

УДК 338.48

Олійник Л.В.

к.е.н.,

доцент кафедри підприємництва,  
корпоративної та просторової економіки  
Донецького національного університету  
імені Василя Стуса

## РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У РЕГІОНІ

### DEVELOPMENT OF TOURISM SERVICES IN THE REGION

#### АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто актуальну проблему розвитку туристичних послуг у регіоні. Досліджено види туризму, обґрунтовано його вплив на розвиток економіки. Визначено роль регіональних органів влади в розвитку туристичних послуг. Наведено етапи побудови регіональної системи туризму. Вони включають аналіз ситуації та оцінку потреб, планування та розвиток туризму, розроблення туристичного продукту та туристичних напрямків, реалізацію, моніторинг та оцінку.

**Ключові слова:** туризм, види туризму, туристичний продукт, туристична послуга, регіон.

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена актуальная проблема развития туристических услуг в регионе. Исследованы виды туризма, обосновано его влияние на развитие экономики. Определена роль региональных органов власти в развитии туристических услуг. Приведены этапы построения региональной системы туризма. Они включают анализ ситуации и оценку потребностей, планирование и развитие туризма, разработку туристического продукта и туристических направлений, реализацию, мониторинг и оценку.

**Ключевые слова:** туризм, виды туризма, туристический продукт, туристическая услуга, регион.

#### ANNOTATION

The urgent problem of tourist services development in the region is considered in the article. The types of tourism are investigated, its influence on economic development is determined. The role of regional authorities in the tourist services development is determined. The stages of construction of the regional tourism system are presented. These include situation analysis and needs assessment, planning and development of tourism, tourism product development and tourist destinations, implementation, monitoring and evaluation.

**Keywords:** tourism, types of tourism, tourism product, tourist service, region.

**Постановка проблеми.** Сьогодні туризм став одним із провідних напрямів соціально-економічної, культурної та політичної діяльності більшості країн і регіонів світу. Туризм тісно пов'язаний із такими сферами, як культура, транспорт, безпека, готельний бізнес. Він відіграє значну роль у зміцненні міжнародних зв'язків між усіма жителями планети: щороку близько мільярда людей відвідують інші країни в туристичних цілях. Туризм стає провідною галуззю економіки для багатьох країн світу. Для України ця сфера знаходиться на етапі становлення і потребує створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, розширення внутрішнього та збільшення обсягів в'їзного туризму. Саме тому важливою є проблема створення ефективної системи управ-

ління туризмом на національному та регіональному рівнях.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми розвитку туризму розглянуті у працях Є. Богданова, Д. Боуена, Р. Браймера, С. Ванхілла, Д. Гільберта, О. Дуровича, І. Зоріна, В. Квартального, М. Кабушкіна, В. Козирева, О. Копанєва, Ф. Котлера, К. Купера, В. Нарштедта, Н. Раскіна, Дж. Суорбрукера, В. Федорченка, Д. Флетчера, В. Цибуха та ін. Проведені дослідження сприяли розвитку туристичної індустрії, підвищенню ефективності роботи галузі. Проте проблема розвитку туристичної послуг в Україні та регіонах потребує подальшого опрацювання, що й визначило актуальність цієї роботи.

**Мета статті** полягає у дослідженні характерних особливостей розвитку туризму на регіональному рівні та пропозиції шляхів його вдосконалення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туризм має істотний потенціал стимуляції росту економіки. Він стає все більш очевидною необхідністю застосування інноваційних підходів для підтримки здорової економіки багатьох країн, спільнот і регіонів. Оскільки в різних регіонах існують різні умови, туризм розглядається як важлива форма економічного розвитку. Досвід багатьох країн доводить, що туристична галузь лідирує порівняно з іншими секторами, зокрема завдяки його багатосторонньому впливу. Розвиток туризму впливає на такі сектори економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, легка промисловість і народні ремесла.

Із соціального погляду туризм впливає на регіони неоднозначно. Це проявляється у тому, що завдяки розвитку туризму відбувається збільшення грошового потоку в регіон, з'являються нові робочі місця, збільшуються податкові збори, розвиваються комунікаційні системи, підвищуються культура і грамотність місцевого населення. Крім того, відбувається зростання цін на місцеві товари і послуги, на земельні та інші природні ресурси, нерухомість, відбувається відтік грошових коштів за кордон за туристичного імпорту, з'являються екологічні та соціальні проблеми.

Основою розвитку туристської діяльності країни виступають подорожі громадян, тобто туризм. У дослідженнях [1–4] виділено такі види туризму (табл. 1).

Виділяють також види туризму за цільовим ринком: політичний, діловий, дослідницький, науковий, освітній, пізнавальний, соціальний; сільський (зелений), екологічний, аграрний, орнітологічний, природно-орієнтований, мисливський, риболовецький, індустріальний, промисловий, ресторанний (гастрономічний, кулінарний), шопінг, техногенних катастроф; рекреаційний, пригодницький, екстремальний, спортивний (спортивно-екологічний, танцювальний), оздоровчий (спортивно-оздоровчий, лікувально-оздоровчий, лікувальний, медичний, психологічний); патріотичний; культурний (культурно-пізнавальний), краєзнавчий, релігійний (паломницький), історичний (військово-історичний, культурно-історичний, замковий), етнічний (етнокультурний, етнографічний, ностальгійний, діаспорний, сентиментальний); інвентивний; міграційний; подієвий (фестивальний) [4, с. 6].

У сучасному світі відбувається активний розвиток різних видів альтернативного туризму: освітнього, екологічного, оздоровчого, романтичного, пригодницького, ділового і корпоративного, кулінарного, сільськогосподарського, спортивного, повітряного, духовного і паломницького, туризму для людей з обмеженими можливостями та організації дитячих канікул. У майбутньому найдорожчим стане так званий космічний туризм.

Динамічний розвиток туристичної індустрії регіону як складової частини соціально-економічного комплексу країни знаходиться в залежності від рівня розвитку таких видів послуг туризму: міжнародного в'їзного туризму, внутрішнього в'їзного туризму, внутрішнього локального туризму.

Організація туристичних послуг в економічно значних масштабах можлива тільки за умови функціонування складної системи взаємодії суб'єктів і об'єктів туристичної індустрії, які прямо або опосередковано беруть участь у процесі виробництва й реалізації послуг, у сукупності складників туристичного продукту.

Таблиця 1

Види туризму [1–4]

№	Класифікаційна ознака	Види туризму
1	Територіально-національна спрямованість тимчасового виїзду громадян	- внутрішній; - міжнародний
2	Географічна спрямованість переміщення громадян	- внутрішній виїзний; - внутрішній в'їзний; - внутрішній локальний; - міжнародний виїзний; - міжнародний в'їзний
3	Форма організації подорожей	- організований; - самодіяльний
4	Джерело фінансування подорожей	- соціальний; - комерційний - заохочувальний (інтенсивний)
5	Тривалість туристичної подорожі	- короткочасний (до 3-х діб); - середньої тривалості (до 30-ти діб); - довготривалий (більше 30-ти діб)
6	Віковий критерій	- дитячий; - молодіжний; - дорослий; - зрілий
7	Кількість учасників туру	- індивідуальний; - сімейний; - груповий
8	Соціальний статус учасників	- масовий; - елітний; - для людей з інвалідністю
9	Спосіб пересування	- залізничний; - автомобільний; - велосипедний; - гужовий; - пішохідний; - лижний; - авіаційний; - космічний; - яхтовий; - круїзний; - підводний; - комбінований
10	Сезонність	- постійний; - сезонний

Туристичний продукт – сукупність послуг із переміщення, розміщування, харчування і медичного страхування, з надання туристичних ресурсів і послуг екскурсодів-гідів, гідів-перекладачів, яка формується туроператором з урахуванням попиту мандрівників, просувається і реалізується у формі туристської путівки як туроператором, так і турагентом [5]. Таким чином, основним суб'єктом туристського ринку є туристський оператор, оскільки він безпосередньо формує туристичний продукт, а потім просуває і реалізує разом із турагентом.

Туристична послуга є результатом діяльності туристичного підприємства із задоволення відповідних потреб туристів. До туристичних послуг належать: бронювання, оформлення документів, усі види перевезень, розміщування, харчування, екскурсії й атракції, медичний супровід і страхування, послуги гідів-перекладачів та інше забезпечення. Перелік послуг кожного туру різний і визначається програмою перебування. Туристична послуга є складником туристичного продукту. Якщо туристична послуга може бути придбана і спожита тільки в місці її виробництва, то туристичний продукт може бути придбаний і за місцем проживання, але спожитий тільки на місці виробництва туристичних послуг [6, с. 78].

Нині серед клієнтів туристичної галузі зростає попит на підвищення якості послуг. Причиною цього стало те, що туристи все частіше подорожують, пробують сервіс різного рівня і хочуть отримувати найкраще. Чим більше туристи подорожують, тим більше комфорту вони хочуть і тим більше мають можливостей порівнювати рівень сервісу. При цьому вони вимогливі й часто висловлюють критичність.

Туризм стає одним із ключових чинників, що стимулюють створення робочих місць, розвиток доріг і будівництво готелів, виробництво всіх типів транспортних засобів, активне збереження народних ремесел і національної культури регіонів та країн. За наявними оцінками, одне робоче місце в туристичній галузі створює близько півтора додаткових або побічно пов'язаних із туризмом робочих місць (торгівля, побутове обслуговування, зв'язок, страхування, будівництво тощо) [7, с. 145–147].

Розвиток туризму в регіонах відбувається з багатьох причин. Проте в будь-якому разі регіони хочуть розвивати туризм, оскільки він дає низку економічних і соціальних переваг місцевому населенню. Влада хоче диверсифікувати свою економіку, щоб створити робочі місця і просунути свої регіони.

У туристичний сектор залучені найрізноманітніші учасники. Для розвитку туризму в областях країни важливими є специфічні механізми та інструменти навчання малих і середніх підприємств, пов'язаних із туристичною сферою. Просування і широке поширення застосування визнаних стандартів туризму може допомогти бізнесу підвищити свою ефективність та

результативність, а також залучити додаткові інвестиції й клієнтів.

Основними цілями розвитку туризму на регіональному рівні виступають:

- задоволення потреб українських та іноземних громадян у туристичних послугах;
- збереження та примноження культурного, природного потенціалу області;
- динамічний інноваційний розвиток економіки області.

Регіональні органи влади повинні стимулювати процес співпраці, щоб створити таку туристичну галузь, яка здатна залучити й утримати значну кількість туристів. Для цього необхідні регулювання діяльності туристичних операторів, підтримка ризикованих, але необхідних інвестицій, забезпечення належної громадської інфраструктури, здійснення міжнародного і національного регіонального маркетингу, сприяння розвитку співпраці між ключовими стейкхолдерами туристичної галузі регіону. У всіх розвинених країнах приватний сектор відіграє саме таку роль, особливо за підтримки регіонального та місцевого уряду.

Першим кроком до розвитку туризму в регіоні є розроблення стратегій розвитку туризму місцевими органами влади, громадою та бізнесом. Під час розроблення стратегій вони повинні виробити механізми координації своїх дій із міністерствами, відповідальними за охорону навколишнього середовища, енергетику, працю, сільське господарство, транспорт, охорону здоров'я, фінанси, безпеку тощо. Необхідно встановити чіткі вимоги в таких сферах, як зонування, захист навколишнього середовища, трудове законодавство, сільськогосподарські стандарти й охорона здоров'я, особливо це стосується енергії, викидів, води, відходів і санітарно-гігієнічних норм. Для цього необхідними є такі кроки:

1. Аналіз ситуації та оцінка потреб (огляд і аналіз туристичних ресурсів, загальної та туристичної інфраструктури регіону, людських ресурсів у туризмі та наданні пов'язаних із туризмом послуг, аналіз зацікавлених у туризмі сторін).

2. Планування та розвиток туризму, розроблення туристичного продукту та туристичних напрямків (види туристичних продуктів та їх розроблення, аналіз й організація туристичних спрямувань, сталий розвиток туризму, маркетингу і просування туризму).

3. Реалізація, моніторинг та оцінка.

Розвиток туристичних послуг на регіональному рівні має здійснюватися на основі інтеграції маркетингового, економічного, рекреаційного, міжгалузевого та інвестиційного підходів, використання яких дасть змогу підвищити споживчу цінність послуг та сприятиме більш ефективній їх реалізації на внутрішньому і світовому туристичних ринках. Для найбільш повного задоволення попиту споживачів доцільним є застосування функції маркетингу, яка

включає такі підфункції: маркетингові дослідження, планування асортиментної політики, стимулювання продажів, ціноутворення, маркетинг-менеджмент з урахуванням впливу чинників макро- та мікросередовища.

Розроблення туристських маршрутів для формування туристичного простору зумовлює сталий розвиток інфраструктури туризму і туристських організацій. Об'єднання туристських маршрутів в єдиний простір області сприяє успішній реалізації принципу комплексності формування туристичного продукту. При цьому кожен з елементів єдиного туристського простору може функціонувати як самостійний туристський продукт (представляти інтерес для мандрівника) або виступати однією зі складових частин туристичного продукту.

**Висновки.** Розвиток туристичних послуг на регіональному рівні дає змогу досягти позитивних економічних результатів. Результатами розвитку туризму є розширення асортименту та якості туристичних і додаткових послуг, створення конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту і підвищення іміджу регіонів, нарощування конкурентних переваг, сталий розвиток туристичної індустрії, перетворення міжнарод-

ного в'їзного, внутрішнього в'їзного та внутрішнього локального туризму в дохідний складник економіки регіону, залучення інвестицій у розвиток туристичної індустрії.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бедрак Н.О. Зміст та особливості механізму адміністративно-правового регулювання туристичної галузі. Підприємство, господарство і право. 2009. № 6 (162). С. 56–59.
2. Бондаренко М.П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. Економічний часопис – XXI. 2012. № 3–4. С. 19–22.
3. Мельниченко О.А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму. Державне будівництво. 2010. № 2. URL: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DeBu/2010-2/index.html>.
4. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: НУЦЗУ, 2017. 153 с.
5. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
6. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
7. Письменний О.А. Аналіз ринку міжнародного туризму України. Економічний аналіз; редкол.: В.А. Дерій (гол. ред.) та ін. 2014. Т. 15. № 1. С. 144–153.