КЗР або 6,04%; Закарпатська – 256 КЗР або 6,02; Дніпропетровська – 254 КЗР або 5,97% та Херсонська області – 240 КЗР або 5,64% відповідно.

У той же час за кількістю обслугованих туристів лідером в Україні є м. Київ з показником 1,182 млн. туристів або 18,07% від загальної кількості, тоді як загальна кількість закладів розміщення складає 186, або 4,37 %.

Додатковими уточнюючими показниками є місткість закладів розміщування та коефіцієнт її використання. Але наявна статистична інформація свідчить, що існує принципова різниця між заповненням готелів і аналогічних закладів з одного боку, та спеціалізованих закладів розміщування з іншої сторони. Останній тип закладів має показник завантаження за 2016 рік на рівні 41%, тоді як в середньому по Україні рівень завантаження готелів та туркомплексів складає лише 26 %. (рис. 2.6).

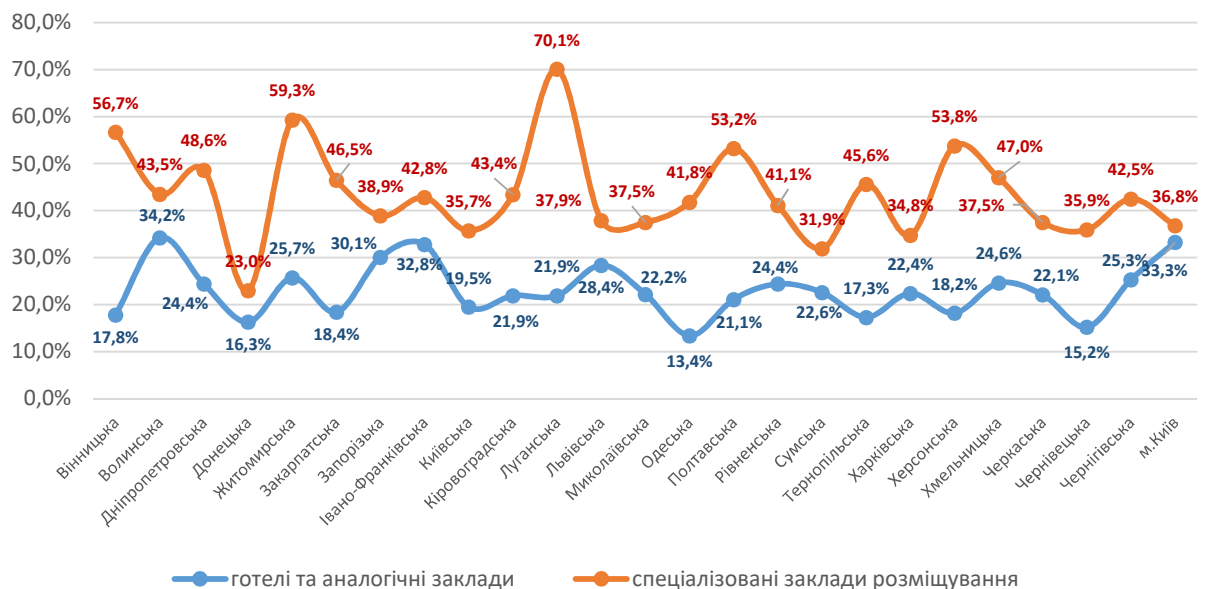


Рис. 2.6. Завантаження колективних закладів розміщування, 2016 рік

Найбільший показник завантаження готелів та аналогічних засобів розміщення у Волинській області (34,2%), м. Києві (33,3%), Івано-Франківській (32,8%) та Запорізькій (30,1%) областях. Найменший – в Одеській (13,2%) та Чернівецькій (15,2%) областях.

На думку автора, цей показник має як об'єктивні, так і суб'єктивні характеристики. Наприклад, низький рівень завантаження готельної бази Одеського регіону пояснюється в першу чергу сезонністю роботи таких закладів, а найвищий показник щодо завантаження спеціалізованих закладів Луганської області забезпечується наявністю низки соціальних програм, що здійснюються для реабілітації постраждалих під час АТО. Аналогічний показник у Донецькій області навпаки є найнижчим по Україні – 23%, але також даному факту існує пояснення: місткість спеціалізованих закладів розміщення у Донецькій області є найвищою по Україні майже 247 койко-місць, причому більшість із 80 таких закладів розташована на морському узбережжі Азовського моря, але з міркувань безпеки ці заклади користуються дуже обмеженим попитом. Аналізуючи залежність показників місткості та кількості закладів розміщення, слід зазначити, що існує пряма залежність між цими показниками (рис. 2.7.).

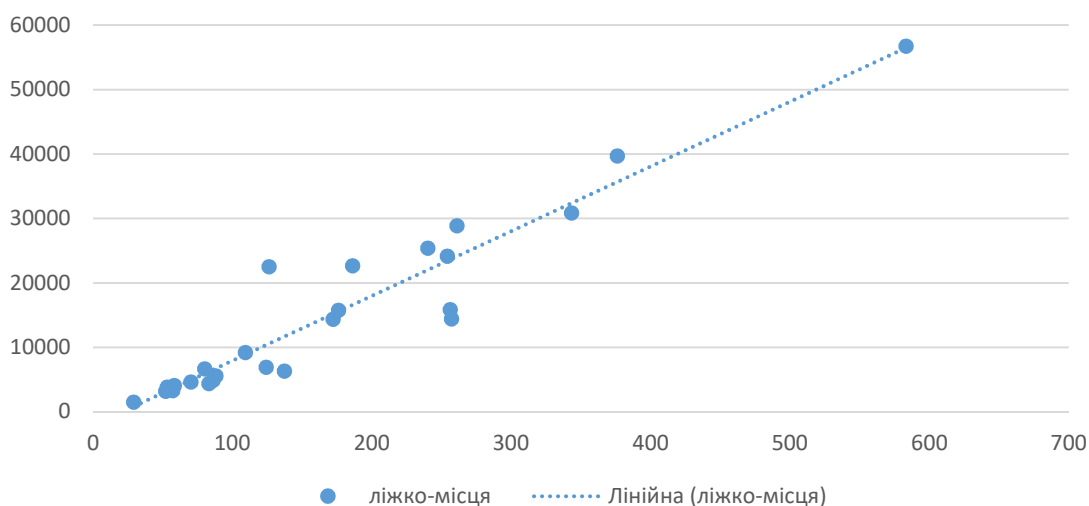


Рис. 2.7. Лінійна залежність показників кількості закладів розміщення та їх місткості по регіонам України за 2016 рік

В середньому по Україні місткість засобів розміщення складає 88,3 ліжко-місця на один заклад. Значні відхилення у меншу сторону зафіксовано у Волинській, Житомирській та Луганській областях, у більший бік – в Донецькій області та у м. Києві. Але, незважаючи на це, в цілому спостерігається значна кореляційна залежність цих аналізованих показників: кількість закладів розміщення та їх місткість, коефіцієнт кореляції дорівнює 0,95.

Але в той же час залежність від кількості засобів розміщення та числа обслужованих туристів має значно меншу кореляційну залежність (рис. 2.8).

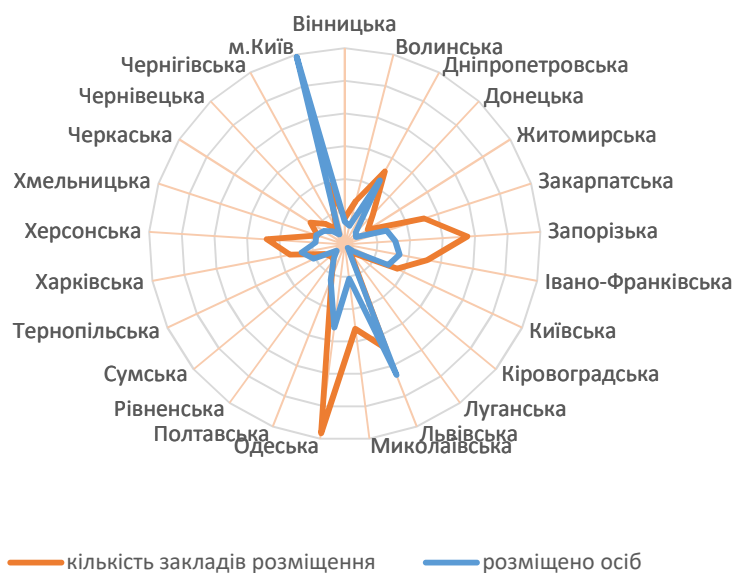


Рис. 2.8. Розподіл туристів та закладів розміщення по регіонах України за 2016 рік

На думку автора, окрім факторів сезонності та безпеки, про які говорилося вище, також існує низка суб'єктивних аспектів, які суттєво впливають на розподіл внутрішніх туристів по регіонах України: зміна переваг туристів, яка проявляється у відході від класичного відпочинку до його новітніх, інноваційних форм; формування у менталітеті туристів власного розуміння атрактивності як окремих об'єктів, так і їх комплексу.

Важливим фактором, що характеризує як ефективність роботи підприємств розміщення в цілому, так і забезпечує стабільне функціонування регіональних туристичних комплексів, є показник доходів.

Найбільші доходи отримують колективні заклади розміщення м. Києва, Львівської, Одеської, Закарпатської, Івано-Франківської та Запорізької областей, на їх долю припадає приблизно 70% від загального обсягу реалізації послуг закладами розміщення, але важливою складовою досліджень є структура таких надходжень. Так, для закладів розміщування м. Києва та Івано-Франківської області майже повністю дохідна частина формується готелями та аналогічними закладами, тоді як для Закарпатської та Запорізької областей переважає частка доходів від спеціалізованих закладів розміщення, а у Львівській та Одеській областях ці показники мають незначне відхилення від 50% (рис. 2.9).

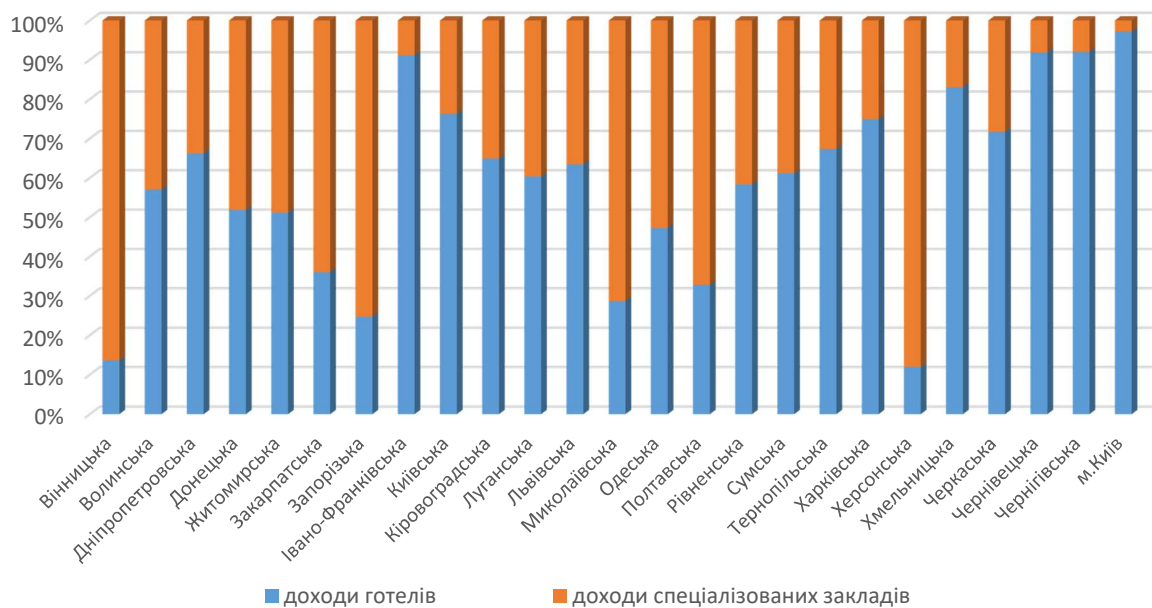


Рис. 2.9. Структурний розподіл доходів по типах колективних засобів розміщування за регіонами у 2016 році

Проведений аналіз свідчить про недостатню залежність розвитку регіональних туристичних комплексів від роботи підприємств туристичної інфраструктури. Так, переважна кількість турфірм у своїй роботі віддає перевагу

виїзному туризму. Серед регіонів, в яких внутрішньому туризму приділяється порівняно більше уваги, варто визначити Івано-Франківську, Львівську, Запорізьку, Сумську та Одеську області і м. Київ. У той же час можливості закладів розміщення також не використовуються на повну міру.

Важливим аспектом забезпечення функціонування туристичних комплексів є аналіз кадрового потенціалу(табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Характеристика кадрового забезпечення функціонування туристичних комплексів

Регіон	Кількість працівників								
	разом	частка	Колективні заклади розміщення				туристичні підприємства		
			юридичні особи		фізичні особи-підприємці		юридичні особи		фізичні особи-підприємці
			готелі	санаторії	готелі	санаторії	туроператори	турагенти	турагенти
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Україна	84669	100,00%	21306	41696	6872	935	8545	3448	1867
Вінницька	3586	4,24%	243	3028	107	0	87	51	70
Волинська	1314	1,55%	284	784	137	4	48	23	34
Дніпропетровська	5017	5,93%	1433	2462	249	33	325	266	249
Донецька	2337	2,76%	400	1729	46	13	75	62	12
Житомирська	1189	1,40%	208	750	122	10	39	31	29
Закарпатська	3904	4,61%	737	2543	480	15	63	35	31
Запорізька	4575	5,40%	484	3252	189	192	201	180	77
Івано-Франківська	3440	4,06%	834	1627	353	10	482	47	87
Київська	3188	3,77%	935	1814	154	0	104	85	96
Кіровоградська	627	0,74%	128	350	59	1	30	25	34
Луганська	402	0,47%	109	234	19	0	13	13	14
Львівська	10177	12,02%	3906	4922	382	0	628	192	147
Миколаївська	1986	2,35%	318	1290	91	163	57	48	19
Одеська	8667	10,24%	1445	5456	239	416	571	381	159
Полтавська	6348	7,50%	611	2455	3105	18	34	32	93
Рівненська	1009	1,19%	219	517	136	0	52	43	42

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Сумська	741	0,88%	186	403	50	0	45	39	18
Тернопільська	1044	1,23%	158	621	155	2	41	21	46
Харківська	4043	4,78%	1427	1821	130	2	289	235	139
Херсонська	2475	2,92%	152	2032	105	54	44	21	67
Хмельницька	1462	1,73%	429	669	139	0	83	74	68
Черкаська	1292	1,53%	269	717	146	0	59	29	72
Чернівецька	949	1,12%	264	327	121	0	127	65	45
Чернігівська	829	0,98%	316	332	61	0	38	34	48
м.Київ	14068	16,62%	5811	1561	97	2	5010	1416	171

Аналіз свідчить, що найбільша частка працівників припадає на м. Київ – 16,6%; в загальній структурі значною часткою також характеризується Львівська (12,02%) та Одеська області (10,24%). При цьому, переважна більшість працівників, що задіяні в обслуговування туристів – це робітники колективних закладів розміщення. В цілому по Україні їх кількість складає майже 71 тис осіб або 85% від загальної кількості працівників сфери туризму. Кількість працюючих у спеціалізованих закладах розміщення, в першу чергу санаторіях, майже вдвічі перевищує кількість працівників готелів. Для всіх регіонів спостерігається значна перевага кількості працівників колективних закладів розміщення над кількістю працюючих у туристичних компаніях. Винятком може вважатися м. Київ, де ці показники є майже ідентичними.

2.3. Проблеми функціонування туристичного комплексу регіону в сучасних умовах

Говорячи про ефективність функціонування регіонального туристичного комплексу, сучасні науковці часто використовують поняття «ефективність туризму», «ефективність використання туристичного потенціалу», «ефективність туристичної діяльності». Ці поняття у певному розумінні є синонімами, оскільки неможливо здійснювати туристичну діяльність без використання туристичних ресурсів. Ефективність туризму розглядається

переважно як окремий вид ефективності у зв'язку із специфікою витрат, що виникають під час туристичної діяльності. По суті, туристичні підприємства, формуючи турпродукт, використовують вже існуючі загальні ресурси: не вкладаючи кошти в їх розвиток та підтримку. З іншого боку, майже неможливо прорахувати ефективність певних туристичних ресурсів від реалізації певного туристичного продукту, адже зазвичай факторів атрактивності може бути декілька, і їх вплив на рішення різних категорій споживачів також може суттєво відрізнятися.

За походженням ефектів туристичної діяльності виділяють соціальну та економічну ефективність.

Соціальна ефективність розглядається як співвідношення різноманітних соціальних ефектів, які виникають в процесі здійснення туристичної діяльності, до ресурсів, які були використані під час реалізації такої діяльності. Серед ефектів від туризму соціальної спрямованості можна навести наступні:

- розширення світогляду населення туристичних регіонів за рахунок спілкування та контактів з туристами;
- задоволення потреб туристів із оздоровлення, розширення знань культурно-пізнавальної та етнографічної спрямованості;
- створення можливостей для самовизначення, мінімізація впливу негативного депресивного ефекту сучасного суспільства тощо.

Економічна ефективність діяльності туристичних підприємств виражається як співвідношення ефектів у вигляді фінансових інтересів підприємств, установ та організацій туристичного сектора до витрат, що були понесені ними у зв'язку із здійсненням туристичної діяльності.

Економічна ефективність може бути розглянута на рівні окремих підприємств туристичного сектора: туроператорів, турагентів, екскурсійних бюро, закладів розміщення, санаторно-курортних установ, закладів харчування, транспортних компаній тощо, для яких ефективність може поділятися на виробничу, фінансову, інвестиційну, ефективність продаж тощо.

Більш складним показником є ефективність туризму регіонального чи державного рівня. На думку автора, ефективність туристичного комплексу регіону варто розглядати в контексті внеску сфери туризму у валовий регіональний продукт. Складність дослідження туризму, як глобального явища, полягає в тому, що низку його складових дуже важко представити у вартісному вигляді, а тому значно ускладнюється розрахунок витратної частини, що забезпечує привабливість туристичного комплексу. Валовий регіональний продукт – саме той показник, в контексті якого можна визначити значимість туристичного сектора для економіки регіону.

Валовий регіональний продукт вимірюється вартістю товарів та послуг, виготовлених регіоном для кінцевого використання. Це інтегрований показник економічного розвитку регіону, який характеризує його внесок у створення валового внутрішнього продукту України. Методологічною основою для розрахунку ВРП є оновлені міжнародні стандарти Системи національних рахунків та Європейська система національних і регіональних рахунків. Іншими словами валовий регіональний продукт представляє собою суму валової доданої вартості усіх видів економічної діяльності в основних цінах, включаючи чисті податки на продукти.

Теоретико-методичні аспекти щодо вивчення туризму в контексті його впливу на валовий регіональний продукт знайшли своє відображення у наукових працях І. Андrenко [13], І. Благуна [25], М. Бойко [30], М. Валієв [40], М. Грабар [52], У. Іванюка [79], О. Кейвана [88], Г. Ковалевського [92], О. Ляшевської [107], В. Стойка [146], В. Передерко [129], А. Рябєва [141], В. Худолея [185] та інших. Окреме місце в розробленні та впровадженні методики належить Всесвітній раді з подорожей і туризму – World Travel & Tourism Council (WTTC) [47].

Визначення ступеню впливу туризму на економіку базується на витратах туристів, які розподіляються на прямі, непрямі і похідні. Враховуючи той факт, що туризм опосередковано пов'язаний майже з усіма галузями економіки, але при цьому не визнаний окремою галуззю існує суттєва проблема розрахунку таких витрат.

Під прямими витратами туристів розуміють безпосередньо витрачені кошти на оплату послуг розміщення, проїзду, харчування тощо. В залежності від того, якою мірою той чи інший товар або послуга належать до туристичного споживання, виділяють специфічні та неспецифічні туристичні товари та послуги.

Специфічні товари та послуги складають суттєву частку у туристичному споживанні та характеризуються значною залежністю від туристичного попиту і у разі відсутності туристів пропозиція даного сегменту значно зменшиться і навпаки, відсутність на ринку в достатній кількості таких товарів та послуг призведе до скорочення туристичних потоків. Специфічні туристичні товари та послуги поділяють на дві групи: характерні та супутні. Принциповою різницею між ними є той факт, що характерні туристичні товари та послуги піддаються туристичному обліку; супутні – це залишкова категорія, в деяких країнах не виділяється в окрему групу.

Неспецифічні туристичні товари та послуги можуть споживатися туристами, але їх пропозиція суттєво не залежить від даної категорії клієнтів.

Відповідно до Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності [114] до категорії характерних туристичних товарів та послуг належать:

- послуги готелів, аналогічних та спеціалізованих засобів розміщення;
- санаторно-курортне обслуговування;
- громадське харчування та продаж напоїв;
- послуги пасажирського транспорту (залізничний, водний, повітряний, автомобільний та інший сухопутний транспорт);
- послуги допоміжної пасажирської транспортної служби;
- оренда пасажирських транспортних засобів;
- ремонт та технічне обслуговування пасажирських транспортних засобів;
- послуги туроператорів, турагентів та туристичних гідів;
- послуги у сфері культури (послуги музеїв, театрів тощо);
- спортивне дозвілля;
- туристичне страхування тощо.

Саме туристичні витрати за отримання вищеперерахованих послуг вважаються прямими витратами туристів.

Непрямі витрати – це витрати суб'єктів туристичної діяльності, які забезпечують формування первинних для туристів послуг, створюючи, таким чином, певний ланцюг. Наприклад, для здійснення перевезення туристів транспортна компанія повинна придбати паливо, для організації харчування заклади розміщення купують продукти, напої тощо).

Похідні витрати – це зростаючі витрати споживачів, дохід яких зростає в результаті прямих витрат туристів.

Для розрахунку непрямих і похідних витрат використовується мультиплікатор, під яким розуміється співвідношення змін певного економічного показника до змін у туристичних витратах.

Але розглядаючи внесок туризму в регіональну економіку варто обмежитися розрахунком прямих витрат, адже за цим показником, по-перше, можливо визначити загальні тенденції, по-друге, максимально об'єктивний розрахунок буде забезпечений наявними статистичними даними.

Проте обробка статистичної інформації все ж таки пов'язана із певними складнощами. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності не була відкоригована у зв'язку з впровадженням нових стандартів КВЕД [90], тому при розрахунку потрібно внести певні корективи. Для кожного показника у розрізі КВЕД на основі досліджень потрібно визначити відсоток, що припадає на туристичне споживання. Наприклад, діяльність туристичних операторів та туристичних агентів віднесено до сектору N «Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування», в якому також опинилися такі види діяльності, як обслуговування будинків, послуги із працевлаштування тощо. Визначення розміру відсотку також ускладнюється тим фактом, що його розмір може коливатися в залежності від розташування та специфіки туристичного комплексу. Враховуючи пропозиції Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності, методики «Допоміжного рахунку туризму» та результатів досліджень українських науковців, автором запропоновано

визначення частки доходів від туризму у валовому регіональному продукту по галузях економіки (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Внесок туризму як економічного напрямку у сукупних дохід по галузях

Секція	Назва	Внесок туризму в зальний обсяг
G	Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	3
H	Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	3
I	Тимчасове розміщування й організація харчування	90
J	Інформація та телекомунікації	3
K	Фінансова та страхова діяльність	1
N	Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	50
P	Освіта	1
Q	Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1
R	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	50

Прямий внесок туризму в інші галузі, менший за 1% і принципового впливу на остаточний показник не здійснює

Розрахунок частки впливу туризму на стан регіональної економіки пропонується здійснювати за наступною формулою:

$$TI = \frac{\sum_{i=1}^n GVA_i * k_i}{GRP} \quad (2.8)$$

де TI - частка туристичного комплексу у валовому регіональному продукті

GVA_i - валова додана вартість i -того виду економічної діяльності (з урахуванням прямих податків)

k_i - коефіцієнт внеску i -того виду економічної діяльності у загальне туристичне споживання

GRP - валовий регіональний продукт

Результати розрахунків представлені на рис. 2.10, де у динаміці відображається економічний внесок сфери туризму у валовий регіональний продукт

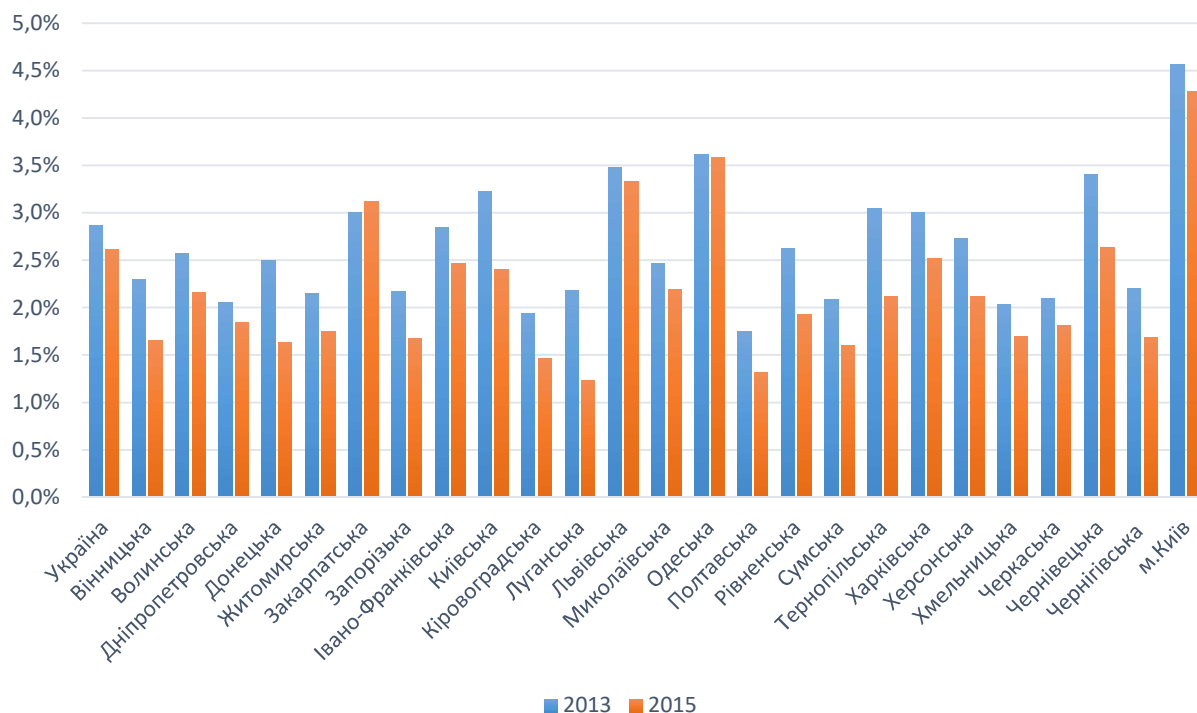


Рис. 2.10. Економічний внесок сфери туризму у валовий регіональний продукт

Для формування єдиної порівняльної бази при розрахунку показника за 2013 рік не враховані дані по тимчасово окупованій території АР Крим. В цілому, проведені розрахунки свідчать про незначне зменшення частки туристичної сфери в економіці країни. Так у 2013 році цей показник склав 2,87%, а в 2015 році зменшився до 2,61%. Визначена тенденції пояснюється декількома чинниками, зокрема:

- політичною нестабільністю, пов'язаною із військовими діями на Донбасі;
- зниженням рівня життя населення;
- збільшення цін на послуги розміщення та харчування відбувались більш повільно, ніж збільшення цін в цілому по країні.

Найбільша частка туристичного споживання припадає на м. Київ – 4,28%; Одеську – 3,59%, Львівську – 3,34%; Закарпатську – 3,12%; Чернівецьку – 2,63;

Харківську – 2,51 та Івано-Франківську області – 2,47%. Найменший показник зафіксований для Луганської – 1,23%; Полтавської – 1,31%; Сумської – 1,60%; Донецької – 1,63%; Вінницької – 1,66% та Запорізької областей – 1,68%. Якщо попадання до цієї групи Луганської та Донецької областей пояснюється бойовими діями та суттєвим зменшенням у зв'язку з цим туристичного іміджу, то наявність Запорізької та Полтавської областей, на території яких розташовані відомі туристичні центри такі, як Бердянськ та Миргород, потребує подальшого дослідження. Фактично на низьку частку туризму в розрізі регіональної економіки впливають наступні фактори:

- значна залежність економіки цих регіонів від інших галузей;
- суттєвий вплив сезонного фактору;
- низька якість туристичної інфраструктури.

Для визначення стратегії розвитку туризму, як на державному, так і на регіональному рівні, важливим є розуміння структури доходів від туризму, розрахунок якої представлений на рис. 2.11.

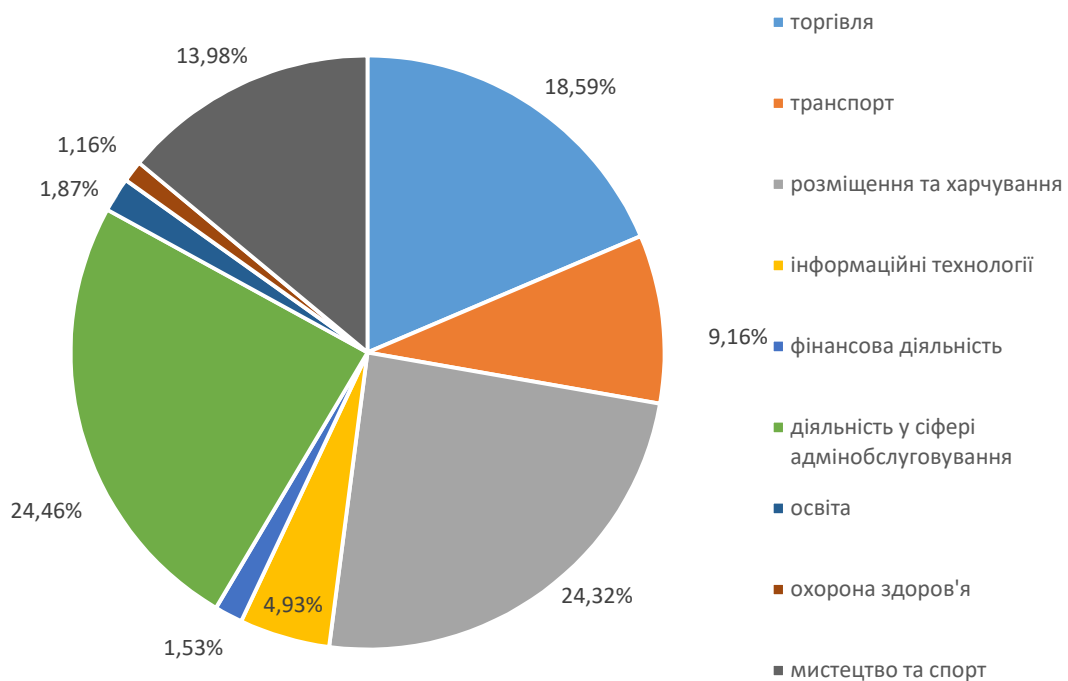


Рис. 2.11 Структура туристичного споживання по галузям економіки

Найбільша частка припадає на сектор «Діяльність у сфері адміністративного обслуговування», до якого віднесена діяльність туроператорів та турагентів – 24,46% , та сектор «Розміщення і харчування» - 24,32%. Внесок сектору «Роздрібної торгівлі» у загальне туристичне споживання складає 18,59%: туристичні витрати в першу чергу стосуються купівлі палива при поїздках власним автомобілем та купівлі продуктів при організації самостійного харчування. На сектор «Мистецтва та спорт» припадає 13,98% від загального туристичного споживання: саме до цієї групи входять послуги музеїв та організація розваг і відпочинку, в тому числі діяльність парків розваг та атракціонів. Частка транспорту, відповідно до розрахунків, складає 9,16% від загальних витрат туристів. Хоча загальносвітові тенденції свідчать про значно більше значення транспортної складової у туристичному споживанні – від 25 до 35% в залежності від методик розрахунку, для вітчизняного ринку туристичних послуг транспортна галузь не набула такого значення, що пояснюється наступним:

- внутрішні авіап перевезення практично не розвиваються;
- загальний рівень цін на пасажирські перевезення в Україні значно нижче порівняно із іншими країнами;
- за останні роки суттєво збільшилася частка туристів, які мандрують на власному автомобілі, а витрати на паливо, як відзначалося вище відносять до сектору торгівлі;
- приватні перевезення в основному здійснюється юридичними особами та фізичними особами-підприємцями, які працюють за спрощеною системою обліку та оподаткування і фактично лише частково звітують про свої доходи, переносячі їх частину у тіньовий сектор.

Вплив інших секторів на формування дохідної частини від туризму складає менше 5%, при цьому можна визначити низку тенденцій, на базі яких варто формувати окремі напрями розвитку в контексті стратегічного планування функціонування туристичного комплексу:

- розвиток медичного туризму гальмується відсутністю офіційно встановлених платних медичних послуг і переважно зараз обмежується наданням стоматологічної допомоги;

- освітній туризм має розвиватися більш активно за наявності короткотривалих освітніх програм, тоді як стандартне отримання вищої освіти передбачає тимчасову міграцію громадян і відповідно до категорії туристів вони не відносяться;

- фінансова та страхова діяльність у сфері туризму в основному обмежується туристичним страхуванням, тоді як у світі все більше набуває популярності кредитування туристичних поїздок.

Регіональний розподіл впливу туризму на формування загальнодержавного показника доходів від туристичного сектора представлений на рис. 2.12.

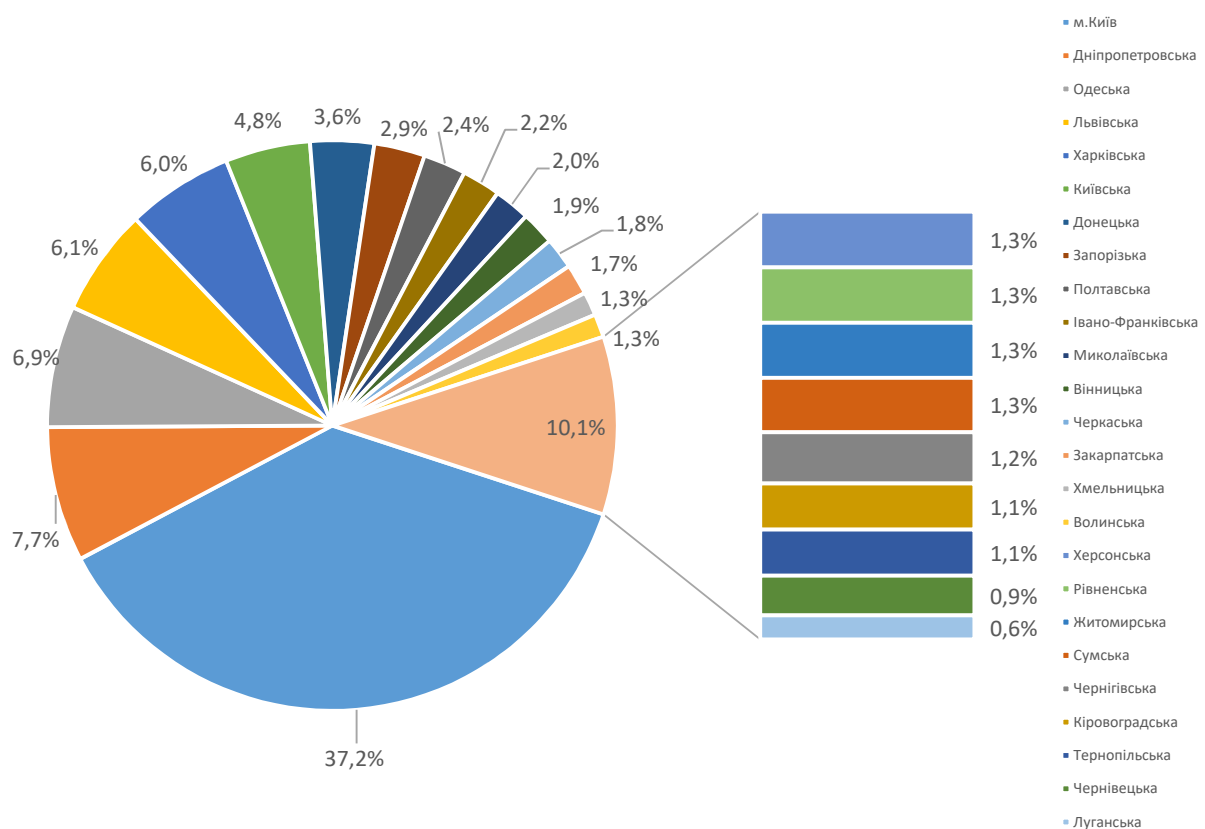


Рис. 2.12. Структурний розподіл доходів від туризму по регіонах України

Найбільша частка у загальнодержавному показнику доходів від туризму припадає на регіони, що є найбільшими за населенням, адже туристичні витрати можуть формуватися не тільки у регіонах, що приймають туристів, але і в тих регіонах що відправляють туристів.

В цілому проведені розрахунки свідчать, що прямий внесок туризму у регіональний внутрішній та валовий внутрішній продукт в Україні незначний, але при цьому в контексті структурних реформ, у тому числі і реформи місцевого самоврядування, які відбувається в країні, перед регіонами відкриваються нові можливості щодо формування зваженої стратегії розвитку туристичного комплексу регіону.

Суб'єкти підприємницької діяльності, що функціонують в межах регіональних туристичних комплексів, підвищуючи ефективність своєї роботи, одночасно з цим забезпечують соціально-економічне зростання регіональної економіки. Результати досліджень дозволили визначити деякі особливості функціонування туристичних комплексів регіонів, а також проблеми щодо забезпечення їх стабільної роботи та зростання. Визначаючи фактори, що обмежують та гальмують зростання регіонального туризму, можна назвати наступне:

- невідповідність якості закладів розміщення світовим стандартам. На сьогоднішній день в Україні затверджено та запроваджено європейські стандарти якості розміщення, обслуговування, харчування, але практичне застосування таких стандартів мінімальне. Певна активізація спостерігалася в контексті підготовки до проведення чемпіонату Європи з футболу, коли, орієнтуючись на відносно вибагливого іноземного туриста, будувались нові готелі, реконструювались існуючі. Проте після проведення турніру, темпи розбудови сучасної туристичної інфраструктури значно сповільнилися. Склалася ситуація, коли реальний попит на послуги готелів та інших засобів розміщення, що відповідають світовим стандартам, перевищив пропозицію, що відповідно призвело к завищенню цін порівняно з аналогічними закордонними закладами. Проблема ускладнюється тим, що українські

туристи, які вже відвідували закордонні курорти і звикли до високого рівня розміщення та обслуговування, не знаходячи аналогічних за якістю та ціною пропозицій в Україні, і далі продовжують віддавати перевагу закордонним курортам.

- низька якість туристичних ресурсів. Привабливість туристичних ресурсів забезпечується не тільки фактичною наявністю туристичного об'єкту, а і його станом, насиченістю, параметрами безпеки, транспортною доступністю тощо. Реконструкція пам'яток архітектури вимагає значних державних коштів, оскільки такі об'єкти не можуть бути приватизовані, цікавість до них приватних інвесторів мінімальна;

- екологічна ситуація. Окрім наслідків Чорнобильської катастрофи, в Україні існує низка екологічно небезпечних регіонів, де промислове виробництво негативно впливає на навколишнє середовище, так саме, як і продукти діяльності людини у вигляді сміття, системи переробки якого значно застаріли;

- державна політика. В контексті державної політики туризм як галузь не розглядається, управління цією сферою покладено на невеликий структурний підрозділ Міністерства економічного розвитку і торгівлі з обмеженими функціями та фінансуванням;

- податкова політика. Держава має всіляко підтримувати внутрішній та в'їзний туризм, натомість податковою системою створені більш сприятливі умови саме для просування виїзного туризму [12]. Ставка податку на додану вартість для закордонних турів дорівнює 0%, тоді як українські підприємства туристичного сектора, у тому числі готелі, санаторії, транспортні компанії, які працюють за звичайною схемою, сплачують податок на додану вартість на загальних умовах. Для сфери обслуговування, в якій частка доданої вартості вкрай висока, цей податок переноситься безпосередньо на ціну, що робить вартість таких послуг неконкурентними порівняно з європейськими аналогічними підприємствами. З іншого боку, незважена податкова політика вимушує підприємства частково переходити в тіньовий сектор, у тому числі

за рахунок оформлення своєї діяльності через чисельних фізичних осіб-підприємців;

- кадрові проблеми. Спеціальності «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа» є дуже популярними серед вітчизняних абітурієнтів, але навчання у вищих навчальних закладах передбачає насамперед підготовку високо кваліфікованих працівників на адміністративні та управлінські посади. Натомість існує потреба туристичної сфери в обслуговуючому персоналі рівня підготовки «молодший спеціаліст». Вітчизняний туристичний сектор суттєво програє закордонному аналогічному сегменту за показниками умов праці і її оплати, що призводить до значного відтоку потенційних працівників закордон;

- соціопсихологічний аспект. Відсутність в Україні достатньої пропаганди туризму призвело до того, ще переважна маса населення вільний час, особливо у вихідні проводить вдома, тоді як європейський досвід свідчить про значну затребуваність турів вихідного дня та екскурсійних програм. Потребують розробки та впровадження соціальні програми, спрямовані на зміну світогляду громадян, в першу чергу через просування туристичних маршрутів по Україні. В контексті зміни менталітету внутрішнього туризму необхідно з одного боку формування у громадян розуміння необхідності використання туристичного страхування, з іншого боку, на державному рівні потрібно створити дієвий механізм обов'язкового туристичного страхування;

- недостатні інвестиції. Розглядаючи проблеми інвестування туристичних комплексів, варто визначити два напрями, що потребують вирішення. По-перше, це загально низький рівень інвестицій, який пов'язаний зі складністю ведення бізнесу, значної кількістю організаційних проблем та високим рівнем корупції. По-друге, приватне інвестування в окремі об'єкти туристичної інфраструктури можливо за умови державно-приватного партнерства, коли держава приймає участь у розбудові транспортно-супутньої інфраструктури;

- економічні фактори. Загальний стан економіки, нестабільність національної валюти, зменшення рівня життя вкрай негативно впливають на туристичний ринок, зменшуючи туристичний попит та витрати туристів

Основними чинниками, що заважають розвитку підприємництва у сфері туризму, є:

- відсутність чітко сформульованої через систему правових актів державної політики у сфері підтримки малого підприємництва та туристичного сектора в цілому;
- відсутність дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки;
- надмірний податковий тиск і обтяжлива система звітності;
- невпевненість суб'єктів туристичної діяльності у стабільності та прогнозованості ведення бізнесу в Україні;
- надмірне втручання органів державної влади в діяльність суб'єктів господарювання.

Серед основних чинників, що стримують розвиток регіональних туристичних комплексів, можна визначити наступні:

- зниження платоспроможності населення;
- зношеність основних фондів, що особливо стосується великих за розміром закладів розміщення, побудованих ще за радянських часів;
- наявність великої кількості зруйнованих та покинутих об'єктів туристичної інфраструктури, що розташовані в рекреаційних зонах;
- незбалансованість споживання та відновлення туристичних ресурсів;
- податковий тиск;
- недостатній рівень практичних досліджень особливостей функціонування туристичних комплексів;
- недостатня розвиненість транспортної мережі;
- недостатня політика щодо зменшення сезонних коливань.

Для активізації розвитку туристичного комплексу регіону потрібні:

- модернізація існуючої туристичної інфраструктури;
- розбудова та реконструкція транспортної інфраструктури;

- приватизація державних підприємств, в першу чергу санаторно-курортного обслуговування, за умови їх повної реконструкції та збереження профілю діяльності;

- розробка та впровадження програм державно-приватного партнерства;

- зниження податкового тиску;

- формування системи доступного кредитування суб'єктів туристичної діяльності;

- розширення спектру послуг туристичних комплексів;

- підвищення якості туристичних послуг,

- досягнення балансу співвідношення «ціна – якість», формування конкурентної ціни на послуги;

- запровадження системи обов'язкового туристичного страхування;

- стимулювання внутрішнього туризму;

- проведення досліджень з метою визначення потреб ринку та встановлення прийнятних цін на послуги;

- підвищення соціальної ролі туризму у повсякденному житті людини;

- реалізація державних програм з підтримки туризму, стимулювання його розвитку, формування позитивного іміджу регіонів, формування розуміння у населення необхідності ведення здорового, спортивного та цікавого образу життя.

Серед головних проблем, негайне вирішення яких активізує розвиток туристичних комплексів, визначають:

- звільнення від сплати ПДВ суб'єктів підприємницької діяльності, що надають туристичні послуги;

- звільнення від оподаткування земельних ділянок, на яких діє туристична інфраструктура;

- спрощення процедури надання земельних ділянок для будівництва нових об'єктів туристичного комплексу;

- встановлення протекційної податкової політики на туристичне обслуговування дитячих та молодіжних груп в межах України;

Суперечливість українських законів, низькі темпи реформ є відштовхуючим фактором для іноземних інвесторів, участь яких у розбудові туристичної інфраструктури є головною умовою відродження галузі.

Висновки до розділу 2

1. Доведено, що дослідження особливостей формування та результатів функціонування туристичного комплексу, зважаючи на багатоаспектність поняття туризм, передбачає запровадження дворівневої системи: вивчення ресурсної складової та аналіз діяльності підприємств, що входять до складу туристичного комплексу.

2. Визначено, що організатори туризму: туроператори та турагенти фактично працюють на виїзний туризм: в середньому по Україні лише 19,7% від загальної кількості проданих путівок – це тури в межах країни, аналогічний показник з кількості туристів складає 17,8% і лише 4,4% доходів від проданих турів – це доходи від внутрішнього туризму. При цьому частка внутрішнього туризму майже в усіх регіонах складає менше 50%, за винятком Івано-Франківської – 86,2% та Львівської областей – 54,2%. Найнижчі показники в Київській області – 9,8%; м. Києві – 9,6%, а також в Миколаївській, Полтавській та Луганській областях – 7,2%; 5,6% та 4,3% відповідно.

3. Визначена тенденція свідчить про негативний вплив діяльності турпідприємств на стабільне функціонування регіональних туристичних комплексів, але в той же час має своє пояснення: - у туристів, що купують тури закордон, більшим попитом користуються пакетні тури; тоді як тури, що в межах України включають в себе тільки розміщення, тоді як транспортні послуги оплачуються додатково, що зменшує вартість путівки; - в Україні спостерігається великий відсоток «прямого бронювання» туристами готелів та інших закладів розміщення; - пакетні тури, що пропонуються туроператорами в межах України, зазвичай знаходяться у сегменті економ-класу; - виїзні тури прив'язані до іноземної валюти, тому із зростанням курсу зростає їх вартість у національній валюті.

4. Результати аналізу роботи туристичних підприємств неповною мірою відображають особливості функціонування туристичних комплексів регіонів, додаткового аналізу потребує діяльність колективних закладів розміщення, адже це єдиний, ґрунтовно отриманим показник, що характеризує реальну привабливість регіонального туристичного комплексу через кількість туристів, що не тільки відвідали регіон, а й скористалися послугами розміщення. За загальною кількістю закладів розміщення лідерами в Україні є наступні регіони: Одеська, Запорізька, Львівська, Миколаївська, Івано-Франківська, Закарпатська, Дніпропетровська області. За кількістю обслугованих туристів лідером є м. Київ. Додатковими уточнюючими показниками є місткість закладів розміщування та коефіцієнт її використання. Визначено більш високий рівень завантаження спеціалізованих закладів розміщення - 41%, порівняно із завантаженням готелів та туркомплексів - 26 %.

5. Проте використання окремих показників не дає можливості визначити загальний вплив туризму на розвиток регіональної економіки. Одним із головних показників, що відображають результат роботи туристичного комплексу регіону є його внесок у валовий регіональний продукт. За результатами розрахунку визначено, що найбільша частка туристичного споживання припадає на м. Київ, Одеську, Львівську, Закарпатську, Чернівецьку, Харківську та Івано-Франківську області. Найменший показник зафіксований для Луганської, Полтавської, Сумської, Донецької, Вінницької та Запорізької областей. Якщо попадання до цієї групи Луганської та Донецької областей пояснюється бойовими діями та суттєвим зменшенням у зв'язку з цим туристичного іміджу, то наявність Запорізької та Полтавської областей, на території яких розташовані відомі туристичні центри такі, як Бердянськ та Миргород, потребує подальшого дослідження.

6. На низьку частку туризму в розрізі регіональної економіки впливають наступні фактори:- значна залежність економіки цих регіонів від інших галузей; - суттєвий вплив сезонного фактору; низька якість туристичної інфраструктури. Проведений аналіз дозволив визначити певні тенденції та проблеми розвитку

туристичних комплексів в розрізі регіонів України, та запропонувати методичний підхід щодо комплексного дослідження з можливістю на його основі формування стратегії розвитку регіонального туризму.

Наукові результати, що отримані автором у ході написання розділу пройшли апробацію та доповідалися й були схвалені на науково-практичних конференціях, а також надруковані у наукових фахових виданнях [130, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 162, 164, 165, 167, 170]

РОЗДІЛ 3

НАУКОВО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

3.1. Механізм формування структури регіонального туристичного продукту за видами

Сучасний туристичний ринок України, незважаючи на те, що функціонує в нестабільних умовах, в певні моменти часу показує зростання. Але офіційні статистичні дані не відповідають реальним можливостям туристичних комплексів. Розробка будь-яких стратегій розвитку, в тому числі і туризму, має ґрунтуватися на об'єктивних оцінках ресурсного потенціалу та фактичних показників функціонування туристичних комплексів.

Існуючи методики, які були розроблені раніше, потребують уточнення та доповнення з метою визначення не тільки фактичного рейтингу регіону, а й можливостей щодо подальшого розвитку. Пропонується розробити та впровадити методичний підхід оцінки туристичних комплексів, який би відповідав вимогам сьогодення та дозволяв визначити, як перспективні напрями розвитку, так і ресурсні елементи, які потребують додаткового впливу.

Розроблена методика передбачає декілька етапів:

- визначення видів туризму, по яких здійснюватимуться дослідження;
- визначення елементів (критеріїв оцінки) туристичних ресурсів;
- визначення ваги кожного із критеріїв для розвитку певного виду туризму;
- визначення впливу видів туризму на регіональний туристичний продукт;
- отримання формули для розрахунку інтегрального показника привабливості регіонального туристичного комплексу;
- розрахунок інтегральних показників привабливості регіональних туристичних комплексів та їх ранжування;
- перевірка достовірності отриманих результатів;
- побудова туристичного профілю для туристичного комплексу регіону;

- розробка рекомендацій щодо подальшого розвитку та забезпечення ефективного функціонування туристичного комплексу регіону.



Розроблено автором

Рис. 3.1 Основні етапи методики визначення туристичної привабливості та формування туристичного профілю регіону

У першому розділі було наведено перелік критеріїв оцінки або елементів туристичних ресурсів, об'єднаних за змістовим принципом у групи:

- природно-кліматичні ресурси (водні, ландшафтні, кліматичні, флористичні, бальнеологічні ресурси);
- природно-антропологічні ресурси (зоологічні та ботанічні парки, національні парки та заповідники, садово-паркові комплекси);
- історико-культурні ресурси (архітектурні, культурно-історичні, біосоціальні, історико-подієві ресурси);
- туристична інфраструктура (готелі та інші заклади розміщення, заклади харчування, екскурсійні бюро та туристичні компанії);
- транспортна та супутня інфраструктура (аеропорти та залізничні вокзали, автодороги, міжміський та міський транспорт, страхові компанії, банки);
- іміджеві-інформаційні ресурси (розважальні центри, сучасно-подієві ресурси, виставкові центри, рекламно-іміджеві заходи, людські ресурси, регіональна система управління).

Одним із важливих аспектів запропонованого методичного підходу є визначення видів туризму в контексті яких відбуватимуться подальші дослідження. Хоча цьому питанню і приділяється багато уваги в сучасній літературі, чіткої класифікації не існує.

Наприклад О. Топчієв [171], в контексті рекреаційної спрямованості функціонування туристичного сектору розподіляють рекреаційну діяльність за трирівневим принципом класифікації. На першому рівні визначаються типи рекреаційної діяльності, сутність яких уточняється на другому рівні, де визначаються її види, та деталізується підвидами на третьому рівні. На їх думку організований відпочинок складається із трьох видів: курортно-лікувального, курортно-оздоровчого та спортивно-оздоровчого, які не потребують додаткового уточнення, так само, як і неорганізований відпочинок, що включає індивідуальний, груповий та масовий види. В той же час третій тип «туризм» поділяється на види та підвиди: пізнавальний вид, що складається із краєзнавчого, регіонального, країнознавчого та міжнародного підвидів;

історико-етнографічний; історико-культурний; ландшафтно-екологічний; родинно-гостьовий; торговельний; діловий; науковий; громадсько-політичний та релігійний види, які не мають підвидів, та спортивний і розважальний, які відповідно включають такі підвиди як рибальство; мисливство; альпінізм, водно-спортивний та екстремальний – для спортивного туризму та спортивно-видовищний і фестивально-видовищний – для розважального туризму.

Відповідно до класифікації Н. Фоменка [179], рекреаційну діяльність поділяють на лікувальну; оздоровчо-спортивну, яка охоплює прогулянковий, промислово-прогулянковий та маршрутний туризм (в тому числі спортивний і аматорський), а також купально-пляжний туризм; і пізнавальну рекреаційну діяльність. Більш ґрунтовним, на нашу думку, є підхід М. Крачило [98], який виокремлює класи, форми та види туризму. Відповідно до характеру туристичних потоків він виділяє два класи: внутрішній (національний) та іноземний. Форми туризму автор вирізняє за такими класифікаційними ознаками: характер організації (плановий та самодіяльний); тривалість подорожі (коротко- і довготривалий); інтенсивність туристичних потоків (постійний, сезонний). Проте чимало науковців, серед яких П. Гаман [49], В. Квартальнов [87], Т. Сокол [145], Т. Христов [182], І. Школа [194], П. Захарченко [75], П. Черемисин [188] та інші, розширили ознакову складову класифікації, доповнивши її наступними елементами (наведено без додаткової систематизації):

- за походженням туристів – внутрішній та міжнародний;
- за тривалістю перебування – транзитний, одноденний, короткотерміновий, середньо терміновий, довготерміновий;
- за транспортними засобами – авіатуризм, автомобільний, автобусний, залізничний, морський;
- за регіоном відпочинку – національний, міжнародний;
- за віком подорожуючих – дитячий, молодіжний, середнього віку, похилого віку;
- за способами пересування – автомобільний, автобусний, водний,

пішохідний, залізничний, гужовий (верховий);

за організацією туризму – паушальний, індивідуальний;

за ринком – внутрішній, іноземний;

за способом організації – неорганізований, організований, самодіяльний (кваліфікаційний);

за кількістю учасників подорожі – індивідуальний, груповий, сімейний;

за характером території – континентальний, приморський, острівний;

за порами року – зимовий, літній;

за ритмічністю турпотоків – сезонний, цілорічний;

за основним використанням природних ресурсів – гірський, лісовий, водний (морський, річковий), лікувальний, купально-пляжний, екологічний;

за способом розміщення - готельного типу, неготельного типу;

за дальністю поїздки – ближній, дальній;

за джерелами фінансування – комерційний, соціальний;

за видом основної діяльності – діловий, пізнавальний, спортивний, екологічний, конгресний, пригодницький, сільський (агротуризм), екстремальний.

Запропонований перелік свідчить про несистемність поглядів різних авторів, відсутність методичних основ щодо визначення підходів до класифікації туризму, але найскладнішим аспектом є класифікація видів туризму за цілями. М. Крачило [98] на основі мотивації туристичної подорожі виділяє курортно-лікувальний, культурно-розважальний, релігійний, спортивний, пізнавально-діловий і навіть промисловий види туризму.

Н. Богдан [27], О. Богославець [28] М. Мальська [108], І. Свіда [143], В. Цибух [186] акцентують увагу на тому факті, що взагалі не існує класифікації туризму у зв'язку з неможливістю виокремлення чистих форм і видів туризму.

Останнім часом спостерігається тенденція до максимального розширення видів туризму з визначенням найдрібніших напрямів. Наприклад, Т. Божук [29], тільки для визначення туризму лікувально-оздоровчої спрямованості із різних джерел виділила санаторно-лікувальний, санаторно-курортний, курортно-

лікувальний, курортний, лікувальний, рекреаційний (відпочинок та лікування), оздоровлювально-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, купально-пляжний, прогулянковий види туризму.

М. Кляп і Ф. Шандор [91] тільки за метою поїздки виділяють 85 видів туризму, при чому для деяких напрямів туризму пропонується по декілька назв. Головною проблемою, що виникає з наведених підходів є відсутність розуміння можливостей практичного застосування запропонованих напрямів в контексті вирішення проблем сталого розвитку туризму. З суто теоретичної точки зору спостерігається певна плутанина між видами туризму, та його окремими елементами. Наприклад підводний туризм або, як його ще називають, дайвінг – це просто окремий елемент, який може сприйматися як туристична розвага, чи форма хобі, але не як окремий напрям в цілому. Окремим напрямом туризму присвячені роботи О. Пендерецького [128], В. Поліщук [131], Х. Рахлицької [138], Т. Христова [182], та інших. Проте автор погоджується з загальним підходом С. Дутчака [65], який вважає, що основним критерієм групування видів туризму у певні сегменти є мета туристичної поїздки, відповідно до якої він виділяє сім основних сегментів: курортно-лікувальний; комерційно-діловий; релігійний; пізнавально- розважальний; екологічний; спортивно-оздоровчий; екзотичний. Ці напрями за своєю сутність, залученням ступенем залучення туристичних підприємств, тривалістю подорожі, сезонністю та іншими чинниками суттєво відрізняються один від одного.

Кожний із визначених сегментів – це самостійне явище, з позиції якого можна оцінити особливості функціонування кожного елементу туристичного комплексу. Визначення рівня впливу таких елементів на розвиток конкретного виду туризму дозволяє розробити стратегію щодо активізації подальшого розвитку як туристичного комплексу в цілому, так і спрогнозувати його тенденції за рештою напрямів.

Але, погоджуючись із загальним підходом, запропонованим С. Дутчаком [65], на думку автора, потребують уточнення саме визначені сегменти. Враховуючи, що розвиток туризму в Україні поступово за своєю організацією

відходить від пострадянських тенденцій, набуваючи світового та європейського досвіду, в першу чергу слід вивчити існуючі підходи щодо класифікації туризму, які запропоновані на рівні міжнародних організацій.

У статистичному щорічнику Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) структура туризму за цілями у 2016 році мала наступний вигляд [6]:

- дозвілля, рекреація, відпочинок – 53%;
- відвідання друзів та родичів, оздоровлення, паломництво – 27%;
- ділові та професійні поїздки – 13%;
- не визначено – 7%.

На перший погляд такий розподіл може здатися специфічним, але розібравши його детально (табл. 3.1), можна визначити, що види туризму виділені автором за принципом організації поїздок та їх фінансування.

Таблиця 3.1

Критерії організації туристичних поїздок за видами

Вид туризму	Джерело фінансування	Розміщення	Комфортність	Послуги туристичних посередників
Дозвілля, рекреація, відпочинок	власні кошти	колективні та аналогічні заклади розміщення	висока	потрібні
Відвідання друзів та родичів	власні кошти	приватне житло	достатня	непотрібні/ частково потрібні
Оздоровлення	власні кошти/кошти соціальних фондів	спеціалізовані заклади розміщення	достатня	непотрібні/ частково потрібні
Паломництво	власні кошти	тимчасові засоби розміщення, засоби розміщення при культових об'єктах, вільне розміщення	невисока	непотрібні
Діловий туризм	кошти підприємств	колективні та аналогічні заклади розміщення	висока	непотрібні

Кожна із визначених груп має набір властивостей, характерних тільки для неї. Наприклад, діловий туризм, який передбачає відвідання певних ділових заходів з метою представлення інтересів свого підприємства чи компанії, ведення переговорів, отримання виробничого чи ділового досвіду, передбачає фінансування таких поїздок за рахунок підприємства, звіт про витрачені у відрядження кошти, відповідно до певних лімітів, надається у бухгалтерію. Іншою важливою складовою організації ділових поїздок є відсутність потреби у користуванні послугами туристичних посередників, таких як, туроператор чи турагент, зазвичай ця функція покладається безпосередньо на працівника або централізовано вирішується на підприємстві.

Так само, не затребуваними є послуги туристичних посередників і при організації приватних поїздок. Зазвичай при відвідуванні друзів та родичів, останні розміщують своїх гостей у себе вдома. Окремого пояснення потребують такі напрями, як лікувально-оздоровчий сегмент та паломництво.

Лікувально-оздоровчий туризм передбачає використання природних лікувальних чинників, таких як бальнеологічні ресурси (мінеральні та термальні води), лікувальні грязі, озокерит, ропа лиманів та озер, морська вода тощо з метою профілактики різних захворювань та відновлення після хвороби і медикаментозного лікування. Лікувально-оздоровчому туризму притаманні певні характеристики, а саме: тривалість перебування, від якого залежить чи буде досягнутий потрібний лікувальний ефект, та правильність вибору курорту, відповідно до його профілю та потреб туриста. Курорти в залежності від природно лікувальних факторів поділяють на кліматичні, бальнеологічні і грязьові. Тому при виборі лікувально-оздоровчих послуг, в першу чергу, потрібна, консультація лікаря-фахівця, а не менеджера турфірми, для того, щоб обрати санаторний заклад потрібного профілю лікування. Крім того, програми з санаторного лікування та оздоровлення, що здійснюються відповідно до порад лікаря, в багатьох країнах повністю або частково оплачуються за рахунок коштів державних соціальних організацій.

З іншого боку, вітчизняні санаторії в певний момент становлення української економіки опинилися в ситуації недофінансування, і з метою залучення туристів для заповнення номерного фонду, частково були вимушені відмовитися від суто лікувально-оздоровчої діяльності. Проте, прагнучі зберегти усталений імідж лікувально-оздоровчого закладу, поступово почали запроваджувати в свою діяльність нові методики немедикаментозного лікування та оздоровлення, що забезпечило можливість надавати оздоровчі послуги більш широкому колу відпочиваючих, у тому числі туристів, що приїжджали у короткотермінові відпустки. З іншого боку, отримати такі послуги, наприклад, відвідання спелеокамер, громадяни можуть, навіть не покидаючи меж свого міста або регіону. А головною перевагою класичних лікувально-оздоровчих курортів все ж таки залишається їх природна компонента, відтворити яку в іншому місці неможливо.

Суперечливим виглядає і віднесення до цього типу такого напрямку, як паломництво. На нашу думку, слід розрізняти поняття паломництва та культурно-пізнавальний туризм релігійної спрямованості.

Паломництво – це відвідування вірянами релігійних святинь із метою молитовного спілкування, поклоніння священним об'єктам, безоплатної праці на благо храму або монастиря й інших форм прояву своєї віри.

Культурно-пізнавальний туризм релігійної спрямованості передбачає відвідування найбільш значущих культових об'єктів з метою ознайомлення з їх історико-архітектурними особливостями, вивченням деяких аспектів релігійної діяльності.

Принциповою різницею між цими двома формами є той факт, що паломництво здійснюється виключно в межах певної релігії, навіть релігійного напрямку, тоді як релігійно-пізнавальні поїздки припускають відвідання об'єктів, що належать до різних релігійних конфесій або релігій. Крім того, паломницькі поїздки відрізняються мінімальним рівнем комфорту і зазвичай зорганізуються безпосередньо церквами, тоді як культурно-пізнавальні поїздки можуть бути доволі комфортними та організовані із залученням туристичних посередників:

туроператорів та турагентства, і, таким чином, відповідно до класифікації Всесвітньої туристичної організації належать до сегменту «Дозвілля, рекреація, відпочинок».

Аналізуючи сегмент «Дозвілля, рекреація, відпочинок», варто відзначити, що його головною особливістю є активне користування туристами послугами туристичних посередників – туроператорів і турагентів, які формують та просувають турпродукт. При чому, з точки зору Всесвітньої туристичної організації не є принциповим, який за змістом відпочинок буде обраний туристом: гірськолижний туризм, пляжний відпочинок, автобусні подорожі. Проте, найбільш повну статистичну інформацію щодо функціонування сфери туристичних послуг можна отримати саме аналізуючи туристичні потоки в межах даного сегменту. Тим не менш, на нашу думку варто визначити, які основні види туризму розглядаються в межах даної групи.

Одним із найбільш масових напрямів є культурно-пізнавальний туризм, що передбачає подорожі з метою ознайомлення з культурою країн світу: пам'ятниками архітектури, історії, мистецтва, археології тощо. В широкому розумінні культурно-пізнавальний туризм включає в себе такі напрями, як: літературно-художній; археологічний; військово-історичний; історико-архітектурний; релігійно-пізнавальний; етнографічний та інші напрями туризму пізнавальної спрямованості.

Рекреаційний або природно-рекреаційний туризм розглядається в контексті розвитку екологічного, сільського пляжно-кліматичного туризму. Об'єктами природного екологічного туризму можуть бути ландшафти, водні ресурси, лиси, печери, природні пам'ятки тощо. Все більш популярним стає агротуризм або сільський туризм, який передбачає відпочинок у сільські місцевості, для України такий вид туризму набув великого значення як дачний відпочинок. Але найсуттєвішою за затребуваністю в даному сегменті є пляжно-кліматичний туризм, який передбачає відпочинок на узбережжі морей, океанів, річок, озер тощо з метою відновлення фізичних та духовних сили людини та поєднує два основних фактори – це наявність пляжів та відповідного клімату для

купання, сонячних ванн тощо.

Спортивно-оздоровчий туризм в широкому сенсі передбачає відпочинок з активними формами пересування. За радянських часів такий вид туризму розглядався як вид спорту, за яким проводилися відповідні змагання та здійснювалися спортивні туристичні походи, до яких висувалася низка вимог в залежності від складності. Серед видів спортивного туризму виділялося наступні види: пішохідний; гірський; лижний; водний; велосипедний; мотоциклетний; автомобільний; вітрильний; спелеотуризм; кінний; комбінований.

Тенденції розвитку даного виду туризму в країнах Європи, Азії та Північної Америки відрізнялись від радянських відсутністю жорстких умов щодо здійснення подорожей, тому активний відпочинок і різній формі та тривалості подорожей набув там також великого значення, але до нього застосовувався термін «пригодницький туризм». Однією із найбільш популярних форм сучасного активного туризму є гірськолижний туризм

Подієво-розважальний туризм складається з двох основних складових: розважального та подієвого туризму. Подієвий туризм – напрям порівняно молодий, основна мета поїздки приурочена до певної події. В сучасному подієвому туризмі виділяють тематичні напрями: національні фестивалі та свята; спортивні події; театралізовані шоу; фестивалі кіно і театру; гастрономічні фестивалі; покази мод; фестивалі музики і музичні конкурси тощо. Цікавою складовою в цьому виді туризму може вважатися розважальний напрям. Це досить новий підвид туризму, який набуває з кожним роком все більшу популярність і передбачає відвідування туристами спеціально обладнаних тематичних парків та розважальних закладів. На нашу думку, складно провести комплексну систематизацію всього переліку туристичних напрямів, оскільки:

- цей процес перебуває в стадії постійного розвитку;
- один і той же туристичний напрям можна класифікувати по-різному, відповідно до мети подорожі, фінансових та фізичних можливостей туристів та низки інших факторів. Наприклад, спелеотуризм, можна розглядати: 1) як напрям спортивного туризму, що передбачає участь у змаганнях або їх

організацію; 2) як вид культурно-пізнавального відпочинку, суть якого полягає у відвідуванні спеціально обладнаних печер; 3) як вид екстремального відпочинку, що включає спуски в недосліджені печери;

- жоден із видів туризму не існує у “чистому” вигляді. Наприклад, туристи, які відпочивають на морських курортах, можуть урізноманітнити свій відпочинок екскурсійними поїздками (це вже форма культурно-пізнавального туризму); дайвінгом або короткотривалими походами гірською місцевістю (в даному випадку, це елементи активного або спортивного туризму, чи навіть різновид екстремального туризму); поїздками до природних пам’яток або відвідуванням етнографічних центрів (відповідно присутні елементи зеленого та етнографічного туризму); відвідуванням розважальних заходів, аквапарків тощо (це складові розважального туризму).

З метою уникнення вищезгаданих суперечностей, у першу чергу, потрібно визначити загальні принципи, за якими має проводитися класифікація. До таких базових принципів, на думку автора, належать наступні:

- класифікація має проводитися окремо за різними складовими, такими, як вікові категорії туристів, засоби пересування, форма участі, за сезонністю, за географією, за цілями;

- види туризму визначати лише для тих напрямів, для яких характерна масовість;

- класифікацію потрібно робити за основним напрямком відпочинку;
- оскільки дуже важко чітко розмежувати окремі види туризму, при проведенні класифікації необхідно використовувати укрупнення напрямів.

Запропоновано наступна класифікація видів туризму за цілями (рис.3.2):

- лікувально-оздоровчий;
- діловий;
- культурно-пізнавальний;
- природно-рекреаційний;
- подієво-розважальний;
- спортивно-оздоровчий.

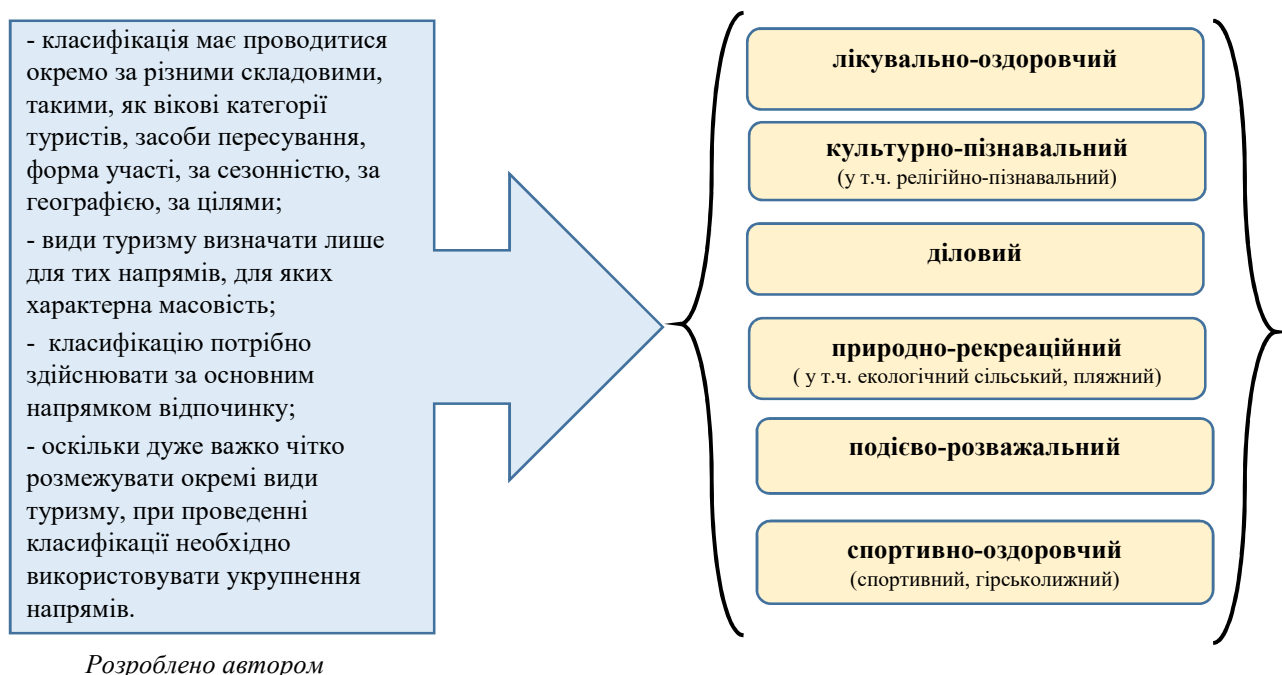


Рис. 3.2. Визначення видів туризму відповідно до запропонованих принципів класифікації

При визначенні рейтингу привабливості туристичного комплексу необхідно врахувати вплив вищезгаданих видів туризму на показник регіонального туристичного продукту. Офіційна статистика, що надається в Україні характеризує лише туристів, що скористалися послугами суб'єктів туристичної діяльності (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Розподіл туристичних поїздок відповідно до мети подорожі

Мета поїздки	2012	2013	2014	2015	2016
дозвілля та відпочинок	1562276	2292851	2032993	1510668	1902900
службова, ділова	94469	186050	147488	178832	176230
лікування та оздоровлення	165600	132390	23918	29865	79412
спортивний відпочинок	43656	50571	2290	2019	2982
спеціалізований туризм	3264	8489	248	1174	768
інші	18771	10156	10020	92269	87815

Суб'єкти туристичної діяльності в Україні звітують за такими видами туризму, як дозвілля та відпочинок, діловий, лікувально-оздоровчий, спортивний та спеціалізований туризм, причому до останньої групи серед інших відносить і релігійний напрям (рис. 3.3).

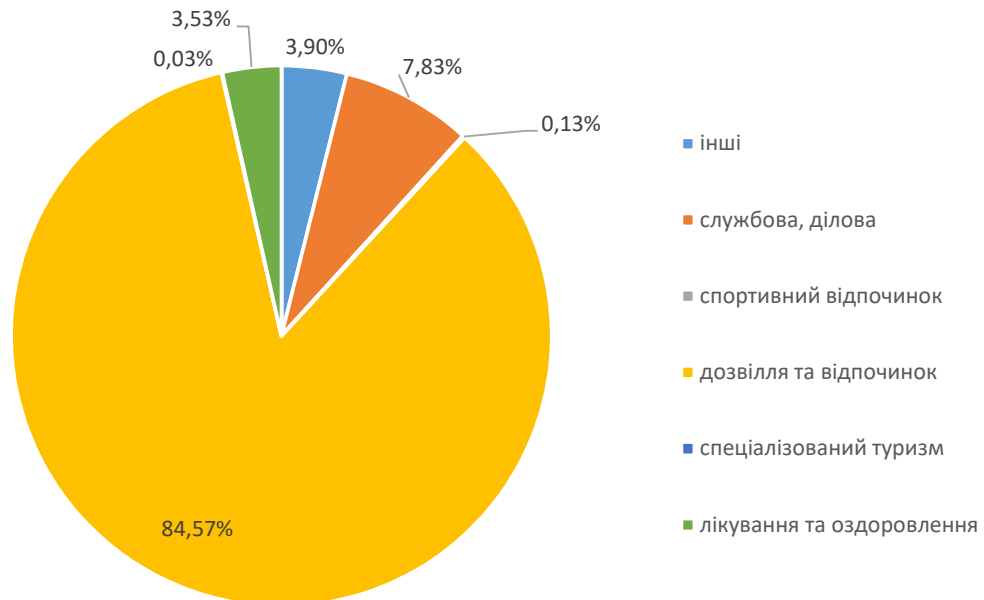


Рис. 3.3. Розподіл туристичних поїздок за видами туризму за 2016 рік

За структурою частка лікувально-оздоровчого туризму складає 3,53%, ділового – 7,83%, а на дозвілля та відпочинок припадає 84,57%, але виокремити з нього складові частини неможливо.

Проте заявлена статистика фіксує лише туристів, що скористалися послугами турфірм і не враховує тих, хто самостійно бронює розміщення. Наприклад, у 2012 році Україну відвідало понад 23 млн. іноземних туристів, при цьому послугами українських турфірм скористалися всього 270 тис. осіб, що трохи перевищує 1% від загальної кількості.

Сумарно іноземні та внутрішні туристи за період з 2012 по 2016 рр. скористалися послугами українських суб'єктів туристичного ринку лише в 3-4% випадках (рис. 3.4).

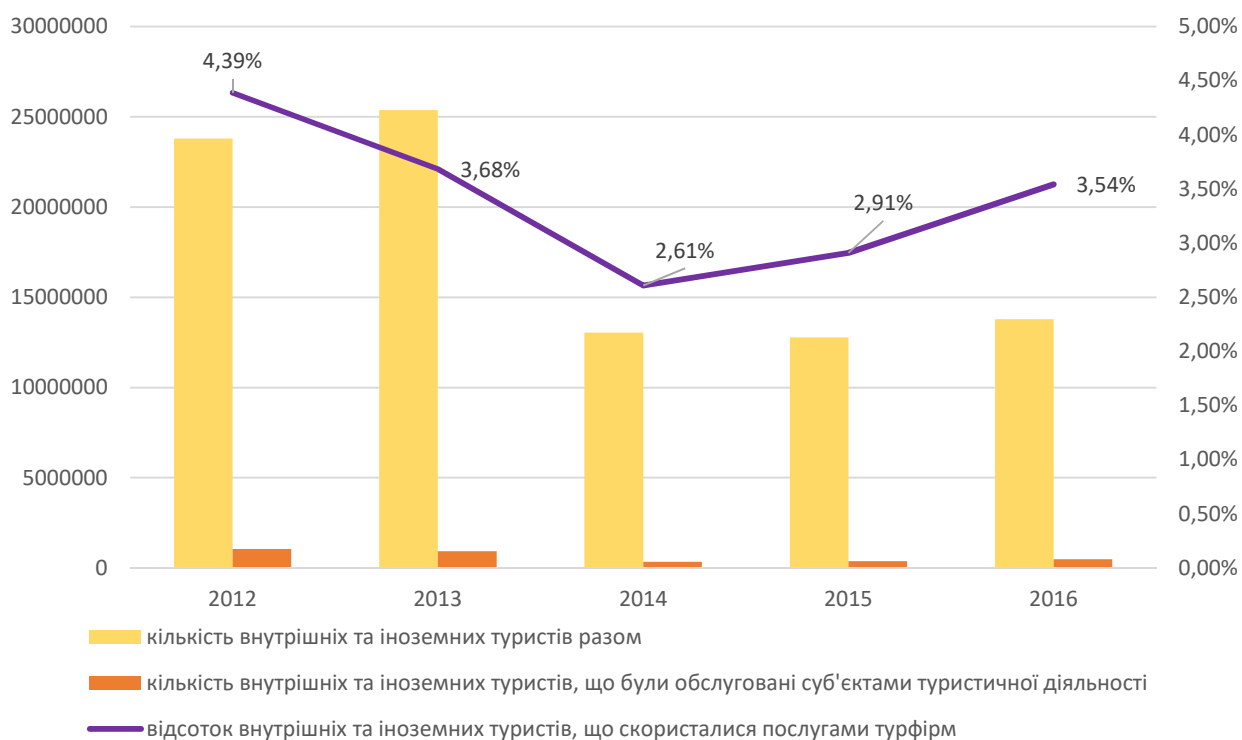


Рис. 3.4. Зміна частки організованого туризму в структурі туристичних потоків за 2012-2016 рр.

Таким чином, виникає ситуація, коли відсутність достовірної інформації робить неможливим використання розрахунково-аналітичних та економіко-статистичних методів. В такому випадку використовують метод експертних оцінок. Особливістю даного методу є відсутність строгих математичних доказів оптимальності рішень. Загальною спрямованістю цього методу є використання людини як «вимірювального» приладу для одержання кількісних оцінок процесів і суджень, що через неповноту і невірогідність наявної інформації не піддаються безпосередньому виміру. Саме така ситуація і спостерігається на вітчизняному туристичному ринку, тому і потребує систематизації та структурування за допомогою методу експертних оцінок.

Загальна схема експертних опитувань включає наступні основні етапи: підбір експертів і формування експертних груп; формування питань і складання анкет; робота з експертами; формування правил визначення сумарних оцінок на основі оцінок окремих експертів; аналіз і обробка експертних оцінок (рис. 3.5).

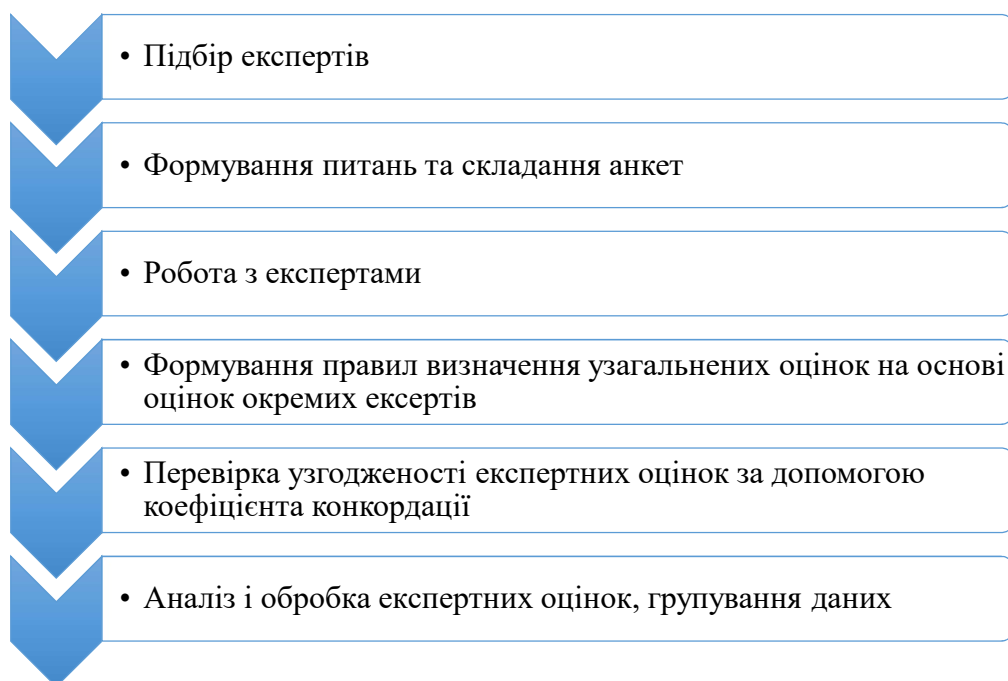


Рис. 3.5. Основні етапи проведення експертного дослідження

Вивчення думки експертів стосовно перспектив розвитку окремих видів туризму за видами відбувалося за двома складовими:

- 1) перспективи організації та продажу відповідних турів;
- 2) загальні перспективи розвитку певного виду туризму в Україні. До опитування було залучено 22 експерти – фахівці туроператорських компаній, таких як «Анекс-тур», «Корал-тревел», «Аккорд-тур», «Тревел Профешнл Груп», «Навігатор-Україна», «Країна UA», представники франчайзингової мережі «Поїхали з нами», керівники турагентств Києва, Чернівців, Харкова, Одеси, Дніпра, викладачі профільних кафедр Черкаського національного університету та Харківського університету міського господарства, представники КЗР Львова, Івано-Франківська, Києва, представники регіональних органів влади Харківської та Полтавської областей. На першому етапі опитування експертам було запропоновано визначити

1. активність фактичних продажів внутрішнього турпродукту за певним видом туризму;
2. загальні перспективи розвитку визначених видів туризму в Україні в найближчий час

Експертам було запропоновано зробити оцінку за наступними критеріями:

- дуже високий рівень – 5 балів;
- високий рівень – 4 бали;
- середній рівень – 3 бали;
- низький рівень – 2 бали;
- мінімальний рівень – 1 бал.

Експертні оцінки було підсумовано, та визначена середня бальна оцінка для кожного виду туризму у розрізі відповідного дослідження, яка обчислювалася за формулою:

$$\bar{B}_j = \frac{\sum_{i=1}^N B_i}{N} \quad (3.1)$$

де $\bar{B}_j$ – середня арифметична бальна оцінка для кожного фактору (виду туризму);

B_i – бальна оцінка i -го експерту значення j -го фактору;

N – загальна кількість експертів.

В результаті розрахунків було отримано дані, представлені на рис. 3.6.

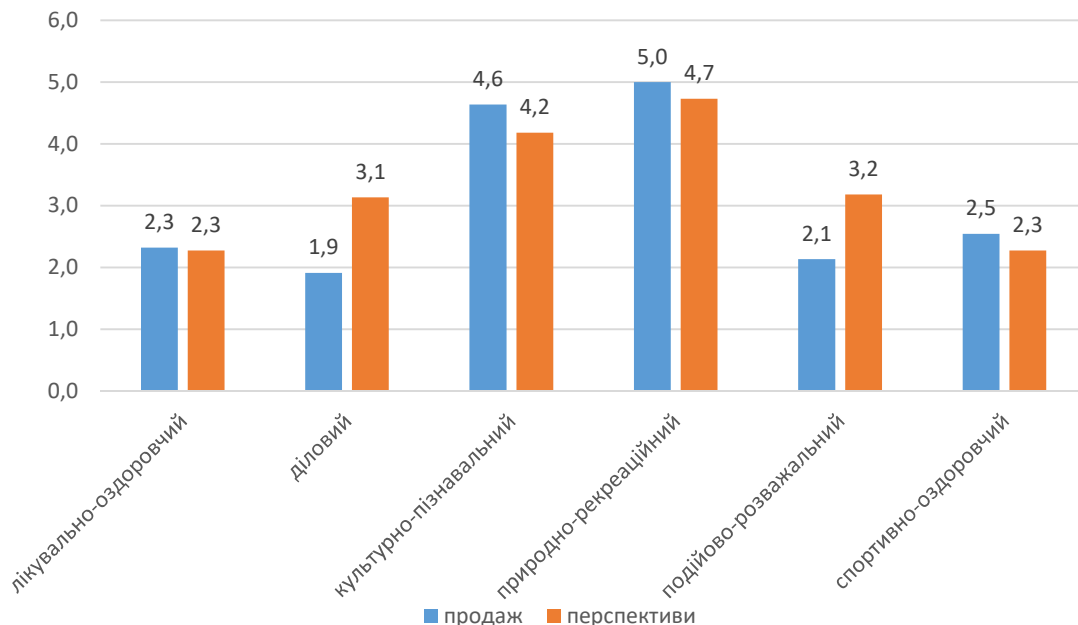


Рис. 3.6. Середня бальна оцінка розвитку видів туризму в Україні, за експертним висновком

Як видно із рис. 3.6, на думку експертів не достатньо реалізованими є діловий та подієво-розважальний види туризму. В той же час домінуючу позицію на ринку посідають природно-рекреаційний та культурно-пізнавальний туризм.

Визначення узгодженості думки експертів відбувалося за допомогою рангового коефіцієнта конкордації Кендалла, алгоритм розрахунку якого наступний:

- здійснюється ранжування величин x в порядку або зростання або зростання;
- величини y розташовують в тому порядку, в якому вони відповідають величинам x ;
- для кожного наступного рангу y визначають, скільки перевищують його значень рангів x йде за ним. Їх складають і розраховують міру відповідності послідовностей рангів за x і y ;
- аналогічно розраховують кількість рангів y з меншими значеннями, які також складають;
- складають кількість рангів x із перевищують значеннями і кількість рангів y з меншими значеннями, в результаті отримують величину S .

Відповідно до розрахунків, коефіцієнт конкордації склав 0,61 та 0,62 відповідно, що говорить про достатню узгодженість думок експертів. Перевірка результатів експертних оцінок є дуже важливим етапом дослідження, адже, хоча було залучено спеціалістів туристичної сфери, варто зазначити, що вони відносяться до різних суб'єктів туристичної діяльності, цілі яких та напрями роботи відрізняються.

Просумувавши отримані результати, було визначено структуру внеску видів туризму у валовий туристичний продукт країни (рис. 3.7)

Найбільша частка припадає на природно-рекреаційний туризм – 25,4%; частка культурно-пізнавального складає – 23,0%; подієво-розважальний – 13,9%; діловий – 13,2%, спортивно-оздоровчий – 12,6%, лікувально-оздоровчий – 12%.

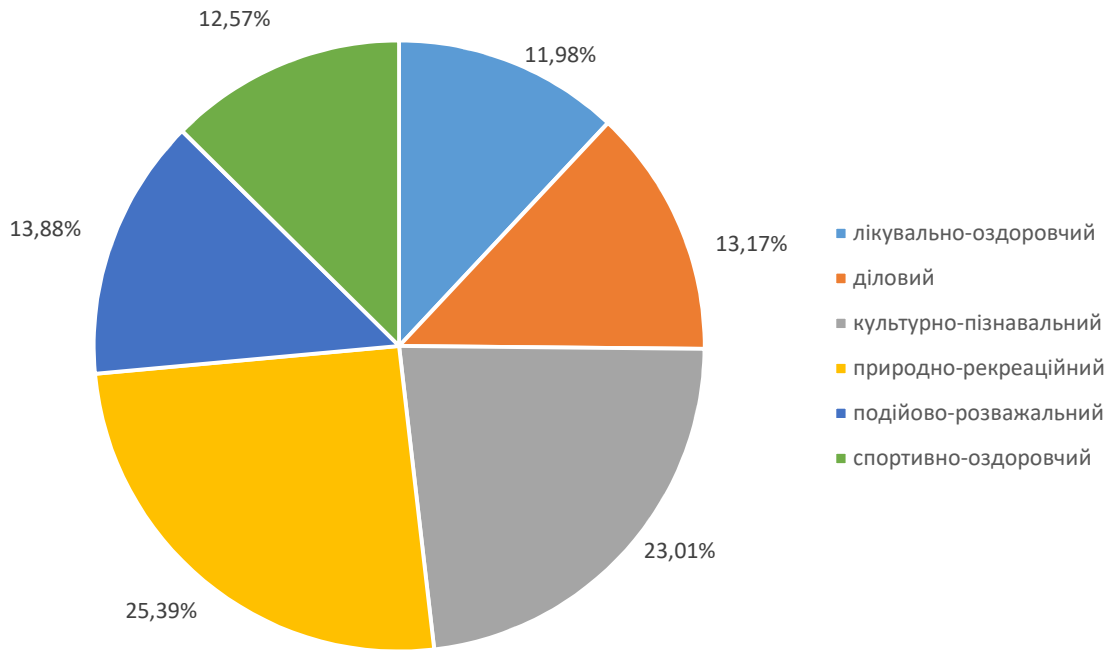


Рис. 3.7. Структура туристичного ринку України за видами туризму

На другому етапі проведення експертних оцінок була поставлена мета визначити поелементний вплив кожного виду туристичних ресурсів, визначених нами у першому розділі, на розвиток окремого виду туризму за наступною системою:

- не важливо – 0 балів;
- має непрямий вплив – 1 бал;
- достатньо важливо – 2 бали;
- дуже важливо – 3 бали;
- головний чинник – 4 бали.

Нами було визначено та згруповано три типи туристичних ресурсів: ресурси атракції, ресурси забезпечення та ресурси просування. Після підрахунків експертних оцінок за формулою 3.1 було визначено низка закономірностей (рис. 3.8-3.10).

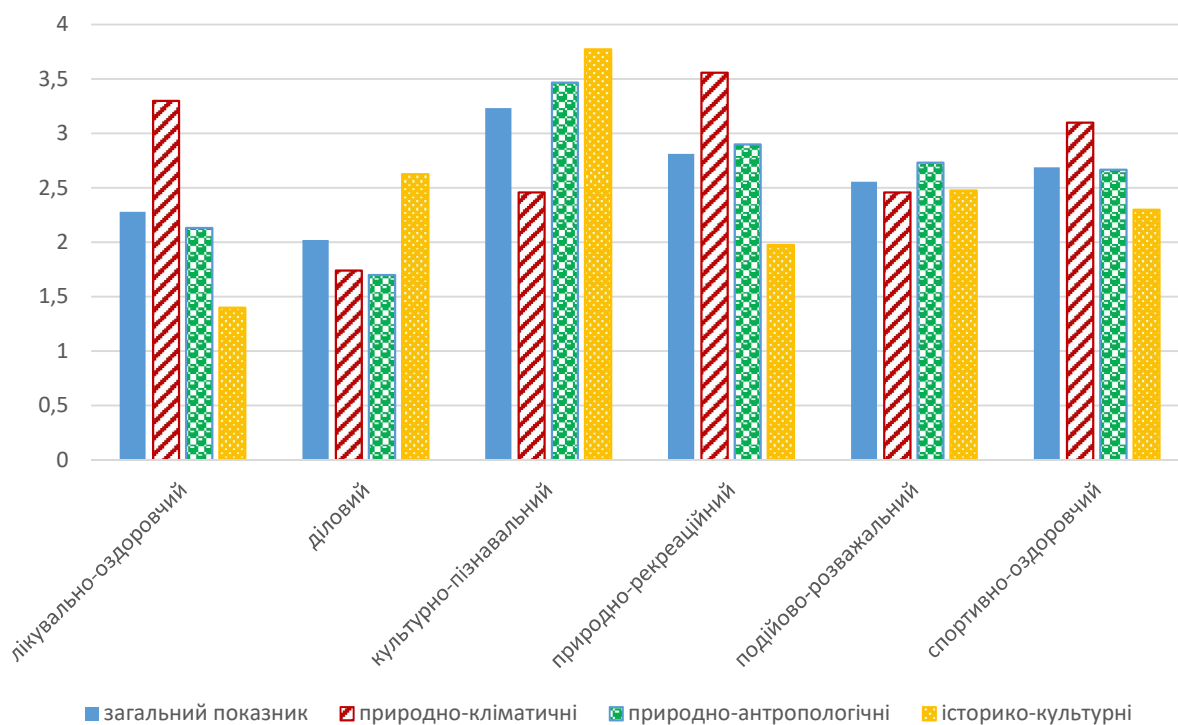


Рис. 3.8. Вплив сегменту «туристичні ресурси атрактивності» на розвиток окремих туристичних напрямів

Сумарний вплив класичних туристичних ресурсів на розвиток певних видів туризму є опосередкованим, окремі його елементи є більш суттєвими, а інші взагалі мають мінімальне значення. Так, наприклад, на розвиток лікувально-оздоровчого туризму принципова впливає наявність та якість природно-кліматичних ресурсів, тоді як вплив історико-культурних ресурсів мінімальний. Загалом, можна визначити наступні тенденції:

- природно-кліматичні ресурси суттєво впливають на лікувально-оздоровчий, природно-рекреаційний та спортивно-оздоровчий види туризму;
- важливість історико-культурних ресурсів спостерігається, в першу чергу, для такого виду туризму, як культурно-пізнавальний, трохи меншого значення вони мають для ділового та подієво-розважального туризму;
- природно-антропологічні ресурси найбільше впливають на розвиток культурно-пізнавального туризму, найменше – ділового.

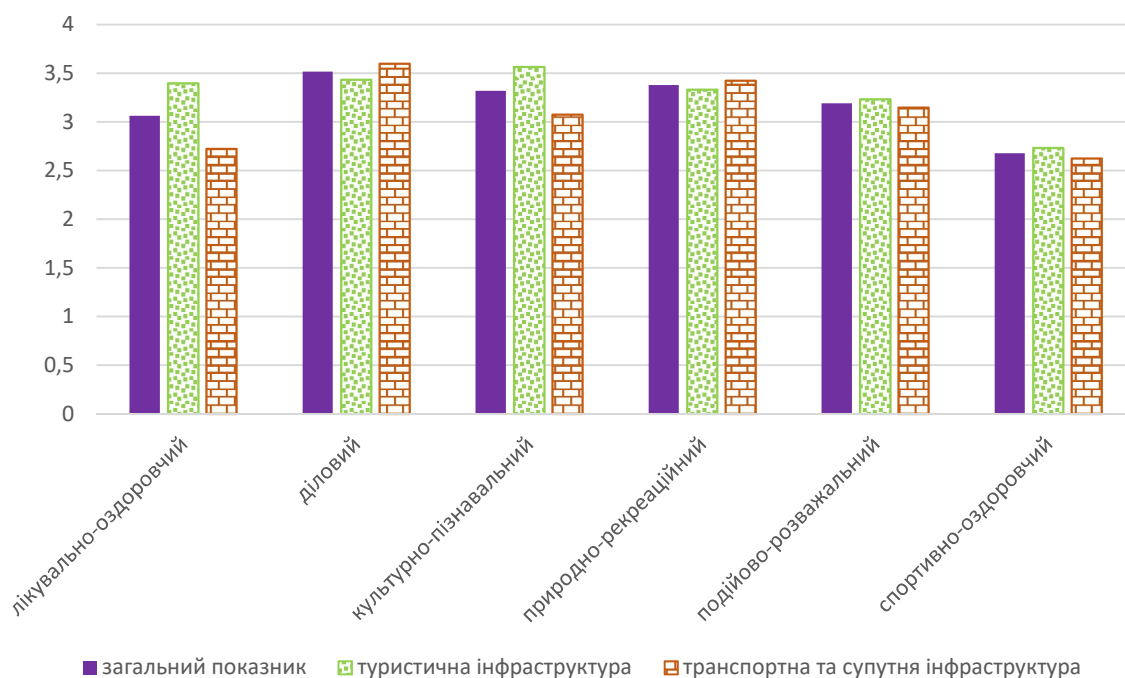


Рис. 3.9. Вплив сегменту «туристичні ресурси забезпечення» на розвиток окремих туристичних напрямів

Туристичні ресурси забезпечення мають практично однаковий вплив на всі види туризму із незначною перевагою на користь ділового.

На тлі жорсткої конкуренції у сфері туризму все більшого значення набуває інформаційно-рекламне забезпечення функціонування туристичного комплексу. Потреби сучасного туриста у короткотривалому відпочинку, розвага та спілкування з однодумцями формують суттєвий попит на такі види туризму як діловий та подієво-розважальний. Але їх розвиток не пов'язаний з наявністю унікальних історико-культурних чи природних ресурсів; головними об'єктами атракції для них є туристична, транспортна й супутня інфраструктура, масові заходи тощо. В умовах швидко зростаючих економік спостерігається активне будівництво таких об'єктів у різних регіонах, країнах, що, відповідно збільшую конкуренцію між ними. В такому випадку реклама та інформаційна підтримка стає чи не найголовнішою конкурентною перевагою для подієво-розважального та ділового туризму. Саме тому їх розвиток, в першу чергу залежить від ефективного використання «туристичних ресурсів просування», що

підтверджується розрахунками, результати яких представлені на рис. 3.10.

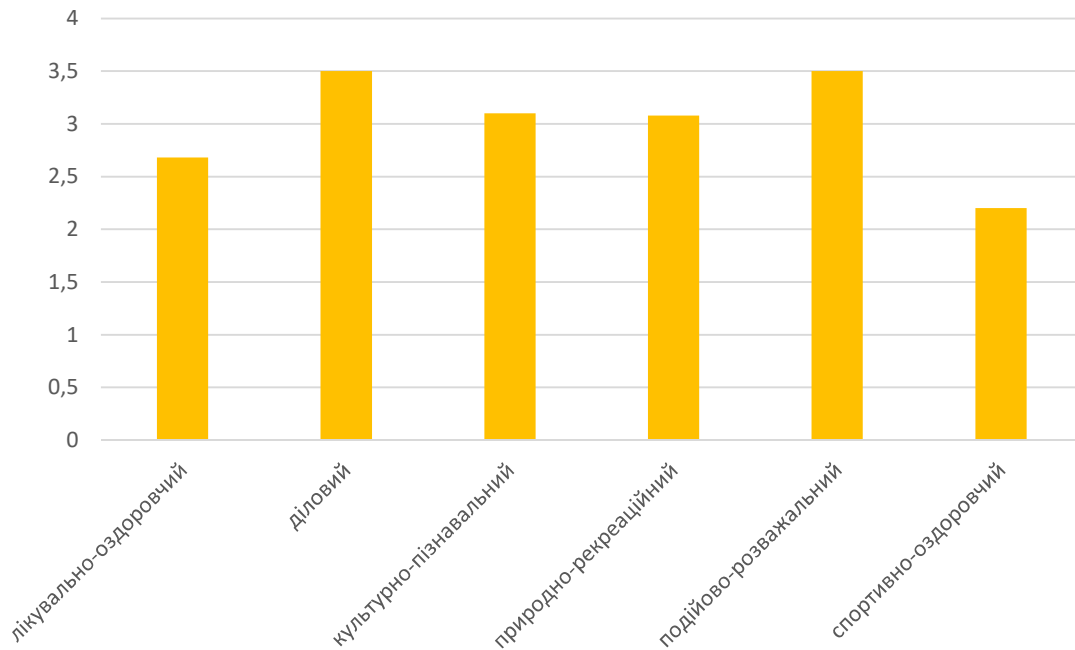


Рис. 3.10. Вплив сегменту «туристичні ресурси просування» на розвиток окремих туристичних напрямів

Систематизовані результати експертних оцінок також розглянуті та систематизовані й в контексті визначення ступеня важливості туристичних ресурсів для кожного виду туризму (рис. 3.11).

Так, на розвиток лікувально-оздоровчого туризму найбільший вплив мають природно-кліматичні ресурси та туристична інфраструктура; для ділового туризму найважливішими є туристична, транспортна та супутня інфраструктура і іміджево-інформаційні ресурси; для культурно-пізнавального туризму – історико-культурні ресурси та туристична інфраструктура; для природно-рекреаційного туризму - туристична, транспортна і супутня інфраструктура та природно-кліматичні ресурси; для подієво-розважального – інфраструктурні, іміджево-інформаційні, а також природно-антропогенні ресурси; для спортивно-оздоровчого – природно-кліматичні ресурси.

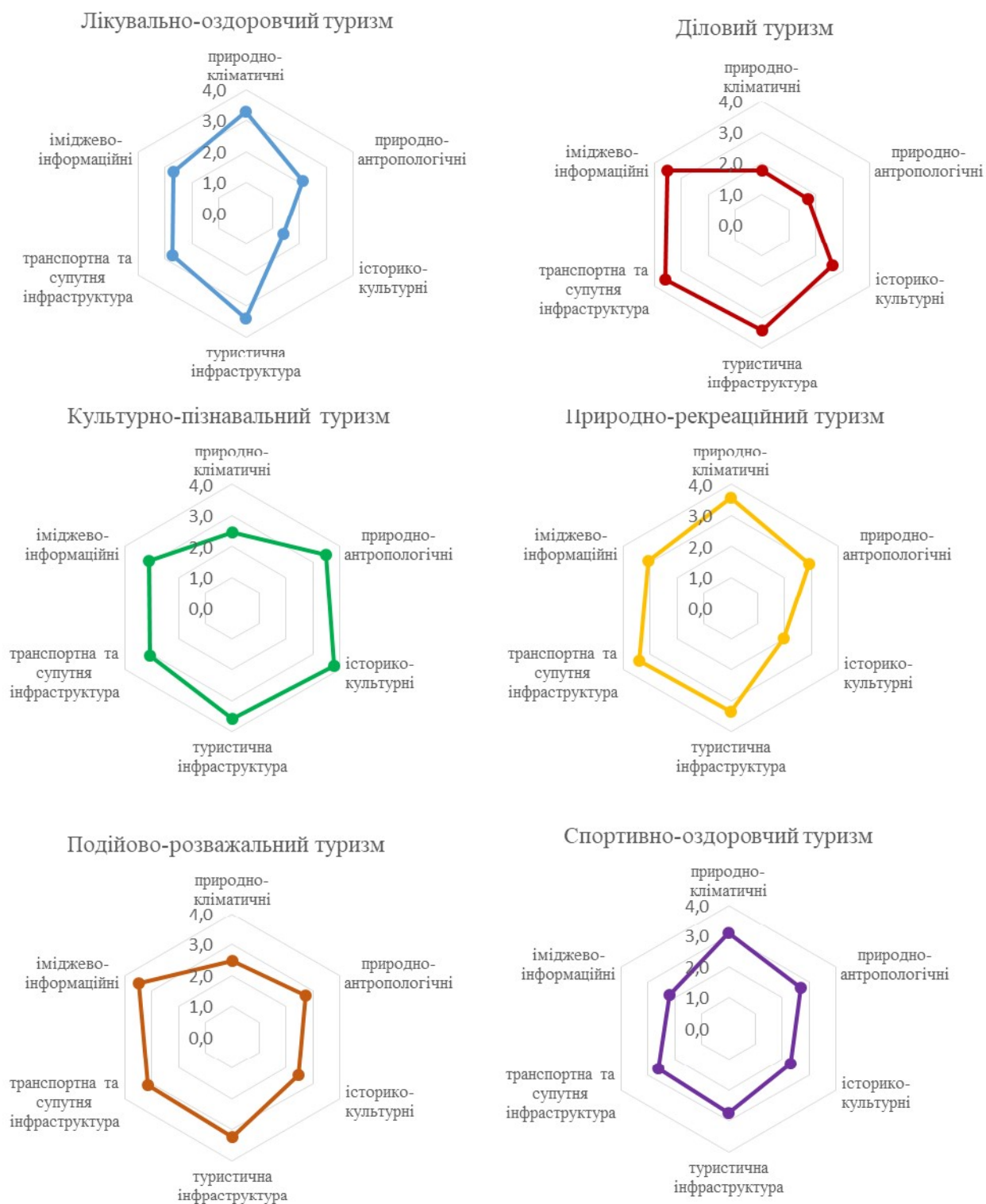


Рис. 3.11. Залежність розвитку видів туризму від туристичних ресурсів

Таким чином, ключовим аспектом розвитку туризму є наявність та стан туристичної інфраструктури, оскільки саме ця група туристичних ресурсів має суттєвий вплив майже на всі види туризму.

3.2. Розробка методики рейтингової оцінки туристичного комплексу регіону

Забезпечення стабільного функціонування туристичного сектора країни має стати однією із стратегічних цілей в умовах сучасної кризи. Хоча на всіх рівнях державного існує розуміння економічного, соціального, гуманітарного впливу туризму на соціально-економічний розвиток країни, фактичні заходи щодо активізації туристичної сфери не проводяться, а безсистемні одиничні заходи потрібного результату надати не можуть. Потрібна чітка програма розвитку туризму. Проте формування такої програми можливо за наявності чіткого розуміння сучасного стану туристичного сектору як країни в цілому, так і регіонів окремо, наявних ресурсів, їх значимості та можливості ефективного використання та подальшого розвитку. З цією метою потрібно провести глибокий аналіз всіх складових туризму в розрізі регіонів, визначити об'єктивний рівень та значимість ресурсів не в цілому, а стосовно перспективних напрямів розвитку.

Одним із перших кроків розробки стратегії розвитку туристичного сектору є формування методики визначення рівня розвитку та затребуваності існуючого потенціалу. Методичні підходи, які використовувалися раніше, не враховували темпи розвитку туризму та сучасні аспекти впровадження нових туристичних напрямків, базувалися переважно на кількісно-бальному підході та враховували вагові аспекти досліджуємих чинників.

Запропонована методика принципово відрізняється від існуючих:

- цінність елементів туристичних ресурсів розглядається в контексті розвитку певних видів туризму, а не регіону в цілому;
- вплив кожного виду туризму на регіональний туристичний продукт також коригується в залежності від його значимості для сучасного туристичного ринку.

Відповідно до запропонованої методики, цінність елементів туристичних ресурсів (їх вагове значення) та ступінь впливу у зв'язку з відсутністю

відповідної статистичної інформації було визначено за допомогою експертних оцінок.

Подальше застосування методики розрахунку інтегрального показника привабливості туристичного комплексу регіону передбачає розрахунок зведеного рейтингу туристичного комплексу за визначеними раніше туристичними ресурсами:

- природно-кліматичними;
- природно-антропологічними;
- історико-культурними;
- іміджево-інформаційними;
- туристичної інфраструктури;
- транспортної інфраструктури.

Природно-кліматичні ресурси суттєво впливають на рейтинг туристичного комплексу регіону, визначаючи можливість розвитку класичних напрямів туризму. Проте визначення кількісних показників за складовими цієї групи ресурсів суттєво ускладнюється відсутністю єдиного підходу чи методу оцінки, а також суперечливими фактичними даними. Природно-кліматичні ресурси враховують такі складові як клімат, водні ресурси (у тому числі, морські, річкові, бальнеологічні, озерні), ландшафтні ресурси (гірські, спелеологічні), рослинні, тваринні та інші. Тому, на нашу думку, цей сегмент туристичних ресурсів знаходиться в площині економіко-географічних досліджень, тому фактичні дані, що будуть застосовані при розрахунках сформовані на базі наукових робіт О. Бейдика і представлені в табл. 3.3. Розрахунок зведеного рейтингового показника проводиться за формулою (3.2):

$$\bar{R}_i = \frac{\sum_{i=1}^m b_i}{m} \quad (3.2)$$

де b_i – бальна оцінка елементів i -того ресурсу;

m – кількість елементів i -того ресурсу

Таблиця 3.3

Оцінка природно-кліматичних ресурсів туристичних комплексів регіонів

Область	спелеологічні ресурси	орографічні ресурси	кліматичні ресурси	гідрографічні ресурси	рослинні ресурси	тваринні ресурси	зведений рейтинг
Вінницька	4	4	4	2	3	4	4
Волинська	1	2	2	5	4	3	3
Дніпропетровська	2	2	5	2	1	2	2
Донецька	3	3	4	1	1	1	2
Житомирська	1	1	2	1	4	4	2
Закарпатська	4	5	5	4	4	5	5
Запорізька	1	3	5	2	1	1	2
Івано-Франківська	4	5	2	2	4	5	4
Київська	1	1	3	2	3	2	2
Кіровоградська	1	2	4	2	1	2	2
Луганська	3	3	4	1	2	2	3
Львівська	3	5	1	4	4	4	4
Миколаївська	3	2	5	3	1	2	3
Одеська	4	3	4	4	3	3	4
Полтавська	1	2	4	2	1	1	2
Рівненська	1	2	2	3	5	1	2
Сумська	1	1	3	3	2	4	2
Тернопільська	5	4	2	3	1	3	3
Харківська	1	2	3	1	2	5	2
Херсонська	4	1	5	2	1	2	3
Хмельницька	4	4	3	3	2	3	3
Черкаська	1	3	4	4	2	5	3
Чернівецька	5	5	1	2	3	5	4
Чернігівська	1	1	3	2	3	2	2

Відповідно до розрахунків, найбільш привабливими є природно-кліматичні ресурси Закарпатської, Вінницької, Івано-Франківської, Львівської, Одеської та Чернівецької областей.

У подальшому для визначення бального рейтингу пропонується застосовувати інший підхід. По всіх показниках, на основі статистичної інформації, визначається частка туристичного комплексу в загальнодержавному значенні, після чого проводиться ранжування по кожному показнику за

наступним принципом: від 10 % - 5 балів; 5-10% - 4 бали; 3-5% - 3 бали; 2-3% - 2 бали; менше 2% - 1 бал; за відсутності ресурсу взагалі – 0 балів.

Природно-антропологічні ресурси виділяються в окрему групу та включає природні заповідники, заказники, зоологічні та ботанічні сади тощо. У таблиці 3.4. представлені загальна площа природоохоронних територій антропогенного походження, структура розподілу по регіонах та зведений рейтинговий показник, розрахований за формулою (3.2).

Таблиця 3.4

Оцінка природно-антропологічних ресурсів туристичних комплексів регіонів

№ з/п	Область	Площа природоохоронної території антропогенного походження	Частка	Зведений бальний рейтинг
1	Вінницька	12,4	1,29%	1
2	Волинська	37,6	3,91%	3
3	Дніпропетровська	9,8	1,02%	1
4	Донецька	12,0	1,25%	1
5	Житомирська	29,7	3,09%	3
6	Закарпатська	110,2	11,45%	5
7	Запорізька	86,1	8,95%	4
8	Івано-Франківська	57,7	5,99%	4
9	Київська	52,6	5,46%	4
10	Кіровоградська	5,9	0,61%	1
11	Луганська	4,9	0,51%	1
12	Львівська	28,1	2,92%	2
13	Миколаївська	8,1	0,84%	1
14	Одеська	29,8	3,10%	3
15	Полтавська	8,8	0,91%	1
16	Рівненська	68,0	7,06%	4
17	Сумська	36,2	3,76%	3
18	Тернопільська	23,1	2,40%	2
19	Харківська	17,9	1,86%	1
20	Херсонська	174,0	18,08%	5
21	Хмельницька	10,0	1,04%	1
22	Черкаська	59,1	6,14%	4
23	Чернівецька	15,0	1,56%	1
24	Чернігівська	65,5	6,81%	4

Найбільшим потенціалом природно-антропологічних ресурсів володіють Закарпатська, Херсонська, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Черкаська та Чернігівська області.

Одним із базових типів туристичних ресурсів вважаються історико-культурні ресурси. В першу чергу, до об'єктів цієї групи відносять пам'ятки архітектури, археології, історії тощо, дослідження яких можна проводити відповідно до Державного реєстру нерухомих пам'яток України, які поділяються на пам'ятки державного та місцевого значення. На нашу думку заслуговують на увагу та мають бути враховані при формуванні зведеного рейтингу привабливості туристичних комплексів за показником історико-культурних ресурсів пам'ятки державного значення, яких на даний момент без урахування окупованої АР Крим нараховується 821 об'єкт станом на 2016 рік. Проводити дослідження пам'яток місцевого значення недоцільно у зв'язку з їх непропорційним розподілом. Так, на території Дніпропетровської області таких об'єктів зареєстровано 1900; Одеської області – 1022, Харківської області – 935, тоді як у Львівській області – 65; Чернівецькій області – 40, а Івано-Франківської області – 33 об'єкти. Це говорить про відсутність єдиного підходу щодо формування списку нерухомої спадщини місцевого значення. Натомість, на нашу думку, потребує особливої уваги та обов'язкового урахування наявність в регіонах національних історико-культурних, історико-архітектурних та історико-меморіальних заповідників, а також об'єктів, що внесені до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, або є кандидатами на потрапляння до цього списку. Туристичні об'єкти, що входять до вищеназваних категорій самі по собі можуть бути центрами туризму та позитивно впливають на імідж туристичного комплексу регіону. В Україні нараховується 25 національних заповідників нерухомої культурної спадщини, серед яких Національний заповідник «Херсонес Таврійський» знаходиться в АР Крим. До всесвітньої спадщини ЮНЕСКО віднесено сім об'єктів чи груп об'єктів, які включають території різних регіонів, ще 16 об'єктів або груп об'єктів є кандидатами на занесення до

даного престижного списку. На рис. 3.12 наведено розподіл туристичних об'єктів нерухомої культурної спадщини регіонах України

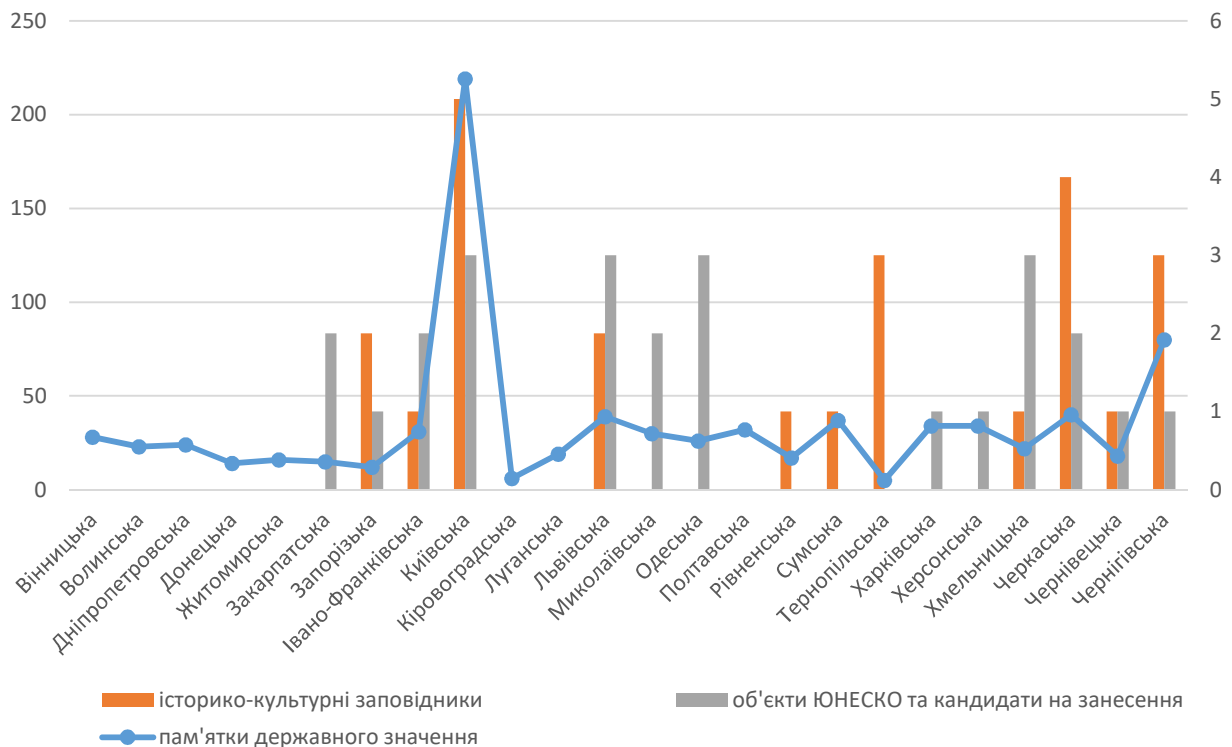


Рис. 3.12. Розподіл об'єктів нерухомої культурної спадщини по регіонах України

Крім того, на формування рейтингу має вплив і наявність нематеріальної спадщини. До національного переліку України включено 6 елементів нематеріальної культурної спадщини: Опішнянська кераміка, Косівська мальована кераміка, Кролевецькі ткани рушники, Культура хліба (Хлібна культура і традиції), Петриківський розпис та Козацькі пісні Дніпропетровщини. До нематеріальних ресурсів також відносять біосоціальні ресурси, що пов'язані з діяльністю відомих особистостей. На основі фактичного матеріалу та бальної оцінки, був розрахований інтегральний показник привабливості туристичних комплексів в сегменті історико-культурних ресурсів за формулою (3.2). Результати розрахунків представлені на рис. 3.13.



Рис. 3.13. Зведений інтегральний показник культурно-історичного рейтингу регіональних туристичних комплексів

Лідером за даним рейтингом є Київська, Івано-Франківська, Львівська, Хмельницька, Черкаська та Чернігівська області.

Туристична інфраструктура відноситься до категорії ресурсів забезпечення, оскільки туризм у класичному прояві передбачає зупинку на ночівлю; організацію поїздки або окремих її частин за допомогою туристичних компаній. Підприємства туристичної інфраструктури чи не єдині складові туристичних ресурсів, результат діяльності, розмір інвестицій та основних фондів яких можна поррахувати у грошовому вимірі. Однак для формування туристичного рейтингу важливим є наявність об'єктів туристичної інфраструктури, їх місткість, якість, розміщення відповідно до наявних туристичних ресурсів атракції. Тому для подальшого розрахунку використовуються кількісні показники, аналіз яких був проведений у другому розділі. Розрахунок структурного розподілу регіональних туристичних

комплексів в загальному обсязі по кожному із показників дозволить провести бальну оцінку та визначити інтегральний рейтинг регіонів за показником туристичної інфраструктури за формулою (3.2), а результати, як в цілому, так і поелементно представлені на рис. 3.14.

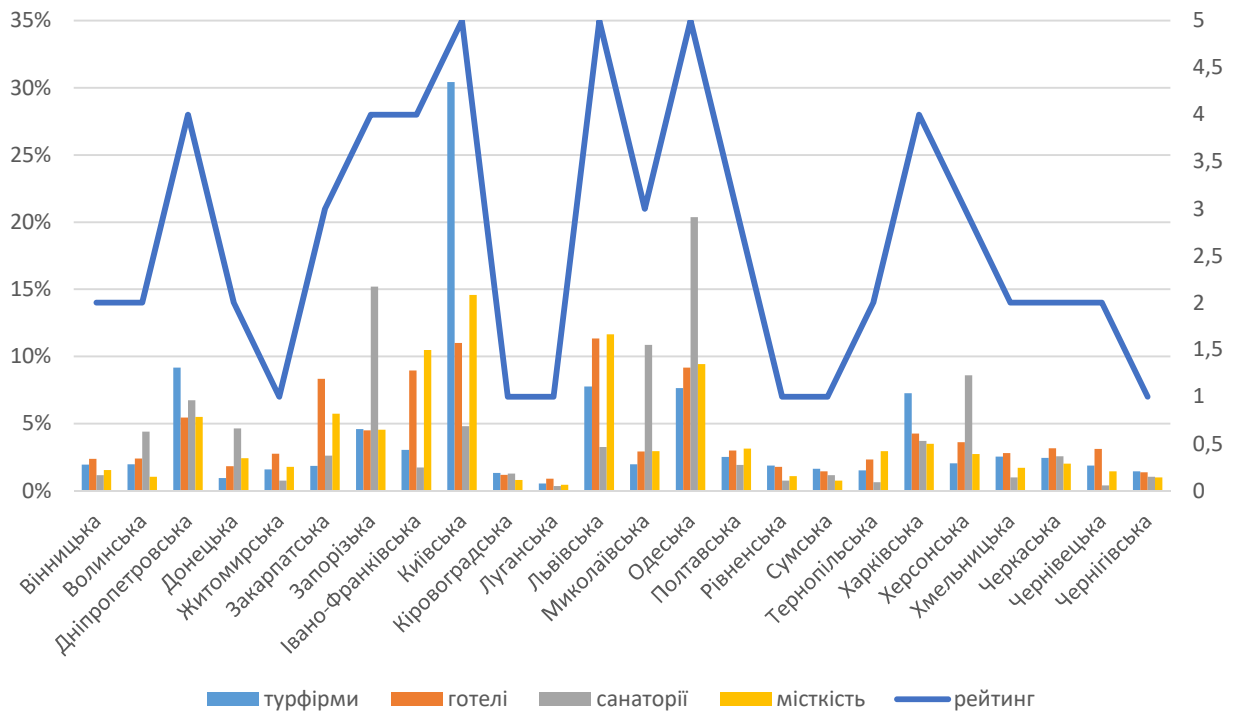


Рис. 3.14. Рейтинг регіонів України за сегментом туристичної індустрії

Одним із найбільш складних при визначенні рейтингу туристичних комплексів є показник транспортної та супутньої інфраструктури. Хоча саме транспортна складова забезпечує пересування туристів від місця проживання до місця відпочинку та у зворотному напрямі, визначення рейтингу регіонів за цим показником ускладнюється неповнотою наявної статистичної інформації, яка в межах функціонування транспортної складової подається спільно для пасажирських та вантажних перевезень, та відсутністю якісних характеристик. Проте для формування зведеного рейтингу туристичних комплексів за цим показником є можливість використати наступні дані (табл. 3.5):

- для міжрегіонального сполучення (дороги з твердим покриттям загального значення; залізничні колії загального користування; наявність автозаправних станцій - показник який свідчить про активність використання автомобільних доріг; наявність аеропортів);

- для внутрішнього міського сполучення (забезпечення трамвайно-тролейбусним парком, наявність метро).

Таблиця 3.5

Характеристика транспортної складової регіональних туристичних комплексів

№ з/п	Регіон	дороги з твердим покриттям загального значення, тис. км	автозаправні станції, од	залізничні колії загального користування, тис. км	аеропорти, млн осіб (за пасажиропотоком)	кількість вагонів метро, од	кількість вагонів трамваїв та тролейбусів, од
1	Вінницька	9,0	303	1074	0,029		290
2	Волинська	5,8	172	593			65
3	Дніпропетровська	9,2	471	1554	0,294	45	676
4	Донецька	8,0	226	1570			249
5	Житомирська	8,3	234	1016			175
6	Закарпатська	3,3	241	602	0,001		0
7	Запорізька	6,8	320	988	0,275		215
8	Івано-Франківська	4,1	183	494	0,034		48
9	Київська	8,6	828	798	9,777	824	1010
10	Кіровоградська	6,2	217	893			31
11	Луганська	5,8	93	1092			46
12	Львівська	8,2	377	1263	0,738		209
13	Миколаївська	4,8	250	711			116
14	Одеська	8,1	422	1048	1,034		408
15	Полтавська	8,9	268	852			129
16	Рівненська	5,1	180	578	0,007		89
17	Сумська	6,7	155	703			83
18	Тернопільська	5,0	189	564			64
19	Харківська	9,4	487	1520	0,6	326	489
20	Херсонська	5,0	222	453	0,063		82
21	Хмельницька	7,1	234	738			108
22	Черкаська	5,9	260	588			93
23	Чернівецька	2,9	169	413	0,013		73
24	Чернігівська	7,2	185	851			105

На основі розрахованих значень частки регіонального туристичного комплексу в загальному обсязі по визначених в таблиці 3.5 показникам, надана бальна оцінка та визначений інтегральний показник транспортно-туристичної привабливості туристичних комплексів регіонів України. Результати розрахунків представлені на рис. 3.15.

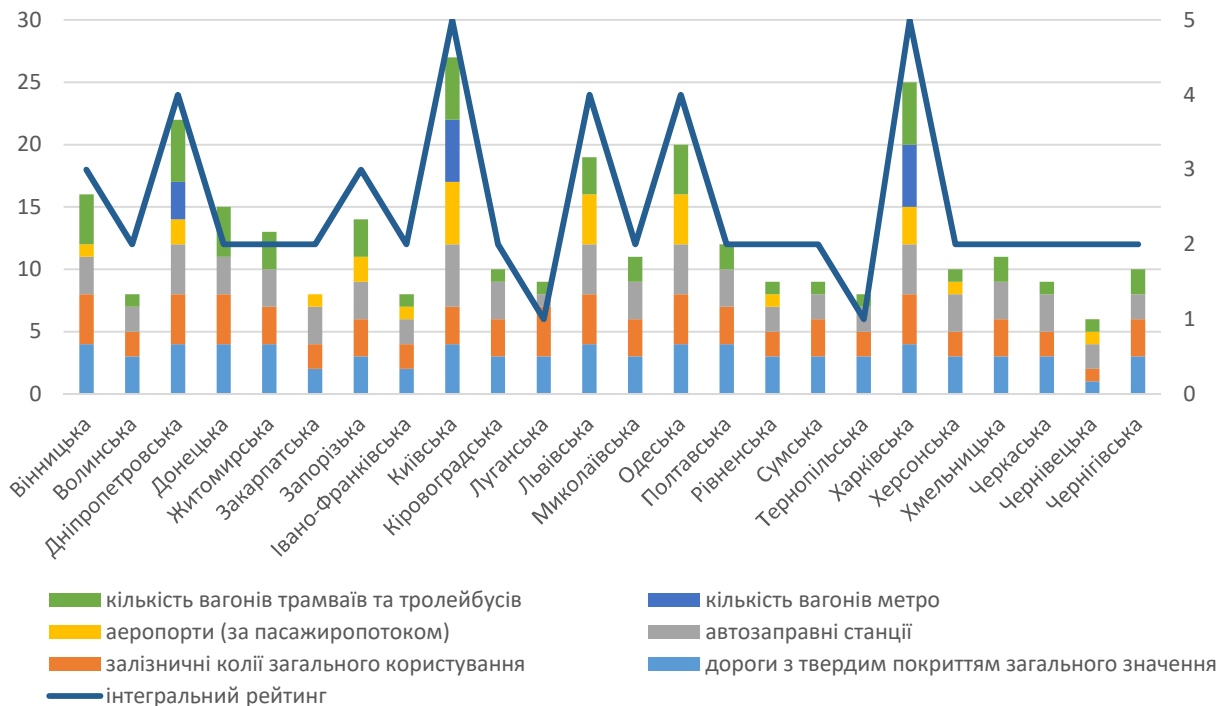


Рис. 3.15. Рейтинг туристичних комплексів регіонів за транспортною складовою

Автор вважає, що серед туристичних ресурсів, що останнім часом більш суттєво впливають на привабливість туристичних комплексів, є іміджево-інформаційні ресурси, які було віднесено до групи туристичних ресурсів просування. На сьогоднішній день просування туристичних комплексів потребують більш агресивної рекламної стратегії. Навіть наявність унікальних туристичних об'єктів не гарантує високого рівня відвідуваності і разі браку інформації про них. Зважаючи на те, що більшість історико-культурних, археологічних та природних об'єктів знаходяться у державній власності, їх

інформаційно-рекламна розкрутка обмежена фінансовими можливостями державної та регіональної влади. В такій ситуації формування позитивного іміджу туристичного комплексу регіону значно ускладнюється. Як один із дієвих механізмів вирішення такої проблеми є проведення різноманітних культурно-масових заходів за участі суб'єктів підприємницької діяльності та за підтримки регіональної влади. Грамотно побудований інформаційний супровід таких заходів забезпечує додаткову рекламу як туристичного комплексу регіону, в межах якого проводяться заходи, так окремих його об'єктів та складових. Наприклад, регулярне проведення Сорочинського ярмарку у Полтавській області значно вплинуло на формування іміджу туристичного комплексу Полтавщини, як одного із етнографічних центрів України.

Серед заходів, які сприяють розповсюдженню додаткової іміджевої інформації про туристичний комплекс, варто виділити такі як: міжнародні виставки, ярмарки, інші виставкові заходи та фестивалі, спортивні події, театральні вистави, концерти, виїзні музейні виставки тощо.

Формування бального рейтингу за даним показником, на думку автора, варто проводити за кількісними показниками, проте з метою зменшення впливу суб'єктивних аспектів за необхідності розглядати декілька складових. Наприклад, кількість театрів та концертних зал у Дніпропетровській області складає майже 12% від загальнодержавного показника, а кількість частка концертів та вистав – 4%. До цієї ж групи варто віднести і музейну діяльність. Світова практика свідчить, що виїзні музейні виставки не тільки приваблюють місцевих жителів до відвідання, а значно підвищують інтерес до місцевості, де знаходиться базовий музей, який організовує виставку. Тому в даному аспекті варто розглядати, як кількість музеїв за регіонами, так наявний фонд. Наприклад, у Львівській та Івано-Франківській областях зареєстрована однакова кількість музеїв, тоді як за обсягами музейний фонд Львівщини у шість разів більший, за музейний фонд Івано-Франківської області.

Одним із факторів формування іміджевої складової є кадрові ресурси, що безпосередньо обслуговують туристів, та формують емоційне враження від

відпочинку. Зважаючи на вищесказане, розрахунок інтегрального бального показника привабливості туристичних комплексів за сегментом «туристичні ресурси просування» варто проводити за наступними складовими (табл. 3.6): кількість музеїв; музейний фонд із можливістю організації виїзних виставок; театри; концертні програми; - спортивні споруди та виставкові зали;

Таблиця 3.6

Структурний розподіл елементів сегменту іміджево-інформаційних ресурсів по туристичних комплексах регіонів України

	музеї	музейний фонд	театри	концерти	спортивні споруди та виставкові зали	міжнародні виставки	ярмарки та інша виставкова діяльність	персонал туристичного комплексу
Вінницька	4,86%	1,92%	1,79%	3,44%	3,97%	0,00%	1,09%	5,06%
Волинська	2,95%	2,19%	1,79%	3,48%	3,33%	0,00%	0,48%	1,70%
Дніпропетровська	4,51%	5,08%	11,61%	3,98%	8,58%	6,25%	4,97%	5,48%
Донецька	2,60%	1,63%	0,89%	2,50%	6,01%	0,00%	1,70%	3,17%
Житомирська	3,82%	1,65%	1,79%	3,67%	3,43%	0,00%	2,91%	1,58%
Закарпатська	2,43%	1,86%	3,57%	6,06%	2,79%	0,00%	0,12%	4,92%
Запорізька	3,99%	3,45%	5,36%	2,86%	3,33%	12,50%	4,73%	6,09%
Івано-Франківська	4,51%	2,27%	3,57%	2,80%	6,12%	0,00%	4,36%	4,00%
Київська	11,63%	24,33%	23,21%	22,61%	8,69%	51,56%	26,55%	16,78%
Кіровоградська	5,21%	1,78%	1,79%	2,45%	2,25%	3,13%	2,18%	0,84%
Луганська	2,26%	0,64%	1,79%	0,41%	2,47%	0,00%	0,12%	0,54%
Львівська	4,51%	11,17%	8,04%	9,26%	6,01%	10,94%	6,91%	11,96%
Миколаївська	2,08%	4,17%	2,68%	2,64%	3,86%	1,56%	3,52%	2,70%
Одеська	2,26%	4,88%	6,25%	3,48%	3,22%	6,25%	18,06%	10,83%
Полтавська	6,94%	4,95%	1,79%	1,72%	4,08%	1,56%	3,76%	6,89%
Рівненська	2,43%	2,39%	1,79%	3,93%	3,00%	0,00%	0,97%	1,29%
Сумська	2,95%	1,84%	1,79%	2,30%	2,47%	1,56%	5,45%	1,04%
Тернопільська	5,21%	4,09%	1,79%	2,21%	2,79%	0,00%	0,24%	1,39%
Харківська	5,73%	5,20%	6,25%	2,90%	5,69%	4,69%	4,36%	4,42%
Херсонська	1,56%	1,77%	1,79%	2,44%	3,65%	0,00%	2,18%	3,43%
Хмельницька	4,69%	2,85%	2,68%	3,93%	4,51%	0,00%	1,94%	1,72%
Черкаська	5,03%	4,51%	1,79%	2,46%	3,65%	0,00%	1,94%	1,89%
Чернівецька	1,74%	1,33%	2,68%	4,67%	3,33%	0,00%	0,85%	1,01%
Чернігівська	6,08%	4,07%	3,57%	3,79%	2,79%	0,00%	0,61%	1,27%

- міжнародні виставки;
- ярмарки та інші виставкові заходи;
- трудові ресурси.

Сумарний бальний рейтинг, наведений на рис. 3.16, дозволяє визначити не тільки регіони з найкращим показником, а й структурний розподіл по елементах.

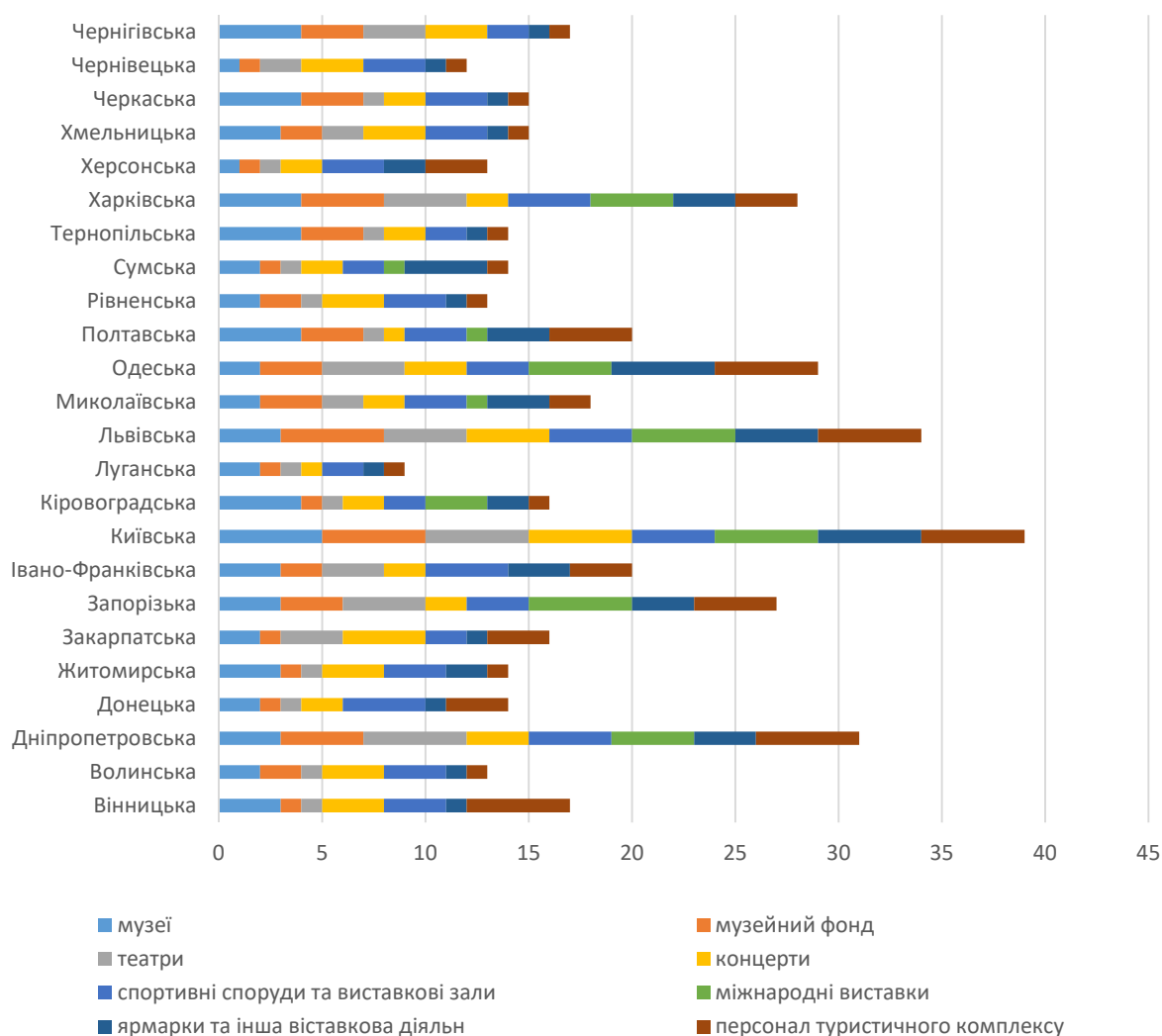


Рис. 3.16. Сумарний бальний рейтинг регіональних туристичних комплексів по іміджево-інформаційним ресурсам

Відповідно до розрахованого показника, найвищий рейтинг визначений у Київській, Львівській, Дніпропетровській, Одеській, Харківській та Запорізькій областях. Це пояснюється активністю проведення масових заходів, що

супроводжуються потужною інформаційною підтримкою саме в найбільших містах України.

Таким чином, розраховані рейтингові показники ресурсної складової та вагові коефіцієнти, дозволяють розрахувати рейтинг привабливості туристичних комплексів регіонів за запропонованою нами методикою. Для цього використаємо формулу:

$$I_t = \sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^m R_i * b_{ij} * k_j \right) \quad (3.3)$$

де I_t – інтегральний рейтинг привабливості туристичного комплексу регіону;

R_i – зведений рейтинг туристичного комплексу за i -тим ресурсом;

b_{ij} – середній рейтинговий бал i -того ресурсу для j -того виду туризму;

k_j – ваговий коефіцієнт j -того виду туризму;

n – кількість видів туризму ($i=1,2\dots n$);

m – кількість видів ресурсів ($j=1,2\dots m$).

Розрахований за формулою інтегральний рейтинг туристичних комплексів засвідчив, що лідерами є Київська область з рейтингом 75,9 балів; Львівська (71,2 бали); Одеська (68,1 бали); Івано-Франківська (61,1 бали); Закарпатська (58,1 бали); Харківська (56,6 бали); Запорізька (55,3 бали); Дніпропетровська (51,1 бали); Херсонська – 49,3 бали та Черкаська (48,8 балів) області.

Найменші показники зафіксовані для Житомирської (32,1 бали); Донецької (30,0 бали); Кіровоградської (27,0 бали) та Луганської (23,6 бали) областей.

Для визначення достовірності даних методом кореляції було зіставлено два показники: інтегральний рейтинг привабливості туристичного комплексу та фактична кількість туристів, які були обслуговані у закладах розміщення туристичних комплексів. Коефіцієнт кореляції для даних показників склав 0,804, що говорить про високий рівень залежності, а, відповідно і високий ступінь достовірності розрахованого запропонованим методом інтегрального показника. Для наочності зіставимо дані отриманого рейтингового показника та кількості

розміщених туристів із визначенням рейтингового місця по обом показникам (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Порівняння показників розрахованого інтегрального рейтингу привабливості та фактичних результатів роботи туристичних комплексів за 2016 рік

Інтегральний рейтинг	Місце відповідно до рейтингу	Область	Місце за показником розміщених туристів	Кількість розміщених туристів
39,9	15	Вінницька	15	138687
37,9	16	Волинська	16	117455
51,1	8	Дніпропетровська	4	446745
30,0	22	Донецька	19	97589
32,1	21	Житомирська	20	81306
58,1	5	Закарпатська	7	269250
55,3	7	Запорізька	6	309505
61,1	4	Івано-Франківська	5	341199
27,0	23	Кіровоградська	22	64522
75,9	1	Київська	1	1477170
23,6	24	Луганська	24	28836
71,2	2	Львівська	2	861250
42,1	11	Миколаївська	10	211651
68,1	3	Одеська	3	514564
36,8	17	Полтавська	9	234527
36,8	18	Рівненська	17	116852
34,6	20	Сумська	23	62701
35,5	19	Тернопільська	11	210770
56,5	6	Харківська	8	268793
49,3	9	Херсонська	13	179468
40,9	14	Хмельницька	12	183676
48,8	10	Черкаська	14	150386
41,6	13	Чернівецька	18	108664
41,9	12	Чернігівська	21	69193

Як видно із таблиці 3.7 по більшості регіональних комплексів спостерігається або збіг місць за показниками привабливості та кількості розміщених туристів, або незначне відхилення.

Принципові розбіжності стосуються наступних регіонів:

- Дніпропетровська область. Регіон посідає 8 місце за рейтингом привабливості та 4 місце за кількістю туристів. Основна причина розбіжності полягає у відносно короткому терміні перебування туристів у закладах розміщення та транзитному статусу регіону.

- Полтавська область. Регіон посідає 17 місце за рейтингом привабливості та 9 місце за кількістю туристів. Основна причина розбіжності також полягає у транзитному статусі регіону, що передбачає короткотривале перебування туристів у готелях та аналогічних закладах розміщення.

- Тернопільська область. Регіон посідає 19 місце за рейтингом привабливості та 11 місце за кількістю туристів. Основна причина розбіжності полягає у транзитному статусу регіону та наявності короткотривалих поїздок до окремих туристичних об'єктів, в першу чергу, Почаївської Лаври.

- Черкаська область. Регіон посідає 10 місце за рейтингом привабливості та 14 місце за кількістю туристів. Основна причина розбіжності полягає у розташування головних туристичних пам'яток на незначній відстані від Києва, що дозволяє організовувати одноденні поїздки з поверненням до Києва.

- Чернівецька область. Регіон посідає 13 місце за рейтингом привабливості та 18 місце за кількістю туристів. Основна причина розбіжності полягає у незручному розташуванні регіону у прикордонній зоні, для відвідання якого потрібна більш складна процедура формування маршрутів по причині відсутності зручного транспортного сполучення.

- Чернігівська область. Регіон посідає 12 місце за рейтингом привабливості та 21 місце за кількістю туристів. Основна причина розбіжності полягає у розташуванні регіону у прикордонній зоні з незручним транспортним сполученням, а також наявністю негативного впливу екологічного фактору, пов'язаного з наслідками Чорнобильської катастрофи.

3.3. Формування засад забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону

Забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону в сучасних умовах є складним процесом, який передбачає впровадження зваженої стратегії розвитку регіонального туризму з урахуванням можливостей ресурсної складової. Розробка стратегії розвитку туризму в регіонах має базуватися на засадах, що відображають взаємозв'язки його окремих елементів та включає, на нашу думку, наступні складові:

1) Забезпечення якості – один із важливих аспектів туристичного обслуговування. На сьогоднішній день існують різні підходи щодо трактування поняття «якості». На думку автора, якість в туризмі – це співвідношення очікувань від відпочинку та фактично отриманих вражень. Таким чином, забезпечення якості, передбачає формування та просування певного туристичного іміджу регіону та його підтримку на стадії обслуговування туристів.

2) Гарантування безпеки передбачає створення додаткової системи захисту туристичних зон та відпочивальників. Поняття «безпека» охоплює різні аспекти функціонування туристичного комплексу, і, в першу чергу, заходи безпеки мають бути спрямовані на унеможливлення або мінімізацію ризиків для туристів, у тому числі фінансових. Дієвим механізмом в питаннях безпеки туризму є впровадження системи туристичного страхування. Вирішення цього питання можливо як на державному рівні за рахунок запровадження обов'язкового страхування, так і на рівні регіону шляхом інформаційної підтримки ідей добровільного туристичного страхування.

3) Забезпечення цілеспрямованості передбачає створення умов, в яких система цілей функціонування окремих суб'єктів туристичного комплексу буде знаходитися в колі загальних напрямів розвитку регіонального туризму.

4) Забезпечення адаптивності передбачає сприяння щодо адаптації та пристосування суб'єктів туристичної діяльності регіону до потреб туристів, що дуже швидко змінюються у сучасних умовах.

5) Формування відкритості туристичного комплексу є одним із найважливіших напрямів управління, що забезпечує рівні можливості окремим його суб'єктам щодо створення та просування власних туристичних продуктів, які формують загально регіональну туристичну пропозицію відповідно до потреб сучасного туриста.

6) Забезпечення самоорганізації є важливою складовою управління в кризових умовах, коли під впливом зовнішніх та внутрішніх негативних чинників, туристичний комплекс та його окремі елементи через самоорганізацію, з метою досягнення поставлених цілей, змінюючи свою структуру або деякі принципи діяльності, підтримують як власне та загально регіональне стабільне функціонування, зменшуючи наслідки кризових явищ.

7) Забезпечення поступовості розвитку передбачає поступове збільшення обсягу сучасних видів туризму у загально регіональній туристичній пропозиції по мірі насичення ринку класичними туристичними послугами.

8) Принцип атрактивності визначає, що стратегічне управління розвитком туристичного комплексу має базуватися на визначенні перспективних напрямів розвитку із використанням сучасних підходів щодо популяризації та просування перспективних видів туризму.

Саме правильне визначення перспективних напрямів є запорукою стабільного функціонування та розвитку туристичного комплексу. Забезпечення поступовості у поєднанні з принципом атрактивності, враховуючи наявність, стан та рівень використання туристичних ресурсів, визначають спеціалізацію туристичної території.

На думку автора, за рівнем розвитку туристичні напрями можна розподілити на три великі групи, причому для першої та третьої передбачається поділ на підгрупи:

- перша група – це сформовані туристичні напрями, що мають високий рівень розвитку та популярності;
- друга група – це перспективні туристичні напрями, які за умови грамотного просування та зваженої інформаційної підтримки сприятимуть подальшому розвитку туристичного комплексу регіону, забезпечуючи його стабільне функціонування, формуючи загальний позитивний імідж;
- третя група – це види туризму, вплив яких забезпечення функціонування туристичного комплексу не є суттєвим.

Розрахунок рейтингу певного виду туризму для туристичного комплексу з метою розподілу його за групами, проведемо за формулою:

$$r_j = \sum_{i=1}^m R_i * b_{ij} * k_j \quad (3.4)$$

де r_j – рейтинг j -того виду туризму для туристичного комплексу;

b_{ij} – середній рейтинговий бал i -того ресурсу для j -того виду туризму;

k_j – ваговий коефіцієнт j -того виду туризму;

m – кількість видів ресурсів ($i=1,2\dots m$);

За результатами розрахунків пропонується визначати значення конкретного виду туризму та сутність його впливу на формування регіонального туристичного продукту:

- рейтинг > 15 - дуже високий рівень розвитку та значення виду туризму;
- рейтинг від 10 до 15 - високий рівень розвитку та значення виду туризму;
- рейтинг від 5 до 10 - середній рівень розвитку та значення виду туризму;
- рейтинг від 3 до 5 - низький рівень розвитку та значення виду туризму;
- рейтинг < 3 - дуже низький рівень розвитку та значення виду туризму

Відповідно до розрахунку за формулою 3.4, туристичні комплекси в залежності від значення рейтингового показника було розподілене по кожному виду туризму. Результати авторського групування регіональних туристичних комплексів за важливістю розвитку видів туризму наведено у табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Розподіл регіональних туристичних комплексів за важливістю розвитку видів
туризму

	високий	вище середнього	середній	нижче середнього	низький
1	2	3	4	5	6
лікувально-оздоровчий			Дніпропетровська Закарпатська Запорізька Івано- Франківська Київська Львівська Одеська Харківська Херсонська	Вінницька Волинська Донецька Житомирська Миколаївська Полтавська Рівненська Сумська Тернопільська Хмельницька Черкаська Чернівецька Чернігівська	Кіровоградська Луганська
діловий		Київська	Дніпропетровська Закарпатська Запорізька Івано- Франківська Львівська Миколаївська Одеська Харківська Херсонська Хмельницька Черкаська Чернігівська	Вінницька Волинська Донецька Житомирська Кіровоградська Полтавська Рівненська Сумська Тернопільська Чернівецька	Луганська
культурно-пізнавальний	Київська Львівська Одеська	Дніпропетровська Закарпатська Запорізька Івано- Франківська Миколаївська Харківська Херсонська Хмельницька Черкаська Чернігівська	Вінницька Волинська Донецька Житомирська Кіровоградська Луганська Полтавська Рівненська Сумська Тернопільська Чернівецька		
природно-рекреаційний	Закарпатська Івано- Франківська Київська Львівська Одеська Харківська	Вінницька Волинська Дніпропетровська Запорізька Миколаївська Херсонська Хмельницька Черкаська Чернівецька Чернігівська	Донецька Житомирська Полтавська Рівненська Сумська Тернопільська		

Продовження табл. 3.8

1	2	3	4	5	6
подієво-розважальний		Київська	Вінницька Волинська Дніпропетровська Закарпатська Запорізька Івано- Франківська Львівська Миколаївська Одеська Полтавська Рівненська Харківська	Донецька Житомирська Кіровоградська Луганська Сумська Тернопільська	
спортивно-оздоровчий			Вінницька Дніпропетровська Закарпатська Запорізька Івано- Франківська Київська Львівська Миколаївська Одеська Тернопільська Харківська Херсонська Хмельницька Черкаська Чернівецька Чернігівська	Волинська Донецька Житомирська Кіровоградська Луганська Полтавська Рівненська Сумська	

Розподіл туристичних комплексів та визначення перспектив розвитку окремих видів туризму здійснено з урахуванням низки чинників:

- отримані результати базуються на використанні об'єктивних статистичних та фактичних даних щодо кількості та цінності туристичних ресурсів, які представлені у статистичних щорічниках Держаної служби статистики України та інших документах відповідних міністерств та відомств, при цьому з певною мірою критичності потрібно ставитися до розрахованих показників по Донецькій та Луганській областях. Наприклад, відповідно до інформації Міністерства культури України, кількість зареєстрованих пам'яток державного значення у Луганській області складає 19, що більше аналогічного показника у Запорізькій, Закарпатській, Житомирській, Кіровоградській, Рівненській, Тернопільській та Чернівецькій областях;

- розрахований рейтинговий показник залежить не тільки від наявних класичних туристичних ресурсів, а й враховує можливий внутрішньо регіональний попит на туристичні послуги, що відповідно збільшує потенціал туристичних комплексів, де розташовані найбільші міста України;

Аналіз ресурсної складової туризму, що проведений при формуванні рейтингової оцінки туристичних комплексів, засвідчив, що основними та беззаперечними лідерами у будь-якому регіоні залишаються класичні види туризму: природно-рекреаційний та культурно-пізнавальний, що підтверджується й офіційною статистичною інформацією щодо кількості туристів. Проте, рейтингове значення цих видів туризму значно відрізняється в залежності від загальної атрактивності регіонального туристичного комплексу, що яскраво наведено на рис. 3.17.

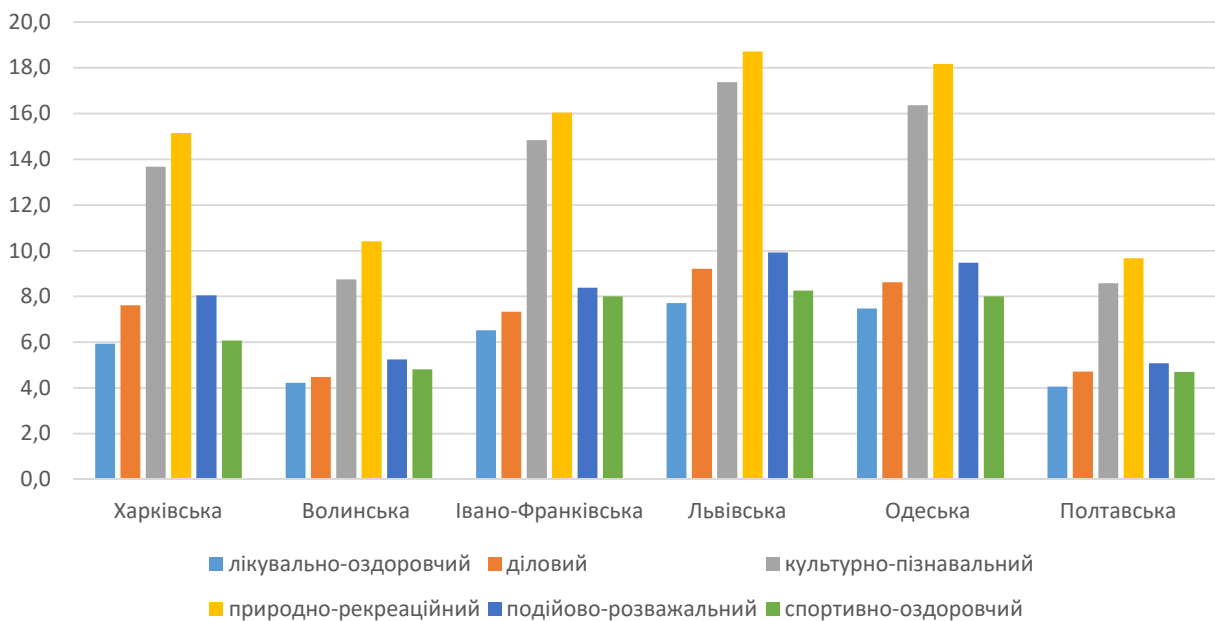


Рис. 3.17. Визначення рейтингу туристичних напрямів в контексті формування туристичного профілю регіону

Так, наприклад, зведений рейтинг ключовий природно-рекреаційного та культурно-пізнавального туризму у Полтавському регіоні знаходиться на рівні подієво-розважального та ділового туризму в Одеському регіону.

З метою визначення залежності розвитку туристичного комплексу від окремих напрямів туризму пропонується побудувати туристичний профіль регіону. В широкому розумінні профіль – це набір характеристик об'єкту, завдяки яким він відомий цільовому споживачу. Профіль є свого роду засобом, інструментом візуального аналізу. Побудова туристичного профілю передбачає визначення основних та перспективних видів туризму з можливістю їх активного розвитку шляхом впливу на ключові ресурсні складові. Для порівняння пропонується застосовувати еталонний туристичний профіль (рис. 3.18), який визначає залежність видів туризму від ресурсної бази (дані отримані на основі експертних оцінок), та туристичний профіль регіону, який враховує рівень представленості та розвитку певних туристичних ресурсів та частку видів туризму у структурі регіонального туристичного продукту.

Побудову туристичного профілю здійснено для Харківського регіону, на прикладі якого видно, що потенційними після природно-рекреаційного та культурно-пізнавального туризму, є діловий та подієво-розважальний види туризму завдяки достатньо високому рівню розвитку туристичної, транспортної інфраструктури та іміджево-інформаційних ресурсів.

На основі проведених досліджень розроблений механізм забезпечення функціонування туристичного комплексу (рис. 3.19). На першому етапі передбачається проведення ретельного аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів впливу, а також оцінки туристичного комплексу з точки зору ресурсного забезпечення, що дозволить визначити пріоритетні та перспективні напрями туризму шляхом формування туристичного профілю регіону.

На другому етапі в контексті системного аналізу проблем управління туристичним комплексом щодо розвитку перспективних напрямів визначаються основні інфраструктурні об'єкти, що потребують реконструкції, реновації, розробляються заходи щодо залучення приватних інвестицій в інфраструктуру туристичного комплексу та формується система державного фінансування.

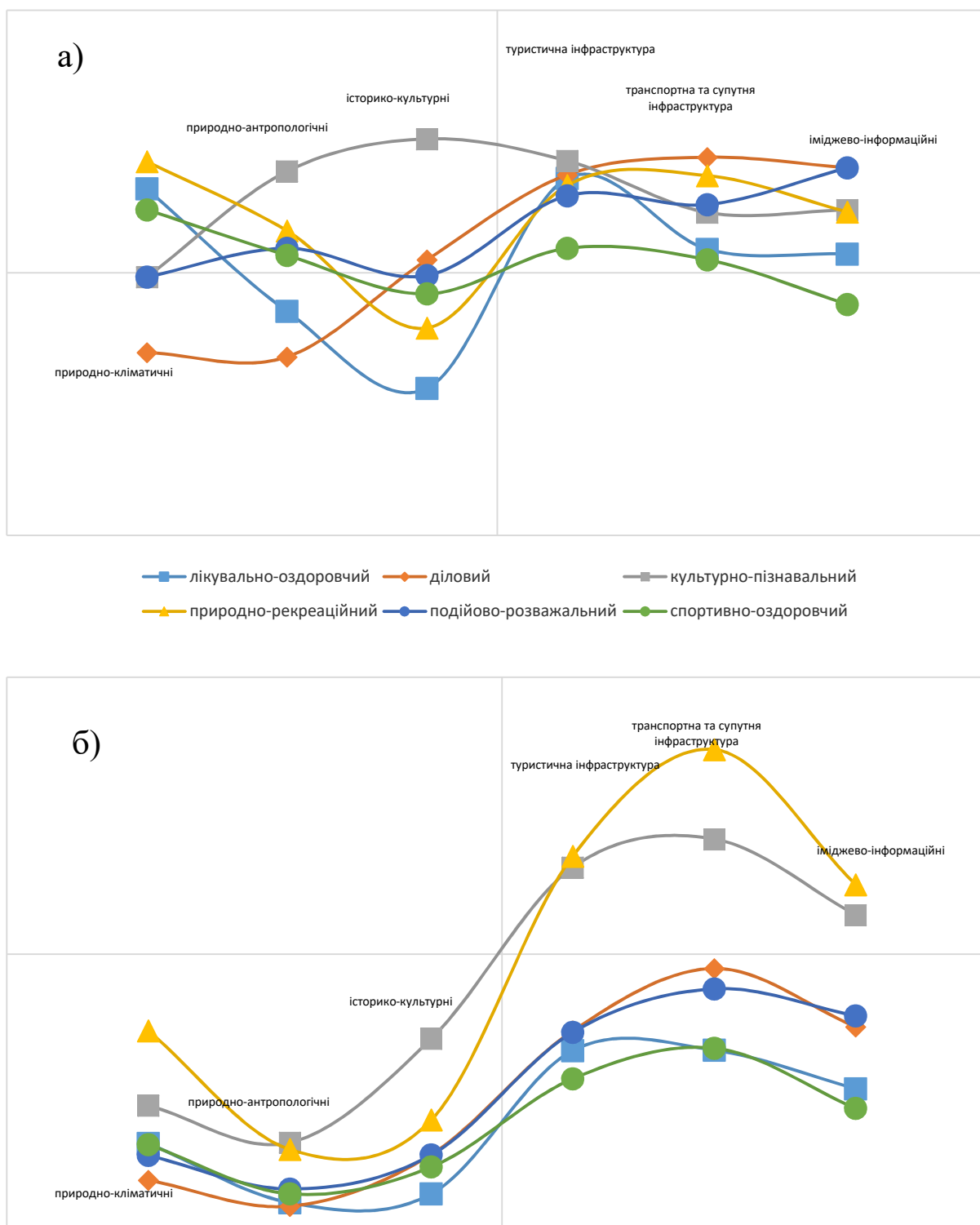


Рис. 3.18. Побудова туристичного профілю регіону:
а) еталон; б) туристичний профіль Харківського регіону

Важливим є третій рівень запропонованого механізму, на якому визначаються принципи державно-приватного партнерства, що в перспективі має забезпечити ефективну співпрацю всіх суб'єктів туристичного ринку регіону.

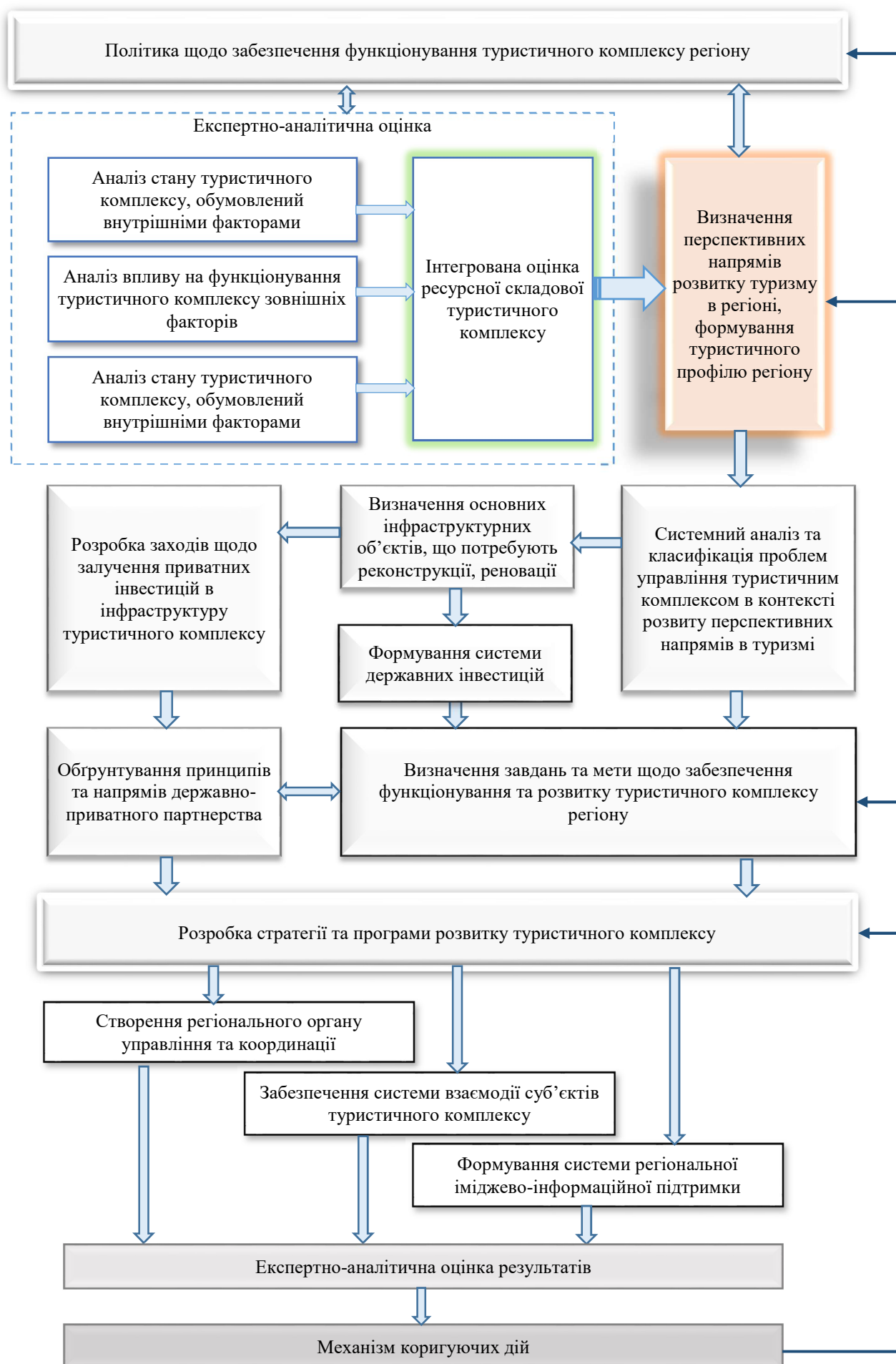


Рис. 3.19. Механізм забезпечення функціонування туристичного комплексу

Наступний етап – це безпосередньо розробка стратегії розвитку туристичного комплексу, яка має визначати три ключових критерії:

- створення регіонального органу управління та координації;
- забезпечення системи взаємодії суб'єктів туристичного комплексу;
- формування системи регіональної іміджево-інформаційної підтримки

Після запровадження стратегії розвитку важливим елементом є постійний моніторинг результатів за рахунок експертно-аналітичних оцінок та коригування загальної політики функціонування туристичного комплексу в залежності від отриманих результатів.

Запропонований механізм передбачає створення системи взаємодії та взаємо підтримки між приватним та державним секторами. Більшість історико-культурних, археологічних та природних об'єктів України знаходяться у державній власності, їх інформаційно-рекламна підтримка обмежена бюджетним фінансуванням, тому формування позитивного іміджу туристичного комплексу регіону значно ускладнюється.

До основних принципів формування туристичного іміджу регіону варто віднести принципи ідентичності та комплексності. Комплексний підхід передбачає розробку механізму просування регіонального туристичного продукту, при якому безпосередньо туристичний комплекс позиціонується як об'єкт максимальних можливостей для інвестування та розвитку бізнесу. Проте в основі туристичних можливостей регіону важливе місце посідає соціальний чинник, оскільки туризм як багатогранне явище розглядається через призму не тільки економічної його сутності, а й гуманітарної та соціальної складової. Саме ці складові забезпечують принцип ідентичності, використання якого при формуванні програм просування регіонального туристичного продукту є запорукою загального успіху. У широкому розумінні туризм - це, передусім, створення умов, в яких об'єктом атракції виступають люди, корінне населення країни тимчасового перебування для мандрівника, з їх звичаями, традиціями, мистецтвом, творчістю, національною кухнею і національними костюмами, архітектурою, предметами побуту тощо. Саме безпосереднє спілкування з

людьми, що населяють регіон, залишає найяскравіші враження у туристів, що є носіями інших традицій, установок і культури. Ідентичність кожного регіону повинна виражатися через вироблену індивідуальну стратегію просування регіональних брендів та подієвих заходів.

Слід зазначити, що при достатньо багатому досвіді зарубіжних країн у формуванні ефективних туристичних брендів, стратегій розвитку туристичних комплексів, проведенні ребрендингу в туризмі, для успішного позиціонування туристичних напрямів необхідна розробка власних індивідуальних стратегій, механізмів і інструментарію просування регіонального туристичного продукту з метою формування конкурентної ідентичності.

До основних сучасних технологій просування товарів і послуг відноситься: інтернет; виставково-ярмаркова діяльність; брендинг; франчайзинг; телемаркетинг; реклама.

Технології просування регіонального туристичного продукту підрозділяються на класичні та інноваційні. До класичних методів відноситься проведення спеціалізованих виставок й ярмарків, видання туристичних брошур та буклетів, реклама у друкованих засобах масової інформації, сувенірна продукція, PR - акції та спільні акції з суб'єктами туристичного комплексу.

Інноваційні методи і технології передбачають організацію, підтримку та супровід таких елементів як інформаційні портали на декількох мовах, блогінг, інформаційні тури для блогерів, канали на youtube, просування через соціальні мережі, розробка мобільних застосунків, інфографіка

Просування класичних та інноваційних методів та технологій просування дозволить доволі швидко та точно донести туристичну ідентичність регіону до цільових груп споживачів.

Основні етапи просування туристичного продукту, на думку автора наступні:

1. Створення команди фахівців із бренд-менеджменту, завдання якої координація діяльності окремих суб'єктів туристичної діяльності регіону та місцевих органів влади.

2. Удосконалення системи статистичного обліку туристів та їх активності на території туристичного комплексу за рахунок запровадження електронних туристичних карток, використання яких передбачається в музеях, громадському транспорті тощо та подальший постійний аналіз отриманих даних, визначення системи цілей та переваг туристів.

3. Формування слогану, логотипу, бренд-бука регіону, розробка стратегії та відбір інструментарію просування.

4. Формування системи туристичного франчайзингу. Даному питання розглядається в наукових працях таких вчених як М. Войнаренко [46], О. Гудзь [54], А. Сучков [149] та інших, які підкреслюють важливість туристичного франчайзингу. Однією із ключових особливостей функціонування сучасного франчайзингу є його суто комерційна спрямованість. Проте варто відзначити наявність різноманітних форм франчайзингу, які можуть бути реалізовані в туризмі. Це, насамперед, іміджева та рекламна форми. Саме такий формат має бути розглянутий при формування політики розвитку регіональних туристичних комплексів. Система просування туристичного комплексу за рахунок франчайзингу має включати в себе наступні етапи: 1 етап – створення рецептивного туроператора, розташованого на території туристичного комплексу регіону; 2 етап – створення на базі туроператора франчайзингової мережі; 3 етап – пошук компаній-партнерів в інших регіонах та укладання з ними договорів франчайзингу, при чому важливим буде використання системи нульового (або символічного) паушального внеску та роялті в обмін на брендування офісів, і таким чином розміщення реклами та її тривала підтримка без постійних значних капіталовкладень.

5. Формування системи франчайзингових брендів із використанням назви міста або назви окремих його пізнаваних складових, що сприятиме ідентифікації туристичного комплексу в інших регіонах. В якості прикладу успішної реалізації даного пункту можна навести бренди, що використовують назву міста Львів: «Львівська майстерня шоколаду», «львівські настоянки», «львівська кава» тощо. Такий підхід збільшує цікавість туристів до даного туристичного комплексу.

6. Формування єдиного туристичного порталу (на декількох мовах) з

інтегрованою системою бронювання туристичних послуг, використання двох систем: професійної, орієнтовано орієнтованої на суб'єктів туристичного ринку з інших регіонів, та спрощеною, орієнтованої на туристів, створення youtube-каналу, його підтримка та постійне оновлення.

7. Створення мобільних застосунків (на декількох мовах) для туристичного комплексу з максимально корисною та систематизованою інформацією, орієнтованою на туриста.

8. Розробка програм масових заходів, виставково-ярмаркового та фестивального спрямування, активне їх просування через соціальні мережі та мобільні застосунки. Грамотно побудований інформаційний супровід таких заходів забезпечує додаткову рекламу як туристичного комплексу регіону, в межах якого проводяться заходи, так окремих його об'єктів та складових.

9. Залучення волонтерів до роботи у сектор туризму, сприяння обміну студентів та молоді з іншими регіонами; проведення інформаційно-реklamних турів для представників туристичних компаній з інших регіонів; обмін досвідом з експертами з інших регіонів.

Функціонування туристичних комплексів наразі відповідає пріоритетам соціально-економічного розвитку регіону та підвищує соціальні стандарти життя населення. Вплив цих тенденцій на економіку регіону, у свою чергу, полягає у створенні нових підприємств, робочих місць, що позитивно відобразиться на грошовому поповненні бюджету.

Висновки до розділу 3

1. Сучасний туристичний ринок України, незважаючи на те, що функціонує в нестабільних умовах, в певні моменти часу показує зростання. Але офіційні статистичні дані не відповідають реальним можливостям туристичних комплексів. Розробка стратегії розвитку має ґрунтуватися на об'єктивних оцінках ресурсного потенціалу та фактичних показниках функціонування туристичних комплексів. Існуючі методики потребують уточнення та доповнення з метою визначення як фактичного рейтингу регіону, так і можливостей щодо подальшого розвитку. Запропонований методичний

підхід оцінки туристичних комплексів, що відповідає вимогам сьогодення та дозволяє визначити, як перспективні напрями розвитку, так і ресурсні елементи, які потребують додаткового впливу.

2. Одним із важливих аспектів запропонованого методичного підходу є визначення видів туризму в контексті яких відбуватимуться подальші дослідження. На основі проведених досліджень виділено загальні принципи, за якими має проводитися класифікація, серед яких визначено, що класифікація має проводитися окремо за різними складовими, такими, як вікові категорії туристів, засоби пересування, форма участі, за сезонністю, за географією, за цілями; види туризму потрібно визначати лише для тих напрямів, для яких характерна масовість; класифікацію необхідно проводити за основним напрямком відпочинку; при проведенні класифікації необхідно використовувати укрупнення напрямів, оскільки дуже важко чітко розмежувати окремі види туризму. Запропоновано наступну класифікацію видів туризму за цілями: лікувально-оздоровчий; діловий; культурно-пізнавальний; природно-рекреаційний; подієво-розважальний; спортивно-оздоровчий види туризму.

3. При визначенні рейтингу привабливості туристичного комплексу необхідно врахувати вплив вищезгаданих видів туризму на показник регіонального туристичного продукту. Офіційна статистична інформація характеризує лише туристів, що скористалися послугами суб'єктів туристичної діяльності, та визначає, що частка лікувально-оздоровчого туризму складає 3,53%, ділового – 7,83%, а на дозвілля та відпочинок припадає 84,57%, але виокремити з нього складові частини неможливо. Проте заявлена статистика фіксує лише туристів, що скористалися послугами турфірм і не враховує тих, хто самостійно бронює розміщення. Виникає ситуація, коли відсутність достовірної інформації робить неможливим використання розрахунково-аналітичних та економіко-статистичних методів. В такому випадку використовують метод експертних оцінок. Вивчення думки експертів стосовно перспектив розвитку окремих видів туризму за видами відбувалося за двома складовими: перспективи організації та продажу відповідних турів та загальні

перспективи розвитку певного виду туризму в Україні.

4. В результаті вивчення думки експертів визначено, що найбільша частка припадає на природно-рекреаційний туризм та культурно-пізнавальний туризм, решта видів має перспективність розвитку в залежності від особливостей та ресурсного забезпечення туристичного комплексу. Сумарний вплив класичних туристичних ресурсів на розвиток певних видів туризму є опосередкованим, окремі його елементи є більш суттєві, а інші взагалі мають мінімальне значення. Загалом, завдяки аналізу ресурсної складової та результатів експертної оцінки визначено закономірності функціонування туристичних комплексів та вплив різних типів туристичних ресурсів на розвиток окремих видів туризму. Зокрема, визначено, що туристичні ресурси забезпечення мають практично однаковий вплив на всі види туризму із незначною перевагою на користь ділового, а на тлі жорсткої конкуренції у сфері туризму все більшого значення набуває інформаційно-рекламне забезпечення функціонування туристичного комплексу.

5. Розрахований за формулою інтегральний рейтинг туристичних комплексів засвідчив, що лідерами є Київська; Львівська; Одеська; Івано-Франківська; Закарпатська; Харківська; Запорізька; Дніпропетровська; Херсонська, Черкаська області. Найменші показники зафіксовані для Житомирської; Донецької; Кіровоградської та Луганської областей. Для визначення достовірності даних методом кореляції було зіставлено два показники: інтегральний рейтинг привабливості туристичного комплексу та фактична кількість туристів, які були обслуговані у закладах розміщення туристичних комплексів. Коефіцієнт кореляції засвідчив високий рівень залежності, а, відповідно і високий ступінь достовірності розрахованого запропонованим методом інтегрального показника.

6. Забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону в сучасних умовах є складним процесом, який передбачає впровадження зваженої стратегії розвитку регіонального туризму з урахуванням можливостей ресурсної складової. Розробка стратегії розвитку туризму в регіонах має

базуватися на засадах, що відображають взаємозв'язки його окремих елементів та включає, на нашу думку, наступні складові: забезпечення якості; гарантування безпеки; забезпечення цілеспрямованості; забезпечення адаптивності; формування відкритості; забезпечення самоорганізації; забезпечення поступовості розвитку; принцип атрактивності. Саме правильне визначення перспективних напрямів є запорукою стабільного функціонування та розвитку туристичного комплексу. Забезпечення поступовості у поєднанні з принципом атрактивності, враховуючи наявність, стан та рівень використання туристичних ресурсів, визначають спеціалізацію туристичної території.

7. Запропонований методичний підхід щодо формування туристичного профілю регіону, який передбачає визначення значимості видів туризму та розробки стратегії їх подальшого розвитку. Беззаперечним є той факт, що для усіх туристичних комплексів України традиційно найбільш привабливими та перспективними є природно-рекреаційний та культурно-пізнавальний туризм. Але в сучасних умовах зміни споживчих інтересів та розширенням діапазону туристичної пропозиції, актуальним стає визначення тих видів туризму, які не є домінуючими, але демонструють швидке зростання.

Наукові результати, що отримані автором у ході написання розділу пройшли апробацію та доповідалися й були схвалені на науково-практичних конференціях, а також надруковані у наукових фахових виданнях [130, 153, 157, 158, 159, 160, 161, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169].

ВИСНОВКИ

Одержані в ході дослідження результати в сукупності вирішують важливе науково-практичне завдання, пов'язане з теоретико-методичним обґрунтуванням положень і розробкою практичних рекомендацій щодо функціонування туристичного комплексу регіону. Зокрема, в дисертаційній роботі отримано наступні результати:

1. Одним із важливих аспектів функціонування сфери туризму є динамічність її розвитку. Сучасний туризм характеризується новими формами відпочинку та дозвілля, які передбачають використання нетрадиційної ресурсної складової як головного чинника атрактивності. В зазначених умовах особливого значення набуває гнучкість системи управління туристичним комплексом, територіально-просторова структуризація якого потребує систематизації та узагальнення з метою створення ефективної системи державно-приватного партнерства, інформаційного забезпечення туристичної діяльності та збільшення внеску туризму у валовий регіональний продукт.

2. Узагальнення теоретико-методичних підходів щодо визначення типів територіально-просторових утворень у туристичній сфері надало можливість структурувати та доповнити поняття «туристичний комплекс регіону», як міжгалузевої системи, функціонування якої спрямовано на розвиток соціально орієнтованої регіональної економіки із залученням підприємств різних галузей до формування регіонального туристичного продукту.

3. Забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону, визначення його потенційних можливостей та ризиків є можливим за умови наявності максимально об'єктивної інформації щодо його стану та результатів роботи. В умовах обмеженої статистичної інформації особливого значення набуває використання правильно обраних методик дослідження, які можна поділити на дві групи: методики, що спрямовані на визначення можливостей ефективного використання ресурсної бази туристичних комплексів, та методики, пов'язані з оцінкою результатів роботи туристичного комплексу.

4. Визначення ступеню впливу туризму на економіку базується на витратах туристів, які розподіляються на прямі, непрямі і похідні. Враховуючи той факт, що туризм опосередковано пов'язаний майже з усіма галузями економіки, але при цьому не визнаний окремою галуззю існує суттєва проблема розрахунку таких витрат. Використання методики допоміжного рахунку з адаптацією під сучасні умови вітчизняного туристичного ринку дає можливість розрахувати не тільки частку туристичного сектору у регіональному валовому продукті, а й визначити значення окремих складових в забезпеченні функціонування регіональних туристичних комплексів.

5. На основі проведеного дослідження ефективності функціонування туристичних комплексів регіону виявлено низку проблем: використання ресурсної бази території не відповідає потребам сучасного туриста, недосконала система обліку результатів діяльності підприємств туристичного комплексу ускладнює отримання об'єктивних даних, відсутність інформаційної підтримки туристичних заходів негативно відбивається на іміджу регіонів та зменшує можливі туристичні потоки. Усунення виявлених проблем сприятиме активізації розвитку туризму та підвищення його значимості в наповненні регіонального бюджету.

6. Сучасний туристичний ринок України, незважаючи на те, що функціонує в нестабільних умовах, в певні моменти часу показує зростання. Але офіційні статистичні дані не відповідають реальним можливостям туристичних комплексів. Розробка стратегій розвитку, в тому числі і туризму, має ґрунтуватися на об'єктивних оцінках ресурсного потенціалу та фактичних показників функціонування туристичних комплексів. Рейтингова оцінка туристичного комплексу регіону, яка побудована на основі використання кількісних показників, які характеризують ресурсну складову та систематизованих за бальним принципом, й дворівневій системі вагових коригуючих коефіцієнтів, отриманих шляхом експертних оцінок, дозволяє визначити не тільки фактичний стан розвитку, а й сформулювати стратегію подальшого розвитку.

7. Ефективне функціонування туристичних комплексів можливо за умови грамотного використання ресурсної складової та формування позитивного іміджу регіону. Формування туристичного профілю спрямовано на визначення потенційних можливостей щодо активізації туризму та диверсифікації його видів шляхом забезпечення інформаційно-іміджевого супроводу, розбудови туристичної інфраструктури на основі державно-приватного партнерства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Dwyer L. Destination competitiveness: determinants and indicators / L. Dwyer, C. Kim // Current issues in tourism. – 2003. – V. 6. – № 5. – P. 369 – 414.
2. ISIC – International Standard Industrial Classification of All Economic Activities [Електронний ресурс] – Режим доступу https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4e.pdf
3. Karlova O. Determine the effect of recreational facilities on socioeconomic development of the region. / O. Karlova // Promising problems of economics and management: Monograph. Collection of scientific articles.- Publishing house «BREEZE», Montreal, Canada, 2015.- P. 126-129.
4. Karlova O. The Quality of the Service Sector in Urban Areas. European Reforms Bulletin. / O. Karlova // Centre for European Reforms Studies a.s.b.l. Grand Duchy of Luxembourg. scientific peer – reviewed journal. No.3. - 2015. - P. 11-14.
5. United Nations Statistics Division : International Standard Industrial Classification of All Economic Activities [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=27>
6. UNWTO Tourism Highlights. Edition 2016 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145>
7. UNWTO Tourism Highlights. Edition 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
8. Zabaldina Y. Tourism Destinations Management in the Context of Ukrainian Crisis / Y. Zabaldina // Knowledge – Economy – Society. Challenges of Contemporary Economies in the Face of Global Market Conditions, Eds. R. Borowiecki, A. Jaki. P.Lula, Krakow, 2015. – P. 38-43
9. Абрамов В. В. Історія туризму: підруч./ В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур. – Харків: Видавництво «Форт», 2010. – 286 с.: іл.
10. Амирханов М. М. Экономические проблемы развития рекреационных регионов / М. М. Амирханов, А. А. Татаринов, А. Д. Трусков. – М : ОАО «Издательство «Экономика», 1997. – 254 с.

11. Амоша О.І. Про напрями розвитку туристичної сфери у промисловому місті / О.І. Амоша // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2008. – Вип. 2. – С. 333–347.
12. Андрейчук У. В. Соціально-економічні проблеми становлення і розвитку податкової системи України в умовах перехідної економіки : монографія / У. В. Андрейчук. – Івано-Франківськ : ВДВЦІТ ПНУ ім. В. Стефаника, 2007. – 190 с.
13. Андренко І. Б. Аналіз обсягу пропозиції і реалізації туристського підприємства / І. Б. Андренко // Комунальне господарство міст : науково-технічний збірник ХНАМГ. Вип. 83. Серія : Економічні науки, 2008. – С. 359-368.
14. Афанасьєв О. Є. Історико-географічний аналіз регіонального природокористування: теорія, методологія, практика: монографія / О. Є. Афанасьєв. – Тернопіль : Крок, 2012. – 550 с.
15. Бабаєв В. М. Адміністративно-територіальний устрій та сталий розвиток регіону (концептуальні основи та методологія) : монографія / В.М. Бабаєв, Л. Л. Товажнянський, М. Д. Годлевський, ред.: В. М. Бабаєв. – Харків : Національний технічний ун-т «Харківський політехнічний ін-т», 2008. – 316 с.
16. Бандур С. І. Сучасна регіональна соціально-економічна політика держави: теорія, методологія, практика / С. І. Бандур, Т. А. Заяць, І. В. Терон – К : Принт-експрес, 2002. – 250 с.
17. Бардиш Г. О. Трансформація економіки України в напрямку соціальної спрямованості : монографія / Г. О. Бардиш. – К. : Хай-Тек Прес, 2009. – 584 с.
18. Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме: учебное пособие для вузов / И.С. Барчуков. – М.: Академия, 2008. – 224 с.
19. Бачо Р.Й. Теорія потенціалів в сучасному управлінні туристично-рекреаційною галуззю регіону / Р.Й. Бачо // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон, – 2014. – Вип. 9-1. Част. 3. – С.123-126.
20. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та

- методика аналізу, термінологія, районування / О. О. Бейдик – К. : КНУ, 2002. – 234 с.
21. Білоус С. В. Організаційно-економічні засади розвитку туристичного бізнесу України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.03 – «Економіка та управління національним господарством» / С. В. Білоус; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. – Львів, 2012.- 22 с.
 22. Білоущенко О. В. Місце і роль туристичного комплексу в структурі регіональної економіки [Електронний ресурс] / О. В. Білоущенко // Економіка та держава. – 2014. – № 9. – С. 77-79. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2014_9_20
 23. Блага М. М. Эколого-рекреационная эффективность природопользования: основные факторы / М. М. Блага // Україна: географічні проблеми сталого розвитку. – К. : Обрії, 2004. – Т. 3. – С. 185-187
 24. Благун І. С. Моделювання стратегій розвитку регіону / Іван Благун, Оксана Солтисьяк // Регіональна економіка. – 2004. – № 4. – С. 115-121.
 25. Благун І. С. Прогнозування попиту на туристичні послуги / І. С. Благун, О. І. Кейван // Бізнес-Інформ : Міжнародний рецензований науковий журнал. – Харків, 2012. – №8. – С. 7–11.
 26. Благун І. С. Моделювання сталого розвитку регіону / І. С. Благун, Л. І. Сисак, О. О. Солтисік. – Івано-Франківськ : Вид.-дизайнерський відділ центру інформаційних технологій, 2006. – 166с.
 27. Богдан Н. М. Функціонування туристської сфери як фактор розвитку регіональної економіки / Н. М. Богдан, А. А. Рябєв // Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарного знання у сучасному інформаційному просторі: національний та інтернаціональний аспекти: зб. наукових праць. – Частина 1. – Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2016. – С. 239–242.
 28. Богославець О. Г. Стратегія розвитку рекреаційного комплексу України в сучасних умовах : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.03 – «Економіка та управління національним господарством» / О. Г. Богославець, Ін-т законодавства Верховної Ради України. – Київ, 2014. - 23 с.
 29. Божук Т. І. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія,

практика : монографія / Т. І. Божук. – Львів : Український бестселер, 2014. – 400 с.

30. Бойко М. Г. Методологічні засади дослідження соціально-економічної цінності туризму [Електронний ресурс] / М. Г. Бойко // Бізнес Інформ. – 2013. – № 7. – С. 208–215. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_7_39

31. Бойко М. Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку / М. Г. Бойко // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 16. – С. 34.

32. Борушак М. Концептуальні підходи до визначення дефініції «туристичний регіон» / М. Борушак // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу: Серія «Економіка, організація і управління підприємствами». – 2006. – № 10. – С. 104-112.

33. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія / М. Борушак. – Львів : ІРД НАН України, 2006. – 288 с.

34. Бубенко П. Т. Регіональні аспекти інноваційного розвитку: монографія / П. Т. Бубенко. – Харків: НТУ «ХП», 2002. – 316 с.

35. Буднікевич І. М. Наукова складова інноваційного потенціалу регіону / І. М. Буднікевич, Т. Є. Корнієнко // Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ. – Чернівці. – 2001. – Вип. 2. – С. 102-107.

36. Бурменко Т. Д. Сфера услуг : экономика : учеб. пособие : рек. Учеб.-метод. центром «Классический учебник» / Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко ; под ред. Т. Д. Бурменко. – М. : Кнорус, 2007. – 322 с.

37. Бутенко О. О. Вдосконалення системи підтримки розвитку малого підприємництва в регіоні на підставі кластерного підходу / О. О. Бутенко, І. М. Сараєва // Экономические инновации. – 2007. – № 28. – С. 40–49.

38. Бутко М. П. Кластерний підхід до розвитку базових галузей регіональної економіки в сучасних умовах : монографія / М. П. Бутко, Г. М. Самійленко ; під заг. наук. кер. д-ра екон. наук, проф. М. П. Бутка ; Черніг. держ. технол. ун-т. – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2012. – 371 с.

39. Быстров С. А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика / С. А. Быстров, М. Г. Воронцова. – СПб. : Герда, 2008. – 464 с.

40. Валиев М. Ш. Анализ и оценка инфраструктурного развития внутреннего регионального туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/317/image/317-165.pdf>
41. Валовий регіональний продукт у 2015 році : статистичний бюлетень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/04/zb_vrp2015pdf.zip
42. Васильєв О. В. Методологія і практика інфраструктурного забезпечення функціонування і розвитку регіонів України : монографія / О. В. Васильєв. - Харків: ХНАМГ, 2007. – 341 с.
43. Вахович І. М. Зміст та структура ендогенного потенціалу регіону / І. М. Вахович, М. С. Забедюк // Економіка та держава: науково-практичний журнал. – 2010. – №2. – С. 41-43.
44. Ващенко А.Т. Моделирование территориально-производственных комплексов : методология, теория и метод / А.Т. Ващенко. – Львов : Вища шк., 1981. – 136 с.
45. Воеводина У. Н. Методические рекомендации совершенствования региональной политики в области диверсификации туристского продукта / У. Н. Воеводина // Вестник Национальной академии туризма. – 2011. – № 4 – С. 34-36.
46. Войнаренко М. П. Критерії вибору франчайзингової пропозиції / М. П. Войнаренко // Вісник ЗНУ. Серія економічні науки. – 2009. – №4. – С.11-17.
47. Всесвітня рада з подорожей і туризму – World Travel & Tourism Council (WTTC) [Електронний ресурс] – Режим доступу .<https://www.wttc.org/>
48. Вуйцик О. І. Рекреаційно-туристичний комплекс: питання термінології [Електронний ресурс]. / О. І. Вуйцик // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 3(2). – С. 39-44. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2012_3\(2\)__8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2012_3(2)__8)
49. Гаман П. І. Розвиток рекреаційної сфери Карпатського регіону України: теорія та практика державного регулювання : монографія / П. І. Гаман; НАН України, Рада по вивченню продукт. сил України. – Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2008. – 306 с.

50. Герасимчук З. В. Історичні та соціально-економічні передумови формування регіональної політики сталого розвитку в Україні / З. В. Герасимчук // Міжнародна економіка : зб. наукових праць. – Вип. 29. – К. Інститут Світової економіки і міжнародних відносин НАН України, 2005. – С. 81–95.

51. Гоблик В. В. Формування кластерів у рекреаційно-туристичному комплексі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05 – «Розвиток продуктивних сил та регіональна економіка» / В. В. Гоблик, ДНВЗ «Ужгородський національний університет» – Ужгород, 2009. – 24 с.

52. Грабар М. В. Сфера туризму та рекреації регіону: основні аспекти оцінки розвитку / М. В. Грабар // Сталий розвиток економіки: міжнародний науково-виробничий журнал. – 2013. – №2. – С.173-179.

53. Гулич О. І. Екологічно збалансований розвиток курортно-оздоровчих територій: питання теорії і практики : монографія / О. І. Гулич. – Львів : ІРД НАН України, 2007. – 208 с.

54. Гудзь О. Договір франчайзингу: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні / О. Гудзь, О. Кохановська // Людина і політика. – 2003. – №1. – С. 129-136.

55. Гудзь П. В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій / П. В. Гудзь. – Донецьк : ІЕПД НАН України, ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2001. – 270 с.

56. Данилишин Б. М. Соціально-економічні проблеми регіонів: методологія і практика / Б. М. Данилишин, Л. Г. Чернюк, М. І. Фащевский; за ред. чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – Черкаси, 2006. – 315 с.

57. Дащук Ю. Є. Розвиток рекреаційного потенціалу регіону : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05 – «Розвиток продуктивних сил та регіональна економіка» / Ю. Дащук, Луц. нац. техн. ун-т. – Луцьк, 2014. – 22 с.

58. Декларація Асамблеї європейських регіонів щодо регіоналізму в Європі від 4.12.1996 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://constituanta.blogspot.com/2013/03/1996.html>

59. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим

доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

60. Дишловий І. М. Програмно-цільовий метод як інструмент управління розвитком рекреаційно-туристичних регіонів / І. М. Дишловий // Экономические инновации : сб. научн. трудов. – Одесса, 2011. – Вып. 41. – С. 77–88.

61. Дишловий І. М. Сучасні організаційні рішення регіонального розвитку рекреації та туризму: кластеризація та комплексні програми : монографія / І. М. Дишловий. – Одеса : ІПРЕД НАН України, 2010. – 262 с.

62. Довгаль Г. В. Інвестування у туристичний комплекс України: сучасний стан і проблеми / Г. В. Довгаль // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. – 2013. – № 1086, вип. 2. – С. 135-139. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2013_1086_2_28.

63. Долішній М. І. Регіональна політика та механізми її реалізації / М. І. Долішній, С. М. Злупко, С. Й. Вовканич – К. : Наукова думка, 2003. – 503 с.

64. Дротянко Л. Г. Феномен фундаментального і прикладного знання (постнекласичне дослідження) / Дротянко Л. Г. – К. : Європ. ун-т, 2000. – 424 с.

65. Дутчак С. В. Управління регіональним розвитком туризму : навч. посібник / С. В. Дутчак – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2011. – 136 с.

66. Екологічний менеджмент та аудит рекреаційних територій (концептуальні засади та організаційний механізм) : монографія / за редакцією д. е. н. Т. П. Галушкіної. – Одеса : Видавництво ТОВ «ІНВАЦ», 2006. – 184 с.

67. Жураєва К.А. Теоретико-методологічні основи дослідження інноваційних технологій у сфері туризму / К.А. Жураєва // Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції на тему «Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України» 14 березня 2013 р. – К., 2013. – С. 78-80.

68. Забалдіна Ю. Б. Сучасні підходи до оцінки конкурентоспроможності туристичних дестинацій / Ю. Б. Забалдіна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – №12(127). – С.165-168

69. Забалдіна Ю. Б. Економічна діагностика та прогнозування розвитку регіонального ринку туристичних послуг автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец.

08.10.01 - «Розвиток продуктивних сил та регіональна економіка» / Ю. Б. Забалдіна
Наук.- досл. екон. ін-т Міністерства економіки України. – К., 2006. – 20 с.

70. Забалдіна Ю.Б. Формування івентивного портфеля туристичних
дестинацій / Ю. Б. Забалдіна, А. П. Тараненко // Інтелект ХХІ. – №5. – 2017. – С.48-52

71. Забалдіна Ю.Б. Еволюція базових термінів сучасного туризмознавства
[Електронний ресурс] / Т. І. Ткаченко, Ю. Б. Забалдіна // Глобальні та
національні проблеми економіки. – 2016. – Вип.12. Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-12-2016/20-vipusk-12-serpen-2016-r/2276-tkachenko-t-i-zabaldina-yu-b-evolyutsiya-bazovikh-terminiv-suchasnogo-turizmoznavstva>

72. Забалдіна Ю.Б. Інституалізація управління туристськими
дестинаціями / Ю. Б. Забалдіна // Вісник Одеського національного університету.
– Том 19, вип. 3. – Економіка. – 2014. – С. 90-94

73. Закон України «Про туризм» N 324/95-вр від 15.09.1995 зі змінами.
[Електронний ресурс] : Режим доступу
<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>

74. Захаренко Г. Н. Современные подходы к оценке туристского
потенциала региональной дестинации / Г. Н. Захаренко // «Вестник
национальной академии туризма». – 2011. – № 4 – с. 37-39

75. Захарченко П. В. Модели экономики курортно-рекреационных систем
: монография / П. В. Захарченко; нац. техн. ун-т. – Бердянск : Ткачук А. В., 2010.
– 392 с.

76. Зорин А. Дестинация : монография / А. Зорин, И. Зорин. – М. : РМАТ,
2009. – 90 с.

77. Зорин А. И. Туристский центр и центр туризма [Електронний ресурс]
/ А. И. Зорин // Теория и практика физической культуры : науч.-теорет. ж-л. –
1999. – № 11. С. 23-25. – Режим доступу : <http://lib.sport.edu.ru/press/tpatk/1999,№11/p.23-25.htm>.

78. Іванова З. О. Стратегічне управління підприємствами туристичної
галузі [Електронний ресурс] / З. О. Іванова // Вісник Київського національного
університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки. – 2015. – № 6. –

С. 65-68. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutden_2015_6_11.

79. Іванюк У.В. Особливості формування туристських витрат / У.В. Іванюк // Туризм і розвиток регіону: матеріали міжнародної наукової конференції (19-21 жовтня 2011 р., м. Івано-Франківськ). – Івано-Франківськ: «Фоліант», 2011. – С.170-174.

80. Ільїна О. В. Туризм. Рекреаційна географія: Поняття і терміни / О. В. Ільїна; Луцький ін-т розвитку людини Відкритого міжнарод. ун-ту розвитку людини «Україна». – Луцьк : Терен, 2004. – 104 с.

81. Інноваційно-інвестиційні напрями формування ефективної системи управління економікою за євроінтеграційних процесів : монографія / С. М. Вдовенко. О. О. Демешок, І. В. Калінько та ін. ; за заг. ред. І. В. Калінько. – К. : Чернігівський державний інститут економіки і управління МОН України, Кондор-Видавництво, 2014. – 227 с.

82. Карлова О. А. Визначення ступеню підготовленості та елементів стратегії управління міського комплексу до інноваційних змін / О. А. Карлова // «Науковий вісник БДФЕУ. Економічні науки» (27) 2014. – С. 383-391.

83. Карлова О. А. Взаємодія інфраструктур в загальній системі управління / О. А. Карлова // Містобудування, територіальне і стратегічне планування: організаційно-економічні, правові, суспільні та еколого-технологічні аспекти: монографія / під загальною редакцією д.е.н., проф. С. В. Богачова – Макіївка: ТОВ «Цифрова типографія», 2014. - С. 233-244.

84. Карлова О. А. Рекреаційно-туристичні послуги: соціально-економічні аспекти функціонування та розвитку / О. А. Карлова, Н. Л. Сапельнікова // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія Економічні науки, 2012 - С.85-94.

85. Карлова О. А. Соціально-економічний розвиток території: формування інвестиційної привабливості : монографія / О. А. Карлова, Х. І. Калашнікова. – Харків: «Друкарня Мадрид», 2016. – С. 124-135.

86. Карчевская Е. Н. Исследование рынка регионального туризма / Е. Н Карчевская // Беларусь в современном мире: Материалы III Респуб. науч. конф., Минск, 28 сентября 2005 г. Мн.: БГУ, 2005. - С.122-123.

87. Квартальнов В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
88. Кейван О. І. Основні умови та чинники формування попиту на послуги в туризмі / О. І. Кейван // Економіка : проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. – Вип. 262 : В 12 т. – Т. XI. – С. 293-299.
89. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с.
90. Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2010, із змінами і доповненнями. [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/dovidniki--reestri--perelik/pereliki-/128651.html>
91. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – 334 с.
92. Ковалевський Г. В. Оценка туристической привлекательности региона (на примере Иордании) / Г. В. Ковалевський, М. О. Омуш // Вестник Харьковского национального ун-та им. В.Н. Каразина, 2002. – Вып. 564. – С. 266-269.
93. Колективні засоби розміщування в Україні 2014 : статистичний бюлетень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2015/bl/04/bl_kzr_14.zip
94. Колективні засоби розміщування в Україні 2015 : статистичний бюлетень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/bl/05/bl_kzr_15.pdf.zip
95. Колективні засоби розміщування в Україні 2016 : статистичний бюлетень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/05/bl_kzr2016_pdf.zip
96. Кравченко Н. О. Рекреаційне господарство Полісся : сучасний стан та перспективи розвитку / Н. О. Кравченко. – Ніжин : МІЛАНІК, 2007. – 172 с.
97. Кратінов Р. О. Теоретико-методологічні засади формування регіонального рекреаційно-туристичного комплексу [Електронний ресурс] / Р. О. Кратінов // Регіональна економіка. – 2009. – № 3. – С. 36-43. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2009_3_6

98. Крачило Н. П. География туризма / Крачило Н. П. – К. : Вища шк., 1987. – 208 с.
99. Кривошеев В. М. Экономика туризма / В. М. Кривошеев // Вопросы экономики. – 1965. – № 4. – С. 136-141.
100. Кулініч О. А. Регіональна економіка / О. А. Кулініч, Л. М. Лобановська, В. О. Козуб. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 307 с.
101. Кусков А. С. Туристическое ресурсоведение / А. С. Кусков. – М. : Академия, 2008. – 208 с.
102. Ладонько Л. С. Організаційні механізми результативності функціонування туристичного комплексу України в умовах інтеграційного вибору держави [Електронний ресурс] / Л. С. Ладонько // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – 2014. – № 2. – С. 121-124. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2014_2_20
103. Лейпер Н. Структура туризму: на шляху до визначення туризму та турбізнесу / Н. Лейпер // Літопис туризму досліджень. – 1979. – Том 6. – С. 390–407.
104. Лукьянова Л. Г. Рекреационные комплексы / Л. Г. Лукьянова, В. И. Цыбух. – К. : Вища шк., 2004. – 346 с.
105. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – К. : Альтпрес, 2006. – 436 с.
106. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук – К.: Альтерпрес, 2007.-369 с
107. Ляшевська О. І. Інформаційний механізм забезпечення розрахунків валового регіонального продукту [Електронний ресурс] / О. І. Ляшевська // Державне будівництво. – 2011. – № 1. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2011_1_15
108. Мальська М. П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика) : монографія / Марта Мальська. – К. : Знання, 2009. – 363 с.
109. Мальська М. П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність : монографія / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І.Франка, 2008. – 268 с.

110. Мамутов В. К. Інноваційні шляхи розвитку курортно-туристичних регіонів та ринків / В. К. Мамутов ; НАНУ, Ін-т екон.-прав. досліджень. – Донецьк : ТОВ Юго-Восток, Лтд, 2007. – 307 с.

111. Марчук В. В. Механізми формування інтегрованої системи регіональних і локальних рекреаційних комплексів / В. В. Марчук // Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал. – Херсон, 2010. – №21. – С.152-158.

112. Мацола В. Рекреаційно-оздоровчий туристичний комплекс (питання теорії і практики) : монографія / Василь Мацола. – Львів, 1988. – 278 с.

113. Мельник О. В. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти / О. В. Мельник // Регіональна економіка. – 2004. – № 4. – С. 197-205.

114. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1128-03>

115. Мироненко Н. С. Рекреационная география / Н. С. Мироненко, И. Т. Твердохлебов. – М. : Изд-во МГУ, 1981. – 207 с.

116. Молнар О. С. Управління розвитком туристично-рекреаційного комплексу регіону (на прикладі Закарпатської області) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.03 – «Економіка та управління національним господарством» / О. С. Молнар; Держ. ВНЗ «Ужгород. нац. ун-т». – Ужгород, 2006. – 23 с.

117. Моран О. І. Розвиток туристичного ринку в економічній системі регіону : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05 – «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / О. І. Моран. – Львів, 2008. – 22 с.

118. Музиченко-Козловська О. В. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / О. В. Музиченко-Козловська // Регіональна економіка. – 2006. – № 1. – С. 218-227.

119. Мухина Л. И. Принципы и методы технологической оценки природных комплексов / Л. И. Мухина. – М. : Наука, 1973. – 308 с.

120. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку : методологічний аспект та практичний досвід / С. Г. Нездоймінов. – Одеса :

Астропринт, 2009. – 304 с.

121. Неізнана В. С. Формування стійкого функціонування підприємств рекреаційного комплексу на основі комплексного методичного підходу [Електронний ресурс] / В. С. Неізнана // Проблеми системного підходу в економіці. – 2015. – Вип. 52. – С. 60-68. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2015_52_10

122. Немоляева М. З. Международный туризм : вчера, сегодня, завтра / М. З.Немоляева, Л. Ф. Ходорков – М. : Международные отношения, 1985. – 174 с.

123. Нудельман М. С. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования / М. С. Нудельман. – К. : Наук. думка, 1987. – 131 с.

124. Основні тенденції соціально-економічного розвитку регіонів [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.minregion.gov.ua/decentralization/presentation/osnovni-tendentsiyi-sotsialno-ekonomichnogo-rozvitku-regioniv-3/>

125. Паньків Н. Туристичне ресурсознавство : навч. посіб. / Наталія Паньків. – Львів : Український бестселлер, 2011. – 238 с.

126. Пасека С. Р. Соціально-трудоий потенціал регіону: теорія і практика розвитку: Монографія / С. Р. Пасека. – Черкаси: ІнтролігаТОР, 2012. – 606 с.

127. Пащенко В. М. Методологія постнекласичного ландшафтознавства / В. М. Пащенко – К. : Наук. думка, 1999. – 284 с.

128. Пендерецький О. В. Соціальні аспекти промислового туризму [Електронний ресурс] / О. В. Пендерецький // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 19. – С. 37-44. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2012_19_8

129. Передерко В. П. Визначення частки туризму у валовому регіональному продукті та валовій доданій вартості Івано-Франківської області [Електронний ресурс] / В. П. Передерко // Бізнес Інформ. – 2016. – № 5. – С. 139 – 146. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_5_22

130. Писаревський І. М. Планування та організація туристських маршрутів: Підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; Харк. нац. акад.

міськ госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 304 с.

131. Поліщук В. Л. Формування та реалізація регіональної політики розвитку інвентивного туризму : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05 – «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / В. Л. Поліщук. – Луцьк, 2013. - 23 с.

132. Попович С. І. Соціально-економічні передумови та основні етапи розвитку внутрішнього туризму в Україні / С. І. Попович // Туризм в Україні: економічні та організаційні механізми розвитку. – Тернопіль: «Тернограф», 2008 – С. 46-67.

133. Преображенский В. С. География рекреационных систем СССР / В. С. Преображенский. – М. : Прогресс, 1982. – 196 с.

134. Преображенский В. С. Территориальная рекреационная система как объект изучения географических наук / В. С. Преображенский // Известия АН СССР. Серия географическая. – 1984. – № 2. – с. 34-42.

135. 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. Покоłodна, С. О. Погасій та інш. – Харків : ХНАМГ, 2009. – 276 с.

136. Прохорова М. С. Функціонування рекреаційних комплексів як стабілізуючий фактор регіонального розвитку/ М. С. Прохорова // Матеріали 2-ї Міжнародної науково-практичної конференції вчених, студентів та практиків : Стратегія інноваційного розвитку економіки і соціальної сфери України. – Донецьк, 2010. – 585 с. – С. 142–147.

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

138. Рихлицька Х. М. Розвиток підприємств сільського зеленого туризму в контексті кластерного підходу : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Х. М. Рихлицька. - ПВНЗ «Європ. ун-т». – К., 2013.- 23 с.

139. Руденко В. П. Сучасні проблеми еколого-економічної оцінки природно-ресурсного потенціалу України [Електронний ресурс] / В. П. Руденко // Геоінформатика. – 2009. – № 4. – С. 38-42. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/geoinf_2009_4_6

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

141. Рябев А. А. Дослідження проблем розвитку туристсько-готельного комплексу в сучасних умовах / А. А. Рябев, Ю. Л. Герасименко, Є. О. Кобзар // Двадцять треті економіко-правові дискусії (економічне спрямування): матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. – Львів, 2017. – С. 22-26.

142. Сайт Харківської обласної державної обласної адміністрації [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://kharkivoda.gov.ua/>

143. Свида І.В. Інфраструктурне забезпечення розвитку туризму (на матеріалах Закарпатської області) : монографія / І. В. Свида. – Ужгород : Карпати, 2012. – 336 с.

144. Семенов В. Ф. Регіональний рекреаційний кластер у контексті структурної перебудови економіки регіону / В. Ф. Семенов, В. М. Мозгальова, І. В. Давиденко // Регіональна економіка. – 2006. – №3. – С. 78-89.

145. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні : підручник / Т. Г. Сокол – К. : Грамота, 2006. – 264 с.

146. Стойка В. О. Роль туристичної галузі в забезпеченні розширеного економічного відтворення економіки України [Електронний ресурс] / В. О. Стойка // Бізнес Інформ. – 2014. – № 7. – С. 195–199. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_7_36

147. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі, авт. кол. Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін. - К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2010. - 596 с.

148. Структурні реформи економіки : світовий досвід, інститути, стратегії для України : монографія / Б. М. Андрушків, О. І. Амоша, С. С. Аптекарь та ін. ;

наук. ред. В. І. Ляшенко, Є. В. Савельєв. – Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2011. – 848 с.

149. Сучков А. В. Сучасний стан та напрямки розвитку франчайзингу в Україні : тези доповідей І Міжн. наук.-практ. конференції Інноваційні проблеми автоматизації управління бізнесом», Житомир, 20-21 квітня 2007 р. / А. В. Сучков // ПНЗ Інститут підприємництва та сучасних технологій – Житомир: Інститут підприємництва та сучасних технологій, 2007. – С. 205-208.

150. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.

151. Ткаченко Т. І. Теоретико-методологічна сутність туристичної дестинації / Т. І. Ткаченко // Формирования регионального механизма управления народнохозяйственным комплексом Украины // материалы Всеукр. межвуз. науч.-практ. конф., 25 дек. 2003 г. – Симферополь : Таврия-Плюс, 2004. – С. 97-99.

152. Тонкошкур М. В. Основні принципи визначення туристичного потенціалу регіонів України / М. В. Тонкошкур // Комунальне господарство міст: науково-технічний збірник. Випуск 87. Серія: Економічні науки. – Київ, «Техніка», 2009. – С. 446-450.

153. Тонкошкур М. В. Основні пріоритети розвитку туризму в місті Харкові після проведення Євро 2012 / М. В. Тонкошкур // Туризм і місто: аналіз проблем, тенденцій та моделювання розвитку: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп.-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – С. 63-71.

154. Тонкошкур М. В. Особливості функціонування підприємств туристичного комплексу регіону: нові можливості// International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, Part II, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. – P. 158 – 161.

155. Тонкошкур М. В. Региональный аспект развития туризма / М. В. Тонкошкур // Комунальне господарство міст: науково-технічний збірник. Випуск 24. Серія: Економічні науки. – Київ, «Техніка», 2000. – С. 152-155.

156. Тонкошкур М. В. Теоретические аспекты развития городского туризма / М. В. Тонкошкур // Комунальне господарство міст: науково-технічний

збірник. Випуск 37. Серія: Економічні науки. – Київ, «Техніка», 2002. – С. 172-175.

157. Тонкошкур М. В. Удосконалення системи оцінки туристського потенціалу регіонів України як засіб управління регіональним розвитком галузі / М. В. Тонкошкур // Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Харків 28-29 березня. – Х. ХНАМГ, 2013. – с. 10-11.

158. Тонкошкур М. В. Шляхи активізації розвитку міського туризму: психо-демографічний аспект та сегментація туристів / М. В. Тонкошкур // Тенденції та напрямки розвитку туріндустрії України : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського ; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва. ім. О. М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2014. – С. 58-64.

159. Тонкошкур М. В. Аналіз тенденцій розвитку міського туризму: європейський досвід / М. В. Тонкошкур // Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – С. 93-10.

160. Тонкошкур М. В. Використання інноваційних форм управління підприємствами як засіб забезпечення ефективного функціонування туристичного комплексу / М. В. Тонкошкур, І. М. Писаревський // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту, № 19. – Луцьк – 2017. – С. 236–243.

161. Тонкошкур М. В. Дослідження основних тенденцій розвитку міського туризму / М. В. Тонкошкур // XXXV научно-техническая конференция преподавателей, аспирантов и сотрудников Харьковской национальной академии городского хозяйства. Программа и тезисы докладов. Часть 1. Строительство, архитектура, экология, общественные науки (г. Харьков 21-23 апреля 2010 года). – Харьков, ХНАГХ, 2010. – С. 197-198.

162. Тонкошкур М. В. Ефективність продаж турпродукту в Україні: актуальні проблеми співпраці суб'єктів туристського ринку / М. В. Тонкошкур // Економіка. Менеджмент і маркетинг невиробничої сфери: теорія, практика, перспективи. Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих науковців (м. Ялта 17-19 квітня 2009 року). –

Ялта, РВНЗ КГУ, 2009. – С. 287–290.

163. Тонкошкур М. В. Комплексный подход к организации безопасности в туризме / М. В. Тонкошкур, В. В. Абрамов // Туристично-краєзнавчі дослідження. Випуск 2. Серія: економічні науки. – Київ, ЧП «Кармаліта», 1999. – С. 29-41.

164. Тонкошкур М. В. Комплексный подход к развитию туризма / М. В. Тонкошкур, В. В. Абрамов // Коммунальне господарство міст: науково-технічний збірник. Випуск 20. Частина II. – Київ, «Техніка», 1999. – С. 81-86.

165. Тонкошкур М. В. Методичні підходи до оцінки потенціалу туристичного комплексу / М. В. Тонкошкур // Sciences of Europe – Volume 4, № 20 (20) (2017). – Praha, Czech Republic, 2017. – С. 37-41.

166. Тонкошкур М. В. Основні напрями розвитку туризму в м. Харкові: європейський досвід, сучасні тенденції та перспективи / М. В. Тонкошкур // XXXVI научно-техническая конференция преподавателей, аспирантов и сотрудников Харьковской национальной академии городского хозяйства. Программа и тезисы докладов. Часть 1. Строительство, архитектура, экология, общественные науки (г. Харьков 24-26 апреля 2012 года). – Харьков, ХНАГХ, 2012. – С. 173-174.

167. Тонкошкур М. В. Системный подход к вопросам туристско-экскурсионного районирования Украины / М. В. Тонкошкур, В. В. Абрамов // Краєзнавство і туризм: освіта, виховання, стиль життя: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (9-11 листопада 2000 р., м. Херсон). – К.: Видавництво «Карбон Лтд», 2000. – С. 37-44.

168. Тонкошкур М. В. Туристське країнознавство : Підручник / М. В. Тонкошкур, М. М. Покоłodна, І. Л. Полчанінова; Харк. нац. акад. міськ госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 475 с.

169. Тонкошкур М. В. Формування методики оцінки ресурсного потенціалу регіонального туристичного комплексу / М. В. Тонкошкур // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки – Черкаси : ЧДТУ, 2017. – Вип. 45. Том 2. – С. 46-53.

170. Тонкошкур М.В. Основні тенденції функціонування туристичного

ринку в регіонах України / М. В. Тонкошкур // Вісник Хмельницького національного університету: Збірник наукових праць. № 6, Т. 2. – Хмельницький, 2017. – С. 221-232.

171. Топчієв О. Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики / О. Г. Топчієв. – Одеса : Астропринт, 2005. – 432 с.

172. Трамова А. М. Математическое моделирование развития туризма в сфере услуг: [Электронный ресурс] / А. М. Трамова // Сетевой электронный научный журнал «Системотехника». – 2010. – №8. – Режим доступа: <http://systech.miem.edu.ru/2010/tramova.htm>.

173. Требух А. А. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону / А. А. Требух, Н. Б. Бандура // Науковий вісник НДТУ України. – 2010. – С. 265–270.

174. Туристична діяльність в Україні у 2015 році : статистичний бюлетень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/bl/05/bl_td_15.pdf.zip

175. Туристична діяльність в Україні у 2016 році : статистичний бюлетень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/05/bl_td2016_pdf.zip

176. Туристичний портал TripAdvisor [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tripadvisor.com/>

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

178. Ушакова Е. О. Методологические основы оценки ресурсов развития туризма региона : монография // Е. О. Ушакова, И. И. Золотарев, С. А. Вдовин. – Новосибирск: СГГА, 2014. – 194 с.

179. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія / Н. В. Фоменко – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.

180. Хлебников С. С. Состав и структура потенциала туристско-рекреационной территории / С. С. Хлебников // Инновации. Менеджмент.

Маркетинг. Туризм. : Материалы 1-й международной научно-практической конференции. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2013. – С. 266 – 269

181. Ходорков Л. Ф. Мировое гостиничное хозяйство / Л. Ф. Ходорков. – М. : ВКШ по иностранному туризму, 1991. – 248 с.

182. Христов Т. Т. Религиозный туризм : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Т. Т. Христов – М. : Академия, 2005. – 288 с.

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

184. Худолей В. Ю. Розроблення технології кластерного управління розвитком регіональних туристичних систем / В. Ю. Худолей // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції : науковий фаховий журнал. – Херсон, Вид-во Херсонського національного технічного університету МОН України, 2013. – № 12 (01). – С. 83–92.

185. Худолей В. Ю. Діагностика та регулювання розвитку сучасних туристичних комплексів в регіонах держави / В. Ю. Худолей // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції : науковий фаховий журнал. – Херсон, Вид-во Херсонського національного технічного університету МОН України, 2014. – № 13 (02). – Т. 1. – С. 72–81.

186. Цибух В. І. Перспективи туристичної галузі / В. І. Цибух // Дніпро. – 2004. – №3. – С.83 – 87.

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

188. Черемисин П. А. Виды современного туризма / П. А. Черемисин // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2004. – № 25-28. – С. 54-58.

189. Черчик Л. М. Формування ринкових відносин у рекреаційному природокористуванні / Л. М. Черчик. – Луцьк : ЛДТУ, 2006. – 352 с.

190. Чеченя О. В. Суспільно-географічне дослідження національного туризму України в регіональному вимірі : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 «Економічна та соціальна географія» / О. В. Чеченя. - Київ. нац.

ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2014.- 21 с.

191. Шаблій О. І. Суспільна географія : теорія, історія, українознавчі студії / О. І. Шаблій – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2001. – 744 с.

192. Швець Ю. Методологические проблемы исследования и регионального управления конкурентоспособностью туристических услуг / Ю. И. Швець; под. ред. Я. Б. Олейника. – К. : ВГЛ Обрії, 2005. – 240 с.

193. Шиманська В. В. Дослідження чинників формування конкурентоспроможного туристичного комплексу України / В. В. Шиманська // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 5. – С. 132-140. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2012_5_16.

194. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону : монографія / за ред. доктора економічних наук, професора Школи І.М. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2007. – 292 с.

195. Шпак Л. О. Регулювання економічного розвитку туристично-рекреаційних комплексів регіонів України: методологія формування, теорія та практика / Л. О. Шпак. – Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2014. – 324 с.

196. Шульга В. П. Суспільно-географічне дослідження екологічного туризму Сумської області : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 «Економічна та соціальна географія» / В. П. Шульга. - Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2014.- 20 с.

197. Шульгіна Л. М. Маркетинг. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія / Л. М. Шульгіна. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 596 с.

ДОДАТКИ

Додаток А 1

Список публікацій за темою дисертації

1. Тонкошкур М. В. Аналіз тенденцій розвитку міського туризму: європейський досвід / М. В. Тонкошкур // Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – с. 93-10.
2. Тонкошкур М. В. Основні пріоритети розвитку туризму в місті Харкові після проведення Євро 2012 / М. В. Тонкошкур // Туризм і місто: аналіз проблем, тенденцій та моделювання розвитку: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – с. 63-71.
3. Тонкошкур М. В. Шляхи активізації розвитку міського туризму: психо-демографічний аспект та сегментація туристів / М. В. Тонкошкур // Тенденції та напрямки розвитку туріндустрії України : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського ; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва. ім. О. М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2014. – с. 58-64.
4. Тонкошкур М. В. Комплексный подход к развитию туризма / М. В. Тонкошкур, В. В. Абрамов // Коммунальное хозяйство міст: науково-технічний збірник. Випуск 20. Частина II. – Київ, «Техніка», 1999. – с. 81-86. Особисто автором запропоновано шляхи щодо активізації розвитку туризму.
5. Тонкошкур М. В. Региональный аспект развития туризма / М. В. Тонкошкур // Комунальне господарство міст: науково-технічний збірник. Випуск 24. Серія: Економічні науки. – Київ, «Техніка», 2000. – с. 152-155.
6. Тонкошкур М. В. Теоретические аспекты развития городского туризма / М. В. Тонкошкур // Комунальне господарство міст: науково-технічний збірник. Випуск 37. Серія: Економічні науки. – Київ, «Техніка», 2002. – с. 172-175.
7. Тонкошкур М. В. Основні принципи визначення туристичного потенціалу регіонів України / М. В. Тонкошкур // Комунальне господарство міст: науково-технічний збірник. Випуск 87. Серія: Економічні науки. – Київ, «Техніка», 2009. – с. 446-450.

8. Тонкошкур М. В. Використання інноваційних форм управління підприємствами як засіб забезпечення ефективного функціонування туристичного комплексу / М. В. Тонкошкур, І. М. Писаревський // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту, № 19. – Луцьк – 2017. – с. 236–243. Особисто автором запропоновано створення регіонального туристичного франчайзингового бренду.

9. Тонкошкур М.В. Основні тенденції функціонування туристичного ринку в регіонах України / М. В. Тонкошкур // Вісник Хмельницького національного університету: Збірник наукових праць. № 6, Т. 2. – Хмельницький, 2017. – с. 221-232.

10. Тонкошкур М. В. Формування методики оцінки ресурсного потенціалу регіонального туристичного комплексу / М. В. Тонкошкур // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки – Черкаси : ЧДТУ, 2017. – Вип. 45. Том 2. – с. 46-53.

11. Тонкошкур М. В. Методичні підходи до оцінки потенціалу туристичного комплексу / М. В. Тонкошкур // Sciences of Europe – Volume 4, № 20 (20) (2017). – Praha, Czech Republic, 2017. – с. 37-41.

Відомості про апробацію результатів дисертації

1. Тонкошкур М. В. Комплексный подход к организации безопасности в туризме / М. В. Тонкошкур, В. В. Абрамов // Туристично-краєзнавчі дослідження. Випуск 2. Серія: економічні науки. – Київ, ЧП «Кармаліта», 1999. – с. 29-41. Особисто автором розроблено етапи організації безпеки в туризмі

2. Тонкошкур М. В. Системный подход к вопросам туристско-экскурсионного районирования Украины / М. В. Тонкошкур, В. В. Абрамов // Краєзнавство і туризм: освіта, виховання, стиль життя: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (9-11 листопада 2000 р., м. Херсон). – К.: Видавництво «Карбон Лтд», 2000. – с. 37-44. Особисто автором запропонований принцип системного підходу щодо туристського районування

3. Тонкошкур М. В. Ефективність продаж турпродукту в Україні: актуальні проблеми співпраці суб'єктів туристського ринку / М. В. Тонкошкур // Економіка. Менеджмент і маркетинг невиробничої сфери: теорія, практика,

перспективи. Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих науковців (м. Ялта 17-19 квітня 2009 року). - Ялта, РВНЗ КГУ, 2009. – с. 287–290.

4. Тонкошкур М. В. Дослідження основних тенденцій розвитку міського туризму / М. В. Тонкошкур // XXXV научно-техническая конференция преподавателей, аспирантов и сотрудников Харьковской национальной академии городского хозяйства. Программа и тезисы докладов. Часть 1. Строительство, архитектура, экология, общественные науки (г. Харьков 21-23 апреля 2010 года). – Харьков, ХНАГХ, 2010. – с. 197-198.

5. Тонкошкур М. В. Основні напрями розвитку туризму в м. Харкові: європейський досвід, сучасні тенденції та перспективи / М. В. Тонкошкур // XXXVI научно-техническая конференция преподавателей, аспирантов и сотрудников Харьковской национальной академии городского хозяйства. Программа и тезисы докладов. Часть 1. Строительство, архитектура, экология, общественные науки (г. Харьков 24-26 апреля 2012 года). – Харьков, ХНАГХ, 2012. – с. 173-174.

6. Тонкошкур М. В. Удосконалення системи оцінки туристського потенціалу регіонів України як засіб управління регіональним розвитком галузі / М. В. Тонкошкур // Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Харків 28-29 березня. – Х. ХНАМГ, 2013. – с. 10-11.

7. Тонкошкур М. В. Особливості функціонування підприємств туристичного комплексу регіону: нові можливості / М. В. Тонкошкур // International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, Part II, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. – p. 158 – 161.

8. Семінар кафедр туризму і готельного господарства, менеджменту і адміністрування, економіки підприємств міського господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова, економіки та менеджменту ХНУ імені В. Н. Каразіна, економіки та оцінки майна підприємств Харківського національного економічного університету імені С. Кузнеця, (м. Харків, 29 листопада 2017 р, протокол № 7 від 29.11.17 р.).

Опитувальна анкета експертів

лікувально-оздоровчий	ліповий	культурно-пізнавальний	природно-рекреаційний	подійово-розважальний	спортивно-оздоровчий
природно-кліматичні					
водні					
ландшафтні					
кліматичні					
флористичні					
бальнеологічні					
природно-антропологічні					
ботанічні та зоопарки					
заповідники та національні парки					
садово-паркові комплекси					
історико-культурні					
архітектурні					
культурно-історичні					
біосоціальні					
історико-подійові					
туристична інфраструктура					
заклади розміщення					
заклади харчування					
організатори туризму					
транспортна та супутня інфраструктура					
аеропорти та вокзали					
дороги					
міський та міжміський транспорт					
страхові компанії та банки					
іміджево-інформаційні центри розваг					
сучасно-подійові ресурси					
виставкові центри					
рекламно-іміджеві заходи					
людські ресурси					

Дякуємо за відповіді та сприяння проведенню дослідження

АНКЕТА

Експерт _____

Вкажіть яку організацію ви представляєте

туроператор	турагент	франчайзингова мережа	колективний заклад розміщення	державний (регіональний) орган влади	викладач ВНЗ

1) Будь ласка оцініть за п'ятибальною шкалою фактичний попит та перспективи розвитку певних видів туризму:

- дуже високий рівень – 5 балів;
- високий рівень – 4 бали;
- середній рівень – 3 бали;
- низький рівень – 2 бали;
- мінімальний рівень – 1 бал.

Види туризму	Фактичний попит (відповідно до Ваших спостережень та рівня продажу у Вашій компанії)	Перспективність виду туризму на регіональному рівні
лікувально-оздоровчий		
діловий		
культурно-пізнавальний		
природно-рекреаційний		
подійово-розважальний		
спортивно-оздоровчий		

2) Будь ласка, оцініть за п'ятибальною шкалою рівень залежності певного виду туризму від окремого типу туристичних ресурсів:

- головний чинник – 4 бали;
- дуже важливо – 3 бали;
- достатньо важливо – 2 бали;
- має непрямої вплив – 1 бал;
- не важливо – 0 балів.

Відомості про апробацію



000002071

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
імені О. М. Бекетова

61002, м. Харків, вул. Маршала Бажанова, 17,
тел. (057) 706-15-37, факс (057) 706-15-54
E-mail: rectorat@kname.edu.ua,
код ЄДРПОУ 02071151

MINISTRY OF EDUCATION AND
SCIENCE OF UKRAINE

O.M. BEKETOV NATIONAL UNIVERSITY
OF URBAN ECONOMY
IN KHARKIV

17, Marshala Bazhanova Street, Kharkiv 61002,
tel. (057) 706-15-37, fax (057) 706-15-54
E-mail: rectorat@kname.edu.ua,
EDRPOU code 02071151

Від 26.10.17 № 2131

На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження у навчальний процес
результатів дисертаційної роботи

Ректорат Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова підтверджує впровадження у навчальний процес результатів дисертаційної роботи здобувача кафедри туризму і готельного господарства Тонкошука Максима Васильовича на тему: «Забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону» зі спеціальності 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка при викладенні таких дисциплін, як «Планування та організація туристських маршрутів», «Туристське країнознавство», «Технологія туристської діяльності».

Дисертаційна робота містить нові теоретико-методичні та практичні розробки, які дозволяють поглибити рівень знань і вмінь студентів у процесі виконання розрахунково-графічних завдань і курсових робіт.



Ректор

В.М. Бабаєв

Відомості про апробацію



УКРАЇНА

**ХАРКІВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
УПРАВЛІННЯ КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ**

площа Свободи, 5, Держпром, 1-й під'їзд, 4-поверх, м. Харків, 61022, тел./факс 705-21-16
E-mail: dkit@kharkivoda.gov.ua

03.11.2017 № 03-32-2848
На № _____ від _____

ДОВІДКА

**про впровадження результатів дисертаційної роботи
здобувача кафедри туризму і готельного господарства Харківського
національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова
Тонкошкура Максима Васильовича
на тему: «Забезпечення функціонування туристичного комплексу
регіону»**

Основні положення та висновки дисертаційної роботи Тонкошкура Максима Васильовича на тему: «Забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону» були розглянуті і прийняті для можливого використання у роботі спеціалізованого підрозділу Управління культури і туризму Харківської обласної державної адміністрації, зокрема Обласного комунального закладу «Харківський організаційно-методичний центр туризму».

До результатів, які заслуговують реалізації слід віднести:
обґрунтування та пропозиції щодо класифікації видів туризму в контексті забезпечення ефективного функціонування туристичного комплексу регіону;

методичний підхід щодо комплексної оцінки ресурсного потенціалу туристичного комплексу регіону на основі використання критеріїв оцінки із визначенням їх вагової значимості в контексті розвитку окремих видів туризму;

принципи та механізм формування туристичного профілю регіонального комплексу.

Довідка видана для подання у спеціалізовану вчену раду для захисту дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальності 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.

Довідка видана без фінансових зобов'язань перед автором.

**Начальник Управління
культури і туризму**



О.А. Яцина

Відомості про апробацію

(057) 737-10-80
 (093) 514-80-80
 (095) 514-80-80
 (097) 514-80-80

**Навігатор
Україна**
ТУРОПЕРАТОР



Туроператор "Навігатор Україна"
 61001, Харків, ул. Плехановская, 65
 order@navigator-ukraine.com.ua
 www.navigator-ukraine.com.ua

06.11.2014 року № 44-11-17

На № _____ від _____

ДОВІДКА

**про впровадження результатів дисертаційної роботи
 здобувача кафедри туризму і готельного господарства Харківського
 національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова
 Тонкошкура Максима Васильовича
 на тему: «Забезпечення функціонування туристичного комплексу
 регіону»**

Основні положення та висновки дисертаційної роботи Тонкошкура Максима Васильовича на тему «Забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону» були розглянуті й прийняті для використання в роботі Товариства з обмеженою відповідальністю «Навігатор Україна» (туроператорська ліцензія № 566258 від 05.11.2010)

До результатів, які заслуговують на реалізацію, слід віднести принципи визначення пріоритетних видів і напрямів туризму для туристичного комплексу регіону. Використання запропонованої методики забезпечує чітке розуміння пріоритетних і найбільш привабливих видів і напрямів туризму для кожного регіону, територією яких проходять туристичні маршрути, сприяє формуванню більш якісних за змістом програм обслуговування туристів.

Таким чином, результати дослідження, наведені в дисертаційній роботі Тонкошкура Максима Васильовича на тему «Забезпечення функціонування туристичного комплексу регіону», мають не тільки теоретичну, а й практичну значимість, що дає можливість організаторам туризму – туроператорам, зокрема ТОВ «Навігатор Україна», у подальшому формувати нові тури, базуючись на даних пропозиціях.

Довідка видана для подання в спеціалізовану вчену раду для захисту дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 – «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка»

Довідка видана без фінансових зобов'язань перед автором.

Директор ТОВ «Навігатор Україна»



Оленко К.О.