

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ГАЛУЗЗЮ	7
1.1 Сутність, характеристика та специфіка туристичної галузі.	7
1.2 Нормативно-правове регулювання галузі туризму в Україні.	22
1.3 Соціально-економічне значення туризму на регіональному рівні.	32
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	41
2.1 Національні та регіональні аспекти розвитку туризму.	41
2.2 Структуризація туристичної сфери за видами туризму у Херсонській області.	58
2.3 Конкурентні позиції туристичної сфери Херсонської області.	76
РОЗДІЛ 3 ПРІОРИТЕТНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	98
3.1 Сутність та етапи розробки програми регіонального розвитку туризму.	98
3.2 Інвестиційна привабливість туризму країни та регіону.	113
3.3 Зелений та сільський туризм як основа соціально-економічного розвитку регіону.	128
ВИСНОВКИ	143
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	146

ПЕРЕДМОВА

Туризм в сучасній Україні є багатоаспектним соціально-економічним і культурним феноменом. Як показує досвід, розвиток туризму створює необхідні умови для підвищення рівня мобільності та зайнятості населення країни, сприяє стабільному економічному зростанню регіональних економік, раціонального використання об'єктів культурної та природної спадщини. Все це вносить істотний внесок в забезпечення гідного життя і вільного розвитку людини і громадянина, а також є одним з пріоритетів сталого розвитку України як соціальної правової держави.

Туристичний сектор економіки Херсонської області, залучаючи до своєї орбіти базові та допоміжні галузі і підприємства, має мультиплікативний вплив на суміжні галузі, такі як транспорт, будівництво, житлово-комунальне господарство, торгівля, індустрія розваг і ін., прямо і побічно сприяє підвищенню рівня зайнятості населення. Таким чином, туристичний сектор в національній та регіональній економіці відіграє дуже важливу роль.

Однак, в Херсонській області, яка володіє великими туристичними ресурсами, туризм ще не досяг рівня розвитку, адекватного своїм потенційним можливостям. Туристичні об'єкти залишаються незатребуваними через цілий ряд негативних факторів: нерозвиненість інфраструктури туризму, відсутність ефективної інноваційно-інвестиційної політики в сфері туризму, недосконалість механізмів управління туризмом з боку держави, відсутність належної уваги формуванню та підтримці позитивного іміджу області привабливою для іноземних туристів і ін.

Херсонська область має унікальний туристичний потенціал. Сильними сторонами в плані розвитку туризму є: вигідне географічне положення (Південь України), прикордонне співробітництво, велика територія і різноманітність природного ландшафту, унікальні рекреаційні ресурси і багату культурно-історичну спадщину.

Хороший природний ландшафт, велика кількість річок і озер з риболовлею, полювання на звіра і дичину дозволяють фірмам організовувати сплави,

рибальські, мисливські та наукові тури, санаторно курортний відпочинок. Культурно-пізнавальні тури цікаві любителям старовини, історії культури народу.

Тут можливий розвиток усіх видів відпочинку: пляжного, водного, оздоровчого, екстремального, екологічного, екскурсійного, ділового і т.д. Природа створила сприятливі умови для будівництва курортів і санаторіїв на базі цілющих джерел. Область володіє численними об'єктами культурно-історичної спадщини та екскурсійного показу.

Однак, незважаючи на унікальність туристських ресурсів, розвиток туристично-рекреаційної сфери Херсонської області відбувається недостатньо інтенсивно. Очевидно, що без ефективної стратегії управління туризмом, заснованої на впровадженні в сферу туризму інформаційно-комунікаційних технологій, корпоративної культури, маркетингових технологій, енергозберігаючих технологій індустрія туризму не займе належного місця в економіці регіону.

У цьому контексті актуальним є дослідження можливостей формування системи управління туризмом в Херсонській області. При цьому доцільно зробити упор на конкурентоспроможність Херсонської області у всіх сферах туристської діяльності.

РОЗДІЛ 1

Теоретичні та методичні основи стратегічного управління туристичною галуззю

1.1 СУТНІСТЬ, ХАРАКТЕРИСТИКА ТА СПЕЦИФІКА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗИ

Нині сфера туризму — це одна зі сфер соціального життя, що найбільш стрімко розвиваються. Інтегруючись в суспільні відносини, в ідеологічну та ціннісну структуру, сфера туризму починає займати значне місце в житті суспільства і виступає як соціальний інститут, виконуючи соціальні, культурні, економічні та інші функції в суспільстві. Розвиток сфери туризму пов'язаний з процесами глобалізації та інформатизації суспільства XXI століття. Соціокомунікативні та соціокультурні трансформації змінили вигляд туристичної індустрії, так як відбулася зміна цінностей, світогляду, стилю життя людей, які, долучившись до світової інформаційної системи, стали більш мобільними в плані подорожей. «Відкритий» світ глобального інформаційного суспільства стимулює розвиток сфери туризму, роблячи його масовим. Цьому сприяє і потужний рекламно-пропагандистський вплив.

Сфера туризму в певній мірі прискорює процеси соціалізації особистості за допомогою її включення в міжкультурну комунікацію. Традиційно туризм розглядається як індустрія з виробництва та реалізації послуг населенню. Разом з тим, його роль в сучасному суспільстві не може обмежуватися економічним змістом, так як, будучи ключовим елементом соціальної інфраструктури, розглянутий інститут сприяє формуванню культури толерантності, до певної міри згладжує протиріччя і знімає напруженість у відносинах між народами. Тому одним з показників включеності суспільної системи в процеси глобалізації та інституціоналізації є рівень розвитку сфери туризму

як соціального інституту, що сприятиме реалізації принципів відкритості, міжкультурної взаємодії та партнерства.

Туризм поступово збільшує частку світовій економіці, так що вплив на економічний розвиток в цій області поступово зростає. Туризм є однією з провідних галузей послуг світової економіки з точки зору темпів зростання.

Виникненню в XIX столітті туристичних організацій, що вперше створили «туристичний продукт» для подальшого продажу, передував багатовіковий період подорожей людей. Досвід першопрохідців і першовідкривачів, а також розвиток цивілізації стали основою для формування потреби кожної людини відкрити світ для себе. На думку автора до туризму слід відносити не подорожі давнини, середньовіччя і наступних століть до першої третини XIX століття, якими б унікальними і видатними вони не були, а факт виробництва туристичного продукту, розвиток виробничих відносин.

Виникнення туристичної інфраструктури безпосередньо пов'язано з розвитком залізничного транспорту [64, с. 18]. Слідом за Англією залізниці будуються у Франції, США, Німеччини, Бельгії. Перші пасажирські перевезення спонукали англійця Кука Т. почати незвичайний бізнес — організувати масові «залізничні прогулянки». У наступні роки створене ним багатопрофільне туристичне підприємство розробляло маршрути і екскурсійні програми, забезпечувало харчування туристів, бронювати місця в готелях, вивчало кон'юнктуру туристських послуг.

Звернувшись до сучасного рівня розвитку туризму, дослідники характеризують його як великий бізнес [11, с. 22], глобальне соціально-економічне явище сучасного світу [6, с. 28], галузь з інтенсивним розвитком [8, с. 17]. Кожне п'ятнадцяте робоче місце в світі створюється в сфері туризму. Крім економічного впливу на життя суспільства великі соціальні наслідки туризму (по лінії відтворювальної в функції людей, раціонального використання вільного часу, забезпечення зайнятості, екологічних впливів і зростання життєвого рівня населення), широке гуманітарне значення туризму, що надає можливості для розвитку особистості, розширення пізнавального горизонту, творчого потенціалу людини. У глобальному кодексі етики туризму підкреслять внесок туризму у взаєморозуміння і взаємоповагу людей і співтовариств, необхідність здійснення туризму як «рушія індивідуальної і колективної самореалізації» [20, с. 45].

Сфера туризму — міжгалузевий комплекс підприємств і організацій із виробництва товарів і надання послуг для туристичної галузі. Сучасна система туризму включає як елемент наступні підприємницькі об'єкти:

- фірми, що виробляють туристичні послуги (бази відпочинку, санаторії, здравниць та ін.);
- фірми, що розробляють і реалізують турпродукти в основному оптово (туроператори);
- фірми, що продають турпродукти, сформовані туроператорами (турагенти);
- фірми, які надають послуги з розміщення (пансіонати, будинки відпочинку, готелі, мотелів та ін.);
- підприємства харчування (ресторани, їдальні, кафе, бари та ін.);
- транспортні підприємства, які обслуговують туристів (авіаперевізники, залізничні перевізники, автоперевізники, морські і річкові перевізники та ін.);
- торгові фірми і підприємства торгівлі, що продають товари для туристів;
- підприємства сфери дозвілля в туризмі (кінозали, концертні зали, спортивні споруди та ін.);
- рекламно-інформаційні туристичні організації (рекламні агентства і бюро, інформаційно-туристичні центри та ін.);
- державні підприємства, що спеціалізуються на туризмі на комерційних або соціальних засадах.

В економіці країни туризм виконує ряд важливих функцій:

- джерело валютних надходжень для країни і засіб для забезпечення зайнятості;
- розширює внески в платіжний баланс і ВВП країни;
- сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, обслуговуючі сфери туризму;
- з ростом зайнятості в сфері туризму ростуть доходи населення і підвищується рівень добробуту нації.

У даний час туризм, згідно із законодавством, ділиться на три типи: в'їзний, виїзний і внутрішній. Велике значення для зростання національної економіки сьогодні має така категорія як міжнародний туризм, який об'єднує в'їзний та виїзний туризм.

Розглядаючи внутрішній туризм з точки зору світового господарства, можна говорити про те, що він надає прискорення розвитку міжнародного туризму, тому що сприяє освоєнню нових рекреаційних ресурсів і районів різних країн, створення в них базової туристичної інфраструктури, підготовці фахівців і, тим самим, сприяє інтеграційним процесам і формуванню єдиного світового туристичного простору.

Туризм також поділяють на види відповідно до мети подорожі та форми щодо організаційних заходів, класифікуються за кількістю учасників, сезоном та терміном перебування (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 — Класифікація видів туризму

Ознаки	Види туризму
1	2
1. Мотивація	<ul style="list-style-type: none">– курортно-лікувальний– рекреаційний– культурно-пізнавальний– спортивний– діловий– науковий, конгресний– релігійний– етнічний– інші
2. Організаційні засади	<ul style="list-style-type: none">– пекидж-тур– інклюзив-тур
3. Форми організації	<ul style="list-style-type: none">– організований– самодіяльний
4. Кількість учасників	<ul style="list-style-type: none">– груповий– індивідуальний
5. Сезонність	<ul style="list-style-type: none">– цілорічний– сезонний
6. Термін подорожування	<ul style="list-style-type: none">– короткостроковий– середньостроковий– довгостроковий
7. Клас обслуговування	<ul style="list-style-type: none">– V.I.P.– люкс-апартамент– люкс– перший– туристський– кемпінг