

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

Рябєв Антон Анатолійович

УДК 330.34:338.49

ДИСЕРТАЦІЯ
ФОРМУВАННЯ СКЛАДОВИХ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В
РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

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 _____ А.А. Рябєв

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

ХАРКІВ – 2018

АНОТАЦІЯ

Рябєв А. А. Формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. – Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Харків, 2018. – ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”, Івано-Франківськ, 2018.

Формування національної туристичної індустрії є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які генерують потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги. Національний ринок туристичних послуг є наслідком загального соціально-економічного розвитку людства і формування потреби у населення країни в туризмі як формі проведення дозвілля в подорожах.

Досліджувана динаміка змін туристичних потоків в регіонах України за період 2001-2016 рр. має не стійкий характер з тенденцією до зростання, рис. 1. Це підтверджує актуальність формування стратегії розвитку туристичної галузі в регіонах країни з метою покращення стану їх економіки.

Прийнято аксіоматично, що змістом стратегії є комплекс заходів, які спрямовані на досягнення поставленої мети. Це, у свою чергу, дало змогу укласти концепт формування регіональної стратегії розвитку туризму, який наголошує, що стратегічні пріоритети розвитку туризму мають співпадати зі стратегією розвитку регіону та враховувати його соціально-економічні, історико-культурні та природно-географічні особливості.

Узагальнення світового досвіду розвитку туризму дало змогу дійти висновку про неоднорідність та нерівномірність туристичних потоків по географічних регіонах. На щільність туристичних потоків чинять вплив як зовнішні, так і внутрішні фактори. Регіони України суттєво відрізняються за складом видів туризму. Це, на сам перед, пов’язано з відмінністю географічних

та соціально-економічних умов їх функціонування.

Удосконалено теоретико-методичний підхід до імплементації світового досвіду розвитку туризму у регіональні економічні системи України, який відрізняється від існуючих тим, що містить у підґрунті динаміку та характеристики туристичних потоків по країнах світу, що дало змогу поділити регіони України на три групи за ознакою наявних видів туризму, а саме: однорідні – у яких розвинуто види туризму, що потребують однакових за складом ресурсів (до цієї групи віднесено Закарпатський, Волинський регіони), різноманітні – у яких представлено практично всі види туризму (Київський, Одеський, Львівський, Харківський регіони) та не розвинуті - зі слабо розвинутою туристичною діяльністю (Кіровоградський, Сумський регіони).

Визначено, що держава у значній мірі регулює розвиток туристичної діяльності в регіонах України, про що свідчать відповідні державні програми. Однак, реформа децентралізації влади внесла значні зміни у цей процес. Визнано, що регулювання ринку туристичних послуг є функцією, яка уособлює процес реалізації комплексу взаємопов'язаних заходів правового та виконавчого характеру з метою спрямовування розвитку ринкових відносин, які виникають в процесі виробництва і споживання туристичних послуг, у напрямку досягнення встановлених цілей на загальнодержавному та місцевому рівнях. Отже, стратегічне управління розвитком туризму в регіонах країни залежить від пріоритетів їх розвитку.

При цьому завданням регіональної стратегії стає визначення пріоритетних напрямків розвитку туризму, серед яких: створення привабливих умов для подорожуючих, підвищення рівня добробуту громадян, що проживають на даній території, вирішення їх соціальних проблем на основі підвищення ефективності функціонування регіональної економічної системи шляхом ефективного використання туристичних ресурсів і задоволення споживчого попиту у довгостроковій перспективі.

На основі узагальнення світового досвіду зроблено висновок про те, що показником потенціалу розвитку туристичної сфери є витрати громадян на

відпочинок по країнах світу. На основі їх співставлення виокремлено стратегічні альтернативи розвитку туристичної сфери. Складено порівняльну характеристику маркетингової та стратегічної сегментації діяльності представників туристичної сфери. Виокремлено основні критерії розмежування туристичної діяльності, що дало змогу у подальшому визначити детермінанти успіху туристичних закладів для кожного з напрямків їх діяльності. Визначено процеси, на які спрямовано стратегічну сегментацію туристичної галузі.

Доведено, що найбільш ефективним інструментом розвитку туризму в регіонах України є програмно-цільовий підхід.

Для докладного розгляду розвитку туристичної сфери в регіонах України в роботі узагальнено існуючі на теперішній час механізми розвитку туристичної галузі та дано їх вичерпну характеристику. Розглянуто комунікаційні зв'язки між суб'єктами при розробці та впровадженні регіональних програм розвитку туризму.

Укладено та систематизовано перелік діючих регіональних програм розвитку туризму і курортів в Україні станом на 2017 рік. В якості прикладу розглянуто Івано-Франківську область, яка розташована на території Прикарпаття та має значний туристичний потенціал. Виокремлено пріоритетні напрями розвитку туризму виходячи зі складу стратегії соціально-економічного розвитку адміністративної території. Розроблено методичний підхід до формування пріоритетних напрямків розвитку туризму, який, на відміну від існуючих, містить у підґрунті порядок формування програми та реалізації заходів регіонального розвитку туризму.

Отримано змогу визначення комплексу пріоритетів та прогнозованих ефектів від реалізації програм регіонального розвитку туризму.

Визначено склад інфраструктури туристичної галузі та доведено, що готельне господарство є тією складовою, стан якої визначає спроможність регіону до розвитку туризму. Дано визначення змісту складових туристичного потенціалу територій.

Уточнено компонентний склад оцінки якості послуг представників

готельно-ресторанного бізнесу регіону, що дозволило визначити порядок реалізації процесу позиціонування туристичних послуг на підґрунті визначення стану та динаміки розвитку готельного господарства в регіонах України, як складової туристичної галузі.

Розроблено методичний підхід до визначення регіонів-лідерів за кількістю готелів та місць у колективних засобах розміщування громадян, який, на відміну від існуючого, містить у підґрунті встановлення рангу кожного з регіонів виходячи з кількості розміщених у колективних засобах розміщування громадян.

У групі лідерів за даними 2016 р. опинились Івано-Франківський, Одеський, Київський, Дніпропетровський регіони. Серед них Івано-Франківський, та Київський регіон набули найбільшого прогресу в групі лідерів піднявшись на три позиції в рейтингу. В середній групі відбувались незначні різноспрямовані коливання.

В групі аутсайдерів знаходяться Чернігівський, Кіровоградський, Сумський, Донецький та Луганський регіони. Регіони-аутсайдери мають стабільні позиції окрім Донецького та Луганського, які втратили 19 та 6 позицій відповідно.

Такий підхід дозволив сформувати складові ефективної діяльності представників туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

У ході дослідження висунуто припущення, що регіональна політика розвитку туризму має спиратися на наявні ресурси розвитку галузі. Серед них є такі специфічні складові, як розміщення закладів сфери туризму та їх віддаленість від регіональних центрів. У зв'язку з цим виокремлено фактори, які притаманні регіональним соціально-економічним системам, що чинять вплив на формування складових регіональної політики розвитку туризму.

Визначено наявність впливу територіального розміщення на результативність діяльності закладів сфери туризму в регіонах України. Доведено, що великого значення у процесі розвитку туризму набуває транспортна інфраструктура регіону, яка стає визначальним фактором разом із

ступенем розвитку готельного бізнесу. Отже, зроблено припущення, що основними стратегічними пріоритетами розвитку туризму в регіонах України стають транспортна інфраструктура та готельний бізнес.

З метою доведення чи спростування припущення про пріоритетну роль готельного бізнесу у процесі розвитку туризму розроблено методичний підхід до моделювання впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України.

Точність моделі не дає підстав для побудови прогнозу, але залежність довела наявність впливу динаміки показників, що характеризують готельне господарство та підтвердила припущення, що не лише щільність, але й якість послуг готельного бізнесу складають стратегічні пріоритети розвитку туризму в регіонах України. Модель демонструє, що збільшення кількості готелів в регіонах призводить до збільшення іноземних туристів. Навпаки, скорочення кількості готелів в регіонах призводить до скорочення кількості іноземних туристів.

Узагальнення накопиченого досвіду щодо розвитку туризму в регіональних соціально-економічних системах було сформовано склад заходів досягнення цілей регіонального туризму згідно з концепцією сталого розвитку регіонів.

Дано визначення характеристик регіону, що є сприятливими для туристичної діяльності. Визначено послідовність етапів побудови карти позиціонування відповідності характеристики регіону певним видам туристичної діяльності. Проведено розподіл видів туризму за регіонами України. Виходячи з отриманих результатів визначено складові компоненти гостьових послуг, що є сприятливими для відповідних видів туристичної діяльності, що склало підґрунтя методичного підходу до обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку готельного господарства в регіонах зі сприятливими умовами для розвитку туризму. Визначено критерії оцінювання якості послуг сфери готельно-ресторанного бізнесу та проведено аналіз компонент гостьових послуг у відповідності до пріоритетних видів туризму в

регіонах.

Відзначимо, що для аналізу потреб туристів у компонентах гостьових послуг не аналізуються екологічний, освітній та подієвий види туризму, оскільки означені види припускають проживання в нетипових закладах гостинності.

Визначено критерії оцінювання якості послуг сфери готельно-ресторанного бізнесу та проведено аналіз компонент гостьових послуг за нормалізованими результатами експертного опитування, що було складено виходячи з відгуків споживачів у інтернет-ресурсах. Експертне оцінювання виконано у відповідності до пріоритетів розвитку туризму в регіонах.

Показники дають змогу визначити більш повний набір послуг для задоволення відповідних груп туристів.

На наступному етапі здійснюється оцінка відповідності наявного набору послуг, визначеному на попередньому етапі, еталонному складу послуг для задоволення відповідних груп туристів. Оцінка компонент гостьових послуг за видами туристичної діяльності має сприяти підвищенню повноти та відповідно якості готельного обслуговування, виходячи зі специфіки виду туризму.

Здійснено вибір стратегічних напрямів підвищення якості готельного господарства, виходячи зі специфіки пріоритетних видів туризму в регіоні, за допомогою виявлених часткових показників, рівень яких був нижчим за середній. Визначено набір послуг, які в першу чергу потребують туристи для покращення якості суб'єктів готельного бізнесу в регіоні.

Результати визначення характеристики якості послуг сфери гостинності, на основі оцінки запропонованого компонентного складу послуг розділено на: низьку, середню, високу потребу у відповідній послугі серед клієнтів готелів на території регіону.

Низька потреба означає, що серед споживачів готельних послуг, за результатами дослідження, майже не зустрічаються відгуки, які її стосуються, тобто ця послуга не викликає споживчий інтерес.

Висока потреба у відповідній послугі серед клієнтів готелів викликає

жвавi відгуки споживацької аудиторії, як позитивного, так і негативного характеру, але у даному разі характер відгуку не є предметом дослідження, адже важливою є його наявність або відсутність.

Середня потреба у відповідній послугі характеризується не значною кількістю відгуків споживачів з даного приводу у загальній кількості відгуків.

Запропонований підхід до оцінки послуг сфери готельно-ресторанного бізнесу надасть можливість представникам цієї діяльності визначити пріоритети для максимального задоволення потреб споживачів. Такі заходи сприяють підвищенню якості готельних послуг та покращенню конкурентних позицій регіону.

Ранжування компонент гостьових послуг у відповідності до пріоритетних видів туризму у регіонах стало основою визначення стратегічних підцілей розвитку готельного господарства, як стратегічного пріоритету розвитку туризму в регіональних соціально-економічних системах України.

ANNOTATION

Ryabev A.A. Formation of components of tourism development strategy in the regions of the Ukraine. – The manuscript.

Thesis for the degree of candidate of economic sciences in specialty 08.00.05 - development of productive forces and regional economy. - Kharkiv National University of Municipal Economy named after A.M. Beketov, Kharkiv, 2018. - DVNZ "Prikarpaty National University named after Vasyl Stefanyk", Ivano-Frankivsk, 2018.

Formation of the national tourism industry is the result of a complex interaction of internal and external social and economic processes that generate the need for tourism and shape demand for tourist services. National tourism market is a consequence of the general socio-economic human development and formation needs of the population in tourism as a form of leisure traveling.

The study dynamics of changes in tourist flows in regions Ukraine for the period 2001-2016 gg. Is not sustainable with a tendency to grow rate. 1. This confirms the relevance of development strategy of the tourism industry in the regions in order to improve the state of their economy.

It is axiomatic that the content strategy is a set of measures aimed at achieving this goal. This, in turn, made it possible to conclude the concept of forming a regional tourism development strategy, which stresses that the strategic priorities of tourism development should be consistent with the development strategy of the region and take into account the socio-economic, historical, cultural and natural geographical features.

The generalization of world experience of tourism allowed to conclude irregularity and heterogeneity of tourist flows by geographic region. The density of tourist flows influencing both external and internal factors. Regions of Ukraine differ significantly in composition of tourism. This alone before, due to the difference in geographical and socio-economic conditions of their operation.

The theoretical and methodological approach to the implementation of international experience of tourism development in the regional economies of Ukraine, which is different from the existing order containing the grounds dynamics

and characteristics of tourist flows in the world, allowing us to share regions of Ukraine in three groups on the basis of the available types of tourism, namely uniform - have developed forms of tourism which require the same composition of resources (this group included Transcarpathian, Volyn region) variety - which presents great cally all kinds of tourism (Kyiv, Odessa, Lviv, Kharkiv regions) and not developed - with weakly developed tourist activities (Kirovograd, Sumy regions).

It was determined that the state largely regulates the development of tourism in the regions of Ukraine, as evidenced by relevant government programs. However, the decentralization of power reform has made significant changes in the process. It is recognized that the regulation of the tourist market is a function that represents the process of implementation of the complex of interrelated activities, legal and executive function to guiding the development of market relations that occur in the production and consumption of tourist services towards achieving set targets at the national and local levels. Thus, strategic management, tourism development in the regions depends on the priorities of their development.

The task of the regional strategy is to identify priority areas for tourism development, including: the creation of favorable conditions for travelers, improving the welfare of citizens living in the area, solving their social problems by improving the efficiency of the regional economic system through the effective use of tourism resources and meet consumer demand in the long term.

On the basis of summarizing world experience concluded that the potentials of tourism industry is the cost of citizens on holiday in the world. Based on their comparison singled strategic alternatives tourism development. Done comparative characteristics of marketing and strategic business segmentation representatives of the tourism industry. Singled out the basic criteria for demarcation of tourism, which helped to further identify the determinants of success of tourist facilities for each of the areas of their activities. Defined process, which aims strategic segmentation of the tourism industry.

It is proved that the most effective tool for development of tourism in the regions of Ukraine are target-oriented approach.

For a detailed consideration of tourism development in the regions of Ukraine are summarized in the present existing mechanisms of the tourism industry and their detailed description given. We consider communication links between actors in the design and implementation of regional programs of tourism development.

Done and systematized existing regional programs for the development of tourism and resorts in Ukraine as of 2017. As an example, considered the Ivano-Frankivsk region, which is located in the Carpathian and has significant tourism potential. Singled out priority areas for tourism development based strategy from the socio-economic development of administrative area. The methodical approach to the priority areas of tourism, which, unlike the existing grounds includes the order of formation programs and implementation of measures for regional tourism development.

An opportunity to set priorities and determine the predicted effects of the implementation of programs for regional tourism development.

The composition of the infrastructure of the tourism industry and proved that hospitality is that part, the state of which determines the ability of the region to tourism development. The definition of the content components of tourism potential areas.

Component composition specified quality evaluation services to the hotel and restaurant business in the region, allowing to determine the order of realization of the process of positioning tourism in the grounds of determining the status and dynamics of the hotel industry in the regions of Ukraine, as part of the tourism industry.

The methodical approach to determining the leading regions by the number of hotels and seats in the collective arrangement of vehicles citizens who, unlike the existing one, includes establishing grounds rank each region based on number placed in collective arrangement of vehicles citizens.

The group leaders according to 2016 found themselves Ivano-Frankivsk, Odesa, Kyiv, Dnipropetrovsk regions. Among them, Ivano-Frankivsk and Kyiv region were most progress in the group of leaders climbed three positions in the ranking. In the middle group took place opposite minor fluctuations.

In the group are outsiders Chernihiv, Kirovohrad, Sumy, Donetsk and Lugansk regions. Regions, outsiders have stable position except Donetsk and Luhansk who lost 19 and 6 positions, respectively.

This approach allowed to form pputs the effective operation of members of the tourism, hotel and restaurant business.

The study suggested that regional tourism development policy should be based on the available resources of the industry. These include specific components such as accommodation establishments of tourism and its distance from regional centers. In this regard singled factors inherent in regional socio-economic systems that have an impact on the formation of regional policy components of tourism development.

Determined influence spatial distribution presence on the impact of tourism facilities in the regions of Ukraine. Proved that the importance of the development of tourism in the region gets transport infrastructure, which is the determining factor, together with the degree of development of hotel business. Therefore, it is assumed that the main strategic priorities for tourism development in the regions of Ukraine are transport infrastructure and hotel business.

In order to prove or deny the assumption hospitality priority role in the development of tourism methodical approach to modeling of business hotel business to tourism development in the regions of Ukraine.

The accuracy of the model provides no basis for forecasting, but addiction has proved the presence influence the dynamics of indicators characterizing the hotel and confirmed the assumption that not only density but also the quality of hospitality services make the strategic priorities of tourism development in the regions of Ukraine. The model shows that increasing the number of hotels in the region leads to an increase in foreign tourists. Conversely, reducing the number of hotels in the region leads to a reduction in the number of foreign tourists.

Synthesis of experience on the development of tourism in regional socio-economic systems were formed composition measures to achieve the objectives of regional tourism under the concept of sustainable development of regions.

The definition of the characteristics of the region, which is favorable for

tourism activities. The sequence of steps for constructing maps positioning characteristics of the region according to certain types of tourism. A distribution of tourism by region of Ukraine. Based on the results obtained, the constituents of guest service that is favorable for the respective types of tourism, accounting basis methodical approach to the study of priority areas of the hotel industry in regions with favorable conditions for tourism development. The criteria of evaluation of service quality in hospitality and restaurant business and the analysis component of guest services in accordance with the priority of tourism in the region.

Note that the analysis needs of tourists in guest services components not analyzed environmental, educational and event tourism, as expressed by species suggest unusual accommodation establishments of hospitality.

The criteria of evaluation of service quality in hospitality and restaurant business and the analysis component of guest services at the normalized results of a poll that was prepared based on customer feedback to Internet resources. Expert assessment is made in accordance with the priorities of tourism development in the regions.

Indicators let you define a complete set of services to meet the respective groups of tourists.

At the next stage the conformity assessment existing set of services defined in the previous step, reference composition services to meet the respective groups of tourists. Assessment component of guest services by type of tourism should enhance the completeness and adequate quality hotel service, based on the specific type of tourism.

The choice of strategic directions of improving the quality of the hotel industry, based on the specific priorities of tourism in the region, with the identified partial indicators, the level of which was lower than average. Defined set of services, which are primarily tourists need to improve the quality of the hotel business in the region.

The results determine the characteristics of service quality hospitality areas, based on the assessment of the proposed services component composition is divided

into: low, medium, high demand in the relevant customer service among hotels in the region.

Low requirement means that hotel services among consumers, according to the survey, almost never occur reviews that relate to it, that this service does not cause consumer concern.

The high demand in the relevant customer service among hotels is brisk consumer audience feedback, both positive and negative, but in this case the nature of response is not the subject of research, as important is its presence or absence.

The average need for adequate service is not characterized by a significant number of consumer reviews on this subject in the total number of reviews.

The approach to evaluation services in hospitality and restaurant business will allow members of this activity to define priorities to maximize customer satisfaction. These measures contribute to improving the quality of hotel services and improve the competitive position of the region.

Ranking of guest services component in accordance with the priority of tourism in the region was the basis for the definition of sub-strategic hotel management as a strategic priority for tourism development in regional socio-economic system of Ukraine.

Список праць за темою дисертації:

Розділи у колективних монографіях:

1. Рябев А. А. Використання реклами та інформаційних систем з метою створення позитивного іміджу туристських підприємств в регіоні / А. А. Рябев // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – С.34-55.
2. Рябев А. А. Створення малих готелів як фактор розвитку Харківського регіону / А. А. Рябев // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – С.248-258.
3. Рябев А. А. Розвиток хостелів в м. Харкові, як ефективний шлях управління попитом на послуги підприємств готельного господарства / А. А. Рябев // Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – С. 220-228.
4. Рябев А. А. Оцінка конкурентоспроможності об'єктів готельного господарства Харківського регіону / А. А. Рябев // 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. 155-168.
5. Рябев А.А. Нормативно-правове забезпечення діяльності готельного господарства / А. А. Рябев // Тенденції та напрямки розвитку туриндустрії України : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. унт. міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ, 2014. – С. 157-172.

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Рябев А. А. Повышение эффективности реализации инвестиционных проектов реконструкции санаторно-курортных комплексов. / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Коммунальное хозяйство городов, научно-технический сборник, вып. 87. – К.: Техника 2009. – С. Особистий внесок автора: обґрунтовано доцільність реконструкції санаторно-курортних

комплексів як складової туристичної сфери.

2. Рябев А. А. Повышение эффективности использования номерного фонда санаторно-курортного комплекса в рамках проведения «Евро - 2012». / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Збірник наукових статей „Управління розвитком” № 6. Секція 2 „Значення побудови туристичної інфраструктури в рамках „Евро-2012”. – Х.: Харківський національний економічний університет, 2009. – С. 48. Особистий внесок автора: доведено доцільність використання санаторно-курортних комплексів як складової готельного господарства регіону.

3. Рябев А.А. Современные экономические проблемы Украины и пути их решения /А. А. Рябев, В. І. Торкатюк, А. Л. Шутенко и др.// Коммунальное хозяйство городов. Научн.-техн. сборник. Серия «Экономические науки». Вып. 92. – К.: Техніка, 2010. – С. 160-176. Особистий внесок автора: доведено, що розвиток туристичної діяльності являє собою стратегічний пріоритет розвитку економіки.

4. Рябев А. А. Организация устойчивого развития регионов Украины на основе управления рисками общественного развития / А. А. Рябев, Л. М. Шутенко, В. І. Торкатюк и др. // Коммунальное хозяйство городов. Научн.-техн. сборник. Вып. 94. – К.: Техніка, 2010. – С. 383-390. Особистий внесок автора: розкрито питання усталеності економічного розвитку та визначено складові усталеного розвитку економіки регіонів.

5. Рябев А. А. Дослідження ринку споживчого попиту на прикладі готельних послуг / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (10) – 2015. – Харків: ХНАДУ, 2015 – С 31-35.

6. Рябев А. А. Досвід стратегії розвитку туризму в регіонах України на основі державної підтримки / А. А. Рябев // Моделювання регіональної економіки. – 2016. – Вип. 2(28). – С.

7. Рябев А. А. Визначення стану та динаміки розвитку готельного господарства регіонів України, як складової туристичної галузі / А. А. Рябев. //

Моделювання регіональної економіки. – 2017. – Вип. 1(29). – С.

8. Рябев А. А. Моделювання впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України. / А.А. Рябев // Інфраструктура ринку. – 2018. - Вип. 18. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://market-infr.od.ua/uk/?utm_campaign=zaproshenya-do-publkats-n&utm_source=sendpulse&utm_medium=email

Статті у наукових виданнях інших держав та виданнях України, які включено до міжнародних наукометричних баз:

9. Рябев А. А. Готельні та хостельні мережі: дослідження споживчого попиту / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №2 (13) , том 1– 2016. – Харків: ХНАДУ, 2016 – С. 94-101. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar)

10. Рябев А. А. Стратегії росту готельного бізнесу. Теорія та практична реалізація на державному рівні / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №1 (16) , 2017. – Харків: ХНАДУ, 2016 – С. 54-60. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar)

11. Рябев А. А. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку кемпінгів у Харківському регіоні / А. А. Рябев, І. Б. Баландіна // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (18), том 1 – 2017. – Харків: ХНАДУ, 2017 – С. 97-103. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar) Особистий внесок автора: доведено важливість розвитку туризму у регіональних економічних системах.

12. Богдан Н. М. Функціонування туристської сфери як фактор розвитку регіональної економіки / Н. М. Богдан, А. А. Рябев // Актуальні

питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарного знання у сучасному інформаційному просторі: національний та інтернаціональний аспекти: зб. наукових праць за заг. ред. д. філос. н. Журби М. А. – Частина 1. – Монреаль : ЦСП «НБК»; Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2016. – С. 239–242. Індексція: Scientific Indexing Services (USA). Особистий внесок автора: доведено, що розвиток туризму є складовою розвитку регіональної економічної системи.

Тези доповідей:

25. Рябев А. А. Классификация гостиниц: некоторые проблемы и пути их решения. / А. А. Рябев // Материалы 34-й научно-технической конференции преподавателей, аспирантов и сотрудников Харьковской национальной академии городского хозяйства. – Харьков: ХНАГХ, 2008. – С. 170-172.

26. Рябев А. А. Повышение эффективности реализации инвестиционных проектов реконструкции санаторно-курортных комплексов / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Стратегічні напрямки підвищення економічної ефективності реалізації інвестиційних будівельних проектів в умовах трансформації економіки України до ринкових відносин: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції.; Секція 2 «Проблеми структурних зв'язків в будівельній галузі та їх удосконалення». Харків: ХНАМГ, 2008 – С. 56-57. Особистий внесок автора: доведено доцільність інвестування у розвиток туристичної діяльності як стратегічний пріоритет розвитку регіональної економічної системи.

27. Рябев А. А. Сталий розвиток санаторно-курортних комплексів за рахунок підвищення ефективності реалізації інвестиційних проектів реконструкції. / А. А. Рябев // Економіка. Менеджмент і маркетинг невиробничої сфери: теорія, практика, перспективи – Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих науковців (м. Ялта, 17-19 квітня 2009 р.). – Ялта, РВНЗ КГУ, 2009. Секція „Сталий розвиток підприємств” – С. 132 – 134.

28. Рябев А. А. Развитие туризма в городе: хостели / А. А. Рябев // XXXV

науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 1. Строительство, архитектура, экология, общественные науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – С. 194 - 195.

29. Рябев А. А. Развитие туризма в период экономической кризиса: хостелы / А. А. Рябев // Материалы XII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (м. Донецк, 13 – 14 квітня 2010 р.). Донецк. ін-т турист. бізнесу. – Донецк, 2010. – С. 72 - 73.

30. Рябев А. А. Проблемы развития жилищно-коммунального хозяйства Украины в современных условиях / А. А. Рябев, В. І. Торкатюк, М. В. Євтушенко и др. // XXXVI науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 3. Экономические науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2012. – С. 109-110. Особистий внесок автора: розглянуто проблеми впливу стану житлово-комунального господарства на розвиток готельного бізнесу.

31. Рябев А. А. Проект создания городского коммунального предприятия «Хостел» / А. А. Рябев // Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 28-29 березня. – Х.: ХНАМГ, 2013. – С. 105-106.

32. Рябев А. А. Щодо приведення стандартів в сфері готельного господарства до фактичних умов праці готельних підприємств: на прикладі ДСТУ 4527 / А. А. Рябев // XXXVII науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 2. Экономические и гуманитарные науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2014. – С. 199-201.

33. Рябев А. А. Формування ринку споживчого попиту готельних послуг. / А. А. Рябев // Економіка та менеджмент: стратегічні імперативи, аналіз тенденцій та перспектив розвитку. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції 05 грудня 2014 року. – Херсон: Тімекс. – 2014. – С. 54-56.

34. Рябев А. А. Визначення і оцінка факторів, що впливають на рівень розвитку готельного господарства / А. А. Рябев // Сучасні напрями інформаційно-

комунікаційних технологій та засобів управління : Матеріали четвертої науково-технічної конференції. – Полтава: ПНТУ; Баку ВА ЗС АР; Белгород: „БєлДУ”; Кіровоград: КЛА НАУ; Харків: ДП „ХНДІ ТМ”, 2014. – С. 80.

35. Рябєв А. А. Актуальність залізничного туризму в Україні: шлях до розвитку / А. А. Рябєв, К. В. Тимофєєва // Materiały XII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Wykształcenie i nauka bez granic - 2016» Volume 5. Ekonomiczne nauki. : Przemysł. Nauka i studia. – С. 13-15. [Електронний ресурс].- Режим доступу:

http://www.rusnauka.com/44_NIOBG_2016/Economics/13_219540.doc.htm .

Особистий внесок автора: розглянуто проблеми транспортної інфраструктури туристичної діяльності.

Рябєв А. А. Дослідження проблем розвитку туристсько-готельного комплексу в сучасних умовах / А. А. Рябєв, Ю. Л. Герасименко, Є. О. Кобзар // Двадцять треті економіко-правові дискусії (економічне спрямування): матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. – Львів, 2017. – С. 22-26 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-2227/> . Особистий внесок автора: доведено, що готельний бізнес є стратегічною складовою розвитку туристичної діяльності.

ЗМІСТ

ВСТУП	22
РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	29
1.1. Визначення стану та особливостей розвитку туризму	29
1.2. Світовий досвід розвитку туристичної галузі та його імплементація на рівень регіональних економічних систем	50
1.3. Практика формування стратегії розвитку туризму в регіонах України на підґрунті його державної підтримки	66
РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ СКЛАДОВИХ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ	101
2.1. Формування стратегічної сегментації діяльності представників туристичної галузі	101
2.2. Програмно-цільовий підхід до розвитку туризму в регіонах	113
2.3. Визначення стану та динаміки розвитку готельного господарства регіонів України, як складової туристичної галузі	131
РОЗДІЛ 3. ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПРІОРИТЕТ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	153
3.1. Визначення впливу територіального розміщення на результативність діяльності закладів сфери туризму в регіонах України	153
3.2. Моделювання впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України	167
3.3. Методичний підхід до обґрунтування стратегічних пріоритетів розвитку готельного господарства в регіонах зі сприятливими умовами для туризму	180
ВИСНОВКИ	200
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	202
ДОДАТКИ	221

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Однією найбільш динамічних сфер економічної діяльності в усьому світі, що виступає лідером з розвитку продуктивних сил та регіональній економіці є туризм. В умовах децентралізації влади істотно зростають вимоги до вибору і реалізації науково обґрунтованих і ефективних стратегій розвитку туризму в регіонах України. Як свідчить світовий досвід велике значення для розвитку туризму має його інфраструктура, яка у значній мірі залежить від підтримки з боку місцевих та регіональних органів влади. У цьому зв'язку постає нагальна проблема формування стратегії розвитку туризму, яка б задовольняла потребам представників туристичного бізнесу та регіону, у якому він розвивається.

Формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України повинне бути сконцентовано на тих напрямках, котрі забезпечують максимальний приплив туристів. Саме тому актуальним є поглиблене вивчення готельного бізнесу як основного елементу інфраструктури туризму та стратегічного пріоритету у забезпеченні його розвитку в регіонах України.

Проблему державної підтримки розвитку складових регіональної економіки розглядали такі вітчизняні фахівці, як: І. Вахович, О. Гонта, П. Гудзь, М. Кизим, Н. Кондратенко, І. Сторонянська, С. Шульц та багато інших.

Вагомий внесок у дослідження теоретико-методичних засад стратегічного управління розвитком туризму в регіональній економічній системі зробили такі автори, як: С. Байлик, Брюс Д. Баскірк, М. Бойко, О. Бейдик, Ф. Букерель, Є. Голубкова, А. Дайан, Е. Забарна, Ю. Занько, Т. Золотарьова, Н. Іл'єнко, О. Карлова, С. Мельниченко, Ю. Морозова, І. Пандяк, С. Панчишина, В. Папш, Х. Рютгер, М. Шпунарська та ін.

Наукова проблематика розвитку готельної діяльності як однієї з основних складових туризму у регіональній економіці висвітлена у працях вітчизняних вчених, таких як: В. Гал'перін, Б. Кандінов, В. Кифяк, О. Любіцева, А. Мазаракі, М. Мальська, Г. Павлова, Н. Паньків, І. Писаревський, Х. Роглев, М. Русинський,

Т. Ткаченко, Н. Чорненька, І. Школа та ін.

Проте, важливі аспекти формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України потребують подальшого дослідження. Зокрема, потребує поглиблення і деталізації визначення впливу готельного бізнесу на туристичні потоки та удосконалення методичних підходів до стратегічного управління його подальшим розвитком.

Недостатня наукова розробленість перелічених питань зумовили актуальність теми наукового дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова та виконана в рамках дербюджетної науково-дослідної роботи за темами: «Тенденції та напрямки розвитку туристської індустрії України» (номер державної реєстрації 0110U007970, 2011 – 2013 рр.), визначено і оцінено фактори, що впливають на розвиток готельного господарства з метою подальшого розвитку туризму в Україні та «Інноваційні процеси розвитку індустрії туризму: теорія, методологія, практика» (номер державної реєстрації 0114U005034, 2014 – 2017 рр.), в якій автор здійснив аналіз перспектив розвитку готельного господарства у вигляді готельних мереж; оцінив рівень задоволення споживчого попиту на послуги готельних та хостельних мереж; дослідив споживчий попит в сфері туризму на прикладі готельних послуг та розробив положення щодо управління готельним бізнесом, як складової стратегії розвитку туризму в Україні.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України.

Для досягнення поставленої мети в дисертації були поставлені та вирішені наступні завдання:

- уточнити склад інфраструктурного забезпечення розвитку туризму в регіонах України;
- узагальнити світовий досвід розвитку туризму у регіональних

економічних системах та імплементувати його у практику вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності;

- розвинути концептуальні положення щодо формування складових регіональної стратегії розвитку туризму;

- доповнити методичне забезпечення групування регіонів за ступенем розвитку готельного бізнесу та здатністю до туристичної діяльності;

- сформувати пріоритетні напрямки розвитку туризму та визначити прогнозовані ефекти від реалізації програм регіонального розвитку;

- оцінити якість послуг сфери готельного бізнесу та проаналізувати склад гостьових послуг у відповідності до пріоритетності видів туризму в регіоні;

- удосконалити аналітичне підґрунтя стратегічного управління розвитком готельного бізнесу як складовою туристичної діяльності.

Об'єктом дослідження є процес формування складових стратегії розвитку туризму в регіоні.

Предметом дослідження є теоретико-методичні підходи та науково-практичні рекомендації щодо визначення пріоритетів розвитку готельного господарства як складової стратегії розвитку туризму в регіоні.

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

Для досягнення поставленої мети та вирішення задач у роботі використано широкий спектр загальних і спеціальних наукових методів, таких як: монографічного та теоретичного узагальнення - для обґрунтування інформаційного забезпечення дисертаційного дослідження; системного аналізу – при виявленні основних ознак туристичної діяльності; регресійного аналізу – для визначення взаємозв'язків між розвитком готельного бізнесу та щільністю туристичних потоків в регіонах України; ранжування – при визначенні регіонів-лідерів за ознакою розвитку готельного бізнесу.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі акти Верховної

Ради України, Укази Президента України, офіційні дані Державної служби статистики України, Міністерства туризму України, Міністерства екології та природних ресурсів України, Міністерства інфраструктури України, Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства, Міністерства економічного розвитку й торгівлі України, Державної служби туризму і курортів України, монографічні праці вітчизняних і зарубіжних учених, мережа Інтернет, а також нормативно-правові акти, регулюючи функціонування туристичної діяльності в регіональних соціально-економічних системах.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розвитку та поглибленні існуючих теоретичних положень і розробці науково-практичних рекомендацій щодо формування складових стратегії розвитку туристичної діяльності в регіоні. Наукові результати, що одержані особисто автором, мають різний ступень наукової новизни та полягають у наступному:

удосконалено:

- методичний підхід до моделювання впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України, який, на відміну від існуючого, ґрунтується на регресійній багатофакторній моделі визначення залежності між щільністю туристичних потоків та динамікою стану готельного господарства регіону й створює аналітичне підґрунтя стратегічного управління розвитком готельного бізнесу як складовою туристичної діяльності;

- методичний підхід до формування пріоритетних напрямків розвитку туризму, який, на відміну від існуючих, містить у підґрунті порядок формування програми та реалізації заходів регіонального розвитку туризму, що дало змогу визначити комплекс пріоритетів та прогнозованих ефектів від реалізації програм регіонального розвитку туризму;

- теоретико-методичний підхід до імплементації світового досвіду розвитку туризму у регіональні економічні системи України, який, на відміну від існуючих, містить у підґрунті динаміку та характеристики туристичних потоків по країнах світу, що дало змогу поділити регіони України на три групи

за ознакою наявних видів туризму, а саме: однорідні (розвинуто види туризму, що потребують однакових за складом ресурсів), різноманітні (представлено практично всі види туризму) та не розвинуті (зі слабо розвинутою туристичною діяльністю);

дістали подальшого розвитку:

- концепт формування регіональної стратегії розвитку туризму, який ґрунтується на аксіоматичному підході до визначення стратегії, як комплексу заходів, що спрямовані на досягнення поставленої мети та дає змогу довести, що стратегічні пріоритети розвитку туризму мають співпадати зі стратегією розвитку регіону та враховувати його соціально-економічні, історико-культурні та природно-географічні особливості;

- визначення складу інфраструктури туристичної галузі, яке доводить, що готельне господарство є тією складовою, стан якої визначає спроможність регіону до розвитку туризму;

- методичний підхід до визначення регіонів-лідерів за кількістю готелів та місць у колективних засобах розміщування громадян, який, на відміну від існуючого, містить у підґрунті встановлення рангу кожного з регіонів виходячи з кількості розміщених у колективних засобах розміщування громадян, що дозволило сформувати складові ефективної діяльності представників туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

- методичний підхід до обґрунтування стратегічних пріоритетів розвитку готельного господарства в регіонах зі сприятливими умовами до туризму, який, на відміну від існуючих, базується на критеріальному оцінюванні якості послуг сфери готельного бізнесу та результатах аналізу компонент гостьових послуг у відповідності до пріоритетних видів туризму в регіоні, що дозволяє визначати стратегічні підцілі розвитку готельного господарства у складі регіональної стратегії розвитку туризму.

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

формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України.

Основні теоретико-методологічні засади щодо вирішення важливої наукової проблеми стосовно формування та реалізації механізмів формування складових стратегії розвитку туризму використані у роботі Управління культури і туризму Харківської обласної державної адміністрації (довідка про впровадження № 01-14/1368 від 14.05.2018 р.).

Результати дисертаційної роботи використані у навчальному процесі Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова при викладанні дисциплін „Стратегічний менеджмент в туріндустрії”, „Управління сталим розвитком туризму” (довідка про впровадження у навчальний процес № 1063 від 10.05.18).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження – одноосібна наукова праця, в якій викладено авторський підхід з вирішення наукового завдання – формування складових стратегії розвитку туризму в регіоні. Наукові положення, висновки та рекомендації, які виносяться на захист, одержані автором самостійно. Щодо наукових праць, опублікованих у співавторстві, особистий внесок здобувача відображено в авторефераті, у списку публікацій за темою дисертації.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження оприлюднені на 12 міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: XXXIV Науково-практичній конференції викладачів, аспірантів та співробітників Харківської національної академії міського господарства (м. Харків, 2008), Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічні напрямки підвищення економічної ефективності реалізації інвестиційних будівельних проектів в умовах трансформації економіки України до ринкових відносин», (м. Харків, 2008), II міжнародній науково-практичній конференції студентів і молодих науковців «Економіка. Менеджмент і маркетинг невиробничої сфери: теорія, практика, перспективи» (м. Ялта, 2009), XXXV Науково-практичній конференції викладачів, аспірантів та співробітників Харківської національної академії

міського господарства, (м. Харків, 2010), XII міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів і молодих учених (м. Донецьк, 2010), XXXVI Науково-практичній конференції викладачів, аспірантів та співробітників Харківської національної академії міського господарства, (м. Харків, 2012), міжнародній науково-практичній конференції «Менеджмент міського та регіонального розвитку», (м. Харків, 2013), XXXVII Науково-практичній конференції викладачів, аспірантів та співробітників Харківської національної академії міського господарства, (м. Харків, 2014), міжнародній науково-практичній конференції «Економіка та менеджмент: стратегічні імперативи, аналіз тенденцій та перспектив розвитку», (м. Херсон, 2014), 4 міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні напрями інформаційно-комунікаційних технологій та засобів управління», (м. Полтава, 2014), XII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Wykształcenie i nauka bez granic - 2016», (Przemyśl, 2016), «Двадцять треті економіко-правові дискусії (економічне спрямування)» міжнародній науково-практичній інтернет-конференції, (м. Львів, 2017).

Публікації. Основні ідеї, положення і найважливіші результати дисертації опубліковано автором самостійно та у співавторстві в 29 наукових працях, у тому числі: 5 розділах в колективних монографіях, 12 статей у наукових фахових виданнях, серед них 4 - у виданнях, які включені до міжнародних наукометричних баз, 13 - у матеріалах наукових конференцій. Загальний обсяг публікацій складає 13,5 ум.-друк, аркушів, з яких здобувачу належить 9,5 ум.-друк. аркушів.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

1.1. Визначення стану та особливостей розвитку туризму

Україна має значний потенціал для розвитку в'їзного і внутрішнього культурно-пізнавального туризму. На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тис. пам'яток, з них: 57 206 – пам'ятки археології, 418 з яких національного значення; 51 364 пам'ятки історії, 147 з яких національні, 5926 пам'яток монументального мистецтва, з них 45 національного значення, 16 293 пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні, 3541 з них мають національне значення [1].

На території України функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 з яких мають статус національних. До Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО включено: Софійський собор з архітектурним ансамблем, Києво-Печерську лавру в м. Києві, історичний центр м. Львова.

Фахівці визначають, що до 70 % об'єктів культурної спадщини перебуває в незадовільному стані, а кожен десятий об'єкт в аварійному та потребує проведення робіт з реставрації або реконструкції, облаштування для туристичних відвідувань [1].

Світові та внутрішньо економічні перетворення сприяють розвитку туризму, зважаючи на проблеми, які галузь здатна вирішувати. На сьогодні сфера туризму розвивається в регіонах України нерівномірно і не має чіткої стратегії. Для детального вивчення цієї проблеми необхідно, перш за все, визначитися з понятійним апаратом та з'ясувати сутність поняття туризм.

Формування визначень поняття «туризм» відбувалося і відбувається паралельно розвитку цього явища. Туризм спочатку не являв собою об'єкт наукового дослідження і в первинному сенсі в суспільній свідомості розумівся як пересування і часткове перебування людей поза постійного місця

проживання. Необхідність більш чіткого визначення туризму виникла в середині XX століття, коли туристські потоки значно збільшилися, так само як і їх вплив на економіку держав.

У 1937 р. Ліга Націй запропонувала вважати туристами тих осіб, які перебувають за межами країни проживання не менше 24 годин з розважальними, лікувальними цілями, через відрядження, ділову зустріч, або за сімейними обставинами. У 1963 р. під час Конференції ООН з міжнародних подорожей і туризму, були прийняті пропозиції Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (тепер це Всесвітня організація туризму та подорожей, WTTC), щодо визначення терміну «відвідувач», який визначає «особу, котра відвідує будь-яку країну, в якій вона постійно не проживає, з будь-якою метою, якщо подорож не пов'язана з діяльністю, винагорода за яку виплачується на території країни тимчасового перебування» [2]. Це визначення охоплює декілька типів відвідувачів, які відображено на рис. 1.1.

Типи відвідувачів тимчасового перебування на території країни
Особи, які тимчасово перебувають на тій чи іншій території як мінімум 24 години, з метою проведення дозвілля (відпочинок, оздоровлення, спортивні змагання, канікули, навчання, відвідування релігійних заходів)
Особи, які знаходяться у відрядженні, прибули на ділову зустріч, або є членами тієї чи іншої делегації на даній території менше 24 годин
Особи, які перебувають на тій чи іншій території у зв'язку з сімейними обставинами на даній території менше 24 годин
Екскурсанти, які вважаються тимчасовими відвідувачам, знаходяться на даній території менше 24 годин, включаючи пасажирів круїзних суден (крім транзитних пасажирів)

Рис. 1.1. Типи відвідувачів тимчасового перебування на території країни [2]

Необхідно відзначити, що наукові підходи, які було сформовано за часів планової економіки, не визначали туризм, як перспективну галузь регіональної

економіки, яка здатна вирішувати соціально-економічні, екологічні та інфраструктурні завдання. На теперішній час таке ставлення не є обґрунтованим.

Якщо звернутися до системного підходу у вирішенні макроекономічних проблем та розглядати економіку регіонів як великомасштабні економічні системи, то туризм буде характеризуватися, як складне системне соціально-економічне явище у всьому різноманітті його внутрішнього змісту, властивостей і відносин. На сьогоднішній день, даний підхід в економічній науці переважає і є досить перспективним.

З точки зору визначення сутності туристичної діяльності, вона набуває центральної позиції у визначеннях, які пропонуються в дослідженнях ряду науковців. Такий підхід веде до ототожнення понять «туризм», «турист», «туристська діяльність», «індустрія туризму», які мають відмінні смислові наповнення. Це відповідає дефініції «турист», але не розкриває сутність туризму як процесу, явища або виду діяльності.

Становлення галузевого підходу пов'язано із зростанням пізнавального інтересу до наукової проблематики туризму в 60- 80-і рр. ХХ ст., що свідчить про теоретичне та практичне значення визначення туризму, прагнення зробити його більш повним і точним, з урахуванням наукових тенденцій і змін в економіці [3].

Після розробки рекомендацій зі статистики туризму Всесвітньою туристичною організацією до поняття «турист» не включають осіб визначених на рис. 1.2.

До осіб, які в юридичному сенсі не в'їхали в країну включаються наприклад, особи, які подорожують літаком, не залишають транзитної зони аеропорту тощо,. Щодо визначення сутності та змісту туризму в Україні, вона регламентується статтями Закону України «Про туризм», [4].

Згідно Закону України «Про туризм» [4] до суб'єктів туристичної діяльності відносяться підприємства, установи, організації та фізичні особи, які зареєстровані у встановленому законодавством України порядку і отримали

ліцензії на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг.

Особи, яких не включають до поняття «турист»
Працюючі в країні перебування і отримують грошову винагороду за це
Ті, що залишаються на постійне проживання в країні перебування
Ті, що здійснюють поїздки з метою державної служби (державні діячі, члени делегацій, дипломати, торговельні місії, військовослужбовці)
Члени наукових експедицій
Біженці і кочівники
Ті, що в юридичному сенсі не в'їхали в країну

Рис. 1.2. Визначення осіб, які не відносяться до поняття турист

Процеси створення та реалізації туристичного продукту й окремих туристичних послуг відносяться до туристичної діяльності.

«Туризм» охоплює систему трьох взаємопов'язаних елементів: географічний компонент, турист і туристична індустрія. Вихідним моментом створення й розвитку економічної системи сучасної сфери туризму є задоволення туристичних потреб, що лежать в основі попиту на туристичні послуги [5].

Треба зауважити, що в Україні досі не в повній мірі використовується наявна історико-культурна спадщина для формування спільної ідентичності та консолідації громадян різних регіонів, а також формування позитивного іміджу держави.

На сьогоднішній день не розроблено аналітичної бази визначення ефективності функціонування пам'яток історії та культури в якості екскурсійних туристичних об'єктів. Внаслідок цього складові історико-культурної спадщини залучаються до туристичної галузі безсистемно, а їх пізнавальна функція зводиться до мінімуму. Зокрема, з 418-ти пам'яток археології національного значення лише 54 використовуються як туристичні об'єкти, а з 147 пам'яток історії національного значення туристичними об'єктами є 98, крім того, з 45 пам'яток монументального мистецтва національного значення в туристичній інфраструктурі представлено лише 28 [1].

Можна визначити що, ринок туристичних послуг являє собою складну економічну підсистему з різноманітними зв'язками між окремими елементами у межах економічної системи регіону, як елементом системи національної економіки, яка, у свою чергу, є елементом світового господарства.

Відповідно статті 12 Закону України «Про туризм», для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні та проектні програми розвитку туризму [4].

Ядром системи туристичних послуг є туристи або споживачі, які формують споживчий попит на туристичні послуги, оскільки туризм є специфічною сферою, котра існує лише тоді, коли окрім споживачів є виробники та продуcentи туристичних послуг.

Система туризму містить підприємства різних видів діяльності та господарюючих суб'єктів, котрі функціонують з метою задоволення потреб туристів. Їх можна розподілити на підприємства – виробники туристичного продукту та підприємства – продуcentи туристичних послуг.

Підприємства – виробники туристичного продукту – туристичні оператори, котрі формують туристичну пропозицію. Такі підприємства акумулюють ресурси (розробляють маршрут, придбають різні туристичні послуги у їх безпосередніх виробників: готельних комплексів, транспортних організацій, закладів культури, розваг, дозвілля тощо, а потім комплектують їх у пакет), підприємства посередники - туристичні агентства, котрі не виробляють туристичного продукту, а виступають на туристичному ринку як посередники, отримуючи прибуток у вигляді комісійних від продажу або користуючись пільговими умовами контракту з туроператором [6].

Іншу групу складають підприємства-продуcentи характерних туристичних послуг, метою їх діяльності є надання різноманітних послуг [6].

Підприємства сфери гостинності надають послуги з розміщення, лікування, оздоровлення, рекреації туристів. Означені підприємства відображено на рис. 1.3.

Підприємства з розміщення, лікування, оздоровлення, рекреації
Підприємства готельного господарства: готелі, мотелі, кемпінги, хостели
Підприємства оздоровчого господарства: профілакторії, бази відпочинку, дитячі оздоровчі комплекси, пансіонати, спортивно-оздоровчі комплекси
Підприємства санаторно-курортного господарства: санаторії, курортні готелі, бальнеологічні, кліматичні, грязелікувальні, лікувально-оздоровчі заклади, що надають розміщення і послуги лікування, реакції та реабілітації, spa- готелі

Рис. 1.3. Підприємства з розміщення, лікування, оздоровлення, рекреації туристів

Окрім підприємств з розміщення, лікування, оздоровлення, рекреації туристів до сфери гостинності входять підприємства харчування, деякі торгові, екскурсійні та інші підприємства, які надають певні послуги рис.1.4.

Підприємства гостинності (окрім сфери розміщення)
Підприємства харчування: ресторани, кафе, бари, таверни, їдальні та інші
Підприємства торгового та побутового обслуговування, з продажу сувенірів, подарунків, листівок, перукарні, з ремонту одягу, пральні, хімчистки
Підприємства екскурсійного обслуговування: відвідання театрів, кінотеатрів, музеїв, природних та історичних заповідників, фестивалів
Підприємства перекладацького супроводу: послуги перекладача, гіда-перекладача
Підприємства анімації та організації дозвілля: участь в конгресах, симпозіумах, наукових конференціях, ярмарках і виставках
Підприємства сфери транспортного обслуговування

Рис. 1.4. Підприємства сфери гостинності (окрім сфери розміщення)

До підприємств сфери транспортного обслуговування відносяться ті, що

надають послуги з переміщення туристів до певної DESTИНАЦІЇ, по її території, а також протягом усієї подорожі (здійснення якої базується на переважному використанні певного виду транспорту – круїзи, автотуризм тощо) різними видами пасажирського транспорту підприємства авіаційного, автодорожнього, залізничного, морського та річного транспорту [7].

До третьої групи відносять підприємства - продуценти супутніх туристичних послуг рис. 1.5.

Підприємства - продуценти супутніх туристичних послуг
Підприємства фінансово-банківської сфери: банки, банкомати, термінали самообслуговування
Підприємства страхування - страхові компанії
Підприємства комунального господарства: підприємства теплопостачання, водопостачання, водовідведення, підприємства з прибирання територій, підприємства з обслуговування доріг, тротуарів, мостів; підприємства з озеленення та благоустрою, вуличного освітлення
Підприємства зв'язку: інтернет - провайдери, підприємства мобільного зв'язку, пошта
Підприємства безпеки та охорони правопорядку: державні правоохоронні органи – Служба безпеки України, внутрішні війська МВС України, поліція, приватні охоронні агентства
Підприємства культурно - просвітницької роботи: культурно-просвітницькі центри, сільські клуби, бібліотеки
Підприємства медичного обслуговування державні лікувальні установи – лікарні, поліклініки, швидка допомога, травмпункти; приватні медичні підприємства; підприємства з реалізації ліків

Рис.1.5. Підприємства продуценти супутніх туристичних послуг

Зазначимо підприємства - продуценти супутніх туристичних послуг (рис. 1.5.) надають свої послуги як місцевому населенню, так і обслуговують туристів.

Згідно Закону України «Про туризм» визначено розподіл туристичних послуг на характерні і супутні. Саме цей поділ використовується і для визначення сутності туристичних послуг: «Супутні туристичні послуги і товари – послуги і товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання і виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам; характерні туристичні послуги і товари – послуги і товари, призначені для

задоволення потреб споживачів, надання і виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам» [4].

М. М. Покоłodна відмічає, що різниця між видами послуг полягає в їхньому співвідношенні із спочатку придбаним пакетом послуг: основні туристичні послуги це цільові послуги, які пропонують в єдиному пакеті, що гарантує їхнє обов'язкове споживання в місці відпочинку; додаткові послуги – це цільові й інфраструктурні послуги, які можна одержати за додаткову плату, але специфічні для даного туристського центра; супутні послуги – це послуги інфраструктурного комплексу, якими користуються і місцеві жителі, і туристи [8].

Необхідно відзначити, туристичні послуги являють собою систему взаємозв'язків між суб'єктами галузі: споживачами туристичних послуг, виробників туристичних послуг, посередників, підприємств - продуцентів характерних та супутніх послуг, що виникають в процесі створення та споживання туристичних послуг.

Базуючись на положенні Ф. Котлера [9], згідно якого загальну сукупність об'єктів ринкових відносин розподілено на: матеріальні товари, які не супроводжуються послугами, матеріальні товари, які супроводжуються послугами, основні послуги, які супроводжуються другорядними товарами та послугами та послуги у чистому вигляді. Сферу туризму можна розподілити на послуги що потребують та послуги що не потребують матеріального супроводження.

Ринок туристичних послуг є складовою національного ринку товарів і послуг зі своїми сегментами та особливостями управління. Під ним розуміється сукупність конкретних економічних відносин, що відображають співвідношення попиту та пропозиції у процесі купівлі-продажу туристичного продукту. Обґрунтовуючи систему, необхідно виходити з основного методологічного положення: головним об'єктом системи – її структурою й утворюючими одиницями – є споживач та виробник туристичної послуги. Різні взаємозв'язки і відносини між ними формують ринкові структури попиту та пропозиції. Двигуном ринку є конкуренція, що веде до регулювання попиту та пропозиції. Основними елементами розглянутої системи є: туристи

(відвідувачі), виробники, ресурси і держава.

Зростання або зменшення туристичної активності у більшості випадків є наслідком зміни доходів населення, що дозволяє стверджувати про високий рівень еластичності попиту на туристичний продукт залежно від доходів споживачів.

Поряд з економічним фактором на рівень еластичності попиту впливають політичні й соціальні фактори. Внаслідок того, що більша частина туристичного продукту споживається у певні сезони (літні місяці, святкування національних, традиційних, релігійних свят), можна стверджувати про сезонні коливання попиту на туристичний продукт.

Туристичному продукту притаманне таке явище, як насиченість. Тобто, в певні моменти часу відбувається значний дисбаланс між співвідношенням попиту і пропозиції туристичного продукту в бік зростання попиту. Ринку туристичних послуг об'єктивно притаманна територіальна і часова роз'єднаність споживача і постачальника послуг.

За таких умов важливого значення набуває інформаційне забезпечення просування туристичних послуг на регіональні ринки, створення та підтримка зв'язків із закордонними партнерами (зокрема, ця проблема є особливо актуальною для України внаслідок достатньо великих її розмірів). У цьому аспекті особливого значення набуває активне використання маркетингових комунікацій в діяльності туристичного підприємства.

Формування цілісно-цільової спрямованості туристичного продукту в складі туру є основною функцією туроператорів, що готують цей продукт для реалізації в закінченому, тобто скомплектованому вигляді. Споживання туристичного продукту завершує відтворювальний цикл руху туристичних послуг. Туристичні ресурси при цьому виступають факторами формування турів як комплексу туристичних послуг за певним маршрутом подорожей.

Туристичному ринку як складовому елементу ринку послуг притаманні такі основні характеристики послуг рис. 1.6.

Основні характеристики туристичних послуг	
Невідчутність, нематеріальний характер туристичних послуг – як правило, туристичну послугу неможливо побачити, спробувати, оцінити якість до її надання.	
Нерозривність виробництва і споживання – туристична послуга буде надаватись лише у тому випадку, якщо поступає замовлення і з'являється клієнт, на відміну від фізичного товару, який проходить декілька проміжних стадій між його виробництвом і споживанням (виробництво – транспортування – зберігання – продаж – споживання), виробництво і споживання туристичного продукту відбуваються одночасно	
Можливість зміни якості виконання – на зміну якості послуг як у позитивний, так і негативний бік впливає трансформація внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності самого підприємства, а також зміна особистих вимог клієнта до процесу надання послуги	
Нездатність до зберігання – туристична послуга має нематеріальний характер, її неможливо зберігати	

Рис.1.6. Основні характеристики туристичних послуг

Невідчутність (рис. 1.6), оскільки покупець отримує інформацію про туристичний продукт або безпосередньо у продавця, або за допомогою власних інформаційних каналів. У зв'язку з цим у туристичних підприємств виникають проблеми, пов'язані з представленням свого ж продукту клієнтам, адже продавець може лише описати переваги послуг, які ним надаються, а оцінка послуги клієнтом буде здійснюватись тільки після її надання;

Нездатність до зберігання (рис. 1.6), оскільки між продажем і безпосереднім споживанням туристичного продукту існує часовий проміжок, то важливого значення набувають гарантії відповідності заздалегідь обумовлених характеристик туристичного продукту і реального рівня наданих послуг.

Фахівці визначають міжнародний туризм, як одну з найперших за середньорічними темпами зростання галузей світового господарства та вважають феноменом сучасної економіки. Вони визначають, для країн, що розвиваються, виважена стратегія побудови туристичної інфраструктури дозволяє залучати значні кошти до державного бюджету та підтримує місцеве виробництво супутніх галузей, як це можна бачити на прикладі найуспішніших

країн на ринку міжнародного туризму [10].

Науковці [10, 11] зазначають, що туризм є поліфункціональним явищем і відмічають серед основних рекреаційну, соціальну, культурну, економічну, просвітницьку функції туризму. При цьому рекреація, як біологічна функція та соціальне надбання людства, є поліаспектним поняттям.

Сутністю рекреаційної функції туризму є відновлення фізіологічних та психологічних сил людини, яка подорожує. При більш детальному аналізі науковці виділяють п'ять функцій рекреації: лікувальну (відновлення здоров'я); пізнавальну (розвиток духовного потенціалу особистості), розважальну (відволікання особистості від повсякденного життя), спортивну (розвиток фізичних сил людини) та оздоровчу (відновлення психофізіологічних сил, людини втрачених під час трудової діяльності).

Можна відзначити, що рекреаційні туристичні послуги спрямовані на відновлення та збагачення людського потенціалу та особистих здібностей туриста. Відновлення фізіологічних та психологічних сил людини є необхідним для здійснення подальшої трудової діяльності. З іншої сторони, туристичні подорожі можуть здійснюватися з метою реалізації трудових функцій; численні статистичні звіти доводять, що діловий туризм в світі розвивається прискореними темпами.

Отже туристичні послуги за ознакою «мета подорожі» можна розподілити на рекреаційні та ділові.

Враховуючи, що об'єкти туристичних відвідувань знаходяться як на території своєї країни, так і поза нею, то за цією ознакою виділяються дві організаційні форми туризму: внутрішній та міжнародний.

Внутрішній туризм це подорожі громадян в межах національної території. До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм, який охоплює подорожі в межах України осіб, які не є громадянами України, та виїзний, який являє собою подорожі українських громадян та осіб, що постійно проживають в Україні, до інших країн.

Різні організаційні форми туризму обумовлюють різний вплив

туристичних потоків на соціально-економічну систему країни, отже потребують застосування різних методів та інструментів державного регулювання.

Динаміку внутрішнього та зовнішнього туризму за 2000-2016 рр., можна дослідити за даними табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Туристичні потоки України у 2000-2016 рр., (осіб) [12]

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього ¹	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну – усього ²	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього ³	У тому числі		
				іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
1	2	3	4	5	6	7
2000	13422320	6430940	2013998	377871	285353	1350774
2001	14849033	9174166	2175090	416186	271281	1487623
2002	14729444	10516665	2265317	417729	302632	1544956
2003	14794932	12513883	2856983	590641	344332	1922010
2004	15487571	15629213	1890370	436311	441798	1012261
2005	16453704	17630760	1825649	326389	566942	932318
2006	16875256	18935775	2206498	299125	868228	1039145
2007	17334653	23122157	2863820	372455	336049	2155316
2008	15498567	25449078	3041655	372752	1282023	1386880
2009	15333949	20798342	2290097	282287	913640	1094170
2010	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299
2011	19773143	21415296	2199977	234271	1250068	715638
2012	21432836	23012823	3000696	270064	1956662	773970
2013	23761287	24671227	3454316	232311	2519390	702615
2014 ¹	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746
2015 ¹	23141646	12428286	2019576	15159	1647390	357027
2016 ¹	24668233	13333096	2549606	35071	2060974	453561

1 Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

2 Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)

3 2000-2010 роки – за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 року – за даними Держстату

На рис. 1.7 проілюстровано динаміку зміни туристичних потоків за період 2001-2016 років по групам туристів в залежності від громадянства та характеру подорожі.

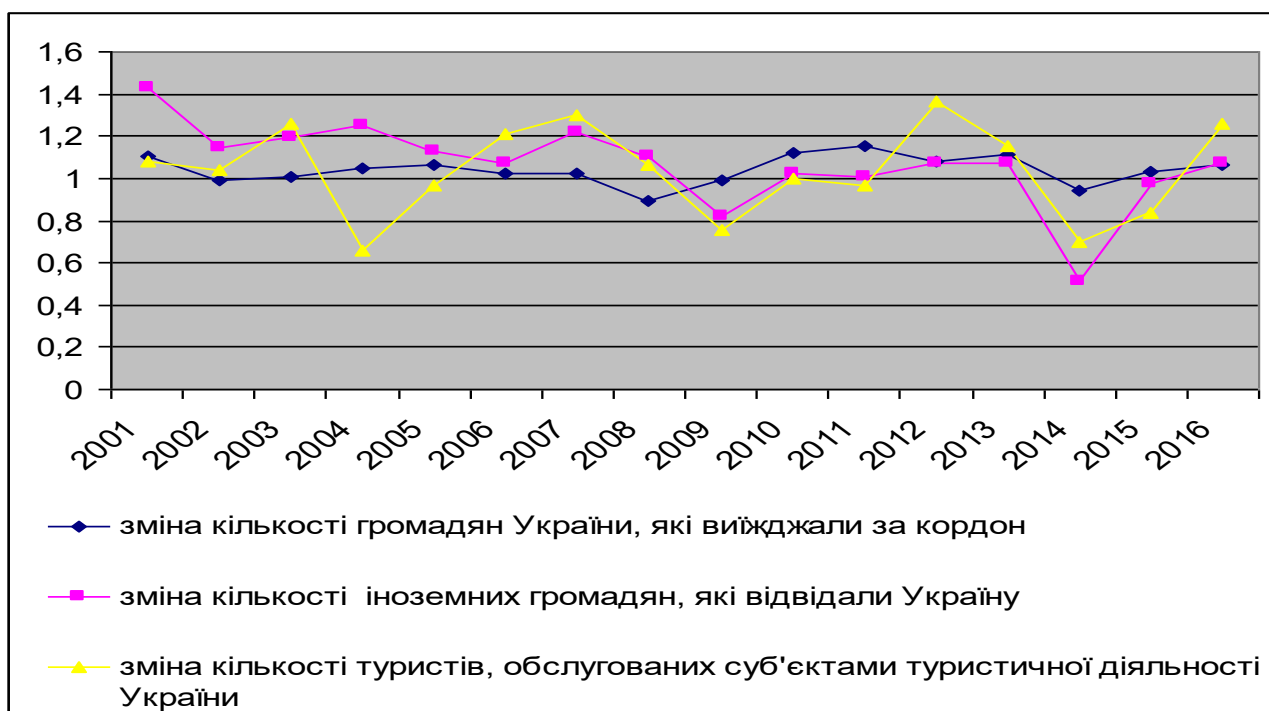


Рис. 1.7. Динаміка змін туристичних потоків за 2001-2016 рр.

Динаміка змін туристичних потоків за досліджуваний період мала різноспрямований хвилеподібний характер, але в період 2015-2016 рр. має позитивну динаміку незважаючи на складний економічний стан та проведення антитерористичної операції на сході України.

Слід уточнити, що в Україні дотепер не налагоджена система статистичних спостережень у сфері туризму, у результаті чого всі відомості про перетинання державного кордону нашої країни іноземними й українськими громадянами стовідсотково фіксуються як дані про в'їзний та виїзний туристичні потоки. Проте, не кожен мандрівник є турист. Тим більше, що у звітах Адміністрації Державної прикордонної служби (АДПС) окремо виділяються категорії людей, мотивація перетинання границі якими не носить туристичного характеру, наприклад: дипломатична мета поїздки, працевлаштування, імміграція (зміна постійного місця проживання) та інші

цілі, які не підлягають детальнішій розшифровці. Також офіційна статистика АДПС не приховує, що багато хто з осіб, що перетинають зовнішні кордони України, є екскурсантами або одноденними відвідувачами (транзитні чи круїзні пасажери, члени екіпажів іноземних транспортних засобів, мешканці прикордонних районів тощо). Побічним підтвердженням невірності обліку іноземного туристичного потоку в Україні є відомості за даними UNWTO, які характеризують надто незначне місце України у структурі світових доходів від туристичної діяльності [13, 14].

З цього приводу фахівці визначають наступні чинники формування та розвитку туристичної галузі рис. 1.8.

Основні чинники формування та розвитку туристичної галузі
Система законодавства та нормативне забезпечення галузі
Інфраструктурне забезпечення
Екологічна безпека
Проблема забезпеченості енергоресурсами
Кваліфікація спеціалістів галузі
Інвестиційний клімат
Політико-економічний стан
Міжнародний імідж
Конкуренція зовнішніх ринків
Історико-культурна спадщина
Природно-ресурсний потенціал
Застосування інноваційних технологій
Застосування наукових підходів до розвитку галузі

Рис.1.8. Основні чинники формування та розвитку туристичної галузі

Наявність інфраструктурного забезпечення являє собою один з визначальних елементів створення стійких умов розвитку всіх без винятку економічних процесів у країні.

Під інфраструктурою у загальному змісті розуміють комплекс виробничих і невиробничих галузей, що забезпечують умови відтворення, а під інфраструктурою ринку – установи, фірми, компанії всіх видів власності, що забезпечують взаємодію між суб'єктами ринкових відносин.

Фахівці визначають що, наявність унікальних туристичних ресурсів будь якої території не може в повній мірі забезпечити оптимальний розвиток галузі туризму. В Україні розвиток галузі туризму, перш за все, стримує недостатньо розвинена загальна та туристична інфраструктури, які повинні забезпечувати необхідні умови для надання туристичних послуг і, відповідно, високу якість обслуговування туристів. Завдяки формуванню туристичної інфраструктури проходить процес освоєння туристичних ресурсів, підвищується якість обслуговування туристів, зростає привабливість дестінації.

Туристична інфраструктура – це сукупність підприємств й інституцій, які є територіальним, матеріальним і організаційним підґрунтям розвитку туризму. Вона охоплює чотири основні елементи: об'єкти розміщення, харчування, супутню та комунікаційну сферу [13].

Необхідно відзначити, що розвиток туризму в Україні має територіальну специфіку, через прив'язаність до природних та історико-культурних ресурсів.

Розвиток туристичної галузі України великою мірою повинен реалізовуватись через ефективне використання регіональних ресурсів, що вимагає диференційованого підходу до розгляду проблем, можливостей та перспектив розвитку туризму в усіх регіонах України. Не зважаючи на те, що окремі регіони схожі за своїми соціально-економічними характеристиками, в першу чергу, необхідно визначити потенціал кожної з адміністративно-територіальних одиниць окремо.

Необхідно зазначити, поняття „регіон” не має сьогодні однозначного тлумачення. За визначенням М. А. Жукової регіон – це територія в адміністративних межах країни, що характеризується такими основоположними характеристиками: комплексністю (системність, багатоаспектність подій та явищ, що вимагає їх повноти аналізу при дослідженні та управлінні, цілісністю (розуміємо як внутрішню єдність, пов'язаність усіх складових у єдине ціле), спеціалізацією (ступенем участі регіону у територіальному поділі праці) і керованістю (наявністю політико-адміністративних органів управління) [15].

Долішній М. І. визначає регіони – це території, що володіють соціально-економічною, природно-географічною, етнокультурною єдністю, що вимагає спрямованих зусиль держави на їх підтримку та розвиток [16].

„Регіон” – це одна з одиниць територіальної структури національної держави, ланка адміністративно-територіального поділу субнаціонального рівня, де діють регіональні владні інститути з визначеними повноваженнями і відповідними фінансовими ресурсами для їх реалізації та відбувається регіональний політичний процес [17]. Для визначення туристичного регіону, більш відповідає визначення - територія, якій властива спільність природних, соціально-економічних, національно-культурних та інших умов.

Туристичний регіон являє собою територію, що характеризується наявністю туристичного потенціалу, має туристичні об'єкти та набір послуг такої якості, на яку очікує клієнт (турист). Згідно останнього визначення туристичний регіон розглядається як «територія, якій належать спеціальні заклади і послуги, що необхідні для організації відпочинку, навчального процесу або оздоровлення». За другим визначенням туристичний регіон становить собою групу країн, які мають схожі умови розвитку і характеризуються спільністю генезису і взаємозв'язком компонентів туристської індустрії [18].

На думку українського фахівця С. М Мархонос, туристичний регіон - це територіально-туристична система, яка поєднує кілька туристичних районів, що мають свої специфічні особливості і об'єднані географічними, історичними, ресурсними факторами [19].

М. Борушак розглядає туристичний регіон як географічну територію, яку гість або туристичний сегмент вибирає з метою подорожі. Така територія містить споруди, необхідні для перебування, розміщення, харчування і організації дозвілля туристів. Регіон є єдиним туристичним продуктом і конкурентоспроможною одиницею та повинен здійснювати управління як стратегічна комерційна одиниця [3].

Фахівці визначають [20], що формування туристичного продукту, в

першу чергу, здійснюється на основі видів туризму, які розвиваються або є перспективними для розвитку у відповідному регіоні.

Створення сприятливих умов в регіоні, або на іншій адміністративній території є підґрунтям у формуванні відповідного туристичного продукту. В табл. 1.2 приведено загальні умови, які є чинником, що впливають на розвиток певних видів туризму в розподілі за метою подорожі.

Таблиця 1.2

Умови розвитку туризму

Види туризму	Умови			
Екотуризм	Довжина та якість транспортних шляхів	Земельно-лісні ресурси	Водні ресурси	Мінеральні ресурси (води питні, технічні, води мінеральні, лікувальні грязі)
Розважальний	Довжина та якість транспортних шляхів	Якість та кількість розважальних закладів	Водні ресурси	
Рекреаційно-оздоровчий	Санаторно-курортні заклади (кількість закладів, кількість місць проживання)	Земельно-лісні ресурси	Водні ресурси	Мінеральні ресурси (води питні, технічні, води мінеральні, лікувальні грязі)
Спортивний	Кількість спортивних закладів	Наявність спортивної інфраструктури	Наявність ресурсів відповідному виду спорту	
Професійно-діловий туризм, науково-пізнавальний	Довжина та якість транспортних шляхів	Наявність готельно-ресторанних закладів	Наявність відповідних об'єктів	
Шоп-тури	Довжина та якість транспортних шляхів	Наявність готельно-ресторанних закладів	Наявність ярмарків	
Паломницько-релігійни, ностальгичний	Наявність транспортного сполучення	Наявність культових об'єктів	Наявність готельно-ресторанних закладів	
Екзотичний	Наявність транспортного сполучення	Наявність готельно-ресторанних закладів	Наявність екзотичних об'єктів	

Сприятливі умови туристичних подорожей можна розподілити за

факторами, що впливають на розвиток туризму окремих територій. Наявність відповідних факторів приводить до лідерства окремих регіонів і країн у світовому туризмі, і, навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік.

Зорин І. В. та Квартальнов В. А., зазначають фактори, які здійснюють найбільший вплив на стан та розвиток туризму окремої території рис. 1.9 [21].

Фактори найбільшого впливу на стан та розвиток туризму	
Статичні	Природно-географічні: географічне положення, рельєф місцевості, клімат, узбережжя річок, озер і морів, підземних багатств (мінеральні води, печери тощо), рослинний і тваринний світ, красива, багата природа
	Історико-культурні: спадщина минулих епох суспільного розвитку, до них прийнято відносити лише ті культурно-історичні об'єкти, які досліджені й оцінені як такі, що мають суспільне значення та можуть бути використані при існуючих технічних і матеріальних можливостях для задоволення рекреаційних та духовних потреб
Динамічні	Політичні: влада має можливість безпосереднього та опосередкованого впливу на туризм
	Соціально-демографічні: підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб
	Фінансово-економічні, пов'язані з розвитком світової економіки, у якій спостерігається стійка тенденція до збільшення виробництва послуг у порівнянні з виробництвом товарів і, як наслідок, збільшення частки споживання послуг
	Науково-технічні, які дозволяють вчасно побачити можливості, розвиток науки й техніки, відкривають можливості для виробництва нових видів послуг, їхнього збуту й удосконалення обслуговування клієнтів. Розвиток науки й техніки сприяє технологічним змінам, удосконаленню матеріально-технічної бази, модернізації транспортної інфраструктури

Рис. 1.9. Фактори найбільшого впливу на стан та розвиток туризму окремої території [21]

Природно-географічні умови (рис. 1.9) є визначальними у виборі туристами того чи іншого району для відвідування. Багатство природних ресурсів, можливість і зручність їх використання впливають на масштаби, темпи і на прояви розвитку туризму.)

Політичні умови (рис. 1.9) пов'язані з державною туристською політикою, розвитком регулюють відносини у сфері туризму, виданням правових актів. Опосередковане ж вплив пов'язано, наприклад, з політичним курсом країни,

рішеннями, прийнятими владою на міжнародній політичній арені, державною ідеологією, рівнем політичної стабільності в країні. Стабільна політична обстановка в країні – необхідна умова функціонування туристичної індустрії.

Взаємодія статичних та динамічних чинників формує кон'юнктуру ринку та створює середовище бізнес-діяльності, впливає на попит (його обсяг, структуру, ритмічність), який забезпечується діяльністю національної індустрії туризму зі створення відповідної кон'юнктури туристичного продукту. Формування національної туристичної індустрії є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які генерують потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги. Національний ринок туристичних послуг є наслідком загального соціально-економічного розвитку і формування потреби населення в туризмі як в формі проведення дозвілля в подорожах [22].

Отже, туризм має свої власні особливості, відповідні до суспільного середовища де відбувається діяльність. Виникає необхідність аналізу суспільно-економічних особливостей формування розвитку туризму, для виявлення та протидії від негативних економічних процесів, що загрожують представникам туристичній галузі.

Прийняття широкими верствами населення подорожей однією з форм проведення дозвілля виділяє туризм, з одного боку, як один з показників рівня доходів громадян, з іншого – як окрему складову економічної системи держави.

В зв'язку з цим фахівці та науковці визначають значущість впливу туризму на економічні і соціально-політичні суспільні процеси. Це притаманно сучасному так званому «масовому етапу розвитку туризму», за яким, з предмету розкоші туризм став потребою для більшості населення індустріально розвинених країн. Сформована індустрія відпочинку і розваг зі своїми інститутами, продуктом, виробничим циклом, методами організації і управління виробництвом.

Можна визначити наступні характерні риси сучасного етапу розвитку туризму:

практична відсутність меж між країнами;
всеосяжність у просторі та часі;
об'єднання всіх туристичних центрів світу за допомогою сучасних комунікацій, в тому числі мережі Інтернет;
невідворотність споживання туристичних послуг;
стрімкий розвиток інфраструктури, що був започаткований на масовому етапі, який здатний в епоху глобалізації служити засобом для відвернення надмірної грошової маси і, таким чином, запобігати кризам перевиробництва, виступаючи необтяжливим регулятором економіки в межах держави;
туризм стає індикатором розвитку суспільства в цілому.

Нашу країну можна віднести до групи країн із незначним впливом туристичної галузі на національну економіку, оскільки її частка у ВВП не перевищує 5–7%, окрім (8% у 2009 р.), проте ефект від діяльності галузі оцінюється деякими експертами як негативний, особливо через надвисокі обсягу витоків коштів за кордон як результату неконтрольованої діяльності операторів виїзного туризму.

Незважаючи на невеликі обсяги споживання туристичних послуг названі процеси для України не є критичними, проте поступове збільшення імпорту туристичної продукції (товарів і послуг) без урівноваження від експортних операцій здатне призвести до збільшення негативного зовнішньоторгового сальдо країни.

Серед позитивних чинників необхідно відзначити надання громадянам України права безвізового режиму, для подорожей у країни Євросоюзу. Діяти безвізовий режим між Україною та ЄС почав з червня 2017 р. Безвізовий режим дає можливість громадянам України вільно подорожувати по країнах ЄС.

Можна припустити, що туристи з України подорожуючи до країн ЄС, популяризують нашу країну, що дасть зворотній ефект для туристичних подорожей громадян цих країн в Україну. Наразі визначити дію такого ефекту неможливо, оскільки пройшло мало часу з запровадження безвізового режиму, а зворотній ефект можливо відбудеться зі значним часовим лагом.

Стан розвитку туризму необхідно розглядати не тільки на загальнонаціональному рівні, а й на регіональному. Саме визначення пріоритетів та наявних негативних чинників надасть можливість більш ефективно використовувати наявний потенціал туристичної галузі за регіонами.

Одним з головних чинників розвитку національної туристичної галузі є інвестиційна складова. Інвестиційні процеси обумовлені економічним станом галузі та специфікою національного законодавства.

Різностороння динаміка обсягів інвестицій 2010-2016 рр. (дод. А) спричинена значним піднесенням до 2012 року, як процесу підготовки проведення Чемпіонату Європи з футболу в Україні. Проте, після Євро 2012 відстежується значне падіння обсягів, особливо із 2014 року. Це цілком пояснюється економічною кризою, яка спричинена політичними та соціальними катаклізмами. За таких умов, інтерес та економічна доцільність інвестування в будь які проекти швидко знижується.

Досліджуючи особливості розвитку туристичної галузі в Україні також можна відзначити що, інвестиції на протязі 2010-2016 рр. мали тенденцію нерівномірного розподілу за різними видами діяльності.

Досліджуючи досвід провідних європейських країн відзначимо, у Німеччині, наприклад, інвестиції в галузь становлять 25,5 млрд. дол. Це приблизно 4,5 % від загальних інвестицій в країні. В Україні інвестиції в галузь туризму на 2013 рік складають 2,2 % від загального обсягу і становить 5,5 млрд. грн. Тобто порівнюючи інвестування в Україні та Німеччині, можна заключити, що частка інвестицій в діяльності готелів та ресторанів України в 2 рази менші.

Реалізація національних іміджевих проектів, безсумнівно має бути пріоритетом керівництва держави, тому значна частка інвестиційних коштів мають державне походження, але з проведенням в Україні реформи децентралізації регіонів, проведення таких заходів стає також пріоритетом місцевих громад.

Незважаючи на територіальний розподіл, проблему інвестування потрібно не звужувати тільки до іноземних інвестицій, необхідно створити привабливі

інвестиційні умови для залучення внутрішніх інвестицій.

Різні організаційні форми туризму обумовлюють різний вплив туристичних потоків на соціально-економічну систему регіонів країни, отже потребують застосування різних методів та інструментів сприяння розвитку.

1.2. Світовий досвід розвитку туристичної галузі та його імплементація на рівень регіональних економічних систем

Для аналізу стану розвитку національної туристичної галузі та порівняння з світовими лідерами туристичному ринку, було обрано 9 країн світу зі значними успіхами у розвитку галузі туризму та впливом на неї в світовому масштабі. Країни обрано за географічним принципом (приведені країни представляють усі континенти), за відмінністю моделей та напрямів розвитку та ступенем впливу держав у регулюванні туристичної діяльності. Вплив туризму на загальні економіки обраних країн світу наведено в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3.

Вплив туристичної галузі на економіки країн [23, 24]

Країна	ВВП країни на душу населення (дол. США)	Прямий внесок галузі у ВВП на душу населення (дол. США)	Загальний внесок галузі у ВВП на душу населення (дол. США)	Капітальні інвестиції в галузь (млрд.дол. США)	Середні доходи осіб/місяць (дол. США)	Чисельн. Населення (млн. осіб)
Австралія	61137	1517	5956	18,5	2610	23,13
Бельгія	45537	1009	2490	2,34	3035	11,2
Бразилія	10958	364	852	23,2	778	203
Індія	1414	29	92	32,3	300	1260
Китай	6569	154	644	3,1	670	1368
Російська Федерація	14924	203	670	12	1200	146
США	49992	1406	4425	145,7	3263	320
Україна	3862	70	202	0,450	275	43
Франція	42911	1609	3843	19,1	2886	64
Хорватія	13312	1388	3180	1,04	1756	4,2

Аналізуючи вплив туристичної галузі на національну економіку можна

виділити прямий і непрямий вплив. Прямий вплив має місце в секторах економіки, безпосередньо пов'язаних з формуванням туристичного продукту (готелі і ресторани, санаторно-курортні та оздоровчі установи, транспорт, індустрія розваг). В той час, як непрямий вплив туризму охоплює істотно більш широку сферу, що включає також будівництво, торгівлю, банківську і страхову справу, харчову промисловість та інші галузі виробничої і соціальної інфраструктури [10].

Аналізуючи вплив туристичної галузі на національну економіку можна виділити прямий і непрямий вплив.

Прямий вплив має місце в секторах економіки, безпосередньо пов'язаних з формуванням туристичного продукту (готелі і ресторани, санаторно-курортні та оздоровчі установи, транспорт, індустрія розваг). В той час, як непрямий вплив туризму охоплює істотно більш широку сферу, що включає також будівництво, торгівлю, банківську і страхову справу, харчову промисловість та інші галузі виробничої і соціальної інфраструктури [10].

Складові загального внеску галузі туризму до ВВП країни, згідно до інформації Всесвітнього агентства туризму і подорожей [23].

Фахівці визначають рівень розвитку туризму в країні або регіоні за наявними туристичними потоками. Туристичний потік – це постійне прибуття туристів у країну (регіон) або виїзд туристів за кордон за певний період часу. Розглянемо туристичні потоки країн світу, табл. 1.4.

Таблиця 1.4.

Туристичні потоки та види туризму в країнах світу [23]

Країна	В'їзний туризм (прибуттів)	Виїзний туризм (виїздів)	Основні види туризму в країні	Характер туристичних потоків **
1	2	3	4	5
Австралія	6604000	698000	курортний, екстремальний, екологічний, культурно-пізнавальний, спортивний.	↑

Продовження табл. 1.4

1	2	3	4	5
Бельгія	7500000	9500000	культурно-пізнавальний, спортивний, діловий.	↓
Бразилія	5677000	8119000	екологічний, курортний, пригодницький, культурно-пізнавальний	↓
Індія	6578000	14920000	релігійний, культурно-пізнавальний, пляжний, діловий	↓
Китай	56739000	100000000	культурно-пізнавальний, бізнес туризм, лікувальний, екологічний, релігійний.	↓
Російська Федерація	30792091	54069079	культурно-пізнавальний, екологічний, діловий, рекреаційний, освітній, спортивний	↓
США	72540000	60240000	культурно-пізнавальний, курортний, діловий, спортивний, екологічний, розважальний	↑
Україна	2323110	2519390	рекреаційний, культурно-пізнавальний, сільський, екологічний.	↓
Франція	84000000	26000000	культурно-пізнавальний, пляжний, спортивний, освітній.	↑
Хорватія	10904000	2280000	курортний, сільський, спортивний, релігійний	↑

* Витрати туристів в країні за 1 прибуття не враховуючи транспортні витрати.

* * ↑ - переважає в'їзний туризм, ↓ - переважає виїзний туризм

Аналізуючи табл. 1.4, можна зазначити, Франція залишається лідером за обсягом іноземних туристичних прибуттів. Це визначається широким спектром туристичних ресурсів, якими володіє країна. Завдяки великій кількості історичних пам'яток, закладів освіти, традиціям, унікальному клімату та географічним особливостям які поєднуються, туристична галузь пропонує велике різноманіття туристичних продуктів.

Для визначення пріоритетних напрямків національної туристичної галузі, у відповідності до географічного та ресурсного розподілу можна використати теорію «усталеного рекреаційного районування».

Загалом рекреаційні ресурси це — природні й антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, які мають комфортні властивості і споживчу вартість для рекреаційної діяльності і можуть бути використані з метою відпочинку та оздоровлення людей. Вони складаються з рекреаційні ландшафтів, оздоровчих

ресурсів, природно-заповідних об'єктів, біосферних заповідників, території історико-культурного призначення, які є ресурсами для розвитку туризму.

Автором теорії «усталеного рекреаційного районування України» є професор О. Бейдик, який виокремив п'ять ресурсно-рекреаційних районів нашої держави. За згаданою вище схемою найвищий рейтинг (дуже високий у О. Бейдика) має Причорноморський ресурсно-рекреаційний район (АРК, Одеська, Миколаївська і Херсонська області). [25]

Карпатсько-Подільський район (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, Тернопільська, Хмельницька і Вінницька області) має високий рейтинг.

Середній рейтинг характерний для Полісько-Столичного району (Волинська, Рівненська, Житомирська, Київська, Чернігівська, Полтавська, Черкаська області).

Харківському ресурсно-рекреаційному району (Харківська і Сумська області) властивий низький рейтинг. Найнижчий рейтинг має Придніпровсько-Донецький район (Дніпропетровська, Запорізька, Кіровоградська, Донецька і Луганська області) [25].

Наявність лише туристичних ресурсів не забезпечує масового туристичного потоку, для формування стійкого туристичного попиту необхідною є діяльність широкого кола суб'єктів, які в місці розташування об'єктів туристичної привабливості виробляють та пропонують до споживання супутні послуги, що мають споживчу цінність і задовольняють потреби фізичного, психологічного або духовного відновлення та розвитку туристів.

Різні види туристичних ресурсів, особливо об'єктів туристичного інтересу забезпечують умови для формування пропозиції та попиту послуг туризму різного виду.

Необхідно визначити, що позитивний розвиток туристської галузі, як складової національного господарства має проявлятися в збільшенні кількості туристських потоків, розширенню рекреаційних ареалів і туристських маршрутів, інтенсифікації інфраструктури, диверсифікації видів туризму та

застосування інновацій.

Розвиток галузі спирається на відповідну ресурсну базу. Такою основою - підґрунтям і чинником розвитку туризму - є континуальний, гетерогенний, диверсифікований та ієрархічний ресурсно-рекреаційний простір [25].

Туристські ресурси - це сукупність природних, історичних, культурно-дозвільних об'єктів, що залучені до індустрії туризму, що сприяють відновленню й розвитку фізичних та духовних сил людини [21].

На розвиток регіонального туризму має значний вплив тенденції міжнародного туризму.

Велике значення для розвитку галузі мають трудові ресурси: в індустрії туризму задіяна велика кількість працівників. Крім постійних, серед них є ще тимчасові та сезонні робітники, оскільки значна кількість туристичних об'єктів має сезонний характер.

Туристична індустрія не була б провідною сферою діяльності в світовій економіці, якби вона не охоплювала найрізноманітнішої галузі. Вона об'єднує заклади пов'язані з обслуговуванням мандрівників: ресторани, кафе, торгівлю напоями, велику частину транспорту, туристичне обладнання.

На розвиток туристичної індустрії мають вплив всі недоліки і перспективи цієї форми суспільного життя: пейзажі, проблеми навколишнього середовища, кліматичні умови тощо.

Зазначимо, в'їзний туризм США забезпечується за рахунок розвинутої інфраструктури мережі розважальних об'єктів та географічним розташуванням.

В'їзний туристичний потік в Австралії в великій мірі ґрунтується на географічному розташуванні, домінування екстремального та спортивного видів туризму спричинено неоднорідністю інфраструктурного та економічного розвитку території цієї країни.

Хорватія грає провідну роль в туристичних потоках на Балканському півострові завдяки географічному розташуванню, привабливому клімату, та наявності значної кількості об'єктів культурної спадщини та релігійних споруд.

Серед проаналізованих країн можна виявити певні закономірності, які

пояснюють позитивний напрям туристичних потоків.

1. Туристи країн зі сталою економікою віддають перевагу серед іноземних туристичних дестинацій країнам, зі схожим рівнем економічного розвитку.

2. Віддається перевага географічно близьким та/або культурно – ідентичним дестинаціям.

Серед країн з позитивними туристичними потоками можна виділити групу країн з високими економічними показниками, де туризм, в свою чергу не є основною галуззю доходу та розвивається в рамках національної стратегії (Австралія, Франція), та країни типу Хорватії, де туризм є основною доходною галуззю [26].

Необхідно відзначити, що країни зі значно вищим ВВП на душу населення (Австралія, США, Франція) мають позитивний баланс туристичних потоків. Таким чином, позитивні економічні показники в туризмі та важливість галузі, в великій мірі залежать від загальних соціально-економічних показників. Україна на найнижчих рейтингових позиціях світового туристичного ринку.

Серед світових інституцій, які проводять дослідження в туристичній галузі можна відзначити Всесвітню раду з туризму та подорожей (WTTC).

WTTC – це глобальне об'єднання, яке займається дослідженнями в області економічного і соціального впливу туризму, і сприяє стабільному зростанню сектора, працюючи з урядами та міжнародними організаціями, щоб створити робочі місця, стимулювати експорт і процвітання галузі. В рамках щорічного Глобального Саміту WTTC більше 1 000 делегатів обговорюють можливості, труднощі і проблеми, що стоять перед сектором, а також вручається премія WTTC «Туризм для завтра» за підтримання сталого та стабільного туризму [23].

Для оцінки ефективності діяльності туристичної галузі обрана характеристика складу та динаміки туристичних потоків, її впливу на функціонування національної економіки.

Деякі міжнародні туристичні організації в оцінці стану туристичної

діяльності країн використовують обсяги в'їзного туризму, обсягами надходжень від цієї діяльності, кількістю зайнятих та обсягами іноземних інвестицій) [23].

За результатами рейтингу конкурентоспроможності туристичної індустрії (The Travel & Tourism Competitiveness Index), складеному фахівцями Всесвітнього економічного форуму в 2017 р. Україна посіла 88 місце серед 136 країн світу поряд зі Гватемалою, Тунісом, Македонією, Ботсваною та Вірменією, із 40 країн Європи Україна посіла лише 37 місце, нижче тільки Македонія, Сербія та Молдова [23].

Більш детально складові рейтингу The Travel & Tourism Competitiveness Index України за основними показниками відображено на рис. 1.10 [23]:

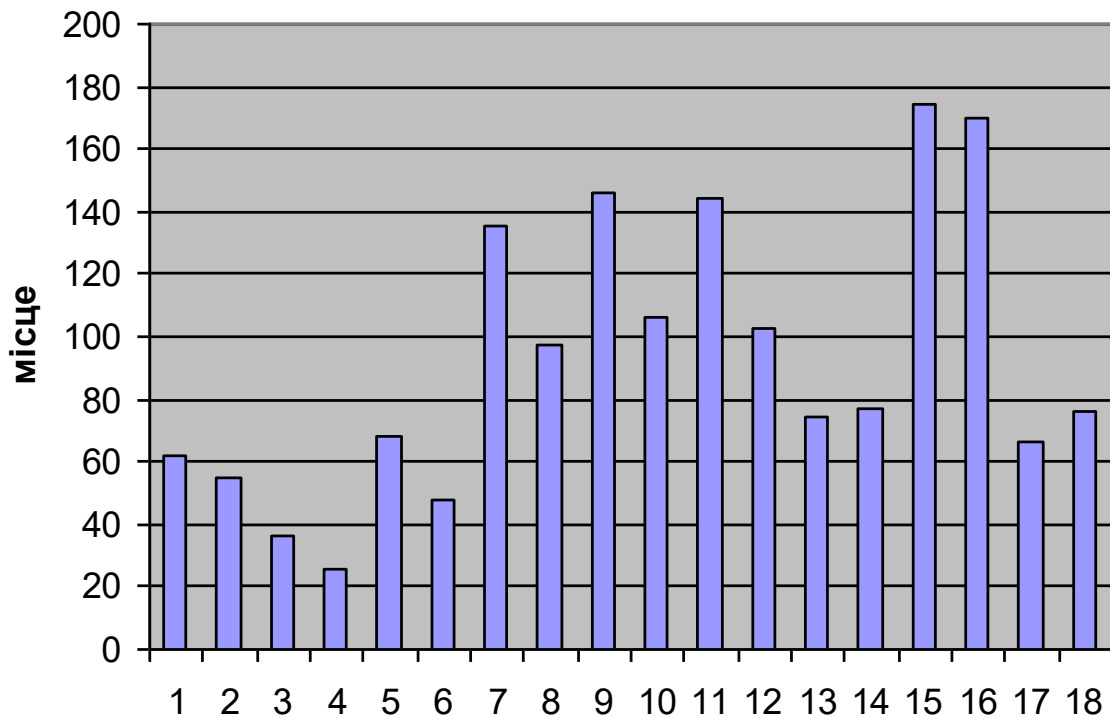


Рис. 1.10. Україна у рейтингах WTTC за основними показниками внеску сфери подорожей і туризму (СПТ) [66]:

1 – прямий внесок СПТ у ВВП; 2 – загальний внесок СПТ у ВВП; 3 – прямий внесок СПТ в зайнятість; 4 – загальний внесок СПТ в зайнятість; 5 – обсяг інвестицій в СПТ; 6 – обсяг експорту, який здійснюється приїжджими, 7 – питома вага прямого внеску СПТ у ВВП; 8 – питома вага загального внеску СПТ у ВВП; 9 – питома вага прямого внеску СПТ в зайнятість; 10 – питома вага загального внеску СПТ в зайнятість; 11 – питома вага інвестицій в СПТ в

загальному обсязі капітальних інвестицій в країну; 12 – питома вага обсягу експорту, який здійснюється приїжджими в загальному обсязі експорту країни; 13 – реальне зростання прямого внеску СПТ у ВВП; 14 – реальне зростання загального внеску СПТ у ВВП; 15 – реальне зростання прямого внеску СПТ в зайнятість; 16 – реальне зростання загального вкладу СПТ в зайнятість; 17 – реальне зростання обсягу інвестицій в СПТ; 18 – реальне зростання обсягу експорту, який здійснюється приїжджими

За висновками WTTC, одними з вагомих факторів, що стримують розвиток туризму [23] є неохочість населення до подорожей та туризму (за яким Україна посіла 105 місце з 136 країн світу) та недосконале нормативно-правове регулювання (116 місце).

За визначенням фахівців WTTC така оцінка рейтингу конкурентоспроможності туристичної індустрії (The Travel & Tourism Competitiveness Index), є відображенням низького соціально-економічного стану України. Не зважаючи на це туристична галузь може стати підґрунтям та «локомотивом» розвитку загальнонаціональної економіки. Прикладом, з спільними рисами для нашої країни можна навести Хорватію. Не можна не відзначити, Україна значно поступається провідним країнам як за загальними обсягами туристичного бізнесу, обсягами відносно ВВП, та чисельністю населення, зайнятого туристичною діяльністю. Зазначений аналіз доцільно проводити за відносними показники питомої ваги (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Загальний внесок сфери подорожей і туризму у ВВП та світову зайнятість у провідних країнах світу та Україні в 2007 – 2016 рр. [23, 24]

Країна	Рік									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Загальний внесок сфери подорожей і туризму у ВВП, %										
США	8,4	8,4	8,8	8,9	9,0	9,1	9,2	8,9	8,8	8,7
Китай	9,2	9,1	9,6	10,1	10,3	10,0	9,3	8,9	8,3	8,5

Продовження табл. 1.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Японія	6,9	6,8	6,5	6,5	6,8	7,0	6,7	6,9	6,8	6,8
Франція	11,5	10,8	11	10,4	10,2	9,9	9,8	9,5	9,2	9,0
Іспанія	16,7	15,9	16,3	16,6	15,5	14,9	14,9	14,7	14,3	14,3
Україна	6,5	6,4	8,1	8,3	8,1	8,0	7,8	8,5	7,9	8,0
Загальний внесок сфери подорожей і туризму в зайнятість, %										
США	9,8	9,8	10,4	10,7	10,9	10,9	11,0	10,6	10,4	10,4
Китай	7,3	7,3	7,7	8,3	8,7	8,6	8,1	8,0	7,7	8,2
Японія	7,4	7,3	7,0	7,0	7,3	7,4	7,0	7,2	7,0	7,1
Франція	12,6	12	12,2	11,6	11,5	11,2	11	10,8	10,3	10,1
Іспанія	14,1	13,4	14	14,4	13,4	12,8	12,9	13,3	12,6	12,6
Україна	5,7	5,6	7,2	7,3	7,2	7,1	7,0	7,5	7,0	7,1

Серед представлених у табл. 1.5 провідних країн світу за показником загального внеску сфери подорожей і туризму в ВВП лідирують зі значним відривом Іспанія – 14,3%; Франція – 9,0% та США – 8,7%. Питома вага туристичної галузі України в ВВП становить 8,0%, поступаючись Китаю (8,5%) та випереджаючи Японію (6,8%).

Внутрішні витрати на подорожі та туризм у країнах лідерах в сотні разів перевищують аналогічні витрати в Україні. США, Китай та Японія лідирують також в обсягах капітальних інвестицій у сферу подорожей та туризму. Але у розрізі питомої ваги інвестицій, найкращих результатів досягли далеко не високо розвинуті країни, а, такі острівні країни як Мальдіви, Британські Віргінські острови, Багами, Аруба, Нова Зеландія. В економіку туризму цих країн вкладаються суттєві зарубіжні капітальні інвестиції. Україні для розвитку туристичної галузі необхідно створювати привабливі умови для інвестування та ведення бізнесу.

Аналізуючи досвід країн, можна зазначити різноманітність підходів щодо розвитку галузі, але країни зі значними результатами в туристичній галузі об'єднує економічна доцільність та логіка, яка ґрунтується на індивідуальних особливостях країни та її регіонів.

Для сучасного періоду розвитку туризму стали виявлятися тенденції, пов'язані з загальним економічним зростанням і негативними наслідками його впливу на довкілля.

Процес життєдіяльності людини, заснованої на баченні економіки як підсистеми в межах глобальної екосистеми та туризму як складової інтегрованої системи в межах економічної системи, обумовлюють пошук та обґрунтування стратегії розвитку туризму.

Можна визначити, що цілеспрямований розвиток туризму – це свідомо підтримуваний розвиток, в силу чого зростає роль держави та органів місцевого самоврядування, оскільки вони здатні розробити стратегічну основу розвитку індустрії туризму.

При її розробці необхідно визначити потреби туристів у теперішньому часі, враховуючи інтереси туристської дестинації щодо збереження цієї можливості у майбутньому. Такі заходи регулювання передбачають використання усіх видів ресурсів таким чином, щоб економічні, соціальні й естетичні потреби задовольнялися з підтриманням культурних і екологічних цінностей, без заподіяння шкоди біологічному різноманіттю і системам життєзабезпечення.

Вирішення проблеми можливе заходами регулювання, як місцевими органами, так і державними. Регіональні туристичні об'єкти, наявна інфраструктура та супутні елементи навколишнього середовища, мають бути обстежено, проаналізовано.

За результатами аналізу визначено найбільш доцільний вид або види розвитку туристичних або супутніх об'єктів, та відповідної інфраструктури. Такі заходи сприятимуть економічному розвитку територій, наявній соціальній сфері та навколишнього середовища.

Для розуміння процесів, що відбуваються в економічній діяльності та зокрема ролі туризму в економічному середовищі, необхідним є визначення поняття туристична галузь. В табл. 1.6. наведені визначення туристичної індустрії вітчизняними та іноземними вченими.

Таблиця 1.6.

Перелік визначень поняття туристична індустрія

Визначення	Автор
Сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності, які забезпечують прийом, розміщення і перевезення туристів	Кузьмін О. Є.
Сукупність видів діяльності, послуг, які забезпечують досвід подорожей, що включає транспортування, проживання, заклади харчування, магазини роздрібною торгівлі, розважального бізнесу та інші послуги сфери гостинності для осіб що подорожують	McIntosh, R.W. & Goeldner, C.R.
Сукупність підприємств, установ і організацій матеріального виробництва та невиробничої сфери, які забезпечують виробництво, розподіл, обмін і споживання туристичного продукту, освоєння і використання туристських ресурсів і створення матеріально-технічної бази туризму	Жукова М.А.
Галузь господарства країни, у складі якої є два основні блоки: відпочивальні та рекреаційні ресурси, до яких, у свою чергу, належать природні комплекси, споруди різного призначення та обслуговуючий персонал	Преображенський В. С.
Сукупність виробничих та невиробничих видів діяльності, спрямованих на створення товарів і послуг для подорожуючих.	Конференція ООН з питань торгівлі та розвитку, 1971
Система виробничих, транспортних, торгових, сервісних підприємств і засобів розміщення, призначена для задоволення попиту на туристичні товари і послуги	Мальська М.П.

Однак індустрію туризму можна розглядати не лише як сукупність підприємств, що надають туристичні послуги та виробляють туристичні товари, але і як одну з форм освоєння території.

Індустрія туризму складна система взаємодії рекреаційних потреб людини та рекреаційних можливостей природно-економічного потенціалу території. При чому рекреаційна галузь — це сфера, діяльність підприємств якої скерована на задоволення рекреаційних потреб населення; технології, що при цьому використовуються, або ж кінцеві продукти цих підприємств — рекреаційні послуги — в багатьох випадках подібні між собою. Згідно вузькогалузевого підходу, рекреаційну галузь можна вважати частиною індустрії туризму.

Необхідно зауважити, що в основі функціонування туризму в регіоні полягає у створенні та реалізації відповідного туристичного продукту. Загальну

схему функціонування туризму в регіоні відображено на рис. 1.11.

Як вже зазначалося, ефективна координація суб'єктів туристичної діяльності в регіоні можливо за допомогою органів регіонального управління. Саме вони мають формувати, контролювати та реалізовувати загальну стратегію розвитку туризму в регіоні.

Взаємодія елементів регіональної туристичної галузі реалізується шляхом надання споживачам певного набору послуг (туристичний продукт), які ставлять метою задоволення туристичних потреб споживачів.



Рис. 1.11. Елементи туристичної діяльності регіону

Транспортне забезпечення є одною з найважливіших умов для реалізації туристичних послуг. Це забезпечення представлено транспортною інфраструктурою (авіа, залізничний, водний, авто, громадський транспорт), яка виконує функцію комфортного та швидкого провідника до певних туристичних об'єктів або дестинацій.

Суб'єкти просування та реалізації регіональних туристичних послуг представлена діяльністю туристичних агентств, туристичних операторів, туристичних, інформаційних бюро. Вони забезпечують наявність та диверсифікацію ринкової пропозиції в регіоні.

Просування регіонального туристичного продукту неможливе без відповідної рекламної діяльності. Суб'єкти, які спеціалізуються у наданні послуг в реклами пов'язані з процесом реалізації туристичного продукту.

Суб'єкти фінансових, страхових та медичних послуг містить банківські заклади, які надають можливість використання грошей.

Страхові та медичні заклади, які забезпечують послуги збереження та відновлення здоров'я, та страхування від ризиків можливості втрати здоров'я, або пошкодження майна.

До об'єктів розміщення та громадського харчування необхідно віднести такі заклади розміщення, як готелі, мотелі, хостели, кемпінги та ін. До закладів харчування віднесемо ресторани, кафе, бари, їдальні, пересувна торгівля їжею, напоями. Дані об'єкти забезпечують первинні потреби туриста, як людини.

Приведені види економічної діяльності у певних елементах туризму спонукають до виділення окремої галузі – туристичної.

Визнання туризму як галузі, порушує перед державою визначення його як стратегічного пріоритету розвитку країни. Тим самим, перед галуззю постають питання економічної та соціальної значущості в національній економіці.

На основі визначених завдань, які повинна вирішувати галузь, формується маркетингова стратегія для реалізації та просування туристичного продукту, виділяються кошти на реалізацію загальнодержавних, або регіональних цільових програм.

На основі проведеного аналізу, можна визначити, туризм, як явище охоплює велику кількість видів економічної діяльності, що говорить про міжгалузевий характер.

За статистичними даними на підприємствах України, які займаються створенням та просуванням туристичного продукту працює близько 1000 млн. чоловік. Це говорить про значний потенціал та ємність галузі для працевлаштування. Але ефективність функціонування галузі визначається не декларативним характером її пріоритетності, а обсягом державних витрат, підтримки та соціально-економічного результату [27].

Впровадження євро інтеграційної політики Україною призвело до змін туристичних потоків. Надання безвізового режиму для туристичних подорожей країнами Євросоюзу призвело до кардинальних змін вектору розвитку національної туристичній галузі.

Наразі відбуваються зміни по відношенню до туристичної діяльності серед місцевих та регіональних громад, оскільки туристична галузь в умовах децентралізації для них стає системообразуючим джерелом фінансових надходжень, важливою сферою зайнятості робочої сили регіону та забезпечує значні соціальні витрати.

Розподіл видів туризму за регіонами України досліджено в табл. 1.7.

Таблиця 1.7.

Розподіл видів туризму за регіонами України [3, 28]

Область	Вид туризму*							
	Діловий	Екологічний	Культурно-пізнавальний	Освітній	Подієвий	Рекреаційний	Релігійний	Спортивний
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Вінницька		+	+			+		+
Волинська		+	+					
Дніпропетровська	+	+	+			+		
Донецька							+	+
Житомирська		+				+		
Закарпатська		+	+			+		+
Запорізька		+	+		+	+		
Івано-Франківська		+				+		+
Київська	+		+	+			+	+
Кіровоградська			+			+		
Луганська		+	+					
Львівська		+	+	+		+		+
Миколаївська			+			+		
Одеська	+		+			+		+
Полтавська		+	+		+	+		
Рівненська		+				+		+
Сумська						+		

Продовження табл. 1.7

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тернопільська		+	+			+		
Харківська		+	+	+				
Херсонська		+				+		+
Хмельницька		+	+			+		
Черкаська			+		+	+	+	
Чернігівська		+	+		+		+	
Чернівецька		+				+		
Поширеність виду туризму по країні, кількість регіонів	3	17	17	3	4	18	4	9

* - наявність виду туризму представлена «+»

В умовах анексії РФ АР Крим, Херсонська, Миколаївська та Запорізька області стають центрами літнього туризму, серед найближчих країн-конкурентів можна визначити Болгарію, Туреччину, Чорногорію, Албанію.

Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська та Тернопільська області стають центрами гірського, пізнавального та оздоровчого туризму, останні є прямими конкурентами для сусідніх країн, таких як Болгарія, Польща, Угорщина та Румунія.

Як центри освітнього туризму можна визначити Харківський, Львівський регіон та м. Київ.

Виходячи з проведеного аналізу розподілу регіонів України за видами туризму, табл. 1.7, можна виділити 3 групи областей за різноманіттям видів туризму.

1) До першої групи відносяться: Вінницька, Волинська, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Чернігівська, Чернівецька області.

Як ми бачимо, західним областям України властива гомогенність у наявних туристичних ресурсах та видах туризму які переважно культивуються. Це, перш за все, екологічний та рекреаційний туризм. Ці види туризму забезпечують повноцінний відпочинок туристу, покращує фізичний та

психологічний стан.

2) Другу групу складають: Дніпропетровська, Запорізька, Київська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Харківська, Черкаська області. Слід зазначити, що вони представлені широким спектром напрямків туризму. Цій групі властиві різні види туризму, починаючи від ділового, екологічного, закінчуючи релігійним. Але не можна виявити конкретний вид туризму, який переважає та об'єднає ці регіони.

3) Останню групу представляють області в яких туризм не має широкого різноманіття. До таких віднесемо Донецьку, Луганську, Кіровоградську, Сумську адміністративні області.

Необхідно відзначити, в сучасних умовах проведення Антитерористичної операції Донецька та Луганська області втрачають зацікавленість туристів, але це не значить, що вони втрачають свій туристичний потенціал загалом.

Зазначимо також, що розподіл видів туризму було здійснено на основі аналізу змісту регіональних цільових програм розвитку та звітів діяльності кожної області у питанні розвитку туристичної галузі.

Незважаючи на наявні інфраструктурні проблеми та незадовільний стан багатьох закладів туристичної галузі України, – в'їзний та виїзний туризм поступово збільшується. Нагальною проблемою є зменшення внутрішніх туристів, у зв'язку зі зменшенням реальних доходів населення, але вирішення цієї проблеми не лежить у площині туристичної діяльності.

Угода про асоціацію між Україною, та Європейським Союзом потребує від суб'єктів національної туристичної галузі та регуляторних органів реформ у гармонізації до стандартів обслуговування діючих у країнах ЄС, та пошуку нових закордонних бізнес-партнерів. З наданням «безвізового режиму» в Україні посилюється існуючий дисбаланс виїзного туристичного потоку з обсягами в'їзного туризму, зменшуючи тим самим залучення валютних коштів в національну економіку, відтік яких щорічно збільшується.

1.3. Практика формування стратегії розвитку туризму в регіонах України на підґрунті його державної підтримки

Історія розвитку світової економіки підтверджує, що для досягнення тенденцій сталого розвитку необхідним є втручання держави в економічні процеси.

Дискусія щодо необхідності та доцільності державного втручання в економічне життя розпочата в науковому колі із зародженням ринкових відносин. Дж. Кейнс, Я. Тінберген, Р. Фріш одними з перших в історії економічної думки визнали, що існує необхідність державного регулювання ринкової економіки.

Дж. Кейнс [29] обґрунтував необхідність державного впливу на різні сфери економіки, визначив специфічні макроекономічні проблеми, запропонував основні принципи методології та методики їх аналізу, окреслив завдання економічної політики держави.

Натомість А. Сміт [30] доводив збитковість державного майна, запропонувавши теорію саморегульованої ринкової системи, де роль держави абсолютно нівелюється.

Сучасні концепції розвитку державної економіки дуже різноманітні, що зумовлюється: складністю соціальної структури сучасного суспільства; історичними особливостями розвитку тих чи інших країн; різноманітністю методологічних підходів до певної проблеми; існуванням країн різного ступеня розвитку.

За визначенням [31] державний сектор економіки здійснює вагому макрорегулюючу функцію, виробляючи та підтримуючи сприятливі умови для розвитку ринкової економіки. Так виникає змішана державно-ринкова економіка, в якій ринок головний виробник і продавець товарів та послуг, а держава виступає регулюючим агентом та важливим суб'єктом господарювання.

Серед науковців відсутня одностайна думка щодо трактування змісту

державного управління та державного регулювання як понять економічної науки, але беззаперечним є твердження, що співвідношення цих понять доцільно розглядати як похідне категорій «управління» та «регулювання».

Регуляторному впливу держави присвячені роботи А. Азріліяна, С. В. Мочерного, А. М. Стельмащука, [31].

Узагальнюючи, можна визначити, що управління є цілеспрямованим впливом на об'єкти управління шляхом використання методів, що підпорядковують об'єкти управлінського впливу суб'єкту управління. Натомість регулювання є цілеспрямованим впливом на об'єкти управління шляхом зміни їх якостей, характеристик і поведінки з метою приведення до встановлених норм та правил, [32].

Автори [33] визначають необхідність державного регулювання ринку туристичних послуг України обумовлену існуванням природних монополій в житлово-комунальній сфері, галузі транспорту і зв'язку. Ефективне саморегулювання ринку туристичних послуг в Україні, можливо тільки за певних ідеальних умов. Наразі, розподіл ресурсів в житлово-комунальній сфері, галузі транспорту і зв'язку регулюється, то головна умова розвитку суспільства — стійкість економічної системи — не досягається, оскільки ціновий механізм не в змозі владнати з вадами ринку.

Державне регулювання туристичної галузі виступає не як протипага ринковому механізму, а використовуючи регулювальні можливості ринкового саморегулювання, надає ринковим регуляторам цілеспрямований характер, що сприяє швидшому та менш витратнішому досягненню державних цілей та пріоритетів.

Розгляд держави як суб'єкта управління туризмом відносять до часів давньогрецького філософа Ксенофонта, у працях якого запропоновано державі будувати готелі [34].

Наявні ринкові відносини в процесі створення та споживання туристичного продукту, як вид суспільно-економічних відносин, мають розглядатися як неодмінний об'єкт місцевого або державного регулювання в

Україні.

Відповідно до Гаазької декларації туризму 1989 року, [2] органи державної влади повинні планувати розвиток туризму на комплексній і послідовній основі, враховуючи усі аспекти цього феномену.

Необхідно відзначити, що загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади державного регулювання туризму в Україні визначаються Законом України «Про туризм» № 325/95-ВР від 15.09.95 [4].

Цим Законом встановлюються права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності, цілі державного регулювання та основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму. У статті 6 цього Закону зазначається, що держава проголошує туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності [4].

Всупереч задекларованого Законом «пріоритетного напрямку розвитку», визначення сутності державного регулювання туризму не закріплене нормативно-правовим чином залишається об'єктом наукової дискусії.

М. Біль [35] визначає регулювання туристичної галузі – це сукупність методів впливу суб'єктів управління на туристичну галузь, які мають практичну та функціональну спрямованість з метою досягнення стратегічних завдань у взаємодії з ринковим механізмом.

Р. А. Крамченко [36] пропонує під державним регулюванням розвитку сфери послуг розуміти цілеспрямований на об'єкти сфери послуг і процеси, що в ній відбуваються, з метою узгодженості дій суб'єктів сфери послуг з іншими суб'єктами національної економіки і досягнення бажаних результатів впорядкування окремих підсистем цієї сфери шляхом ліквідації непотрібних послуг та активізації розвитку виробництва інноваційних послуг.

Закон [4] визначає наступні шляхи реалізації державної політики в галузі туризму рис. 1.12.

Шлях реалізації державної політики в галузі туризму
Визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму
Визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони
Спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму
Визначення основ безпеки туризму
Нормативне регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян)
Ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу
Встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу
Організація і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму
Визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму
Участь в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму

Рис. 1.12. Шляхи реалізації державної політики в галузі туризму [4]

Отже, можна визначити, регулювання ринку туристичних послуг є функцією, яка уособлює процес реалізації комплексу взаємопов'язаних заходів правового та виконавчого характеру з метою спрямування розвитку ринкових відносин, які виникають в процесі виробництва і споживання туристичних послуг, у напрямку досягнення встановлених цілей.

Законом визначено пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму[4], (рис. 1.13).

Пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму
Удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму
Забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць
Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму
Розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку
Створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання
Забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб

Рис. 1.13. Пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму[4]

Цілями державного регулювання в галузі туризму, згідно Закону є:

забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;

створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка

пріоритетних напрямів туристичної діяльності, [4].

Головним документом, що регулював розвиток туризму в Україні до 2017 р. була «Стратегія розвитку туризму і курортів», затверджена Кабінетом Міністрів України у 2008 р. [37].

Події 2013-2014 рр., змінили стан та пріоритети національної туристичної галузі. На відповідь до чого була прийнята нова «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [38]. В ній зазначено, що фінансово-економічна криза, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку.

Шляхом впровадження цього нормативного акту обрано стратегічно орієнтовану державну політику. Основними завданнями якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямами прискорення економічного та соціального зростання країни.

Умови розвитку сфери туризму та курортів наведено на рис. 1.14 [38].

Метою є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей. Така стратегія має забезпечити прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства.

Умови розвитку сфери туризму
Забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної

туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу
Концентрація ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку туризму
Створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі
Удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів
Сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів
Удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток конкуренції
Запровадження інституту саморегуляції організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації)
Розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів
Популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі
Розвиток туристичних територій

Рис.1.14. Умови розвитку сфери туризму та курортів [38]

Основні стратегічні цілі розвитку сфери туризму рис. 1.15 [38].

Стратегічні цілі державного розвитку сфери туризму
Створення конкурентоспроможного національного туристичного

продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів
Забезпечення ефективного і комплексного використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій,
Системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства
Удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів
Забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу і розроблення стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних
Організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування

Рис.1.15. Стратегічні цілі державного розвитку сфери туризму [38]

Стратегія розвитку туризму 2017 року визначає необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Основні завдання органів державної влади та місцевого самоврядування в галузі туризму відображено на рис. 1.16.

Стратегічні завдання в галузі туризму
Здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів
Забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації
Об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу як країни, привабливої для туризму
Гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави

Рис. 1.16. Стратегічні завдання органів державної влади та місцевого самоврядування в галузі туризму

Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який передбачає поєднання таких складових (Рис.1.17): галузевої (міжгалузева координація та системний розвиток складових сфери туризму та курортів), територіальної (міжрегіональна кооперація, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон), секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні).

Враховуючи сучасні реформи децентралізації влади та положення Стратегії розвитку сфери туризму, доречно визначити цілі місцевого регулювання цієї галузі.

Інтегроване визначення складових туристичної діяльності	
Галузева складова	туристична діяльність: туроператори, турагенти; екскурсійне обслуговування
	послуги з розміщення: колективне та індивідуальне розміщення
	транспорт: повітряний, залізничний, автомобільний, водний морський та річковий; міський громадський
	туристичні інформаційні центри
	музеї та галереї
	театри, арени, клуби
	конгрес-холи і конференц-центри
	заклади громадського харчування
	спортивні арени
	торгові центри, магазини, сувенірні лавки
	ІТ-компанії
	страхові компанії
	медіа-компанії
Територіальна складова	північ, південь, схід, захід, центр області
	райони
	територіальні громади
	курорти
	туристичні території
	міський туризм
Секторальна складова	екологічний (зелений)
	етнічний
	сільський
	культурно-пізнавальний
	подієвий
	медичний, лікувально-оздоровчий
	гастрономічний
	релігійний
	гірський, спортивний, велосипедний
	пригодницький та активний
	науковий та освітній
	круїзний та яхтовий
	шопінг та розважальний туризм
	інші пріоритетні види туризму

Рис. 1.17. Інтегроване визначення складових туристичної діяльності

Можливу компоновку цілей місцевого регулювання туризму відображено на рис 1.18.

збереження та розбудова наявних туристичних ресурсів, в межах окремої території
розбудова ефективної місцевої туристичної інфраструктури

Рис. 1.18. Система цілей регулювання туризму в регіоні

Цілі значною мірою впливають на концентрацію зусиль місцевої влади. Виконавчі органи регіонів володіють обмеженими засобами та широкою гамою можливих способів їх використання. Вибираючи пріоритетні цілі, територіальні громади мають встановити пріоритети та визначити способи використання наявних обмежених засобів.

Науковий підхід для визначених цілей стає особливо важливим в організації та координації, дій виконавчої влади та інших органів місцевого самоврядування.

Чітко сформовані цілі сприяють в оцінюванні досягнутого результату. Виразно сформульована, вимірювана ціль з конкретним терміном реалізації

стає нормою ефективності, яка дозволяє оцінювати прогрес у їх реалізації. Отже, цілі місцевого регулювання є також суттєвим елементом контролю.

Проведення моніторингу виконання регулюючих заходів у відповідності до досягнення поставлених нею цілей допоможе скоректувати діяльність регіональних органів у випадку, коли буде помічено відступи від прийнятих припущень. Заходи моніторингу дозволять визначати та здійснювати коригуючі дії, які модифікують виконавчі дії у відповідність до наявного стану, умов та ресурсів.

Задля досягнення встановлених цілей процес формування та реалізації системи заходів регулювання туризму повинен відповідати обґрунтованим принципам.

Значна кількість дослідників проблеми визнають пріоритетну роль принципів у регулюванні суспільних відносин, створенні відповідних інститутів влади.

Визначення принципів регулювання має істотну практичну і теоретичну цінність, оскільки дає змогу встановити його цільову направленість, логічність його розвитку та функціонування.

Принцип від латинського «*principium*» – основа, начало – означає: центральне пояснення, особливість, покладена в основу створення або здійснення чогось або внутрішнє переконання, погляд на речі, які зумовлюють норми поведінки чи основа пристрою, приладу [39].

Принципи права – об’єктивно властиві праву відправні початку, незаперечні вимоги (позитивні зобов’язання), які ставляться до учасників суспільних відносин із метою гармонічного поєднання індивідуальних, групових і громадських інтересів. Вони спрямовують і надають синхронності усьому механізму правового регулювання суспільних відносин.

З метою подальшого обґрунтування системи принципів регулювання туризму доцільно виділити такі загальнотеоретичні принципи регулювання: доцільності, адекватності, ефективності, збалансованості, справедливості, рівності, законності, альтернативності.

На основі означених принципів регулювання запропоновано наступну систему принципів регулювання туризму, рис. 1.19.

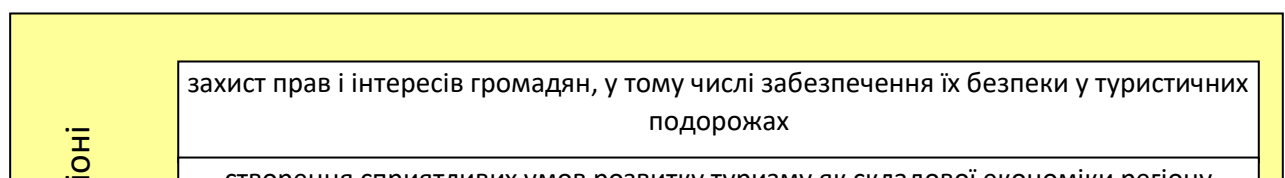


Рис. 1.19. Система принципів регулювання туризму в регіоні

Запропонована система принципів місцевого регулювання має становити основу формування стратегії розвитку туризму в регіоні, який включає до свого складу певну кількість громад.

Стратегія розвитку територіальної громади має бути важливим документом в процесі творення власного соціально-економічного розвитку, з використанням внутрішнього та зовнішнього потенціалів.

Використання цих потенціалів повинно відбуватися системно та бути скерованим на відповідні пріоритети (напрями розвитку) та цілі.

Наявність в стратегії місцевих громад складової розвитку туристичної галузі повинна містити принципи реалізації процесу заходів які у конкретному майбутньому, місцеві середовища прагнуть для своєї територіальної громади.

Визначені заходи дадуть можливість досягнути визначені цілі. Вироблення стратегії має враховувати існуючі різноманітні місцеві фактори.

Визначення стратегії розвитку місцевої громади це не одноразова подія, з виразним початком і закінченням. Це постійний процес, який має відбивати зміни, що відбуваються в процесі реалізації, та пристосовується до них. Документ стратегії розвитку необхідно постійно і регулярно актуалізувати (оновлювати).

Узагальнення вищенаведеного досвіду можна представити наступним концептом формування стратегії розвитку туристичної галузі, що відображений схематично на рис. 1.20.

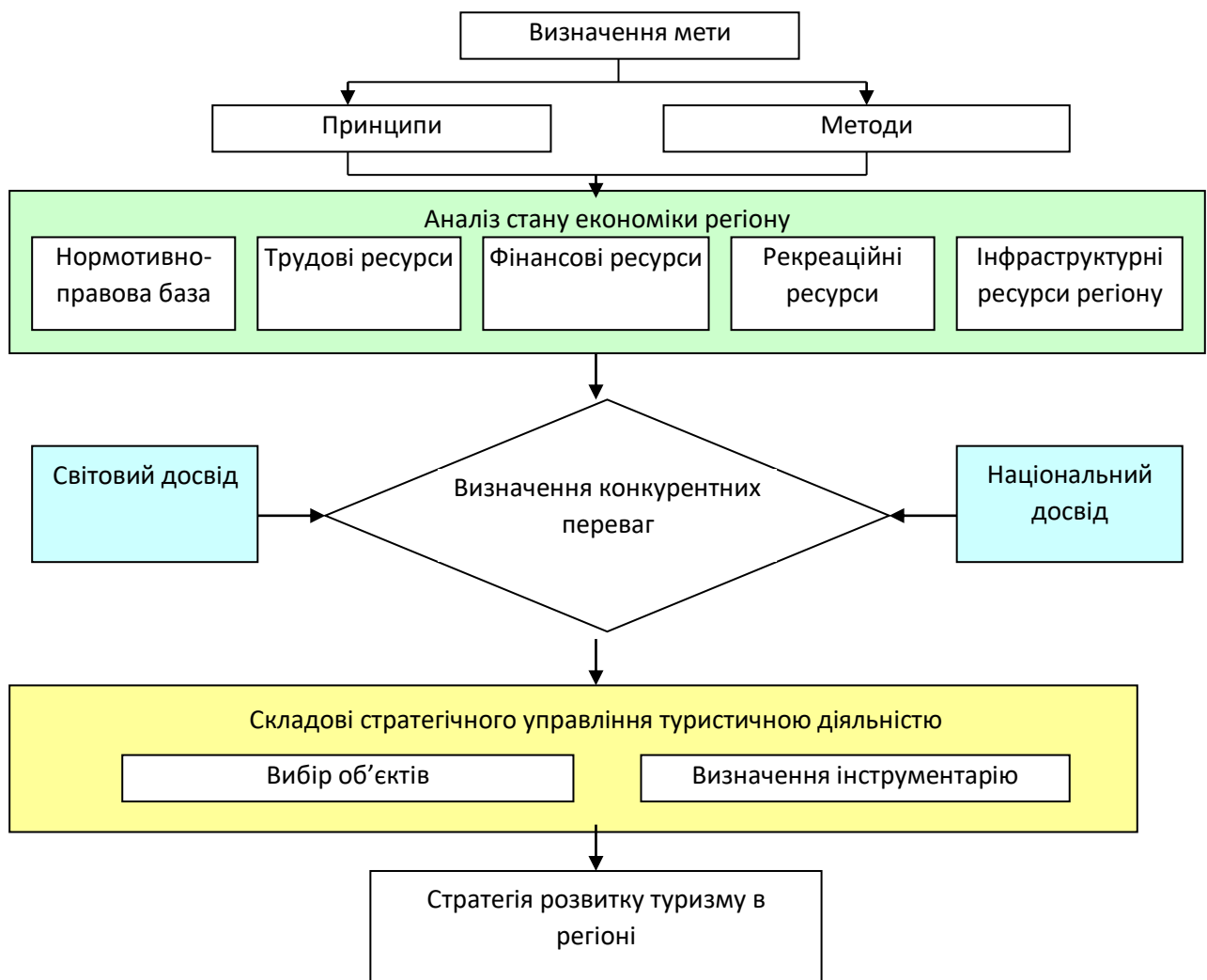


Рис. 1.20. Концептуальна схема формування стратегії розвитку туризму в регіоні

Оскільки концептуальна схема передбачає визначення стану ресурсного забезпечення регіону, визначимо зміст цього поняття в контексті дослідження.

Складові мети регіонального розвитку туризму відображено на рис.1.21, вони відповідають (ст. 2 Закону [4]).

Складові мети розвитку туризму в регіоні
Забезпечення їх сталого розвитку в інтересах України та її регіонів, підвищення рівня життя населення, подолання бідності та безробіття, формування середнього класу
Ефективне використання економічного, наукового, трудового потенціалу, природних та інших ресурсів, наявних особливостей регіонів для досягнення на цій основі підвищення рівня життя людей, оптимальної спеціалізації регіонів у виробництві товарів та послуг
Створення рівних умов для динамічного, збалансованого соціально-економічного розвитку регіонів України
Забезпечення додержання визначених державою соціальних гарантій для кожного громадянина незалежно від місця його проживання
Подолання депресивного стану окремих територій, своєчасного і комплексного розв'язання проблем охорони довкілля

Рис. 1.21. Складові мети розвитку туризму в регіоні

Необхідно зазначити, регіональне регулювання є більш локально спрямованим, ніж реалізація загальнодержавних стратегій, оскільки дозволяє побачити стан розвитку окремої територіальної одиниці, виявити проблемні сфери у їх взаємодії і ефективніше розподілити ресурси між представниками різних виробництв, насамперед завдяки спрощеному механізму передачі інформації. Регіональні програми в туристичній галузі обов'язково враховують місцеву специфіку, тоді як багато особливостей втрачається під час створення уніфікованої державної концепції.

Регіональна політика виправдана, коли центральний уряд ультимативно призначає пріоритети розвитку, що ми спостерігаємо у досвіді управління галуззю малих країн, проте в Україні ситуація інша: спочатку достатньо збалансувати потоки коштів.

Необхідно відзначити, дефініція «політика державного регулювання туризму» залишається на етапі свого формування. З одного боку важливістю точного визначення змістовного наповнення поняття для цілей практичної імплементації політики, а з іншого різними підходами до трактування вихідної категорії «політика».

Проецируючи категорію «політика» на сферу регулювання туризму, можна визначити, як запропонований порядок дій, за єдиними цілями та принципами, для реалізації визначеними керівними суб'єктами на суб'єкти туристичної діяльності у напрямках визначеної стратегії.

Фахівці визначають, що необхідною умовою проведення ефективної туристичної політики є наявність в країні досконалого ринкового середовища, яке має оперативно передавати керівні рішення та мати зворотній зв'язок з суб'єктами керування.

Досвід країн лідерів туристичного бізнесу: Англії, Франції, Іспанії, Греції, Туреччини свідчить про необхідність планування розвитку у сфері туризму, як на державному, так і на регіональному рівні. Фахівці визначають доцільність стратегічного планування розвитку таких територій за участю підприємців, адміністративних органів та місцевих громад.

Важливою умовою успішного розвитку туризму є створення та підтримка ефективного ринкового середовища, запобігання корупції та монополізму.

Наявність стратегії розвитку туризму на регіональному рівні дозволить забезпечити реальне прогнозування доходів та витрат місцевих бюджетів, визначити параметри туристичних потоків у відповідності до наявних ресурсів регіонів. Спрямувати матеріальні та фінансові ресурси на реакриацію, оновлення, реставрацію, туристичних об'єктів, та інфраструктури.

Такі заходи відповідають Закону України «Про туризм» [4], «...Реалізація

державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму...».

Донедавна регуляторним органом туристичної галузі в Україні було Державне агентство з питань туризму та курортів. На теперішній час воно ліквідовано, а його функції відповідно до постанови №442 передано Міністерству економічного розвитку і торгівлі України (далі – Мінекономрозвитку), крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму, який покладається на новостворений орган – Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів.

Регулювання розвитку туристичної галузі України неможливе без бачення її місця в цілісній структурі регіональної економіки, оскільки неможливо реалізовувати стратегії регіонального та державного рівня без чіткого усвідомлення місця означеної території та країни на загальній карті світу, в умовах сучасних тенденцій функціонування системи міжнародних відносин.

Впровадження регіональних програм розвитку галузі має ґрунтуватися також на розумінні загальної стратегії держави, її внеску до добробуту національної та світової спільноти.

Школа І.М. стверджує, що державна регіональна політика має враховувати рівень конкурентоспроможності національної економіки та фінансові чинники сталого розвитку регіонів [40].

Багато науковців, в тому числі Беккін Р.І., Бляхман Л.С., Листопад М.Е., Корнійчук Л., Товма Н.О., Тумашев А.Р., Шакуров І.Г., Шевчук В., Юнусов Л.А. проводили дослідження впливу процесів глобалізації на розвиток національної економіки, в т. ч. проблеми регулювання сучасного ринку послуг (табл. 1.8).

Таблиця 1.8

Аналіз досліджень проблем та пріоритетів регіональної політики в умовах

глобалізації

Автори	Визначення проблем та пріоритетів регіональної політики
Шакуров І.Г.	Пріоритетність інформаційного забезпечення, на ринку послуг, концепція універсальної послуги, забезпечивши доступ до інформаційної мережі всіх населених пунктів шляхом перерозподілу доходів високорентабельних виробників послуг
Корнійчук Л., Шевчук В.	Проблематичність вирішення завдання сталого розвитку в рамках інформаційного суспільства, в умовах ринкової економіки
Товма Н.О.	Необхідність регулювання соціальних процесів, оскільки без втручання, нація може бути поставлена на межу вимирання
Школа І.М.	Регіональна політика має будуватися "з урахуванням процесів, що відбуваються у світовому вимірі", враховуючи рівень конкурентоспроможності національної економіки та фінансові чинники сталого розвитку регіонів

Найбільш дискусійним є визначення способів вирішення суперечностей між процесами глобалізації і регіоналізації. Важливість їх визначення існує оскільки, це так чи інакше стосуються абсолютно всіх учасників ринку, тільки ступінь і опосередкованість впливу залежать від масштабу їх діяльності.

В рамках цієї проблеми виникає необхідність розробки і впровадження стратегії, що дозволить отримувати найбільші вигоди від відкритості кордонів, – для сильної держави, і шляху подолання погроз національній безпеці від впливу на найважливіші сфери суспільного устрою – для слабкої.

Фахівці визначають: прихильність політиці добросусідства, налагодження довірчих відносин в межах географічних (набагато рідше, але зустрічається, і позапросторових меж) власного макрорегіону – це ні що інше, як прагнення створити надійний бар'єр від проникнення ззовні – будь то прояв класичного протекціонізму, основною метою якого стає захист національних виробників товарів і послуг і підтримка позитивного сальдо платіжного балансу; до

цілеспрямованої жорсткої інформаційної блокади, покликаної зберегти автентичність культури, традицій і засад соціуму. [41]

Використовуючи цю теорію, можна визначити, що сучасний конфлікт між Україною та Російською Федерацією являє собою приклад, коли військово-сильніша, на думку фахівців, держава (РФ) стала загрозою національній безпеці України та негативно впливає на найважливіші сфери суспільного устрою нашої держави. Як захист з боку нашої держави є проведення політики протекціонізму, основною метою якої має стати захист національних виробників товарів і послуг в тому числі і сфери туризму, цілеспрямована агресивна інформаційна діяльність, дасть можливість зберегти автентичність національної української культури та традицій.

Впроваджуючи агресивну політику в бік України, представники "агресора" не приховують бажання якщо не одноосібно, то в рамках певних домовленостей (які відразу ж будуть порушені за умови ослаблення супротивника) встановити контроль над територіями не гребуючи грубої сили та економічного впливу. Якщо не модернізувати виробництва, не впроваджувати інновації, не впроваджувати ресурсозберігаючі технології, погоджуватись зі збитковими виробництвами, маючи за мету тільки, необхідність підтримки фізичного існування населення - озброєних конфліктів не уникнути, оскільки встає питання не добробуту суспільства, а виживання держави.

Аналізуючи особливості туристичної діяльності, необхідно зазначити, чим вище рівень розвитку держави і досконаліша економічна модель, тим важливіше наявність і якісна складова сектору послуг. Не дивлячись на значне перевищення вартісного обсягу випуску невиробничих галузей над матеріальною продукцією і достатній досвід управління даною сферою, в загальній оцінці її впливу на національну економіку єдності немає.

Такі висновки підтверджують сучасні процеси у так званій «фіктивній економіці», яка побудована на управлінні похідними фінансовими інструментами.

Протекціонізм держави до ліквідації або зменшення наявних диспропорцій в доходах і витратах на макрорівні є одним з шляхів вирішення

проблеми підвищення економічної безпеки держави під час її взаємодії з іншими інституційними одиницями світового ринку. Не впроваджуючи агресивну політики протекціонізму і закритого ринку, при правильному регулюванні розвитку найбільш залучених в зовнішні зв'язки галузей до яких можна віднести і туризм можна досягти оптимального співвідношення між статтями експорту і імпорту. Такі дії з одного боку, дадуть можливість підвищивши конкурентоспроможність не тільки туристичної галузі, а й національної економіки як для внутрішніх, так і зовнішніх контрагентів, з іншої – уникнувши погіршення міжнародного іміджу країни.

Програма розвитку туризму має передбачати вирішення найважливіших проблем, які існують в галузі, використовуючи комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів на національному або регіональному рівнях. На сьогоднішній день в Україні відсутня державна цільова програма розвитку туризму, адже її концепція, яка була запропонована у 2013 році втратила свою чинність, а замість неї не було розроблена альтернативної.

На відміну, на місцевому рівні сьогодні реалізовано певна кількість регіональних цільових програм розвитку туризму, які представлені в табл. 1.9.

Таблиця 1.9

Регіональні цільові програми розвитку туризму в Україні, [42-46]

Регіон	Період реалізації	Обсяг фінансування (млн. грн.)	Напрями фінансування			
			Формування рекламно – інформаційного забезпечення (тис. грн)	Розвиток матеріально-технічної бази туристичної інфраструктури	Підвищення кваліфікації спеціалістів галузі	Прогноз залучення інвестицій
1	2	3	4	5	6	7
Одеський	2011-2015	8,268	4115	511	411	85
Полтавський	2011-2015	1,5	650		-	-

Продовження табл. 1.9

1	2	3	4	5	6	7
Сумський	2011-2015	3,760	1735	220	-	50
Тернопільський	2013-2015	3,172	2000	128	-	79
Запорізький	2011-2015	3,437	665	173	-	-
Хмельницький	2013-2015	0,440	404	34	-	-
Херсонський	2011-2015	4703	2, 666	452	210	783
Харківський	2014-2018	1,775	750	400	-	-
Чернівецький	2013-2015	2,700	900	75	-	240
Київ*	2012-2015	23,478	16,944	2,820	420	-
Чернігівський	2013-2020	10,842	7,136	866	232,5	164
Івано-Франківський	2011-2015	4,145	2,034	751,5	487	889
Черкаський	2012-2020	5,008	3,274	735	269	730

При формуванні загальної програми розвитку туризму, одним з головних завдань є визначення проблем розвитку туристичної галузі окремих адміністративно-територіальних одиниць або груп, що мають спільні туристичні, або інфраструктурні пов'язані з їх реалізацією, об'єкти.

Виникає необхідність у чіткому обґрунтуванні визначення усіх проблем з якими стикається туристична галузь в певній адміністративно-територіальній одиниці.

За умов децентралізації влади та враховуючи особливості розвитку туристичної галузі, альтернативним варіантом може стати формування міжрегіональних програм розвитку туризму за певними видами туризму, які є найперспективнішими для розвитку в сусідніх адміністративно-територіальних одиницях. Це дозволить оптимізувати використання туристичних ресурсів та сформувати конкурентоспроможний міжрегіональний туристичний продукт. Для цього необхідно буде визначити на основі чого буде формуватись міжрегіональний туристичний продукт і яким чином формувати туристичні кластери.

Аналіз дисертацій, захищених протягом 2006-2012 років вказує, що основна маса наукових досліджень зосереджена навколо загальних, проте тактичних проблем управління, фінансування й регулювання туристичної галузі та суб'єктів туристичного бізнесу (див. табл. 1.10).

Проте, слід визначити, що ряд теоретичних проблем, щодо туристичної діяльності на регіональному рівні залишаються не дослідженими до кінця, зокрема, це стосується питань розвитку в умовах територіальної децентралізації, та залишилися фактично поза увагою фахового аналізу.

Кожна адміністративно-територіальна одиниця має свої особливості та різний рівень наявності ресурсів, необхідних для конкретного виду туристичної діяльності.

Отже виникає необхідність визначення відмінностей регіонів, які за ознаками та своїми соціально-економічними характеристиками найбільше відповідають окремим видам туристичної діяльності та визначити потенціал кожної адміністративно-територіальної одиниці окремо.

Таблиця 1.10

Огляд напрямів досліджень науковцями проблем розвитку туризму в Україні протягом 2006-2016 рр.

Автор	Ключові напрями досліджень							
	Розробка механізмів активізації туристичної діяльності	Утворення системи прогнозування результатів туристичної діяльності	Проблеми забезпечення туристичної діяльності	Державне регулювання розвитку туризму	Формування стратегії туристичної діяльності	Дослідження проблем розвитку туристичної системи в умовах глобалізації	Вдосконалення туристичної діяльності в регіонах	Проблеми рекреаційно-туристичного комплексу
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Бондар А.В [47]				+	+			+
Белоущенко Я. А. [48]			+					
Біль М. М. [49]								
Вершицький А.В. [50]								
Василів О.Б. [51]		+						+
Гаман П.І. [52]	+		+				+	
Гаврилук А. М. [53]		+			+			
Гловацька В. В. [54]			+					+
Гук Н. А. [55]	+		+			+		
Дмитренко В.М. [56]			+	+	+			
Остап'юк Н. І. [57]	+							+
Побоченко Л.М. [58]	+	+						
Стойка В. О. [59]	+			+		+		

Продовження табл. 1.10

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Костриця М.М. [60]	+							+
Дегтяр Н.А. [61]								
Козубова Н.В. [62]		+		+		+		
Коржилов Л.І. [63]				+		+	+	
Крамченко Р.А [64]	+		+			+		
Горбатова Є.Ф [65]			+			+		
Липчук Н.В. [66]					+	+		
Дубенюк Я.А. [67]	+	+						+
Пінчук Т.А. [68]	+		+					
Моран О.І. [69]			+	+				
Колесник О. О. [70]		+						+
Борушак М. [71]	+		+					
Панасюк К. А. [72]	+		+					
Мальська М. П. [73]		+						+
Музиченко О.В. [74]		+						+
Кдеїр М. С. [75]	+		+					+
Поліщук О.А. [76]	+							
Томаневич Л.М. [77]								

Проаналізуємо спільні та відмінні риси підтримки різних видів туризму на державному та місцевому рівні (табл.1.11).

Таблиця 1.11

Спільні та відмінні риси підтримки на державному та місцевому рівнях окремих видів туризму

Вид туризму	Особливості підтримки на загальнонаціональному рівні	Особливості підтримки на місцевому рівні	Спільні риси	Відмінні риси
1	2	3	4	5
Зелений	Сприяння створенню пішохідних та вело шляхів	Утримання пішохідних та вело шляхів	Об'єкти впливу	Заходи
	Рекреаційні роботи по земельно-лісових ресурсах	Підтримка, та захист наявних земельно-лісових ресурсів	Об'єкти впливу	Заходи
Розважальний	Утворення привабливих умов діяльності відповідних об'єктів	Сприяння діяльності представникам розважального бізнесу	Об'єкти впливу	Заходи

Продовження табл. 1.11

1	2	3	4	5
	Створення системи безпеки	Сприяння готельно-ресторанному та санаторно-курортному бізнесу	Об'єкти впливу	Заходи
	Створення відповідної інфраструктури	Підтримка інфраструктури	Об'єкти впливу	Заходи
Санаторно-курортний	Створення умов відповідності якості обслуговування, забезпечення кваліфікованими спеціалістами	Контроль за якістю обслуговування захист наявних земельно-лісових та водних ресурсів	Об'єкти впливу	Заходи
Спортивний	Сприяння та створення спортивних об'єктів	Підтримка об'єктів	Об'єкти впливу	Заходи

В результаті аналізу можна визначити, що за об'єктами впливу державні та місцеві регуляції збігаються, а за заходами існують значні відмінності. Відмінності зумовлені нерівністю правового статусу держави та її регіонів і можливостями фінансування.

Управління територіальним розвитком туризму має ґрунтуватися на врахуванні природних умов, ресурсного забезпечення, розвиненості транспортної інфраструктури, соціальних факторів (умов життя людей, рівня культури, зайнятості населення), економічних факторів, пов'язаних зі створенням основи для розвитку туризму (стабільних валютно-фінансових, зовнішньоекономічних відносин), екологічних факторів, які можуть обмежувати, або, навпаки, створювати пріоритети розвитку туризму в регіоні. Кожна територія має свої соціально-економічні, історико-культурні, природно-географічні та інші особливості. Пріоритети розвитку туризму повинні визначатись на врахуванні специфіки регіону, та концентруватись на найбільш перспективних видах туризму.

Необхідно зазначити, що визначення економічного ефекту важко

піддаються статистичному обчисленню, оскільки підрахувати витрати туристів вкрай важко). В нашій державі поступово оновлюється існуюча туристична інфраструктура та ресурси, оскільки наявної місткості для задоволення потреб як внутрішніх, так і попиту іноземних споживачів недостатньо, щоб поставити на меті планомірне оновлення інфраструктури туристичної галузі шляхом впровадження цільових державних, регіональних та місцевих програм.

Формування ефективної політики стосовно туристичної сфери, яка є надзвичайно залежною від стану соціального середовища, вимагає від фахівців чіткого визначення стратегічних пріоритетів. Їх реалізація можлива шляхом впровадження місцевих та державних програм розвитку на різних рівнях адміністративно-територіального підпорядкування. При формуванні локальних програм розвитку туризму слід посилатися на більш загальні положення державних та регіональних програм, які містять загальнонаціональні пріоритети.

Важливим елементом системи соціально-економічного і екологічного прогнозування є планування регіональної соціально-економічної та екологічної політики на рівні міст та областей, конкретних місцевостей з визначенням місця туризму в соціально-культурному й економічному розвитку дестинації [41].

Завданням регіональної стратегії розвитку туризму стає – визначення пріоритетних напрямків створення привабливих умов добробуту громад, вирішення їх соціальних проблем на основі підвищення ефективності функціонування регіональної економіки через ефективне використання туристичних ресурсів і задоволення попиту споживачів на них у довгостроковій перспективі.

Таким чином необхідно зробити наступні висновки:

1. Формування національної туристичної індустрії є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які генерують потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги. Національний ринок туристичних послуг є наслідком загального соціально-економічного розвитку людства і формування потреби у населення країни в туризмі як формі проведення дозвілля в подорожах.

2. Досліджувана динаміка змін туристичних потоків в Україні за період 2001-2016 рр. має не стійкий характер з тенденцією до зростання, що підтверджує актуальність формування стратегії розвитку туристичної галузі в регіонах країни.

3. Узагальнення світового досвіду розвитку туризму дало змогу дійти висновку про неоднорідність та нерівномірність туристичних потоків по географічних регіонах. На щільність туристичних потоків чинять вплив як зовнішні, так і внутрішні фактори. Регіони України суттєво відрізняються за складом видів туризму. Це, на сам перед, пов'язано з відмінністю географічних та соціально-економічних умов їх функціонування.

4. Визначено інструменти державної підтримки різних видів туризму на загальнодержавному та місцевому рівнях. Реалізація реформи децентралізації влади внесла суттєві корективи в інструментарій підтримки розвитку туризму в регіонах країни.

5. Удосконалено теоретико-методичний підхід до імплементації світового досвіду розвитку туризму у регіональні економічні системи України, який, на відміну від існуючих, містить у підґрунті динаміку та характеристики туристичних потоків по країнах світу, що дало змогу поділити регіони України на три групи за ознакою наявних видів туризму, а саме: однорідні (розвинуто види туризму, що потребують однакових за складом ресурсів), різноманітні (представлено практично всі види туризму) та не розвинуті (зі слабо розвинутою туристичною діяльністю).

6. Сформовано концепт формування регіональної стратегії розвитку туризму. Доведено, що стратегічні пріоритети розвитку туризму мають співпадати зі стратегією розвитку регіону та врахувати його соціально-економічні, історико-культурні та природно-географічні особливості.

7. Нові наукові результати, що отримані у ході написання розділу, опубліковано у роботах [14, 78-80].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ У РОЗДІЛІ 1 ДЖЕРЕЛ

1. Горбик В.О «Звід пам'яток історії та культури України» у дослідженні і охороні культурної спадщини: досвід, проблеми, перспективи / В.О. Горбик, Г.Г. Денисенко. — Інститут історії України НАН України, 2012. — 192 с.
2. Гагская декларация Межпарламентской конференции по туризму ООН; Декларація, Міжнародний документ. — Режим доступу до док. : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_904
3. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія / Борушак М. — Львів : ІРД НАН України, 2006. — 288 с.
4. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 № 324/95-ВР : за станом на 17.11.2010 [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України // Офіційний сайт Верховної Ради України. — Режим доступу до док. : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=324%2F95-%E2%F0&p=1297359085363026>.
5. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 200 с.
6. Дурович А. П. Маркетинг в туризме / А. П. Дурович. — Минск : Новое знание, 2003. — 496 с.
7. 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, 2008. - 360с.
8. Покоłodна М. Поняття, особливості, класифікація і формування структури і якості туристських послуг на підприємствах розміщення туристського типу / М. М. Покоłodна // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. — Х.: ХНАМГ, 2009. — Розд. 1. — С. 6 – 33.

9. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Ф. Котлер, Дж Боуен, Дж. Мейкенз; под ред. Р. Б. Ноздревой; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ, 2007.– 787 с.
10. Охріменко О.О. Соціальні аспекти безпеки сфери туризму в умовах глобалізації / О. О. Охріменко [Електронний ресурс]. – Режим доступу до док. : http://www.niisp.org/vydanna/panorama/issue.php?s=prnb2&issue=2006_1
11. Папп В.В. Вплив індустрії туризму на соціально-економічний розвиток регіону (на прикладі Закарпатської області). / В.В. Папп // Сталий розвиток економіки. - 2015. - № 3(28). – С. 138-146.
12. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : [монографія] / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 232 с.
14. Рябев А. А. Развитие туризма в городе: хостели / А. А. Рябев // XXXV науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 1. Строительство, архитектура, экология, общественные науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – С. 194 - 195.
15. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 200 с.
16. Долішній М. І. Регіональна політика: методологія, методи, практика / М. І. Долішній, П. Ю. Беленький, В. Я. Бідак. – Львів, 2001. – 714 с.
17. Краснонос О. М. Оцінка економічної самодостатності регіонів України. / О.М. Краснонос // Моделювання регіональної економіки : збірник наукових праць.-2015.-№1(25). - С.187-194
18. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / За ред. Проф. В.В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. – 268 с.
19. Мархонос С. М. Туристична сфера як фактор підвищення інвестиційної привабливості регіону / С. М. Мархонос, Н. П. Турло. //Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - № 1. - Режим доступу:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_30

20. Коржилов Л. І. Розвиток туризму в Україні в регіональному контексті / Л. І. Коржилов // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2015. - Т. 20, Вип. 1(2). - С. 131-134.
21. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. - М.: Афины, 1994.- 345 с.
22. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі : монографія / М.Г. Бойко. – К.: Київ. Нац. Торг.-екон. Ун-т, 2010. – 524
23. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.unwto.org
24. Офіційний сайт статистичного комітету ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>
25. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія / О.О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.
26. Проурзин Л. Ю. Туризм как экономический приоритет : монография / Л. Ю. Проурзин. – М. : Новый век, 2004. – 216 с.
27. Бунтова Н. В. Кадрове забезпечення галузі туризму з урахуванням міжнародного досвіду - Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/11786>
28. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.
29. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное. — М.: Эксмо, 2007. — 960 с. — ISBN 978-5-699-20989-7
30. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Эксмо, 2007. — (Серия: Антология экономической мысли) — 960 с. — ISBN 978-5-699-18389-0.
31. Мочерний С.В. Современный государственно-монополистический

капіталізм: Вопросы методологии. – К.: Вища шк., 1978. – 10,4 друк. Арк.;

32. Приходько Г. Національна держава українців / Г. Приходько [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.wikisource.org/wiki/>

33. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : [монографія] / [Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с

34. Xénophon. Économique. Texte établi et traduit par P. Chantraine. 4e tirage 2003. 205 p. ISBN 978-2-251-00338-2

35. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні : теоретико-прикладний аспект [Текст] : монографія /Мар'яна Біль ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. - Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. - 226 с.

36. Крамченко Р. А. Форми і методи державного регулювання розвитку сфери послуг: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.03 / Р. А. Крамченко ; НАН України; Інститут регіональних досліджень. — Л., 2008. — 20 с.

37. “Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів” (Офіційний вісник України, 2008 р., № 60, ст. 2041

38. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>.

39. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних сполучень [Текст] / уклад. Л. О. Пустовіт [та ін]. – К., 2000. – 1018 с.

40. Економіка України в умовах глобалізації / [за ред. І. М. Школи та О. В. Бабінської] : монографія. - К. : Книги-XXI, 2009. – 527 с.

41. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія] / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

42. Рішення сесії Запорізької обласної ради про затвердження «Програми розвитку рекреаційно-курортного комплексу та туризму в Запорізькій області на 2011 – 2015 рр.» від 23.12.2010 р. № 14. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rada.zp.ua/sessia_out.php?145

43. Рішення сесії Івано-Франківської обласної ради про затвердження «Регіональної цільової програми розвитку туризму в області на 2011 – 2015 роки від 24.03.2011 - 2015 роки» від 24.03.2011 № 74-4/2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.orada.if.ua/fileadmin/documents/Rishennja/06_04/74-4.pdf

44. Рішення сесії Львівської обласної ради про затвердження «Програми розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2011 – 2015 роки» від 24.05.2011 р. № 136. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.oblrada.lviv.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=48

45. Рішення сесії Одеської обласної ради про затвердження «Програми розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області на 2011 – 2015 роки» від 26.08.2011 р. № 204-VI. З посиланнями на додатки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://uspi.odessa.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&catid=90%3A7-&id=481%3A-2011-2015-&Itemid=185&lang=ru

46. Рішення сесії Полтавської обласної ради про затвердження «Обласної програма розвитку туризму і курортів на 2011 – 2015 роки» від 30.03.2011 р. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://oblrada.pl.ua/ses/6/4/3.pdf>

47. Бондар Т.В. Соціально-економічний розвиток сільської місцевості регіону та напрями його удосконалення: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.07.02 / Т.В. Бондар ; Миколаїв. держ. аграр. ун-т. — Миколаїв, 2006. — 19 с. — укр.

48. Белоущенко Я. А. Диверсифікація діяльності підприємств, які забезпечують розвиток риболовецького туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / Я. А. Белоущенко ; Тавр. нац. ун-т ім. В.І. Вернадського. — Сімф., 2010. — 19 с. — укр.

49. Біль М.М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. наук з

держ. упр. : 25.00.02 / М.М. Біль ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. — Л., 2010. — 19 с. — укр.

50. Вершицький А. В. Формування та розвиток мережі підприємств автомобільного туризму в Криму: Автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. екон. наук: 08.06.01 / А.В. Вершицький ; Тавр. нац. ун-т ім. В.І.Вернадського. — Сімф., 2006. — 20 с. — укр.

51. Василів О.Б. Державне управління розвитком туристично-рекреаційної галузі на регіональному рівні (на прикладі Івано-Франківської області): автореф. дис. канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / О.Б. Василів ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. — Л., 2008. — 19 с. — укр.

52. Гаман П.І. Державне регулювання розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. д-ра наук з держ. упр.: 25.00.02 / П.І. Гаман ; Рада по вивч. продукт. сил України НАН України. — К., 2009. — 40 с. — укр.

53. Гаврилюк М. А. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / А. М. Гаврилюк ; Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. — К., 2011. — 20 с. — укр.

54. Гловацька В.В. Розвиток підприємництва в системі становлення сільського (зеленого) туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 / В.В. Гловацька ; Держ. вищ. навч. закл. "Держ. агрокол. ун-т". — Житомир, 2008. — 20 с. — укр.

55. Гук Н.А. Розвиток регіональної системи міжнародного туризму в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.02 / Н.А. Гук ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К., 2008. — 21 с. — укр.

56. Дмитренко В.М. Державне регулювання регіонального рекреаційно-туристичного комплексу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / В.М. Дмитренко ; Класич. приват. ун-т. — Запоріжжя, 2008. — 20 с. — укр.

57. Остап'юк Н.І. Державне регулювання розвитку туристичної галузі в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.03 / Н. І. Остап'юк; НАН України, Н.-д. центр індустр. пробл. розв. — Х., 2011. — 20 с.: рис., табл. — укр.

58. Побоченко Л.М. Міжнародний туризм у системі імперативів сталого розвитку: автореф. дис. на здобуття наук канд. екон. наук: 08.00.02 / Л.М. Побоченко ; Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України. — К., 2008. — 18 с. — укр.

59. Стойка В. О. Науково-практичні засади інвестування туристичної галузі: автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. екон. наук : 08.00.03 / В. О. Стойка ; Черніг. держ. ін-т економіки і упр. — Чернігів, 2011. — 19 с. — укр.

60. Костриця М.М. Підприємницькі засади розвитку сільського туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук.: 08.00.04 / М.М. Костриця ; Житомир. нац. агроекол. ун-т. — Житомир, 2009. — 20 с. — укр.

61. Дехтяр Н. А. Державна підтримка розвитку туризму у цільових програмах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.03 / Н. А. Дехтяр ; НАН України ; Н.-д. центр індустріал. пробл. розвитку. — Х., 2011. — 19 с. — укр.

62. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук канд. екон. наук : 08.00.10 / О. О. Колесник ; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. — К., 2011. — 20 с. — укр.

63. Коржилов Л. І. Розвиток туризму в Україні в регіональному контексті / Л. І. Коржилов // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2015. - Т. 20, Вип. 1(2). - С. 131-134.

64. Крамченко Р. А. Форми і методи державного регулювання розвитку сфери послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.03 / Р. А. Крамченко ; НАН України; Інститут регіональних досліджень. — Л., 2008. — 20 с.

65. Горбатова Є. Ф. Аналіз тенденцій розвитку світової туристичної

галузі / Є. Ф. Горбатова // Моделювання регіональної економіки. - 2012. - № 2. - С. 214-227..

66. Липчук Н.В. Розвиток агротуризму як напрямок диверсифікації особистих селянських господарств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 / Н.В. Липчук ; Львів. держ. аграр. ун-т. — Л., 2007. — 20 с. — укр.

67. Дубенюк Я.А. Розвиток світового ринку туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.02 / Я.А. Дубенюк ; Донец. нац. ун-т. — Донецьк, 2008. — 20 с. — укр.

68. Пінчук Т.А. Розвиток та ефективність туристичних послуг аграрних підприємств регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 / Т.А. Пінчук ; Дніпропетр. держ. аграр. ун-т. — Д., 2008. — 20 с. — укр.

69. Моран О.І. Розвиток туристичного ринку в економічній системі регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.05 / О.І. Моран ; Ін-т регіон. дослідж. НАН України. — Л., 2008. — 20 с. — укр.

70. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук канд. екон. наук : 08.00.10 / О. О. Колесник ; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. — К., 2011. — 20 с. — укр.

71. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дис. на здобуття наук ступеня д-ра екон. наук: 08.00.05 / М. Борушак ; НАН України. Ін-т регіон. дослідж. — Л., 2008. — 35 с. — укр.

72. Панасюк К. А. Управління розвитком малого підприємства сфери туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / К. А. Панасюк ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — Донецьк, 2011. — 19 с. — укр.

73. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.00.05 / М. П. Мальська ; НАН України, Ін-т регіон. дослідж. — Л., 2011. — 40 с.: рис. — укр.

74. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання та регулювання туристичної привабливості території: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.02.03 / О.В. Музиченко-Козловська ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". — Л., 2007. — 21 с. — укр.

75. Мохаммед Собхі Кдеір Хавамлех Державне регулювання галузі туристичних послуг як стратегія розвитку національних конкурентних переваг: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 / Мохаммед Собхі Кдеір Хавамлех ; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2009. — 20 с. — укр.

76. Поліщук О.А. Державне регулювання детінізації туристичного бізнесу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.03 / О.А. Поліщук ; Класич. приват. ун-т. — Запоріжжя, 2009. — 20 с. — укр.

77. Томаневич Л.М. Організаційно-економічний механізм управління туристично-рекреаційними комплексами в Україні: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.02.03 / Л.М. Томаневич ; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. — Л., 2006. — 21 с. — укр.

78. Рябев А.А., Торкатюк В. И., Гусь И. Н., Шутенко А. Л. Современные экономические проблемы Украины и пути их решения /А. А. Рябев, В. И. Торкатюк, А. Л. Шутенко и др./ Коммунальное хозяйство городов. Научн.-техн. сборник. Серия «Экономические науки». Вып. 92. – К.: Техніка, 2010. – С. 160-176.

79. Рябев А. А. Використання реклами та інформаційних систем з метою створення позитивного іміджу туристських підприємств в регіоні / А. А. Рябев // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – С.34-55.

80. Рябев А. А. Досвід стратегії розвитку туризму в регіонах України на основі державної підтримки / А. А. Рябев // Моделювання регіональної економіки. – 2016. – Вип. 2(28). – С.

РОЗДІЛ 2

ФОРМУВАННЯ СКЛАДОВИХ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ

2.1. Формування стратегічної сегментації діяльності представників туристичної галузі

Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як “гаряча точка”. Виникає необхідність радикальних змін для підвищення конкурентоспроможності національних представників туристичної галузі.

Необхідні також зміни існуючої моделі культури споживання та формування на її основі споживчого попиту на туристичні в тому числі готельні послуги.

Фахівці ринку туристичних послуг визначають, що витрати на подорожі та відпочинок становлять мінімальний рівень у загальному обсязі споживчих витрат.

Так за даними Євростату структура витрат громадян країн Європи та України мають наступний вигляд табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Структура окремих груп витрат громадян країн Європи та України, % [1]

Країни	Групи витрат				
	Харчі	Комунальні	Одяг та взуття	Транспорт	Відпочинок
Словаччина	18	25	4	8	18
Великобританія	8	26	5	13	22
Німеччина	11	24	4	14	16
Україна	53	32	5	4	3

Можна зробити висновок, що громадяни України значно заощаджують на відпочинку і розвагах (курорти, поїздки, готелі, ресторани) табл.2.1.

Проведений аналіз та дослідження науковців [2,3,4] щодо поведінки споживачів на ринку туристичних послуг визначили обмеженість наявних власних

коштів у представників туристичного бізнесу та обмеженість матеріальних ресурсів у більшості населення України (споживачів послуг внутрішнього туризму), що призводить до зменшення витрат на послуги культури, відпочинку.

Означена проблема особливо відбивається в сфері споживання готельних послуг, де послуги обмежені кількістю споживачів та з відсутністю пропозиції диференційованих послуг за ціною, кількістю, якістю. Виникає необхідність формування нових якостей ринку споживчого попиту на готельні послуги. Модель культури споживання має бути орієнтована на її розвиток з урахуванням національних особливостей, на поєднанні матеріальних потреб з естетичними і природними у людському побуті.

Існуюча ситуація потребує для більшості вітчизняних представників туристичної галузі радикальних стратегічних змін.

Певна зміна може кваліфікуватись як радикальна тоді, коли вона передбачає та забезпечує досить суттєві або принципові перетворення в стратегії даного туристичного закладу, його організаційній структурі, в багатьох аспектах діяльності. Зміни мають забезпечити не тільки поширення асортименту послуг, а й більш комфортні умови для туристів та зміни культури споживання. Подібні інновації утворюють нові робочі місця; підсилять конкуренцію; сприяють відродженню національної культури.

Таке завдання мають визначити наступні стратегічні цілі розвитку сфери туризму, які відображено на рис.2.1:

Альтернативи стратегічних цілей розвитку сфери туризму
Створення туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів
Забезпечення комплексного використання наявного курортно-рекреаційного потенціалу
Сприяння підвищенню якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій
Удосконалення наявної інформаційної інфраструктури туристичних послуг
Забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів

Рис. 2.1. Альтернативи стратегічних цілей розвитку сфери туризму

Побудова стратегії розвитку національних представників туристичного бізнесу з урахуванням означених цілей і заходів надасть змогу для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму в Україні.

Представники галузі, що обрали спеціалізацію як стратегічний напрямок свого розвитку, можуть її здійснювати послідовно або паралельно, двома шляхами:

через визначення просторових (географічних) параметрів, що зводиться до здійснення вибору між розширенням або звуженням ринкового простору, на якому підприємства представлятимуть результати діяльності у певному її напрямку;

через встановлення сполучень послуга—споживач, що мають ключові фактори успіху, яким найкращим чином відповідають наявні ресурси, компетенції та здатності туристичних закладів.

Загалом сегментація ринку в туризмі є важливим елементом вибору стратегії розвитку.

За визначенням [5] сегментація, це поділ ринку на складові (сегменти), які за деякими ознаками схожі та відрізняються від інших сегментів. Її метою є забезпечити адресність туристичного продукту, та орієнтацію на споживача.

Сегментація сприяє підвищенню ефективності управлінських рішень та підвищенню конкурентоздатності.

У світовому досвіді сфери туризму набули поширення географічний, демографічний, соціально-економічний та психографічний методи сегментації ринку.

Про те, впливовою міжнародною організацією World Tourism Organization - (WTO) запропоновано сегментацію туристичного ринку на основі двох ознак – рівня доходу та рівня обслуговування [6].

На основі зібраних аналітичних даних розробляються критерії для оцінювання відповідного туристичного ринку та порівняння цільових ринків. В подальшому обирають порівнювані ознаки туристичного продукту. Оцінювання турпродукту та туристичного ринку допомагає визначити представникам туристичного бізнесу стратегічні цільовий ринок, сегменти ринку, та позиціонування. Стратегічна сегментація діяльності дозволяє також

визначити оптимальну кількість сегментів. [7]

Оскільки напрямок туристичної діяльності є базовим поняттям та об'єктною одиницею для стратегічного аналізу, його визначення та використання потребує тривалої роботи зі стратегічної сегментації.

Сегментація всієї діяльності туристичних закладів має на меті виділити об'єкт стратегічного аналізу і планування найбільш доречним способом стосовно здійснюваного стратегічного вибору. Сегмент не повинен бути глобальним та фрагментарним, бо дуже широка сегментація буде дублювати інституціональну класифікацію підрозділів закладу. Помилковим буде також над дрібний поділ, оскільки в такому разі зростає ризик прийняття надмірно різноспрямованої загальної стратегії, яка призведе до розпорошення і вичерпання всіх ресурсів цієї одиниці та до ймовірно низького кінцевого результату.

Маркетингова сегментація цілком аргументовано може бути покладена в основу стратегічного аналізу, але за умов, коли ринкова ситуація характеризується сталим перевищенням попиту над пропозицією. Така умова може реально існувати на нових ринках, які протягом певного періоду динамічно розвиваються [8].

Унікальні вихідні умови, в тому числі і для ефективної маркетингової сегментації, створюються в країнах з перехідною економікою, якою наразі є Україна, де певний час при організації і прогнозуванні діяльності представників галузі саме ринковий підхід є визначальним.

Необхідно відзначити, в міру насичення ринків та розвитку конкуренції стратегічний аналіз на основі маркетингової сегментації стає все більше хибним, оскільки крім комерційних компетенцій туризму, які суттєві переважно в короткостроковому періоді, існують і інші ключові фактори успішної діяльності, які формують підвалини для ефективної конкуренції в середньо- та довготривалому періоді: кадрові, організаційні, концептуальні.

Саме принципові зміни у співвідношенні попиту та пропозиції, які відбулися в ринковій системі розвинених країн, спричинили появу понять ключових факторів успіху й базових компетенцій туристичних закладів та стратегічну сегментацію на їх основі (табл. 2.2) .

Таблиця 2.2

Порівняльна характеристика маркетингової та стратегічної сегментації
діяльності представників туристичної сфери

Маркетингова сегментація	Стратегічна сегментація
Стосується певного виду діяльності	Стосується всіх напрямків туристичної діяльності в їх сукупності
Має на меті поділити споживачів послуг на групи, які характеризуються однаковими потребами, однорідними за купівельною спроможністю, поведінкою в поточному періоді	Має на меті поділити ці напрямки на однорідні групи, які характеризуються: однаковою концепцією; однаковими технологічними особливостями; однаковими ринками; однаковими конкурентами
Дозволяє адаптувати послуги до умов споживачів, виділити першочергові цілі. Приводить до змін у коротко- і середньостроковому періоді	Дозволяє встановити: можливості створення або придбання нових напрямків діяльності; потреби розвитку або відмови від поточних напрямків діяльності

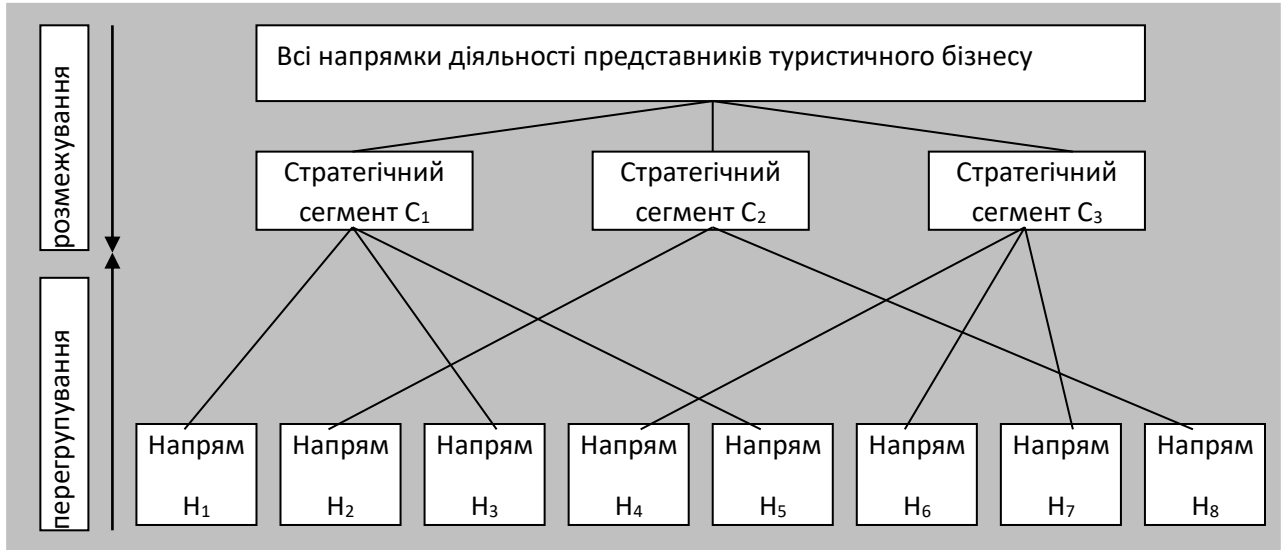
Розвиток певних сегментів туристичної діяльності залежить, в якому регіоні знаходиться той чи інший представник туристичного бізнесу, від географічних, соціальних та економічних чинників. Становлення та розвиток нових сегментів туризму також супроводжується та стимулюється глобалізаційними процесами та науково-технічним прогресом. Адже глобалізація економік та запровадження інноваційних технологій сприяє виникненню та розвитку абсолютно нових напрямків в туризмі.

Стратегічна сегментація на основі виділення, створення та розвитку компетенцій не повинна збігатися з поточною ринковою сегментацією. Аргументація сегментації туристичного продукту простіша та зручніша, ніж підхід, який базується на пошуках компетенцій туристичних закладів, їх індивідуалізації та створення унікальних комбінацій.

Тільки індивідуалізація кожної компетенції і прагнення вирізнитись унікальністю компетентно-ресурсних комбінацій дозволить сформулювати успішний стратегічний вибір.

Стратегічний сегмент — це напрямок діяльності закладу, який характеризується особливою комбінацією його ключових факторів успіху, що встановлена в результаті перегляду наявних ресурсів, та обґрунтованих досвідом компетенцій або можливих до розвитку в періоді, що розглядається. Стратегічних сегментів існує стільки, скільки є таких комбінацій, кожна з яких однорідна і відмінна від інших. Кожний стратегічний сегмент являє собою специфічне поле конкурентної боротьби. Стратегічний аналіз ґрунтується на оцінці профілю та рівня компетенцій щодо їх необхідності і достатності для конкурентоспроможності в даному сегменті [7].

На принциповому рівні стратегічна сегментація діяльності закладів представників туристичної галузі можлива через розмежування та перегруповування (рис.2.2) [7].



де С_і-стратегічні сегменти туристичної діяльності,
Н_і- наявні та перспективні напрямки діяльності

Рис. 2.2. Стратегічна сегментація туристичної діяльності через розмежування та перегруповування [7]

До одного стратегічного сегмента належатиме ресурси, які використовує одні й ті самі компетенції туристичні заклади, що, у свою чергу, характеризується певною комбінацією ключових факторів успіху та має однакових конкурентів. Розмежування ґрунтуються на підсумках аналізу відмінностей, а перегруповання - на встановленні аналогій. Різні підходи та етапи сегментації повинні приводити до однакового результату.

Основні критерії діяльності закладів туристичної галузі полягають в тому, що:

якщо два будь-яких напрямки мають однакові характеристики з позицій всіх представлених критеріїв, то вони належать до одного стратегічного сегмента;

якщо буде встановлена суттєва різниця між ними, то виділяються два сегменти (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Загальні критерії стратегічної сегментації туристичної галузі

Критерії	Попит	Пропозиція
Критерії розмежування через відмінності	Типові групи туристів	Конкуренція туристичних послуг, її структура
	Напрямки використання наявних ресурсів	Технології просування туристичних послуг
	Формування дистриб'юції туристичних послуг	Структура витрат
Критерії перегруповання через аналогії	Замінність	Синергійний перерозподіл наявних ресурсів

Основні критерії розмежування туристичної діяльності відображено на рис. 2.3.

За типовими групами споживачів з різними ознаками	Вік
	Стать
	Соціальні та професійні категорії
	Матеріальний статок
	Інтереси, стиль життя
	Задоволення особистих потреб
	Досвід та обізнаність
За напрямки використання	При порівнянні видів туристичних послуг встановлюється, чи не задовольняють вони однакові потреби
	Відповідність аналогічним критеріям споживання
Організація дистриб'юції (каналів збуту туристських послуг)	Розбудова комплексу взаємопов'язаних функцій
	Розподілення туристичної мережі як специфічної компетенції відповідних туристичних закладів
	Розподілення як фактор успіху у поточному режимі
	Розподілення для здійснення стратегічних змін
За конкурентними перевагами та її структурою	Ідентичність конкурентних статусів напрямків діяльності є першопричиною об'єднання їх в один стратегічний сегмент
	Сегменти будуть відрізнятись, якщо один з них виглядає рентабельно привабливим і заклад розглядає можливості спеціалізації в ньому
	Сегменти будуть відрізнятись, якщо у цьому напрямку діяльності вже існують рентабельні та спеціалізовані конкуренти
	Відмінність структури витрат

Рис. 2.3. Основні критерії розмежування туристичної діяльності

Відзначимо відмінності структури витрат, оскільки кожному напрямку

діяльності властива своя структура витрат і їх поділ на прямі, специфічні для кожного напрямку, та накладні, що розподіляються між напрямками, то за результати аналізу структури і вагомості кожного виду і групи витрат можна прийняти рішення про об'єднання напрямків до одного стратегічного напрямку діяльності чи про їх розмежування (рис. 2.3).

Щодо перегрупування напрямків діяльності та створення нових стратегічних сегментів діяльності, то необхідно виділити два найбільш загальних критерії:

замінність як здатність виробів замінювати один одного при задоволенні потреб споживачів туристичних послуг;

перерозподіл наявних ресурсів з метою досягнення синергійного ефекту як один з можливих наслідків аналізу структури витрат: у разі великої частки накладних витрат і порівняно меншої частки специфічних, буде існувати велика ймовірність перегрупування [7].

Чим більша частка накладних витрат, тим більшим буде синергійний ефект як результат створення стратегічного сегмента.

При стратегічній сегментації важливим є враховування необхідності динамічного аналізу всіх критеріїв як розмежування, так і перегрупування. Напрямки та межі дії чинників знаходяться під загальним впливом змін попиту та пропозиції. Ці зміни можуть обумовлювати:

- переоцінку вагомості кожного з ключових факторів успіху туристичного закладу;
- розмивання встановлених меж між сегментами до повного їх зникнення, що спричинить нове розмежування чи перегрупування;
- виникнення нових сегментів туристичних послуг.

Таким чином, стратегічна сегментація яка проводитиметься представником туристичної галузі, повинна періодично переглядатись через наявні еволюційні зміни світової галузі туризму.

Разом з тим, стратегічний сегмент є певним результатом конфронтації між попитом та пропозицією. З одного боку, технології, структура витрат,

компетенції, наявність ефекту синергії є чинниками, дія яких встановлюється з детального аналізу пропозиції. З іншого — споживачі, критерії придбання, дистриб'юція виявляються як результати дослідження попиту. Саме конфронтація цих двох рівноправних логічних підходів забезпечує концептуальну наповненість стратегічної сегментації в туристичній галузі.

На сьогодні не існує безпомилкового методу успішної стратегічної сегментації в туристичній галузі та в бізнесі загалом.

Та через певну кількість розмежувань та перегруповань, які призводять до постійного зростання ефективності стратегії представників туристичної галузі, можна набути позитивного досвіду і специфічної компетенції туризму. Тільки ті сегментації можна назвати успішними, які привели до виграшних, переможних стратегій [9].

На місце стратегічної сегментації і принципову важливість подальшої розробки її проблем указував М. Портер. Він наголошував, що в підсумку базовою аналітичною одиницею в теорії стратегії є стратегічно відокремлений бізнес або галузь. Підприємства можуть по-різному використовувати ресурси, знання, навички та організаційний досвід у різних бізнес-напрямах.[10]

Відповідно його теорії, конкурентна цінність і успішність розподілу ресурсів і зусиль туристичних закладів може бути визначена тільки через порівняльний аналіз аналогічних дій і досягнутих результатів конкурентів галузі туризму.

Виходячи з вище зазначеного, концептуальний підхід щодо послідовності та змісту аналітичної роботи при сегментуванні напрямків діяльності представників туристичної галузі повинен ґрунтуватись на:

повздовжньому аналізі, за яким постійно аналізуються і переглядаються напрямки діяльності туристичного закладу, можливий вплив на галузеві конкурентні середовища;

поперечному аналізі, за яким обраний напрямок діяльності досліджується за певними етапами та аспектами щодо ймовірного рівня успішності (рис. 2.4) [10].

При зіставленні проблем і завдань повздовжнього і поперечного сегментаційних аналізів першочергове місце займає і логічно передуює повздовжній зріз.

Стратегія закладів туризму в меншій мірі спрямована на досягнення бажаної конкурентної позиції у певному векторі за видом діяльності. В більшій, вирішальній мірі вона пов'язана з проблемами збалансованості всіх доцільних напрямків діяльності, фронтального стратегічного розвитку даного туристичного закладу і передбачає створення та встановлення набору багатьох конкурентних позицій.

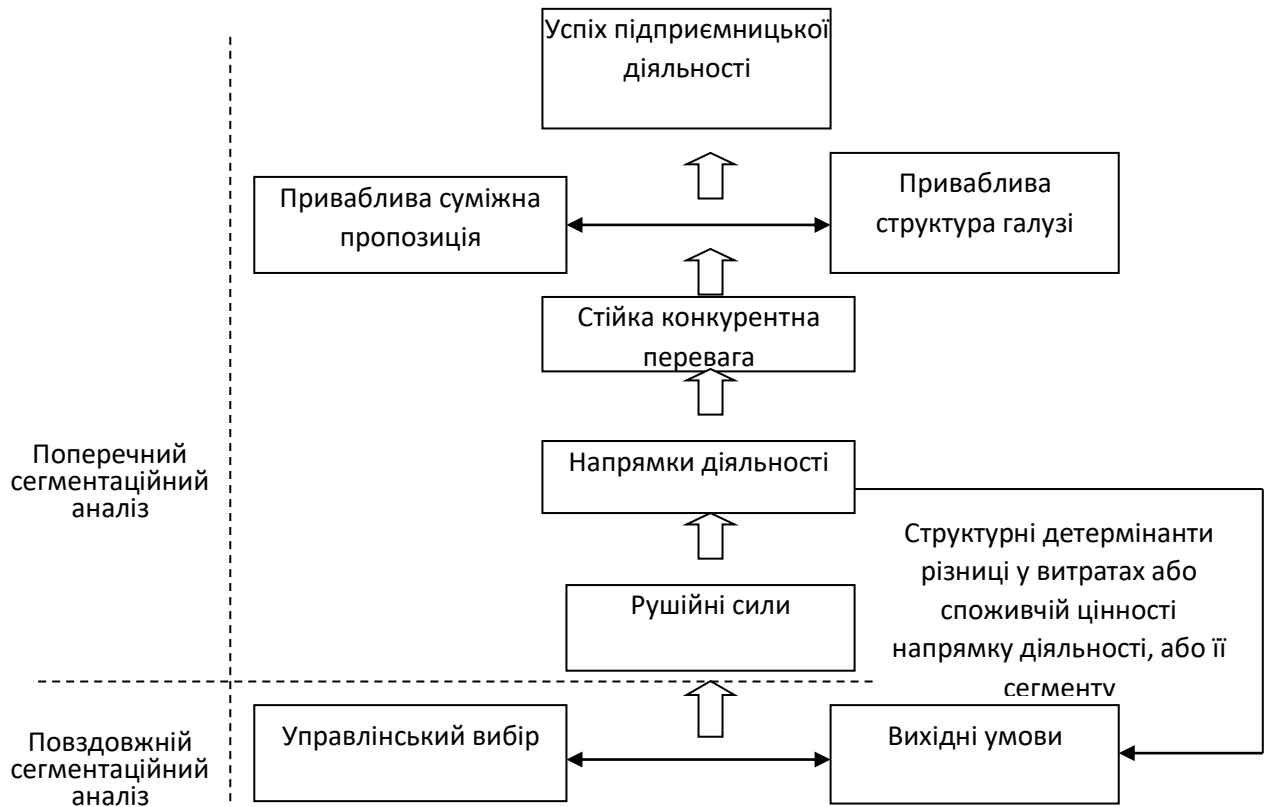


Рис. 2.4. Детермінанти успіху туристичних закладів для кожного з напрямків їх діяльності

Таким чином, стратегія представників туристичної галузі являє собою встановлений набір напрямків діяльності (цілей та способів їх досягнення) для забезпечення поновлюваної відмітності та прибутковості, серед яких можна

визначити декілька положень, рис. 2.5.

Наявні та перспективні конкурентні переваги за окремими напрямками туристичної діяльності повинні постійно підтверджуватись та якісно оновлюватись, відповідно до обраної стратегії, яка не може бути фіксованою на певний період і повинна постійно оновлюватись та корегуватись під впливом зовнішніх чинників.

Основні положення до визначення напрямків діяльності (цілей та способів їх досягнення) як частини реалізації стратегії представників туристичної галузі
Стратегія будь-якого туристичного закладу являє собою певний набір стратегічно важливих напрямків діяльності
Діючі напрямки і перспективні, які з'являються внаслідок прийняття позитивних стратегічних рішень щодо здійснення вертикальної інтеграції, диверсифікації, зовнішнього зростання чи радикальних стратегічних змін, встановлюють цілі та способи їх досягнення, які мають привести до довготривалих конкурентних переваг цього туристичного закладу
Кожний з обраних напрямків має свої власні стратегічні можливості зростання та прибутковості, які створюються і реалізуються за умов відповідного підходу щодо формування, досягнення, утримання та поновлення конкурентних переваг
Складові стратегічного розвитку закладів туризму мають бути збалансованими, взаємодоповнюючими, забезпечувати отримання синергійного ефекту та забезпечувати позитивну динаміку в довгостроковому періоді

Рис.2.5. Основні положення до визначення напрямків діяльності (цілей та способів їх досягнення)

Сучасна ринкова економіка характеризується постійними коливаннями кон'юнктури, що безпосередньо позначається на доходах представників туристичної галузі і споживачів їх послуг. Щоб уникнути значних непоправних помилок, треба оцінити можливі альтернативи туристичних агентів та конкурентів на внутрішньому і зовнішньому ринках. Саме тому, стратегічна сегментація — необхідний елемент формування відповідної ринкової стратегії на будь-якому рівні господарювання — від індивідуального туристичного

закладу, великих міжнародних туристичних агенцій та асоціацій до суспільства в цілому.

Серед можливих перспективних напрямів туристичного (готельного) бізнесу, як для внутрішнього так і для зовнішнього ринку, можна визначити об'єднання невеликих комфортних готелів на природі. Така мережа може включати сімейні готелі та пансіонати [10].

На нашу думку, стратегічна сегментація в туристичній галузі має бути спрямована на наступні процеси (рис. 2.6.).

Процеси, на які спрямовано стратегічну сегментацію туристичної галузі
Всебічний розвиток визначених пріоритетних напрямів туристичної галузі
Стимулювання, підтримку і протекціоністський захист тих виробників туристичних послуг, які мають реальні можливості зайняти відповідні місця на європейському та світовому ринках
Заохочення спрямованості до експортної орієнтації туристичних послуг
Розширення асортименту туристичних послуг та поліпшення їх якості
Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних представників туристичної галузі

Рис. 2.6. Спрямованість стратегічної сегментації в туристичній галузі

Таким чином, стратегічна сегментація має стати обов'язковим елементом стратегічного портфельного управління напрямками діяльності представників туристичної галузі. Якщо кожен з виділених напрямків діяльності не буде достатньо однорідним, то стратегічні плани залишаться без підвалин. А за успішної сегментації створюватимуться реальні можливості для вдалого визначення та керування стратегічними змінами.

2.2. Програмно-цільовий підхід до розвитку туризму в регіонах

Наявний стан національної сфери туризму потребує радикальних змін, які не можливі без підтримки як центральних, так і місцевих органів влади.

Сучасна політична нестабільність, призводить до погіршення стану

економіки держави та її регіонів. Регіональна політика має сприяти забезпеченню економічної безпеки регіонів України та покращенню їх економічного стану. Процес реформування, що має місце останні роки, повинен забезпечувати умови гармонійного соціального розвитку регіонів, прискорення темпів зростання економіки у поєднанні з активною соціальною політикою.

Впровадження активної політики розвитку туризму в регіоні має сприяти підвищенню рівня життя місцевих громад, шляхом створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринку туристичного продукту на основі раціонального використання місцевих ресурсів зі сфери туризму, збереженню природного довкілля і відродженню історико-культурної спадщини.

Наразі в Україні впроваджуються реформи економічного, соціального та правового характеру. Сучасні економічні реформи як на галузевому рівні, так і на інституційному рівні спрямовані на покращення структури національної економіки, її інвестиційної привабливості, надання більших повноважень місцевим громадам.

Регуляторна політика в сфері туризму має сприяти ефективному використанню наявних регіональних ресурсів, залученню додаткових інвестицій у регіон, зростанню добробуту місцевих громад та збільшенню надходжень до бюджету.

За визначенням американського фахівця у сфері туризму Е. Інскіпа успішний розвиток туристичної діяльності неможливий без планування. Планування туристичної діяльності на його думку є організацією майбутнього для досягнення низки визначених цілей і задач [12].

Необхідність і важливість планування туристичного бізнесу було заявлено в Гаазькій декларації з туризму, прийнятій у квітні 1989 р. у Гаазі. Міжпарламентська конференція з туризму оголосила Гаазьку декларацію інструментом міжнародної співпраці і закликала парламенти, уряди, державні і приватні організації, асоціації й установи, що відповідають за туристичну діяльність, професіоналів у сфері туризму, а також самих туристів ретельно враховувати її принципи в тій формі, у якій вони викладені в декларації, і

ґрунтуватися на них у своїй діяльності.

Гаазька декларація уперше визначила необхідність вжиття заходів, спрямованих на те, щоб туризм став частиною комплексного плану розвитку країни поряд з іншими пріоритетними секторами: сільським господарством, промисловістю, охороною здоров'я, соціальним забезпеченням тощо. Отже, туризм був офіційно названий галуззю, якій держави повинні приділяти таку ж увагу, як і іншим видам соціально-економічної діяльності.

У цій декларації визначається необхідність вживання ефективних заходів для "...сприяння комплексному плануванню туристичного розвитку на основі концепції стійкого розвитку, а також визначено, що туризм повинен плануватися державною владою за участі туристичної індустрії на комплексній і послідовній основі з урахуванням всіх аспектів цього явища"[13].

Серед головних проблем туристичної галузі України можна визначити: невідповідність наявної туристичної інфраструктури світовому рівню та сучасним вимогам споживачів туристичного ринку; низька якість туристичних послуг; відсутність сприятливого інвестиційного клімату; занадто складні порівняно із загальновизнаною міжнародною практикою візові, митні та прикордонні процедури; відомча підпорядкованість закладів розміщення, санаторно-курортних та рекреаційних закладів, що ускладнює стандартизацію туристичних послуг, підвищення їх якості та впровадження ефективних механізмів регулювання розвитку туристичної галузі тощо

Регулювання розвитку туризму стає важливим інструментом забезпечення його успішного розвитку, а й те, що підходи до планування туризму, визначення його ролі і місця в розвитку країни чи регіону повинні розглядатися в межах широкого контексту суспільного економічного розвитку.

Як вже зазначалося, неконтрольований розвиток туристичної галузі може сприяти монополізації галузі окремими олігархічними групами. Враховуючи регуляторний досвід країн світу, зокрема, Великобританії, Франції, Туреччини визначимо спільні найбільш дієві за визначенням фахівців ринку туристичних послуг механізми розвитку галузі, (рис.2.7).

Механізми розвитку туристичної галузі	
Нормотивно-правові	Розробка та прийняття законів та програм розвитку туризму, як на національному рівні, так і на регіональному
Системи фінансового заохочення (молоді та студентів)	Підтримка міжнародних дисконтних карток та студентських посвідчень, формування системи пільг для іноземних студентів та молоді, що прибули до України з метою навчання, подорожей чи за програмою культурного обміну шляхом введення диференційованих тарифів на транспортні послуги для іноземних студентів, знижки на розміщення, харчування, страхування, туристичні послуги
Визначення та стимулювання до подорожей цільових груп споживачів туристичних послуг	Розвиток спеціалізованої інфраструктури розрахованої на потреби молодіжного туризму та культурного обміну (кемпінги, інформаційні служби, довідкові матеріали, табори, хостели)
	Розвиток соціального туризму шляхом впровадження механізмів стимулювання підприємців щодо розвитку соціального туризму шляхом надання певних податкових пільг, преференцій
	Забезпечення умов туристам з обмеженими можливостями, шляхом побудови відповідної спеціалізованої інфраструктури

Рис. 2.7. Механізми розвитку туристичної галузі

Завдання полягає у тому, що слід визначити концепцію та підходи до розвитку регіональної туристичної галузі, спираючись на позитивний світовий досвід, адаптуючи його під місцеві реалії та національні особливості. Міжнародний досвід доводить, що ефективним є поєднання інтересів держави та приватного бізнесу за допомогою цільових програм розвитку, які будуть вирішувати конкретні завдання на національному, міжрегіональному та

місцевому рівнях.

Залучення світового досвіду та впровадження регіональних програм розвитку дозволить оптимізувати наявну туристичну структуру, залучити приватні кошти, та забезпечити соціальну інфраструктуру.[14]

Комунікації між суб'єктами при розробці та впровадженні регіональних програм розвитку туризму відображено на схемі, рис.2.8.

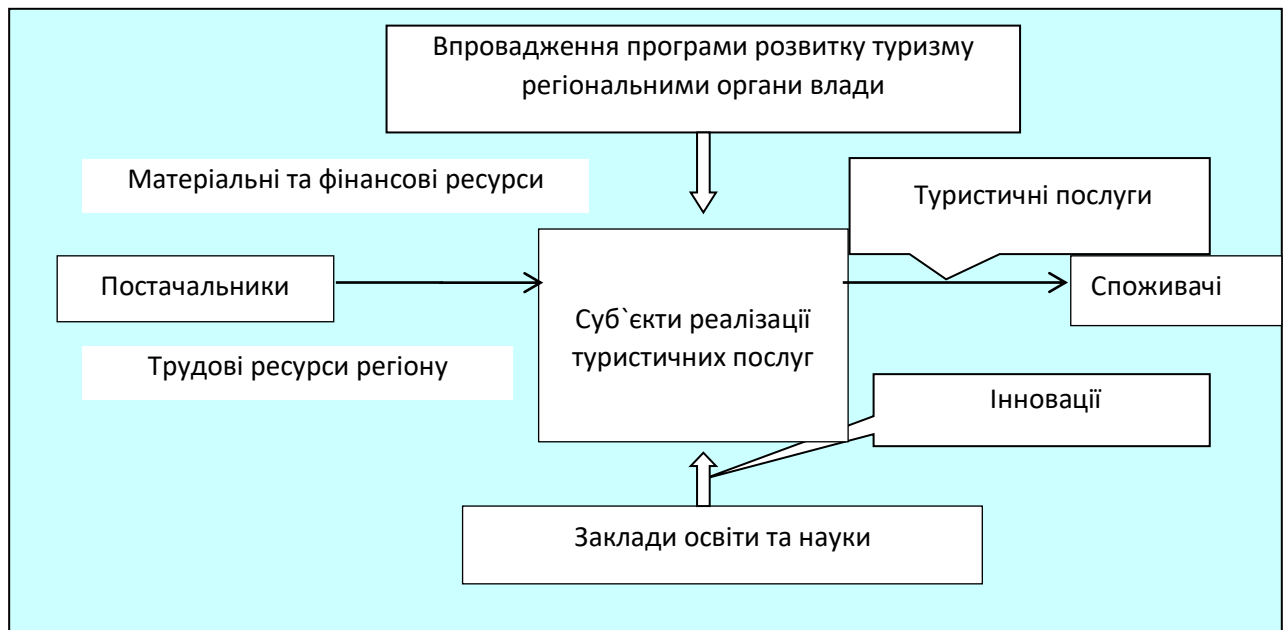


Рис. 2.8. Комунікаційні зв'язки між суб'єктами при розробці та впровадженні регіональних програм розвитку туризму

Відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.08.2013 р. № 843-р курортно-рекреаційну сферу і туризм за напрямками – будівництво курортно-рекреаційних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури віднесено до переліку пріоритетних галузей економіки. Також Указом Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015 схвалено Стратегію сталого розвитку “Україна – 2020”. Її метою є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі. Задля цього рух уперед здійснюватиметься за чотирма векторами: розвитку, безпеки, відповідальності, гордості. У рамках названих векторів руху передбачена реалізація 62 реформ та програм розвитку держави, зокрема і Програми розвитку туризму.[15]

Наявна конкуренція представників цієї галузі сприяє генерації нових ідей щодо розвитку туризму, надані послуги покликані задовольнити потреби усіх категорій туристів, беручи до уваги конкретні сфери їх інтересів.

Ефективна регуляторна політика має забезпечити збереження і зміцнення туристських ресурсів, вмілому залученню їх в економічний оборот з метою залучення додаткових фінансових потоків.

Базу аналізу дослідження складають регіональні програми розвитку туристичної галузі в Україні (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Перелік діючих регіональних програм розвитку туризму і курортів
(за станом на 2017 рік) [16-26]

Область	Назва документу	Орган затвердження	Термін дії
1	2	3	4
Закарпатська	Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016 – 2020 роки	Розпорядження голови Закарпатської облдержадміністрації від 21.12.2015 р. №826	2016-2020
Запорізька	Програма розвитку рекреаційно-курортного комплексу та туризму в Запорізькій області на 2016 – 2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 23.12.2015 р. № 14	2016-2020
Львівська	Програма розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2014 – 2017 роки	Рішення сесії обласної ради від 20.06.2013 р. № 136	2014-2017
Івано-Франківська	Регіональна цільова програма розвитку туризму в області на 2016 – 2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 16.10.2015. № 1820-39/2015	2016-2020
Одеська	Програма розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області на 2017 – 2020 роки	Рішення сесії обласної ради від 26.08.2016 р. № 204-VI	2017-2020
Полтавська	Обласна програма розвитку туризму і курортів на 2016 – 2020 роки	Рішення IV сесії обласної ради VI скликання від 30.05.2015 р.	2016-2020
Рівненська	Програма розвитку туризму в Рівненській області на 2016–2020 роки	Рішення VI сесії обласної ради IV скликання від 20 березня 2015 року № 146	2016-2020
Сумська	Програма сталого розвитку туризму в Сумській області на 2018 – 2022 роки	Розпорядження голови Сумської обласної державної адміністрації №199 від 22.03.2017 р.	2018-2022

Продовження табл.2.4.

1	2	3	4
Херсонська	Обласна програма розвитку туризму та курортів в Херсонській обл.на 2016–2020 роки	Рішення VII сесії обласної ради VI скликання від 01.08.15 р. № 216	2016-2020
Харківська	Програма розвитку культури і туризму в Харківській області на 2014 – 2018 роки	Рішення Харківської обласної ради від 29 серпня 2015 р. № 789-VI	2016-2020
Черкаська	Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2012-2020 роки	Рішення обласної ради від 26.06. 2011 р. №16-4/ VI	2012-2020

В більшості означені (табл. 2.4) регіональні програми спрямовані на відновлення та розвиток існуючої туристичної інфраструктури регіонів. Їх виконання має забезпечити комплексний розвиток туристичних центрів регіонів. Реалізація програм сприятиме диверсифікації регіонального туристичного продукту, підвищенню якості послуг, залученню інвестицій у цю галузь регіону. Зростання туристичних потоків, сприятиме зайнятості населення в туристичній та супутніх галузях, та збільшенню надходжень до бюджетів всіх рівнів.

Більш детально розглянемо регіональну програму розвитку туризму Івано-Франківської області, оскільки вона є лідером за багатьма показниками туристичної галузі та за підсумками 2016 рр. регіон займав друге місце за кількістю внутрішніх туристів.

Загалом Прикарпаття, та її складова Івано-Франківщина має потужний потенціал для розвитку різних видів туризму: привабливі ландшафти, рельєф, кліматичні умови.

Івано-Франківщина є одним з провідних туристичних та курортно-рекреаційних регіонів України із значною кількістю об'єктів культурної спадщини та природно-заповідного фонду, розвиненою туристичною інфраструктурою та мережею транспортного сполучення.

За визначенням фахівців [19] раціональне і ефективне використання усіх

ресурсів регіону потребує довгострокових програмних заходів, зважених управлінських рішень і продуманих практичних дій. Ці заходи мають бути спрямовані на комплексний розвиток туризму, забезпечення раціонального використання туристичних ресурсів регіону, а також вирішення питань інфраструктурного та інформаційного облаштування туристичних об'єктів.

Згідно статистичних даних упродовж 2011-2016 рр. Прикарпаття утримує першість в Україні за кількістю екскурсантів організованого туризму. Впродовж 2012-2014 рр. регіон був на третьому місці за кількістю внутрішніх туристів, у 2015 та 2016 році він вийшов на друге місце за цим показником. У 2015 р. область зайняла третє, а у 2016 р. друге місце за показником доходів від надання туристичних послуг. У 2016 році Івано-Франківську область відвідало на 66% більше у порівнянні з попереднім роком [19].

Туристичний збір у 2016 році склав 947 тис. грн.

Динаміка платежів туристичного збору Івано-Франківської області за 2013-2016 рр. табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Динаміка надходжень туристичного збору до бюджету Івано-Франківської області 2013-2016 рр.

Роки	Надходження до місцевого бюджету від туристичного збору	% до попереднього року
2013 р	683	
2014 р	873	128
2015 р	956	110
2016 р	947	99,1

Найбільші показники надходжень забезпечувались суб'єктами туристичної діяльності територій міських рад міст Яремче та Івано-Франківська. В області в 2016 році функціонувало 367 туристично-рекреаційних закладів на 17,5 тис. місць, понад 800 садиб сільського зеленого туризму, які надають послуги розміщення; зареєстровано більше 200 суб'єктів туристичної діяльності, з них 33 мають туроператорську ліцензію. На території області розташовані 10 природних територій курортного значення, понад 3,5

тис. пам'яток історико-культурної спадщини [19].

Обласною радою Івано-Франківської області у 2014 р. затверджена Стратегія розвитку на період до 2020 року, за якою однією із стратегічних цілей визначено розвиток туристично-рекреаційної сфери.

На виконання регіональної цільової Програми розвитку туризму в області з метою розвитку інфраструктури виготовлено та встановлено інформаційні стенди біля 25 туристичних об'єктів; облаштовані оглядові майданчики і відпочинкові зони у Богородчанському, Галицькому, Долинському районах, а також паломницький маршрут у с. Погоня Тисменицького району; впорядковані туристичні притулки для самодіяльних туристів у Рожнятівському районі [19].

З метою промоції туристичного потенціалу регіону щорічно проводились ознайомлювальні тури для журналістів та представників туристичного бізнесу. З метою залучення туристів було проведено Всеукраїнську акцію “Туристичні рекорди України: Івано-Франківщина”. організовувались щонедільні безкоштовні екскурсії для жителів та гостей Івано-Франківська, виготовлено та поширено презентаційні пакети “Івано-Франківська область. Писанкове Прикарпаття”, “Івано-Франківська область – край для туризму”; ілюстроване видання “Івано-Франківщина. Писанковий край”, буклети “Івано-Франківська область. Писанкове Прикарпаття”, “Літо на Івано-Франківщині”, “Зима на Івано-Франківщині»; туристичні карти-схеми Івано-Франківської області, окремо Верховинського району і Долинського району; каталог туристичного маршруту “Мистецька палітра Прикарпаття”; банери, презентаційні папки і календарі “Івано-Франківська область – край для туризму” [19].

З метою реклами туристичної привабливості у соціальній мережі Facebook створена сторінка “Туристичне Прикарпаття” (www.facebook.com/tourism.if.ua).

На виконання таких завдань з обласного бюджету здійснювалось співфінансування ініціатив розвитку туризму суб'єктів туристичної галузі та неприбуткових громадських організацій. Було реалізовано декілька проектів

міжнародної технічної допомоги на підтримку та розвиток туристичної галузі області та окремих районів (за сприяння Канадського Фонду підтримки місцевих ініціатив, Міністерства закордонних справ Республіки Польща, посольства Фінляндії в Україні та у рамках програм транскордонного співробітництва ЄС) .

Програмою розвитку туризму Івано-Франківської області визначаються такі пріоритетні напрями розвитку туризму рис.2.9.

Збалансоване та прозоре адміністративно-правове управління туристично-курортною сферою
Створення сприятливих економіко-правових та організаційних умов для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій в туристичну і курортну сферу
Створення туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури вздовж основних автомобільних шляхів
Забезпечення раціонального й ефективного використання природних, рекреаційних, історико-культурних ресурсів
Підвищення якості і розширення асортименту туристично-рекреаційних послуг
Створення конкурентоспроможних туристичних і курортних продуктів
Забезпечення галузі кваліфікованими кадрами
Забезпечення організаційних заходів та технічних вимог до безпеки туристів
Активізація міжнародної співпраці у сфері туризму і курортів
Удосконалення рекламно-інформаційної діяльності
Проведення маркетингових досліджень у туристичній галузі

Рис.2.9. Пріоритетні напрями розвитку туризму Івано-Франківської області

Перелік заходів, обсяги та джерела фінансування Програми [19] наведено в дод. Б.

В ході аналізу наявних програм регіонального розвитку туризму Івано-Франківської області та інших областей визначено загальну схему її

формування. Формування програми та реалізації заходів регіонального розвитку туризму схематично відображено на рис. 2.10.

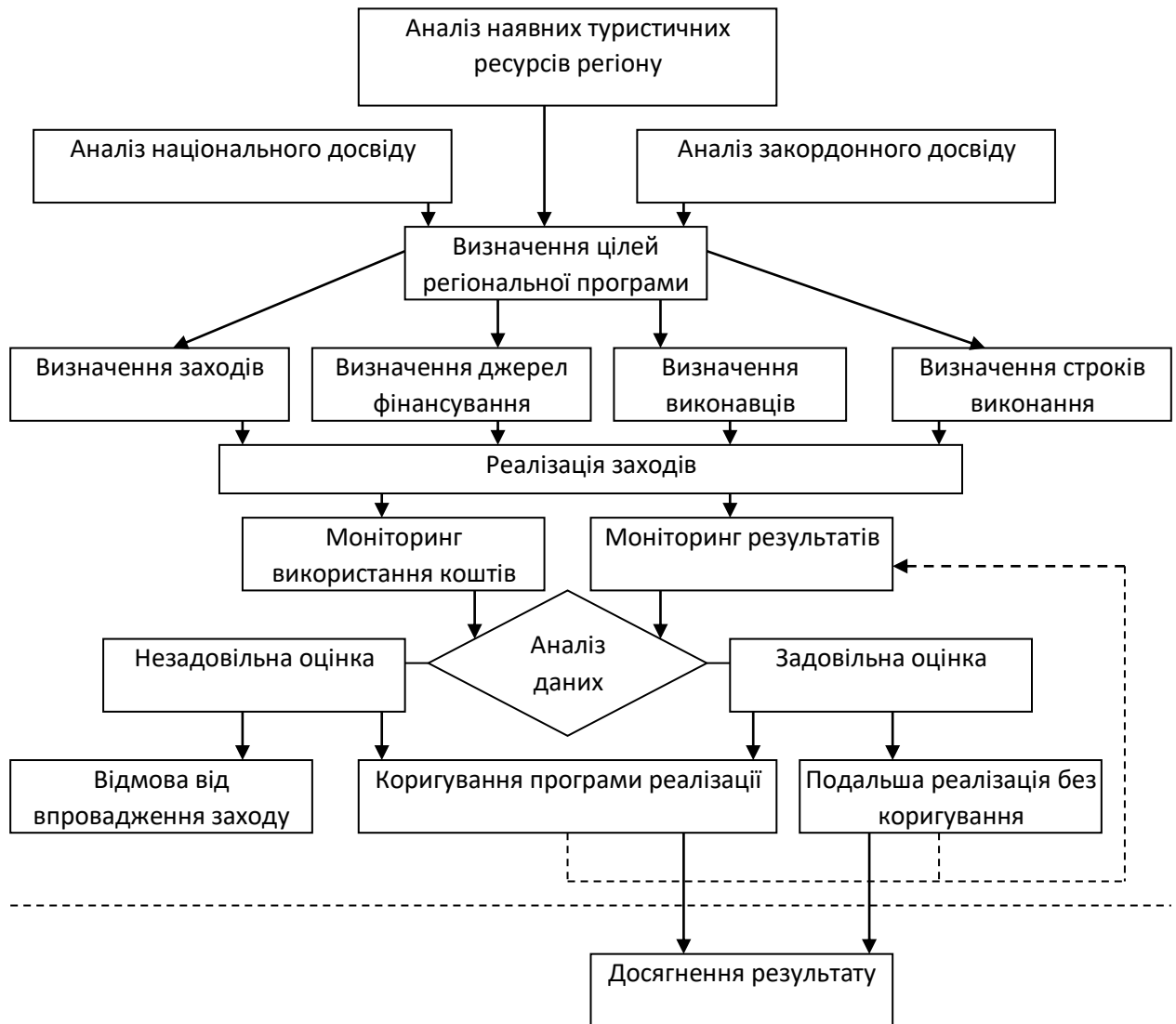


Рис. 2.10. Схема формування програми та реалізації заходів регіонального розвитку туризму

В ході аналізу регіональних програм розвитку визначено загальну схему пріоритетів та прогнозованих ефектів від їх реалізації в галузі туризму, яка відображено на рис. 2.11.

Визначення та обґрунтування доцільності програм підтримки регіонального туризму необхідно об'єктивно визначити наявний стан, потенціал розвитку. Без відповідного обґрунтування, кошти спрямовані на реалізацію проектів за відповідними цільовими програмами можуть використовуватися неефективно, а

проведені заходи – виявитися не результативними.

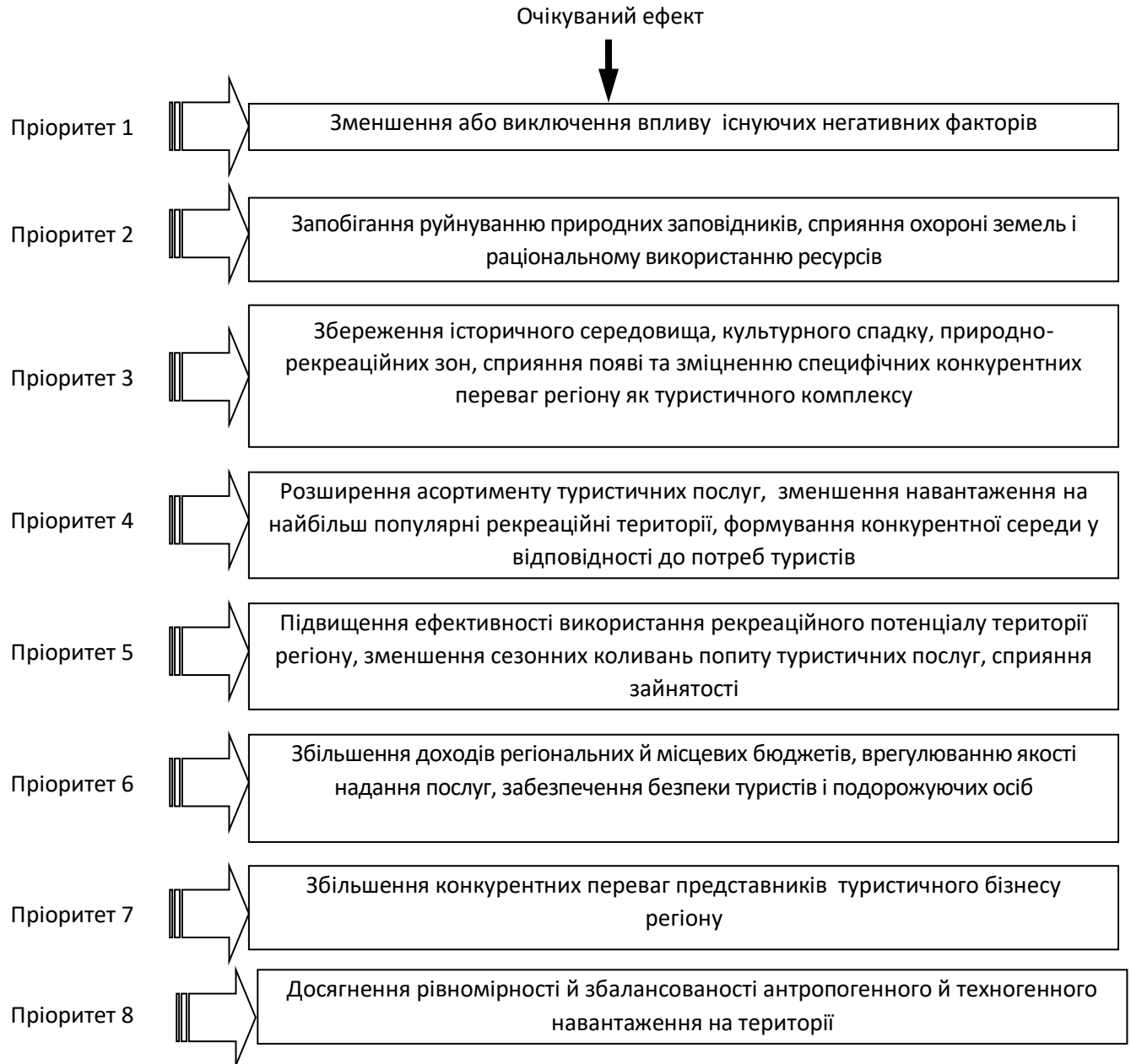


Рис. 2.11. Комплекс пріоритетів та прогнозованих ефектів від реалізації програм регіонального розвитку туризму

В умовах історичних особливостей соціально-економічних процесів, туристична галузь потребує регулюючих дій місцевих та державних органів. Важливо зазначити, що в багатьох країнах світу, де туристична галузь займає значне місце в структурі національної економіки, поєднується із виконавчими структурами торгівлі, бізнесу та економіки взагалі. Тобто, туризм є не тільки соціальним явищем, який задовольняє духовні потреби людей, а й впливовим економічним інструментом, який забезпечує достатню кількість робочих місць,

стабільні надходження до бюджету, в тому числі валютні, підтримку та розбудову супутнього до туризму інфраструктурного забезпечення.

Якість інфраструктурного забезпечення туристичної галузі являє собою один з визначальних елементів забезпечення стійких умов розвитку регіону.

Загалом під інфраструктурою взагалі розуміють комплекс виробничих і невиробничих галузей, що забезпечують умови відтворення. На відміну від інфраструктури ринку визначають – установи, фірми, компанії всіх видів власності, що забезпечують взаємодію між суб'єктами ринкових відносин.

Тільки наявність унікальних туристичних ресурсів будь якої окремої території не може забезпечити оптимальний розвиток галузі туризму. Розвиток туризму в регіонах багато в чому, стримує недостатньо розвинена загальна та туристична інфраструктура, які мають забезпечувати комфортні умови для туристичних послуг і, сприяти високій якості обслуговування туристів. Формування сприятливої туристичної інфраструктури регіону призводить до збільшення туристичних потоків, підвищується якість обслуговування туристів, зростає привабливість дестинації.

Туристична інфраструктура – це сукупність підприємств й інституцій, які є територіальним, матеріальним і організаційним підґрунтям розвитку туризму, вона охоплює основні елементи: об'єкти розміщення, харчування, супутню та комунікаційну сферу [27].

Схема складових інфраструктури туризму відображена на рис.2.12.

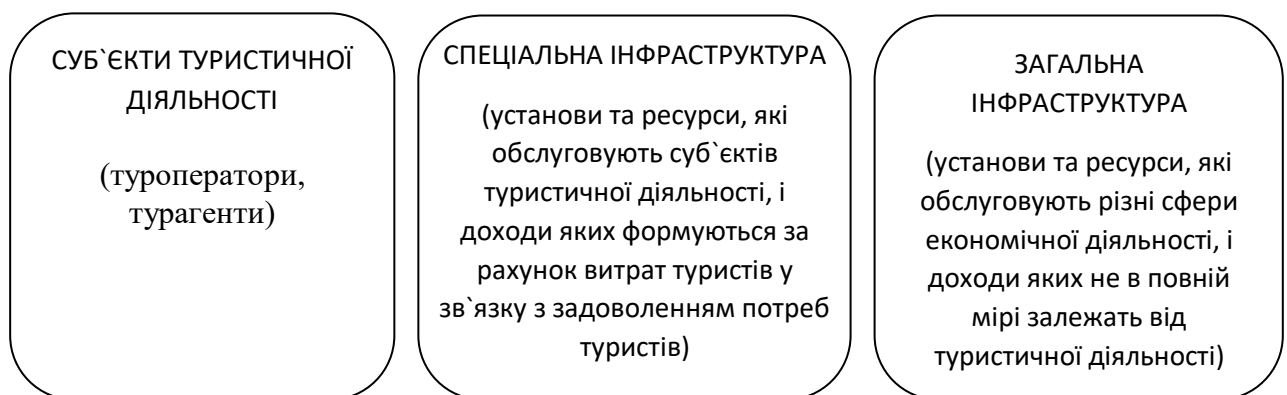


Рис.2.12. Схема складових інфраструктури туризму

Фахівці визначають, що туристична інфраструктура в Україні є

функціонально неповною та недостатньо розвинутою. Вона не охоплює усі ланки процесу надання туристичних послуг. Існуючий механізм ринку туристичних послуг не забезпечує належне інформування населення України про можливості відпочинку і рекреації в межах регіону проживання.

Не в повному обсязі використовуються освітній та науковий потенціал, насамперед вищих навчальних закладів, у сфері інформаційно-комунікаційних технологій.

Для подолання існуючих проблем, викликаних недосконалістю ринкового регулювання сфери туризму в Україні необхідною є державна програма розвитку туризму, диференційована за пріоритетними напрямками для регіонів України.

Можна визначити, що для ефективного використання наявного туристичного потенціалу регіонів, розвитку внутрішнього та іноземного туризму стає необхідним розробка та впровадження програми фінансової підтримки суб'єктів туристичної діяльності які надають послуги подорожей Україною.

Особливо доцільними є державні програми підтримки розвитку туризму в Івано-Франківській, Полтавській, Тернопільській та Харківській областях. Розташовані у географічно протилежних територіях України, ці області стикаються зі схожими проблемами, а саме – неприйнятним і збитковим рівнем витрат діяльності туроператорів; вирішення проблем цих регіонів сприятиме розширенню внутрішнього і в'їзного туризму, а також розвитку туристичного потенціалу України.

Неефективне використання наявного туристичного потенціалу регіону призводить до втрати можливостей розвитку галузі.

Для прийняття рішень в сфері туризму необхідно розробити паспорт туристичного потенціалу регіону, що містить інформацію геополітичного та екологічного стану регіону, особливостей рельєфу, рослинного світу, ландшафтів і природних ресурсів, забезпеченості курортно-рекреаційними та архітектурно-історичними ресурсами; опис відомих об'єктів, туристичних

маршрутів, інфраструктури туризму, перспектив розвитку туризму і створення нових туристичних продуктів, а також загальний бал туристичного потенціалу регіону в рейтингу регіонів України.

Регіони мають отримати порівняльну характеристику та систематизований опис в системі рекреаційних, культурних, архітектурно-історичних ресурсів України. Систематизовані дані мають в подальшому використовуватися для обґрунтування рішень щодо визначення пріоритетних напрямів регіонального розвитку при формуванні програм регіонального та державного розвитку.

Наявний потенціал одночасно можна розподілити на складові табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Зміст складових туристичного потенціалу територій

Складові туристичного потенціалу	Зміст
Ресурсна	сукупність ресурсів, використовуваних у певних соціально-економічних формах для виробництва продукції або послуг
Результативна	потенціал є результатом реалізації наявних можливостей задоволення суспільних потреб
Внутрішня	потенціал є здатністю суб'єкта ефективно застосовувати ресурси в процесі задоволення суспільних потреб

Для визначення та обґрунтування пріоритетних напрямків у розвитку туристичної галузі регіону, пропонується використання наступного методичного підходу (рис. 2.13).

Виникає необхідність, відповідно до викладених вище методичних положень, проведення оцінки якості послуг туристичної галузі в регіонах України.



Рис. 2.13. Методичний підхід до обґрунтування пріоритетних напрямків розвитку туристичної галузі

Для визначення якості послуг представників готельно-ресторанного бізнесу сфери туризму запропоновано використовувати інтегральний показник рівня якості туристичної послуги. Компонентний склад оцінки якості послуг готельно-ресторанних послуг відображено на рис. 2.14.

За результатами комплексної оцінки якості послуг представники готельно-ресторанного бізнесу мають визначити свої конкурентні переваги та недоліки визначити та визначити свою позицію у сфері туристичних послуг.

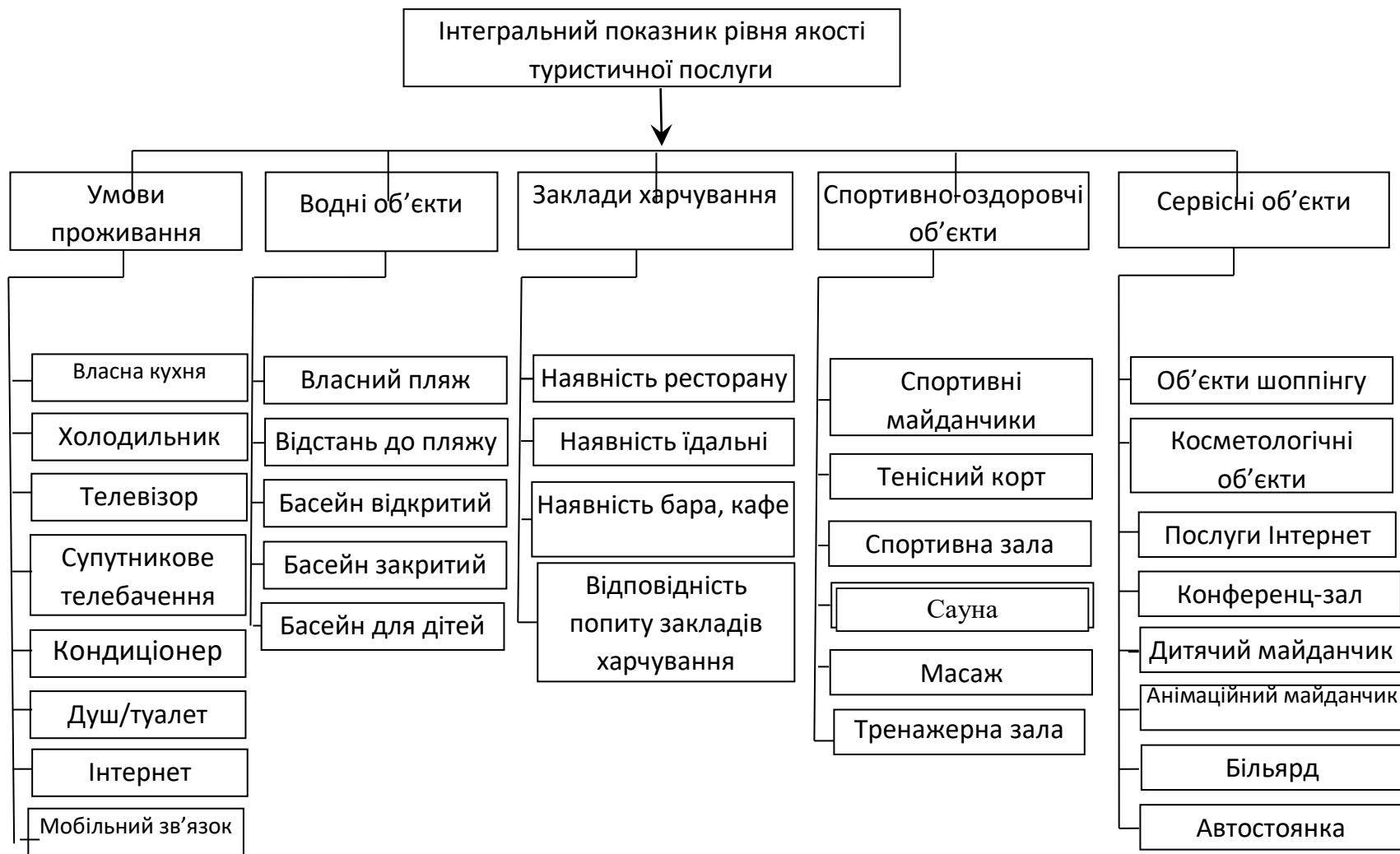


Рис. 2.14. Компонентний склад оцінки якості послуг представників готельно-ресторанних послуг регіону

Позиціонування здійснюється з урахуванням конкретної цільової групи споживачів, для якої створюються й пропонуються певні блага воно базується на одержуваній вигоді.

Сильні позиції відображають основні особливості представників туристичних послуг в тому числі готельно-ресторанних, і їх переваги для цільових споживачів.

Процес позиціонування готельно-ресторанних послуг закладів регіону пропонується здійснювати за схемою, наведену на рис. 2.15.



Рис. 2.15. Схема процесу позиціонування представників готельно-ресторанних послуг

Заплановані або впроваджені регулюючі заходи мають відображення в програмах або стратегіях розвитку відповідних регіонів. Впровадження визначених заходів, має надати позитивний імпульс розвитку регіонального туризму.

Зауважимо, діяльність представники туристичних послуг спрямована на отримання комерційного прибутку. Завдяки зборам від діяльності, оподаткуванню прибутків, відрахуванням з доходів працівників туристичної галузі формуються не лише доходи державного але й місцевих бюджетів.

Можливі надходження від туристичної діяльності дадуть змогу не тільки

покращити інфраструктуру регіону, а й отримати додаткові кошти для соціальних регіональних проєктів, поліпшити стан регіональної зайнятості населення.

2.3. Визначення стану та динаміки розвитку готельного господарства регіонів України, як складової туристичної галузі

Існуючі в Україні форми й методи регулювання діяльності готельного господарства не повною мірою враховують кон'юнктуру ринку, спрямованості спеціалізації регіонів на відповідну орієнтацією бізнесу, повне використання наявних природних, історико-культурних та інших ресурсів.

Виникає необхідність проведення теоретичних досліджень щодо вдосконалення механізмів регулювання попиту і пропозиції туристичної діяльності, в тому числі готельного господарства, покращення дії окремих елементів цієї системи, формування сучасної системи методичного, інформаційно-аналітичного забезпечення, системи моніторингу ринку готельних послуг.

Складовою готельного бізнесу є економічна діяльність спеціалізованих підприємств, що пропонують на підприємницькій основі послуги і забезпечують споживачів, котрі подорожують, необхідними умовами для розміщення та харчування.

За визначенням [28] готельне господарство — сукупність готельних підприємств різних типів, що приймають та надають послуги з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.

Термін „готельне господарство” використовується не тільки для визначення діяльності готелів, а й інших типів засобів розміщення - мотелі, хостели, кемпінги, туристські бази й інші. Наразі готелі належать до домінуючого типу засобів розміщення, така позиція стала визначальною для назви цієї сфери діяльності.

Специфікою економічної сутності готельної сфери діяльності є надання

послуг нематеріального характеру її діяльності. Особливість надання послуг гостинності пов'язана з тим, що вони створюються та реалізуються в межах одного підприємства [29].

Зазначимо, готельні послуги мають нематеріальний характер в основній складовій послуг. Специфікою надання готельних послуг, порівняно з продажем товару, є неможливість відвідувачів одразу в повному обсязі охопити їхні споживчі особливості. Клієнтам послуг нелегко оцінити послугу до моменту придбання.

Якість та асортимент послуг у готельного бізнесу зумовлені наявністю та станом матеріально-технічної бази, а також рівнем та кваліфікацією персоналу закладу розміщення.

Загальну динаміку розвитку представників готельних послуг України за 2011-2016рр. відображено на рис.2.16.

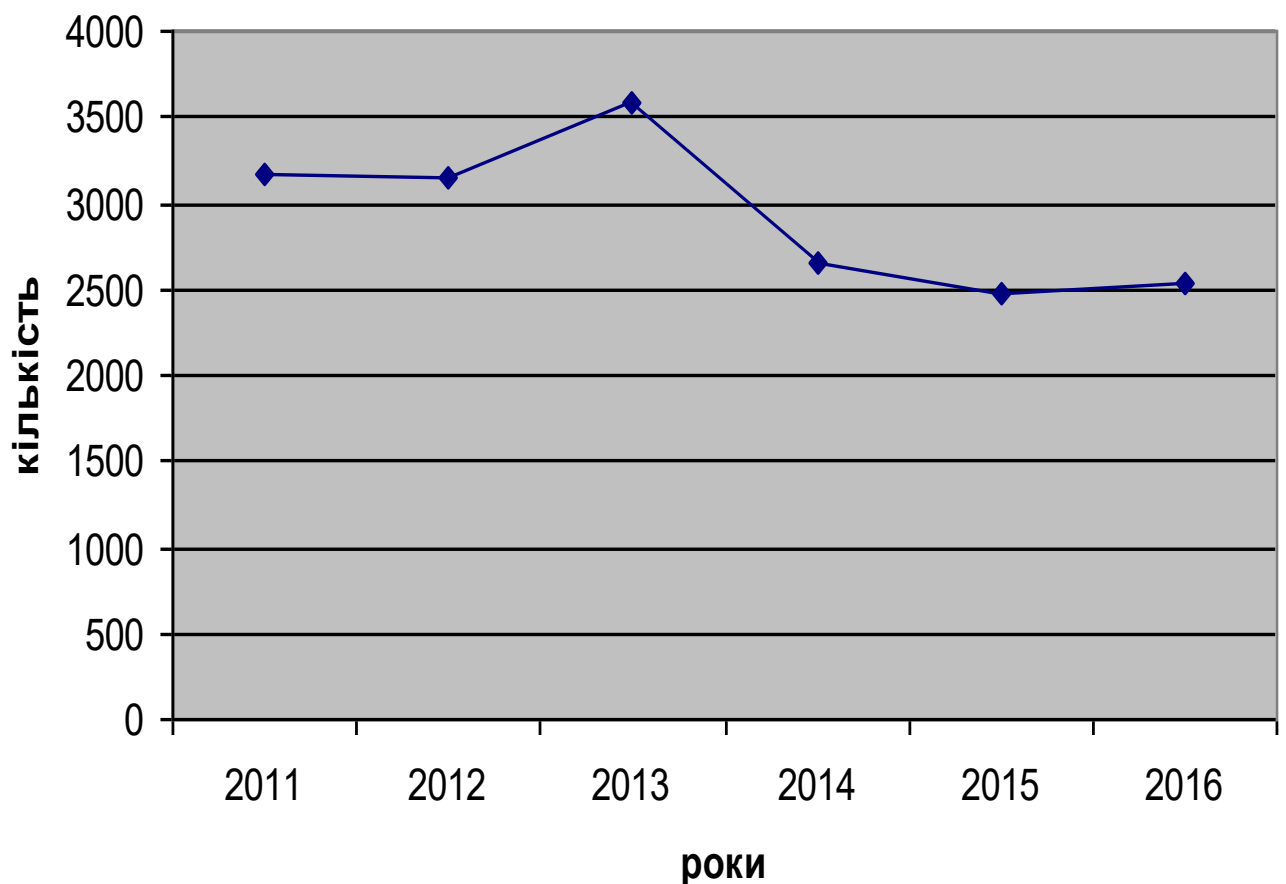


Рис. 2.16. Динаміка кількості готелів та аналогічних засобів розміщування громадян в Україні за 2011-2016 рр.

Можна зазначити, що за період 2011-2013 рр. розвиток послуг гостинності мав позитивний характер, агресія Російської Федерації на Донбасі, анексія Криму позначилась негативними наслідками галузі протягом 2014-2015 рр., з 2016 року почалося поживавлення ринку готельних послуг України (рис. 2.16).

Стан та динаміку розвитку представників готельних послуг по регіонах України можна дослідити в табл. 2.7.-2.9.

Таблиця 2.7

Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування громадян по регіонах України за 2011-2016 рр., од. [30-31]

Регіон	Роки					
	2011 р	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вінницька	46	61	72	73	75	60
Волинська	46	50	67	64	66	61
Дніпропетровська	141	130	135	146	139	138
Донецька	140	135	139	50	44	46
Житомирська	48	51	57	59	58	70
Закарпатська	159	151	228	229	213	211
Запорізька	116	89	126	125	86	114
Івано-Франківська	345	167	193	212	200	227
Київська	56	57	93	89	87	114
Кіровоградська	32	43	45	48	41	30
Луганська	60	45	51	13	23	23
Львівська	228	250	272	273	273	287
Миколаївська	70	82	93	89	66	74
Одеська	217	216	253	235	250	232
Полтавська	86	94	115	106	105	76
Рівненська	41	44	52	50	46	45
Сумська	48	47	50	41	34	37
Тернопільська	46	49	59	58	57	59
Харківська	103	125	130	125	123	108
Херсонська	74	82	116	109	70	92
Хмельницька	60	68	90	84	70	71
Черкаська	70	66	75	73	75	80
Чернівецька	67	80	87	91	87	79
Чернігівська	44	45	45	45	43	35
м.Київ	156	148	145	157	147	165

Таблиця 2.8

Ранжування регіонів за кількістю готелів та аналогічних засобів розміщування громадян по регіонах України за 2011-2016рр.

Регіон	Місце за рейтингом					
	2011 р	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Львівська	2	1	1	1	1	1
Одеська	3	2	2	2	2	2
Івано-Франківська	1	3	4	4	4	3
Закарпатська	4	4	3	3	3	4
м. Київ	5	5	5	5	5	5
Дніпропетровська	6	7	7	6	6	6
Запорізька	7	10	9	7	11	7
Київська	17	17	12	12	9	8
Харківська	8	8	8	8	7	9
Херсонська	11	11	10	9	14	10
Черкаська	12	15	16	15	12	11
Чернівецька	14	13	15	11	10	12
Полтавська	9	9	11	10	8	13
Миколаївська	13	12	13	13	16	14
Хмельницька	15	14	14	14	15	15
Житомирська	18	17	20	18	18	16
Волинська	20	18	18	17	17	17
Вінницька	21	16	17	16	13	18
Тернопільська	22	19	19	19	19	19
Донецька	7	6	6	20	21	20
Рівненська	24	24	21	21	20	21
Сумська	19	20	23	24	24	22
Чернігівська	23	21	24	23	22	23
Кіровоградська	25	25	25	22	23	24
Луганська	16	22	22	25	25	25

Можна визначити групу регіонів-лідерів за кількістю готелів (табл. 2.8.), це Львівський, Одеський, Івано-Франківський, Закарпатський, Дніпропетровський регіони та м.Київ. Визначені регіони за досліджений період постійно знаходились в групі лідерів. В середній групі рейтингу відбувались різноспрямовані коливання.

В групі аутсайдерів знаходяться Тернопільський, Донецький, Рівненський, Сумський, Чернігівський, Кіровоградський та Луганський регіони.

Необхідно відзначити, Донецький та Луганський регіони опинились в такому стані через агресію РФ, яка заважає готельній діяльності. До початку агресії Донецький регіон стабільно знаходився за цим показником в групі лідерів.

Таблиця 2.9

Динаміка змін кількості готелів та аналогічних засобів розміщування громадян по регіонах України за 2012-2016рр. (од.)

Регіон	% до попереднього року				
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вінницька	133	118	101	103	80
Волинська	109	134	96	103	92
Дніпропетровська	92	104	108	95	99
Донецька	96	103	36	88	105
Житомирська	106	112	104	98	121
Закарпатська	95	151	100	93	99
Запорізька	77	142	99	69	133
Івано-Франківська	48	116	110	94	114
Київська	102	163	96	98	131
Кіровоградська	134	105	107	85	73
Луганська	75	113	25	177	100
Львівська	110	109	100	100	105
Миколаївська	117	113	96	74	112
Одеська	100	117	93	106	93
Полтавська	109	122	92	99	72
Рівненська	107	118	96	92	98
Сумська	98	106	82	83	109
Тернопільська	107	120	98	98	104
Харківська	121	104	96	98	88
Херсонська	111	141	94	64	131
Хмельницька	113	132	93	83	101
Черкаська	94	114	97	103	107
Чернівецька	119	109	105	96	91
Чернігівська	102	100	100	96	81
м.Київ	95	98	108	94	112

Можна зазначити, динаміка змін кількості готелів та аналогічних засобів розміщування громадян по регіонах України (табл. 2.9) мала хвилеподібний характер. Найбільше скорочення кількості відбувалися в 2015 р. у Запорізькому, Миколаївському, Херсонському, Кіровоградському регіонах, найбільше відкрилося готелів у 2013 році у Волинському, Закарпатському, Запорізькому, Київському, Херсонському, Хмельницькому регіонах. Така характеристика не враховує показники

2013-2017 р. Донецького та Луганського регіону.

Стан та динаміку за кількістю місць у колективних засобах розміщування громадян по регіонах можна дослідити за допомогою табл. 2.10.-2.11.

Таблиця 2.10

Динаміка кількості місць у колективних засобах розміщування громадян по регіонах України за 2011-2016рр. (од.)

Регіон	% до попереднього року				
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вінницька	115	105	96	108	92
Волинська	107	123	98	102	112
Дніпропетровська	97	103	101	97	96
Донецька	119	100	47	75	103
Житомирська	94	105	98	108	118
Закарпатська	88	158	105	93	113
Запорізька	100	101	112	87	109
Івано-Франківська	86	108	109	98	126
Київська	101	150	99	104	106
Кіровоградська	113	124	104	76	111
Луганська	61	119	28	172	104
Львівська	122	105	104	106	101
Миколаївська	94	125	94	95	102
Одеська	113	101	109	105	98
Полтавська	115	105	94	101	96
Рівненська	84	111	90	102	109
Сумська	114	91	99	84	110
Тернопільська	109	109	94	111	112
Харківська	118	106	96	97	97
Херсонська	102	125	96	77	106
Хмельницька	106	110	98	101	102
Черкаська	107	107	92	102	106
Чернівецька	104	108	104	100	103
Чернігівська	108	93	97	98	110
м.Київ	95	110	112	95	89

Найгірший результат скорочення кількості місць у колективних засобах розміщування громадян у 2015 році (табл. 2.10.) мав Кіровоградський регіон, слідом за ним йшли, Херсонський, Сумський та Запорізький регіони.

За кількістю нових місць у колективних засобах розміщування громадян у 2013 р., відповідно (табл.2.10) лідером був Тернопільський регіон, слідом за ним Вінницький, Житомирський, Львівський та Одеський, не враховуючи показники 2013-2017 р. Донецького та Луганського регіонів. Зазначимо

Донецький регіон мав другий найкращий результат за цим показником у 2012 році, після Львівського.

Таблиця 2.11

Ранжування регіонів за кількістю місць у колективних засобах розміщування громадян за 2011-2016рр. (од.)[32]

Регіон	Місце за рейтингом				
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
м. Київ	1	1	1	1	1
Львівська	2	2	2	2	2
Одеська	3	3	3	3	3
Івано-Франківська	6	6	5	5	4
Закарпатська	7	4	4	4	5
Дніпропетровська	4	5	6	6	6
Запорізька	8	8	7	7	7
Харківська	9	9	8	8	8
Київська	13	10	9	9	9
Полтавська	10	11	10	10	10
Чернівецька	11	14	12	11	11
Хмельницька	13	13	13	12	12
Херсонська	12	12	11	13	13
Тернопільська	16	17	17	14	14
Черкаська	14	16	16	16	15
Миколаївська	15	15	15	15	16
Донецька	5	7	14	17	17
Житомирська	18	21	19	19	18
Волинська	21	19	20	20	19
Вінницька	17	18	18	18	20
Чернігівська	19	24	21	21	21
Рівненська	22	22	22	22	22
Кіровоградська	25	23	23	23	23
Сумська	24	25	24	24	24
Луганська	20	20	25	25	25

По результатах рейтингу (табл. 2.11) можна визначити незмінну у означеному періоді групу регіонів-лідерів, за кількістю місць у колективних засобах розміщування, це м. Київ, Львівський, Одеський, Івано-Франківський, Закарпатський регіони. Відзначимо, за досліджений період Івано-Франківський регіон набув найбільшого прогресу в групі лідерів піднявшись на дві одиниці в рейтингу.

В середній групі відбувались мінімальні коливання, окрім Донецького регіону, який втратив 12 позицій.

В групі аутсайдерів знаходяться Чернігівський, Рівненський, Кіровоградський, Сумський та Луганський регіони.

Регіони-аутсайдери мають стабільні позиції окрім Луганського, який втратив 5 позицій та опинився на останньому місці. До 2014 року Донецький регіон стабільно знаходився за цим показником в групі лідерів.

Рейтинг та динаміку регіонів, за показником кількості місць у колективних засобах розміщування громадян, можна дослідити табл. 2.12.-2.13.

Таблиця 2.12

Динаміка змін за кількістю розміщених у колективних засобах розміщування громадян по регіонах України за 2012-2016 рр.

Регіон	% до попереднього року				
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вінницька	153	87	107	99	111
Волинська	83	121	89	110	106
Дніпропетровська	112	163	58	103	113
Донецька	125	98	35	110	53
Житомирська	122	108	86	109	120
Закарпатська	107	123	83	117	123
Запорізька	102	110	102	87	112
Івано-Франківська	130	94	105	109	122
Київська	108	110	96	92	155
Кіровоградська	105	124	95	106	107
Луганська	95	112	5	419	105
Львівська	119	105	91	132	127
Миколаївська	97	84	95	108	121
Одеська	100	120	61	133	116
Полтавська	115	117	88	128	100
Рівненська	112	131	86	97	97
Сумська	88	103	103	77	126
Тернопільська	155	110	84	116	155
Харківська	99	108	80	106	106
Херсонська	155	92	95	79	204
Хмельницька	112	101	83	102	112
Черкаська	107	111	103	112	116
Чернівецька	114	117	88	99	102
Чернігівська	113	99	83	92	119
м. Київ	88	107	76	119	114

Динаміка змін, по регіонах України, за кількістю розміщених осіб у колективних засобах розміщування (табл. 2.12) мала хвилеподібний характер.

Найбільше скорочення розміщених осіб за досліджений період відбувалися у 2014 р. у Дніпропетровському, Закарпатському, Одеському, Харківському, Чернігівському регіонах та м. Київ.

Найвища динаміка збільшення розміщених осіб була у 2016 році у Житомирському, Закарпатському, Івано-Франківському, Київському, Львівському, Тернопільському та Херсонському регіонах, не враховуючи показники 2013-2016 рр. Донецького та Луганського регіонів.

Можна відзначити, що у 2012 р. Донецький регіон мав один з найвищих показників збільшення розміщених осіб у колективних засобах розміщування.

Таблиця 2.13

Рейтинг регіонів за кількістю розміщених осіб у колективних засобах розміщування за 2012-2016 рр.

Регіон	Місце за рейтингом				
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
м. Київ	1	1	1	1	1
Львівська	2	2	2	2	2
Івано-Франківська	6	7	3	3	3
Одеська	4	4	6	4	4
Київська	8	8	7	9	5
Дніпропетровська	7	3	4	6	6
Харківська	3	5	5	5	7
Закарпатська	10	9	9	8	8
Тернопільська	12	12	11	11	9
Полтавська	11	11	10	7	10
Хмельницька	9	10	8	10	11
Черкаська	18	17	15	12	12
Чернівецька	13	14	14	14	13
Рівненська	14	13	12	13	14
Запорізька	15	15	13	15	15
Миколаївська	17	20	19	19	16
Волинська	20	18	18	17	17
Вінницька	19	19	17	18	18
Херсонська	23	25	24	24	19
Житомирська	22	22	22	20	20
Чернігівська	21	21	20	21	21
Кіровоградська	25	24	23	22	22
Сумська	24	23	21	23	23
Донецька	5	6	16	16	24
Луганська	16	16	25	25	25

За результатами рейтингу (табл. 2.13.) можна визначити незмінну за означений період групу регіонів-лідерів, за кількістю розміщених осіб у колективних засобах розміщування, це м. Київ та Львівський регіон.

У групі лідерів 2016 р. опинилися Івано-Франківський, Одеський, Київський, Дніпропетровський регіони. Серед них Івано-Франківський, та Київський регіон набули найбільшого прогресу в групі лідерів піднявшись на три позиції в рейтингу.

В середній групі відбувались незначні різноспрямовані коливання.

В групі аутсайдерів знаходяться Чернігівський, Кіровоградський, Сумський, Донецький та Луганський регіони. Регіони-аутсайдери мають стабільні позиції окрім Донецького та Луганського, який втратили 19 та 6 позицій відповідно. Луганський регіон опинився на останньому місці рейтингу за кількістю розміщених осіб у колективних засобах розміщування.

Проведений аналіз дозволяє визначити регіони лідери за наданням послуг гостинності: м. Київ та Львівський, Івано-Франківський, Одеський регіони. Серед аутсайдерів Чернігівський, Рівненський, Кіровоградський, Сумський регіони.

Донецький та Луганський регіони мають значний туристичний потенціал, але наразі опинились в групі аутсайдерів.

Глобалізація світової економічної системи, жорстка конкурентна середа та технічний прогрес сприяють постійному пошуку нових послуг, розширенню й урізноманітненню матеріально-технічної бази та змінам структури персоналу готелів.

Наявна конкурентна середа сприяє все більше урізноманітнювати, ускладнювати послуги гостинності, вони набувають комплексний характер. Сучасна готельна індустрія неможлива без утворення поряд з основними будівлями готелів — розважальних, спортивних, споруд для шопінгу та інших.

Наявні конкурентні умови сприяють до пошуку нових потенційних продуктів, які мають охоплювати ймовірні напрями діяльності, що призведуть до переваг представників готельних послуг в ринковому позиціюванні, зможуть утримати та залучити нових клієнтів.

Представниками готельного бізнесу широко використовується термін

"готельний продукт", що наголошує на комплексному характері готельних послуг.

Загалом, категорія "готельний продукт" відображає результат господарської діяльності, поданий у матеріальній формі (матеріальний продукт), духовній, інформаційній (інтелектуальний продукт) або у формі виконання роботи і послуг [28, 34, 35].

Вагомою характеристикою послуг гостинності, є неоднорідність якості обслуговування споживачів. Така характеристика відрізняє їх від процесу промислової діяльності.

Споживачі готельних послуг є важливим елементом мінливості якості надання послуг. Відмінності та особистості потреб клієнтів, зумовлюють високу ступінь індивідуалізації послуг та унеможливають масовий характер виробництва послуг.

Для надання більшої масовості та зниження неоднорідності якості послуг у більшості готельних підприємств розроблені та підтримуються стандарти обслуговування. Стандарти послуг гостинності містять комплекс обов'язкових норм і правил для виконання обслуговування клієнтів, вони забезпечують встановлений рівень якості всіх наданих послуг та відповідних проміжних операцій.

Необхідно зазначити визначення еталонів та вимірювання якості послуг гостинності створює необхідність комплексного підходу є складним та в великій мірі суб'єктивним.

Підвищення категорії вимагає відповідного обладнання, необхідних приміщень служби сервісу, оснащення його товарною продукцією. Означені сервіс-служби спрямовані на обрану спеціалізацію: побутові послуги - service-room, послуги ділового характеру - бізнес-центр (факс, ксерокс, комп'ютери з виходом в Інтернет та електронною поштою, послуги перекладача, стенографістки, прокат автотранспорту), доставка їжі в номер - room-service, рекреаційні послуги - СПА-центр, тренажерні зали.

Організація відповідного готельного сервісу потребує технічну культуру

готелів яка забезпечується якістю їх матеріальної бази. Це не тільки якість будинку, а й відповідність архітектурно-будівельним стандартам, організація внутрішніх приміщень, їх функціональних зв'язків, якість інженерного та санітарного обладнання, наявність засобів автоматизації та механізації обслуговування. Забезпечення високої якості технічної та управлінської культури неможливе без використання автоматизованих систем управління, автоматизації робочих місць персоналу, комп'ютерної техніки та відповідних програм.

Саме такі заходи створюють в умовах конкуренції поширювати свої послуги, просувати їх на ринку туристичних послуг та знаходити нові групи споживачів. Вони заходи потребують значних фінансових ресурсів і відповідно інвестицій. Динаміку обсягів інвестицій в основний капітал діяльності готелів та ресторанів України за 2010-2016 рр. відображено в табл. 2.14. та на рис. 2.17.

Таблиця 2.14.

Обсяги інвестицій в основний капітал діяльності готелів та ресторанів за 2010-2016 рр., тис. грн. [122, 123]

Назва	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Діяльність готелів	1232364	1510621	1423175	774322	1139646	1014478	1107200
Надання інших місць для тимчасового проживання	968426	1068801	788557	371720	509495	332364	406906
Діяльність ресторанів	357895	514173	333974	334298	413549	361861	326268

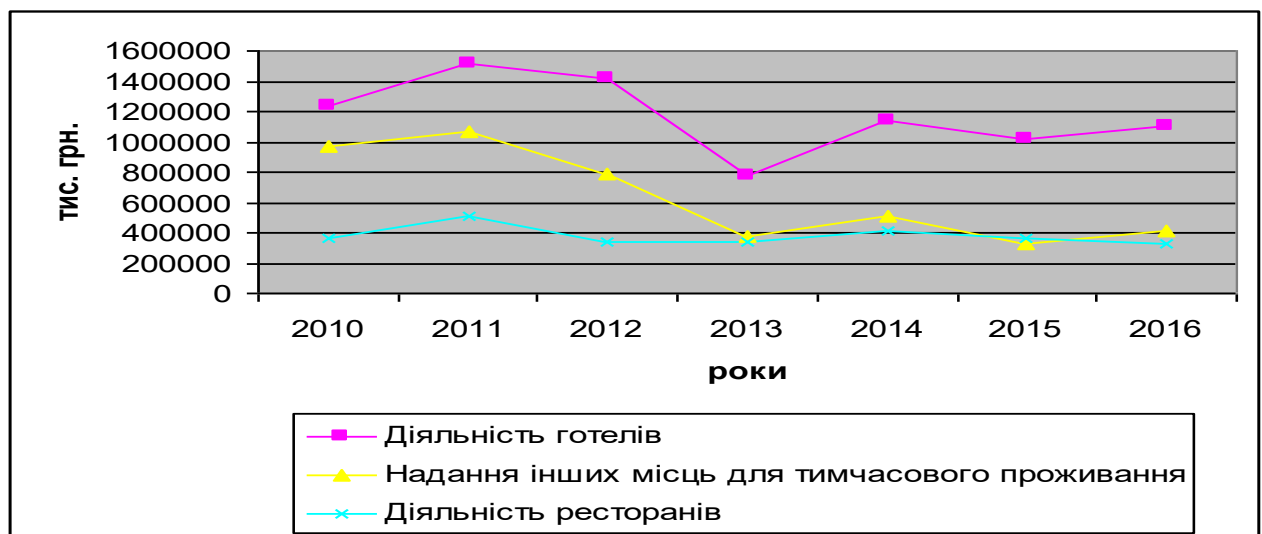


Рис. 2.17. Динаміка обсягів інвестицій в основний капітал діяльності

готелів та ресторанів України за 2011-2016 рр.

Динаміка інвестицій в основний капітал діяльності готелів мала різноспрямований характер, в період 2011-2012 р. мала позитивний характер, 2013 р. відбулося значне зменшення але в період 2014-2016 р. відбувається стабілізація.

Стосовно місць для тимчасового проживання, динаміка інвестицій мала позитивний тренд до 2011 р., протягом 2012-2013 рр. відбувається зниження, після 2014 р. відбувається стабілізація процесів.

Динаміка інвестицій в ресторани мала пожвавлення у 2011 р., з 2012 р. – 2016 р. значних коливань не відбувалось.

Враховуючи обвал національної валюти у 2013-2014 рр., можна сказати, що у цей період відбулося значне зниження інвестицій у галузь, наразі триває процес стабілізації.

Аналізуючи проблеми готельної сфери діяльності більш детально, можна зазначити, що рівень забезпечення засобами розміщення і кадрами по регіонах України не є однаковим. Серед областей виділяються такі туристичні центри, як Київ, Дніпропетровськ, Донецьк, Львів, Одеса, Харків, де зосереджена значна частина великих готелів та більша частка працівників готельного господарства. Так, в 13-ти містах України сконцентровано більше 30% спеціалістів готельної справи. Сформована різниця між кон'юнктурою ринку туристичних послуг в різних містах і регіонах України є досить сталою, тому вона має бути об'єктом досліджень, основна мета яких – ефективніше проводити кадрове забезпечення підприємств туристичної галузі в розрізі міст і регіонів для подальшого розвитку туризму [36].

Найбільшу перевагу при наданні туристичних послуг підприємствами готельно-ресторанного бізнесу споживачі віддають готельному обслуговуванню, близько 83% клієнтів.

Чим вищий середній дохід споживача, тим вищий рівень переваг. Популярний видом послуг, який надається в готелях України є комплексне обслуговування номерів. Воно становить близько 23%. Серед послуг, що

надаються підприємствами готельно-ресторанного бізнесу найбільшу питому вагу становлять замовлення страв у номер близько 30% [37].

За результатами щорічного дослідження „Глобальний індекс MasterCard найбільш відвідуваних міст” м. Лондон з 2010 р. шість раз зберігав перше місце в рейтингу найбільш відвідуваних туристичних напрямків в світі.

Серед регіонів України перше місце за відвідуваних туристичних напрямків посідає м. Київ. У 2013 році столицю України відвідало близько двох мільйонів іноземних туристів.

За результатами „Глобального індексу MasterCard найбільш відвідуваних міст” Київ посів 61 позицію, а серед європейських міст – 20 місце [38].

Національні фахівці цього виду діяльності відзначають, для задоволення потреб гостей місто повинно мати відповідну готельну базу. У 2016 році в Києві функціонувало 165 закладів розміщення різних форм власності та підпорядкування більше ніж на 10 тис. номерів на 18 тис. місць, з яких 122 – готелі, потужністю 9 тис. 422 номери, решта 45 – інші засоби тимчасового розміщення (проживання) на 1 тис. 664 номери [37].

Для задоволення потреб туристів та відвідувачів м. Київ, на його ринку послуг гостинності присутні такі міжнародні бренди, як: Radisson, InterContinental, Hyatt International, Hilton, Sheraton Hotels & Resorts, Marriott International, Accor Group, Holiday Inn, Ramada Encore та інші [39].

Необхідно зазначити, хоча за абсолютними показниками Київ випереджає регіони України та за показником готельних номерів на 1000 приїжджих не перевищує аналогічні показники Львова та Одеси. За даним показником м. Київ в разі поступається таким європейським містам як Варшава, Будапешт, Прага, Берлін, Відень які є прямими конкурентами у туристичній діяльності.

Однією з сучасних перспективних тенденцій розвитку готельного господарства України в цілому, та м. Києва зокрема, є орієнтація на екологічність. Станом на січень 2013 р. Green Key (престижна міжнародна еко-сертифікація для індустрії дозвілля) надала еко-сертифікати 14 українським підприємствам готельного господарства.

Для отримання сертифіката Green Key, готелям необхідно відповідати ряду екологічних вимог, починаючи від екологічних стандартів і до вимог статуту, наявності плану дій, навчання і зв'язку. Наявність еко-сертифікату Green Key показує відповідальність організації по відношенню до навколишнього середовища і суспільству. У м. Києві його отримали Radisson Blu Hotel, Rus Accord Hotel та Баккара Арт-готель.

Серед перспективних напрямів готельного бізнесу як для внутрішнього, так і для зовнішнього ринку фахівці [34, 37, 38] визначають об'єднання невеликих комфортних готелів на природі.

Ця мережа повинна включати сімейні готелі та пансіонати. Головне завдання такої мережі – сформувати ідеологію та новий імідж відпочинку на природі, оптимізувати систему продажу та підготувати її гідну презентацію на європейському ринку [39].

Забезпечення потреб споживачів шляхом комплексне обслуговування гостей та дотримання такої якості обслуговування безперечно надає конкурентні переваги: поліпшує координацію дій усіх структурних підрозділів підприємств сфери туризму, забезпечує повне, заощаджує їхній час і спрощує процедуру одержання послуг, передбачає взаємозамінність працівників і розширення зон обслуговування, що у свою чергу, дозволяє отримати економічний зиск від усіх видів діяльності

Ефективна діяльність представників туристичного та готельно-ресторанного бізнесу має базуватись на означених складових (рис. 2.18):

Складові ефективної діяльності представників туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Визначення сегменту діяльності, що забезпечить можливість задоволення споживачів на ринку конкуруючих продавців
Формування чітко сформульованої системи завдань і показників у відповідності до загальних цілей діяльності
Збалансоване представництво всіх зацікавлених груп персоналу на самому вищому рівні управління

Рис. 2.18. Складові ефективної діяльності представників туристичного та

готельно-ресторанного бізнесу

Не можна не відзначити, що серед головних сучасних проблем, готельного та туристичного бізнесу України сьогодні, є недостатня кількість кваліфікованих спеціалістів; низька виконавча та трудова дисципліна персоналу; невідповідність ступеня кваліфікації займаним посадам; низький рівень мотивації працівників.

Комплекс наявних проблем призводить до низької ініціативності персоналу туристичної галузі при вирішенні завдання найкращого задоволення споживачів.

На основі здійсненого аналізу зроблено такі висновки:

1. На основі співставлення витрат громадян по країнах світу виокремлено стратегічні альтернативи розвитку туристичної сфери. Складено порівняльну характеристику маркетингової та стратегічної сегментації діяльності представників туристичної сфери. Виокремлено основні критерії розмежування туристичної діяльності, що дало змогу у подальшому визначити детермінанти успіху туристичних закладів для кожного з напрямків їх діяльності та процеси, на які спрямовано стратегічну сегментацію туристичної галузі.

2. В роботі доведено, що найбільш ефективним інструментом розвитку туризму в регіонах України є програмно-цільовий підхід.

Для докладного розгляду розвитку туристичної сфери в регіонах України в роботі узагальнено існуючі на теперішній час механізми розвитку туристичної галузі та дано їх вичерпну характеристику. Розглянуто комунікаційні зв'язки між суб'єктами при розробці та впровадженні регіональних програм розвитку туризму.

Укладено та систематизовано перелік діючих регіональних програм розвитку туризму і курортів в Україні за станом на 2017 рік. В якості прикладу розглянуто Івано-Франківську область, яка розташована на території Прикарпаття та має значний туристичний потенціал. Розглянуто динаміку надходжень туристичного збору до бюджету Івано-Франківської області за період 2013-2016 рр. Виокремлено пріоритетні напрями розвитку туризму

Івано-Франківської області виходячи зі складу стратегії соціально-економічного розвитку адміністративної території. Доведено, що стратегія регіонального розвитку у значній мірі визначає стратегічні пріоритети розвитку сфери туризму.

3. Розроблено методичний підхід до формування пріоритетних напрямків розвитку туризму, який, на відміну від існуючих, містить у підґрунті порядок формування програми та реалізації заходів регіонального розвитку туризму, що дало змогу визначити комплекс пріоритетів та прогнозованих ефектів від реалізації програм регіонального розвитку туризму.

4. Визначено склад інфраструктури туристичної галузі та доведено, що готельне господарство є тією складовою, стан якої визначає спроможність регіону до розвитку туризму. Дано визначення змісту складових туристичного потенціалу територій.

5. Уточнено компонентний склад оцінки якості послуг представників готельно-ресторанного бізнесу регіону, що дозволило визначити порядок реалізації процесу позиціонування туристичних послуг на підґрунті визначення стану та динаміки розвитку готельного господарства в регіонах України, як складової туристичної галузі.

6. Отримав подальшого розвитку методичний підхід до визначення регіонів-лідерів за кількістю готелів та місць у колективних засобах розміщування громадян, який, на відміну від існуючого, містить у підґрунті встановлення рангу кожного з регіонів виходячи з кількості розміщених у колективних засобах розміщування громадян, що дозволило сформулювати складові ефективної діяльності представників туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

7. Нові наукові результати, що отримані у ході написання розділу було опубліковано у роботах [9, 11, 14, 29, 33, 35, 38, 40-45].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ У РОЗДІЛІ 2 ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт статистичного комітету ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>
2. Козубова Н. В. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні / Н. В. Козубова // Інноваційна економіка. - 2014. - № 2. - С. 137-143.
3. Костюк І. В. Аналіз ефективності туристичної діяльності / І. В. Костюк, А. А. Терехух, О. М. Щур // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.13. – С. 92 – 97.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : [монографія] / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 232 с.
5. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних сполучень [Текст] / уклад. Л. О. Пустовіт [та ін]. – К., 2000. – 1018 с.
6. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.unwto.org
7. Дибб С., Симкин Л. Практическое руководство по сегментированию рынка. – СПб.: Питер, 2002. – 240 с.
8. Дурович А. П. Маркетинг в туризме / А. П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2003. – 496 с.
9. Рябев А. А. Дослідження ринку споживчого попиту на прикладі готельних послуг / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (10) – 2015. – С 31-35.
10. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
11. Рябев А.А., Шутенко Л.М., Торкатюк В.И., Аксенова С.В., Крамаренко Р. М. Организация устойчивого развития регионов Украины на основе управления рисками общественного развития / А. А. Рябев, Л. М. Шутенко, В. І. Торкатюк и др.// Коммунальное хозяйство городов. Научн.-техн.

сборник. Вып. 94. – К.: Техніка, 2010. – С. 383-390.

12. Inskip, E. (1988) 'Tourism Planning: An Emerging Specialization', *Journal of the American Planning Association*, 54(3), 360–372.

13. Гаагская декларация Межпарламентской конференции по туризму ООН; Декларація, Міжнародний документ. – Режим доступу до док. : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_904

14. Рябев А. А. Сталий розвиток санаторно-курортних комплексів за рахунок підвищення ефективності реалізації інвестиційних проектів реконструкції. /А. А. Рябев // Економіка. Менеджмент і маркетинг невиробничої сфери: теорія, практика, перспективи – Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих науковців (м. Ялта, 17-19 квітня 2009 р.). – Ялта, РВНЗ КГУ, 2009. Секція „Сталий розвиток підприємств” – С. 132 – 134.

15. Стратегії сталого розвитку "Україна - 2020" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>

16. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016 – 2020 роки <http://zakarpatt-rada.gov.ua/category/proekty-rishennya/>

17. Програма розвитку рекреаційно-курортного комплексу та туризму в Запорізькій області на 2016 – 2020 роки <http://www.zoda.gov.ua/news/31328/programa-rozvitku-turizmu-zaporizkoji-oblasti-dozvolit-rozshiriti-geografiju-turistichnih-potokiv.html>

18. Програма розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2014 – 2017 роки <http://www.oblrada.lviv.ua/oblprog2015>

19. Регіональна цільова програма розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2016 – 2020 роки www.if.gov.ua/.../Програма%20розвитку%20туризму

20. Програма розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області на 2017 – 2020 роки https://oda.odessa.gov.ua/turyzm_i_pryroda/prohrama_rozvytku_turyzmu_v_odeskii_oblasti.html

21. Обласна програма розвитку туризму і курортів на 2016 – 2020 роки <http://poltava-tour.gov.ua/page/oblasna-programa-rozvitku-turizmu-i-kurortiv-na-2016-2020-rr>
22. Програма розвитку туризму в Рівненській області на 2016–2020 роки http://oblrada.rv.ua/docs/index.php?ELEMENT_ID=12180&sphrase_id=15805
23. Програма сталого розвитку туризму в Сумській області на 2018 – 2022 роки <http://sm.gov.ua/uk/2012-02-03-08-03-13.html>
24. Обласна програма розвитку туризму та курортів в Херсонській обл. на 2016–2020 роки <http://khoda.gov.ua/oblasna-programa-rozvitku-turizmu-ta-kurortiv-na-2011-2015-roki>
25. Програма розвитку культури і туризму в Харківській області на 2014 – 2018 роки <http://www.oblrada.kharkov.ua/ua/public-information/oblasni-programi>
26. Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2012-2020 роки <http://oblradack.gov.ua/oblasn-programi.html>
27. Саак А. Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 480 с.
28. ДСТУ 4268:2003 "Послуги туристичні. Заклади розміщування. Загальні вимоги"
29. Рябев А. А. Проблеми розвитку житлово-комунального господарства України в сучасних умовах / А. А. Рябев, В. І. Торкатюк, М. В. Євтушенко и др. // XXXVI науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 3. Экономические науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2012. – С. 109-110.
30. Статистичний бюлетень "Колективні засоби розміщування в Україні" 2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm
31. Статистичний бюлетень "Колективні засоби розміщування в Україні" 2014 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_kzr_bl.htm

32. Буреева Н. Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП “STATISTICA”. Учебно-методический материал по программе повышения квалификации «Применение программных средств в научных исследованиях и преподавании математики и механики» / Буреева. Н. Н. – Нижний Новгород: 2007. – 46 с.

33. Рябев А. А. Формування ринку споживчого попиту готельних послуг / А. А. Рябев // Економіка та менеджмент: стратегічні імперативи, аналіз тенденцій та перспектив розвитку. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції 05 грудня 2014 року. – Херсон: Тімекс. – 2014. С. 54-57.

34. 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, 2008. - 360с.

35. Рябев А. А. Повышение эффективности реализации инвестиционных проектов реконструкции санаторно-курортных комплексов / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Стратегічні напрямки підвищення економічної ефективності реалізації інвестиційних будівельних проектів в умовах трансформації економіки України до ринкових відносин: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції.; Секція 2 «Проблеми структурних зв'язків в будівельній галузі та їх удосконалення».Харків: ХНАМГ, 2008 – С. 56-57

36. Бунтова Н. В. Кадрове забезпечення галузі туризму з урахуванням міжнародного досвіду - Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/11786>

37. Мархонос С. М. Туристична сфера як фактор підвищення інвестиційної привабливості регіону / С. М. Мархонос, Н. П. Турло. //Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - № 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_30

38. Рябев А. А. Визначення стану та динаміки розвитку готельного господарства регіонів України, як складової туристичної галузі / А. А. Рябев. // Моделювання регіональної економіки. – 2017. – Вип. 1(29).

39. Богдан Н.М. Теоретико-методологічні підходи до оцінювання узгодженості туристської галузі та міста / Н.М. Богдан, І.М. Писаревський // Науковий журнал «Sciense Rise».- Х., 2015. - №11/1 (16). - С. 11-15.

40. Рябев А.А. Повышение эффективности реализации инвестиционных проектов реконструкции санаторно-курортных комплексов. / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Коммунальное хозяйство городов, научно-технический сборник, вып. 87. – К.: Техника, 2009. – С.

41. Рябев А.А. Повышение эффективности использования номерного фонда санаторно-курортного комплекса в рамках проведения «Евро - 2012». / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Управління розвитком. – 2009. - № 6. – Секція 2 „Значення побудови туристичної інфраструктури в рамках „Евро-2012”. – С. 48.

42. Рябев А.А. Нормативно-правове забезпечення діяльності готельного господарства / А. А. Рябев // Тенденції та напрямки розвитку туридустрії України: за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. унт. міськ. госп-ва ім. О.М Бекетова. – Х. : ХНУМГ, 2014. – С. 157-172.

43. Рябев А. А. Классификация гостиниц: некоторые проблемы и пути их решения. – Материалы 34-й научно-технической конференции преподавателей, аспирантов и сотрудников Харьковской национальной академии городского хозяйства. – Харьков: ХНАГХ, 2008. – С. 170-172.

44. Рябев А. А. Розвиток туризму в період економічної кризи: хостели /А. А. Рябев/ Матеріали XII міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених (м. Донецьк, 13 – 14 квітня 2010 р.). Донецьк. ін-т турист. бізнесу . – Донецьк, 2010. – С. 72 – 73.

45. Рябев А. А. Щодо приведення стандартів в сфері готельного господарства до фактичних умов праці готельних підприємств: на прикладі ДСТУ 4527 / А. А. Рябев // XXXVII науч.-техн. конф. препод., аспирантов. Эконом. и гуманитарные науки. – Х.: ХНАМГ, 2014. – Ч. 2. – С. 199-201.

РОЗДІЛ 3

ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПРІОРИТЕТ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

3.1. Визначення впливу територіального розміщення на результативність діяльності закладів сфери туризму в регіонах України

Підвищення конкурентоспроможності сфери туризму і курортів є одним з пріоритетів нашої державної політики, виконання якого можливо шляхом впровадження регуляторних заходів центральними та регіональними органами, та формуванням ефективної моделі співпраці на міждержавному та міжрегіональному рівні, бізнесу та суспільства.

Можна зазначити, у конкурентній боротьбі виграють ті країни, де існують цілеспрямована політика та стратегія щодо збереження і збільшення туристських ресурсів, вдалому залученню їх в економічну діяльність з метою залучення значних фінансових потоків в національну економіку.

Регіональна політика розвитку туризму має ознаки загальної політики держави, але існують певні специфічні фактори (табл.3.1).

Таблиця 3.1

Фактори, властиві регіональній політиці розвитку туризму

Фактори	Характеристики
1	2
Природні	клімат, природні умови відповідних територій, існування місцевих туристично-рекреаційних ресурсів
Соціальні	аутентичні умови життя людей відповідної місцевості, відносини місцевого населення до інших націй, віросповідань
Економічні	міжрегіональні валютно-фінансові відносини, відносини регіонів з центральними державними органами, можливі зовнішньоекономічні регіональні зв'язки, умови інвестування та створення податкових пільг для розвитку галузі на регіональному та місцевому рівні

Продовження табл.3.1

1	2
Антропогенні	місцева транспортна мережа та транспортна доступність до об'єктів туристичної уваги регіону; забезпечення готельно-номерним фондом, закладами харчування та атракцій
Правові	сприяння забезпечення прав туристів згідно діючому законодавству
Екологічні	наявний для місцевості стан та рівень екологічного забруднення
Безпекові	рівень загроз правам туристів та місцевого населення, рівень криміналістичної небезпеки
Інформаційно-іміджеві	доступ до інформацій про країну, регіон, місцевість, потенційних туристичних заходів, пошук місця в міжнародному туризмі

Необхідною умовою ефективної регіональної туристичної політики є створення максимально досконалого ринкового середовища, яке має оперативно передавати керівні рішення та імпульси регіональні органи влади. Головним же для держави в сучасному ринковому середовищі підтримка та модернізація дії ринкового механізму

Як вже зазначалося (розд. 2.3) ринок гостьових послуг регіонів України має свої особливості та відповідно свої проблеми. Так за висновками авторитетної компанії Cushman & Wakefield (раніше – DTZ) на ринку готельної нерухомості в Україні та столиці М. Київ найменший обсяг туристичного ринку, найнижча забезпеченість номерним фондом, найнижча заповненість готелів при найвищих темпах зростання в порівнянні з іншими країнами Центральної та Східної Європи, при найвищих темпах зростання.

За статистичним даними 2016 р. в Харкові, Дніпрі, Запоріжжі номерний фонд готельних підприємств в середньому за рік заповнений менше ніж на 40% [1].

Зазначимо перевищення номерів сьогодні швидко перетворюється на нестачу під час проведення значних культурних або спортивних заходів (Чемпіонату Європи з футболу, баскетболу, хокею, Олімпійських ігор Євробачення чи іншої події). Наша країна має досвід та значні амбіції у

проведенні таких заходів.

В зв'язку з цим виникає завдання ліквідації виникаючої можливої нестачі номерного фонду для проведення масових заходів в окремо взятому регіоні.

Аналізуючи наявний досвід вирішення даної проблеми серед країн лідерів туристичної галузі та провідних іноземних готельних мереж присутніх в нашій країні, виникає необхідність обґрунтування доцільності використання територіальної природно-господарської концентрації представників туристичної галузі та здійснення аналізу регіонального розміщення її об'єктів.

Одним з варіантів вирішення має будівництво нових готелів різних категорій і місткості - інвестори готові вкладати кошти в будівництво нових готелів.

Наприклад, корпорація Астрон-Україна отримала права на відкриття в Україні готелів Ramada Encore: в столиці і у великих містах протягом 10 років буде побудовано 15 тризіркових бізнес-готелів на 80-200 номерів кожен [2].

Розвиток готелів за договорами франчайзингу - звичайна практика для проектів Wyndham за межами США. Компанія Ukrainian Hotels, що входить до складу корпорації Астрон-Україна має намір будувати готелі на 80-200 номерів площею 3,5-6,5 тис. м. кв. в Києві і містах з населенням понад 200 тис. чоловік. Їх управлінням займеться компанія, сертифікована Wyndham для роботи в Східній Європі і країнах СНД - швейцарська компанія, що управляє Sophos Hotels S.A. Мережа Ramada об'єднує 858 тризіркових готелів (з них 576 - у США), входить в групу Wyndham Hotel Group (понад 6,5 тис. Готелів), що управляє також мережами Super 8, Days Inn, Wyndham Hotels and Resorts, Baymont Inn & Suites, Wingate by Wyndham, Travelodge, Howard Johnson, AmeriHost Inn і Knights Inn [3].

В зв'язку з визначеною проблемою виникає необхідність вирішення завдання зменшення або ліквідації нестачі номерного фонду в окремо взятому регіоні. Такий аналіз необхідно проводити комплексно та об'єктивно з урахуванням усіх його елементів: положення населення, як потенційних виробників послуг, та можливих споживачів, інфраструктурних туристичних

об'єктів на території (району) в координатній системі; положення з урахуванням рекреаційного потенціалу; здатності до зв'язків із сусідніми центрами туристичних послуг (потенційними конкурентами); положення відносно чітко виражених історичних об'єктів; культурних споруд, положення відносно міст з важливим функціональним значенням і сусідніх районів; положення відносно державних кордонів; транспортне положення в минулому і нинішнє з визначенням того, наскільки воно використане.

Можливий перехід від якісних до кількісних оцінок використання туристичних ресурсів є важливим для практики становлення регіональної самостійності, особливо первинних господарських туристичних локацій — представників туристичної галузі.

Регіональне розміщення закладів туристичної діяльності можна розглядати за трьома основними ознаками:

- 1) відносно елементів суспільного відтворення:
 - культурно-географічне — відносно культурних локацій, центрів тяжіння туристичного життя або історичних об'єктів;
 - ринкове — відносно ринків збуту споживчих туристичних послуг;
 - демографічне — відносно зосередження населення, трудових ресурсів (виробників туристичних послуг);
 - транспортно-географічне — відносно транспортної мережі з урахуванням її перевізної здатності, якості шляхів, швидкості та вартості транспортування;
- 2) відносно району, області, країни: центральне, периферійне, ексцентричне;
- 3) залежно від масштабів (або дистанційності) закладів. Внаслідок територіальної диференціації природних умов і ресурсів формуються складні й різноманітні за спеціалізацією територіальні туристичні комплекси, які впливають на суспільний територіальний поділ праці.

У деяких адміністративних областях сконцентрований потужний історико-культурний потенціал, що визначає особливості розміщення

представників туристичної галузі. Широку мережу історико-культурної спадщини мають Київський, Львівський, Івано-Франківський, Одеський територіальні центри України.

Оцінку регіонального розміщення (Q балів) закладів туристичної галузі можна визначити за формулою:

$$Q_i = W_i + L_i, \quad (3.1)$$

де W_i — приведений бал віддаленості i -го закладу або об'єкту туристичної уваги; L_i — приведений бал забезпеченості транспортними шляхами (з урахуванням якості) i -го суб'єкта туристичної галузі.

Середню віддаленість i -го закладу туризму (в кілометрах) можна визначити за формулою:

$$\overline{W}_i = \frac{W_i^I + W_i^{II} + W_i^{III} + W_i^{IV} + W_i^V}{5}, \quad (3.2)$$

де W_i^I — віддаленість центрів локацій туристичної галузі від пунктів розміщення, км; W_i^{II} — віддаленість об'єкта туристичної уваги від пунктів харчування споживачів послуг, км; W_i^{III} — віддаленість об'єкта туристичної уваги від центрів екскурсійного обслуговування, км; W_i^{IV} — віддаленість об'єкта туристичної уваги від найближчої залізничної станції морського порту, або аеровокзалу, км; W_i^V — віддаленість об'єкта туристичної уваги від інших туристичних локацій, км.

Загальну довжину транспортних шляхів з урахуванням їх якості (dK_i), можна визначити за формулою:

$$dK_i = 1,6DK_i^I + 1,2DK_i^{II} + 1,0DK_i^{III}, \quad (3.3)$$

де DK_i^I — довжина транспортних шляхів з покриттям удосконаленого типу (полотнами міжнародного значення), км; DK_i^{II} — довжина транспортних шляхів з покриттям перехідного типу (тверде покриття), км; DK_i^{III} — довжина ґрунтових шляхів місцевого значення, км. Коефіцієнти якості покриття доріг: 1,6 — удосконаленого типу; 1,2 — перехідного типу; 1,0 — шляхів місцевого значення.

Аналітичні данні забезпеченості транспортними шляхами, як складової

транспортної інфраструктури регіону, що впливає на розвиток туристичної галузі наведено в табл.3.2 та табл. 3.3.

Таблиця 3.2.

Транспортна інфраструктура [4, 5]

Область	Довжина автомобільних доріг (км)									
	Міжнародного значення	%	Національного значення	%	Регіонального значення	%	Територіального значення	%	Місцевого значення	%
Вінницька	368,4	3	-	0	565,7	4,5	2162	17,1	9523	75,4
Волинська	274,4	3,3	182,2	2,3	254,1	3,1	1274	15,6	6204	75,7
Дніпропетровська	419	3,4	459,9	3,5	223	1,8	2617	20,3	9148	71
Донецька	326,3	3,2	371,6	3,6	-	-	1508	14,7	8086	78,5
Житомирська	478,5	4,3	54,8	0,5	561,1	5,1	1405	12,8	8524	77,3
Закарпатська	319,4	6,5	229,8	4,7	94,1	2	886	18,2	3348	68,6
Запорізька	415,8	4,7	128,8	1,5	220,3	2,5	1116	12,6	6980	78,7
Івано-Франківська	17	0,3	364,3	6,8	256,4	4,7	559	10,4	4173	77,8
Київська	428,5	3,7	213,5	1,8	785,7	6,7	1692	14,5	8555	73,3
Кіровоградська	442,3	5,5	239,8	3	188,5	2,3	939	11,6	6255	77,6
Луганська	203,7	2,6	119,5	1,5	225,6	2,9	1371	17,6	5874	75,4
Львівська	461,6	4,3	421,7	4	348,1	3,2	1128	10,5	8374	78
Миколаївська	160,6	2,6	173	2,8	104,2	1,7	879	14,4	4780	78,5
Одеська	674,1	5,8	-	0	100,1	0,9	2551	22	8300	71,3
Полтавська	368,7	3,4	155,8	1,4	305,9	2,9	1024	9,5	8876	82,8
Рівненська	214,7	3,2	34,4	0,5	343,9	5,2	912	13,7	5129	77,4
Сумська	71,4	0,8	150,1	1,7	616,4	6,8	969	10,7	7209	80
Тернопільська	375,6	5,9	115,7	1,8	241,7	3,8	669	10,4	5006	78,1
Харківська	569,4	4,7	-	0	353,8	2,9	1553	12,9	9614	79,5
Херсонська	319	5	-	0	296,8	4,7	660	10,5	5023	79,8
Хмельницька	159,1	1,8	204,1	2,3	505,8	5,8	689	7,9	7169	82,2
Черкаська	143,6	1,8	407,1	5	289,6	3,6	1065	13,2	6136	76,4
Чернівецька	77,5	1,9	145,7	3,7	125,9	3,1	765	19,1	2875	72,2
Чернігівська	326,7	3	148,8	1,4	768,3	7,1	1897	17,5	7717	71

Для подальшого аналізу транспортної інфраструктури регіону розрахуємо умовне значення довжини автомобільних доріг, табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Довжина автомобільних доріг регіонів України з урахуванням їх якості

Область	Розрахункова довжина автомобільних доріг з урахуванням якості (тис. км.)					
	Міжнародного значення	Приведене значення,	Перехідного типу	Приведене значення,я	Місцевого значення	Загальна довжина шляхів з урахуванням якості
Вінницька	0,3684	0,5894	2,7277	3,27324	9,128872	12,9915
Волинська	0,2744	0,4390	1,7103	2,05236	5,92389	8,41529
Дніпропетровська	0,419	0,6704	3,2999	3,95988	8,7777	13,4079
Донецька	0,3263	0,5220	1,8796	2,25552	7,77182	10,5494
Житомирська	0,4785	0,7656	2,0209	2,42508	8,019479	11,2101
Закарпатська	0,3194	0,5110	1,2099	1,45188	2,97939	4,94231
Запорізька	0,4158	0,6652	1,4651	1,75812	6,582735	9,00613
Івано-Франківська	0,017	0,0272	1,1797	1,41564	4,08182	5,52466
Київська	0,4285	0,6856	2,6912	3,22944	8,168809	12,0838
Кіровоградська	0,4423	0,7076	1,3673	1,64076	5,856333	8,20477
Луганська	0,2037	0,3259	1,7161	2,05932	5,694584	8,07982
Львівська	0,4616	0,7385	1,8978	2,27736	7,936502	10,9524
Миколаївська	0,1606	0,2569	1,1562	1,38744	4,638244	6,28264
Одеська	0,6741	1,0785	2,6511	3,18132	7,623249	11,8831
Полтавська	0,3687	0,5899	1,4857	1,78284	8,529814	10,9025
Рівненська	0,2147	0,3435	1,2903	1,54836	4,88401	6,77589
Сумська	0,0714	0,1142	1,7355	2,0826	7,126865	9,32370
Тернопільська	0,3756	0,6009	1,0264	1,23168	4,623374	6,45601
Харківська	0,5694	0,9110	1,9068	2,28816	9,028693	12,2278
Херсонська	0,319	0,5104	0,9568	1,14816	4,680043	6,33860
Хмельницька	0,1591	0,2545	1,3989	1,67868	7,039501	8,97274
Черкаська	0,1436	0,2297	1,7617	2,11404	5,954638	8,29843
Чернівецька	0,0775	0,124	1,0366	1,24392	2,821463	4,18938
Чернігівська	0,3267	0,5227	2,8141	3,37692	7,370486	11,2701

Загальна площа областей України та відповідна кількість суб'єктів туристичної діяльності наведено в табл.3.4.

Таблиця 3.4

Суб'єкти туристичної діяльності в Україні у 2016 р. за регіонами України [1, 5, 6]

Область	Площа, км. кв.	Загальна кількість суб'єктів туристичної діяльності	Окремі складові суб'єктів та об'єктів туристичної діяльності		
			Туроператори, турагенти, суб'єкти, екскурсійної діяльності	Колективні засоби розмішуванн я	Нерухомі пам'ятки культури
Вінницька	26,513	157	30	99	28
Волинська	20,144	183	21	139	23
Дніпропетровська	31,914	394	117	253	24
Донецька	26,517	177	24	139	14
Житомирська	29,832	109	16	77	16
Закарпатська	12,777	318	35	268	15
Запорізька	27,18	389	66	311	12
Івано-Франківська	13,9	297	36	230	31
Київська	28,131	235	39	158	38
Кіровоградська	24,588	87	14	67	6
Луганська	26,684	53	7	27	19
Львівська	21,833	519	149	331	39
Миколаївська	24,598	346	29	287	30
Одеська	33,31	830	157	647	26
Полтавська	28,748	188	17	139	32
Рівненська	20,047	102	26	59	17
Сумська	23,834	112	20	55	37
Тернопільська	13,823	92	19	68	5
Харківська	31,415	316	90	192	34
Херсонська	28,461	308	15	259	34
Хмельницька	20,645	136	27	87	22
Черкаська	20,9	184	25	119	40
Чернівецька	8,097	148	36	94	18
Чернігівська	31,865	162	17	65	80
М .Київ	0,839	1233	806	171	256

Відносні показники оцінки розміщення представників туристичної галузі у регіонах України можуть бути визначені методом графів (рис. 3.1).

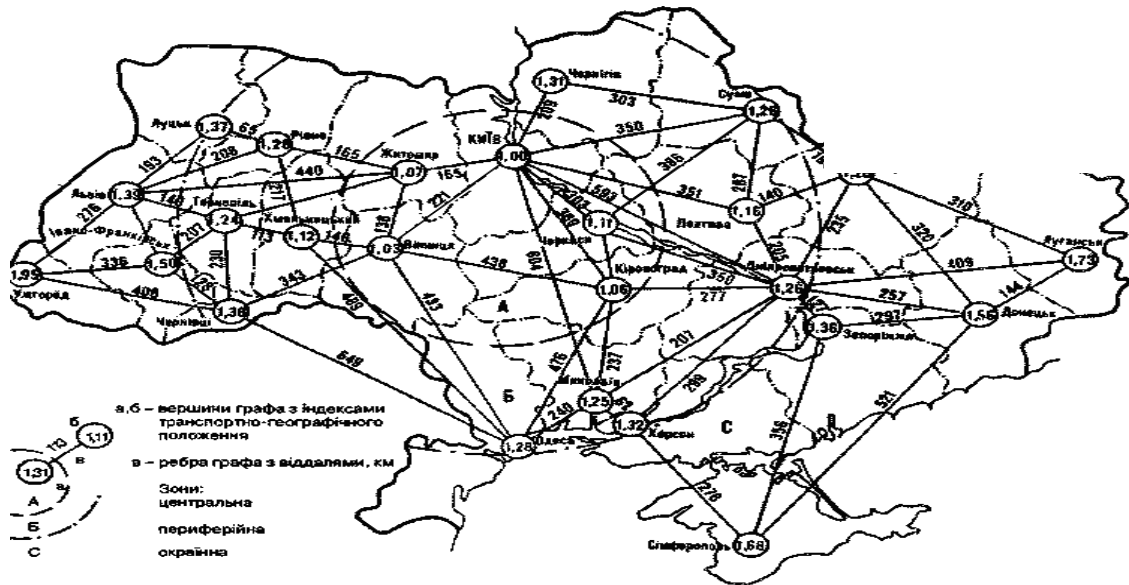


Рис. 3.1. Транспортно-логістичне розміщення представників туристичної галузі в регіонах України

У розвитку міжрегіональних зв'язків особливе значення має визначення центральності розміщення окремих представників туристичної галузі в регіонах відносно інших регіонів України. Для цього складемо матрицю, в якій наведено відстані $d(x_i, x_j)$ між вершинами – регіонами $I x_i, I x_j$, тобто відстані (І) ланцюгів $S_k(x_i, x_j)$ до найменшої відстані:

$$d(x_i, x_j) = \min \{I[S_k(x_i, x_j)]\}. \quad (3.4)$$

Вершина з найменшою відстанню $\min d(x_i)$ є центром графа $G(x)$. Вершини з найбільшою відстанню $\max d(x_i)$ становлять периферію графа. Наведений граф ілюструє центральність розміщення закладів туризму в Київській, Вінницькій, Харківській, Житомирській, Одеській; окраїність — в Закарпатській, Львівській, Івано-Франківській, Волинській, Чернівецькій, Херсонській, Запорізькій областях. Інші регіони за наданням туристичних послуг займають проміжне положення.

Регіональне розміщення представників туристичної галузі характеризується також чинниками межування із сусідніми зарубіжними

країнами. Східні області України (Харківська, Луганська, Донецька, Сумська) мають сприятливі передумови для розвитку інтенсивних туристичних зв'язків з Російською Федерацією та країнами Закавказзя.

Важливим чинником розвитку продуктивних сил західних областей України є їх близькість до країн Європи, Балтії та Балкан. Середнє положення та наявність аеропортів міжнародного сполучення Київ, Львів, Харків, Дніпро, Одеса відносно країн Центральної Європи використовується для можливих транзитних міждержавних перевезень. Транспортна інфраструктура прикордонних областей туризму перетворюється на важливу галузь міжнародної спеціалізації, що вимагає збільшення її пропускної спроможності.

Загальноекономічні показники на 1 км² території дають уявлення про щільність господарської діяльності закладів туристичних послуг в різних регіонах України. Індекс щільності розміщення представників туристичної галузі вищий за середній по країні у Київській (1,46), Дніпропетровській (1,61), Одеській (2,25), Запорізькій (1,03), Харківській (1,14), удвічі нижчий - у Волинській, Житомирській та Чернігівській областях [7].

Означені результати аналізу підтверджують необхідність створення додаткових проміжних об'єктів туристичної уваги та туристичних закладів в регіонах з низькою щільністю туристичного бізнесу. Побудова нових закладів різної якості та покращення якості шляхів буде мати наступні ефекти рис. 3.2.

Ефекти від створення додаткових проміжних об'єктів туристичної уваги та туристичних закладів в регіонах
Надасть більш широкий вибір серед об'єктів туристичної уваги та об'єктів туристичної інфраструктури (місця розміщення, харчування та шопінгу)
Сприяє збільшенню відносної щільності готельних та інших закладів туристичних послуг, що надасть туристичну привабливість окремим територіям та покращанню умов життєдіяльності місцевих громад
Сприяє залученню туристів з різними статками, та потребами, зростанню конкуренції серед представників туристичної галузі, мінімізації цін та збільшенню якості наданих послуг

Рис.3.2. Можливі ефекти в регіонах з низькою щільністю туристичного бізнесу

Показники щільності діяльності туристичних закладів в цілому можна використовувати також для обґрунтування вирішення проблем охорони навколишнього середовища, раціонального використання природних ресурсів, а також природно-господарської збалансованості. Розрахунки показують прямий зв'язок між рівнями залучення територій до розміщення закладів туризму, рівнем облаштування автошляхів на 1 км² в кожному регіоні України.

Передумовою територіальної концентрації туристичних закладів є територіальна локалізація сприятливих чинників для її розвитку (природних та економічних умов і ресурсів), а також створення культурних, розважальних та оздоровчих комплексів. Але сприятливе територіальне поєднання кількох видів ресурсів не завжди призводить до територіальної концентрації суб'єктів туристичних послуг. Остання посилюється з розвитком взаємозв'язків між різними видами туристичних послуг, що розвиваються на основі спеціалізації та комбінуванні послуг різних видів. Великі підприємства, які спеціалізуються наданням туристичних послуг використовують суміжні види туризму, що комбіновано в більшому обсязі задовольняють потреби споживачів туристичних послуг (зелений та спортивний туризм, рекреаційний та розважальний).

Територіальна концентрація закладів туристичної галузі може відбуватися без укрупнення окремих туристичних локацій через збільшення кількості їх на обмеженій території. Але при територіальній близькості закладів туристичної діяльності, спільному використанні ними транспортних шляхів, близькості об'єктів харчування, культурних, історичних об'єктів маючих привабливість туристів спостерігається так званий агломераційний ефект. [8]

Агломераційний ефект - комплексний фактор розміщення, що виражається в тому, що компактне розміщення суб'єктів, якщо вони сумісні, завжди ефективніше, ніж ті ж суб'єкти розміщені ізольовано. [9]

Територіальну концентрацію обмежують ресурси загальнопромислового призначення в межах цієї території. Водночас територіальна концентрація закладів туристичної галузі залежить значною мірою від того, наскільки це

поєднання відповідає місцевому балансу трудових ресурсів, рекреаційним, природним та економічним умовам.

Для розрахунку коефіцієнтів територіальної концентрації (К) представників туристичної галузі з урахуванням площ областей можна використовувати три показники: обсяг туристичних послуг, чисельності зайнятої робочої сили і величини основних фондів. Розрахунок здійснюється за формулою:

$$K = \frac{(B_q + \Phi_q + П_q) : 3}{T_q}, \quad (3.5)$$

де $B_q + \Phi_q + П_q$ — частка області за трьома зазначеними показниками у відповідних показниках країни; T_q — частка території області в території країни.

Причинами якісних змін у територіальній концентрації туристичної галузі можуть бути виникнення головних компонентів територіальної структури: промислових агломерацій, вузлів, центрів. Різниця між ними зумовлюється неоднаковою площею території, поєднанням представників туристичної галузі, спеціалізацією, розвитком економічних зв'язків між центрами туризму та пунктами, що входять до цієї форми територіальної концентрації.

Кожний регіон має свою територіальну структуру, що виявляється у рівні територіальної концентрації суб'єктів туристичної галузі та щільності розміщення центрів і вузлів, кількості елементів, диверсифікації (відхиленні) їх галузевої структури, залежності територіальної структури від природних умов та розселення.

Основні завдання щодо вдосконалення територіального розміщення закладів туристичної галузі країни, економічно та екологічно доцільних рівнів їх структурного розвитку слід вирішувати в кожному конкретному випадку з урахуванням територіально-галузевих особливостей кожного регіону.

Необхідно відзначити, концентрація представників туристичної галузі супроводжується концентрацією забруднення та іншими шкідливими впливами

на довкілля і людину. Значні труднощі з розміщенням екологонебезпечних закладів виникають у туристичних центрах з напруженою екологічною ситуацією у зв'язку із значним навантаженням на природне середовище, необхідністю пошуку додаткових територій для розміщення та розвитку суб'єктів туристичної галузі.

Ступінь концентрації екологонебезпечних туристичних закладів на будь-якому територіальному рівні можна визначити з урахуванням відповідних структур туристичних послуг (за чисельністю зайнятих) та розмірів площі в розрізі підрайонів:

$$K_p = \sum_i^n \left| \frac{a_i - b_i}{200} \right|, \quad (3.6)$$

де K_p — коефіцієнт відносного розосередження екологонебезпечних елементів територіальної системи ($K_p = 0$ у разі повної відповідності структур, тобто при однаковій територіальній насиченості екологонебезпечними туристичними закладами усіх підрайонів галузі; $K_p = 1$ при абсолютному зосередженні екологонебезпечного туристичного суб'єкта в одному з підрайонів); a_i — частка i -го підрайону в структурі екологонебезпечного продукту туристичних послуг в районі; b_i — частка i -го підрайону в розмірі площі району туристичної галузі.

При розгляді варіантів розміщення суб'єктів туристичної галузі та визначенні ефективності їх розміщення, необхідно керуватися принципом мінімізації витрат на регенерацію та економічних збитків від забруднення при всіх можливих варіантах туристичної і природоохоронної діяльності, дотримання обмежень на капітальні вкладення, трудові ресурси та забезпечення балансу інтересів населення відповідних регіонів, туристів, які відвідують дані регіони та суб'єктів туристичної індустрії.

Обґрунтування соціальної, економічної, та природоохоронної

збалансованості у регіональному розвитку галузі туризму передбачає гармонізації та науковій обґрунтованості програм розвитку. Це означає, що на всіх регіональних рівнях треба здійснювати економіко-географічну оцінку: територіальної організації туристичних закладів та супутніх підприємств, зокрема взаємного розміщення туристичних закладів, об'єктів туристичної уваги та їх поєднання з урахуванням місцевих ресурсів; рекреаційні заходи, відповідні заходи очищення та утилізації відходів; взаємного розміщення туристичних агломерацій, природних парків, відповідних засобів транспортування туристів.

Важливими принципами обґрунтування природно-господарської збалансованості діяльності представників туристичної галузі є: відповідність характеру і способу використання наявних природних ресурсів конкретним місцевим умовам; прогнозування результатів природокористування і максимально можливе запобігання негативним їх наслідкам; сприяння відновленню природних ресурсів; збереження історичних та культурних пам'яток.

Регіональні регуляторні органи мають сприяти створенню туристичних закладів зі спеціалізацією яка найбільше відповідає потребам місцевих громад та максимально використовує наявні природні та трудові ресурси.

У середніх і малих містах областей з низькими показниками територіальної концентрації суб'єктів туристичної галузі доцільно розміщувати заклади та об'єкти туристичної уваги, які істотно впливають на розвиток супутніх галузей. Ефективність регіонального господарювання, необхідно розглядати комплексно, оскільки вона залежить від багатьох факторів розвитку регіону.

Між регіонами завжди були і будуть певні відмінності у рівнях розвитку представників туристичної галузі внаслідок дії об'єктивних чинників: відмінності у природних умовах і ресурсах, чисельності населення, трудових ресурсах, розселенні, історичному розвитку економіки регіонів.

Зближення рівнів економічного розвитку регіонів можливе через

поглиблення ефективної спеціалізації при раціональному використанні місцевих умов і ресурсів, розвиток інтенсивних міждрайонних зв'язків. Тому при розробці і реалізації програм регіонального розвитку необхідно враховувати специфіку кожного регіону туристичної галузі на основі його можливостей і особливостей.

3.2. Моделювання впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України

Сфера туризму та її складова діяльність готелів є одним з суттєвих джерел наповнення регіонального та місцевих бюджетів, зайнятості населення, фактором, що сприяє підвищенню іміджу та інвестиційної привабливості регіону та держави [10].

Збільшення туристських потоків позитивно впливає на господарську діяльність не тільки суб'єктів туризму, але і забезпечує збільшення попиту і обсяги споживання товарів і послуг багатьох інших сфер регіональної економіки, стимулюючи їх розвиток [10].

По прогнозам компанії WTTC (World Travel & Tourism Council), в 2017 році галузь туризму України продемонструє приріст 3,4% і в довгостроковій перспективі буде рости в середньому на 3,1% на рік.

Витрати туристів йдуть, у першу чергу, до туристських підприємств, які безпосередньо обслуговують туристів. Далі ці гроші йдуть на підприємства супутніх галузей та місцевому населенню. Частка грошей далі йде на оплату імпорту товарів, послуг підприємств, що знаходяться за межами регіону, на накопичення та заощадження населення і підприємств. Частина грошей вивозиться за межі регіону.

Ті гроші, що залишаються, використовуються на покупку місцевих товарів і послуг, оплату праці, оподаткування. Всі доходи, що не накопичуються, витрачаються на імпорт та надходять у вигляді податків та зборів до місцевого та державного бюджету.

В результаті туристичної діяльності виникає інтегральний кумулятивний ефект, що являє собою сумарну економічну оцінку прямого і непрямого впливу потоків туристів на регіональний туристичний комплекс, а також на інші галузі регіональної економіки (рис. 3.3).

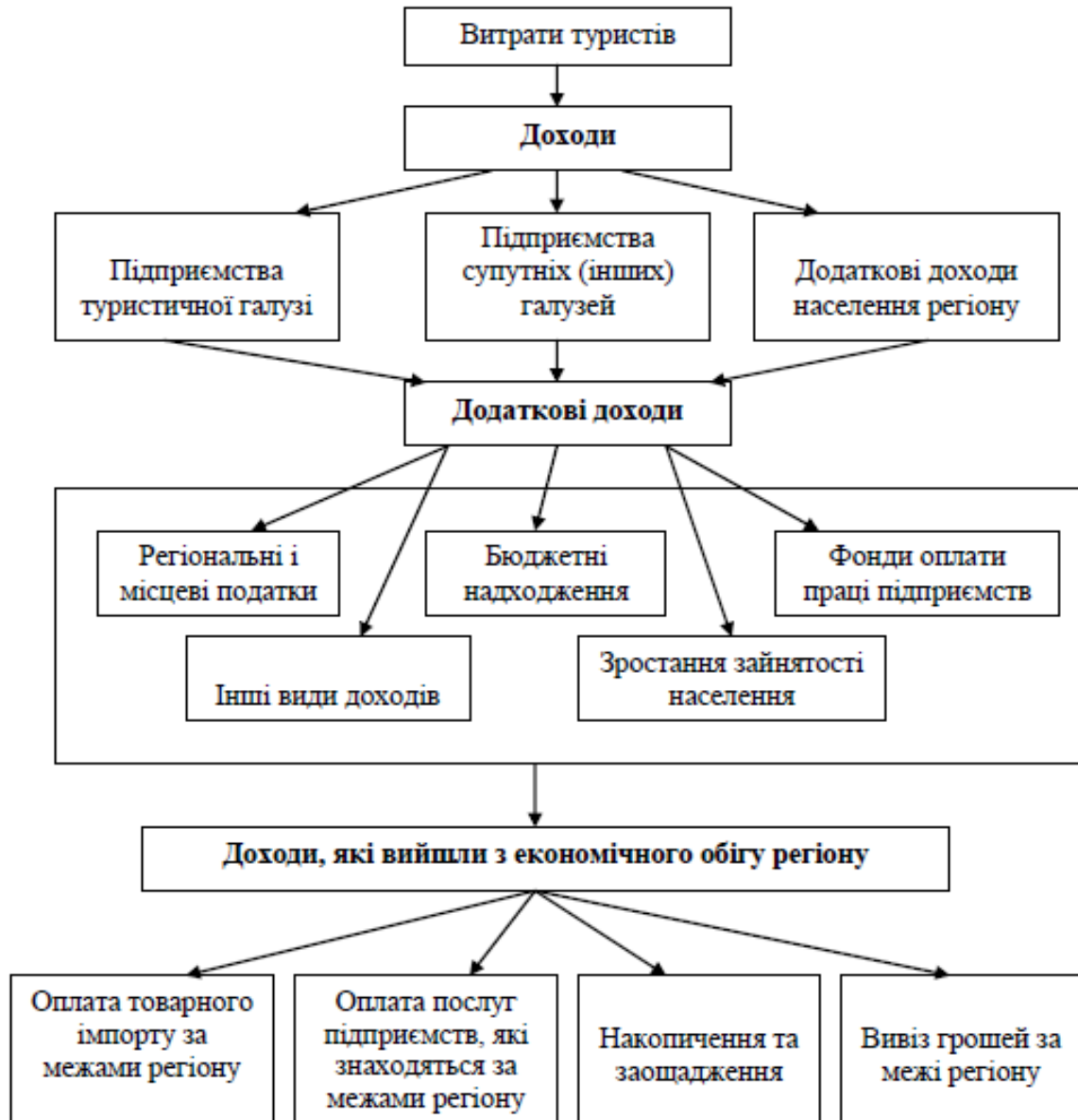


Рис. 3.3. Мультиплікативний вплив туристських послуг на регіональну економіку [10]

За ним прямий ефект туризму відображає вплив туристичного потоку на доходи підприємств сфери туризму, тобто підприємств туристичного комплексу регіону, непрямий ефект виражається в отриманні доходів від туристських потоків підприємствами, що не входять безпосередньо в

регіональний туристичний комплекс.

Даний ефект виникає внаслідок витрачання організаціями туристичного комплексу фінансових коштів, отриманих як доходів від туристів.

Інтегральний кумулятивний ефект (ІКЕ) туризму являє собою сумарну економічну оцінку прямого і непрямого впливу туристичних потоків на регіональний туристичний комплекс, а також на інші галузі регіональної економіки. [11]

Значення ІКЕ визначається за формулою:

$$IKE_T = E_{\pi} + E_{\eta}, \quad (3.7)$$

де IKE_T – інтегральний кумулятивний ефект туризму;

E_{π} – прямий ефект;

E_{η} – непрямий ефект.

За визначенням [12] регіональний туристичний мультиплікатор – коефіцієнт, що характеризує величину непрямого впливу туризму на регіональну економіку.

Мультиплікатор розраховується з урахуванням маржинальної схильності підприємств і населення до споживання.

Маржинальна схильність дає уявлення про те, яка частина додаткової одиниці доходу від туризму споживається (витрачається). Чим вище маржинальна схильність, тобто чим більше фінансових коштів витрачається на придбання товарів і послуг, тим вище величина мультиплікативного ефекту.

Ринок гостьових послуг регіонів України має свої особливості, проблеми, та відповідно породжує необхідність їх вирішення (розд. 2.3).

Необхідність обґрунтування доцільності використання територіальної природно–господарської концентрації представників туристичної галузі потребує визначення та аналізу концентрації суб'єктів гостинності за регіонами.

Розрахункові складові концентрації кількості готелів по регіонах відображено в (табл.3.5 та рис.3.4).

Таблиця 3.5

Концентрація кількості готелів по регіонах України [1, 4]

Регіони	Готелі та аналогічні засоби розміщування (од)	Площа тис. км.кв	Концентрація готелів на одиницю площі	Рейтинг щільності за кількістю готелів
м.Київ	147	0,839	175,2	1
Закарпатська	213	12,777	16,7	2
Івано-Франківська	200	13,9	14,4	3
Львівська	273	21,833	12,5	4
Чернівецька	87	8,097	10,7	5
Одеська	250	33,31	7,5	6
Дніпропетровська	139	31,914	4,4	7
Тернопільська	57	13,823	4,1	8
Харківська	123	31,415	3,9	9
Полтавська	105	28,748	3,7	10
Черкаська	75	20,9	3,6	11
Хмельницька	70	20,645	3,4	12
Волинська	66	20,144	3,3	13
Запорізька	86	27,18	3,2	14
Київська	87	28,131	3,1	15
Вінницька	75	26,513	2,8	16
Миколаївська	66	24,598	2,7	17
Херсонська	70	28,461	2,5	18
Рівненська	46	20,047	2,3	19
Житомирська	58	29,832	1,9	20
Кіровоградська	41	24,588	1,7	21
Донецька	44	26,517	1,7	22
Сумська	34	23,834	1,4	23
Чернігівська	43	31,865	1,3	24
Луганська	23	26,684	0,9	25

Беззаперечним лідером за щільністю готелів на одиницю площі з великою перевагою є м. Київ. За концентрацією готелів на одиницю площі він випереджує інші регіони в десятки раз. Групу лідерів за даною характеристикою також складають Закарпатський, Івано-Франківський, Львівський, Чернівецький та Одеський регіони (рис. 3.4.).

Необхідно відзначити, що за висновками аналізу стану готельної сфери (розд. 2.3) Чернівецька область має не високий рейтинг, але зважаючи на невелику площу регіону готелі та інші засоби розміщення мають високу

КОМПАКТНІСТЬ.

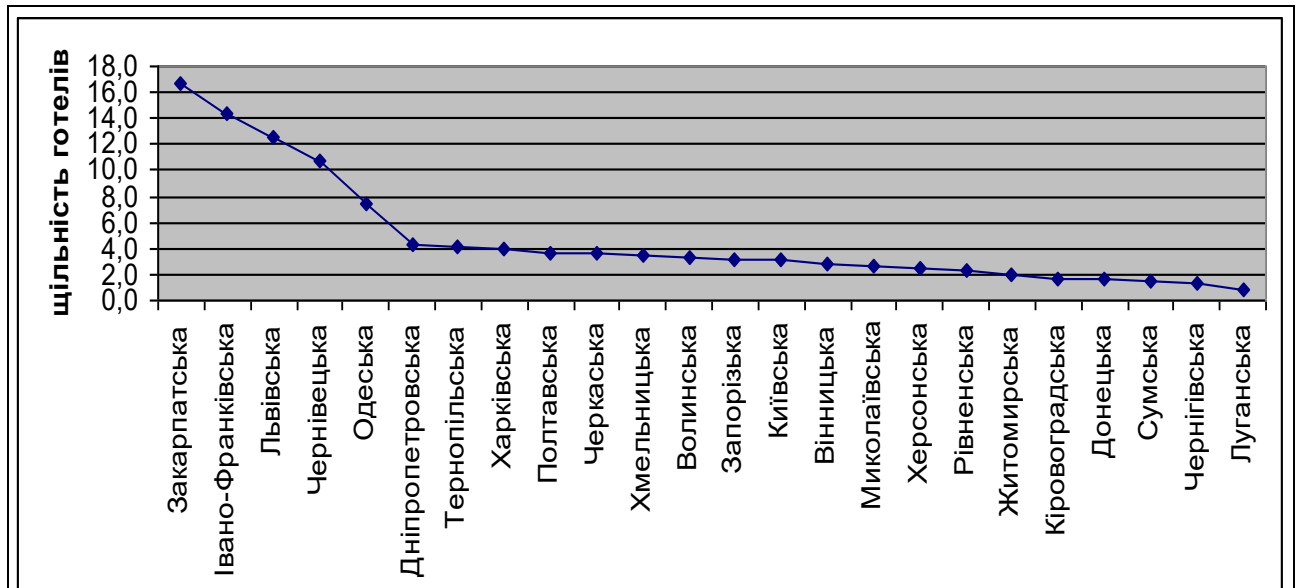


Рис. 3.4. Щільність готелів на одиницю площі регіону

Середня група рейтингу та група аутсайдерів має не великі розбіжності, відносно розбіжності у групи лідерів (рис. 3.4.).

До групи аутсайдерів можна віднести Кіровоградський, Донецький, Сумський, Чернігівський та Луганський регіони.

Для повноти аналізу визначимо концентрацію осіб розміщених в готелях відповідно площі території регіону. (табл.3.6 та рис.3.5).

Таблиця 3.6

Концентрація відвідувачів готелів по регіонах України [1, 4]

Регіон	Кількість розміщених у готелях осіб	Площа тис. км.кв	Щільність за кількістю розміщених у готелях	Рейтинг щільності за кількістю розміщених у готелях осіб
1	2	3	4	5
м.Київ	1008327	0,8	1201820	1
Львівська	591292	21,8	27082,5	2
Івано-Франківська	249142	13,9	17923,9	3
Закарпатська	166470	12,8	13028,9	4
Чернівецька	103226	8,1	12748,7	5
Тернопільська	130112	13,8	9412,7	6
Хмельницька	152037	20,6	7364,3	7

Продовження табл.3.6

1	2	3	4	5
Одеська	240586	33,3	7222,6	8
Харківська	217636	31,4	6927,8	9
Дніпропетровська	211345	31,9	6622,3	10
Полтавська	172931	28,7	6015,4	11
Київська	161327	28,1	5734,8	12
Черкаська	112194	20,9	5368,1	13
Рівненська	105715	20,0	5273,4	14
Волинська	83657	20,1	4152,9	15
Запорізька	91491	27,2	3366,1	16
Донецька	88952	26,5	3354,5	17
Миколаївська	76005	24,6	3089,9	18
Вінницька	78881	26,5	2975,2	19
Кіровоградська	49027	24,6	1993,9	20
Житомирська	56191	29,8	1883,6	21
Сумська	40395	23,8	1694,8	22
Чернігівська	52652	31,9	1652,3	23
Херсонська	35849	28,5	1259,6	24
Луганська	21750	26,7	815,1	25

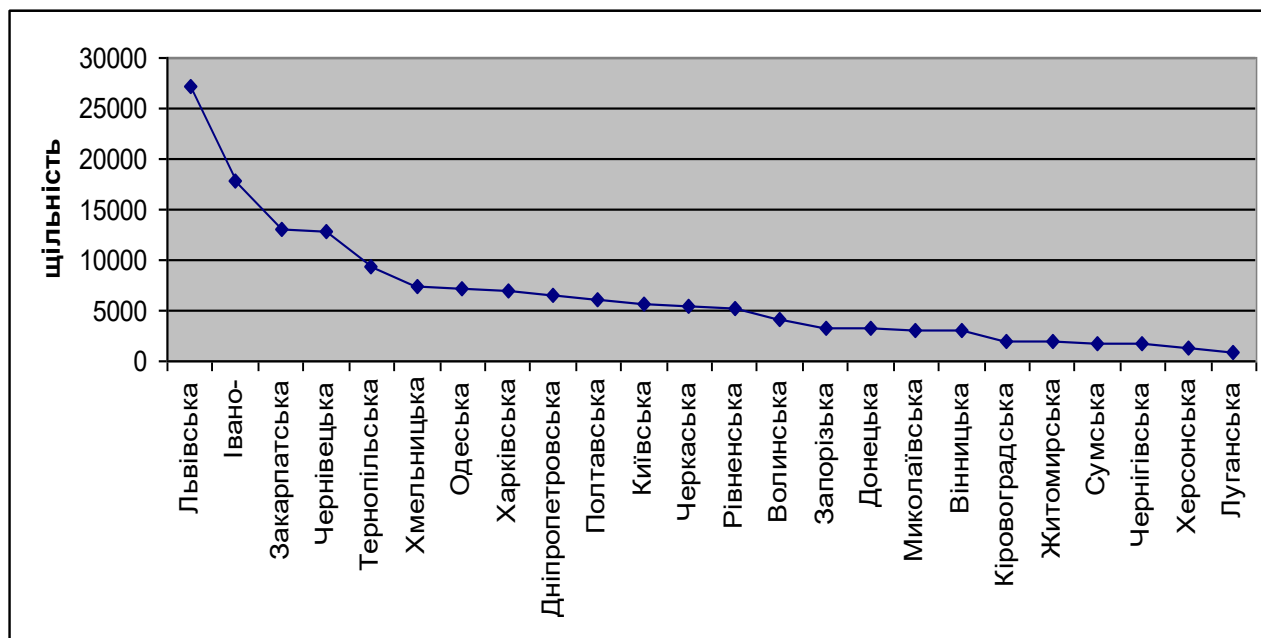


Рис. 3.5. Щільність відвідувачів готелів за на одиницю площі регіону

Беззаперечним лідером за концентрацією відвідувачів готелів на одиницю

площі з великою перевагою є м. Київ. За кількістю відвідувачів готелів на одиницю площі він випереджує інші регіони в десятки раз. Групу лідерів за даною характеристикою складають також Львівський, Івано-Франківський, Закарпатський, Чернівецький та Тернопільський регіони (рис. 3.5.).

Необхідно відзначити, що за висновками аналізу стану готельної сфери (розд. 2.3) Чернівецький та Тернопільський регіони мали не високі рейтинги, але враховуючи на невелику площу регіонів наявні готелі приймають достатньо високу кількість туристів, по оцінках України.

Середня група рейтингу має невеликі розбіжності, відносно групи лідерів

До аутсайдерів можна віднести Сумський, Чернігівський, Луганський та несподівано Херсонський регіони.

Відзначимо, Херсонщина одна з найбільш привабливіших місць рекреаційного відпочинку українців, але відповідно статистичних даних, за концентрацією осіб розміщених в готелях, має найнижчі показники.

Наявний кризовий стан нашої економіки зумовлює пошук нових шляхів розвитку та нових конкурентних переваг для вітчизняних суб'єктів туристичного бізнесу.

Серед них, збільшення іноземних туристів сприяє додатковому надходженню валютних коштів, та покращенню зовнішньоторговельного сальдо, яке наразі має негативне значення.

Висунуто гіпотези:

збільшення кількості готелів окремої території (регіону) задовольняє потреби більш широкого кола іноземних споживачів туристичних послуг, які мають ціль відвідати саме цю територію, що призводить до збільшення туристичних потоків;

закриття готелів на окремій території (регіоні) не задовольняє попит іноземних споживачів гостьових послуг, які вже відвідували дані готелі, що призводить до зменшення туристичних потоків

Для підтвердження або усунення означених гіпотез необхідно визначити табл.3.7. зміни кількості готелів по регіонах України.

Таблиця 3.7

Зміни кількості готелів (од.) по регіонах України за 2004-2016р.

Регіон	Роки												
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Вінницька	0	0	-1	-1	0	-1	-1	25	15	11	1	2	-15
Волинська	-3	1	1	1	2	0	1	15	4	17	-3	2	-5
Дніпропетровська	1	-1	0	1	-4	0	18	20	-11	5	11	-7	-1
Донецька	2	-4	1	0	5	4	-2	63	-5	4	-89	-6	2
Житомирська	0	-5	3	8	2	1	-1	4	3	6	2	-1	12
Закарпатська	-4	-1	-5	-3	29	8	-2	92	-8	77	1	-16	-2
Запорізька	4	-4	1	6	-14	-1	0	86	-27	37	-1	-39	28
Івано-Франківська	-7	5	4	-3	1	2	1	307	-178	26	19	-12	27
Київська	1	0	-1	-3	2	10	9	0	1	36	-4	-2	27
Кіровоградська	2	-3	1	-2	1	-1	2	14	11	2	3	-7	-11
Луганська	-1	18	23	4	18	-7	7	-41	-15	6	-38	10	0
Львівська	-3	18	10	18	20	7	4	69	22	22	1	0	14
Миколаївська	-6	-1	-3	57	11	26	1	-52	12	11	-4	-23	8
Одеська	1	5	-3	4	1	-1	1	136	-1	37	-18	15	-18
Полтавська	1	-4	0	-2	5	-2	-1	41	8	21	-9	-1	-29
Рівненська	1	0	0	1	-1	1	0	18	3	8	-2	-4	-1
Сумська	0	3	-2	-3	-10	7	0	12	-1	3	-9	-7	3
Тернопільська	-1	-4	0	8	3	-1	-1	8	3	10	-1	-1	2
Харківська	-4	3	-3	0	2	1	-9	61	22	5	-5	-2	-15
Херсонська	-1	-3	-2	6	82	11	4	-61	8	34	-7	-39	22
Хмельницька	-2	-3	0	5	2	0	2	29	8	22	-6	-14	1
Черкаська	-3	5	-3	20	2	4	6	5	-4	9	-2	2	5
Чернівецька	-2	-3	5	10	0	1	3	36	13	7	4	-4	-8
Чернігівська	-1	0	-1	12	3	-1	-3	-17	1	0	0	-2	-8
м.Київ	3	13	8	6	2	16	-8	23	-8	-3	12	-10	18

Сумарна кількість «збільшення» та «зменшення» готелів за регіонами України міститься в табл. 3.8 та рис 3.6. Динаміку змін кількості колективних засобів розміщування по регіонах України 2004-2015рр. відображено на рис. 3.6.

Таблиця 3.8

Абсолютні зміни кількості колективних засобів розміщування по регіонах
України 2004-2015рр.

Рік	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Збільшення	16	71	57	167	190	98	59	1064	134	416	54	31	147
Зменшення	38	36	24	17	29	15	28	171	258	3	198	197	113

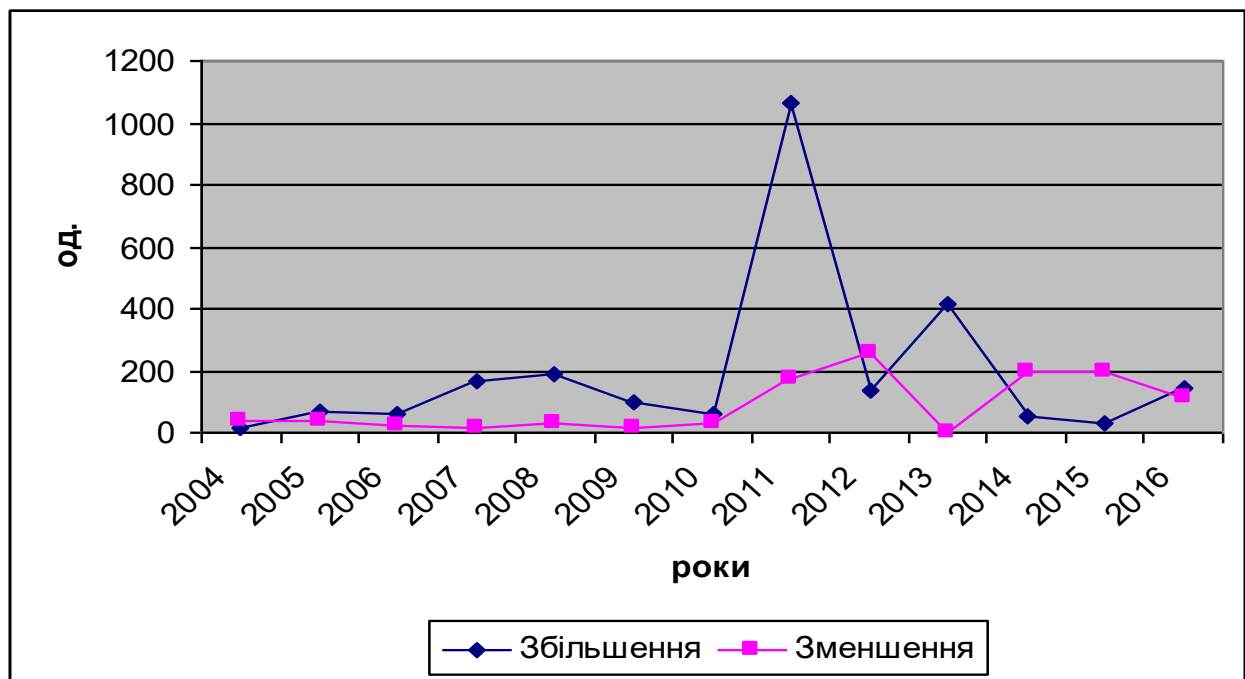


Рис. 3.6. Динаміка змін кількості колективних засобів розміщування по регіонах України 2004-2016рр.

В табл. 3.9. проаналізовано загальні тенденції змін кількості готелів по періодах, в яких відбувались найбільш динамічні зрушення.

Таблиця 3.9

Характеристика змін кількості готелів по регіонах України з 2004-2016рр.

Періоди	Збільшення готелів по регіонах	Зменшення готелів по регіонах	Перевага
1	2	3	4
2004-2006 рр.	незначне	незначне	збільшення
2007-2009 рр.	значне	незначне	збільшення

Продовження табл.3.9

1	2	3	4
2010 р.	незначне	незначне	збільшення
2011 р.	стрімке	значне	збільшення
2012 р.	незначне	значне	зменшення
2013 р.	стрімке	відсутнє	збільшення
2014-2016 р.	незначне	значне	зменшення

За результатами аналізу табл. 3.9 та рис. 3.6. можна виокремити деякі періоди та зробити висновок, що за період 2004-2016рр. загальний розвиток готельного бізнесу мав позитивний характер, період 2010-2011 характеризувався стрімким збільшенням готелів, в 2013 році частина з новостворених готелів було зачинено, за період 2014-2016 рр. спостерігається стабільний розвиток цього виду діяльності.

Необхідно відзначити останній сучасний період 2004-2016 рр. спостерігається загальна позитивна тенденція переваги збільшення кількості готелів.

Рисунок 3.7. табл. 3.10. та містять інформацію кількість іноземних туристів, які відвідали Україну в період 2004-2016 рр.

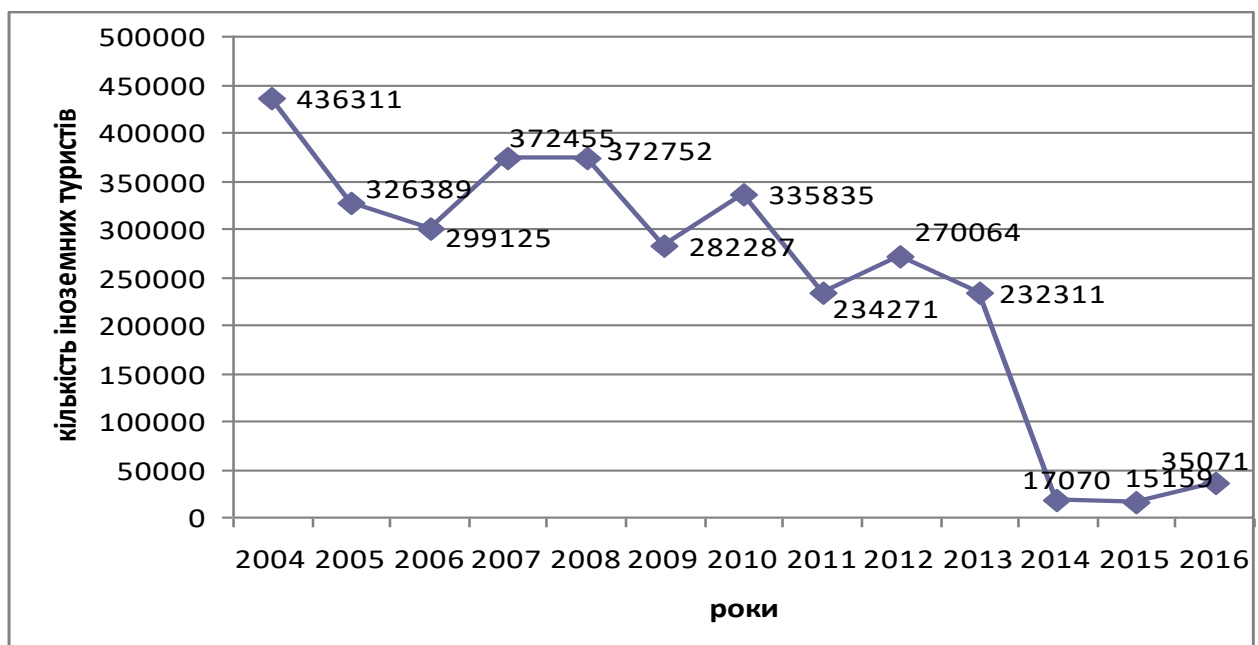


Рис. 3.7. Динаміка змін кількості іноземних туристів які відвідали Україну в період 2004-2016 рр.

Таблиця 3.10

Кількість іноземних туристів які відвідали Україну в період 2004-2016 рр.

Рік	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Кількість іноземних туристів	436311	326389	299125	372455	372752	282287	335835
Рік	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Кількість іноземних туристів	234271	270064	232311	17070	15159	35071	

Для визначення впливу факторів зміни кількість іноземних туристів можна застосувати математико-статистичні методи аналізу.

В економічних дослідженнях часто вирішують завдання виявлення чинників, що визначають рівень і динаміку економічного процесу. Таке завдання найчастіше вирішується методами кореляційного та регресійного аналізу [13].

Регресійний аналіз є основним засобом дослідження залежностей між соціально-економічними змінними. Завдання регресійного аналізу полягає в побудові моделі, що дозволяє за значеннями незалежних показників отримувати оцінки значень залежної змінної [13].

Застосування регресійного аналізу дозволить визначити прояв факторів впливу регіонального рівня на результат національного рівня, встановити форму залежності, змодельовати взаємозв'язки та розрахувати їх вплив [13].

Зазначимо, чинники, які впливають на процес досліджування, можна розподілити на дві групи: головні (що визначають рівень досліджуваного процесу) і другорядні. При визначенні другорядні чинники часто мають випадковий характер.

Проведення регресійного аналізу зміни кількість іноземних туристів дозволить визначити: як «збільшення» та «зменшення» кількості готелів по регіонах, вплинуло кількість іноземних туристів які відвідали Україну.

Для подальших розрахунків нормалізуємо необхідні складові. Нормалізовані значення показників відображено в табл. 3.11.

Таблиця 3.11

Нормалізовані значення аналізуємих чинників

Кількість іноземних туристів	Збільшення кількості готелів	Зменшення кількості готелів
1	0,02	0,15
0,7481	0,07	0,14
0,6856	0,05	0,09
0,8536	0,16	0,07
0,8543	0,18	0,11
0,647	0,09	0,06
0,7697	0,06	0,11
0,5369	1	0,66
0,619	0,13	1
0,5324	0,39	0,01
0,0391	0,05	0,77
0,0347	0,03	0,76

Застосовуючи програмний пакет Excel виконано багатofакторний регресійний аналіз [14].

За його допомогою отримано наступні аналітичні дані: результати регресійного та дисперсійного аналізу табл. (3.12-3.14).

Таблиця 3.12

Результати регресійного аналізу

Регресійна статистика	
Множинний R	0,6576
R-квадрат	0,4324
Нормований R-квадрат	0,3063
Стандартна похибка	109077
Спостереження	12

Таблиця 3.13

Результати дисперсійного аналізу

Дисперсійний аналіз					
	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	2	81585620602,30	40792810301	3,4285958	0,07817593
Залишок	9	107080366556,61	11897818506		
Усього	11	188665987158,92			

Таблиця 3.14

Показники якості змодельованих значень

Показники	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	P- значення
Y-перетин	339409,11	46794,22	7,25	0,00
Змінна X 1	34,19	113,63	0,30	0,77
Змінна X 2	-946,21	361,95	-2,61	0,03
Показники	Нижні 95%	Верхні 95%	Нижні 95%	Верхні 95%
Y-перетин	233553,23	445265,00	233553,23	445265,00
Змінна X 1	-222,87	291,24	-222,87	291,24
Змінна X 2	-1765,00	-127,42	-1765,00	-127,42

Розрахункова модель має вигляд:

$$Y = 34,19 * X_1 - 946,21 * X_2 + 339409,11 \quad (3.8)$$

де Y - кількість іноземних туристів;

X₁- збільшення кількості готелів;

X₂- зменшення кількості готелів.

Коефіцієнт детермінації «R-квадрат» (табл.3.12.) – це частка дисперсії залежної змінної, яка пояснюється розглянутою моделлю залежності наразі має значення 0,4324. Визначений коефіцієнт детермінації менше 50%, що дозволяє визнати не прийнятність даної моделі.

Високе значення стандартної похибки також свідчить про ненадійність моделі.

Значення вільного члену «339409,11», має дуже високе значення, що не відповідає надійності моделі.

Відзначимо, в даному випадку пояснювальна змінна - «кількість іноземних туристів» і фактори, «збільшення та зменшення кількості готелів» пов'язані не випадково. Визначений моделлю (3.8) позитивний коефіцієнт при першому факторі, «збільшення кількості готелів» за логікою має призвести до збільшення «кількість іноземних туристів». Відповідно знак «-» при другому коефіцієнті фактору моделі (3.1) - «зменшення кількості готелів», за логікою має призвести до зменшення «кількість іноземних туристів».

Тобто визначена факторна модель демонструє, що збільшення кількості готелів в регіонах призводить до збільшення іноземних туристів. Навпаки, скорочення кількості готелів в регіонах призводить до скорочення іноземних туристів.

Замалий коефіцієнт детермінації (0,4324) визначеної моделі, велике значення стандартної похибки та дуже великий вільний член (339409,11) не дають змогу визнати надійність прогнозів за обраними факторами.

3.3. Методичний підхід до обґрунтування стратегічних пріоритетів розвитку готельного господарства в регіонах зі сприятливими умовами для туризму

Туристична діяльність, як і загалом економіка України піддається як глобальним ризикам, так і специфічним безпосередньо до неї. Наявні зовнішні ризики стосуються в основному низькою мотивацією іноземних інвесторів стасовно фінансування галузі, що зумовлена подіями, пов'язаними з АТО на Сході України, та анексією території Криму.

Серед внутрішніх негативних чинників можна визначити:

низький стан більшості туристичних закладів;

низький стан туристичної інфраструктури;

низька зацікавленості органів державної та місцевої влади у прийнятті обґрунтованих регуляторних рішень;

відсутність розуміння з боку суспільства ролі та можливостей галузі для розвитку регіонів та країни загалом;

посилення конкуренції серед суб'єктів туристичного бізнесу за внутрішнього туриста у зв'язку з запровадженням безвізового режиму з країнами Євросоюзу;

зменшення цікавості подорожувати у зв'язку зі зниженням рівня життя населення.

Виникає необхідність запровадження цілеспрямованих дій з боку

держави та місцевих органів для усунення та виправлення негативних чинників. Такі дії повинні мати цілеспрямований характер та неможливі без визначення стратегії розвитку туризму.

При створенні стратегії розвитку туризму та його складової готельної сфери діяльності доцільно враховувати положення «загальної концепції сталого розвитку». Базові положення якої висловлюють необхідність встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі. Іншими словами «концепція сталого розвитку», це задоволення потреб нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби [15].

Ряд науковців вважають її найперспективнішою ідеологією XXI століття і навіть усього третього тисячоліття. Теорія сталого розвитку є альтернативою парадигмі економічного зростання, яка ігнорує екологічну небезпеку від розвитку за екстенсивною моделлю.

Парадигма сталого розвитку включає в себе вимоги до захисту довкілля, соціальної справедливості та відсутності расової й національної дискримінації[15, 16].

У деяких країнах, в тому числі в Україні, в поняття сталого розвитку вживають для означення лише неухильного зростання економічних показників країни, її регіонів, міст, сіл та окремих галузей економіки.

Концепція «сталого розвитку» передбачає економічну, соціальну та екологічну складову:

- економічний підхід до концепції стійкого розвитку заснований на теорії максимального потоку сукупного доходу,
- соціальна складова стійкості розвитку орієнтована на людину і спрямована на збереження стабільності соціальних і культурних систем,
- з екологічної точки зору, сталий розвиток має забезпечувати цілісність біологічних і фізичних природних систем [16].

Створення такої системи можливе шляхом проведення комплексу заходів

стимулюючого характеру, що сприятиме досягненню стану рівноважної регіональної системи і виходу із нерівноважного стану регіональної соціо-еколого-економічної системи. Об'єктом стимулювання є сталий розвиток регіонів, який є перспективою, пріоритетом, до якого необхідно прагнути.

Заходи для досягнення сталого розвитку регіону схематично відображено на рис. 3.8.



Рис. 3.8. Заходи досягнення цілей регіонального туризму згідно концепції сталого розвитку

Туристична діяльність у відповідності до концепції «сталого регіонального розвитку» має свої відмінності, тому що вона залежить від визначних атракцій і інших супутніх видів діяльності, пов'язаних із навколишнім середовищем і культурно-історичною спадщиною певної місцевості. Якщо наявні регіональні ресурси занепадають або знищені, то, туристична галузь, не може залучати туристів, відповідно туризм як соціально-економічне явище не буде успішним.

Жоден вид підприємницької діяльності за своєю сутністю не є більш стійким, ніж інший. Туристична діяльність не є винятком, згідно концепції сталого розвитку туристична галузь потребує регулюючих дій враховуючи довгострокову перспективу капіталу.

Регулювання діяльності та моніторинг цієї галузі, надасть можливість

налагодити регіональні зв'язки і гармонізувати умови співпраці між різними суб'єктами туристичної діяльності.

Підтримка положень концепції в програмах розвитку регіонів, надасть можливість підтримати і зберегти ціннісні атрибути (соціальні, культурні, екологічні), на яких і ґрунтується туристична галузь.

Сталий розвиток туристичної діяльності можна визначити як форму суспільної діяльності яка розвивається на основі збалансованості інтересів. При цьому:

туристична діяльність, потребує розширення меж, прямує до геоторіальності (просторовості, повсюдності), та збереженням природного довкілля і соціокультурної самобутності народів,

економічна складова стратегії діяльності спрямована на отримання максимально можливого за даних умов прибутку місцевими громадами і представниками цієї галузі, сприятиме збереженню для майбутніх поколінь природної і соціокультурної складової туристичної діяльності . [17]

Спираючись на досвід провідних країн світу, можна зазначити, що успіх розвитку туризму безпосередньо залежить від того, як на державному та місцевому рівні підтримується ця галузь. Будь-яка економічно розвинута держава, для того, щоб отримувати від туристичної індустрії доходи до бюджету, повинна вкладати кошти в дослідження своїх територій для оцінки туристичного потенціалу, підготовки програм розвитку галузі, розробки проектів покращення інфраструктури курортних регіонів і туристичних центрів, і в інформаційне забезпечення та рекламу.

Для успішного розвитку туризму провідні країни цієї галузі створюють галузеві нормативи, які регулюють діяльність та визначають відповідні стандарти та вимоги стосовно надання туристичних послуг та ведення бізнесу.

Необхідно зазначити, різноманіття видів туризму поширюється разом із соціально-економічними змінами в суспільстві, від представників приватного бізнесу адаптуватись до цих перетворень із метою надання якомога широкого комплексу туристичних послуг. Виникає необхідність аналізу найбільш популярних видів туризму в адміністративно-територіальних одиницях України

за класифікаційною ознакою - мета подорожі.

Ґрунтуючись на існуючих підходах і теоріях вчених у дослідженні проблем розвитку туризму в регіонах [18 - 24] для визначення та обґрунтування пріоритетних напрямів у розвитку готельно-ресторанного бізнесу, пропонується використання такого методичного підходу (рис. 3.9).



Рис. 3.9. Методичний підхід до обґрунтування стратегічних пріоритетів розвитку готельного господарства в регіонах з сприятливими умовами до туризму

На першому етапі визначаються специфічні характеристики регіону, що сприяють розвитку відповідних видів туристичної діяльності.

Для цього пропонується ідентифікувати природно-кліматичні, культурні, історичні, та інші характеристики регіону які є сприятливими, тому чи іншому виду туризму за допомогою табл. 3.15.

Таблиця 3.15

Наявність характеристик регіону, що є сприятливими для туристичної діяльності

Регіони	характеристики регіону відповідні туристичним послугам									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	n
1										
2										
3										
4										
n										

У табл. 3.15 необхідно визначити відповідність регіону обраним характеристикам.

Подальшим кроком є побудова карти позиціонування, яка складається відповідно до схеми, наведеної на рис. 3.10.

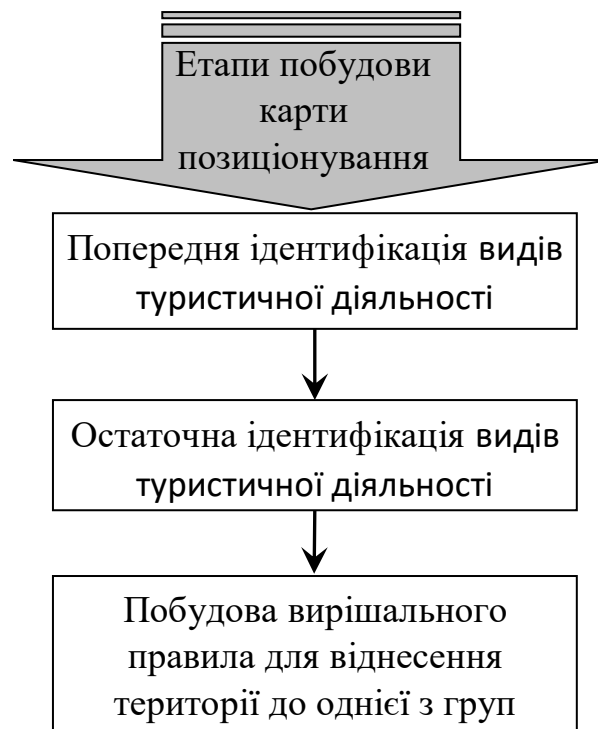


Рис. 3.10. Схема послідовності етапів побудови карти позиціонування відповідності характеристики регіону то видів туристичної діяльності

На другому етапі, на основі даних отриманих на першому етапі (табл. 3.15), визначаються пріоритетні послуги готельного господарства,

виходячи зі специфіки туристичної діяльності регіону

Визначення таких пріоритетних напрямів пропонується за допомогою використання показників питомої ваги виду послуг, що надають готелі, які відповідають тому або іншому виду туризму (табл. 3.16).

Таблиця 3.16

Розподіл видів туризму за регіонами України [15, 25]

Регіон	Вид туризму				
	Діловий	Культурно-пізнавальний	Рекреаційний	Релігійний	Спортивний
Вінницька		+	+		+
Волинська		+			
Дніпропетровська	+	+	+		
Донецька				+	+
Житомирська			+		
Закарпатська		+	+		+
Запорізька		+	+		
Івано-Франківська			+		+
Київська	+	+		+	+
Кіровоградська		+	+		
Луганська		+			
Львівська		+	+		+
Миколаївська		+	+		
Одеська	+	+	+		+
Полтавська		+	+		
Рівненська			+		+
Сумська			+		
Тернопільська		+	+		
Харківська		+			
Херсонська			+		+
Хмельницька		+	+		
Черкаська		+	+	+	
Чернігівська		+		+	
Чернівецька			+		

Відзначимо, для аналізу потреб туристів у компонентах гостьових послуг, не аналізуються екологічний, освітній та подієвий види туризму, оскільки

означені види припускають проживання в нетипових закладах гостинності.

Компонентний склад оцінки якості послуг представників готельно-ресторанних послуг регіону відображено на **рис.2.14**. Аналітичні дані отримані на Інтернет сайтах відкритого користування [26].

Складовими компонентами гостьових послуг за якими проводиться аналіз обрано: наявність власної кухні, холодильника, телевізора, супутникового телебачення, кондиціонеру, душа та туалету, мережі Інтернет, мобільного зв'язку, власного пляжу, відкритого басейну, закритого басейну, басейну для дітей, ресторану, їдальні, бару, кафе, спортивного майданчика, тенісного корту, спортивної зали, сауни, масажного кабінету, тренажерної зали, об'єктів шопінгу, косметологічних об'єктів, конференц-зали, дитячого майданчика, анімаційного майданчика, більярду, автостоянки (табл. 3.17).

Компоненти обрано у відповідності до обраних джерел інформації [26].

Таблиця 3.17

Складові компоненти гостьових послуг, що є сприятливими для відповідних видів туристичної діяльності

Компоненти гостьових послуг	Види туризму				
	Діловий	Культурно-пізнавальний	Рекреаційний	Релігійний	Спортивний
1	2	3	4	5	6
Власна кухня	0	2	4	0	0
Холодильник	3	17	17	4	9
Телевізор	3	17	17	0	9
Супутникове телебачення	3	17	17	0	9
Кондиціонер	3	17	17	4	9
Душ/туалет	3	17	17	4	9
Інтернет	3	17	17	4	9
Мобільний зв'язок	3	17	17	4	9

Продовження табл. 3.17

1	2	3	4	5	6
Власний пляж	0	0	4	0	0
Басейн відкритий	0	0	8	0	9
Басейн закритий	0	3	8	0	9
Басейн для дітей	0	3	17	0	3
Наявність ресторану	3	17	17	0	9
Наявність їдальні	3	6	4	4	0
Наявність бара, кафе	3	17	17	0	9
Спортивні майданчики	0	3	17	0	9
Тенісний корт	0	0	10	0	9
Спортивна зала	1	0	5	0	9
Сауна	1	5	12	0	9
Масаж	1	0	17	0	9
Тренажерна зала	1	4	17	0	9
Об'єкти шопінгу	3	17	17	0	4
Косметологічні об'єкти	2	2	14	0	7
Конференц-зал	3	0	0	2	0
Дитячий майданчик	0	17	17	0	3
Анімаційний майданчик	0	0	17	0	6
Більярд	2	2	5	0	7
Автостоянка	3	17	17	4	9

Наведені у табл. 3.17 показники дають змогу визначити більш повний набір послуг для задоволення відповідних груп туристів.

На третьому етапі здійснюється оцінка відповідності наявного набору послуг, визначеному на другому етапі, еталонному складу послуг для задоволення відповідних груп туристів.

Оцінка компонент гостьових послуг за видами туристичної діяльності має сприяти підвищенню повноти та відповідно якості готельного обслуговування, виходячи зі специфіки виду туризму.

У розвинутій ринковій економіці покупці обирають продавця, і як тільки вони вважають, що якість продукції або послуг знижується в порівнянні з конкурентами, це відбивається на обсязі продажів і прибутку.

В табл. 3.18 представлено критерії оцінки діяльності працівників

готельно-ресторанного та туристичного бізнесу щодо якості обслуговування споживачів.

Таблиця 3.18

Критерії оцінювання якості послуг сфери готельно-ресторанного бізнесу

Якість процесу обслуговування з позиції адміністрації	Якість у відповідності до потреб споживачів
Відповідність складових послуг, що надаються, потребам споживачів	Відсутність недоліків у процесі обслуговування
Оцінка корисних властивостей і характерних особливостей процесу надання послуг, що сприяють комплексному задоволенню зростаючого попиту споживачів	Максимальне задоволення попиту споживачів

Якість процесу обслуговування, та якість задоволення потреб споживачів формують комплексну якість представників туристичного, в тому числі готельно-ресторанного бізнесу, і у значній мірі визначають конкурентну позицію.

Необхідно зазначити, що методичні підходи до оцінки якості різних видів продукції (послуг) розглянуто у роботах вчених [27-35], але стосовно оцінки послуг гостинності в різних регіонах вони розкриті не повністю.

На четвертому етапі здійснюється вибір стратегічних напрямів підвищення якості готельного господарства, виходячи зі специфіки пріоритетних видів туризму в регіоні, за допомогою виявлених часткових показників, рівень яких був найнижчим за середній (табл.3.19-3.20) та дод. В

На заключному, п'ятому етапі, передбачається визначення набору послуг для відповідних регіонів, які в першу чергу потребують туристи для покращення якості суб'єктів готельного бізнесу.

Таблиця. 3.19

Аналіз компонент гостьових послуг у відповідності до пріоритетних видів туризму в регіонах

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Вінницька		3	3	3	3	3	3	3		2	2	1	3	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2		2	1	2	3
Волинська		1	1	1	1	1	1	1					1		1							1			1			1
Дніпропетровськ		2	2	2	2	2	2	2		2	2	1	2	2	2			2	2	2		2	2	1	2	1	2	2
Донецька		3	2	2	3	3	3	3					2	1	2	2	1	1	2	2	2	1			2			3
Житомирська		1	1	1	1	1	1	1					1		1													1
Закарпатська	1	3	3	3	3	3	3	3		2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2		2	2	2	3
Запорізька	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2		1	1	2	1	1		2	1	2	2
Івано-Франківська		2	2	2	2	2	2	2				1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1		2	1		2
Київська		4	3	3	4	4	4	4		2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	2	3	2	2	3	2	4
Кіровоградська		2	2	2	2	2	2	2				1	2		2				1	1		1	1		1	1		2
Луганська		1	1	1	1	1	1	1					1		1							1			1			1
Львівська		3	3	3	3	3	3	3		2	3	3	3	1	3	2	1	1	2	2	2	3	3	1	2	3	2	3
Миколаївська		2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2		2	1					2	2	1		2	1	1	2
Одеська	2	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	1	4	2	4	4	3	2	2	2	4	4	1		3	1	2	4
Полтавська		2	2	2	2	2	2	2				1	2	1	2	2	2		2	2	2	2	1		2	1		2
Рівненська		2	2	2	2	2	2	2			1	1	2		2				1	1		1	1		2	1		2
Сумська		1	1	1	1	1	1	1				1	1	1	1							1	1		1	1		1
Тернопільська		2	2	2	2	2	2	2				1	2		2	2	1		1	1	2	2	1		2	1		2
Харківська		1	1	1	1	1	1	1					1		1					1		1		1				1
Херсонська	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1		2	1	1	2
Хмельницька		2	2	2	2	2	2	2				1	2		2				2	2		2	1		2	1		2
Черкаська		3	2	2	3	3	3	3				1	2	1	2	1					1	2	1		1	1		3
Чернігівська		2	1	1	2	2	2	2					1		1	1					1	1			1			2
Чернівецька		1	1	1	1	1	1	1				1	1		1	1					1	1	1			1		1

де 1 - Власна кухня, 2 – Холодильник, 3 – Телевізор, 4- Супутникове телебачення, 5 – Кондиціонер, 6- Душ/туалет, 7 – Інтернет, 8 - Мобільний зв'язок, 9 - Власний пляж, 10 - Басейн відкритий, 11 - Басейн закритий, 12 - Басейн для дітей, 13 - Наявність ресторану, 14 - Наявність їдальні, 15- Наявність бара, кафе, 16 - Спортивні майданчики, 17 - Тенісний корт, 18 - Спортивна зала, 19 - Сауна, 20 - Масаж, 21 - Тренажерна зала, 22 - Об'єкти шопінгу, 23 - Косметологічні об'єкти, 24 - Конференц-зал, 25 - Дитячий майданчик, 26 - Анімаційний майданчик, 27 - Більярд, 28 - Автостоянка

Таблиця. 3.20

Ранжування компонент гостювих послуг у відповідності до пріоритетних видів туризму регіонів

Регіони	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Вінницька	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	С	С	С	В	С	В	С	С	С	С	С	С	В	С	В	С	С	С	В
Волинська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	Н	В	Н	В	Н	Н	Н	Н	Н	Н	В	Н	Н	В	Н	Н	В
Дніпропетровська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	В	В	С	В	В	В	Н	Н	В	В	В	Н	В	В	С	В	С	В	В
Донецька	Н	В	С	С	В	В	В	В	Н	Н	Н	Н	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	Н	Н	С	Н	Н	В
Житомирська	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Закарпатська	С	В	В	В	В	В	В	В	В	С	С	С	В	С	В	В	С	С	С	С	В	В	С	Н	С	С	С	В
Запорізька	С	В	В	В	В	В	В	В	С	В	В	С	В	С	В	В	В	Н	С	С	В	С	С	Н	В	В	С	В
Івано-Франківська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	С	В	С	В	С	С	С	В	В	С	В	С	Н	В	С	Н	В
Київська	Н	В	С	С	В	В	В	В	Н	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	В	С	С	С	С	С	С	В
Кіровоградська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	С	В	Н	В	Н	Н	Н	С	С	Н	С	С	Н	С	С	Н	В
Луганська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	Н	В	Н	В	Н	Н	Н	Н	Н	Н	В	В	Н	В	Н	Н	В
Львівська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	С	В	В	В	С	В	С	С	С	С	С	С	В	В	С	С	В	С	В
Миколаївська	Н	В	В	В	В	В	В	В	С	С	С	С	В	Н	В	С	Н	Н	Н	Н	В	В	С	Н	В	С	С	В
Одеська	С	В	В	В	В	В	В	В	С	С	С	С	В	С	В	В	С	С	С	С	В	В	С	Н	С	С	С	В
Полтавська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	С	В	С	В	В	В	Н	В	В	В	В	С	Н	В	С	Н	В
Рівненська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	С	С	В	Н	В	Н	Н	Н	С	С	Н	С	С	Н	В	С	Н	В
Сумська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	В	В	В	В	Н	Н	Н	Н	Н	Н	В	В	Н	В	В	Н	В
Тернопільська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	С	В	Н	В	В	С	Н	С	С	В	В	С	Н	В	С	Н	В
Харківська	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	Н	В	Н	В	Н	Н	Н	Н	В	Н	В	Н	В	Н	Н	Н	В
Херсонська	В	В	В	В	В	В	В	В	С	В	В	С	В	С	В	В	В	В	В	С	В	В	С	Н	В	С	С	В
Хмельницька	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	С	В	Н	В	Н	Н	Н	В	В	Н	В	С	Н	В	С	Н	В
Черкаська	Н	В	С	С	В	В	В	В	Н	Н	Н	С	С	С	С	С	Н	Н	Н	Н	С	С	С	Н	С	С	Н	В
Чернігівська	Н	В	С	С	В	В	В	В	Н	Н	Н	Н	С	Н	С	С	Н	Н	Н	Н	С	С	Н	Н	С	Н	Н	В
Чернівецька	Н	В	В	В	В	В	В	В	Н	Н	Н	В	В	Н	В	В	Н	Н	Н	Н	В	В	В	Н	Н	В	Н	В

де 1 - Власна кухня, 2 – Холодильник, 3 – Телевізор, 4- Супутникове телебачення, 5 – Кондиціонер, 6- Душ/туалет, 7 – Інтернет, 8 - Мобільний зв'язок, 9 - Власний пляж, 10 - Басейн відкритий, 11 - Басейн закритий, 12 - Басейн для дітей, 13 - Наявність ресторану, 14 - Наявність їдальні, 15- Наявність бара, кафе, 16 - Спортивні майданчики, 17 - Тенісний корт, 18 - Спортивна зала, 19 - Сауна, 20 - Масаж, 21 - Тренажерна зала, 22 - Об'єкти шопінгу, 23 - Косметологічні об'єкти, 24 - Конференц-зал, 25 - Дитячий майданчик, 26 - Анімаційний майданчик, 27 - Більярд, 28 - Автостоянка

Результати визначення характеристики якості послуг сфери гостинності, на основі оцінки запропонованого компонентного складу послуг відображено в (табл. 3.20), де:

Н – низька потреба у відповідній послугі серед споживачів на території регіону,

С – середня потреба у відповідній послугі серед клієнтів готелів на території регіону,

В – висока потреба у відповідній послугі серед клієнтів готелів на території регіону.

Низька потреба означає, що серед споживачів готельних послуг, за результатами дослідження, майже не зустрічаються відгуки, які її стосуються, тобто ця послуга не викликає споживчій інтерес.

Висока потреба відповідної послуги серед клієнтів готелів викликає жваві відгуки споживацької аудиторії, як позитивного, так і негативного характеру, але у даному разі характер відгуку не є предметом дослідження, адже важливою є його наявність або відсутність.

Середня потреба у відповідній послугі характеризується не значною кількістю відгуків споживачів, з даного приводу, у загальній кількості відгуків.

Запропонована методика оцінки послуг сфери готельно-ресторанного бізнесу надасть можливість представникам цієї діяльності визначити пріоритети для максимального задоволення потреб споживачів. Такі заходи сприяють підвищенню якості готельних послуг та покращенню конкурентних позицій.

Позитивним ефектом впровадження стратегії розвитку туризму є утворення сприятливих умов не тільки для однієї галузі, а й поширення позитивних зрушень від мультиплікативного впливу на суміжні галузі економіки та суміжні регіони.

У результаті формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України були зроблені наступні висновки:

1. У ході дослідження висунуто припущення, що регіональна політика

розвитку туризму має спиратися на наявні ресурси розвитку галузі. Серед них є такі специфічні складові, як засоби розміщення сфери туризму та їх віддаленість від регіональних центрів. У зв'язку з цим виокремлено фактори, які притаманні регіональним соціально-економічним системам, що чинять вплив на формування складових регіональної політики розвитку туризму.

Визначено наявність впливу територіального розміщення на результативність діяльності закладів сфери туризму в регіонах України. Доведено, що великого значення у процесі розвитку туризму набуває транспортна інфраструктура регіону, яка стає визначальним фактором разом із ступенем розвитку готельного бізнесу. Отже, можна зробити припущення, що основними стратегічними пріоритетами розвитку туризму в регіонах України стають транспортна інфраструктура та готельний бізнес.

2. З метою доведення чи спростування припущення про пріоритетну роль готельного бізнесу у процесі розвитку туризму розроблено методичний підхід до моделювання впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України. Визначено мультиплікативний вплив туристських послуг на регіональну економіку. Розраховано показники концентрації готелів по регіонах України та щільності готелів на одиницю площі регіону, концентрації відвідувачів готелів по регіонах України та щільності відвідувачів готелів за на одиницю площі регіону, які є основними характеристиками впливу готельного бізнесу на розвиток туризму. Визначено динаміку змін у готельному господарстві по регіонах України за період 2004-2016рр. та його привабливість для іноземних туристів.

Побудовано регресійну модель визначення впливу готельного господарства на розвиток туризму в регіонах України, яка довела його наявність та підтвердила припущення, що не лише щільність, але й якість послуг готельного бізнесу складають стратегічні пріоритети розвитку туризму в регіонах України.

3. Узагальнення накопиченого досвіду щодо розвитку туризму в регіональних соціально-економічних системах було сформовано склад заходів

досягнення цілей регіонального туризму згідно з концепцією сталого розвитку регіонів.

Дано визначення характеристик регіону, що є сприятливими для туристичної діяльності. Визначено послідовність етапів побудови карти позиціонування відповідності характеристики регіону певним видам туристичної діяльності. Проведено розподіл видів туризму за регіонами України. Виходячи з отриманих результатів визначено складові компоненти гостьових послуг, що є сприятливими для відповідних видів туристичної діяльності, що склало підґрунтя методичного підходу до обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку готельного господарства в регіонах зі сприятливими умовами для розвитку туризму. Визначено критерії оцінювання якості послуг сфери готельно-ресторанного бізнесу та проведено аналіз компонент гостьових послуг у відповідності до пріоритетних видів туризму в регіонах. Ранжування компонент гостьових послуг у відповідності до пріоритетних видів туризму у регіонах стало основою визначення стратегічних під цілей розвитку готельного господарства, як стратегічного пріоритету розвитку туризму в регіональних соціально-економічних системах України.

4. Нові наукові результати, що отримані у ході написання розділу було опубліковано у роботах [2, 3, 7, 10, 21, 36-42].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ У РОЗДІЛІ 3 ДЖЕРЕЛ

1. Статистичний бюлетень "Колективні засоби розміщування в Україні" 2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm
2. Рябев А. А. Стратегії росту готельного бізнесу. Теорія та практична реалізація на державному рівні / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Зб. наук. праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – 2017. – №1 (16). – С. 54-60.
3. Богдан Н. М. Функціонування туристської сфери як фактор розвитку регіональної економіки / Н. М. Богдан, А. А. Рябев // Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарного знання у сучасному інформаційному просторі: національний та інтернаціональний аспекти: зб. наукових праць за заг. ред. д. філос. н. Журби М. А. – Частина 1. – Монреаль : ЦСП «НБК»; Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2016. – С. 239–242. Індексація: Scientific Indexing Services (USA).
4. Статистичний збірник «Регіони України 2012 рік» Частина I – [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm
5. Статистичний збірник «Регіони України 2016 рік» Частина I – [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm
6. Статистичний збірник «Регіони України 2016 рік» Частина II – [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ2_u.htm
7. Рябев А. А. Створення малих готелів як фактор розвитку Харківського регіону / А. А. Рябев // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – С.248-258.
8. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та

Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.

9. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних сполучень [Текст] / уклад. Л. О. Пустовіт [та ін]. – К., 2000. – 1018 с.

10. Рябєв А. А. Розвиток хостелів в м. Харкові, як ефективний шлях управління попитом на послуги підприємств готельного господарства / А. А. Рябєв // Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – С. 220-228.

11. Проблеми географії та менеджменту туризму : монографія / [В. Г. Явкін , В. П. Руденко, О. Д. Король та ін.]. – Чернівці : Рута, 2006. – 260 с.

12. Ткаченко Т.І. Індикатори розвитку туризму: методичні та практичні аспекти / Т. І. Ткаченко // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – К.: КУТЕП, 2005. – С.491 – 496.

13. Герасименко С. С., Головач А. В., Єріна Є. М. та ін.; За ред. С. С. Герасименка. — 2-ге видання. — К.: КНЕУ, 2000. — 467 с.

14. Буреева Н. Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП “STATISTICA”. Учебно-методический материал по программе повышения квалификации «Применение программных средств в научных исследованиях и преподавании математики и механики» / Буреева. Н. Н. – Нижний Новгород: 2007. – 46 с.

15. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія / Борушак М. –Львів : ІРД НАН України, 2006. –288 с.

16. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.

17. Проурзин Л. Ю. Туризм как экономический приоритет : монография / Л. Ю. Проурзин. – М. : Новый век, 2004. – 216 с.

18. Папп В.В. Вплив індустрії туризму на соціально-економічний розвиток регіону (на прикладі Закарпатської області). / В.В. Папп // Сталий розвиток економіки. - 2015. - № 3(28). – С. 138-146.
19. Приходько Г. Національна держава українців / Г. Приходько [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.wikisource.org/wiki/>
20. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: [монографія / за ред. З. С. Варналія]. – К.: Знання України, 2005. – 498 с.
21. Рябев А. А. Оцінка конкурентоспроможності об'єктів готельного господарства Харківського регіону / А. А. Рябев // 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. 155-168.
22. Саак А. Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 480 с.
23. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : [монографія] / [Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с
24. Стратегія регіонального розвитку туризму : монографія / І. В. Левицька, Н. В. Корж, А. Г. Кізюн, Н. В. Онищук. – Вінниця : Меркьюрі Поділля, 2013. – 192 с.
25. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.
26. Booking [Електронний ресурс] Режим доступу до док. : <https://www.booking.com>
27. Горбатова Є. Ф. Аналіз тенденцій розвитку світової туристичної галузі / Є. Ф. Горбатова // Моделювання регіональної економіки. - 2012. - № 2. - С. 214-227.
28. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 200 с.

29. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. - М.: Афины, 1994.- 345 с.
30. Розвиток туристичного бізнесу регіону : Монографія / М-во освіти і науки України, Чернівецький торговельно-економічний інститут ; ред. : І. М. Школа. – Чернівці : Книги-XXI, 2010. – 291 с.
31. Сторонянська І. З. Регіони України: пошук моделі конвергентного розвитку: [монографія] / І. З. Сторонянська. – Львів: Арал, 2008. – 142 с.
32. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : [монографія] / [Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с
33. Стратегія регіонального розвитку туризму : монографія / І. В. Левицька, Н. В. Корж, А. Г. Кізюн, Н. В. Онищук. – Вінниця : Меркьюрі Поділля, 2013. – 192 с.
34. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / За ред. Проф. В.В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. – 268 с
35. Туристичний імідж регіону: монографія / за ред. А.Ю. Парфіненка. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 312 с.
36. Рябев А. А. Готельні та хостельні мережі: дослідження споживчого попиту / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №2 (13) , том 1– 2016. – Харків: ХНАДУ, 2016 – С. 94-101. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar)
37. Рябев А. А. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку кемпінгів у Харківському регіоні / А. А. Рябев, І. Б. Баландіна // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (18), том 1 – 2017. – Харків: ХНАДУ, 2017 – С. 97-103. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar)

38. Рябєв А. А. Моделювання впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України. / А.А. Рябєв // Інфраструктура ринку. – 2018. - Вип. 18. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://market-infr.od.ua/uk/?utm_campaign=zaproshenya-do-publkats-n&utm_source=sendpulse&utm_medium=email

39. Рябєв А. А. Проект создания городского коммунального предприятия «Хостел» / А. А. Рябєв // Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 28-29 березня. – Х.: ХНАМГ, 2013. – С. 105-106.

40. Рябєв А. А. Визначення і оцінка факторів, що впливають на рівень розвитку готельного господарства // Сучасні напрями інформаційно-комунікаційних технологій та засобів управління : Матеріали четвертої науково-технічної конференції. – Полтава: ПНТУ; Баку ВА ЗС АР; Белгород: „БелДУ”; Кіровоград: КЛА НАУ; Харків: ДП „ХНДІ ТМ”, 2014. – С. 80.

41. Рябєв А. А. Актуальність залізничного туризму в Україні: шлях до розвитку / А. А. Рябєв, К. В. Тимофєєва // Materiały XII Międzynarodowej naukowii-praktycznej konferencji «Wykształcenie i nauka bez granic - 2016» Volume 5. Ekonomiczne nauki. : Przemysł. Nauka i studia. – С. 13-15. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/44_NIOBG_2016/Economics/13_219540.doc.htm

42. Рябєв А. А. Дослідження проблем розвитку туристсько-готельного комплексу в сучасних умовах /А. А. Рябєв, Ю. Л. Герасименко, Є. О. Кобзар // Двадцять треті економіко-правові дискусії (економічне спрямування): матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. – Львів, 2017. – С. 22-26 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-2227/>

ВИСНОВКИ

У ході написання дослідження отримали подальшого розвитку теоретико-методичні та прикладні аспекти вирішення актуальної наукової проблеми формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України. Вирішення ряду поставлених наукових задач дозволило отримати нові наукові результати різного ступеня новизни та дійти таких висновків:

1. Узагальнення світового досвіду розвитку туризму в межах регіональних соціально-економічних систем, вивчення динаміки та характеристик туристичних потоків по країнах світу дало змогу поділити регіони України на три групи за ознакою наявності певних видів туризму, а саме: однорідні – в котрих розвинуто види туризму, що потребують однакових за складом ресурсів, різноманітні – в яких представлено практично всі види туризму та не розвинуті - зі слабо розвинутою туристичною діяльністю.

2. Узагальнення теоретичних аспектів стратегічного управління розвитком підприємництва взагалі та туристичного бізнесу зокрема, а також практики регіонального управління дозволило скласти авторське бачення шляхів вирішення проблеми формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України, а саме: стратегічні пріоритети розвитку туризму мають співпадати зі стратегією розвитку регіону та врахувати його соціально-економічні, історико-культурні та природно-географічні особливості. Цей концепт дає змогу визначення стратегічних пріоритетів розвитку туристичного бізнесу виходячи з ресурсного забезпечення регіону та довести, що туристична діяльність є ваговою складовою соціально-економічного розвитку регіональних систем.

3. Визначено склад інфраструктури туристичної галузі та доведено, що готельне господарство є тією складовою, стан якої визначає спроможність регіону до розвитку туризму.

4. Формування складу пріоритетних напрямків розвитку туризму в соціально-економічній системі регіону було виконане на основі співставлення

витрат громадян по країнах світу й виокремлення стратегічних альтернатив розвитку туристичної сфери з використанням порівняльної характеристики маркетингової та стратегічної сегментації діяльності представників сфери туризму з визначенням детермінант успіху туристичних закладів для кожного з напрямків їх діяльності, що дало змогу визначити комплекс пріоритетів та прогнозованих ефектів від реалізації програм регіонального розвитку туризму, визначити склад інфраструктури туристичної галузі та довести концептуальне положення щодо готельного господарства, як стратегічної складової, стан якої визначає спроможність регіону до розвитку туризму.

5. Ранжування регіонів України виходячи з кількості розміщених у колективних засобах розміщування громадян дозволило сформулювати складові ефективної діяльності представників туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, що є стратегічними підцілями у складі регіональної стратегії розвитку туристичної діяльності та виділити регіони-лідери, що мають стратегічні переваги розвитку туризму за кількістю готелів та місць у колективних засобах розміщування громадян.

6. Удосконалення методичного підходу до визначення впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України шляхом побудови регресійної моделі, що цілком довела його наявність та підтвердила припущення, що не лише щільність, але й якість послуг готельного бізнесу складають стратегічні пріоритети розвитку туризму, дало змогу довести необхідність покращення якості послуг готельного господарства для збільшення чисельності іноземних туристів та визначити мультиплікативний вплив туристських послуг на регіональну економіку.

7. Удосконалення методичного підходу до обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку готельного господарства в регіонах зі сприятливими умовами для розвитку туризму дозволило визначити ранг кожної з компонент гостьових послуг виходячи з пріоритетності виду туризму у регіоні та визначити послідовність етапів позиціонування відповідності регіону певним видам туристичної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Горбик В.О «Звід пам'яток історії та культури України» у дослідженні і охороні культурної спадщини: досвід, проблеми, перспективи / В.О. Горбик, Г.Г. Денисенко. — Інститут історії України НАН України, 2012. — 192 с.
2. Гаагская декларация Межпарламентской конференции по туризму ООН; Декларація, Міжнародний документ. — Режим доступу до док. : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_904
3. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія / Борушак М. — Львів : ІРД НАН України, 2006. — 288 с.
4. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 № 324/95-ВР : за станом на 17.11.2010 [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України // Офіційний сайт Верховної Ради України. — Режим доступу до док. : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=324%2F95-%E2%F0&p=1297359085363026>.
5. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 200 с.
6. Дурович А. П. Маркетинг в туризме / А. П. Дурович. — Минск : Новое знание, 2003. — 496 с.
7. 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, 2008. - 360с.
8. Покоłodна М. Поняття, особливості, класифікація і формування структури і якості туристських послуг на підприємствах розміщення туристського типу / М. М. Покоłodна // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. — Х.: ХНАМГ, 2009. — Розд. 1. — С. 6 – 33.

9. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Ф. Котлер, Дж Боуен, Дж. Мейкенз; под ред. Р. Б. Ноздревой; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ, 2007.– 787 с.
10. Охріменко О.О. Соціальні аспекти безпеки сфери туризму в умовах глобалізації / О. О. Охріменко [Електронний ресурс]. – Режим доступу до док. : http://www.niisp.org/vydanna/panorama/issue.php?s=prnb2&issue=2006_1.
11. Папп В.В. Вплив індустрії туризму на соціально-економічний розвиток регіону (на прикладі Закарпатської області). / В.В. Папп // Сталий розвиток економіки. - 2015. - № 3(28). – С. 138-146.
12. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : [монографія] / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 232 с.
14. Рябев А. А. Развитие туризма в городе: хостели / А. А. Рябев // XXXV науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 1. Строительство, архитектура, экология, общественные науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – С. 194 - 195.
15. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 200 с.
16. Долішній М. І. Регіональна політика: методологія, методи, практика / М. І. Долішній, П. Ю. Беленький, В. Я. Бідак. – Львів, 2001. – 714 с.
17. Краснонос О. М. Оцінка економічної самодостатності регіонів України. / О.М. Краснонос // Моделювання регіональної економіки : збірник наукових праць.-2015.-№1(25). - С.187-194
18. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / За ред. Проф. В.В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. – 268 с.
19. Мархонос С. М. Туристична сфера як фактор підвищення інвестиційної привабливості регіону / С. М. Мархонос, Н. П. Турло. //Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - № 1. - Режим доступу:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_30 .

20. Коржилов Л. І. Розвиток туризму в Україні в регіональному контексті / Л. І. Коржилов // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2015. - Т. 20, Вип. 1(2). - С. 131-134.

21. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. - М.: Афины, 1994.- 345 с.

22. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі : монографія / М.Г. Бойко. – К.: Київ. Нац. Торг.-екон. Ун-т, 2010. – 524

23. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.unwto.org .

24. Офіційний сайт статистичного комітету ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>

25. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія / О.О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.

26. Проурзин Л. Ю. Туризм как экономический приоритет : монография / Л. Ю. Проурзин. – М. : Новый век, 2004. – 216 с.

27. Бунтова Н. В. Кадрове забезпечення галузі туризму з урахуванням міжнародного досвіду - Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/11786> .

28. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.

29. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное. — М.: Эксмо, 2007. — 960 с. — ISBN 978-5-699-20989-7 .

30. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Эксмо, 2007. — (Серия: Антология экономической мысли) — 960 с. — ISBN 978-5-699-18389-0.

31. Мочерний С.В. Современный государственно-монополистический

капіталізм: Вопросы методологии. – К.: Вища шк., 1978. – 10,4 друк. Арк.;

32. Приходько Г. Національна держава українців / Г. Приходько [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.wikisource.org/wiki/>.

33. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : [монографія] / [Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с

34. Xénophon. Économique. Texte établi et traduit par P. Chantraine. 4e tirage 2003. 205 p. ISBN 978-2-251-00338-2

35. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні : теоретико-прикладний аспект [Текст] : монографія /Мар'яна Біль ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. - Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. - 226 с.

36. Крамченко Р. А. Форми і методи державного регулювання розвитку сфери послуг: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.03 / Р. А. Крамченко ; НАН України; Інститут регіональних досліджень. — Л., 2008. — 20 с.

37. “Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів” (Офіційний вісник України, 2008 р., № 60, ст. 2041

38. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>.

39. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних сполучень [Текст] / уклад. Л. О. Пустовіт [та ін]. – К., 2000. – 1018 с.

40. Економіка України в умовах глобалізації / [за ред. І. М. Школи та О. В. Бабінської] : монографія. - К. : Книги-XXI, 2009. – 527 с.

41. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія] / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

42. Рішення сесії Запорізької обласної ради про затвердження «Програми розвитку рекреаційно-курортного комплексу та туризму в Запорізькій області на 2011 – 2015 рр.» від 23.12.2010 р. № 14. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rada.zp.ua/sessia_out.php?145

43. Рішення сесії Івано-Франківської обласної ради про затвердження «Регіональної цільової програми розвитку туризму в області на 2011 – 2015 роки від 24.03.2011 - 2015 роки» від 24.03.2011 № 74-4/2011. – [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: http://www.orada.if.ua/fileadmin/documents/Rishennja/06_04/74-4.pdf .

44. Рішення сесії Львівської обласної ради про затвердження «Програми розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2011 – 2015 роки» від 24.05.2011 р. № 136. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.oblrada.lviv.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=48 .

45. Рішення сесії Одеської обласної ради про затвердження «Програми розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області на 2011 – 2015 роки» від 26.08.2011 р. № 204-VI. З посиланнями на додатки. [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: http://uspi.odessa.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&catid=90%3A7-&id=481%3A-2011-2015-&Itemid=185&lang=ru .

46. Рішення сесії Полтавської обласної ради про затвердження «Обласної програма розвитку туризму і курортів на 2011 – 2015 роки» від 30.03.2011 р. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://oblrada.pl.ua/ses/6/4/3.pdf>

47. Бондар Т.В. Соціально-економічний розвиток сільської місцевості регіону та напрями його удосконалення: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.07.02 / Т.В. Бондар ; Миколаїв. держ. аграр. ун-т. — Миколаїв, 2006. — 19 с. — укр.

48. Белоущенко Я. А. Диверсифікація діяльності підприємств, які забезпечують розвиток риболовецького туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / Я. А. Белоущенко ; Тавр. нац. ун-т ім. В.І. Вернадського. — Сімф., 2010. — 19 с. — укр.

49. Біль М.М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. наук з

держ. упр. : 25.00.02 / М.М. Біль ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. — Л., 2010. — 19 с. — укр.

50. Вершицький А. В. Формування та розвиток мережі підприємств автомобільного туризму в Криму: Автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. екон. наук: 08.06.01 / А.В. Вершицький ; Тавр. нац. ун-т ім. В.І.Вернадського. — Сімф., 2006. — 20 с. — укр.

51. Василів О.Б. Державне управління розвитком туристично-рекреаційної галузі на регіональному рівні (на прикладі Івано-Франківської області): автореф. дис. канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / О.Б. Василів ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. — Л., 2008. — 19 с. — укр.

52. Гаман П.І. Державне регулювання розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. д-ра наук з держ. упр.: 25.00.02 / П.І. Гаман ; Рада по вивч. продукт. сил України НАН України. — К., 2009. — 40 с. — укр.

53. Гаврилюк М. А. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / А. М. Гаврилюк ; Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. — К., 2011. — 20 с. — укр.

54. Гловацька В.В. Розвиток підприємництва в системі становлення сільського (зеленого) туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 / В.В. Гловацька ; Держ. вищ. навч. закл. "Держ. агрокол. ун-т". — Житомир, 2008. — 20 с. — укр.

55. Гук Н.А. Розвиток регіональної системи міжнародного туризму в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.02 / Н.А. Гук ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К., 2008. — 21 с. — укр.

56. Дмитренко В.М. Державне регулювання регіонального рекреаційно-туристичного комплексу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / В.М. Дмитренко ; Класич. приват. ун-т. — Запоріжжя, 2008. — 20 с. — укр.

57. Остап'юк Н.І. Державне регулювання розвитку туристичної галузі в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.03 / Н. І. Остап'юк; НАН України, Н.-д. центр індустр. пробл. розв. — Х., 2011. — 20 с.: рис., табл. — укр.

58. Побоченко Л.М. Міжнародний туризм у системі імперативів сталого розвитку: автореф. дис. на здобуття наук канд. екон. наук: 08.00.02 / Л.М. Побоченко ; Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України. — К., 2008. — 18 с. — укр.

59. Стойка В. О. Науково-практичні засади інвестування туристичної галузі: автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. екон. наук : 08.00.03 / В. О. Стойка ; Черніг. держ. ін-т економіки і упр. — Чернігів, 2011. — 19 с. — укр.

60. Костриця М.М. Підприємницькі засади розвитку сільського туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук.: 08.00.04 / М.М. Костриця ; Житомир. нац. агроекол. ун-т. — Житомир, 2009. — 20 с. — укр.

61. Дехтяр Н. А. Державна підтримка розвитку туризму у цільових програмах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.03 / Н. А. Дехтяр ; НАН України ; Н.-д. центр індустріал. пробл. розвитку. — Х., 2011. — 19 с. — укр.

62. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук канд. екон. наук : 08.00.10 / О. О. Колесник ; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. — К., 2011. — 20 с. — укр.

63. Коржилов Л. І. Розвиток туризму в Україні в регіональному контексті / Л. І. Коржилов // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2015. - Т. 20, Вип. 1(2). - С. 131-134.

64. Крамченко Р. А. Форми і методи державного регулювання розвитку сфери послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.03 / Р. А. Крамченко ; НАН України; Інститут регіональних досліджень. — Л., 2008. — 20 с.

65. Горбатова Є. Ф. Аналіз тенденцій розвитку світової туристичної

галузі / Є. Ф. Горбатова // Моделювання регіональної економіки. - 2012. - № 2. - С. 214-227..

66. Липчук Н.В. Розвиток агротуризму як напрямок диверсифікації особистих селянських господарств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 / Н.В. Липчук ; Львів. держ. аграр. ун-т. — Л., 2007. — 20 с. — укр.

67. Дубенюк Я.А. Розвиток світового ринку туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.02 / Я.А. Дубенюк ; Донец. нац. ун-т. — Донецьк, 2008. — 20 с. — укр.

68. Пінчук Т.А. Розвиток та ефективність туристичних послуг аграрних підприємств регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 / Т.А. Пінчук ; Дніпропетр. держ. аграр. ун-т. — Д., 2008. — 20 с. — укр.

69. Моран О.І. Розвиток туристичного ринку в економічній системі регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.05 / О.І. Моран ; Ін-т регіон. дослідж. НАН України. — Л., 2008. — 20 с. — укр.

70. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук канд. екон. наук : 08.00.10 / О. О. Колесник ; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. — К., 2011. — 20 с. — укр.

71. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дис. на здобуття наук ступеня д-ра екон. наук: 08.00.05 / М. Борушак ; НАН України. Ін-т регіон. дослідж. — Л., 2008. — 35 с. — укр.

72. Панасюк К. А. Управління розвитком малого підприємства сфери туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / К. А. Панасюк ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — Донецьк, 2011. — 19 с. — укр.

73. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.00.05 / М. П. Мальська ; НАН України, Ін-т регіон. дослідж. — Л., 2011. — 40 с.: рис. — укр.

74. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання та регулювання туристичної привабливості території: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.02.03 / О.В. Музиченко-Козловська ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". — Л., 2007. — 21 с. — укр.

75. Мохаммед Собхі Кдеір Хавамлех Державне регулювання галузі туристичних послуг як стратегія розвитку національних конкурентних переваг: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 / Мохаммед Собхі Кдеір Хавамлех ; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2009. — 20 с. — укр.

76. Поліщук О.А. Державне регулювання детінізації туристичного бізнесу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.03 / О.А. Поліщук ; Класич. приват. ун-т. — Запоріжжя, 2009. — 20 с. — укр.

77. Томаневич Л.М. Організаційно-економічний механізм управління туристично-рекреаційними комплексами в Україні: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.02.03 / Л.М. Томаневич ; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. — Л., 2006. — 21 с. — укр.

78. Рябев А.А., Торкатюк В. И., Гусь И. Н., Шутенко А. Л. Современные экономические проблемы Украины и пути их решения /А. А. Рябев, В. И. Торкатюк, А. Л. Шутенко и др./ Коммунальное хозяйство городов. Научн.-техн. сборник. Серия «Экономические науки». Вып. 92. – К.: Техніка, 2010. – С. 160-176.

79. Рябев А. А. Використання реклами та інформаційних систем з метою створення позитивного іміджу туристських підприємств в регіоні / А. А. Рябев // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – С.34-55.

80. Рябев А. А. Досвід стратегії розвитку туризму в регіонах України на основі державної підтримки / А. А. Рябев // Моделювання регіональної економіки. – 2016. – Вип. 2(28). – С.

81. Офіційний сайт статистичного комітету ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>

82. Козубова Н. В. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні / Н. В. Козубова // Інноваційна економіка. - 2014. - № 2. - С. 137-143.
83. Костюк І. В. Аналіз ефективності туристичної діяльності / І. В. Костюк, А. А. Терехух, О. М. Щур // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.13. – С. 92 – 97.
84. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : [монографія] / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 232 с.
85. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних сполучень [Текст] / уклад. Л. О. Пустовіт [та ін]. – К., 2000. – 1018 с.
86. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.unwto.org .
87. Дибб С., Симкин Л. Практическое руководство по сегментированию рынка. – СПб.: Питер, 2002. – 240 с.
88. Дурович А. П. Маркетинг в туризме / А. П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2003. – 496 с.
89. Рябев А. А. Дослідження ринку споживчого попиту на прикладі готельних послуг / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (10) – 2015. – С 31-35.
90. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
91. Рябев А.А., Шутенко Л.М., Торкатюк В.И., Аксенова С.В., Крамаренко Р. М. Организация устойчивого развития регионов Украины на основе управления рисками общественного развития / А. А. Рябев, Л. М. Шутенко, В. І. Торкатюк и др.// Коммунальное хозяйство городов. Научн.-техн. сборник. Вып. 94. – К.: Техніка, 2010. – С. 383-390.
92. Inskeep, E. (1988) 'Tourism Planning: An Emerging Specialization', Journal of the American Planning Association, 54(3), 360–372.
93. Гаагская декларация Межпарламентской конференции по

туризму ООН; Декларація, Міжнародний документ. – Режим доступу до док. : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_904

94. Рябев А. А. Сталий розвиток санаторно-курортних комплексів за рахунок підвищення ефективності реалізації інвестиційних проектів реконструкції. /А. А. Рябев // Економіка. Менеджмент і маркетинг невиробничої сфери: теорія, практика, перспективи – Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих науковців (м. Ялта, 17-19 квітня 2009 р.). – Ялта, РВНЗ КГУ, 2009. Секція „Сталий розвиток підприємств” – С. 132 – 134.

95. Стратегії сталого розвитку "Україна - 2020" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>

96. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016 – 2020 роки <http://zakarpat-rada.gov.ua/category/proekty-rishennya/> .

97. Програма розвитку рекреаційно-курортного комплексу та туризму в Запорізькій області на 2016 – 2020 роки <http://www.zoda.gov.ua/news/31328/programa-rozvitku-turizmu-zaporizkoji-oblasti-dozvolit-rozshiriti-geografiju-turistichnih-potokiv.html> .

98. Програма розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2014 – 2017 роки <http://www.oblrada.lviv.ua/oblprog2015> .

99. Регіональна цільова програма розвитку туризму в Івано-Франківській на 2016 – 2020 роки www.if.gov.ua/.../Програма%20розвитку%20туризму .

100. Програма розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області на 2017 – 2020 роки https://oda.odessa.gov.ua/turyzm_i_pryroda/prohrama_rozvytku_turyzmu_v_odeskii_oblasti.html .

101. Обласна програма розвитку туризму і курортів на 2016 – 2020 роки <http://poltava-tour.gov.ua/page/oblasna-programa-rozvitku-turizmu-i-kurortiv-na-2016-2020-rr> .

102. Програма розвитку туризму в Рівненській області на 2016–2020

- роки http://oblrada.rv.ua/docs/index.php?ELEMENT_ID=12180&sphrase_id=15805
103. Програма сталого розвитку туризму в Сумській області на 2018 – 2022 роки <http://sm.gov.ua/uk/2012-02-03-08-03-13.html>.
 104. Обласна програма розвитку туризму та курортів в Херсонській обл. на 2016–2020 роки <http://khoda.gov.ua/oblasna-programa-rozvitku-turizmu-ta-kurortiv-na-2011-2015-roki>.
 105. Програма розвитку культури і туризму в Харківській області на 2014 – 2018 роки <http://www.oblrada.kharkov.ua/ua/public-information/oblasni-programi>
 106. Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2012-2020 роки <http://oblradack.gov.ua/oblasn-programi.html>
 107. Саак А. Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 480 с.
 108. ДСТУ 4268:2003 "Послуги туристичні. Заклади розміщування. Загальні вимоги"
 109. Рябев А. А. Проблеми розвитку житлово-комунального господарства України в сучасних умовах / А. А. Рябев, В. І. Торкатюк, М. В. Євтушенко и др. // XXXVI науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 3. Экономические науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2012. – С. 109-110.
 110. Статистичний бюлетень "Колективні засоби розміщування в Україні" 2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm.
 111. Статистичний бюлетень "Колективні засоби розміщування в Україні" 2014 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_kzr_bl.htm.
 112. Буреева Н. Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП "STATISTICA". Учебно-методический материал по программе повышения квалификации «Применение программных средств в научных исследованиях и преподавании математики и механики» / Буреева. Н.

Н. – Нижний Новгород: 2007. – 46 с.

113. Рябев А. А. Формування ринку споживчого попиту готельних послуг / А. А. Рябев // Економіка та менеджмент: стратегічні імперативи, аналіз тенденцій та перспектив розвитку. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції 05 грудня 2014 року. – Херсон: Тімекс. – 2014. С. 54-57.

114. 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, 2008. - 360с.

115. Рябев А. А. Повышение эффективности реализации инвестиционных проектов реконструкции санаторно-курортных комплексов / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Стратегічні напрямки підвищення економічної ефективності реалізації інвестиційних будівельних проектів в умовах трансформації економіки України до ринкових відносин: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції.; Секція 2 «Проблеми структурних зв'язків в будівельній галузі та їх удосконалення». Харків: ХНАМГ, 2008 – С. 56-57

116. Бунтова Н. В. Кадрове забезпечення галузі туризму з урахуванням міжнародного досвіду - Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/11786> .

117. Мархонос С. М. Туристична сфера як фактор підвищення інвестиційної привабливості регіону / С. М. Мархонос, Н. П. Турло. // Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - № 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_30 .

118. Рябев А. А. Визначення стану та динаміки розвитку готельного господарства регіонів України, як складової туристичної галузі / А. А. Рябев. // Моделювання регіональної економіки. – 2017. – Вип. 1(29).

119. Богдан Н.М. Теоретико-методологічні підходи до оцінювання узгодженості туристської галузі та міста / Н.М. Богдан, І.М. Писаревський // Науковий журнал «Sciense Rise».- Х., 2015. - №11/1 (16). - С. 11-15.

120. Рябев А.А. Повышение эффективности реализации

инвестиционных проектов реконструкции санаторно-курортных комплексов. / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Коммунальное хозяйство городов, научно-технический сборник, вып. 87. – К.: Техника, 2009. – С.

121. Рябев А.А. Повышение эффективности использования номерного фонда санаторно-курортного комплекса в рамках проведения «Евро - 2012». / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Управління розвитком. – 2009. - № 6. – Секція 2 „Значення побудови туристичної інфраструктури в рамках „Евро-2012”. – С. 48.

122. Рябев А.А. Нормативно-правове забезпечення діяльності готельного господарства / А. А. Рябев // Тенденції та напрямки розвитку туріндустрії України: за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. унт. міськ. госп-ва ім. О.М Бекетова. – Х. : ХНУМГ, 2014. – С. 157-172.

123. Рябев А. А. Классификация гостиниц: некоторые проблемы и пути их решения. – Материалы 34-й научно-технической конференции преподавателей, аспирантов и сотрудников Харьковской национальной академии городского хозяйства. – Харьков: ХНАГХ, 2008. – С. 170-172.

124. Рябев А. А. Развитие туризма в период економічної кризи: хостели /А. А. Рябев/ Матеріали XII міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених (м. Донецьк, 13 – 14 квітня 2010 р.). Донецьк. ін-т турист. бізнесу . – Донецьк, 2010. – С. 72 – 73.

125. Рябев А. А. Щодо приведення стандартів в сфері готельного господарства до фактичних умов праці готельних підприємств: на прикладі ДСТУ 4527 / А. А. Рябев // XXXVII науч.-техн. конф. препод., аспирантов. Эконом. и гуманитарные науки. – Х.: ХНАМГ, 2014. – Ч. 2. – С. 199-201.

126. Статистичний бюлетень "Колективні засоби розміщування в Україні" 2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm

127. Рябев А. А. Стратегії росту готельного бізнесу. Теорія та практична реалізація на державному рівні / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Зб. наук. праць Харківського національного

автомобільно-дорожнього університету. – 2017. – №1 (16). – С. 54-60.

128. 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 за заг. ред. д. філос. н. Журби М. А. – Частина 1. – Монреаль : ЦСП «НБК»; Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2016. – С. 239–242. Індексация: Scientific Indexing Services (USA).

129. Статистичний збірник «Регіони України 2012 рік» Частина I – [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm .

130. Статистичний збірник «Регіони України 2016 рік» Частина I – [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm .

131. Статистичний збірник «Регіони України 2016 рік» Частина II – [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ2_u.htm

132. Рябєв А. А. Створення малих готелів як фактор розвитку Харківського регіону / А. А. Рябєв // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – С.248-258.

133. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.

134. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних сполучень [Текст] / уклад. Л. О. Пустовіт [та ін]. – К., 2000. – 1018 с.

135. Рябєв А. А. Розвиток хостелів в м. Харкові, як ефективний шлях управління попитом на послуги підприємств готельного господарства / А. А. Рябєв // Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. –

С. 220-228.

136. Проблеми географії та менеджменту туризму : монографія / [В. Г. Явкін , В. П. Руденко, О. Д. Король та ін.]. – Чернівці : Рута, 2006. – 260 с.

137. Ткаченко Т.І. Індикатори розвитку туризму: методичні та практичні аспекти / Т. І. Ткаченко // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – К.: КУТЕП, 2005. – С.491 – 496.

138. Герасименко С. С., Головач А. В., Єріна Є. М. та ін.; За ред. С. С. Герасименка. — 2-ге видання. — К.: КНЕУ, 2000. — 467 с.

139. Буреева Н. Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП “STATISTICA”. Учебно-методический материал по программе повышения квалификации «Применение программных средств в научных исследованиях и преподавании математики и механики» / Буреева. Н. Н. – Нижний Новгород: 2007. – 46 с.

140. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія / Борушак М. –Львів : ІРД НАН України, 2006. –288 с.

141. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.

142. Проурзин Л. Ю. Туризм как экономический приоритет : монография / Л. Ю. Проурзин. – М. : Новый век, 2004. – 216 с.

143. Папп В.В. Вплив індустрії туризму на соціально-економічний розвиток регіону (на прикладі Закарпатської області). / В.В. Папп // Сталий розвиток економіки. - 2015. - № 3(28). – С. 138-146.

144. Приходько Г. Національна держава українців / Г. Приходько [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.wikisource.org/wiki/>

145. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: [монографія / за ред. З. С. Варналія]. – К.: Знання України, 2005. – 498 с.

146. Рябев А. А. Оцінка конкурентоспроможності об'єктів готельного

господарства Харківського регіону / А. А. Рябев // 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. 155-168.

147. Саак А. Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 480 с.

148. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : [монографія] / [Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с

149. Стратегія регіонального розвитку туризму : монографія / І. В. Левицька, Н. В. Корж, А. Г. Кізюн, Н. В. Онищук. – Вінниця : Меркьюрі Поділля, 2013. – 192 с.

150. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.

151. Booking [Електронний ресурс] Режим доступу до док. : <https://www.booking.com>

152. Горбатова Є. Ф. Аналіз тенденцій розвитку світової туристичної галузі / Є. Ф. Горбатова // Моделювання регіональної економіки. - 2012. - № 2. - С. 214-227.

153. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 200 с.

154. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. - М.: Афины, 1994.- 345 с.

155. Розвиток туристичного бізнесу регіону : Монографія / М-во освіти і науки України, Чернівецький торговельно-економічний інститут ; ред. : І. М. Школа. – Чернівці : Книги-XXI, 2010. – 291 с.

156. Сторонянська І. З. Регіони України: пошук моделі конвергентного розвитку: [монографія] / І. З. Сторонянська. – Львів: Арал, 2008. – 142 с.

157. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : [монографія] /

[Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с

158. Стратегія регіонального розвитку туризму : монографія / І. В. Левицька, Н. В. Корж, А. Г. Кізюн, Н. В. Онищук. – Вінниця : Меркьюрі Поділля, 2013. – 192 с.

159. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / За ред. Проф. В.В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. – 268 с

160. Туристичний імідж регіону: монографія / за ред. А.Ю. Парфіненка. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 312 с.

161. Рябев А. А. Готельні та хостельні мережі: дослідження споживчого попиту / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №2 (13) , том 1– 2016. – Харків: ХНАДУ, 2016 – С. 94-101. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar).

162. Рябев А. А. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку кемпінгів у Харківському регіоні / А. А. Рябев, І. Б. Баландіна // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (18), том 1 – 2017. – Харків: ХНАДУ, 2017 – С. 97-103. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar)

163. Рябев А. А. Моделювання впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України. / А.А. Рябев // Інфраструктура ринку. – 2018. - Вип. 18. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://market-infr.od.ua/uk/?utm_campaign=zaproshenya-do-publkats-n&utm_source=sendpulse&utm_medium=email

164. Рябев А. А. Проект создания городского коммунального предприятия «Хостел» / А. А. Рябев // Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 28-29 березня. – Х.: ХНАМГ, 2013. – С. 105-106.

165. Рябєв А. А. Визначення і оцінка факторів, що впливають на рівень розвитку готельного господарства // Сучасні напрями інформаційно-комунікаційних технологій та засобів управління : Матеріали четвертої науково-технічної конференції. – Полтава: ПНТУ; Баку ВА ЗС АР; Белгород: „БелДУ”; Кіровоград: КЛА НАУ; Харків: ДП „ХНДІ ТМ”, 2014. – С. 80.

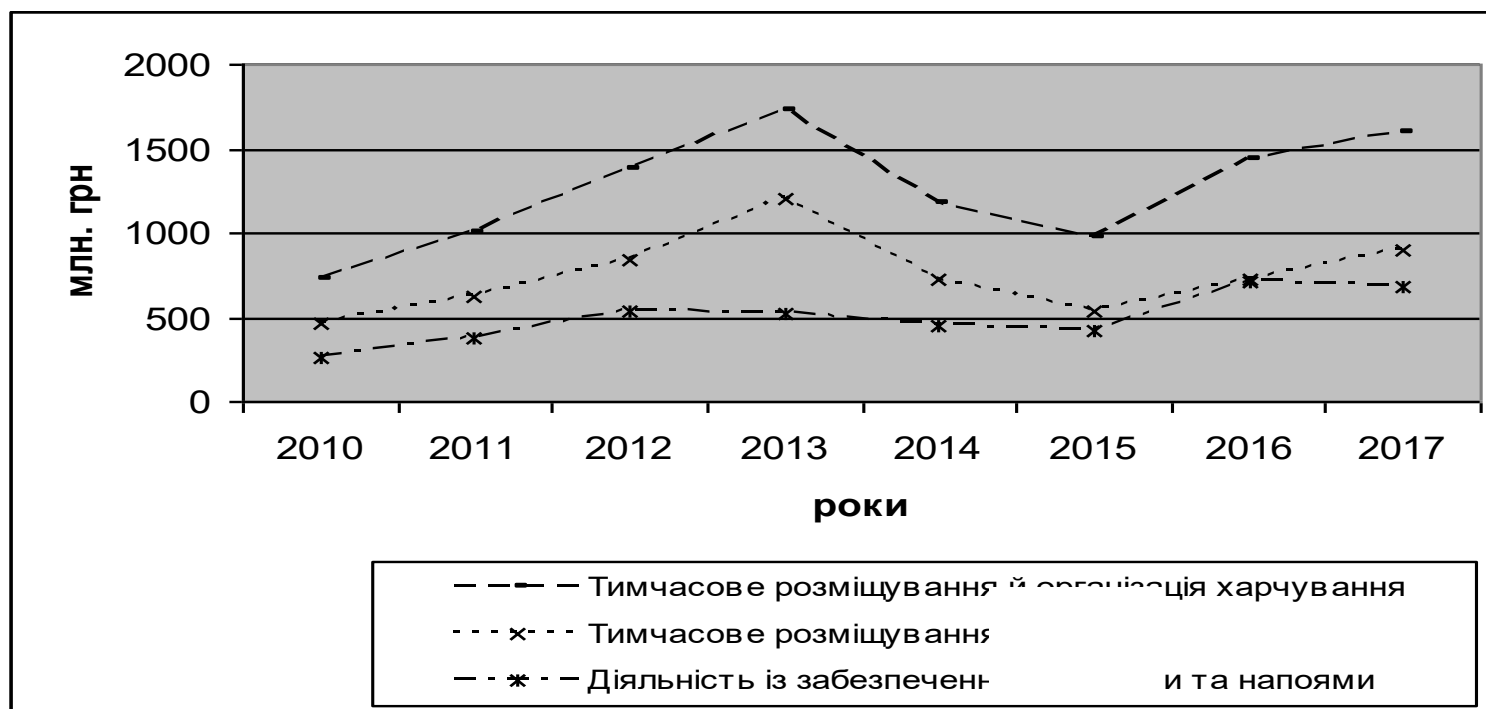
166. Рябєв А. А. Актуальність залізничного туризму в Україні: шлях до розвитку / А. А. Рябєв, К. В. Тимофєєва // Materiały XII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Wykształcenie i nauka bez granic - 2016» Volume 5. Ekonomiczne nauki. : Przemysł. Nauka i studia. – С. 13-15. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.rusnauka.com/44_NIOBG_2016/Economics/13_219540.doc.htm

167. Рябєв А. А. Дослідження проблем розвитку туристсько-готельного комплексу в сучасних умовах /А. А. Рябєв, Ю. Л. Герасименко, Є. О. Кобзар // Двадцять треті економіко-правові дискусії (економічне спрямування): матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. – Львів, 2017. – С. 22-26 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-2227/> .

Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності за 2010-2017 роки (млн. грн.)

Види діяльності	Роки							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Тимчасове розміщування й організація харчування	727,9	997,8	1377	1724,6	1175,5	970	1438,1	1591,4
Тимчасове розміщування	468,2	617	834	1200,8	725	542,8	725,4	904,7
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	259,7	380,8	543	523,8	450,5	427,2	712,7	686,7



обсяги та джерела фінансування Програми

Назва Програми: комплексна регіональна цільова програма розвитку туризму в області на 2016-2020 роки

№ з/п	Найменування підпрограм	Виконавець	Термін виконання	Орієнтовні обсяги фінансування, тис. грн.					Очікувані результати
				роки	всього	в т. ч. за джерелами			
						обласний бюджет	місцеві бюджети	інші джерела	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури	Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування, департамент міжнародного співробітництва, євроінтеграції та розвитку туристичної інфраструктури, департамент будівництва, житлово-комунального господарства, містобудування та архітектури, управління екології та природних ресурсів, облдержадміністрації, управління МВС України в області, обласне управління лісового та мисливського господарства, адміністрації територій та об'єктів природно-заповідного фонду, Івано- Франківський обласний державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді, суб'єкти туристичної діяльності (далі – СТД), вищі навчальні заклади (далі – ВНЗ), неприбуткові громадські організації (далі – НГО), Регіональний туристично-інформаційний центр (далі – РТИЦ)	2016-2020 рр.	2016-2020 рр. в т.ч.:	2250	2250	у межах бюджетних призначень		Розвиток туристичної інфраструктури в області
				2016	450	450	-//-		
				2017	450	450	-//-		
				2018	450	450	-//-		
				2019	450	450	-//-		
				2020	450	450	-//-		
2	Розвиток і диверсифікація	Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування,департамент міжнародного співробітництва, євроінтеграції та розвитку туристичної інфраструктури, департамент освіти і науки, управління культури, національностей та релігій, управління молоді і спорту облдержадміністрації, УДСНС України в		2016-2020 рр. в т.ч.:	2250	2250	у межах бюджетних призначень		Зростання кількості
				2016	450	450	-//-		
				2017	450	450	-//-		

Продовження табл. Б.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	туристичного продукту, підвищення якості послуг	області, музеї, Івано- Франківський обласний центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій, адміністрації туристсько-екскурсійних об'єктів, Івано-Франківський обласний державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді, Обласна організація Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, РТІЦ, СТД, НГО, ВНЗ	2016-2020 рр.	2018	450	450	-//-		в'їзних і внутрішніх туристів
				2019	450	450	-//-		
				2020	450	450	-//-		
3	Промоція туристичного потенціалу	Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування,департамент міжнародного співробітництва, євроінтеграції та розвитку туристичної інфраструктури, департамент освіти і науки, управління молоді і спорту, управління культури, національностей та релігій облдержадміністрації, адміністрації територій та об'єктів	2016-2020 рр.	2016-2020 рр. в т.ч.:	1700	1700	у межах бюджетних призначень		Зростання кількості в'їзних і внутрішніх туристів
				2016	340	340	-//-		
				2017	340	340	-//-		
				2018	340	340	-//-		
				2019	340	340	-//-		
				2020	340	340	-//-		
		природно-заповідного фонду, музеї, РТІЦ, СТД, НГО, ВНЗ	2016-2020 рр.	2016	1240	1240	-//-		
				2017	1240	1240	-//-		
				2018	1240	1240	-//-		
				2019	1240	1240	-//-		
				2020	1240	1240	-//-		
ВСЬОГО					6200	6200	-//-		

Директор департаменту міжнародного співробітництва, євроінтеграції та розвитку туристичної інфраструктури облдержадміністрації

Д. Романюк

Частка компонент гостьових послуг у відповідності до пріоритетних видів туризму регіонів

Область	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Вінницька	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,67	0,67	0,33	1,00	0,33
Волинська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
Дніпропетровська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00
Донецька	0,00	1,00	0,67	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,67	0,33
Житомирська	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Закарпатська	0,33	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,67	0,67	0,67	1,00	0,67
Запорізька	0,50	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00	0,50	1,00	0,50
Івано-Франківська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,50	1,00	0,50
Київська	0,00	1,00	0,75	0,75	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,50	0,75	0,75	0,75	0,50
Кіровоградська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,50	1,00	0,00
Луганська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
Львівська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,67	1,00	1,00	1,00	0,33
Миколаївська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	0,50	0,50	0,50	1,00	0,00
Одеська	0,50	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,25	0,50	0,50	0,25	1,00	0,50
Полтавська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,50	1,00	0,50
Рівненська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,50	0,50	1,00	0,00
Сумська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
Тернопільська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,50	1,00	0,00
Харківська	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
Херсонська	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00	0,50	1,00	0,50
Хмельницька	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,50	1,00	0,00
Черкаська	0,00	1,00	0,67	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,33	0,67	0,33
Чернігівська	0,00	1,00	0,50	0,50	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,00
Чернівецька	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00			0,00	1,00	1,00	0,00

де 1 - Власна кухня, 2 – Холодильник, 3 – Телевізор, 4- Супутникове телебачення, 5 – Кімната, 6 – Душ/туалет, 7 – Інтернет, 8 - Мобільний зв'язок, 9 - Власний пляж, 10 - Басейн відкритий, 11 - Басейн закритий, 12 - Басейн для дітей, 13 - Наявність ресторану, 14 - Наявність їдальні

Продовження табл. В.1

Область	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Вінницька	1,00	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67	1,00	0,67	0,00	0,67	0,33	0,67	1,00

Волинська	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
Дніпропетровська	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,50	1,00	0,50	1,00	1,00
Донецька	0,67	0,67	0,33	0,33	0,67	0,67	0,67	0,33	0,00	0,00	0,67	0,00	0,00	1,00
Житомирська	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Закарпатська	1,00	1,00	0,67	0,67	0,67	0,67	1,00	1,00	0,67	0,00	0,67	0,67	0,67	1,00
Запорізька	1,00	1,00	1,00	0,00	0,50	0,50	1,00	0,50	0,50	0,00	1,00	0,50	1,00	1,00
Івано-Франківська	1,00	0,50	0,50	0,50	1,00	1,00	0,50	1,00	0,50	0,00	1,00	0,50	0,00	1,00
Київська	0,75	0,75	0,50	0,50	0,75	0,75	1,00	0,50	0,75	0,50	0,50	0,75	0,50	1,00
Кіровоградська	1,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,50	0,00	0,50	0,50	0,00	0,50	0,50	0,00	1,00
Луганська	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
Львівська	1,00	0,67	0,33	0,33	0,67	0,67	0,67	1,00	1,00	0,33	0,67	1,00	0,67	1,00
Миколаївська	1,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,50	0,00	1,00	0,50	0,50	1,00
Одеська	1,00	1,00	0,75	0,50	0,50	0,50	1,00	1,00	0,25	0,00	0,75	0,25	0,50	1,00
Полтавська	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	0,00	1,00	0,50	0,00	1,00
Рівненська	1,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,50	0,00	0,50	0,50	0,00	1,00	0,50	0,00	1,00
Сумська	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Тернопільська	1,00	1,00	0,50	0,00	0,50	0,50	1,00	1,00	0,50	0,00	1,00	0,50	0,00	1,00
Харківська	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
Херсонська	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00	0,50	0,00	1,00	0,50	0,50	1,00
Хмельницька	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,50	0,00	1,00	0,50	0,00	1,00
Черкаська	0,67	0,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,33	0,67	0,33	0,00	0,33	0,33	0,00	1,00
Чернігівська	0,50	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,50	0,00	0,00	0,50	0,00	0,00	1,00
Чернівецька	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00

де 15- Наявність бара, кафе, 16 - Спортивні майданчики, 17 - Тенісний kort, 18 - Спортивна зала, 19 - Сауна, 20 - Масаж, 21 - Тренажерна зала, 22 - Об'єкти шопінгу, 23 - Косметологічні об'єкти, 24 - Конференц-зал, 25 - Дитячий майданчик, 26 - Анімаційний майданчик, 27 - Більярд, 28 - Автостоянка

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ*Розділи у колективних монографіях:*

1. Рябев А. А. Використання реклами та інформаційних систем з метою створення позитивного іміджу туристських підприємств в регіоні / А. А. Рябев // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – С.34-55.
2. Рябев А. А. Створення малих готелів як фактор розвитку Харківського регіону / А. А. Рябев // Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – С.248-258.
3. Рябев А. А. Розвиток хостелів в м. Харкові, як ефективний шлях управління попитом на послуги підприємств готельного господарства / А. А. Рябев // Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – С. 220-228.
4. Рябев А. А. Оцінка конкурентоспроможності об'єктів готельного господарства Харківського регіону / А. А. Рябев // 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. 155-168.
5. Рябев А.А. Нормативно-правове забезпечення діяльності готельного господарства / А. А. Рябев // Тенденції та напрямки розвитку туриндустрії України : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. унт. міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ, 2014. – С. 157-172.

Статті у наукових фахових виданнях України

13. Рябев А. А. Повышение эффективности реализации инвестиционных проектов реконструкции санаторно-курортных комплексов. / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Коммунальное хозяйство городов, научно-

технічний збірник, вип. 87. – К.: Техніка 2009. – С. Особистий внесок автора: обґрунтовано доцільність реконструкції санаторно-курортних комплексів як складової туристичної сфери.

14. Рябев А. А. Повышение эффективности использования номерного фонда санаторно-курортного комплекса в рамках проведения «Евро - 2012». / А. А. Рябев, И. М. Писаревский // Збірник наукових статей „Управління розвитком” № 6. Секція 2 „Значення побудови туристичної інфраструктури в рамках „Евро-2012”. – Х.: Харківський національний економічний університет, 2009. – С. 48. Особистий внесок автора: доведено доцільність використання санаторно-курортних комплексів як складової готельного господарства регіону.

15. Рябев А.А. Современные экономические проблемы Украины и пути их решения /А. А. Рябев, В. І. Торкатюк, А. Л. Шутенко и др.// Коммунальное хозяйство городов. Научн.-техн. сборник. Серия «Экономические науки». Вып. 92. – К.: Техніка, 2010. – С. 160-176. Особистий внесок автора: доведено, що розвиток туристичної діяльності являє собою стратегічний пріоритет розвитку економіки.

16. Рябев А. А. Организация устойчивого развития регионов Украины на основе управления рисками общественного развития / А. А. Рябев, Л. М. Шутенко, В. І. Торкатюк и др. // Коммунальное хозяйство городов. Научн.-техн. сборник. Вып. 94. – К.: Техніка, 2010. – С. 383-390. Особистий внесок автора: розкрито питання усталеності економічного розвитку та визначено складові усталеного розвитку економіки регіонів.

17. Рябев А. А. Дослідження ринку споживчого попиту на прикладі готельних послуг / А. А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (10) – 2015. – Харків: ХНАДУ, 2015 – С 31-35.

18. Рябев А. А. Досвід стратегії розвитку туризму в регіонах України на основі державної підтримки / А. А. Рябев // Моделювання регіональної економіки. – 2016. – Вип. 2(28). – С.

19. Рябєв А. А. Визначення стану та динаміки розвитку готельного господарства регіонів України, як складової туристичної галузі / А. А. Рябєв. // Моделювання регіональної економіки. – 2017. – Вип. 1(29). – С.

20. Рябєв А. А. Моделювання впливу суб'єктів готельного бізнесу на розвиток туризму в регіонах України. / А.А. Рябєв // Інфраструктура ринку. – 2018. - Вип. 18. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://market-infr.od.ua/uk/?utm_campaign=zaproshenya-do-publkats-n&utm_source=sendpulse&utm_medium=email

Статті у наукових виданнях інших держав та виданнях України, які включено до міжнародних наукометричних баз

21. Рябєв А. А. Готельні та хостельні мережі: дослідження споживчого попиту / А. А. Рябєв // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №2 (13) , том 1– 2016. – Харків: ХНАДУ, 2016 – С. 94-101. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar)

22. Рябєв А. А. Стратегії росту готельного бізнесу. Теорія та практична реалізація на державному рівні / А. А. Рябєв // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №1 (16) , 2017. – Харків: ХНАДУ, 2016 – С. 54-60. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar)

23. Рябєв А. А. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку кемпінгів у Харківському регіоні / А. А. Рябєв, І. Б. Баландіна // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (18), том 1 – 2017. – Харків: ХНАДУ, 2017 – С. 97-103. (Googl академі, eLIBRARY, CYBERLENINKA, ВИНИТИ, Index Copernicus, Google scholar) Особистий внесок автора: доведено важливість розвитку туризму у регіональних

економічних системах.

24. 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 за заг. ред. д. філос. н. Журби М. А. – Частина 1. – Монреаль : ЦСП «НБК»; Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2016. – С. 239–242. Індексція: Scientific Indexing Services (USA). Особистий внесок автора: доведено, що розвиток туризму є складовою розвитку регіональної економічної системи.

Опубліковані праці апробаційного характеру

25. Рябєв А. А. Классификация гостиниц: некоторые проблемы и пути их решения. / А. А. Рябєв // Материалы 34-й научно-технической конференции преподавателей, аспирантов и сотрудников Харьковской национальной академии городского хозяйства. – Харьков: ХНАГХ, 2008. – С. 170-172.

26. Рябєв А. А. Повышение эффективности реализации инвестиционных проектов реконструкции санаторно-курортных комплексов / А. А. Рябєв, И. М. Писаревский // Стратегічні напрямки підвищення економічної ефективності реалізації інвестиційних будівельних проектів в умовах трансформації економіки України до ринкових відносин: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції.; Секція 2 «Проблеми структурних зв'язків в будівельній галузі та їх удосконалення». Харків: ХНАМГ, 2008 – С. 56-57. Особистий внесок автора: доведено доцільність інвестування у розвиток туристичної діяльності як стратегічний пріоритет розвитку регіональної економічної системи.

27. Рябєв А. А. Сталий розвиток санаторно-курортних комплексів за рахунок підвищення ефективності реалізації інвестиційних проектів реконструкції. / А. А. Рябєв // Економіка. Менеджмент і маркетинг невиробничої сфери: теорія, практика, перспективи – Матеріали II міжнародної

науково-практичної конференції студентів і молодих науковців (м. Ялта, 17-19 квітня 2009 р.). – Ялта, РВНЗ КГУ, 2009. Секція „Сталий розвиток підприємств” – С. 132 – 134.

28. Рябев А. А. Развитие туризма в городе: хостели / А. А. Рябев // XXXV науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 1. Строительство, архитектура, экология, общественные науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – С. 194 - 195.

29. Рябев А. А. Развитие туризма в период экономической кризиса: хостели / А. А. Рябев // Материалы XII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (м. Донецк, 13 – 14 квітня 2010 р.). Донецк. ін-т турист. бізнесу . – Донецк, 2010. – С. 72 - 73.

30. Рябев А. А. Проблемы развития жилищно-коммунального хозяйства Украины в современных условиях / А. А. Рябев, В. І. Торкатюк, М. В. Євтушенко и др. // XXXVI науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 3. Экономические науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2012. – С. 109-110. Особистий внесок автора: розглянуто проблеми впливу стану житлово-комунального господарства на розвиток готельного бізнесу.

31. Рябев А. А. Проект создания городского коммунального предприятия «Хостел» / А. А. Рябев // Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 28-29 березня. – Х.: ХНАМГ, 2013. – С. 105-106.

32. Рябев А. А. Щодо приведення стандартів в сфері готельного господарства до фактичних умов праці готельних підприємств: на прикладі ДСТУ 4527 / А. А. Рябев // XXXVII науч.-техн. конф. препод., аспирантов и сотр. Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. Ч. 2. Экономические и гуманитарные науки: программа и тезисы докладов / Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2014. – С. 199-201.

33. Рябев А. А. Формування ринку споживчого попиту готельних послуг. / А. А. Рябев // Економіка та менеджмент: стратегічні імперативи, аналіз

тенденцій та перспектив розвитку. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції 05 грудня 2014 року. – Херсон : Тімекс . – 2014. – С. 54-56.

34. Рябєв А. А. Визначення і оцінка факторів, що впливають на рівень розвитку готельного господарства / А. А. Рябєв // Сучасні напрями інформаційно-комунікаційних технологій та засобів управління : Матеріали четвертої науково-технічної конференції. – Полтава: ПНТУ; Баку ВА ЗС АР; Белгород: „БєлДУ”; Кіровоград: КЛА НАУ; Харків : ДП „ХНДІ ТМ”, 2014. – С. 80.

35. Рябєв А. А. Актуальність залізничного туризму в Україні: шлях до розвитку / А. А. Рябєв, К. В. Тимофєєва // Materiały XII Międzynarodowej naukowi-praktycznej konferencji «Wykształcenie i nauka bez granic - 2016» Volume 5. Ekonomiczne nauki. : Przemysł. Nauka i studia. – С. 13-15. [Електронний ресурс].- Режим доступу:

http://www.rusnauka.com/44_NIOBG_2016/Economics/13_219540.doc.htm .

Особистий внесок автора: розглянуто проблеми транспортної інфраструктури туристичної діяльності.

36. Рябєв А. А. Дослідження проблем розвитку туристсько-готельного комплексу в сучасних умовах / А. А. Рябєв, Ю. Л. Герасименко, Є. О. Кобзар // Двадцять треті економіко-правові дискусії (економічне спрямування): матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. – Львів, 2017. – С. 22-26 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-2227/> . Особистий внесок автора: доведено, що готельний бізнес є стратегічною складовою розвитку туристичної діяльності.



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.ua14.05.2018 № 01-14/1368
На № _____ від _____**Національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова****ДОВІДКА**

про впровадження результатів дисертаційної роботи
здобувача кафедри туризму і готельного господарства Харківського
національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова
Рябева Антона Анатолійовича
на тему «**Формування складових стратегії розвитку туризму в
регіонах України**»

Управлінням культури і туризму Харківської обласної державної адміністрації прийняті до використання в практичній роботі основні наукові положення та висновки дисертаційної роботи Рябева Антона Анатолійовича, розроблені в ході дослідження на тему «Формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України».

Слід зазначити, що дисертаційне дослідження Рябева А.А. характеризується наявністю обґрунтування та розроблення теоретико-методологічних засад щодо вирішення важливої наукової проблеми стосовно формування та реалізації механізмів формування складових стратегії розвитку туризму на основі створення житлово-комунального підприємства, що буде діяти як мережа з колективних засобів розміщення типу «хостел». Вважається, що створення подібного ЖКП дозволить вирішити питання щодо підвищення ефективності функціонування регіональної економіки, а саме: використати неприбуткову нерухомість, що є на муніципальному балансі та на балансі обласної державної адміністрації та зробити її прибутковими підприємствами туристської інфраструктури регіону; задовольнити попит споживачів послуг бюджетних засобів розміщення; створити додаткові робочі місця тощо.

Таким чином, з огляду на своєчасні та змістовні пропозиції автора дисертаційного дослідження Рябева Антона Анатолійовича, управління культури і туризму Харківської обласної державної адміністрації вважає перспективним їх використання для подальшого вдосконалення стратегії розвитку туристичної діяльності в області.

Довідка видана для подання у 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.

Заступник начальника
управління культури і туризму



Н.А. Плотнік

000004711



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 10.05.18 № 1063

На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження у навчальний процес результатів дисертаційної роботи

Ректорат Харківського національного університету міського господарства ім. О. М. Бекетова підтверджує впровадження у навчальний процес результатів дисертаційної роботи здобувача кафедри туризму і готельного господарства Рябєва Антона Анатолійовича на тему: „Формування складових стратегії розвитку туризму в регіонах України” зі спеціальності 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка при викладанні таких дисциплін, як „Стратегічний менеджмент в туріндустрії”, „Управління сталим розвитком туризму”.

Дисертаційна робота містить нові теоретико-методологічні та практичні розробки, які дозволяють поглибити рівень знань і вмінь студентів у процесі вивчення дисциплін.

Ректор



В. М. Бабаєв