

С.Г. НЕЗДОЙМІНОВ

**Підприємницький вектор
розвитку регіонального
туризму**

Монографія

**Одеса
ПАЛЬМІРА
2011**

УДК 338.48:332.14

ББК 65.433-2

Н 442

Рецензенти:

доктор економічних наук, професор, зав.кафедри регіональної економіки та екології
Одеського державного економічного університету **В. Ф. Семенов;**

доктор економічних наук, професор кафедри економіки та управління туризмом

Одеського державного економічного університету **І.О. Гродзинська;**

доктор економічних наук, старший науковий співробітник Інституту проблем ринку та
економіко-екологічних досліджень НАН України **Н.М. Андрєєва**

Нездоймінов С.Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму: Монографія. – Одеса: пальміра, 2011. – 344 с.

В монографии рассматриваются методологические и практические подходы к проблемам развития регионального туризма в условиях трансформации экономики Украины. Изложены основы формирования предпринимательской концепции предприятий регионального туризма, предложены авторские подходы к определению сущности предпринимательской деятельности в сфере рекреации и туризма, рассмотрены методы оценки привлекательности территорий региона для развития туристического бизнеса. Обобщены территориальные модели кластеризации аграрного туризма, предложены организационно-экономические меры по внедрению кластерной стратегии развития предпринимательской деятельности в сфере регионального туризма.

Рассчитано на широкий круг читателей – государственных служащих, предпринимателей туристического бизнеса, научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов высших учебных заведений.

У монографії розглядаються методологічні та практичні підходи щодо проблем розвитку регіонального туризму в умовах трансформації економіки України. Викладено основи формування підприємницької концепції підприємств регіонального туризму, запропоновано авторські підходи щодо визначення сутті підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму, розглянути методи оцінки привабливості територій регіону щодо розвитку туристичного бізнесу. Узагальнено територіальні моделі кластеризації аграрного туризму, запропоновано організаційно-економічні заходи щодо впровадження кластерної стратегії розвитку підприємницької діяльності в сфері регіонального туризму.

Розраховано на широке коло читачів – державних службовців, підприємців туристичного бізнесу, наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів вищих учбових закладів.

*Рекомендовано до видання Вченою радою
Одеського державного економічного університету
(протокол №9 від 29.06.2010 р.)*

ISBN

© Нездоймінов С.Г., 2011 р.

© ПАЛЬМІРА, 2011р.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	5
РОЗДІЛ 1. ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	7
1.1. Підприємницька діяльність як фактор трансформаційних процесів в суспільстві.....	7
1.2. Фінансове забезпечення регіональних програм розвитку малого підприємництва.....	20
1.3. Інфраструктура підтримки розвитку малого бізнесу в регіонах та аналіз досвіду організації та функціонування кластерних систем.....	29
РОЗДІЛ 2. ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	52
2.1. Контури сучасної парадигми підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму.....	52
2.2. Тенденції розвитку підприємницького сектору регіонального туризму.....	75
2.3. Природно-ресурсний потенціал розвитку підприємництва в сфері екскурсійних послуг	94
РОЗДІЛ 3. РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	114
3.1. Діагностика регіонального розвитку готельного господарства.....	114
3.2. Інтеграційні напрямки розвитку готельних мереж.....	128
3.3. Потенційні можливості розвитку підприємств гостинності в Одеському регіоні	142
РОЗДІЛ 4. УМОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ АГРОРЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНУ.....	160
4.1. Аналіз регіональних умов формування територіально- рекреаційних кластерів агротуризму.....	160

4.2. Оцінка туристичної привабливості агорекреаційних територій....	190
4.3. Бенчмаркінг якості послуг туристичних підприємств кластеру.....	206
РОЗДІЛ 5. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ	
РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	219
5.1. Напрями формування кластерів в сфері сільського туризму регіону	219
5.2. Методичні аспекти формування інвестиційної стратегії розвитку підприємництва в регіональному туризмі.....	242
5.3. Організаційно-економічний механізм забезпечення кластерної стратегії розвитку підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму регіону.....	257
5.4. Заходи регіоналізації стратегії розвитку туристично-рекреаційної сфери.....	268
ВИСНОВКИ	291
ДОДАТКИ	294
ЛІТЕРАТУРА.....	329

ПЕРЕДМОВА

В умовах регіонального розвитку проблеми підвищення конкурентоспроможності туристично-рекреаційної сфери можна вирішити за рахунок активізації підприємницької діяльності в регіонах України. Одним із способів об'єднання зусиль підприємців і місцевих органів державної влади для покращення туристичної привабливості території є формування регіональних стратегій розвитку територіально-виробничих форм підприємництва в туристично-рекреаційному комплексі. В сучасних умовах пошуку збалансованої моделі економічного розвитку територій, трансформації туристично-рекреаційного комплексу, основний тягар реформ переміщується на регіональний рівень, що зумовлює вдосконалення управління економічною діяльністю підприємств туристично-рекреаційної сфери, підвищення ефективності підприємницького потенціалу.

Процеси природної реструктуризації, інтеграція в світову спільноту, кризові явища, що відбуваються в Україні, негативно впливають на функціонування підприємництва. Так, питома вага малих підприємств, що вижили протягом трьох років після реєстрації, є незначною, в окремих регіонах України їх не більше 10 відсотків.

За таких умов актуальними є розробки нових методологічних підходів і теоретичних положень щодо напрямів розвитку територіально-виробничих форм туризму і рекреації на засадах активізації підприємницької діяльності та управління їх функціонуванням в сфері регіонального туризму.

Для впровадження стратегій сталого розвитку регіонів України необхідні результати діагностики, в першу чергу структурам регіонального управління туризмом та курортами, з метою розробки та формування перспективних планів, програм і прогнозів економічного розвитку туристично-рекреаційної сфери, визначення сучасних механізмів, методів та інструментів підтримки підприємницької діяльності, створення умов та стимулів для ефективного функціонування суб'єктів туристичного бізнесу в депресивних територіях. Водночас вирішення проблем функціонування та підвищення конкурентоспроможності підприємств регіонального туристично-рекреаційного комплексу повинна відбуватися при тісній взаємодії підприємців з органами влади, комерційними та некомерційними організаціями. Ця наукова проблематика розглядалася лише частково, багато в чому на поверхневому рівні. Ситуація в регіонах України ускладнюється тим, що економічна трансформація країни в часі збіглася з глобалізацією світової економіки, що не могло не вплинути на конкурентоспроможність підприємців, виживання яких стає дуже проблематичним. Це обумовлює необхідність розвитку кластерних територіально-господарських форм підприємництва в туристично-

рекреаційній сфері, що потребують економічної інтеграції та всебічної організаційно-економічної, фінансової підтримки держави, сприяння органів місцевого самоврядування, без яких наявний рекреаційний потенціал регіонів не використовується зовсім або неефективно.

Монографія «Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму» складається з п'яти розділів, які містять результати досліджень, присвячених актуальним питанням регіональної політики, формуванню концептуальних засад розвитку регіонального туризму та його конкурентоспроможності, які проводились в рамках держбюджетних тем «Науково-методичні засади визначення рівня конкурентоспроможності послуг підприємств регіонального туристично-рекреаційного комплексу» (2007-2009рр.) - номер державної реєстрації 0107U002595, «Напрямки реструктуризації та формування умов поступового розвитку рекреаційно-туристичного комплексу регіону» (2008-2010рр.) - номер державної реєстрації 0110U007807 та «Розробка пропозицій щодо проекту Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 роки» (2008-2010рр.) – номер державної реєстрації 0110U007811.

Пропонована увазі читача робота побудована на принципах логічного поєднання як загальновідомих, так і новітніх невирішених та дискусійних тем, що потребують можливо подальших поглиблених наукових доробок. Зокрема, розглядається методологія формування концептуальних засад активізації підприємницької діяльності, особливості створення територіально-виробничих форм підприємництва рекреації і туризму для поживлення соціально-економічного розвитку депресивних регіонів, перспективних напрямків розвитку транскордонного співробітництва підприємців у сфері сільського туризму, підвищення якості туристичних послуг, які надаються підприємствами туризму та гостинності. Монографія висвітлює науковий доробок автора щодо регіоналізації підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму.

Розроблені у межах дослідження науково обґрунтовані результати мають практичне значення у вирішенні проблеми активізації підприємництва в сфері регіонального туризму на основі розвитку агрорекреаційної діяльності і формуванні стратегії кластеризації сільського туризму. Видання спрямоване науковцям, викладачам, фахівцям, підприємцям, аспірантам та студентам вищих навчальних закладів, сфера наукових та практичних інтересів яких торкається регіональних проблем розвитку рекреації та туризму.

РОЗДІЛ 1

ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

1.1. Підприємницька діяльність як фактор трансформаційних процесів в суспільстві

Ринкова економіка характеризується посиленням протилежно спрямованих, проте пов'язаних між собою процесів – глобалізацією та регіоналізацією. Проблеми взаємодії та взаємовпливу цих двох процесів розглядаються в численних роботах зарубіжних і вітчизняних учених. Сучасну підприємницьку діяльність необхідно розглядати також з позицій трансформаційних процесів, що відбуваються в українському суспільстві, та з урахуванням того місця, яке займає підприємництво в цих процесах.

Науковці визначають, що поняття «трансформація» є багатоаспектним та комплексним, зміст його чітко не визначений і залежить від об'єкта досліджень. У науковій літературі розрізняють науково-антропогенну, соціальну, політичну, економічну трансформації. В даному дослідженні ми розглядаємо процеси трансформації, пов'язані та/або викликані людиною, зокрема економічною складовою її життя. Тоді трансформація може розглядатися як процес зміни форми, виду, характеру суспільства.

У визначенні, наведеному в «Економічній енциклопедії»: трансформація – це процес перетворення однієї економічної системи на іншу, що супроводжується відмиранням одних елементів, рис, властивостей і появою інших [72].

Науковці вважають, що слід розрізняти власне трансформацію як особливий стан суспільства, яке знаходиться в процесі постійно змінюваних модифікацій його структури, та період трансформаційної кризи – як етап, перехідну стадію від стабільного суспільства до трансформаційного.

На думку дослідників, сучасні економічні трансформації – це складний, суперечливий процес, розвиток якого є не до кінця передбачуваним, багатоваріантним, невіддільним від глобальної соціально-економічної динаміки. Слід зазначити полівекторність характеру змін, що означає відсутність загального напрямку руху суспільства. Трансформаційні процеси в різних країнах здійснюються протягом різних часових проміжків, неоднаковими темпами, що зумовлюється низкою загальних і специфічних причин. Тому є необхідним розглянути трансформацію пострадянських систем та її вплив на економіку України.

Трансформаційні системи, що розгорнулися з другої половини 1980-х років у країнах колишнього радянського блоку, аналізуються у вітчизняній і зарубіжній літературі в різних контекстах. Сучасні теоретико-методичні

підходи до аналізу постсоціалістичних перетворень обґрунтовано в працях Л. Абалкіна, В. Базилевича, В. Белоцерковця, В. Бодрова, Б.Буркинського, В. Гейця, А. Гальчинського, С. Глазьева, М.Зверякова, І. Лукінова, О. Бірюкова, П. Єщенко, Б. Кваснюка, А. Ослунда, А. Чухна, Є.Хлобистова та ін. [180]. Економічні трансформації в контексті глобалізації світогосподарських відносин знайшли відображення в дослідженнях О. Білоруса, В. Кушліна, В. Новицького, Ю. Павленка, Ю. Пахомова, Ю. Шишкова, С. Кримського, К. Андерсена, Дж. Сороса, Дж. Томпсона, А. Філіпенка, П. Хірста та інших відомих науковців [74].

Можна погодитися з думкою Н. Гражевської щодо відсутності єдності в трактуванні сутності, рушійних сил і суперечностей глобалізації, її впливу на трансформаційний потенціал та економічну безпеку перехідних економік. У багатьох дослідженнях оцінка успішності постсоціалістичних перетворень здійснюється шляхом зіставлення окремих параметрів трансформаційних економік з відповідними показниками розвинених країн Заходу, виходячи з того що саморегульована ринкова економіка, заснована на пріоритетності індивідуального інтересу та приватної ініціативи, є найефективнішою формою організації економічного життя суспільства [50]. Як зазначає В. Кушлін, переважна більшість західних теоретиків і практиків переконана, що «практично всі відхилення від панування принципів англосаксонського ринку будь-то патріархальні господарства, командні економіки, колективні чи соціалістичні системи господарювання, залишилися в історичному минулому і є такими, що програли в суперництві з ринковим капіталістичним господарством» [116, с. 9].

Учені зазначають, що, реалізуючись за сценарієм впливових міжнародних фінансово-економічних організацій, такі трансформації, по суті, «...є революційними лише для країн, у яких вони відбуваються, водночас у широкому розумінні вони є більш ніж еволюційними, оскільки працюють за задумом не на знищення, а на зміцнення панівної у світі традиційної економічної системи» [116, с. 19].

Не викликає сумнівів, що багаторічна практика динамічного розвитку успішних країн Заходу – лідерів світової цивілізації справила визначальний вплив на вибір шляхів постсоціалістичних трансформацій. На думку відомого вітчизняного дослідника В.Д. Базилевича, «феномен глобалізації порушив стратегічний консенсус між економічним універсумом і вільною людською особистістю, у результаті чого попередні логічно структуровані концепції економічної теорії і практики опинилися перед загрозою масштабної системної кризи», водночас «пульс трансформаційних змін в соціальних, політичних, економічних процесах утворив нові смислові сполуки, структура ланок яких у кожному конкретному випадку начебто зрозуміла, але загальний смисл не визначений, а механізм дій часто бентежить» [15].

Трансформаційні економіки в період становлення ринку не підпадають під ті економічні теорії, що ґрунтуються на постулаті про самодостатність ринкових механізмів у забезпеченні динамічної рівноваги, оскільки ці теорії не передбачають послідовності дій для економічних систем і з нерозвиненим ринком. Дослідження економічного розвитку в роки трансформаційної кризи показали, що в умовах становлення ринку держава своїми заходами має підтримати нових учасників ринку і забезпечити їх відповідним правовим полем, ініціювати формування інституційного середовища, що відповідатиме новим умовам господарювання, але ступінь державного втручання в перехідну економіку залежить саме від ступеня розвиненості ринку і його здатності забезпечити та підтримувати урівноважений розвиток. І, навпаки, зволікання держави в період трансформації з виконанням її ключових функцій зі своєчасного формування законодавчого поля, а також у сферах підвищення ефективності використання бюджетних коштів та оптимізації державної складової у валовому наявному доході призводить до значних втрат, посилюючи глибину й тривалість трансформаційної кризи.

На думку авторського колективу, який очолював Є.В. Хлобистов, до головних системних чинників постсоціалістичної трансформації можна віднести:

- прогресуюче відставання від розвинутих країн економіки, побудованої на суспільній формі власності та адміністративному управлінні економічної системи;
- неконкурентоспроможність такої системи порівняно з ринковою;
- неспроможність потужної управлінської ієрархії забезпечити оптимальний розподіл ресурсів й ефективне їх використання;
- негнучкість, непристосованість до існування в умовах швидких змін і соціально-господарчих нововведень;
- неспроможність генерувати та підтримувати широку палітру інноваційних імпульсів;
- несприйняття нових елементів;
- обмеження підприємницької ініціативи [74, с. 112].

Функціонування економіки за принципом самодостатності в умовах змагання двох систем виводило країну за межі інтенсивного обміну та науково-технологічних контактів, обмежувало доступ до ринку інноваційних ресурсів і технологій, відкидаючи країну на периферію світових процесів. Глобалізація та ланцюгове нарощення складності системи комунікацій, виробництва й споживання показали неефективність тотального контролю усіх процесів «згори».

Як свідчить міжнародний досвід, кожна з постсоціалістичних країн пройшла свій шлях ринкових реформ. При цьому успішність реформ, з огляду на становлення ринку та відновлення економічного розвитку, була різною. Узагальненню закономірностей трансформаційних процесів

присвячено багато фундаментальних праць дослідників із різних країн, у тому числі й українських провідних учених, та звітів міжнародних структур. Значна увага українськими дослідниками до сьогодні приділялася аналізу політики стабілізації, макроструктурної політики, трансформаційних моделей. З огляду на процеси, що відбуваються в економічному житті України, зокрема відновлення зростання та створення інституційного ринкового середовища, сьогодні важливо зосередитися на теоретичних концепціях державного та ринкового впливу на економічну динаміку й структурні зрушення задля з'ясування потенціалу досягнення стабільного розвитку, а також зробити певні узагальнення щодо трансформаційних структурних наслідків. Більшість фахівців розглядають екзогенні та ендогенні чинники трансформації економіки [180].

До екзогенних (тобто зовнішнього походження, викликаних зовнішніми причинами) передумов і чинників трансформації можна віднести глобалізаційні процеси, які, з одного боку, були викликані, а з іншого – зумовлюють потужне розширення світової зовнішньої торгівлі та глобальних потоків капіталу, стрімкий розвиток і поширення нових технологій, посилення міграції трудових ресурсів, формування глобального інформаційного простору тощо. Зауважимо, що штучна, підтримувана тривалий час на політичному рівні ізоляція колишніх соціалістичних країн зменшувала потенціал їх розвитку, відкидала країни на периферію інноваційного впливу інформатизації, сприяючи поглибленню розриву в рівні життя між соціалістичними та розвиненими країнами з ринковою економікою.

Ендогенними (внутрішніми, тими, що знаходяться всередині системи, яка трансформується) передумовами трансформації в Україні стала глибока економічна криза, послаблення одних типів і форм власності й посилення інших, зміна економічної структури, а отже, послаблення дії одних економічних законів і посилення інших.

Поєднання багатьох факторів - як внутрішніх, так і зовнішніх - зумовило те, що перехідні економіки мали поєднати одночасно кілька трансформаційних процесів: інституційну трансформацію, ринкову трансформацію та глобалізацію. Причому в деяких країнах розвиток інституцій дуже відставав від ринкових трансформацій, що завдало удару по результатах реформ. Водночас за період трансформації в кожному з інституційних секторів економіки відбулися суттєві зміни, однак у деяких країнах, де започатковані перетворення затягнулися в часі, «соціальна ціна» реформ значно підвищилася.

Значний внесок у дослідження трансформації економіки в Україні зробили М. Данько, М. Долішній, І. Лукінов та ін. Водночас багатоаспектний аналіз структурних пропорцій господарства неможливий без суспільної географії, про що свідчать праці Г. Балабанова, Ф. Заставного, М. Паламарчука, М. Пістуна, В. Поповкіна, О. Топчієва,

О. Шаблія та ін. Найважливішими особливостями базової ситуації в Україні вони вважають:

- поєднання в перехідному процесі ряду глобальних і національних циклів різного характеру;
- неузгодженість та нерівномірність соціально-економічних змін і внаслідок цього коливання суспільного сприйняття переходу від командної до ринкової організації господарського життя;
- значна залежність еволюційних процесів в країні від зовнішніх чинників, неефективна допомога розвитку з боку ринкових країн; несприятливі для трансформаційних перетворень стартові умови (структурно незбалансована економіка).

Найпоширенішими концепціями трансформаційних процесів в Україні є: ліберальна модель економіки; модель державного управління економікою; модель розвитку, що ґрунтується на підтримці національних макротехнологічних пріоритетів.

Прихильники ринкового критеріального підходу до ринкових трансформацій пропонують для України та інших країн, що входили до складу колишнього Радянського Союзу, де економіка була тотально одержавленою й менталітет людей державницьким і споживацьким, ліберальну стратегію перетворень, засновану на курсі «дерегулювання економіки».

Багато економістів пропонують підхід, згідно з яким запорукою успіху є темпи лібералізації економіки, рішучість і воля політиків, а існуючі невдачі пояснюються повільними системними реформами та політичними прорахунками.

Аргументом на користь прискореної лібералізації економіки є значні успіхи, досягнуті країнами Центральної Європи.

На практиці з 1994 р. в нашій країні здійснювалася макроекономічна політика, яка ґрунтувалася на принципах ліберальної моделі економічного розвитку. Акцент робився на тому, що лише жорстка монетарна політика може забезпечити швидке подолання інфляції та одночасне поглиблення ринкових реформ.

Однак, як визначають дослідники, схема «низька інфляція - зростання виробництва» не тільки не спрацювала, але й дала негативний ефект. Це виявилось в кризовому стані економіки, спотворенні товарно-грошових відносин, загостренні кризи платежів, бартеризації економіки, знищенні вітчизняного виробника. У 1990-1999 рр. економіка України зазнала величезних сукупних втрат, сталися негативні структурні деформації: надмірно зросла частка сировинних і переробних галузей. Це не тільки не відповідає національним інтересам країни, але й робить її залежною від інших країн, і не лише за великою номенклатурою товарів і послуг, а й головне - у сфері науково-технічних досліджень і розробок. Це ставить під

сумнів можливість у недалекому майбутньому гарантій економічної безпеки України.

Для формування економічної стратегії на основі всебічного врахування вимог об'єктивних економічних законів першочергове значення має реалістична, об'єктивна оцінка, з одного боку, досягнень у вирішенні соціально-економічних завдань, з'ясування причин труднощів, що виникли, а з іншого - оцінки наявних можливостей, ресурсів для подальшого соціально-економічного поступу. Наукова об'єктивність у політиці потребує врахування притаманних суспільству суперечностей і труднощів.

Як підкреслюють дослідники, економічна стратегія на початковому етапі ринкових перетворень в Україні не орієнтувалася на чітко визначену модель. Не було враховано розмаїття економічних чинників. Причини цього слід шукати, передусім, в суб'єктах, які формують політику. В умовах перехідної економіки кількість їх значно збільшується. До них належать різні партії, що швидко трансформують старі політичні та силові структури, а також підприємства, фінансові й інші організації, які володіють матеріальними, фінансовими та людськими ресурсами [74].

Підсумовуючи дослідження науковців, можна зазначити, що програма ринкових перетворень у нашій країні, яка здійснювалася безсистемно і непослідовно, призвела до таких наслідків.

1. Прискорений перехід до конкурентного середовища шляхом схематичної зміни централізованого планування через введення інституції приватної власності, простого вивільнення цін виявився помилковим.

2. Це спричинило поглиблення кризових явищ в економіці країни як на макро-, так і на мікрорівні.

3. Суб'єкти влади втрачають контроль за докорінними перетвореннями в економічній та соціальній сферах, що сприяє побудові не ринкової, а тіньової економіки, пограбуванню і доведенню до зубожіння більшості населення, а також збагаченню небагатьох осіб.

У той же час з погляду потреб структурної модернізації та адаптації національної економіки найбільш критичними загрозами на думку фахівців є:

- зростання конкуренції між виробниками країн, що розвиваються, і країн з перехідною економікою на світовому ринку низькотехнологічних товарів та обмеженість динаміки попиту на такі товари;
- загострення глобальної конкурентної боротьби за інноваційні та інтелектуальні ресурси для створення національних конкурентних переваг;
- імовірність закріплення низькотехнологічного характеру національної економіки та погіршення умов участі в міжнародному поділі праці;
- вичерпання поточних конкурентних переваг галузей економіки України, які є орієнтованими на зовнішній попит, через подорожчання імпортованих енергоресурсів;

- недостатній рівень використання національного інноваційного потенціалу як головного чинника адаптаційних можливостей економіки й зміцнення національної конкурентоспроможності;

- відсутність ефективних механізмів перерозподілу капіталу від традиційних до науко- та технологічноємних секторів економіки.

Визначальним елементом ринкового господарювання, однією з найактивніших форм економічної діяльності є підприємництво як особливий тип господарювання.

Ринкова трансформація економіки України в 90-х рр. XX ст., правове визнання приватної власності об'єктивно викликали до життя та відродили в нашій державі, як і в інших пострадянських і постсоціалістичних країнах, активну підприємницьку діяльність. Новий Цивільний кодекс України (2003) вніс значні зміни в правове регулювання підприємництва, яке стало одним із важливих факторів соціально-економічного розвитку українського суспільства та його трансформації. Ключове питання Кодексу - право приватної власності - знайшло в ньому повне і всебічне врегулювання, що, у свою чергу, служить правовим підґрунтям для подальшого розвитку підприємництва.

За цих умов провідною формою господарювання стає підприємництво. Відповідно до ст. 42 Конституції України кожен має право на підприємницьку діяльність, не заборонену законом.

Здійснення підприємницької діяльності в Україні регулюється Конституцією України, Господарським кодексом України, законами України, нормативно-правовими актами Президента України та Кабінету Міністрів України, нормативно-правовими актами інших органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також іншими нормативними актами.

Більшість учених вважають, що підприємництво - ініціативна, новаторська діяльність суб'єкта господарювання, спрямована на пошук і знаходження найбільш оптимальних економічних рішень з метою одержання максимальної вигоди. Підприємництво передбачає конкретну діяльність підприємця і часто асоціюється з поняттям «власник».

Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути громадяни України, інших держав; юридичні особи всіх форм власності, встановлених Законом України «Про власність»; об'єднання юридичних осіб; об'єктами - організація або підприємство, засоби виробництва, система менеджменту, технології виробництва тощо.

Наукова економічна література розглядає підприємництво з різних позицій: як економічну категорію, як метод господарювання, як тип економічного мислення.

Як економічна категорія підприємництво виражає відносини між його суб'єктами з приводу виробництва, розподілу і привласнення благ та послуг.

Суть підприємництва як методу господарювання розкривають його основні функції - ресурсна, організаційна та інноваційна. Розглянемо їх.

Ресурсна функція підприємництва передбачає, що воно націлене на найбільш ефективне використання матеріальних, трудових, фінансових та інформаційних ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління і організації виробництва.

Організаційна функція зводиться до діяльності з організації виробництва, збуту, маркетингу, менеджменту і реклами.

Інноваційна функція полягає в сприянні генеруванню та реалізації нових ідей, здійсненню техніко-економічних, наукових розробок, проєктів, що пов'язані з господарським ризиком.

В умовах трансформації суспільства змінюється й сутнісне наповнення функцій підприємництва. Зокрема, ресурсна функція стає більш інвестиційно та екологічно орієнтованою відповідно до сучасних вимог функціонування на локальному й глобальному рівнях. Організаційна функція акцентується на підвищенні ролі індивідууму, загальній тенденції до зменшення розмірів підприємств, технологізації багатьох видів діяльності. Роль інноваційної функції в процесі трансформації виходить на перший план, вона стає домінуючою в багатьох видах діяльності.

Таким чином, трансформація суспільства зумовлює зміни сутнісної складової основних функцій підприємництва, водночас стимулювання подібних змін може прискорити процес трансформації, підвищити конкурентоспроможність держави та її окремих підприємств, адже основною одиницею підприємницької діяльності в межах суспільного виробництва є підприємство. Кожна галузь народного господарства складається із сукупності окремих підприємств, які виробляють одну або споріднені види продукції, необхідні для задоволення певних потреб населення та суспільства.

В умовах ринкової економіки підприємство - це товаровиробник, основна виробнича ланка економіки. Слід звернути увагу на те, що саме на підприємстві відбувається поєднання робочої сили із засобами виробництва. Від рівня діяльності підприємства залежить процес виробництва матеріальних благ, задоволення потреб населення, життєвий рівень, результати використання виробничих фондів, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, тобто ефективність господарювання.

Як самостійна одиниця підприємство користується правами юридичної особи, тобто має право розпоряджатися майном, одержувати кредит, укладати господарські угоди з іншими підприємствами. Узагальнюючи напрацювання учених можна визначити основні принципи функціонування підприємств:

1. Принцип самоокупності витрат - вимагає точного обліку й зіставлення витрат і результатів, повного відшкодування собівартості

продукції. Самоокупність властива тільки рентабельним підприємствам, а, отже, держава повинна цілеспрямовано проводити політику на зменшення кількості дотаційних галузей та підприємств, які були розповсюджені за командної системи господарювання.

2. Принцип самофінансування. Сутність принципу самофінансування не тільки в самоокупності витрат, а й у наданні частини одержаного прибутку у повне розпорядження підприємства. Тобто, розвиток підприємства повністю забезпечується за рахунок власних коштів, кредитів банку на комерційній договірній основі і за рахунок валютної виручки, що набуває особливого значення в період трансформації, адже трансформаційні процеси торкаються усіх, у тому числі й фінансових структур. Трансформується не тільки підприємство, але і його оточення, яке має відповідати новим умовам.

3. Принцип матеріальної зацікавленості у кінцевих результатах праці передбачає подолання зрівнялівки в оплаті праці, створення умов для заохочення ініціативи, підприємливості, досягнення найкращих результатів.

Підприємство несе повну економічну, майнову відповідальність за результати своєї діяльності. Кожне підприємство для розв'язання завдань, пов'язаних з виробництвом і реалізацією товарів та наданням послуг, має бути укомплектоване певною кількістю людей, здатних виконувати ці роботи. Усі принципи безпосередньо мають забезпечити організаційну основу інтенсивного характеру індивідуального відтворення на підприємстві.

Учені вже давно дійшли висновку, що ринкова реформація в Україні після подолання кризи має спиратися на модель високорозвиненої, соціально орієнтованої економіки, її ефективного функціонування за регульовального впливу держави і стимулюючої дії ринкової кон'юнктури. Усі складові цієї моделі в наших умовах, без великого впливу іноземного капіталу, вимагають особливо високого рівня чіткості макро- і мікроекономічного управління, економічного регулювання й контролю з боку держави, високої культури, організації і дисципліни в кожній сфері утворювальної діяльності незалежно від форм власності і господарювання в єдиному правовому полі.

Моделі ринкової економіки в сучасному світі досить різноманітні. Це далеко не єдине прокрустове ложе, у яке прагнуть штучно вкласти всі постсоціалістичні країни. У французькій моделі дуже велику роль в управлінні економікою, включаючи виробництво і перерозподіл ВВП, відіграє держава. У шведській, навпаки, спостерігається мінімальний вплив держави у сфері виробництва, але величезний - у сфері перерозподілу доходів, де він має по-справжньому соціалістичний характер.

Японія відрізняється багатовіковими традиціями сумісної групової діяльності з високим ступенем організації і дисципліни в кожному колективі. За порівняно незначного централізованого перерозподілу й фінансування ця держава досить жорстко і чітко управляє всім складним економічним організмом.

Американська модель, хоча зовні є найбільш лібералізованою, проте має потужний державний вплив не лише на внутрішню, але й на всю світову економіку за допомогою валютно-фінансових і банківсько-кредитних регуляторів.

Отже, закономірно, що й Україна повинна виробити свою специфічну модель післякризового економічного розвитку. У результаті перехідного процесу мають збільшуватися доходи і накопичення населення, внутрішній інвестиційний потенціал економіки. На думку провідних українських учених зміст нової національної економічної моделі охоплює:

- по-перше, чітку систему макроекономічного і господарського управління, економічного, валютно-фінансового і кредитного регулювання в жорстких правових межах і вільній ринковій кон'юктурі;
- по-друге, опору на науково-технічний прогрес та інтелектуальний потенціал держави;
- по-третє, взаємовигідний і паритетний зв'язок у системі світового співтовариства з визначенням власної ніші в конкурентній боротьбі на міжнародних ринках;
- по-четверте, соціальну орієнтацію економічного розвитку на забезпечення гідного життя людини і суспільства, нормального процесу демократичного відтворення;
- по-п'яте, структурну і якісну збалансованість ринкового попиту та пропозиції, що є основою функціонування й розвитку ринків [74, с. 121].

Для стабілізації економічної ситуації в межах трансформаційних процесів потрібні умови реальної протидії неефективному функціонуванню суб'єктів підприємницької діяльності. І для створення таких умов сьогодні необхідне теоретичне розуміння тих економічних та соціально-економічних процесів, що призводять до виникнення та поширення функціональних проблем підприємницьких структур. А для цього необхідним є дослідження процесів формування й функціонування суб'єктів підприємницької діяльності під впливом як ринкових відносин, так і соціально-економічних умов їх існування в межах існуючого в країні інституціонального середовища.

Функціонування кожного суб'єкта підприємницької діяльності об'єктивно взаємопов'язане з існуванням інших економічних суб'єктів, у тому числі й суб'єктів підприємницької діяльності, та підпорядковане загальним економічним і соціально-економічним факторам, що впливають на його здатність сприймати та використовувати існуючі умови для досягнення своєї мети. Саме необхідність сприйняття й використання в

процесі діяльності об'єктивних факторів та особливих характерних чинників, притаманних даному інституціональному середовищу, обумовлює утворення тих чи інших функціональних форм існування суб'єктів підприємницької діяльності.

Підприємці-практики звертають увагу на те, що в Україні зберігається досить низький рівень безпеки підприємницької діяльності в реальному секторі економіки. Посилюються загрози, які йдуть від трейдерських структур. Слабкою залишається господарсько-правова дисципліна суб'єктів підприємництва. Як загроза сприймається й непослідовна офіційна економічна політика, яка не дозволяє підприємцеві займатися стратегічним плануванням. За таких умов низька ефективність більшості виробництв не може забезпечити належного рівня прибутків, і власники капіталів шукають їм більш гідного, на їхній погляд, застосування, що загалом призводить до декапіталізації економіки.

За рейтингами Світового банку та Міжнародної фінансової корпорації Україна займає:

- за рівнем та умовами ведення бізнесу 142 місце серед 183 країн світу;
- за системою адміністрування податків 181 місце серед 183 країн світу.

Основні проблемні питання ведення підприємницької діяльності знаходяться у законодавчій площині:

1. Зарегульований процес ліцензування господарської діяльності:
 - 78 видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню (з них тільки 12 – здійснюються на місцевому рівні);
 - 39 органів ліцензування (з них 5 – місцеві органи влади).
2. Довготривала процедура отримання документів дозвільного характеру:
 - 66 видів дозвільних документів;
 - 20 дозвільних органів.
 - процедура оформлення документів на відведення земельної ділянки для ведення господарської діяльності займає до 1,5 роки.
3. Обтяжлива система нагляду та контролю за діяльністю суб'єктів господарювання:
 - 85 контролюючих органів.

Враховуючи введення у 2009 році мораторію на проведення заходів контролю, кількість планових документальних перевірок фізичних осіб-підприємців податковими органами зменшилася у 2009 році на 20,2% у порівнянні з 2008 роком.

4. Неможливість отримання фінансово-кредитної допомоги для розвитку бізнесу:

Заборона валютного кредитування банківськими установами фізичних осіб-підприємців, а також удвічі збільшені за останні 1,5 роки відсоткові

ставки по гривневих кредитах (близько 30%) значно ускладнили доступ підприємців до кредитних ресурсів.

Досвід закордонних країн свідчить, що малий і середній бізнес в перехідних економіках виконує низку специфічних соціально-економічних функцій:

- сприяння процесам демонополізації, приватизації та роздержавлення економіки, стимулювання розвитку економічної конкуренції;
- вивільнення великих підприємств від виробництва нерентабельної для нього дрібносерійної та штучної продукції, збільшення тим самим ефективності їхньої діяльності, підвищення гнучкості виробництва, зменшення комерційного ризику;
- стимулювання підвищення ділової активності населення та розвитку середнього класу, який становить соціальну базу економічних реформ, забезпечує стабільність суспільства;
- протидія люмпенізації та розвиткові утриманської психології, всебічне сприяння розвитку людського капіталу;
- забезпечення додаткових робочих місць, подолання прихованого безробіття, надання роботи працівникам, вивільненим у ході реструктуризації великих підприємств;
- пом'якшення соціальної напруженості завдяки ослабленню майнової диференціації та підвищенню рівня доходів населення;
- залучення до економічного обороту матеріальних, природних, фінансових, людських та інформаційних ресурсів, які «випадають» з поля зору великих компаній;
- поліпшення становища на ринках шляхом забезпечення еластичності їх структури, урегулювання попиту, пропозиції і цін;
- сприяння процесу демократизації суспільства, раціоналізації системи економічної організації та управління.

У перехідній економіці України, як визначають фахівці, для формування і розвитку підприємництва необхідні відповідні економічні, політичні, інституціональні, юридичні та соціальні умови. Розглянемо їх.

Економічні умови підприємництва полягають у тому, щоб у суспільстві функціонували багато суб'єктів (приватні, колективні, державні, кооперативні) власники. Це сприятиме свободі підприємницької діяльності, можливості на свій страх і ризик приймати рішення про використання майна, продукції, прибутків. У зв'язку з цим шляхом створення економічних умов у нашій країні є роздержавлення і приватизація власності, демонополізація господарської діяльності.

Політичні умови визначаються стабільністю і демократизацією суспільного життя в Україні. Цього можна досягти, надавши усім суб'єктам господарювання гарантії збереження їхньої власності, виключення можливостей націоналізації, експропріації. Владні структури повинні захищати всі види власності, у тому числі інтелектуальної

(винаходи, новаторство, нові методи організації), а також створювати сприятливий підприємницький клімат завдяки відповідній податковій, кредитній, митній та іншій політиці.

Інституціональні умови, які визначаються заходами, що здійснюються державою для формування нових, усунення старих або трансформації наявних власницьких, трудових, фінансових, соціальних та інших економічних інститутів. Інституціональне середовище визначається наявністю необхідних інститутів та організаційної структури, яка б була здатна забезпечити та підтримувати ефективне функціонування суб'єктів підприємницької діяльності в нових умовах.

Юридичні умови полягають у створенні нормативної бази підприємництва та його правової захищеності. В Україні було прийнято низку законів, які сформували організаційно-правову базу для розвитку підприємництва в умовах становлення ринкової системи господарювання. Найважливішими серед них є Господарський кодекс України, Закони України «Про підприємництво», «Про цінні папери і фондову біржу» та ін.

Соціальні умови підприємництва полягають у створенні сприятливого психологічного клімату серед населення. У цьому плані в Україні є ще багато проблем, оскільки життя кількох поколінь відбувалося в умовах, які створювали негативне ставлення до підприємництва. Мислення консервативне, і змінити його в одну мить не вдасться, але вже існують новітні моделі розвитку підприємницької діяльності (кластери тощо).

Але, на наш погляд, розглядати підприємництво як самодостатню виробничу силу було б помилкою, оскільки результативність підприємництва та прогресивний його вплив істотно розрізняються як у часі, так і в просторі. Це підтверджує думку про те, що функціональна роль підприємництва є продуктом економічного розвитку суспільства, тобто тих специфічних умов, в яких воно здійснюється. Через вказані причини розвиток малого підприємництва не можна розглядати як суто просте доповнення головної домінанти переходу до зрілої ринкової економіки, тобто великого бізнесу. Роль малого підприємницького сектора в економіці країни та її регіонів у зміцненні та розвитку ринкових відносин незрівнянно вища, ніж частка цього сектора в результатах економічної діяльності країни та кожного регіону.

Отже, підприємництво повинно відіграти в трансформаційній економіці важливу системоутворюючу роль, і його збалансований розвиток є стратегічно важливим завданням для органів самоврядування в країні.

1.2. Фінансове забезпечення регіональних програм розвитку малого підприємництва

Для підтримки розвитку малого бізнесу, відповідно до Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва», в регіонах України були розроблені регіональні програми для забезпечення зміцнення малого підприємництва, що стало особливо актуальним з огляду на прийняття України до СОТ.

Аналізуючи якість самих програм, хотілось би зазначити, що регіональні програми розвитку малого підприємництва в більшості регіонів стали більш змістовнішими, орієнтованими на регіональні пріоритети та інноваційні заходи. Дослідження напрямів і заходів щодо виконання регіональних програм дає змогу оцінити внесок місцевих органів виконавчої влади у створення найбільш сприятливих умов для розвитку підприємництва в цих регіонах. Реалізація заходів регіональних програм розвитку малого підприємництва потребує стабільного фінансування з початку дії програми і до її завершення, з рівномірним розподілом коштів за кварталами впродовж кожного року. Стабільність фінансування регіональної програми і забезпечення рівномірного поетапного надходження коштів для реалізації програмних заходів є запорукою ефективності роботи місцевих органів виконавчої влади й самоврядування у зміцненні сектору малого підприємництва і вирішенні соціально-економічних проблем регіону.

Фінансування регіональних програм розвитку малого підприємництва за рахунок цільових коштів місцевих бюджетів було передбачено в усіх регіонах України. Впродовж двох років дії програм фактичне фінансування їх заходів з місцевих бюджетів здійснювалось в усіх регіонах, за виключенням м. Севастополя, де у 2008 році кошти з міського бюджету на реалізацію програмних заходів не виділялись.

У 2007-2008 роках сумарні заплановані видатки місцевих бюджетів на реалізацію програмних заходів в усіх регіонах склали 126,6 млн.грн і переважна більшість регіонів здійснювала фінансування в межах передбачених обсягів. За підсумками двох років на реалізацію програм в усіх регіонах України з обласних і місцевих бюджетів фактично було витрачено 92,85млн.грн (73,3% від запланованого) [258].

Разом з тим в м. Києві обсяги фінансування програмних заходів склали 24,94млн.грн (42% від запланованого) – це найгірший показник міста з 2005 року. Необхідно також зазначити, що в м. Києві в останні роки спостерігається негативна тенденція щодо зменшення обсягів фінансування заходів регіональної програми розвитку малого та середнього підприємництва з міського бюджету і це свідчить про погіршення ставлення міської влади до підтримки малого і середнього підприємництва в місті (див.рис.1.1).



Рис. 1.1. Обсяги фінансування в м. Києві

В цілому по Україні (за винятком м. Києва) збільшився загальний обсяг фінансування з обласних бюджетів заходів регіональних програм розвитку малого підприємництва. Якщо в 2007 році в 26 регіонах України на реалізацію програмних заходів було витрачено 11,8млн.грн, то у 2008 році ці витрати склали майже 14,7млн.грн.

Основний внесок в таке зростання зробили: Луганська, Одеська, Полтавська, Івано-Франківська, Донецька, Хмельницька, Черкаська та Рівненська області, які значно збільшили обсяги витрат на програмні заходи. Натомість, у порівнянні з попереднім роком зменшили обсяги фінансування: м. Київ, АР Крим, Дніпропетровська, Вінницька, Чернігівська, Житомирська, Херсонська області. Найбільше скорочення в 6,7 рази спостерігалось в Дніпропетровській області.

Забезпечення фінансування в повному обсязі заходів регіональних програм та ефективне використання коштів місцевих бюджетів є запорукою сталого розвитку і зміцнення малого підприємництва, що дозволяє вирішувати соціально-економічні проблеми в регіонах, сприяє їхньому розвитку. Найбільші обсяги бюджетного фінансування на реалізацію програмних заходів було здійснено в АР Крим (2,56 млн. грн.), Кіровоградській (2,79 млн. грн.), Хмельницькій (2,15 млн. грн.), Вінницькій (майже 2 млн. грн.), Івано-Франківській (1,7млн. грн.), Луганській (1,5 млн. грн.), Одеській (1,5 млн. грн.), Полтавській (1,25 млн. грн.) та Волинській (1,23 млн. грн.) областях. Найменші обсяги фінансування за два роки мали програми: м. Севастополя (100тис.грн), Київської (139,5тис.грн), Закарпатської (249,7 тис. грн.) та Житомирської (372,3 тис. грн.) областей.

В повному або майже в повному обсязі (90-100 % від передбачених у місцевих бюджетах видатків) регіональні програми розвитку малого підприємництва було профінансовано в 16 регіонах: АР Крим, Вінницька, Волинська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Харківська, Херсонська, Черкаська області, м. Київ та м. Севастополь. У 2008 році таких регіонів було 18 – це АР Крим, Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Черкаська та Чернівецька області.

Суттєвим недоліком у фінансуванні регіональних програм залишається нерівномірність надходження коштів з регіональних бюджетів для реалізації програмних заходів в більшості регіонів. У 2008 році з 14,7млн.грн витрачених в регіонах (за винятком м. Києва) 59,4% було виділено в останньому кварталі року, що негативно впливає на якість виконання програмних заходів. В останньому кварталі 2007 року на реалізацію заходів було витрачено 54,5% від річних обсягів фінансування [258].

На жаль збереглась тенденція щодо нерівномірності відносного фінансування програм в розрізі регіонів. В цілому по Україні середній рівень видатків місцевих бюджетів на реалізацію заходів регіональних програм у відношенні до кількості малих підприємств склав 261,7грн/підпр. Разом з тим тільки в м. Києві (852,7грн/підпр) і Хмельницькій області (313,5грн/підпр) цей рівень було перевищено. Наблизилися до нього Волинська (236,27грн/підпр), Вінницька (235,67грн/підпр), Кіровоградська (226,1грн/підпр) та Івано-Франківська (211,85грн/підпр) області. Найнижчий рівень відносного фінансування спостерігається в Київській (10,36грн/підпр), Запорізькій (23,19грн/підпр), Харківській (26,88грн/підпр), Дніпропетровській (31,22грн/підпр) областях та м. Севастополі (30,34грн/підпр), наведено на рис. 1.2. Значні диспропорції в обсягах фінансування регіональних програм та рівнях підтримки впродовж ряду років негативно впливають на розвиток малого бізнесу в цілому в Україні, як наслідок відбувається накопичення соціально-економічних проблем і гальмування їх вирішення в регіонах.

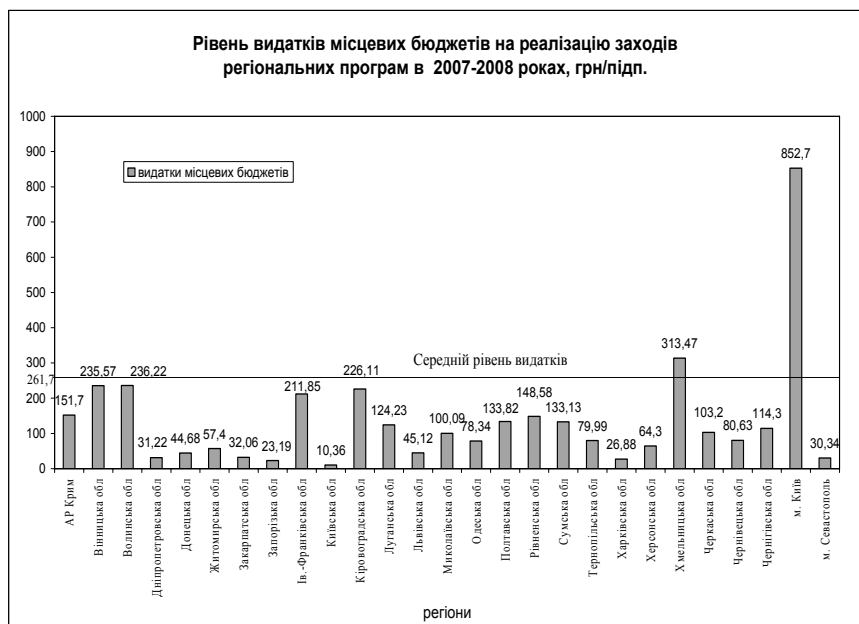


Рис. 1.2. Рівень видатків місцевих бюджетів на реалізацію заходів регіональних програм в 2007-2008 рр.

Аналіз структури фінансування заходів регіональних програм показує, що в більшості регіонів перевага надається заходам програми з безпосередньої фінансової підтримки малого підприємництва в регіонах. Впродовж двох років найбільші обсяги фінансування заходів регіональних програм було спрямовано на компенсацію частини вартості банківських кредитів для суб'єктів малого підприємництва за рахунок бюджетних коштів – майже 70% (див. рис. 1.3).

Значний обсяг коштів – 17% від загальних обсягів фінансування регіональних програм, було використано на надання інформаційної допомоги, здійснення навчання, організації семінарів, конференцій, забезпечення участі підприємців у виставкових заходах. Більшість регіонів провели фінансування за цими напрямками підтримки розвитку підприємництва (крім Хмельницької та Черкаської областей).

**Структура фактичного фінансування
регіональних програм за 2007-2008 роки**

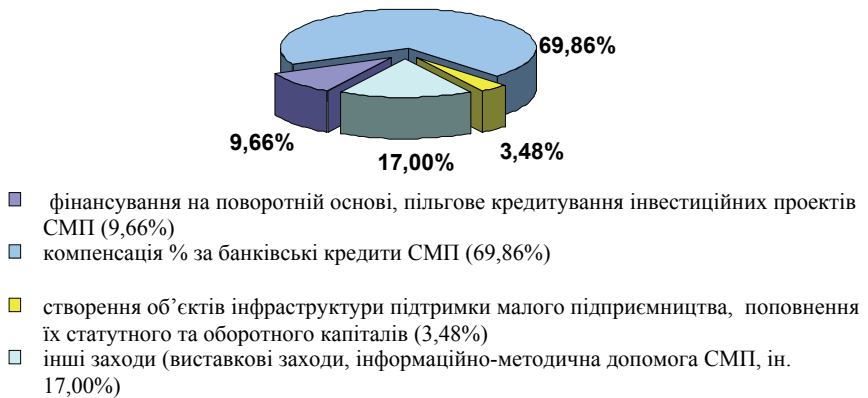


Рис. 1.3. Структура фінансування регіональних програм за 2007-2008 рр.

На пільгове кредитування інвестиційних проектів, фінансування на поворотній та безповоротній основі було витрачено 9,66% коштів регіональних бюджетів, спрямованих на реалізацію програмних заходів. За даними аналізу пільгові кредити малому та середньому підприємству надавали в Вінницькій, Волинській, Донецькій, Івано-Франківській, Кіровоградській, Полтавській, Сумській, Харківській, Херсонській, Хмельницькій, Черкаській та Чернігівській областях.

Слід зазначити, що у порівнянні з попередньою програмою вдвічі збільшилась кількість регіонів, які приділяють увагу створенню нових та забезпеченню функціонування вже існуючих об'єктів інфраструктури підтримки малого підприємництва, а обсяг коштів склали 3,48% від загального фінансування програмних заходів. Бюджетні кошти на розвиток інфраструктури спрямовувались в АР Крим, Волинській, Донецькій, Івано-Франківській, Миколаївській, Одеській, Сумській, Тернопільській, Харківській, Чернівецькій, Чернігівській областях та м. Києві.

Запровадження Україною принципів Європейської Хартії потребує змін у підходах до вирішенні проблемних питань малого підприємництва. Водночас, впроваджуючи принципи Європейської Хартії, на місцевому рівні необхідно більше уваги приділяти фінансуванню заходів щодо створення нових та забезпечення функціонування вже існуючих об'єктів інфраструктури підтримки малого підприємництва.

Найбільш поширеним інструментом надання фінансової допомоги малому бізнесу на місцевому рівні є регіональні фонди підтримки підприємництва. Останнім часом функції фондів, як установ інфраструктури значно розширилась. Фонди мають можливість визначати потреби малого підприємництва регіону шляхом вивчення звернень до них підприємців, кваліфіковано оцінювати та відбирати для подальшого фінансування інвестиційні проекти підприємців, надавати консультативно-методичну допомогу, фінансово-кредитну підтримку малому бізнесу, здійснювати моніторинг ефективності використання коштів та результативності впровадження бізнес-проектів.

Спрямування коштів на розвиток малого та середнього бізнесу через регіональні фонди підтримки підприємництва (РФПП) здійснено в 20 регіонах, а саме: АР Крим, Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Закарпатська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька та Чернігівська області.

В умовах світової фінансової кризи, що несприятливим чином позначилась на вітчизняному підприємстві, малий бізнес є найбільш вразливим та незахищеним сектором, отже потребує опіки з боку влади. Саме фінансова підтримка малого і середнього бізнесу на місцевому рівні дозволяє запобігти згортанню підприємництва, зростанню безробіття та сприяє вирішенню соціальних проблем в регіонах.

В АР Крим, областях, містах Києві та Севастополі в рамках програмних заходів в регіонах малим і середнім підприємцям надавались пільгові кредити, здійснювалась компенсація частини вартості банківських кредитів за рахунок коштів місцевих бюджетів, забезпечувалось покриття ризику неповернення кредитних коштів, створювались бази даних інфраструктури банківських та небанківських фінансово-кредитних установ. Більшість заходів місцевих органів виконавчої влади було спрямовано на відпрацювання існуючих та впровадження нових фінансових технологій підтримки малого підприємництва, зокрема мікрокредитування, ними здійснювався пошук шляхів до співробітництва з недержавними фінансово-кредитними установами для спільної участі у кредитуванні суб'єктів малого підприємництва. Певна робота в регіонах проводилась по створенню нових фінансово-кредитних установ, які спеціалізуються на мікрокредитуванні малого бізнесу, а також надавалась фінансова допомога вже існуючим.

Для інформаційної підтримки підприємців з питань фінансово-кредитного забезпечення на веб-сторінках місцевих органів влади розміщено електронні довідники щодо джерел фінансування, кредитних програм, операторів ринку фінансових послуг.

В рамках реалізації регіональних програм за рахунок коштів обласного бюджету на пільгових умовах суб'єктам малого бізнесу

надавались кредити у Вінницькій, Волинській, Донецькій, Івано-Франківській, Кіровоградській, Полтавській, Сумській, Харківській, Херсонській, Хмельницькій, Черкаській та Чернігівській областях. Кредитування здійснювалось мережею спеціально створених регіональних та місцевих фондів підтримки підприємництва.

З метою залучення додаткових фінансових ресурсів для розвитку і підтримки малого підприємництва між місцевою владою та комерційними банками укладались угоди про співробітництво у кредитуванні суб'єктів малого і середнього підприємництва.

За даними дослідження комерційними банками було надано суб'єктам малого підприємництва кредитів на загальну суму: 23,65 млрд. грн., 169,7 млн. дол. США, та 2,4 млн. євро, з яких 568,2 млн. грн. отримали фермерські господарства для придбання техніки, насіння, мінеральних добрив, паливно-мастильних матеріалів. Надані кредитні ресурси спрямовувались на підтримку бізнес-проектів, реконструкцію приміщень, придбання техніки, поповнення обігових коштів підприємств, а також на організацію та проведення підприємницької діяльності.

За оцінками експертів обсяги банківського кредитування малого бізнесу зросли в останні роки на 80 %, але потреба малих підприємств у кредитних ресурсах задовольняється не більше ніж на 5-7%. Проблема полягає в тому, що малим підприємцям для започаткування та розвитку бізнесу достатньо складно отримати гроші в банках, тому у більшості випадків підприємці оформляють кредитні договори як громадяни на побутові цілі, а не як суб'єкти господарювання для розвитку бізнесу. Для сталого розвитку малий бізнес потребує запровадження спеціальних умов, що передбачають: прискорення процедури оформлення та запровадження різноманітності форм кредитування, без заставного надання кредитів, кредитування «з нуля», мікрокредитування.

Необхідно зазначити, що спостерігалась тенденція зростання роздрібного банківського кредитування малого і середнього бізнесу, але на цей процес наприкінці 2008 року значно вплинула світова криза ліквідності.

Лідерські позиції на ринку кредитування малого і середнього бізнесу в Україні посідають Райффайзен Банк Аваль, ПриватБанк, УкрСиббанк, Хрещатик, ПравексБанк, Форум, ПроКредитБанк, ОТП-Банк [258].

Продовжувалась реалізація програм кредитування малого підприємництва міжнародними фінансовими організаціями, такими як Німецько-Український фонд (НУФ) та Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). За даними дослідження такі програми діють в Дніпропетровській, Волинській, Закарпатській та Рівненській областях. Як приклад, за рахунок кредитних ліній НУФ і ЄБРР у Рівненській області здійснено довгострокове кредитування суб'єктів малого та середнього бізнесу на суму 224,1 млн. грн.

Загальна сума коштів, наданих комерційними банками вітчизняним суб'єктам малого та середнього підприємництва в рамках кредитних ліній міжнародних фінансових організацій склала 13,6 млрд. грн., 184,6 млн. дол. США, 4,4 млн. євро [258].

Альтернативним інструментом мікрокредитування малого підприємництва в регіонах залишаються небанківські фінансові установи. Проте, на сьогодні вони ще не можуть посісти провідних позицій в системі кредитування малого бізнесу. Так, за узагальненими даними з регіонів впродовж двох років впровадження програми кредитними спілками було надано позичок на загальну суму 568,2 млн. грн., що складає лише 2,4% від загальних обсягів кредитування підприємництва.

Активно працювали кредитні спілки в Запорізькій, Івано-Франківській, Київській, Луганській, Львівській, Миколаївській, Одеській, Черкаській, Чернівецькій областях та м. Києві, але наприкінці 2008 року на їх діяльність суттєво вплинула світова фінансова криза, в умовах якої такі заклади дуже вразливі і потребують підтримки влади.

Пріоритетними галузями кредитування малого підприємництва є торгово-посередницька діяльність (оптова та роздрібна торгівля), сільське господарство, виробнича діяльність та надання послуг, будівництво, транспортні послуги.

Важливою формою діяльності в підтримці малого бізнесу є робота Фонду гарантування позик, який створено в Івано-Франківській області. Гарантійна схема фінансування малого підприємництва полягає у наданні часткової фінансової поруки тим підприємцям, які не мають належного забезпечення кредиту. При застосуванні такої схеми гарантування кредитів було профінансовано бізнес-проект на 360 тис. грн.

Діяльність місцевих органів влади у напрямку покращення доступу до кредитних ресурсів для представників малого бізнесу полягає у налагодженні співпраці з комерційними банками, запровадженні дієвих заходів фінансової підтримки малого підприємництва в рамках регіональних програм. В цьому напрямку місцева влада та банківські установи мають розподіляти між собою обов'язки та ризики, пов'язані з кредитуванням бізнес-проектів суб'єктів малого підприємництва. Впровадження компенсації частини відсотків за банківські кредити, які надає підприємцям уповноважений банк, або надання гарантій повернення кредиту (у вигляді запоруки, ресурсного покриття або заставного майна) – є найбільш поширеними механізмами такої співпраці.

Заходи, спрямовані на здешевлення вартості кредитів для суб'єктів малого підприємництва за рахунок бюджетних коштів, здійснювали 18 регіонів: АР Крим, Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Одеська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Чернівецька, Чернігівська області та м. Київ.

Як показали дослідження, на означені цілі з бюджетів АР Крим, областей та міста Києва було спрямовано майже 65млн.грн.

Впродовж дії регіональних програм забезпечувався доступ суб'єктів малого підприємництва до фінансових ресурсів, як наслідок - банківськими та небанківськими фінансово-кредитними установами в сферу малого та середнього підприємництва було спрямовано кредитів на загальну суму: 23,65 млрд. грн. [258].

Важливим фактором стратегічного зростання підприємницького потенціалу регіонів є надходження інвестиційних ресурсів. З метою підвищення інвестиційної привабливості малого та середнього підприємництва регіонів місцеві органи влади в рамках регіональних програм впроваджували заходи, спрямовані на визначення інвестиційних потреб малого підприємництва регіону, надання допомоги у пошуку потенційних партнерів та формування сприятливого клімату. В липні 2008 року було проведено Міжнародний інвестиційний форум в Чернівецькій області, також в листопаді 2008 року в Херсоні проведено Міжнародний інвестиційний форум «Таврійські горизонти: співпраця, інвестиції, економічний розвиток».

З огляду на розвиток інтеграційних процесів та вступ України до СОТ, одним з напрямків регіональних програм розвитку підприємництва є підтримка інноваційних бізнес-проектів. Про реалізацію таких проектів свідчать данні по 7 регіонах: Вінницька, Волинська, Донецька, Київська, Кіровоградська, Херсонська та Хмельницька області. Разом з тим, кількість підтриманих інноваційних проектів серед інших є недостатньою. Отже, на місцевому рівні необхідно більше уваги приділяти заходам з підтримки інноваційного розвитку підприємництва, оскільки в сучасних умовах впровадження інноваційних проектів в регіонах дозволить вирішувати важливі проблеми, сприятиме зміцненню конкурентоспроможності та економічному зростанню регіонів.

Разом з тим, реальне створення нормативно-правових умов розвитку малого підприємництва на місцевому рівні потребує регіональних заходів щодо удосконалення адміністрування податків. Зокрема, для зниження податкового навантаження на суб'єктів малого підприємництва, необхідно забезпечити:

- скасування неефективних і обтяжливих місцевих податків і зборів, що не відіграють істотної ролі у формуванні доходів державного та місцевих бюджетів;
- дозволити знизити податкове навантаження на суб'єктів господарювання;
- зменшити витрати на адміністрування таких податків і зборів;
- дозволити забезпечити диференційний підхід при сплаті податків і зборів в залежності від умов та доцільності для кожного регіону та органів місцевого самоврядування.

1.3. Інфраструктура підтримки розвитку малого бізнесу в регіонах та аналіз досвіду організації та функціонування кластерних систем

Розглядаючи організаційні засади функціонування та розвитку малого бізнесу відзначимо, що достатньо важливою формою ресурсної підтримки на місцевому рівні є залучення суб'єктів малого підприємництва до формування, розміщення і виконання на конкурсних засадах державних та регіональних замовлень на виконання робіт, надання послуг для задоволення державних та регіональних потреб. В 19 регіонах серед суб'єктів малого підприємництва було розміщено регіональних або державних замовлень на загальну суму понад 13,1 млрд. грн., що вдвічі більше, ніж за два роки попередньої програми. Середня вартість одного замовлення щодо участі суб'єктів малого підприємництва складала 514,72 грн.). Найбільші обсяги розміщених серед суб'єктів малого підприємництва регіональних та державних замовлень зафіксовано в м. Києві (7,9 млрд. грн.), Івано-Франківській (майже 782 млн. грн.), Волинській (586,3 млн. грн.) та Луганській (540,1 млн. грн..) областях [258].

Проте, 8 регіонів (Донецька, Житомирська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Сумська, Чернігівська області та м. Севастополь) не залучали до участі в реалізації державних і регіональних замовлень малі підприємства.

З метою створення умов для доступу малого підприємництва до виконання закупівель товарів, робіт і послуг за державні кошти та у зв'язку з приєднанням України до Європейської хартії для малих підприємств необхідно на законодавчому рівні встановити квоти для малого підприємництва в загальних обсягах реалізації закупівель товарів, робіт і послуг за державні кошти, як це і передбачено статтею 25 Директиви 2004/18 Європейського Парламенту й Ради ЄС „Про координацію порядку надання державних контрактів на виконання робіт, поставку товарів і надання послуг” від 31 березня 2004 року.

З кожним роком в регіонах України набувають поширення нові форми ресурсної підтримки малого підприємництва. Так, у зазначеному періоді на місцевому рівні продовжувалась робота по створенню промислових кластерів, удосконаленню підприємницького клімату за рахунок перспективних напрямків (франчайзингу, субконтрактації, бенчмаркінгу).

Зокрема, Міністерством економіки АР Крим проведено ряд робочих зустрічей із представниками Німецького Бюро Технічного Співробітництва (GTZ), у ході яких розглянуто питання про впровадження в автономії міжнародних проектів: „Підтримка розвитку приватного підприємництва в Україні” та „Сприяння економічному розвитку в Україні”, які спрямовано на підтримку розвитку малого та середнього бізнесу, у тому числі шляхом створення кластерних структур і розвитку

інноваційних технологій та проведено щорічну науково-практичну конференцію „Наука і бізнес”, на якій розглянуто питання розвитку малого інноваційного підприємництва, створення та забезпечення діяльності інноваційних і кластерних структур, розробки та реалізації інноваційних проєктів.

Аналіз регіональних програм свідчить, що на Донеччині проведено 5 інформаційних семінарів з питань франчайзингу, у Закарпатській області в рамках Швейцарсько-українського проєкту розвитку лісового господарства в Закарпатті FORZA розпочато проведення кластерного аналізу лісового сектору Карпатського регіону України, метою якого є комплексний системний опис, оцінка і аналіз лісового сектору Карпатського регіону України з огляду на його ресурсний потенціал, галузеві структури, економічні можливості, соціально-економічне значення, ринки сталого розвитку. В Запорізькій області продовжується робота щодо будівництва елеватору „Ніконія”, який буде обслуговувати (об’єднувати) фермерські господарства Запорізького регіону. Створюється кластер бджільництва – «Бджола не знає кордонів», ведеться робота щодо створення кластеру машинобудування у м. Мелітополі, вивчається досвід Італії щодо розвитку інноваційно-технологічних та агротуристичних кластерів.

На Кіровоградщині проведено науково-практичну конференцію «Підвищення конкурентоспроможності економіки Кіровоградської області на основі формування кластерної моделі виробництва». Поширюється інформація щодо впровадження франчайзингових відносин та переваг ведення такого бізнесу шляхом проведення ділових зустрічей і нарад з представниками підприємств-виробників та за зверненнями підприємців.

На Луганщині у Кремінському районі відбулася презентація туристичного кластеру «Перлина Донбасу», у Миколаївській області проведено соціологічне дослідження законодавчих перешкод, що заважають розвитку малого підприємництва та запровадженню в Миколаївській області галузевих і територіальних кластерних моделей господарювання, за результатами якого створено „гарячу лінію” для підприємців Миколаївської області. На Одещині на базі господарств Болградського, Кілійського та Фрунзівського районів проведені круглі столи та семінари щодо умов та перспектив функціонування сільськогосподарських кластерів [257].

В Полтавській області у рамках проєкту TACIS „Послуги підтримки малого і середнього підприємництва в пріоритетних регіонах” проведено обласний семінар з питань кластерного розвитку. У Сумському регіоні проведено „круглий стіл” на тему: „Франчайзинг як метод ведення стабільного довготривалого бізнесу” з презентацією торгово-виробничих марок, які мають наміри щодо розвитку власної мережі. На Хмельниччині з метою подальшого розвитку кластерних об’єднань систематично

проводяться наради-семінари, які спрямовані на активізацію кластерного руху. Продовжується робота з впровадження кластерних моделей економічного розвитку в інших регіонах України.

У м. Києві в програмі «Бізнес-сектор» та в спеціалізованому журналі з питань підприємництва «Підприємець столиці» висвітлювались питання кластерної форми розвитку підприємництва. З метою сприяння створенню науково-виробничих кластерів проведено семінар «Кластери та інвестиційна діяльність». Протягом 2008 року проведено підготовку та імплементацію 47 інформаційно-аналітичних і довідкових матеріалів для модулю «Франчайзинг в підприємницькій діяльності». У м. Севастополь проведено III Всеукраїнську конференцію «Кластеризація – шлях підвищення конкурентоспроможності економіки».

Таким чином, враховуючи що кластерні об'єднання є однією з найефективніших форм розвитку врядування та зміцнення малого бізнесу, особливо в умовах фінансової кризи, важливим завданням місцевої влади є сприяння створенню таких об'єднань, а також підтримка вже працюючих.

Процес формування інфраструктури підтримки малого підприємництва передбачає як створення нових, так і удосконалення роботи діючих об'єктів інфраструктури, які надають фінансові, матеріально-технічні, інформаційні, технологічні, консультативні, маркетингові, кадрові та освітні послуги.

За даними досліджень в Україні функціонували такі об'єкти інфраструктури підтримки підприємництва: 465 бізнес-центрів, 69 бізнес-інкубаторів, 40 технопарків, 790 лізингових центрів, 2526 небанківських фінансово-кредитних установи (в т.ч. 1884 кредитних спілки), 277 фондів підтримки підприємництва, 3012 інвестиційно-інноваційних фондів і компаній, 3233 інформаційно-консультативних установи (див. рис. 1.4).

За два роки дії програм було створено 44 бізнес-центри (за час дії попередніх програм 2005-2006 роки - 100), 13 технопарків (2005-2006 роки - 8), 488 лізингових центрів (2005-2006 роки - 115), 856 кредитних спілки (2005-2006 роки - 242), 73 фонди підтримки підприємництва (2005-2006 роки - 53), 1690 інвестиційно-інноваційних фондів і компаній (2005-2006 роки - 80), 1372 інформаційно-консультативні установи (2005-2006 роки - 38).

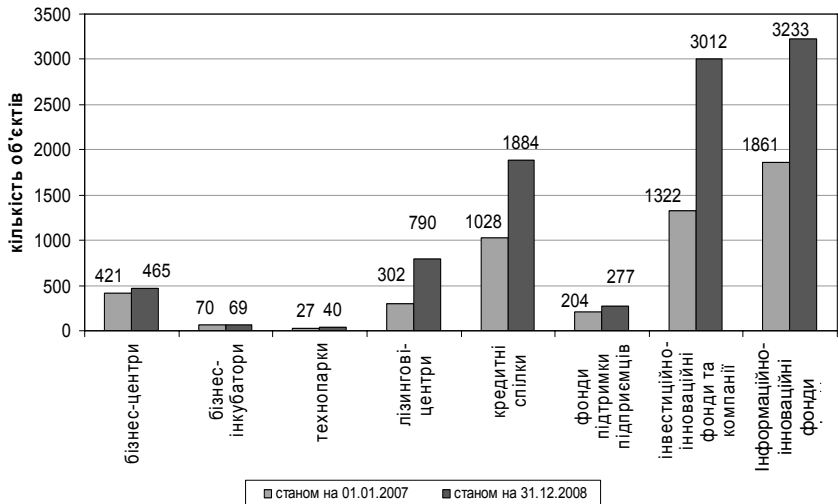


Рис. 1.4. Динаміка змін інфраструктури підтримки малого підприємництва за час дії програм 2007-2008 рр.

Станом на 01.01.2009 року найбільша кількість об'єктів інфраструктури створена в таких регіонах, а саме:

- бізнес-центри (м. Київ - 163; Харківська область - 31; Луганська область - 28; Донецька і Кіровоградська області - по 23; АР Крим - 21);
- бізнес-інкубатори (м. Київ - 11; АР Крим та Харківська область - по 5; Київська, Луганська, Львівська, Миколаївська області - по 4);
- технопарки (м. Київ - 18; Харківська область - 5; Львівська область - 4);
- лізингові центри (м. Київ - 400; Харківська область - 230; Донецька область - 34);
- кредитні спілки (м. Київ - 618; Полтавська область - 172; Луганська область - 168; Донецька область - 153);
- фонди підтримки підприємництва (м. Київ - 105; Львівська область - 15; Вінницька, Київська, Луганська, Полтавська області - 13);
- інвестиційно-інноваційні фонди і компанії (м. Київ - 1963; Донецька область - 271; Житомирська область - 152; Харківська область - 123; Одеська область - 106);
- інформаційно-консультативні установи (м. Київ - 1253; Донецька область - 400; Полтавська область - 239; Миколаївська область - 210; Харківська область - 191; Луганська область - 105).

Лідерські позиції за кількістю новостворених об'єктів інфраструктури зайняли наступні регіони: м. Київ, Донецька та Харківська області - за бізнес-центрами; Дніпропетровська та Луганська область - за

бізнес-інкубаторами; Харківська область, м. Київ, Львівська область - за технопарками; Харківська область, м. Київ, Донецька область - за лізинговими центрами; м. Київ, Донецька та Чернігівська області - за кредитними спілками; м. Київ, Волинська, Вінницька та Івано-Франківська області - по фондах підтримки підприємництва [258].

Наприклад, в АР Крим створено бізнес-центр «Алуштинський експоцентр», «Центр розвитку бізнесу», «Кримський республіканський центр підтримки реформ»; у м. Дніпропетровську - технологічний парк «Машинобудівельні технології»; в м. Коростені (Житомирська область) - технопарк «Коростенський індустріальний парк». Разом з тим, за час дії програми в деяких регіонах України спостерігалась тенденція щодо зменшення об'єктів інфраструктури, зокрема: бізнес-центрів (в Запорізькій і Чернівецькій областях), бізнес-інкубаторів (у Запорізькій області, м. Севастополі), лізингових центрів (в Одеській області, м. Севастополі, Сумській та Луганській областях), кредитних спілок (у Кіровоградській, Одеській та Тернопільській областях), фондів підтримки підприємництва (в Полтавській, Львівській, Сумській, Херсонській областях та м. Севастополі). За даними державних адміністрацій основною причиною припинення функціонування більшості установ інфраструктури є відсутність фінансових ресурсів на їх утримання.

Загальновідомо, що найбільш ефективними є об'єкти інфраструктури підтримки підприємництва, створені за участі органів влади та самоврядування. Послуги таких установ є більш кваліфікованими, а їх вартість максимально наближена до можливостей малого підприємництва. Нерідкі випадки, коли муніципальні установи інфраструктури надають підприємцям навчально-освітні та інші послуги на безоплатній основі. Проте, лише 3,7% загальної кількості об'єктів інфраструктури створені за участі місцевих органів виконавчої влади та самоврядування.

Найбільш поширеною формою участі місцевих органів виконавчої влади та органів самоврядування у формуванні інфраструктури є заснування регіональних і місцевих фондів підтримки підприємництва. Зазначеними фондами здійснюється фінансова підтримка малого підприємництва; проводяться конференції, тренінги, навчальні семінари, „круглі столи”; надається методично-консультативна допомога. Так, фондом підтримки підприємництва АР Крим суб'єктам господарювання надано більше 200 консультацій. Наприклад, у Донецькій області регіональним фондом підтримки підприємництва проведено 80 заходів, у яких взяли участь близько 2 тисяч осіб. Регіональним фондом підтримки підприємництва в Івано-Франківській області проведено 107 семінарів, конференцій, тренінг-курсів та надано 8,4 тис. консультацій.

Регіональним фондом підтримки підприємництва в Луганській області проведено 46 тренінгів, участь у яких прийняли 1271 представник малого бізнесу, надано 1371 консультацію підприємницьким структурам

області з економічних та юридичних питань. У Миколаївській області регіональним фондом підтримки підприємництва проведено соціологічне дослідження серед суб'єктів малого підприємництва в частині визначення законодавчих перешкод, що заважають розвитку малого підприємництва на території області.

Сумським обласним фондом підтримки підприємництва надано консультацій 90 підприємцям щодо розроблення бізнес-планів, що дало можливість 30 суб'єктам господарювання взяти участь у конкурсах для отримання відшкодування та отримати відповідну фінансову допомогу. Через регіональний фонд підтримки підприємництва по Чернігівській області здійснено фінансову підтримку 7 проектів суб'єктів підприємницької діяльності на загальну суму 666,45 тис. грн.

Істотна допомога в розвитку та підтримці суб'єктів малого підприємництва надається через створені в усіх регіонах України веб-сторінки для суб'єктів підприємницької діяльності (окрім м. Севастополя).

Аналізуючи сучасний стан вітчизняної інфраструктури підтримки малого підприємництва слід зазначити, що активному її розвитку перешкоджає відсутність нормативної бази, а також стимулюючих підходів до регулювання діяльності таких установ. Отже, на сучасному етапі актуальним є розроблення та затвердження Типового положення про порядок створення та функціонування бізнес-інкубаторів, що найбільше відповідає сучасним вимогам підтримки суб'єктів малого підприємництва на стадії їх становлення й розвитку відповідно до норм і стандартів ЄС.

Треба зазначити, що значна увага місцевих органів виконавчої влади та самоврядування приділяється питанням підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації кадрів для сфери малого підприємництва, залученню до підприємницької діяльності незайнятого населення, в першу чергу, незахищених верств (безробітних, інвалідів, молоді, жінок, звільнених в запас військовослужбовців) та орієнтації на самозайнятність.

Станом на 01.01.2009 року, в 4710 навчальних закладах загальної, професійної та вищої освіти України запроваджено навчання основам та практиці підприємництва, що від їх загальної кількості становить 21,5%. Крім того, перепідготовку і підвищення кваліфікації кадрів для сфери підприємництва здійснюють 796 вищих навчальних закладів, що складає 72,8% від загальної кількості зазначених закладів [258].

За час дії програм загальна кількість навчальних закладів (в т.ч.: загальної, професійної, вищої освіти), де запроваджено навчання основам та практиці підприємництва, збільшилась на 138 одиниць. Найкращі результати за цим показником належать Вінницькій та Луганській областям.

Водночас, кількість вищих навчальних закладів, що здійснюють перепідготовку і підвищення кваліфікації кадрів для сфери малого підприємництва зросла на 441 одиницю, за рахунок збільшення таких

закладів у Вінницькій, Дніпропетровській, Одеській, Рівненській та Хмельницькій областях. Фахову підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації для заняття підприємницькою діяльністю пройшли 192,8тис.осіб, в т.ч.: 111,4тис. безробітних і 81,4тис. підприємців.

Як свідчать дослідження, у напрямку вдосконалення нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності в регіонах України впродовж двох років дії регіональних програм робота місцевих органів виконавчої влади та органів самоврядування була спрямована на забезпечення виконання законодавства в регуляторній, реєстраційній і дозвільній сферах. Реалізація державної регуляторної політики в усіх регіонах проводилась в рамках Закону України „Про основи державної регуляторної політики в сфері господарської діяльності”. З метою запобігання прийняттю неефективних регуляторних актів, здійснювалось відстеження результативності дії прийнятих регуляторних актів відповідно до постанови Кабінету Міністрів України „Про затвердження методик проведення аналізу впливу і відстеження результативності регуляторного акту”. Забезпечувалась гласність, відкритість та прозорість регуляторної діяльності шляхом проведення публічних обговорень проектів регуляторних актів із суб'єктами господарювання, громадянами та їх об'єднаннями на засіданнях „круглих столів” і координаційних рад, обов'язкового оприлюднення проектів в засобах масової інформації, розміщення на інформаційних стендах і офіційних веб-сайтах місцевих органів влади. Реєстри діючих регуляторних актів у сфері господарської діяльності розміщувались на сайтах облдержадміністрацій в розділі „Регуляторна політика (діяльність)”.

Зокрема, для перегляду регуляторних актів у сфері землекористування, будівництва, туризму, тарифів на транспортні послуги в облдержадміністраціях створювались робочі групи. За підсумками проведеного моніторингу було виявлено регуляторні акти, видані всупереч вимогам вищезазначеного Закону, що підлягають скасуванню або перегляду шляхом внесення до них змін та доповнень. Разом з тим, проведення системної роботи із забезпечення вільного доступу до інформації про всі етапи підготовки та подальшого відстеження результативності регуляторних актів, передбачає необхідність створення єдиного державного реєстру регуляторних актів.

З метою забезпечення виконання вимог Закону України „Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців” місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування продовжується робота щодо удосконалення процедур започаткування підприємницької діяльності. Для здійснення безперервної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності створені відповідні організаційно-технічні умови для ведення Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців (ЄДР). Завдяки

відпрацюванню практичних механізмів взаємодії між представниками установ та організацій, які працюють в „єдиному вікні”, забезпечено реєстрацію та взяття на облік суб’єктів господарювання (включаючи процедури постановки на облік в інших органах) у терміни від 1 до 3-х днів з моменту подання відповідних документів. Для прикладу, в Житомирській області станом на 01.01.2009 року діють 28 органів державної реєстрації, роботу яких забезпечують 37 державних реєстраторів, при цьому процес реєстрації не перевищує 2 доби.

В більшості регіонів України місцевими органами виконавчої влади надавалась ресурсна та інформаційна допомога суб’єктам малого підприємництва шляхом створення баз даних незадіяних нежитлових приміщень, незавершеного будівництва, виробничих площ, вільних земельних ділянок та через надання вільних приміщень комунального майна в оренду і передачу у власність. Зазначена інформація оприлюднювалась у місцевих засобах масової інформації, розміщувалась на офіційних веб-сторінках обласних державних адміністрацій.

Впродовж дії програм загальна площа приміщень переданих місцевою владою підприємцям для ведення господарської діяльності складала: в оренду – майже 6,3млн.кв.м, у власність – понад 2,6млн.кв.м (за час дії програми на 2005-2006 роки в оренду надано майже 6,4млн.кв.м, а у власність - 2,4млн.кв.м). В ряді регіонів при розрахунку орендних ставок для суб’єктів малого підприємництва застосовуються понижуючі коефіцієнти. А саме, в АР Крим до орендних ставок для орендарів, що є суб’єктами малого підприємництва та здійснюють виробничу діяльність безпосередньо на оренддованих виробничих площах (крім офісів), застосовується коефіцієнт 0,7.

В регіональних програмах особлива увага приділялась вирішенню питань щодо підвищення рівня підприємницької активності незайнятого населення у сільській місцевості. Зокрема, на Закарпатті (с.Лазещина Рахівського району) відбувся Етно-фестиваль сільського та агротуризму „Гуцульська Ріпа” („Європа в одному селі”). Видано буклет „Закарпаття край чудес” (українською та англійською мовами); листівку „Приглашаем в Закарпатье!” (російською та англійською мовами); 2 різновиди буклетів по сільському зеленому туризму „Відпочивайте в селах Закарпаття” (українською та німецькою мовами); довідник „Кращі сільські садиби”; карту туристичних маршрутів Закарпаття. Виготовлено презентаційний DVD фільм „Закарпаття - сільський зелений туризм” (українською, російською, англійською та угорською мовами) та інформаційну програму-довідник відпочинку на Закарпатті. Започатковано туристичний фестиваль „Євро Карпати” та проведено похід - акцію з популяризації туристичних маршрутів та сільського зеленого туризму „ПройдиСвіт”.

У Івано-Франківській області проведено круглий стіл на тему: „Розвиток підприємництва на селі - один з основних напрямків сприяння

зайнятості населення”. На Луганщині (смі Станиця Луганська) проведена „Виставка-ярмарок сільського туризму”. В Одеській області на базі господарств Болградського, Кілійського та Фрунзівського районів проведені круглі столи та семінари щодо перспектив та умов функціонування сільськогосподарських кластерів. У Тернопільській області проведено семінари на тему: „Орієнтація безробітних на підприємницьку діяльність”, „Орієнтації на підприємницьку діяльність у сфері сільського зеленого туризму”.

На Хмельниччині ефективно функціонує кластер сільського туризму „Оберіг” (смі Гриців Шепетівського району), яким проведено семінар на тему: „Сільський туризм - шлях до успіху крок за кроком”. В Чернівецькій області організовані консультаційні семінари за тематикою: „Від майстра до ринку - один крок або самореалізація через ремісництво та народні промисли”, „Сільський зелений туризм засобами власних садиб як шлях самореалізації сільського населення на ринку праці”, „Самозайнятість (приватне підприємництво), як засіб працевлаштування: загальні аспекти”, „Як започаткувати власну справу, або формула успіху підприємця”. Запроваджені семінари з мешканцями сільських населених пунктів „Можливості та перспективи розвитку малого бізнесу для мешканців села”. В м.Кіцмань проведено семінар: „Підприємництво на селі. Особливості підготовки інвестиційних пропозицій в сільській місцевості з урахуванням регіонального розташування”.

Доведено, що в умовах економічної кризи пріоритетним напрямком в питаннях фінансування заходів регіональних програм підтримки малого підприємництва мають стати навчально-освітні заходи для підприємців-початківців з основ ведення бізнесу - це допоможе значній частині працездатного населення, що в результаті скорочення штатів підприємств залишається без роботи, прийти в сферу малого бізнесу і зайнятися підприємницькою діяльністю.

Дослідження діяльності Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва показує, що щорічно впродовж останніх дев'яти років він здійснює комплексну оцінку і порівняння регіонів за станом розвитку та підтримки малого підприємництва, згідно з методикою, розробленою Державним комітетом. З метою підвищення об'єктивності порівняльної оцінки до переліку показників рейтингу включено як кількісні, так і якісні показники і критерії, що характеризують стан розвитку малого підприємництва в регіонах, і які за оцінками експертів є найбільш важливими в розрахунку місця кожного регіону в даному Рейтингу. Визначені показники і критерії за певними ознаками сформовано в три групи, що мають різний вплив на загальний інтегрований показник (рейтинговий бал) (див. Додаток А). Зокрема: I група - показники щодо кількості суб'єктів малого підприємництва та економічні показники їх діяльності (60%). II група - критерії оцінки

ефективності діяльності місцевих органів влади та самоврядування щодо стимулювання розвитку малого бізнесу (30%). III група - показники стану розвитку інфраструктури підтримки малого підприємництва та громадської підтримки (10%). Таким чином, перша група показників має максимальний вплив на інтегральний бал, а друга та третя - носять стимулюючий характер [258].

Розрахунок Рейтингу здійснювався на основі офіційних даних Державного комітету статистики України, інформації з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців та Єдиного ліцензійного реєстру, звітної інформації Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій про хід виконання регіональних програм розвитку малого підприємництва, про стан реалізації державної регуляторної політики та про виконання законодавства з питань спрощення процедур реєстрації та видачі дозволів.

Рейтинг регіонів обчислювався за 53 показниками, які включають як вимірні числові дані, так і додаткові бали. При цьому регіонам, в яких мав місце певний позитивний фактор впливу, присвоювався додатковий бал. Так, окремі показники II-III групи оцінювались відповідними балами, величина яких визначалась експертним шляхом, зокрема показник: №22 - 1,0; №23 - 0,4; №27 - 0,4; №28 - 0,5; №32 - 0,3; №48 - 0,3 [258]. Перелік показників є однаковим для всіх регіонів, тому безпосередній розрахунок місця регіону серед інших регіонів України здійснювався, як по кожному показнику окремо, так і по групі показників, що дало можливість, крім загального рейтингу визначити групові та часткові рейтинги регіонів. В залежності від результатів розрахунку величини інтегрального балу з метою проведення порівняльної оцінки регіони умовно розподілено на 4 групи: „лідери”, „переслідувачі”, „основний масив” та „аутсайдери” (див. Додаток Б).

За даними рейтингового розподілу у 2008 році групу „лідерів” (з 1 по 7 місце) сформували: м. Київ, Одеська, Дніпропетровська, Луганська, Миколаївська, Херсонська та Кіровоградська області. Протягом 2000-2008 років м. Київ незмінно посідає перше місце, а Одеська область впродовж зазначеного періоду чередує друге місце з третім (у 2008 році – 2 місце). Дніпропетровська область останні п'ять років перебуває в групі „лідерів” та у порівнянні з 2007 роком покращила свої результати на 3 позиції (з 6 місця на 3). Вдруге за останні дев'ять років Луганська область в 2008 році увійшла до групи „лідерів”, перемістившись з групи „переслідувачів”, до якої входила у 2007 році (з 10 місця на 4). Миколаївська область другий рік поспіль займає 5 місце та, починаючи з 2000 року, входила до групи „лідерів”, за виключенням 2002 року. Херсонська та Кіровоградська області - посіли 6 та 7 місце відповідно. Однак, якщо Херсонська область щороку поступово піднімається в Рейтингу, то положення Кіровоградської

області є дещо нестабільним. За групою „лідерів” слідує група „переслідувачів” (8-10 місця), до якої входять: Запорізька, Харківська та Хмельницька області, що мають достатньо високий рейтинг та значний потенціал для розвитку. Запорізька область у 2008 році в порівнянні з 2007 роком перемістилась вниз на 6 сходинок (з 2 на 8 місце). Цьому сприяла втрата позицій за показниками II та III груп (№30-31, 41, 44, 47, 50) та низькі результати за показником впровадження механізму компенсації відсотків за кредитами за рахунок регіонального бюджету та надання пільг по орендним ставкам для суб'єктів малого підприємництва. Харківська область перемістилась (з 4 місця на 9), на що вплинули показники I та II груп (№11, 21, 31-32, 36). Хмельницька область вже втретє, починаючи з 2006 року, знаходиться в групі „переслідувачів”, зайнявши у 2008 році 10 місце - на одну сходинку нижче, ніж за результатами Рейтингу 2007, що свідчить про достатньо стабільний розвиток.

Далі йде найбільша група за кількістю регіонів - група „основного масиву” (з 11 по 19 місце), що характеризується порівняно задовільним станом розвитку, яка включає: Вінницьку, Донецьку, Полтавську області, Автономну Республіку Крим, Київську, Івано-Франківську, Чернівецьку, Волинську та Львівську області.

У порівнянні з Рейтингом 2007р. Вінницька область у 2008 році покращила свої результати на 2 позиції (з 13 місця на 11). Три регіони поступилися двома сходинками в Рейтингу 2008: Автономна Республіка Крим (з 12 на 14 місце), Чернівецька область (з 15 місця на 17), Львівська область (з 17 на 19 місце). Донецька область з групи „переслідувачів” у 2006-2007 роках перемістилась у 2008 році до групи „основного масиву” (з 8 на 12 місце) - вперше за дев'ять років розрахунку Рейтингу. На це вплинули втрачені позиції таких показників: №19, 23, 31, 34, 36, 39, 45, 52. Полтавська область впродовж останніх 4-х років (з 2005 по 2008 рік) займає стабільне положення в групі „основного масиву”, піднявшись в межах групи (у 2008 році - з 16 на 13 місце). Київська область впродовж трьох останніх років по чергово посідає 14 і 15 місця.

Найкращий поступ вгору в Рейтингу серед усіх регіонів України продемонстровано в Івано-Франківській області (з 26 місця на 16). Цьому сприяли кращі результати за показниками: №20-22, 25-26, 41. Волинська область, як і в минулому Рейтингу, посіла 18 місце, закріпившись в групі „основного масиву”.

До групи „аутсайдерів” (з 20 по 27 місце) входить решта регіонів України, а саме: Черкаська, Сумська, Закарпатська, Житомирська, Тернопільська, Чернігівська області, м. Севастополь та Рівненська область. Порівнюючи з Рейтингом 2007, чотири регіони цієї групи опустились у Рейтингу-2008 (Сумська та Житомирська області - на 1 позицію, Рівненська область - на 4, м. Севастополь - на 7), два регіони покращили свої результати (Черкаська і Закарпатська області - на 1 та 5 сходинок

відповідно), а Тернопільська і Чернігівська області утримались на минулорічних позиціях. Всі 8 регіонів групи „аутсайдерів” (за винятком м. Севастополя) вже не перший рік знаходяться в її межах. На погіршення місця м. Севастополя в загальному рейтингу вплинули показники: №7, 18-21, 24-25, 31, 33, 35, 37, 41, 43, 47, 52-53. Рівненська область, як і в 2006 році замикає групу „аутсайдерів”. Таке положення пов’язане з порівняно низькими значеннями ряду показників (№2, 6, 11, 13, 16, 24, 26, 39-41, 49, 52-53), що в результаті негативним чином позначився на підсумковому балі.

Аналізуючи результати обчислення інтегрального та часткового рейтингів, можна скласти уяву на скільки в кожному регіоні склався сприятливий клімат для розвитку сфери малого бізнесу, виявити слабкі місця і резерви для розвитку регіонів, а також визначити пріоритетні напрямки державної політики для подолання регіональних диспропорцій розвитку даного сектору економіки України (див. Додаток В).

Доведено, що комплексна порівняльна оцінка регіонів за станом розвитку та підтримки малого підприємництва, сприяє посиленню уваги місцевих органів влади та самоврядування до проблем малого підприємництва в регіонах, поширенню прогресивного досвіду, активізації місцевої ініціативи щодо більш повного використання своїх повноважень по запровадженню нових ефективних форм його підтримки. Це в свою чергу забезпечує прозорість реалізації державної політики, що стимулює залучення інвестиційних коштів в розвиток регіонів, інтеграційні форми розвитку підприємництва.

В сучасних умовах трансформації економіки зростання конкурентоспроможності регіонів та держави має здійснюватись за рахунок впровадження ринкових механізмів, що компенсують різні деструктивні стихійні процеси. Це завдання має вирішуватись на основі гнучких форм кооперації, координації та інтеграції спільних дій окремих суб’єктів господарської діяльності. Однією з важливих умов забезпечення процесу інноваційного розвитку є здійснення ряду заходів, спрямованих на ефективне використання наявних ресурсів країни, її інноваційно-інвестиційного потенціалу. Одним із засобів прискореного економічного розвитку країни є кластерний підхід, про ефективність якого свідчить як світова господарська практика, так і певний вітчизняний досвід. Кластерний розвиток як фактор збільшення національної і регіональної конкурентоспроможності є характерною ознакою сучасної інноваційної економіки. Світова практика показала, що кластеризація економіки обумовлює і справляє вирішальний вплив на процеси посилення конкурентоспроможності та прискорення інноваційної діяльності. В цьому полягає новий економічний феномен, який дозволяє протистояти натиску глобальної конкуренції й належним чином відповідати вимогам національного і регіонального розвитку.

В умовах глобалізації межі ринків поступово розширюються і більш не збігаються з межами держав і національних економік. Національний господарський комплекс втрачає свою самодостатність і внутрішню збалансованість як сукупність взаємодоповнюючих галузей і виробництв. Основним об'єктом регіональної політики стають не підприємства, не виробничі центри і навіть не міста й окремі населені пункти, а регіональний простір, його щільність, розвиненість інфраструктури, рівень розвитку людського потенціалу, насиченість мережами комунікацій, елементами приватно-державного партнерства тощо. У силу цього виникає необхідність формування нової державної регіональної політики — політики просторового розвитку, адекватної існуючій соціально-економічній і політичній ситуації у світі, що глобалізується.

В умовах послідовного нарощування потенціалу національної інноваційної системи України істотний теоретико-методологічний і практичний інтерес представляє стимулювання нових моделей організації спільної діяльності підприємств, орієнтованих на інновації, особливо в пріоритетних сферах економіки. Світовий досвід, а також практика модернізаційних перетворень у регіонах України, на передній план інноваційно активних суб'єктів господарської діяльності останнім часом висуває кластерні структури (галузеві й міжгалузеві, регіональні й міжрегіональні), що представляють собою нову форму розвитку корпоративного підприємництва, більш конкурентоспроможну в порівнянні із традиційними його формами. Досвід країн з розвинутою ринковою економікою показує, що кластерний метод, який спочатку використовувався у дослідженнях проблем конкурентоспроможності, на сьогоднішній день широко застосовується при вирішенні більш масштабних завдань, зокрема, при розробці програм регіонального розвитку. Він є основою ефективної взаємодії великого й малого бізнесу, а також розвитку нових технологій інвестиційного й інноваційного профілю [226].

Відзначимо, що в умовах глобалізації спостерігається відхід від ієрархічних структур управління, які вже не можуть забезпечити високий рівень конкурентоспроможності будь-яких об'єктів. Останні досягнення цивілізаційного розвитку і економічної думки стверджують, що конкурентоспроможність і процес кластеризації нерозривно пов'язані і взаємно обумовлюються. Широкомасштабне використання кластерного підходу на всіх континентах і в різних умовах довело його ефективність [28, 29].

Недостатність регіональної спеціалізації є важливим фактором, що пояснює меншу конкурентоспроможність Європи порівняно з лідерами світового ринку (США та Японією). Таким чином, численні заходи були впроваджені для створення та розвитку кластерів через різноманітні стратегії, такі як стратегія підприємництва, регіональна стратегія або

дослідно-інноваційна стратегія. План дій підприємств ЄС розглядає розвиток кластерів, як ключовий показник популяризації бізнесу та підприємництва. План дій окреслює як межі популяризації та координації цих дій, так і обговорення та підготовки майбутніх дій.

Деякі країни зараз використовують кластерний підхід для стимулювання економічного розвитку через створення спеціальних стратегій, щоб підтримати його створення та зростання. В країнах-членах ЄС, ці стратегії є або частиною національної стратегії для підвищення конкурентоспроможності, або частиною регіональної програми для стабілізації регіонального розвитку. В нових країнах-членах та країнах-кандидатах кластерний підхід в основному використовується для прискорення змін та стимуляції бізнесу до інновацій.

Як підкреслюють дослідники, впровадження кластерної стратегії в ЄС виконується на національному, регіональному та місцевому рівнях. Зростаючою тенденцією є краще співробітництво між національними міністерствами або агенціями, що надають всебічну підтримку кластерній стратегії, в той час як регіональні агенції впроваджують кластерні ініціативи. У своєму Зверненні до Ради 13 вересня 2006 р. Європейська комісія наголосила, що «бути частиною кластеру є важливою конкурентною перевагою бізнесу. Кластери допомагають заповнити прогалину між бізнесом, дослідженням та ресурсами, таким чином, швидше видаючи знання на ринок. Успішні кластери пропагують інтенсивну конкуренцію одночасно із співпрацею. Вони збільшують продуктивність, залучають інвестиції, пропагують дослідження, посилюють промислову базу, та розробляють спеціальні продукти та послуги та стають основою для розвитку навичок... ». Нове покоління програм Європейської регіональної політики на 2007-2013 пропагує підхід, що базується на регіональних інноваційних кластерах, не тільки в розвинутих міських центрах, але також в бідніших сільських регіонах [123].

Найважливішим показником діяльності кластерів є їх висока конкурентоспроможність на світовому ринку. Тому кластерний розвиток країни є однією з характерних ознак сучасної інноваційної економіки. Крім того, кластери являють собою комбінацію конкуренції та кооперації таким чином, що об'єднання в одних сферах допомагають успішно вести конкурентну боротьбу в інших. Основними міжнародними документами в сфері кластеризації на сьогоднішній день є: Лісабонська концепція кластерного розвитку Європейських країн (2000 р.); «Маніфест кластеризації ЄС» (2007 р.); «Кластерний меморандум» (2008 р.).

Отже, впровадження кластерного підходу вважається в Європі одним із ефективних засобів забезпечення конкурентоспроможності національної та регіональної економіки. Реалізація загальноєвропейських засад просторового розвитку, розширення ЄС до кордонів України, активізація

транскордонного співробітництва та реалізація Державної Стратегії регіонального розвитку України на період до 2015 року зумовили необхідність розробки і впровадження нових механізмів підвищення конкурентоспроможності регіонів і в нашій країні. Проблема полягає у тому, щоб шляхом структурної перебудови виробництва забезпечити координацію діяльності усіх ланок технологічного ланцюга і залучити великі фінансові ресурси з метою підвищення конкурентоспроможності регіонів та держави, а також внутрішні та іноземні інвестиції, створити нові підприємства, сприяти інноваційному розвитку. Кластери в сучасних умовах посилення конкуренції на глобальних ринках являють собою фундаментальну організаційну основу для реалізації ключових принципів становлення національної та регіональної економіки і відповідної розробки стратегій соціально-економічного розвитку регіонів.

Протягом 2009-2011р.р. в Україні ведеться робота над розробкою та підготовкою до подання центральним органам виконавчої влади проекту Стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів як, важливого засобу реалізації державної регіональної політики. Метою цієї Стратегії є підвищення рівня якості життя громадян, забезпечення конкурентоспроможності України та її регіонів, впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку транскордонних регіонів з одночасним підвищенням рівня гармонізації нормативно-правових і соціально-економічних умов для розвитку промислової, науково-технічної та інших видів транскордонної взаємодії у сфері виробництва і надання послуг та трансферту технологій.

Відмітимо, що в проекті цього документу під кластерною політикою розуміється діяльність по стимулюванню міждержавного транскордонного співробітництва шляхом формування територіальних систем у складі взаємозв'язаних фірм і галузей, які доповнюють один одного при виробництві конкурентоспроможної продукції та наданні послуг.

Розуміння конкурентних переваг нових виробничих систем та активне формування регіональних інноваційних кластерів відкриває перед регіонами нові перспективи динамічного економічного розвитку та успішного подолання «викликів» з боку конкурентів. Аналіз кількісних і якісних показників розвитку регіонів повинен стати початковим етапом і основою для діалогу з діловими структурами, які здатні, об'єднавшись, сформувати свої регіональні кластери. Цей діалог буде сприяти лідерам регіонів в освоєнні мистецтва розробки відповідних стратегій економічного розвитку..

Отже, в цілому формування і розвиток кластерів приводить до інтегральних переваг: підвищення конкурентоспроможності економіки, активізації інноваційних процесів і реальних механізмів узгодження інтересів влади, бізнесу, науки та освіти при розробці стратегії розвитку як

на рівні окремого суб'єкта господарювання, учасника кластера, так і на рівні регіону і країни.

Актуальність проблеми створення і функціонування кластерів підтверджується дослідженнями вчених - фахівців у галузі міжнародної та регіональної економіки: Д.Толедано, У.Абернаті, Д.Уттербека, Е.Дахмена, Л.Метсона, А.Лемеліна, Д.Макдональда, М.Портера, а також українських економістів: С.Соколенко, Ю.Бажала, М.Войнаренко, І.Дишлового, С.Колодинського, В.Чевганової, І.Брижань та інших.

Дослідженню нових форм виробничих систем та їх ролі у прискоренні розвитку економіки країни і регіонів присвячені роботи визнаних українських учених. З точки зору С.І.Соколенко, для української економіки «кластери створюють унікальну підставу для розвитку інноваційної діяльності, підвищення продуктивності та рентабельності сектору малих і середніх підприємств. Кластери - істинне дитя глобалізації, підвищення ролі регіонів, створюють основу для притоку іноземних інвестицій, навчання широкого кола підприємців й міцного розвитку малого й середнього підприємництва, підвищення гнучкості та мобільності компаній, створення широкого спектру мережових структур. Кластери одночасно виступають і як форум, в рамках якого ведеться діалог між діловими, урядовими, науковими колами про шляхи розвитку конкурентних переваг в межах міста, провінції, штату, країни й навіть на наднаціональному рівні» [195]. Він вважає, що: «кластерна модель є новою перспективною виробничою системою, що має за мету підвищення ефективності реалізації програм соціально-економічного розвитку як окремих регіонів, так і країни в цілому».

Проте робота з формування кластерної стратегії конкурентоспроможного розвитку регіональної економіки ще тільки розпочинається. Багато питань міжгалузевої взаємодії в регіонах залишаються нерозробленими і потребують формування нових підходів, адаптованих до сучасних умов. Формування кластерної системи, засноване на принципах стійкості, надійності, стабільності функціонування і конкурентоспроможного розвитку підприємств, є однією з основних умов підвищення ефективності їхньої діяльності. Підприємства, що працюють у межах однієї кластерної системи, повинні мати взаємопов'язану стратегію розвитку, визначувану не тільки економічними аспектами, а й організаційними рішеннями, які можуть використовуватися для своєчасної реакції на зміни зовнішнього середовища.

Як підкреслює О.М. Діденко, вищою формою стійкої організації кластерної системи малого підприємництва є така, що є конкурентоспроможною, стійко розвивається, самокерується і самовдосконалюється при максимальному використуванні внутрішніх і зовнішніх ресурсів. При цьому аналізу повинні піддаватися три інтегровані компоненти системи: стратегічні економічні суб'єкти, стан бізнес-клімату

(економічний простір), ефективність вартісної оцінки бізнесу сьогодні і в перспективі [61].

Відзначимо, що інструментом, який дозволяє вирішити вказаний комплекс питань, є підхід «Система збалансованих показників» (BSC – Balanced Scorecard), розроблений Р. Капланом і Д. Нортеном. Застосування системи збалансованих показників до управління бізнесом зумовлене принциповою зміною умов конкуренції, що визначають успіх дій підприємств у системі кластера, їх виживання і перспективи розвитку. В основу даного підходу покладена так звана «Карта стратегії» - своєрідна модель того, у який спосіб компанія реалізує прийнятну стратегію і створює нову цінність. Карта стратегії на вищому рівні визначає цілі акціонерів підприємства щодо довгострокових цінностей, їхнього зростання і продуктивності. Другий рівень карти пов'язаний з клієнтами і пропозицією цінності, наприклад, унікальна пропозиція ціни, якості, відносин, бренду або сегментація ринку з урахуванням побажань певної групи клієнтів. Третій рівень визначає ключові процеси, на які спирається організація для задоволення своїх клієнтів (інновації, продукти, відносини з клієнтами, виробництво і доставка продуктів, соціальні зобов'язання фірми). На четвертому рівні розглядаються виконавці, технології та організаційний клімат, тобто нематеріальні активи, за допомогою яких виконуватимуться прийняті стратегії.

Якщо пригадати класичне визначення стратегії як комплексного плану досягнення місії організації, а трактування плану як вибір дій для досягнення реалістичної мети, то з урахуванням наведених вище умов можна дещо удосконалити підхід BSC і уявити його у вигляді певної дескриптивної системної моделі (див. рисунок 1.5).

Запропонована кластерна системна модель (рис. 1.5) створює логіку обрання підходів, навичок і технологій, необхідних для підтримки ключових процесів, що створюють нові цінності (продукти, що максимально задовольняють клієнтів і приносять користь підприємству).

Головним стратегічним ресурсом забезпечення конкурентоспроможності та розвитку бізнесу в сучасній економіці стає вартість бізнес процесів, інформація і нематеріальні активи малих підприємств і кластерів. При цьому конкурентоспроможність і потенціал зростання бізнес-процесів значною мірою залежать від відповідності моделі стратегічного управління умовам зовнішнього середовища, що динамічно змінюється. На наш погляд, реалізація наведеної моделі можлива на основі самоорганізації малого підприємництва і достатньо розвинутого менеджменту кожного суб'єкта кластерізації та кластера в цілому. Умовою входження в кластер повинна бути певна оцінка сприйнятливості відповідного підприємства до інтеграції. Критерієм цієї сприйнятливості є конкурентоспроможність малого підприємства, що визначається за допомогою ланцюга цінності.

РЕГІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК

Аспекти реалізації стратегії	Рівні реалізації			
	1 рівень	2 рівень	3 рівень	4 рівень
Об'єкти впливу	Рада директорів кластера, власники, керівництво	Цінності для туристів	Матеріальні активи, ключові виробничі процеси	Нематеріальні активи, брендінг та імідж
Головний зміст впливу	Декларація місії кластера, бізнес-клімат, інвестиційні рішення, аутсорсинг кластера, критерії кластерної інтеграції	Унікальна пропозиція ціни, цільові групи клієнтів з якістю обслуговування, сегментація ринку	Турпродукти, що максимально задовольняють клієнтів і приносять користь підприємству, ланцюг цінностей, вартість бізнес-процесів	Організаційний та морально-психологічний клімат, методи менеджменту, управління вартістю турпослуги

Рис. 1.5. Кластерна модель реалізації стратегії управління турпідприємством на основі вартості (value based management – VBM) і BSC (запозичена та адаптована автором за джерелом [61])

Економічні дослідження показують, що ринкова вартість бізнесу підприємця в значній мірі пов'язана з показниками грошового потоку і динаміки частки ринку. Для підприємств туризму та гостинності це означає, що вартісний підхід до керування припускає концентрацію менеджменту не на поточних змінах величини прибутку, а на довгострокових грошових потоках. В цьому випадку підприємець, постійно збільшуючи вартість бізнесу, завжди зможе запобігти витоку капіталу в руки конкурентів, а в кластері навпаки.

Розвиток підприємництва виступає у якості одного з головних чинників формування середнього класу, розвитку демократії та побудови громадянського суспільства. Процеси формування і реалізації державної економічної політики, зростання національної конкурентоспроможності України значною мірою мають орієнтуватися на створення оптимальної системи підтримки розвитку малого та середнього підприємництва. Важливим фактором розбудови системи підтримки розвитку підприємницької діяльності є формування в країні сприятливого інституційного середовища. Інтеграція України у світову господарську систему зумовлює необхідність забезпечення високого рівня її конкурентоспроможності, яка значною мірою формується у регіонах та є головним стратегічним завданням державної політики регіонального розвитку України до 2015 року.

Україна, яка задекларувала інноваційно-інвестиційну модель економічного розвитку, має прискорити впровадження кластерних

підходів на державному та регіональному рівнях. У стратегії підвищення конкурентоспроможності економіки України, її регіонів передбачено формування ефективних мережових виробничих систем, широке розповсюдження кластерних принципів організації виробничої взаємодії на регіональному рівні, що надає значні можливості як для підвищення конкурентоспроможності місцевого бізнесу, так і для підвищення ефективності економічної політики регіональної влади.

Україні, як одній із європейських держав, у програмах розвитку потрібно враховувати «...ряд заходів по створенню в регіонах сіткових (мережових) інноваційних структур на основі кластерного підходу», «...у Стратегію розвитку України до 2015 р. включити заходи щодо підтримки розвитку пріоритетних національних і регіональних кластерів, ... залучити наукові та освітні центри до вивчення світового досвіду розвитку кластерів і до підготовки спеціалістів для роботи в умовах кластеризації економіки, ін.» [226].

Створення кластерів в Україні є одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки. Кластеризація здійснить істотний вплив на загальну економічну політику держави. Вона дозволить спрямувати політику в напрямках підтримки науки і технологій; освіти і професійної підготовки; розвитку інновацій та інвестицій; сприяння експорту; залучення іноземних інвестицій, а також підвищить конкурентоспроможність держави.

Таким чином, на сьогоднішній день застосування кластерного підходу в регіонах України є необхідною умовою для виходу з економічної кризи, відродження вітчизняного виробництва, підвищення ефективності інноваційно-інвестиційного розвитку регіонів, досягнення високого рівня економічного зростання та конкурентоспроможності.

Але на сьогоднішній день процеси кластеризації у вітчизняній економіці відрізняються не координованістю дій, низькою ефективністю вже створених мережових структур, відсутністю стимулюючого середовища.

Основними причинами слабого розповсюдження таких процесів в Україні є:

- тривала економічна і політична криза, пов'язана із трансформацією економіки країни, глобальна фінансова криза;
- неефективне державне регулювання інноваційною сферою через механізми податкової, фінансової, митної, амортизаційної політики;
- не синхронність у прийнятті та введенні у дію законів, кодексів, підзаконних актів у правовому просторі інноваційної сфери країни, протиріччя в них, часті зміни і просто скасування нормативно-правових актів, відсутність законодавчої підтримки процесів кластеризації;
- різке скорочення державних замовлень і попиту на інноваційну продукцію, продукти, послуги, особливо у високотехнологічних видах

діяльності: аерокосмічна, оборона, машинобудування, особливо, суднобудування, електронна промисловість;

— низький промисловий попит на продукцію з високою доданою вартістю;

— слабка інноваційна активність промислових підприємств, особливо малих, тобто пасивність підприємців до змін в умовах високих ризиків й невизначеностей у вітчизняній економіці;

— найбільш активні види економічної діяльності національного господарства: транспорт, телекомунікації, хімічна і харчова промисловість потреби у технічному переозброєнні, модернізації виробництва реалізують переважно за рахунок імпорту машин, технологічного обладнання, устаткування, пристроїв тощо;

— структура власності, яка склалася у господарському комплексі України, впливала і дотепер впливатиме на можливості самофінансування учасниками своєї інноваційної діяльності та їх доступу до кредитних та інших фінансових ресурсів [226].

Але при цьому, попри проблеми й труднощі, які переживає Україна в останні роки, процес кластеризації тут залишається досить динамічним, дає надію на успіх. Аналізуючи сценарій процесу кластеризації в Україні за останнє десятиріччя, слід враховувати, що цей важливий компонент соціально-економічного розвитку країни відбувається за рамками Державного бюджету України. В той же час світова практика свідчить про те, що державна підтримка кластерних ініціатив, особливо на стартовому етапі формування кластерів, дає великий економічний ефект і швидко окупність державних витрат. Немає сумніву в тому, що при підтримці влади і належному фінансовому забезпеченні, розвиток інноваційних кластерів в Україні набуде нового прискорення.

В Україні кластерні організаційні технології застосовуються досить рідко, хоча перший будівельний кластер «Поділля» був сформований у Хмельницькій області ще в 1997 році. З 1998 року по 2010 роки сфера розвитку кластерів у регіонах України істотно розширилася: мережні об'єднання організацій і фірм були сформовані в Хмельницьку, Луцьку, Львові, Житомирі, Івано-Франківську, Рівному, Тернополі, Черкасах, Чернівцях, Кіровограді, Херсоні, Миколаєві і Севастополі. В число регіонів, що змогли досягти успіхів у формуванні кластерних об'єднань слід віднести також АР Крим, Полтавську, Сумську, Харківську та Одеську області.

В 1998 р. Україна вперше намагалась застосувати концепцію бізнес-кластерів. Ця концепція була абсолютно новою для України в той час. Для того, щоб покращити концептуальні економічні та методологічні знання про кластери, їхній розвиток та управління, потрібно докласти багато зусиль до популяризації кластерної концепції [195].

Розглядаючи положення зі створення і функціонування кластерів в Україні, необхідно відзначити наступні три тенденції:

1. Впровадження кластерної моделі в господарському комплексі регіонів стикається зі специфічними труднощами не стільки економічного, скільки психологічного порядку.

2. Фактично кластери формуються й функціонують в основному в сферах споживання й лише мала частина, причому тільки в останні роки (2003-2010 рр.), функціонує в промисловій сфері.

3. Органи регіонального управління, за малим виключенням (м. Севастополь; Хмельницька, Волинська, Рівненська, Львівська області), «зовні» декларуючи свої наміри в розвитку кластерів, бізнес-інкубаторів і технопарків не додають діючих зусиль до системної реалізації стратегій розвитку за рахунок нових науково-технічних і виробничих структур у регіонах.

В Україні створення кластерів і їхнє функціонування планується в основному в сферах непромислового виробництва. Необхідно відзначити, що в лідерах перебувають Хмельницька, Івано-Франківська, Рівненська, Волинська й Одеська області. У зазначених регіонах і м. Севастополі органи регіонального управління беруть активну участь у реалізації, у рамках регіональних науково-технічних програм, кластерної моделі розвитку економіки.

Виконане дослідження «Підвищення конкурентоспроможності економіки на основі формування кластерів» Інститутом конкурентоспроможності (керівник - С.І.Соколенко) присвячено економічному аналізу готовності до формування кластерів у Західних і Південних регіонах України, дозволяє дати позитивну оцінку в підвищенні конкурентоспроможності створених і потенційних кластерів. При цьому до 72% кластерів, у тому числі бізнес-інкубаторів діють і прогнозуються в непромисловій сфері [195]. Важливого значення для успішної діяльності кластера відіграє нормативно-правове забезпечення взаємодії всіх його учасників. Підприємства, що входять до складу кластера працюють між собою на договірній основі. Такою поширеною формою співпраці на Заході вважають субконтрактинг. В Україні немає поки що законодавчо закріпленої такої форми інтеграції підприємств, як кластер, і тому всі правовідносини між учасниками об'єднання в Україні регулюються Цивільним, Господарським кодексами та Земельним кодексом України, які визначають правові рамки діяльності та гарантують діяльність в рамках чинного законодавства.

Практика реалізації кластерної моделі в регіонах України засвідчує важливі специфічні тенденції: 1) в кластери об'єднують підприємства не однієї, а різних галузей і навіть секторів економіки; 2) прискорюється формування кластерних об'єднань з ініціативи центральних органів влади. Таким чином, для розвитку економіки України та адаптування її до умов

глобалізації, необхідно використовувати високоефективні кластерні структури.

Розвиток кластерних ініціатив в Україні вимагає першочергового здійснення наступних кроків:

- терміново розробити й затвердити стратегію підвищення конкурентоспроможності України та її регіонів на основі формування і розвитку інноваційних кластерних структур;

- забезпечити законодавчу роботу в Україні по формуванню сприятливого для розвитку підприємництва ділового середовища;

- активно сприяти зміцненню співробітництва влади, бізнесу, науки, освіти та громадських організацій в інноваційних мережових структурах;

- забезпечити координацію діяльності міністерств і відомств у формуванні транскордонних, національних і регіональних інноваційних кластерів на період до 2020 року, враховуючи пріоритети національного та загальноєвропейського розвитку;

- забезпечити втілення в Україні системи інноваційних освітніх програм для підготовки і перепідготовки спеціалістів, які беруть участь у розвитку і функціонуванні виробничих мережових структур;

- провести фундаментальні дослідження по визначенню пріоритетів формування в Україні національних і регіональних інноваційних виробничих кластерів;

- створити Національну і регіональні Ради Конкурентоспроможності, на які покласти координацію розробки і виконання проектів інноваційних кластерних об'єднань, реалізацію важливих для країни кластерних ініціатив;

- рекомендувати обласним державним адміністраціям стимулювати в регіонах системну організацію ділової взаємодії влади з великим, середнім і малим бізнесом на основі формування регіональних промислових кластерів, для чого сформувати експертні групи по розробці регіональних цільових програм кластеризації економіки регіонів на період до 2020 року;

- створити в Україні інформаційно-аналітичну систему з попиту і розповсюдженню інформації про формування і розвиток інноваційних кластерних об'єднань, моніторингу процесу їх розвитку і поширення позитивного досвіду на регіональному і національному рівнях, сприяти створенню Центрів знань;

- з метою відродження українського села, створення там робочих місць, сприяти формуванню місцевих і регіональних кластерів АПК з вирощування фруктів, овочів та іншої с/г продукції, розвитку кластерів сфери послуг, зеленого туризму;

- сприяти формуванню міжрегіональних кластерів в межах України;

– створити можливості для участі українських кластерних об'єднань у відповідних міжнародних кластерних альянсах в т.ч. у Чорноморському кластерному альянсі..

Отже, кластерний підхід, заснований на обліку позитивних синергетичних ефектів регіональної агломерації, тобто близькості споживача й виробника, мережних ефектах, дифузії знань і вмінь за рахунок міграції персоналу й ведення бізнесу, одержує сьогодні широке поширення в Україні. В умовах процесів, що розширюються, глобалізації й регіоналізації джерелом конкурентоспроможності як країни в цілому, так і її регіонів усе більшою мірою стає вдале використання місцевих особливостей. Тому істотним імпульсом, що стимулює поширення кластерів в Україні, є організаційний чинник, пов'язаний з регіональним об'єднанням виробників, коли на ринку конкурує не окреме підприємство, а регіональний промисловий комплекс, що істотно скорочує свої трансакційні витрати завдяки спільній технологічній кооперації компаній, які входять у його склад.

Але, поряд із безумовною актуальністю впровадження кластерних моделей в господарську діяльність, треба зазначити, що дослідження цієї проблеми взагалі є дискусійним питанням. У результаті з'являються контр-аверсійні, а подекуди й діаметрально протилежні точки зору на сутність і значення кластерів, їхню роль в економіці держави та у процесах міжнародної інтеграції і глобалізації. З одного боку, створення кластерів сприяє посиленню конкуренції, впровадженню інновацій, виникненню нових конкурентоспроможних галузей. З іншого боку, кластеризація призводить до концентрації капіталу в певній географічній місцевості, наслідком чого є створення пулів, послаблення і навіть знищення конкуренції.

З цього постає, що проблема впровадження кластерних утворень в умовах глобалізації світового господарства потребує додаткових досліджень і розробок певних рекомендацій щодо формування відповідної регіональної економічної політики.

РОЗДІЛ 2 ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Контури сучасної парадигми підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму

Сучасні тенденції постіндустріальної модернізації світової економіки обумовлюють зростаючу роль розвитку підприємництва у посиленні соціально-економічного потенціалу і підвищенні конкурентоспроможності регіональних економік. При цьому підприємництво стає активною ланкою в структурі суспільного відтворювального процесу, без якої не можливо забезпечити успішний соціально-економічний розвиток і зростання ефективності виробництва.

Системний підхід до визначення глибинної сутності підприємництва в сфері регіонального туризму дозволяє акцентувати увагу науковців щодо сучасного стану теоретично-концептуальних уявлень підприємництва як специфічного виду економічної діяльності.

Останні дослідження проведені українськими ученими, фахівцями та їх публікації щодо стратегії економічної політики держави в сфері туризму підтверджують те, що Україна знаходиться напередодні вибору економічно-збалансованої моделі бренду національного туристичного продукту, і яка може бути практично реалізована лише в контексті подальшого розвитку підприємництва та якісного туристичного сервісу в туристично-рекреаційних регіонах держави.

Державна стратегія розвитку туризму і курортів, яка стала складовою Державної програми «Україна-2020» поширила наукову дискусію та дослідження з питань підвищення рівня міжгалузевого виробництва, стимулювання розвитку ринкових відносин у туристичній сфері, перспектив подальшого розвитку регіонального туризму на основі його сталого функціонування. Масштабність цих проблем та «сучасні умови підприємницької діяльності визначили необхідність здійснення термінологічного впорядкування понятійного апарату туризму», на що звертають увагу органи влади [179, с. 16].

У зв'язку з цим актуальною є розробка науково-методичних засад щодо стратегічних напрямків розвитку і активізації підприємницької діяльності на регіональному та національному туристичних ринках. Для цього потрібно визначитися з науковими положеннями та організаційними засадами щодо розвитку підприємництва, основними видами, формами та функціями підприємницької діяльності на ринку турпослуг, розкрити економічну сутність та принципи формування підприємницької концепції в туристичному бізнесі, узагальнити категорію поняття «підприємницька діяльність суб'єктів туристично-рекреаційної сфери».

Практика туристичного бізнесу, конкуренція в галузі, економічні реалії з їх складними внутрішньогосподарськими умовами та відносинами значно ускладнили підприємницьку діяльність на ринку туристичних послуг, зумовили нові закономірності його розвитку. Це вимагає постійного удосконалення і поглиблення існуючих наукових теорій, зокрема перегляду підходів і принципів управління та розвитку підприємницької діяльності в регіональному туризмі, адаптації наукових концепцій та інструментів у підприємницькому середовищі до сучасних економічних умов з врахуванням галузевої специфіки. Реалізація принципів сталого розвитку потребує розробки комплексної конкурентної стратегії на рівні підприємства, яка б охоплювала соціальні, економічні, технічні, правові аспекти його діяльності.

Аналіз наукової літератури з регіональної економіки дозволяє нам визначити вплив підприємницької діяльності на процес регіонального розвитку з погляду сучасних наукових теорій. Розглянемо їх:

1. Концепція територіально-виробничих систем (ТВС). Пов'язана з новим підходом до виробництва продукції в розвинутих країнах: від масової – стандартизованої, до виробництва невеликими партіями високої якості з частою зміною асортименту. Звертається увага на роль регіонального розвитку налагоджених зв'язків між організаціями. Цьому сприяє концепція концентрації на одній території групи підприємств, що спеціалізуються в одній сфері або в посередницькій діяльності. Характерною рисою ТВС є наявність мережі малих підприємств, які перебувають в інтеграційних зв'язках з великими підприємствами, що швидко реагують на зміну ринкової кон'юнктури, що спираються на сімейну робочу силу, локальні зв'язки, традиції й уміння.

2. Теорія розвитку, що спирається на інновації. Регіональний розвиток пов'язаний зі здатністю території генерувати і використовувати нові технології, організаційні ідеї і нові знання. Джерелом регіонального розвитку є високий прибуток від вкладених інвестицій. Необхідною умовою для інноваційного розвитку є існування структури, яка спирається на мале підприємство, що володіє інноваційним потенціалом, пристосованістю до зміни технологій, здатністю створювати і впроваджувати нову техніку і технології.

3. Концепція комбінації факторів виробництва Шумпетера. Під впливом інновацій, змінюється комбінація факторів виробництва, ресурси концентруються в декількох прибуткових сферах, що викликає кумулятивний ефект і порушення встановленої рівноваги. Поширення інновацій викликає прискорений розвиток нових або оновлених галузей економіки і скорочення або занепад у традиційних галузях. Таким чином, поліпшується структура економіки регіону. Диверсифікованість економіки створює умови для збільшення числа різних її елементів. Основним же фактором розвитку економіки є розвиток малого підприємництва.

4. Теорія центр-периферійного регіонального розвитку. Периферійні території менш розвинуті й залежать від центру. Розвиток малого підприємництва на периферійних територіях дозволить знизити залежність периферії від центра, ліквідувати нерівномірність регіонального розвитку.

5. Неокласична економічна теорія. На ринку досконалої конкуренції в довгостроковому періоді економіка зберігає стабільність при виробництві національного продукту, що забезпечує повну зайнятість ресурсів завдяки гнучкості цін і заробітної плати. Міжрегіональні розходження в рівнях розвитку повинні самоліквідуватися за умови вільного переміщення факторів виробництва. В умовах недорозвиненості ринку, вирівнювання диспропорцій у розвитку регіону не наступить без додаткових імпульсів, що стимулюють утворення підприємств. Концентрація великого числа малих підприємств у регіоні створює конкурентне середовище.

6. Посткейнсіанська модель регіонального розвитку. Інвестиції, як найважливіший фактор росту, завдяки мультиплікативним ефектам, які вони зумовлюють в одних сферах, стимулюють інвестування в інші. Однак поширення ефектів від інвестицій є просторово обмеженим. Тому нерівномірність інвестицій у регіонах поглиблює регіональні диспропорції, оскільки ринковий механізм регулювання не є досконалим. Ріст попиту внаслідок збільшення державних інвестицій може більш ефективно забезпечити сектор малого підприємництва, що реалізує ці інвестиції, створює більше робочих місць, ніж велике підприємство.

7. Теорія економічної бази. В економіці регіону виділяють 2 сектори: базовий (первинний) – виконує надрегіональні функції, і небазовий (вторинний) – виробництво внутрішньо-регіональних продуктів і послуг. Динамічний розвиток базового сектора, забезпечуючи зростання доходів регіону від експорту, може забезпечити так само збільшення попиту на продукти небазового сектора. Малі підприємства здатні використовувати внутрішньо-регіональні ресурси, нерентабельні для великих підприємств, для виробництва продукції на експорт.

8. Концепція сталого регіонального розвитку. Пов'язує економічний розвиток з вирішенням ресурсно-екологічних проблем. Малі підприємства характеризуються меншим рівнем антропогенних навантажень на зовнішнє середовище.

Розгляд наукових теорій дозволяє виділити найбільш вагомі фактори впливу на розвиток малого підприємництва в регіональній економіці. На думку автора, фактори економічного характеру є домінантою розвитку, але специфіка туристично-рекреаційної діяльності підприємців не може не сприймати екологічні імперативи у виробництві та споживанні. Тому, на наш погляд, саме концепція сталого регіонального розвитку органічно поєднала усі найголовніші фактори розвитку: економічні, соціальні та екологічні.

Дослідження впливу ресурсного фактору займає особливе місце в концепції сталого розвитку та дає нам змогу виявити ресурси подальшого розвитку продуктивних сил регіону, його підприємницького потенціалу, чинники ендogenous розвитку, які частково задіяні чи неефективно задіяні для розбудови збалансованої регіональної економіки та її туристично-рекреаційного комплексу [151]. Важливе значення на думку провідних українських науковців для формування регіональної економіки мають чотири закони регіонального розвитку: закон територіального зростання виробництва і вирівнювання рівнів економічного і соціального розвитку регіонів; закон територіальної спеціалізації, міжнародних зв'язків і формування регіональних ринків; закон комплексного розвитку, структурних перетворень і диверсифікації господарств регіонів; закон міжрегіональної економічної інтеграції і укріплення економічних основ державності [193].

Таким чином, розглянуті наукові концепції, економічні закони і закономірності відображають сталі зв'язки між усіма елементами продуктивних сил повного економічного простору, а тому є необхідним теоретико-методологічним підґрунтям для вирішення практичних завдань дослідження процесу формування та ефективного використання підприємницького потенціалу туристично-рекреаційної сфери регіональної економіки.

З розвитком інтеграційних процесів у туристичній сфері, загостренням конкурентної боротьби, управління підприємницькою діяльністю на рівні регіонів не спрощується, а стає все більш складною, гострою та багатогранною проблемою підприємців та органів державних регіональних установ. Підприємницька діяльність в туристичній сфері – це складне соціально-економічне явище і у той же час - певний вид діяльності суб'єктів туристичного ринку, тобто процес, який вимагає послідовного виконання логічно взаємопов'язаних стадій та етапів. В основі цього процесу лежить ідея, з якої починається кожна нова підприємницька справа – бізнес. З туристичним бізнесом підприємців пов'язане формування матеріальної бази галузі, планування напрямків та обсягу обслуговування туристів в регіоні, оцінка ефективності діяльності підприємств та використання ресурсів, організація праці, особливості ринку та характер споживання туристичних послуг. Соціально-економічні аспекти підприємництва наведено нами в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Підприємництво як соціально-економічне явище в туризмі

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ	СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
Тип економічного мислення	Розвиток ринкового новаторства
Один із факторів розвитку туристичного регіону	Мультиплікаційний ефект в соціальній сфері регіону
Вид господарської діяльності на туристичному ринку	Туристично-рекреаційні послуги, нові робочі місця
Метод господарювання	Творчий розвиток працівників сфери туризму
Комерційно-творчий процес	Розвиток вартісного мислення в суспільстві
Один із факторів міжгалузевої кооперації та інтеграції в сфері туризму	Додаткові робочі місця в інших галузях та регіонах
Один із факторів розвитку національної економіки	Якість життя суспільства
Основний фактор конкурентоспроможності підприємництва та туристичного регіону	Туристичні послуги поліпшеної якості та спеціалізовані види туризму для споживачів і населення регіону

В економічній літературі поняття «підприємець» вперше з'явилося у «Всезагальному словнику комерції», виданому в Парижі в 1723 р., і визначало людину, яка бере «на себе зобов'язання по виробництву або будівництву об'єкта». Але як науковий термін поняття «підприємець» з'явилося в роботах відомого англійського економіста Р.Кантільона, який розробив першу концепцію підприємництва. Значний вклад в розвиток наукової теорії підприємництва внесли К.Бордо, Тюрго, А.Маршалл [115].

Подальший еволюційний рух розвитку підприємництва як наукової парадигми протікав як багатовекторне формування відносин власності, засобів виробництва та інших інструментів громадянського суспільства.

Науковці також визначили основи методології підприємницької діяльності, узагальнювали теоретичні підходи до наукових принципів ведення бізнесу та активізації підприємництва [3, 70, 71, 125, 246]. Одним з перших вітчизняних вчених, який звернув увагу на структурні зміни ринку суб'єктів туристичної діяльності, комерційну поведінку підприємців в туристичному бізнесі, є В.Г. Герасименко [41, с. 60].

Перше поширення терміну «підприємництво» на діяльність туристичних структур було запропоновано фахівцями Російської

Міжнародної Академії туризму. В.О. Квартальнов, І.В. Зорін визначили види підприємницької діяльності в туризмі: 1) виробничу; 2) комерційну; 3) фінансову; 4) консультативну. Суб'єктами підприємництва було визначено: туроператорів, туристичних агентів, контрагентів-виконавців туристичних послуг [129, с.82-83].

Але на той час наукові підходи щодо визначення критеріїв класифікації підприємництва на ринку турпослуг не були узагальнені.

Болгарські вчені, розкриваючи механізм функціонування туристичного ринку, до складу його суб'єктів віднесли юридичних та фізичних осіб: туроператорів та туристичних агентів та визначили їх види [40, с.14].

Форми організації підприємницьких структур в туризмі досліджувались М.А. Жуковою, яка на мікроекономічному рівні управління визначила 2 типа турпідприємств: безпосереднього та непрямого обслуговування [75, с. 56].

Вітчизняні науковці В.К. Бабарицька, А.Я. Короткова, О.Ю. Машиновська звернули увагу на особливості організації підприємництва у сфері надання екскурсійних послуг та визначили необхідність розробки концептуальних засад щодо формування моделі управління екскурсійною справою на національному рівні [11, с. 329]. Фахівці вважають необхідним поширити діяльність підприємців на ринку екскурсійних послуг, де фактично відсутня конкуренція [86, с. 60].

Фахівці Національної академії державного управління при Президенті України В.І. Бирковіч та ін. вважають, що основною проблемою модернізації туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України є неефективна реалізація заходів щодо формування сучасної системи управління та координації діяльності підприємницьких структур різних форм власності та відомчої підпорядкованості [21, с. 85].

Професор О.О. Любіцева, досліджуючи геопросторові аспекти ринку туристичних послуг, запропонувала оригінальну методику геомаркетингового аналізу суб'єкта ринку на рівні туристичного підприємства для посилення конкурентних позицій [120, с. 399].

Відомий російський науковець з проблем розвитку підприємницьких структур на ринку туроперейтингу Д.С. Ушаков вважає необхідним поширити ідентифікацію як прямих постачальників турпослуг, так і інших посередників-підприємців, які виконують функції туристичного супроводу [220]. Фахівці Європейського університету Т.Б. Муїнін, З.І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, досліджуючи посередницьку діяльність підприємців у туристичній індустрії, зробили висновок: «Оцінюючи значення посередників, слід також враховувати, що вони стають практично незамінним інструментом при використанні окремих специфічних форм просування й продажу туристичного продукту, наприклад, участі в міжнародних туристичних ярмарках» [140, с. 259].

Щодо визначення сучасних ознак підприємництва в туризмі, особливостей ведення туристичного бізнесу, організації і плануванню комерційної та виробничої діяльності туристичних підприємств, в економічній літературі важливими є дослідження та праці Л.Г. Агафоновой, І.Т. Балабанова, О.Ю. Бордун, В.Ф.Кифяка, В.І. Цибуха [1, 14, 97, 98, 231]. Разом з тим у вітчизняній економічній літературі не вирішеними залишаються проблеми розробки системного підходу до визначення підприємницької діяльності в регіональному туризмі, науково обґрунтованих критеріїв класифікації підприємництва, як ринкової форми господарювання суб'єктів туристичної діяльності.

Проведений аналіз наукової літератури визначив, що в сучасний час не існує узагальненої точки зору щодо складових термінологічного апарату у сфері підприємництва в туризмі, які є методологічним базисом розвитку та управління підприємницької діяльності. Це обумовлює доцільність аналізу та розгляду підходів та позицій щодо визначення сутності термінів, зокрема конкретизації та уточнення потребують такі поняття, як підприємництво в туризмі, підприємницька концепція, класифікація підприємництва у туристичній галузі. Еволюцію формування сутності поняття «підприємництво» узагальнено та згруповано в таблиці Г Додатку Г.

Еволюція формування сутності поняття підприємництва та його соціально-економічного характеру зумовлено тим, що на неї безпосередньо впливають усі фактори виробничо-комерційної діяльності та зовнішнього середовища, свідомість суспільства. У визначеннях науковців поняття «підприємництво» розкривається із різних позицій: як комерційна, ризикова діяльність спрямована на одержання прибутку, як метод конкуренції, як генеральний план, що відображає багатогранність і значення даного поняття для сучасної ринкової діяльності підприємств. Сучасні дослідження виявили за останні роки деякі якісні зміни парадигми підприємництва, а саме новий напрям – інтрапренерство, тобто діяльність підприємства з метою досягнення своїх цілей на основі використання можливостей підприємництва [88]. Його можна розглядати як діяльність на основі інтеграції підприємницьких можливостей працівника й туристичного підприємства.

Таким чином, можна констатувати, що феномен підприємництва вивчається у світовій економічній та соціологічній сферах протягом тривалого часу. Осмислення та трансформація цього явища почалося ще в період формування римського права, трималося в середні віка й еволюціонувало від поняття антрепренерства (посередник) до інтрапренерства (інтеграція підприємницьких здібностей людини, бізнесу й підприємства).

Резюмуючи представлені теоретичні підходи щодо визначення суті поняття підприємництва в туристично-рекреаційній сфері, слід зробити висновок, що підприємництву в туризмі та рекреації властиві такі характерні ознаки. Перше – підприємництво в туристично-рекреаційної

сфері виконує функцію поєднання туристично-рекреаційних ресурсів з задоволенням попиту населення та туристів в відтворюванні фізичних, духовних, психологічних сил за рахунок власних матеріальних ресурсів і підприємницьких здібностей. Друга полягає в тому, що задоволення потреб туристів та рекреантів здійснюється в умовах ринкової конкуренції усіх суб'єктів туристичного бізнесу на спеціалізованих територіях туристично-рекреаційного комплексу. Вищерозглянуті підходи дозволили автору визначити економічну сутність поняття «підприємництва» в сфері рекреації і туризму [144, 147]. Таким чином, враховуючи сучасну еволюцію наукових поглядів та узагальнюючи розглянуті теоретичні підходи щодо визначення суті поняття «підприємницька діяльність» в туристично-рекреаційній сфері, нами пропонується таке його трактування (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Формування змісту наукового поняття «підприємницька діяльність в туристично-рекреаційній сфері» за [31, 49, 81]

Наявність різноманітних потреб суспільства в сфері рекреації та туризму практично не обмежує сферу застосування праці підприємців. Законодавство проголошує свободу у виборі підприємницької діяльності. Широкий спектр видів підприємницької діяльності вимагає їх класифікації за певними ознаками. Дослідження наукової літератури й законодавства дозволяє нам виділити найбільш поширені загальні ознаки класифікації, а саме: 1) функціональний характер, 2) фаза відтворення, 3) ступінь обмеження законом (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Класифікаційні аспекти видів підприємництва

№	Класифікаційна оцінка	Вид підприємницької діяльності
1	Функціональний характер	Виробництво продукції, надання послуг, виконання робіт тощо
2	Фаза відтворення	Виробниче підприємництво, комерційне підприємництво, фінансове підприємництво
3	Ступінь обмеження законом	Вільна діяльність, дозвільна (ліцензована), державна

Подальший розвиток ринкових структур туризму в Україні, їх комерційна спеціалізація поставила в сучасній економічній системі туризму проблему узагальненої класифікації підприємництва, як сучасного виду туристичного бізнесу. Виходячи із особливості підприємницької діяльності в туристично-рекреаційній сфері як багатомірного економічного і соціокультурного процесу, необхідно визначити види підприємництва за функціонально-галузевою діяльністю в туризмі.

Більшість науковців розглядають класифікацію підприємництва в туризмі через призму господарсько-цивільних відношень, галузево-функціональних видів діяльності, за географічною ознакою [40, 88, 120].

Ряд авторів – А.І. Бутенко, Р.І. Кучеренко, І.Н.Сараєва – розглядають підприємців як суб'єктів ринкової діяльності за критерієм ступеня інтегрованості та рівнем спеціалізації [26, 27, 246]. Г.А. Яковлев доповнює вже існуючі, консультативною підприємницькою діяльністю на ринку турпослуг [247, с. 93]. На думку автора, фахівцями з галузевих проблем не достатньо досліджувались законодавчі обмеження підприємницької діяльності, сучасна спеціалізація виробництва туристичних послуг та турпродукту. Класифікуючи суб'єктів підприємництва на туристичному ринку, можна застосувати 4 критерії: за законодавчими обмеженнями підприємницької діяльності; за рівнем спеціалізації турпідприємств та географією туроперейтингу; за формою позиціонування турпродукту та послуг; за об'єктом підприємницької діяльності. Узагальнюючи існуючі

підходи, автор вперше в науковій літературі з економіки туризму запропонував сучасну класифікацію суб'єктів підприємництва, яка на відміну від існуючих побудована за їх функціонально-галузевою діяльністю [144, 147], наведено в Додатку Д.

Авторський підхід до визначення поняття «підприємницька діяльність в туристично-рекреаційній сфері» дозволяє поширити класифікацію підприємництва за наступними визначеними критеріями.

По-перше, регуляторна політика держави в сфері туризму, механізм ліцензування туроператорської діяльності обмежує доступ до туристичної діяльності усіх суб'єктів підприємництва. Це визначило перший критерій класифікації.

По-друге, розвиток ринку туристично-рекреаційних послуг веде до спеціалізації підприємств та появи новітніх форм територіально-господарських суб'єктів туристичного бізнесу за видами туризму та географією туроперейтингу. Це визначило другий критерій класифікації.

По-третє - загострення конкуренції на міжнародному та регіональному ринку веде до підвищення зусиль підприємств щодо ідентифікації виробника турпродукту чи туристичних послуг, що забезпечується формою позиціонування на зовнішніх та регіональних ринках. Це визначило третій критерій класифікації.

По-четверте - об'єктивною основою формування галузі є необхідність в першу чергу в системі розподілу праці відокремити виробника туристичного продукту від посередника, який має специфічний вид економічної діяльності за об'єктом підприємницької діяльності.

Згідно діючому Класифікатору видів економічної діяльності, туристично-рекреаційна діяльність може бути визначена як процес з'єднання дій, які приводять до одержання зазначеного набору продукції та послуг на основі використання певних ресурсів: сировини, матеріалів, устаткування, робочої сили, технологічних процесів тощо. Виходячи із тези щодо вірогідності подальшої реструктуризації підприємств за видами та об'єктом підприємницької діяльності за класифікаційними рівнями, розроблена класифікація представлена у трьох секторах, у чотирьох розділах, у п'ятнадцяти групах і у трьох підгрупах. Автор також розділяє думку Б.В.Буркинського і В.В.Василенко, які стверджують що при дослідженнях туристично-рекреаційного комплексу як економічної системи, необхідно зробити вибір головного критерію – функціонально-цільового для подальшої класифікації підсистем [25]. Застосування даного підходу вищенаведених вчених та запропонована автором класифікація підприємництва є підставою для розробки подальших методологічних засад реструктуризації туристично-рекреаційного комплексу регіону, дозволяє визначити вклад кожної із секторальних підсистем в соціально-економічний розвиток регіону в цілому та його локальних територій та науково обґрунтувати підприємницьку концепцію суб'єктів туристично-рекреаційного бізнесу.

Досвід функціонування соціально-економічних систем свідчить, що кожна з них має дві рушійні сили – бажання вижити (оберегти себе, мати певну стабільність) та прагнення розвиватися (самовдосконалюватися). В сучасних умовах на зміну старій парадигмі «спочатку збереження, далі розвиток», прийшла нова – «збереження через розвиток» [52].

В науковій літературі існує багато визначень «концепція», «концепція розвитку». Наприклад, великий тлумачний словник української мови тлумачить поняття «концепція», як: 1) генеральний задум, що визначає стратегію дій при здійсненні реформ, проектів, планів, програм; 2) система поглядів на процеси і явища в природі й у суспільстві [31].

Філософський енциклопедичний словник дає таке визначення поняття «концепція»: головний задум, певний спосіб розуміння, трактування якого-небудь явища; раптове народження ідеї, основної думки, художнього або іншого мотиву. Існують і інші наукові визначення цього поняття [59, 88].

Подальший розвиток регіональних економічних реформ в Україні, пов'язаний з впровадженням у теорію та практику сучасних ринково-орієнтованих методів господарювання, вніс суттєві зміни щодо ключових чинників виробництва: землі, праці й капіталу, додав до них новий чинник – підприємницький потенціал (потенційну можливість суб'єктів туристичної діяльності ефективного використання сукупності кадрових, матеріальних ресурсів). Формування й використання цього потенціалу підприємцями регіонального туристичного ринку і буде суттю поняття «підприємницька концепція». На думку автора, ключовою особливістю нового трактування підприємницької концепції в туризмі та рекреації є його комплексна інтеграція в систему національної та міжнародної туристичної індустрії, де для поєднання товарів і послуг, пропонованих підприємцями туристичної галузі, в одному означенні використовується термін «турпродукт» [81].

Згідно Указу Президента України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 12.05.1998 р., №456/98 визначено концептуальні засади, які мають здійснюватися за такими напрямками: 1) формування інфраструктури підтримки й розвитку малого підприємництва; 2) створення сприятливих умов для використання суб'єктами малого підприємництва державних фінансових, матеріально-технічних та інформаційних ресурсів, а також науково-технічних розробок і технологій; 3) впровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності; 4) удосконалення підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого підприємства; 5) фінансова підтримка інноваційних проектів.

Важливою передумовою формування підприємницької концепції треба вважати вибір організаційно-правової форми її здійснення, який обумовлюється виділеними нами чинниками: 1) мірою відповідальності; 2)

системою оподаткування; 3) потребою у фінансових коштах; 4) можливістю зміни власника туристичного бізнесу; 5) управлінськими здібностями підприємця.

Ліцензування й патентування певних видів господарської діяльності суб'єктів рекреації та туризму є засобом державного регулювання у сфері господарювання. Правові засади ліцензування та патентування певних видів господарської діяльності в туристично-рекреаційній сфері визначається виходячи з конституційного права кожного на здійснення підприємницької діяльності, незабороненої Законом, а також принципів господарювання, встановлених Господарським кодексом України та Законом України «Про туризм», наведено на рис. 2.2:



Рис. 2.2. Державні інструменти регулювання підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму (складено автором за джерелами [77, 80, 81])

Дослідження наукової літератури з проблем економіки та організації підприємницької діяльності дозволяє доповнити чинники формування підприємницької концепції напрямками розвитку підприємства за організаційно-технологічними особливостями виробництва турпродукту (туристичних послуг), що наведено нами та адаптовано за джерелами [3, 70] в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

**Організаційно-технологічні особливості виробництва
турпослуг (турпродукту)**

Організаційно-технологічні особливості виробництва турпродукту	Характеристика виробничого процесу	Напрямки розвитку турпідприємства
Концентрація	Процес спрямований на збільшення випуску турпакетів на одному турпідприємстві	- збільшення випуску однорідних турпакетів (спеціалізований турпродукт); - збільшення випуску різномірних турпослуг (універсальні турпослуги, бронювання місць в готелях, продаж авіаквітків); - комбінування виробництва (інсентив-тури, круїзи, чартерні авіатури); - диверсифікація виробництва турпослуг (фінансові, страхові, транспортно-експедиційні, агентські, екскурсійні послуги).
Спеціалізація	Процес зосереджений на випуску спеціалізованих видів турпродукту	- предметні технології виробництва та організації споживання програм спеціалізованого туризму; - спеціалізація допоміжних виробництв на випуск туристичних товарів, сувенірів тощо.
Кооперування	Встановлення тривалих виробничих та комерційних зв'язків між турфірмами та транспортними підприємствами, які комплектують турпакети та виробляють окремі турпослуги	- предметна; - франчайзингова; - технологічні за ринками збуту та споживання турпослуг - „розтяг” бренду за асортиментом туртоварів та турпослуг; - перехресний мерчандайзінг та синхромаркетинг турпродукту та супутніх товарів; - „експлуатація гудвіла” турфірми.
Комбінування	Процес випуску різномірних турпослуг в одному турпідприємстві за рахунок комбінування турпакетів під різні класи обслуговування (від VIP турів до економічного класу)	- комбінації транспортних складових турів; - комплексне використання потужності туркомплексів; - розробка корпоративних блоків турів; - збільшення випуску MICE- турів; - оренда та лізинг основних фондів підприємств розміщення.

Представлені в таблиці 2.3 напрямки розвитку підприємства не є незмінними, але характеристики виробничого процесу в цілому формують концептуальні основи підприємництва. Треба відзначити, що для формування власного асортименту послуг, сучасні підприємці мають можливість здійснювати 365 видів послуг з безліччю варіантів комбінацій для виробництва туристичного продукту [149].

Узагальнюючи різні наукові підходи, автор доповнив існуючі та визначив по значимості такі основні функції підприємницької діяльності в туристично-рекреаційній сфері, а саме: 1) інноваційну – генерування сучасних технологій, новаторських ідей, бізнес-проектів для формування конкурентноспроможного продукту; 2) бізнесову – уміння ризикувати в турбізнесі; 3) технологічну – дотримання технологій розробки, просування й продажу турпродукту на ринку; 4) ресурсну – формування й ефективне використання власного та позичкового капіталу, туристичних, ін формаційних та людських ресурсів; 5) організаційно-супровідну – практична організація виробництва турпослуг, маркетингу, продажу, реклами, фінансового та податкового планування власного бізнесу; 6) якісного сервісу – розробка заходів щодо залучення та розширення клієнтської мережі споживачів турпослуг, контролю якості послуг туристичного споживання; 7) соціальну – забезпечення економічних інтересів найманого персоналу; 8) формування гудвілу – прирощення нематеріальних активів за рахунок власної підприємницької концепції ведення туристичного бізнесу, ділової репутації підприємства чи підприємця [147].

Ми розділяємо думку більшості науковців, що єдина цільова орієнтація на попит туристичного ринку, спільність науково-методологічної бази, близькість методичного апарату дозволяє розглядати підприємця і підприємництво як взаємопов'язані поняття. Аналіз наукової літератури показав, що: по-перше, підприємництво в сучасній економіці туризму може розглядатися, як: 1) бізнес – система ведення справи, яку люди створили для задоволення своїх підприємницьких потреб; 2) комерція – торговельна діяльність фахівців, спрямована на прискорення реалізації турпослуг й одержання торговельного прибутку; 3) франчайзінг, як особлива форма господарювання – право вести туристичний бізнес від імені і під торговельною маркою франчайзодавця – лідера туріндустрії. По-друге: підприємництво в туризмі можна розглядати, як особливий стиль економічної поведінки суб'єкта туристичної діяльності, в основі якої знаходиться постійний пошук нових виробничих можливостей туріндустрії, новітніх форм обслуговування туристів і ресурсів для власного бізнесу. На українському туристичному ринку поширені три основні організаційно-правові форми підприємницької діяльності: 1) одноосібна власність; 2) товариства (партнерства); 3) дочірні підприємства юридичних осіб.

Новітньою моделлю розвитку підприємництва на турринку став франчайзінг. Серед популярних франчайзерів України за рейтингом UCM GROUP у сфері послуг є туроператорська мережа «Галопом по Європам» (28 турагенцій в Україні) [18, с.28]. За оцінкою Держкомпідприємництва в Україні суттєвою тенденцією стало збільшення підприємств у сферах будівництва, послуг та туризму. Так, згідно даних Єдиного державного реєстру юридичних та фізичних осіб зареєстровано 3,53 млн. підприємств, з них 856 тис. юридичних осіб і 2,67 млн. фізичних осіб-підприємств [151].

Туристична галузь України попри економічній і політичній нестабільності залишається чи не єдиною сферою національного господарства, яка з року на рік нарощує показники динаміки розвитку та має позитивні структурні зрушення. За 2001-2009рр. кількість суб'єктів туристичної діяльності зросла з 2652 до 7322 одиниць, тобто майже у три рази [151].

В таблиці 2.4 наведено дані про стан підприємництва в державах Євросоюзу та в Україні. Як свідчать дані, Україна не відстає від показників середньоевропейського рівня розвитку підприємництва, що є позитивною тенденцією в господарському комплексі держави. В економіці регіонального туризму підприємництво є формою і видом ініціативної діяльності і може впроваджуватися та функціонувати в будь-яких видах, передбачених Законами України: виробнича та торговельна діяльність туроператорів та туристичних агентів, посередництво в зовнішньоекономічній, фінансовій, страховій, транспортно-експедиційній діяльності, надання різноманітних послуг дозвілля та ін.

Таблиця 2.4

**Стан розвитку малого підприємництва в державах
Європейського Союзу та в Україні [164]**

Держава	Кількість суб'єктів малого бізнесу, тис.			Кількість населення, млн..	Кількість суб'єктів малого бізнесу на 1000 мешканців
	Мікро та малих	Середніх	Суб'єкти малого бізнесу (у цілому)		
Австрія	221	5	226	8,1	28
Бельгія	538	3	541	10,4	52
Великобританія	3459	25	3484	59,3	59
Німеччина	3490	45	3535	82,2	43
Іспанія	2679	16	2695	40,7	66
Італія	4106	16	4122	57,3	72
Португалія	676	6	682	10,4	66
Франція	2460	24	2484	59,6	42
Швеція	266	4	270	8,9	30
Україна	1982	-	1982	47,3	42

Світовий досвід свідчить, що оптимальним показником розвитку підприємницьких структур в регіональному туризмі є одна посередницька структура в розрахунку на 10 тис. мешканців. Це підкреслює думку автора про поширення мережі підприємців-турагентів: по-перше, це перетворює ринок туристичних продаж на «ринок споживачів», а по-друге, жорстка конкуренція не приймає дуже складні форми на ринках збуту турпослуг.

Досліджуючи різні наукові підходи щодо формування сучасної підприємницької концепції в туризмі, автор звернувся до зарубіжного досвіду. Так, в оглядовій статті журналу *The Economist*, де було зроблено аналіз сучасних ознак розвитку підприємництва та корпоративного лідирування, наведено 10 основних принципів сучасного підприємництва, і де на першому місці знаходиться так званий «етичний компас», який показує вектори формування цінностей власного бізнесу підприємця в очах працівників та споживачів [251]. На думку відомого американського фахівця з проблем менеджменту підприємницької діяльності Уоррена Беніса: «Сучасні підприємці – адепти децентралізованого і підприємницького стилю менеджменту» [254, с. 65].

За результатами досліджень можна зробити висновок, що підприємницька концепція ґрунтується на таких принципах: ринкова орієнтація виробництва турпослуг; орієнтація на прибутковість; орієнтація на конкурентоспроможність; соціальна спрямованість; саморегуляція господарської поведінки; орієнтація на споживачів турпослуг. Складовими економічними елементами підприємницької концепції є техніко-економічна характеристика власного туристичного бізнесу; аналіз господарської діяльності; планування та маркетинг напрямків розробки турпослуг та ринків збуту; оцінка і обґрунтування доцільності інвестування напрямків розвитку туристичного бізнесу та ризиків підприємництва.

Аналізуючи форми підприємництва на національному та регіональних ринках, для формування підприємницької концепції туристичного бізнесу, автором пропонується поширити класичну та інноваційну моделі підприємництва з альтернативними варіантами їх поєднання за складовими економічними елементами підприємницької концепції (рисунок 2.3). Таким чином, погляди науковців, накопичений особистий досвід підприємницької діяльності в туризмі дозволяє автору зробити висновок про необхідність моделювання туристичного бізнесу на основі формування і функціонування соціально орієнтованого та економічно ефективного підприємництва, що має мету інтегрувати в собі сприятливу суспільно-економічну ситуацію в країні чи регіоні, спиратися на розвинену ринкову економіку, міжнародний досвід підприємництва та антикризове управління.



Рис. 2.3. Моделі підприємництва в туристично-рекреаційній сфері

Механізм реалізації ідеї підприємців є складним технологічно, але у свій логічний послідовності утворює концепцію підприємництва. Підприємницький процес у туристично-рекреаційній сфері можна розподілити на основні три етапи, а механізм його реалізації нами представлено в Додатку Е.

Для впровадження підприємницької концепції забезпечення стійкості ділового зростання й перспективи діяльності підприємці повинні врахувати сучасні тенденції та фактори, які впливають на розвиток підприємницького потенціалу в цілому: 1) глобалізація світової економіки та інтеграційні процеси в туріндустрії; 2) трансформаційні процеси в економіці України; 3) інформатизація туристичного ринку та суспільства; 4) логістика міжнародної торгівлі товарами та послугами; 5) екологічний стан туристичних регіонів; 6) культивування вартісного мислення; 7) зростання ринкового новаторства; 8) поступ соціально-культурного аспекту туризму (естетичні прагнення споживачів турпослуг); 9) терористична та техногенна небезпека в туристичних регіонах; 10) виражена неформальність економіки (корупція, тіньовий сектор турпослуг).

В науковій літературі дискутуються проблеми стійкості малого підприємництва, яка значною мірою залежить від спрямованості макроекономічних процесів, що виникають у державі та світовій економіці. Як підкреслюють науковці, підвищення стійкості малого підприємництва безпосередньо пов'язане з його конкурентоспроможністю. Стійке функціонування та розвиток малих підприємств туристично-рекреаційної сфери як соціально-економічної системи базується на стабільних і впорядкованих внутрішньо системних організаційних і соціальних відносинах елементів малих підприємств, які значною мірою залежать від характеру його взаємодії з економічними та соціальними агентами зовнішнього середовища. Відносно високий рівень інфляції, соціальна напруженість, макроекономічна нестабільність створюють постійну загрозу стійкості розвитку, функціонування й виживання малих підприємств [28].

Головне завдання стійких систем – нормально функціонувати і протидіяти різним неминучим впливам зовнішнього і внутрішнього характеру. Проблеми стійкості економічної системи під різними кутами зору розглядалися вченими та фахівцями України та країн СНД. Так, наприклад, питання сутності та інструментарію управління суб'єктами господарювання, а також використання і розвитку потенціалу підприємств стали предметом наукових досліджень відомих вітчизняних вчених: О.І.Амоши, А.І.Бутенко, В.А. Василенко, В.Г.Герасимчука, М.І.Долішнього та інших [7, 28, 43, 65].

Але стійкість малого підприємництва значною мірою залежить від спрямованості макроекономічних процесів, що виникають у державі та світовій економіці. Підвищення стійкості малого підприємництва безпосередньо пов'язане з його конкурентоспроможністю.

Узагальнюючи напрацювання вчених й інші джерела, а також враховуючи результати проведеного нами аналізу, можна стверджувати, що стійка конкурентна концепція сталого розвитку підприємництва може

бути реалізована тільки на основі загальної стійкості розвитку малого підприємництва, що базується на основі таких локальних домінуючих видів стійкості підприємства, що дають синергетичний ефект: фінансової стійкості; виробничої стійкості; управлінської стійкості; маркетингової стійкості; кадрової стійкості; ділової стійкості; стійкості розвитку; антикризової стійкості; соціально-психологічної стійкості; ринкової стійкості (рис. 2.4).

Як видно з наведеної ілюстрації (рис. 2.4) на основі виявлених деструктивних внутрішніх факторів, що впливають на формування загальної підприємницької концепції, можна визначити основні шляхи її формування на основі досягнення загальної стійкості малого підприємства.

Сталий розвиток підприємництва можна охарактеризувати як можливість забезпечення їх виживання, рентабельної виробничо-господарської діяльності в умовах транзитивної економіки за рахунок підвищення ефективності використання наявних ресурсів на основі якісного антикризового менеджменту. Загальний механізм формування і реалізації підприємницької концепції суб'єктів туристично-рекреаційної діяльності розглядається нами як система органічно пов'язаних організаційних, економічних та інформаційних заходів, що забезпечують необхідні умови його ефективного функціонування. Перераховані заходи повинні забезпечувати не тільки досягнення кінцевої мети, а і якість менеджменту в туристичних підприємствах, що забезпечують його конкурентоспроможність [151]. Ми розділяємо думку науковців, що механізм підприємницької концепції суб'єктів туристично-рекреаційної діяльності включає реалізацію таких важливих функцій, як: розробка та реалізація нормативно-правових актів; регулювання міжгосподарських і внутрішньогосподарських відносин, цінової і фінансово-кредитної політики на малих підприємствах; створення системи страхування, соціального захисту і матеріального стимулювання праці працівників на основі формування ефективної системи менеджменту (див. рис. 2.5). При цьому передбачається, що стійкість і конкурентоспроможність підприємств можливі тільки на основі постійних і цілеспрямованих змін, що носять інноваційний і прогресивний характер для даної організації [28].

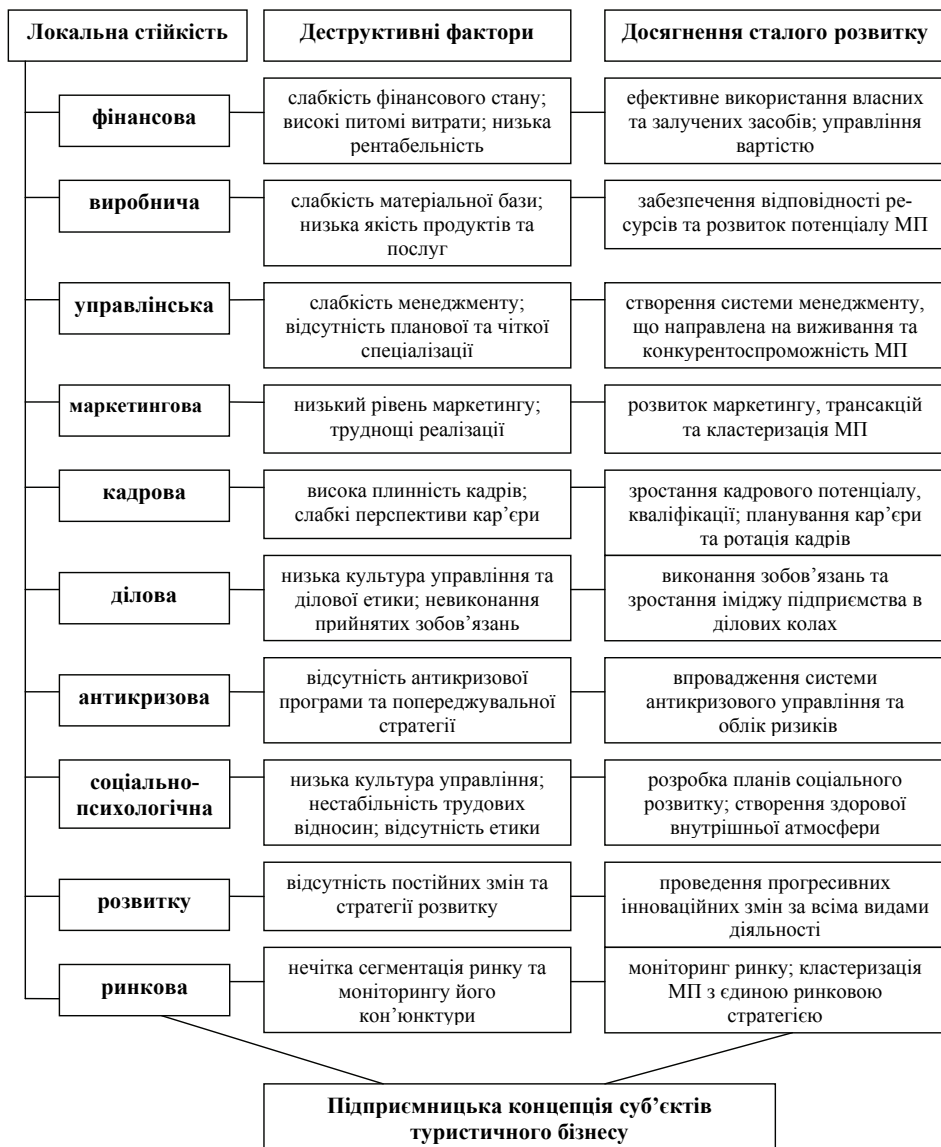


Рис. 2.4. Складові домінанти формування підприємницької концепції



Рис. 2.5. Схема механізму реалізації підприємницької концепції

Ключовими компонентами узагальненої схеми (див. рис. 2.5) є система менеджменту; економічні показники; управління розвитком; кооперація, інтеграція, кластеризація та співпідприємництво. Однією зі складових принципу системності формування підприємницької концепції є комплексність, під якою розуміється не тільки необхідність обліку й аналізу всього спектру проблеми, що досліджується, а й належне

поєднання застосовуваних методів [28, 71, 72]. Принцип комплексності організаційно-економічних дій є основою бізнес-плану підприємств і методів його взаємного узгодження, а також бюджетної збалансованості планів розвитку бізнесу підприємств в усіх сферах і на всіх рівнях ринкового середовища.

На погляд автора, сучасну підприємницьку концепцію в сенсі проблеми дослідження, в широкому розумінні можна розглядати як складову розбудови новітньої моделі суспільства - «економічна демократія», яке довірило підприємцям створення матеріальних і нематеріальних благ для задоволення рекреаційних та туристичних потреб вітчизняних та закордонних споживачів, відтворювання продуктивних сил суспільства. Підприємницька концепція повинна враховувати взаємодію трьох основних складових ринкової економіки: 1) суб'єкта підприємницької діяльності сфери рекреації та туризму; 2) ринкового середовища як сукупного економічного суб'єкта, що ототожнює споживачів туристичних послуг, конкурентів і контрагентів певного суб'єкта підприємницької діяльності на турринку; 3) підприємницької структури як особливого економічного суб'єкта в межах середовища туристичного ринку.

Узагальнення розглянутих підходів щодо механізму формування і реалізації підприємницької концепції, організаційно-економічних чинників, які впливають на загальну ефективність підприємництва в туристично-рекреаційній сфері, дозволяє нам визначити економічну сутність поняття «підприємницька концепція» та поширити його зміст.

Автором запропоновано науково-методичний підхід щодо визначення соціально-економічної сутності підприємницької концепції суб'єктів туристично-рекреаційної діяльності, який, на відміну від існуючих, відображає комплексну економічну оцінку ресурсів, попиту туристичного споживання, конкурентних ринкових переваг, ризиків та соціальної відповідальності на основі партнерства влади і бізнесу на загальнодержавному та регіональному рівнях в умовах подолання економічної кризи. Впровадження цього підходу дозволить моделювати власний бізнес на кожному рівні підприємництва в сфері рекреації та туризму і, як наслідок, формувати стратегію конкурентоспроможності [151].

Автор розділяє точку зору Г.М. Захарчин, яка доводить, що підприємництво ґрунтується на бажанні та ідеї, реалізація якої відбувається в ринковому середовищі: видимому (прозорому), невидимому (тіньовому), зовнішньому і внутрішньому [88]. З урахуванням особливостей туристично-рекреаційної сфери автор пропонує доповнити вже виділені в науці складові зовнішнього підприємницького середовища, такими складовими як “інформаційне середовище”, “інтеграційне середовище” – в блоці прозорого середовища, та “тероризм” і “нелегальна імміграція” – в блоці тіньового середовища (див. рис. 2.6).

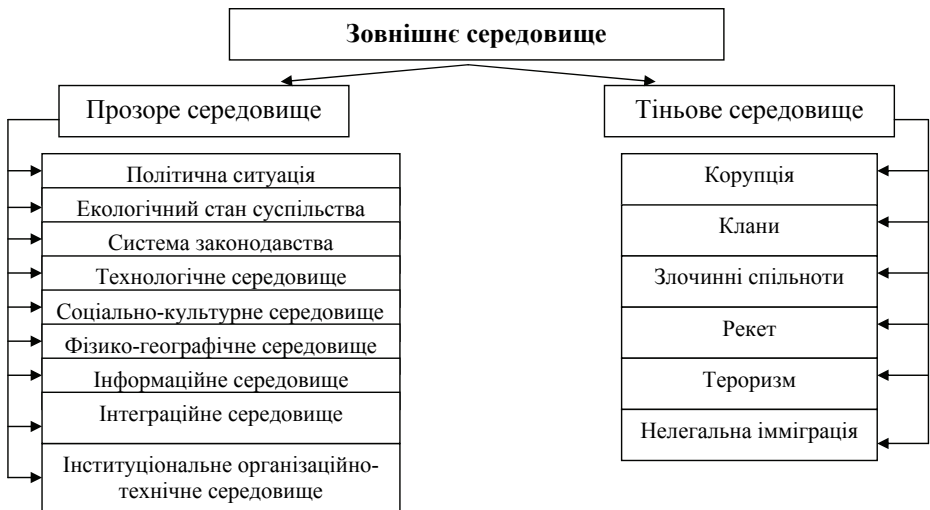


Рис. 2.6. Складові зовнішнього підприємницького середовища (доповнено автором) за [88]

Таким чином, підприємницька концепція як і процес підприємництва в туристично-рекреаційній сфері є відкритою системою, яка залежить від взаємного обміну ресурсів і результатів діяльності з зовнішнім світом, одночасно впливаючи на нього за рахунок ділових взаємовідносин і проведення комерційних операцій з партнерами по бізнесу.

Визначені наукові підходи щодо формування підприємницької концепції особливо актуальні в умовах підвищення ефективності діяльності туристично-рекреаційного комплексу Одеського регіону, якому властиві такі риси, як: 1) яскраво виражена туристично-рекреаційна спеціалізація; 2) значна кількість приватних підприємств, що надають свої послуги з проживання та харчування, організації дозвілля й екскурсій на напівлегальних умовах; наявність тіньового бізнесу; 3) прагнення кожного підприємства і державних адміністративних структур отримати максимальний дохід на своїх територіях; 4) хаотичність і некерованість процесів, що відбуваються; 5) відсутність і дорожнеча спеціальних маркетингових досліджень; 6) нестача і нерелевантність інформації щодо видів діяльності й успіхів (невдач) реального бізнесу; 7) відсутність регіональної стратегії розвитку підприємництва в сфері рекреації і туризму.

Це є додатковим аргументом щодо необхідності формування власної підприємницької концепції та оцінки бізнесу туристичного підприємства з погляду його виживання та здатності до конкуренції, а також доцільності

вкладення капіталу в туристично-рекреаційну сферу в Одеському регіоні та державі в цілому. Такому розгляду, на нашу думку, повинна передувати процедура аналізу сучасного стану і тенденцій розвитку підприємницької діяльності в туристично-рекреаційній сфері регіонів, на що буде повернуто увага далі.

2.2. Тенденції розвитку підприємницького сектору регіонального туризму

Найважливішою складовою формування стратегії сталого розвитку туристичних регіонів є проведення оцінки переваг діяльності малого бізнесу з метою удосконалення державного механізму щодо підтримки підприємницької діяльності в регіональному туризмі. Тому актуальність дослідження даної проблеми в умовах трансформації економіки України не викликає сумнівів. Не зважаючи на те, що різним аспектам розвитку підприємництва присвячено немало наукових праць, він, як значущий компонент регіонального туристично-рекреаційного комплексу та його сталого розвитку, фактично ще не став предметом ретельних соціальних досліджень в регіональній економіці.

Підприємницька діяльність має свої ознаки: нерівномірний характер виробництва, сезонний характер споживання туристичних послуг, залежність від динаміки туристичного потоку. Окремі туристичні регіони відрізняються концентрацією територіальних туристичних ресурсів, структурою споживання, географією туристичного попиту, кількістю підприємницьких структур. В науковій літературі досить багато уваги приділяється визначенню основних принципів та шляхів стратегічного планування розвитку туризму, механізму дослідження факторів інвестиційної привабливості, які стосуються не тільки сталої регіональної спеціалізації, але й форм виробництва послуг, складу учасників туристичного обслуговування.

Таким чином, виникає необхідність зафіксувати, дослідити і кваліфікувати тенденції регіонального розвитку в якості тимчасових чи довгострокових. Вищезазначеним проблемам присвятили свої праці М.І.Долішній, О.В. Булатова, Л.М.Кузьменко, О.А. Спориш та інші [26, 64, 110, 197]. Узагальнюючи різні наукові підходи авторів щодо визначення основних факторів стану та тенденцій розвитку туристичної галузі в регіонах, можна згрупувати їх у трьох основних напрямках:

- 1) залучення інвестицій підприємців в інфраструктуру регіонального туристично-рекреаційного комплексу;
- 2) дослідження динаміки розвитку підприємництва та його структурні зрушення;

- 3) дослідження динаміки обсягів виробництва туристичних послуг, структури ринку та туристичного потоку, бюджетних надходжень.

В сучасний час в науковій літературі з проблем удосконалення методики дослідження національного туристичного ринку широко відомі підходи запропоновані О.О. Любіцевою. Ця методика дослідження внутрішнього ринку виробництва туристичних послуг ґрунтується на сполученні методів галузевого та територіального аналізу і має за мету визначення національної туристичної політики. На нашу думку запропонована методика не враховує деякі положення комплексної оцінки порівняння підприємницької діяльності в туристичних регіонах України, а саме не виділені критерії оцінки секторального розвитку підприємств сфери туризму. Але автор погоджується з основними теоретико-методологічними засадами вищеназваної методики [120].

Оцінка розвитку туристичної галузі передбачає визначення соціально-економічної ефективності діяльності суб'єктів національного ринку, де галузевий аналіз поєднується з регіональним. Але якщо галузевий аналіз передбачає визначення рівня споживання населенням туристичних послуг та структуру цього споживання, то регіональний аналіз проводиться з метою визначення рівня розвитку та територіальної диференціації сфери туристичного споживання, гостинності, санаторно-курортних послуг; елементів територіальної структури туристичної галузі регіону, що дозволяє оцінити територіальну доступність туropераторської, турагентської, рекреаційної мережі до потенційного споживача. В той же час деякі показники не наводяться в відкритій статистиці (фондоємності, фондозабезпеченості, продуктивності праці, рентабельності активів турпідприємств та готелів), що обмежує їх використання в економічному аналізі регіонального підприємництва. Крім того, деякі ліцензіати не звітують до регіональних установ туризму та статистики. Таким чином, застосування регіонально-динамічного аналізу діяльності підприємців туристичної галузі дозволяє нам визначити динаміку просторово-часових структурних змін функціонування регіональних ринків туристичних послуг, інвестиційних надходжень в галузь і створити підґрунтя для визначення основних напрямків стратегії сталого розвитку підприємницького потенціалу в туристичних регіонах України, з урахуванням динаміки розвитку відповідних складових туристичного процесу.

Дослідження структури інвестицій в основний капітал туристичних регіонів України, показує, що на 01.01.2008 р. понад 89% загального обсягу капіталовкладень спрямовано у розвиток готелів та інших місць для короткотермінового проживання, 11% у розвиток ресторанів та припадає на Київ, АР Крим, Київську, Одеську, Львівську та Донецьку області. За станом на 01.01.2008 р. прибуток спрямований на розвиток матеріально-

технічної бази туристичних підприємств склав 15776,0 тис. грн., або 16,7% від загального балансового прибутку туристичних підприємств [143].

Аналіз інвестиційної політики підприємств за 2009 р. вказує на зміни в структурі інвестицій, а саме, в сферу відпочинку та розваг було спрямовано інвестицій більш ніж в 2 рази, порівняно з готельною сферою і складає 2,4% від загального обсягу інвестицій в Україні (див. табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Інвестиції в основний капітал сфери підприємств туризму
і рекреації за 2009 р.**

Напрямки інвестицій	Обсяг інвестицій (млн. грн.)	Частка в загальному обсязі інвестицій в Україні	Освоєно в п. в.
Діяльність в сфері дозвілля, відпочинку та розваг	3642,4	2,4%	82,5%
Діяльність в сфері готельного господарства	1423,2	0,9%	84,8%

Як свідчать показники, інвестиційні надходження освоєні підприємствами туризму і рекреації України в 2009 році не в повному обсязі.

За даними Головного управління статистики в Одеській області загальний обсяг прямих іноземних інвестицій залучених у 2009 році в сферу туризму та рекреації склав біля 38,5 млн. дол. США, що у порівнянні з 2008 роком менше на 0,25 %. Освоєння інвестицій в основний капітал підприємствами галузі регіону визначається в обсязі 263,27 млн. грн., що на 175,3 млн. грн. або 37,97% менше, ніж у 2008 році. Значне падіння по обсягу освоєних інвестицій в основний капітал спостерігається по підприємствам санаторно-курортної сфери – зменшення на 57,6 % та підприємствам готельного комплексу – на 49,5%. Поряд з цим досягнуто зростання у декілька разів обсягів освоєних інвестицій в основний капітал туроператорами та туристичними агентами області. Так, якщо у 2008 році цей показник становив понад 1,0 млн. грн., то за результатами їх інвестиційної діяльності за 2009 рік освоєно 6,78 млн. грн.

За даними Держкомстату України станом на 01.01.2010 р. в сфері готельно-ресторанного бізнесу зареєстровано 22464 суб'єктів підприємництва, що складає 1,8% від загального обліку зареєстрованих суб'єктів ЕДРПОУ, з них 21179 із юридичним статусом (94,3%) та 1285 – фізичних осіб – підприємців (5,7%). В ході дослідження проведено групування суб'єктів підприємництва за організаційно-правовою формою діяльності. Отримані дані нами наведені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Розподіл суб'єктів підприємництва готельно-ресторанної сфери
України за організаційно-правовою формою діяльності (2009 р.)
(складено автором за [264])**

№	Вид організаційно-правової форми діяльності за даними ЕДРПОУ та форма власності	Кількість	% до загального обліку суб'єктів
1	Фермерські господарства	2	0,009
2	Приватні підприємства	7068	31,5
3	Колективні підприємства	769	3,42
4	Державні підприємства	126	0,56
5	Комунальні підприємства	450	2,00
6	Дочірні підприємства	558	2,48
7	Іноземні підприємства	33	0,15
8	Підприємства об'єднань громадян	95	0,42
9	Підприємства споживчої кооперації	147	0,65
10	Орендовані підприємства	138	0,61
11	Спільні підприємства	84	0,37
12	Акціонерні товариства	393	1,75
13	Товариство з обмеженою відповідальністю	10062	44,8
14	Товариство з додатковою відповідальністю	5	0,02
15	Повне товариство	23	0,10
16	Командитне товариство	28	0,12
17	Кооперативи	148	0,66
18	Установи	270	1,20
19	Фізичні особи - підприємці	1285	5,72
20	Інші	780	4,68
Всього		22464	100

Таким чином, найбільш поширеною організаційно-правовою формою діяльності суб'єктів підприємства в готельно-ресторанній сфері є товариства з обмеженою відповідальністю (44,8%), приватні одноосібні підприємства - юридичні особи (31,5%), фізичні особи - підприємці (5,72%). В той же час треба відзначити, що фермерські господарства в масштабах України з числа зареєстрованих, представлені тільки двома агроготелями.

Нами наведено дані щодо обсягу послуг, реалізованих населенню України підприємствами готельно-ресторанної сфери (див. табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Обсяг послуг, реалізованих населенню підприємствами готельно-ресторанної сфери України за 2008-2009 рр.

Обсяг послуг (млн. грн.)	2008 р.	На одну особу населення, грн.	2009 р.	На одну особу населення, грн.	2009 р. до 2008 р.
Загальний обсяг послуг підприємств	3636,5	79,18	3213,8	69,94	-0,9
Обсяг послуг кінцевого споживання	2451,3	53,37	2130,3	46,38	-0,9

Як свідчать розрахунки темп споживання послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу характеризує загалом прояви економічної кризи в державі та падіння попиту населення на послуги готельно-ресторанної сфери у внутрішньому туризмі.

За даними аналізу джерел статистики в 2009 р. можна зробити висновок, що підприємства готельно-ресторанного бізнесу були збитковими в цілому по Україні. Фінансовий результат від звичайної діяльності підприємств до оподаткування складає 261,2 млн. грн., 57,9% підприємств від загальної кількості суб'єктів ЕДРПОУ одержали прибуток в розмірі 289,5 млн. грн., а 42,1% підприємств одержали збиток в розмірі 550,7 млн. грн. [264].

Аналізуючи стан та перспективи розвитку підприємницької діяльності в регіонах України за формою №1-ТУР 2009 року, треба відзначити, що туристичні послуги фактично надавали 4829 ліцензіата, з них: туроператорів - 1475 і турагентів – 3354, відповідно 31% та 69%. Пріоритетними видами туристичної діяльності у 2009 року, як і в 2008 року, залишаються виїзний та внутрішній туризм. В цілому по Україні на внутрішній туризм припадає 48 % туристів, обслугованих ліцензіатами, на виїзний туризм - 40 % та в'їзний - 12 %. Ця тенденція продовжується з 2005 р. У 2006-2009 рр. туристичні фірми України віддавали перевагу внутрішньому туризму, який за чисельністю потоку перевищував виїзний туризм [10].

Звернемо увагу на те, що всього протягом 2009 року туристичними підприємствами обслуговано 2,3 млн. туристів (на 25 % менше ніж у 2008 році) та 1,9 млн. екскурсантів (на 25 % менше ніж у 2008 році) в т. ч. за видами туризму:

- в'їзний – 282,3 тис. осіб (на 24% менше порівняно з 2008 роком);
- виїзний – 913,6 тис. осіб (на 29% менше ніж у 2008 році);
- внутрішній – 1,1 млн. осіб (на 21 % менше, ніж у 2008 році).

Зменшення на 25% загальної кількості туристів, обслугованих туроператорами протягом 2009 року, відбулось через світову економічну кризу, яка суттєво вплинула на доходи населення та мотиви подорожі.

Протягом 2009р. Україну відвідали 913,6 тис. в'їзних іноземних туристів, які були обслуговані ліцензіатами, що на 24% або на 90,5 тис. осіб менше ніж за аналогічний період 2008 року.

Дослідження діяльності підприємців з внутрішнього туризму свідчать, що кількість внутрішніх туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності (туроператорами та турагентами) протягом 2009 р. становила 1,1 млн. осіб, що менше ніж у 2008 р. на 292,7 тис. осіб або на 1,1 %.

Найбільше зростання кількості обслугованих внутрішніх туристів відбулось у регіонах: Херсонській області (на 45% або 36,4 тис. осіб); Житомирській області (на 5% або 493 особи); Сумській області (на 17% або 2,5 тис. осіб).

На підприємства м. Києва (17%), АР Крим (8,7%) та Івано-Франківської області (26,8%) в сукупності припадає більше 50 % числа внутрішніх туристів (у 2008р. – 52 %).

Аналіз екскурсійної діяльності показав, що кількість екскурсантів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом 2009 року становила 1,9 млн. осіб, що менше на 21 % або на 496,4 тис. осіб порівняно з 2008 роком. Спостерігається значне скорочення кількості обслугованих екскурсантів в регіонах країни, зокрема в Київській області (0,21% від обсягу по Україні); Житомирській області (0,44 % від обсягу по Україні); Миколаївській області (0,54% від обсягу по Україні); Вінницькій області (0,67% від обсягу по Україні).

Збільшення кількості обслугованих екскурсантів відбулося в Луганській області, Львівській області, Херсонській області, Сумській області.

Обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності протягом 2009 року становив 9,388 млрд. грн. і збільшився на 17 % або на 1,3 млрд. грн. порівняно з 2008р.

Зростання обсягу послуг зареєстровано не у всіх областях України, а найбільш суттєве забезпечили ліцензіати регіонів: Івано-Франківського на 84% або на 93,2 млн. грн., Донецького на 11% або на 33,7 млн. грн., м. Севастополь на 6% або на 15,2 млн. грн. та в м. Київ на 29% або на 1,5 млрд. грн.

Відмітимо, що найбільш суттєве зменшення обсягів наданих послуг спостерігається у областях: Дніпропетровській області на 32% або 123,4 млн. грн., Закарпатській області на 33% або на 13,4 млн. грн., Львівській області на 20% або 41,1 млн. грн., Полтавській області на 52% або 29,5 млн. грн. та у АР Крим на 9% або 68 млн. грн. 70% обсягів наданих послуг припадає на туристичні підприємства м. Києва.

Аналіз бюджетних надходжень показав, що платежі до бюджету суб'єктів туристичної діяльності у 2009 році становили 196,5 млн. грн. і зменшились на 6% або на 11,7 млн. грн. порівняно з 2008 роком.

Більше 60% обсягів платежів до бюджету припадає на турпідприємства АР Крим (16,1%); Івано-Франківської області (11,7 %); м. Києва (36,4%).

Середньооблікова кількість працівників туроператорів та турагентів дорівнює 22,8 тис. осіб, що на 4% більше у порівнянні з 2008 р. Ефективність роботи підприємств у 2009 році зменшилась – в середньому на одного ліцензіата припадає 797 туристів, що на 25% менше, ніж в минулому році. Продуктивність праці підвищилась – в середньому на одного ліцензіата припадає 1,9 млн. грн. обсягу наданих послуг, що на 12% більше, ніж у 2008р.

Використовуючи методику структурно-галузевого та структурно-територіального аналізу для дослідження підприємницького сектору регіонів України, ми змогли встановити вплив галузевих факторів, а саме діяльність підприємницьких структур-ліцензіатів туроператорів та турагентів на динаміку обсягу туристичних послуг, зростання платежів до бюджету, розширення ринку туристичних послуг. Рейтингові показники регіонів в динаміці дослідження наведено нами в таблицях К.1-К.4 в Додатку К.

Звернемо увагу на те, що аналіз впливу суб'єктів туристичної діяльності на регіональну економіку має декілька проблем. Перша з них, порівнянність баз даних за різними джерелами адміністративних даних. Друга, відсутність повної і детальної статистичної інформації, а саме щодо структури туристського споживання та обсягів туристських споживчих витрат. Одним із методів вирішення вищезазначених питань може стати проведення вибіркового соціально-економічних досліджень в туристичних регіонах України згідно Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності [133]. В той же час такі дослідження Держкомстатом України не проводились по регіонах України з 2004 року.

Дослідження, проведені на території Одеського регіону, свідчать про те, що результати розвитку підприємницької діяльності в туристичній галузі також залежать від характеру та ефективності діяльності спеціальних інститутів розвитку, представлених на цій території. Це торгово-промислові палати, бізнес-центри, бізнес-інкубатори, агентства регіонального розвитку, регіональні наукові центри, вищі навчальні заклади, кластери, асоціації туроператорів та турагентів, суб'єктів підприємницької діяльності в туризмі та інші. Ці структури сприяють формуванню цілісного програмованого підходу до ефективного використання туристських ресурсів на основі впровадження регіональних моделей міжсекторного співробітництва [42, 192].

За станом на 01.01.2010р. в Одеській області налічується 26 адміністративних районів, 19 міст, з них – 7 обласного підпорядкування, 12 міст районного типу, 1139 сільських поселень. В області проживає 2448200 осіб населення, щільність складає 74 осіб/км². Проведені нами розрахунки за даними джерел статистики свідчать, що наявні реальні доходи на одну особу населення з 2006 р. зменшилися на 0,96 п. в. і за даними державної статистики Одеській регіон посідає 24 місце за рівнем реальних наявних доходів в розрахунку на одну особу в 2008 р., а також має найнижчий індекс реальної заробітної плати (102,7%) серед регіонів України. Показниками економічної активності населення є зайнятість та розвиток підприємницької діяльності. Аналіз даних статистики показав, що в регіоні на 01.01.2010 р. зареєстровано 3178 суб'єктів підприємницької діяльності – фізичних осіб – громадян; 72548 мають статус юридичної особи. Зайнятість населення становить 57,9% (у віці від 15-70) від загальної кількості населення, або 65% працездатного складу [260]. Приватні підприємці – фізичні особи складають 0,2% від загальної чисельності працездатного населення (1591330 чол.) Одеського регіону та 4,2% від зареєстрованих суб'єктів підприємництва (75726). Щодо суб'єктів туристичної діяльності – ліцензіатів туроператорів та турагентів, які здійснюють підприємницьку діяльність в регіоні, то в 2009 році їх налічує 312 суб'єктів ЕДРПОУ, ріст в порівнянні з 2007 р. майже вдвічі (161 ліцензіат); станом на 01.01.2010 р. їх частка складає 0,4% від загальної кількості суб'єктів підприємництва в Одеській області, за видами економічної діяльності в галузі (див.табл.2.8).

Таблиця 2.8

Кількісний склад суб'єктів підприємництва за видами економічної діяльності в Україні та Одеському регіоні станом на 01.01.2010р.

Кількість суб'єктів ЕДРПОУ	В Україні	В Одеській області	Одеська обл. до України, в %
1. Осіб зареєстрованих суб'єктів (од.)	1266802	75726	5,97
2. 3 них, ліцензіатів – туроператорів та турагентів (од.)	6106	312	5,1
3. Туроператорів та турагентів до усіх суб'єктів ЕДРПОУ (%)	0,48	0,41	0,8
4. Фактично надавали послуги за аналізом форми І-ТУР за 2009 р. (од.,%)	4631 (75,8%)	263 (84,3%)	5,68

Як свідчать розраховані нами дані підприємницький потенціал туроператорського та турагентського сектору галузі складає менше, ніж

0,5% від складу зареєстрованих підприємств в Україні та в Одеському регіоні.

Треба звернути увагу, що фактично надавали туристичні послуги 75,8% суб'єктів від загального складу цього виду підприємництва. Нами розрахована частка вкладу туроператорського та турагентського сектору національної економіки в валовий регіональний продукт (див.табл.2.9).

Таблиця 2.9

Валовий регіональний туристичний продукт України за даними 2008 р.

	У фактичних цінах 2008 р.			У порівняльних цінах, % до 2007 р.	
	Всього, млн. грн.	У розрахунку на одну особу, грн.	Частка регіону, % до підсумку	Всього	У розрахунку на одну особу
Валовий регіональний продукт України	948056	20495	100,0	102,3	102,9
Валовий регіональний туристичний продукт туроператорів та турагентів України	8052	175,32	0,85	107,0	103,1
Одеський регіон	46994	19638	5,0	111,9	112,0
В тому числі регіональний туристичний продукт туроператорів та турагентів	150,2	61,35	0,32	121,0	121,8

Дані таблиці 2.9 вказують, що виробництво регіонального туристичного продукту туроператорів та турагентів Одеського регіону майже у 2,5 рази менше за середнім рівнем по Україні.

Аналіз основних показників діяльності підприємств туристично-рекреаційної галузі Одеського регіону за 2000-2009 рр. свідчить, що найбільша кількість обслужованих туристів припадає на 2003 р. та на 2007-2008 рр. а в сфері екскурсійного обслужовування на 2008р. Це наглядно демонструють показники даних статистики (див. табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Динаміка туристичного потоку в Одеському регіоні за 2000-2009 рр.

(осіб)

	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності – усього	Із загальної кількості туристів:			Кількість екскурсантів
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2000	242423	77332	25291	139800	68761
2001	266676	71490	20646	174540	52452
2002	273972	75928	17409	180635	48764
2003	383576	122860	19019	241697	73518
2004	110638	58745	27461	24432	45727
2005	117669	53514	29717	34438	63340
2006	127345	56801	36181	34363	57627
2007	133038	52228	44765	36045	73904
2008	127598	44119	49734	33745	106241
2009	87436	29183	30696	27557	56281
2009 у % до 2000	36,0	37,7	121,0	19,7	81,8

Порівняльний аналіз даних структури та темпів росту основних показників туристичного потоку за видами туризму в Одеському регіоні за 2000-2009рр. свідчить про позитивні тенденції розвитку регіонального туризму до прояви світової фінансової кризи, яка вплинула на погіршення структурних показників за видами туризму в 2009 р.

Динаміка розвитку підприємництва на ринку готельних послуг Одеського регіону свідчить про зменшення кількості готелів з 2000 р. по 2009 р. на 16,7 %, або на 16 одиниць (див. табл. 2.11). Це обумовлено розвитком малих форм підприємництва в сфері гостинності, а саме, індивідуальних закладів розміщення туристів в м. Одесі та рекреаційних районах області.

Таблиця 2.11

Динаміка розвитку готелів та інших місць для тимчасового проживання
в Одеському регіоні за 2000-2009рр.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2009 у % до 2000
Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання, одиниць	96	89	83	73	74	79	76	80	81	80	83,3
Кількість номерів, одиниць	3674	3590	3515	3237	3195	3262	3273	3701	3952	3817	103,9
Житлова площа всіх номерів, тис. м ²	75,6	70,8	73,6	67,8	72,8	75,3	76,0	84,5	89,1	84,6	111,9
Одноразова місткість, місць	8161	7685	7363	7019	6565	6619	6611	7425	7788	7541	92,4
Обслуговано приїжджих, тис. осіб	243,1	262,7	267,4	255,8	267,7	289,8	295,5	298,5	241,7	213,7	87,9

Оскільки при аналізі досягнутого рівня розвитку туристичної галузі в регіонах найбільш прийнятими є наступні показники: рівень виробництва валового регіонального туристичного продукту (див. табл. 2.9) та обсяг туристичного потоку, то доцільно провести комбінаційне аналітичне групування показників в динаміці дослідження руху туристичного потоку та тривалості перебування туристів в Одеському регіоні (див. табл. 2.12-2.15).

Таблиця 2.12

Статистичні дані щодо середньої кількості днів перебування іноземних туристів в Одеському регіоні у 2007-2009 роках
(в тис. туризм)

2007 рік					2008 рік					2009 рік				
№ з/п	Країна, з якої прибували	Кількість, осіб	%	Середня кількість днів перебування	№ з/п	Країна, з якої прибували	Кількість, осіб	%	Середня кількість днів перебування	№ з/п	Країна, з якої прибували	Кількість, осіб	%	Середня кількість днів перебування
1	Швейцарія	997	1,9	13,4	1	Швейцарія	3017	6,8	25,19	1	Швейцарія	2501	8,57	30,94
2	Франція	5674	10,9	7,0	2	Росія	7311	16,6	14,87	2	Англія	7524	25,78	10,96
3	Росія	5208	9,9	4,2	3	Англія	10316	23,4	11,93	3	Росія	1814	6,22	9,82
4	Японія	823	1,6	2,3	4	США	6430	14,6	8,5	4	Білорусь	1102	3,78	9,42
5	Німеччина	3522	6,7	1,8	5	Німеччина	4728	10,7	7,63	5	США	4399	15,07	7,35
6	Ізраїль	829	1,6	1,6	6	Білорусь	1005	2,3	7,54	6	Німеччина	3231	11,07	6,98
7	Англія	9458	18,1	1,5	7	Франція	2589	5,9	3,49	7	Італія	1464	5,02	3,71
8	Італія	3661	7,0	1,4	8	Японія	948	2,2	2,73	8	Франція	1817	6,23	3,09
9	США	13183	25,2	1,3	9	Австрія	680	1,5	2,37	9	Швейцарія	650	2,23	1,85
10	Білорусь	1034	2,0	1,3	10	Греція	488	1,11	2,06	10	Молдова	832	2,85	0,99
Інші: 40		7839	15,0	5,1	Інші: 36		6607	14,98	13,68	Інші: 27		3849	13,19	14,9
Всього: 50		52228	100	3,1	Всього: 46		44119	100	100	Всього: 37		29183	100	100

Таблиця 2.13

Статистичні дані щодо середньої кількості днів перебування українських туристів за кордоном у 2007-2009 роках

(визначити туризм)

2007 рік					2008 рік					2009 рік				
№ з/п	Країна, до якої прибували	Кількість, осіб	%	Середня кількість днів перебування	№ з/п	Країна, до якої прибували	Кількість, осіб	%	Середня кількість днів перебування	№ з/п	Країна, до якої прибували	Кількість, осіб	%	Середня кількість днів перебування
1	Болгарія	1132	2,5	8,2	1	Туреччина	23438	47,13	44,15	1	Туреччина	13091	42,65	40,22
2	Туреччина	15782	35,3	7,8	2	Єгипет	9560	19,22	20,2	2	Єгипет	6904	22,49	21,7
3	Італія	701	1,6	7,7	3	Чехія	1877	3,77	3,93	3	Таїланд	813	2,65	5,85
4	Єгипет	11275	25,2	7,5	4	Таїланд	975	1,96	2,17	4	Чехія	1105	3,6	3,6
5	Греція	498	1,1	7,4	5	Болгарія	812	1,63	2,06	5	Болгарія	848	2,76	2,38
6	ОАЕ	614	1,4	6,7	6	Франція	936	1,88	2,0	6	Угорщина	873	2,84	2,33
7	Угорщина	1625	3,6	6,3	7	Італія	876	1,76	1,99	7	Італія	572	1,86	1,98
8	Чехія	3445	7,7	5,9	8	ОАЕ	835	1,68	1,69	8	ОАЕ	422	1,37	1,8
9	Таїланд	931	2,1	5,4	9	Греція	621	1,25	1,58	9	Франція	460	1,5	1,61
10	Франція	776	1,7	5,1	10	Угорщина	762	1,53	1,4	10	Греція	411	1,34	1,02
Інші: 62		7627	17,1	8,0	Інші: 65		9042	18,18	18,82	Інші: 61		5197	16,93	17,56
Всього: 72		44685	100	100	Всього: 75		49734	100	100	Всього: 71		30696	100	100

Статистичні дані щодо відвідування іноземними туристами Одеського регіону у 2007–2009 роках

(в 'тис. туризм)

№ з/п	Країна, з якої прибували	2007 рік			2008 рік			2009 рік									
		Кіль-кість, осіб	%	Кіль-кість, туро-днів	№ з/п	Країна, з якої прибували	Кіль-кість, осіб	%	Кіль-кість, туро-днів	№ з/п	Країна, з якої прибували	Кіль-кість, осіб	%	Кіль-кість, туро-днів			
1	США	13183	25,2	17010	10,5	1	Англія	10316	23,38	14868	11,93	1	Англія	7524	25,78	9329	10,96
2	Англія	9458	18,1	14105	8,7	2	Росія	7311	16,57	18525	14,87	2	США	4399	15,07	6259	7,35
3	Франція	5674	10,9	39842	24,6	3	США	6430	14,57	10594	8,5	3	Німеччина	3231	11,07	5936	6,98
4	Росія	5208	9,9	21747	13,4	4	Німеччина	4728	10,72	9510	7,63	4	Швейцарія	2501	8,57	26332	30,94
5	Італія	3661	7,0	5030	3,1	5	Швейцарія	3017	6,84	31388	25,19	5	Франція	1817	6,23	2632	3,09
6	Німеччина	3522	6,7	6263	3,9	6	Франція	2589	5,87	4350	3,49	6	Росія	1814	6,22	8355	9,82
7	Білорусь	1034	2,0	1372	0,9	7	Італія	1258	2,86	2550	2,05	7	Італія	1464	5,02	3154	3,71
8	Швейцарія	997	1,9	13401	8,3	8	Нідерланди	1171	2,66	1331	1,07	8	Білорусь	1102	3,78	8017	9,42
9	Ізраїль	829	1,6	1328	0,8	9	Білорусь	1005	2,28	9397	7,54	9	Молдова	832	2,85	836	0,99
10	Японія	823	1,6	1921	1,2	10	Японія	948	2,15	3407	2,73	10	Швеція	650	2,23	1574	1,85
Інші: 40		7839	15,0	40045	24,7	Інші: 36		5346	12,12	18684	14,99	Інші: 27		3849	13,19	12677	14,9
Всього: 50		52228	100	162064	100	Всього: 46		44119	100	124604	100	Всього: 37		29183	100	85101	100

2007 рік			2008 рік			2009 рік											
№ з/п	Країна, до якої прибували	Кількість осіб	%	Кількість туроднів	%	№ з/п	Країна, до якої прибували	Кількість осіб	%	Кількість туроднів	%						
1	Туреччина	15782	35,3	123156	37,1	1	Туреччина	23438	47,13	149033	44,15	1	Туреччина	13091	42,65	94475	40,22
2	Єгипет	11275	25,2	84931	25,5	2	Єгипет	9560	19,22	68207	20,2	2	Єгипет	6904	22,49	50963	21,7
3	Чехія	3445	7,7	20372	6,1	3	Чехія	1877	3,77	13264	3,93	3	Чехія	1105	3,6	8400	3,6
4	Угорщина	1625	3,6	10170	3,1	4	Тайланд	975	1,96	7328	2,17	4	Угорщина	873	2,84	5459	2,33
5	Болгарія	1132	2,5	6118	1,8	5	Франція	936	1,88	6766	2,0	5	Болгарія	848	2,76	5589	2,38
6	Тайланд	931	2,1	7630	2,3	6	Італія	876	1,76	6746	1,99	6	Тайланд	813	2,65	13737	5,85
7	Польща	777	1,7	3994	1,2	7	ОАЕ	835	1,68	5690	1,69	7	Італія	572	1,86	4650	1,98
8	Франція	776	1,7	5721	1,7	8	Болгарія	812	1,63	6938	2,06	8	Франція	460	1,5	3772	1,61
9	Італія	701	1,6	4670	1,4	9	Угорщина	762	1,53	4737	1,4	9	ОАЕ	422	1,37	4233	1,8
10	ОАЕ	614	1,4	4743	1,4	10	Греція	621	1,25	5349	1,58	10	Греція	411	1,34	2388	1,02
Інші: 40		7839	17,1	61277	18,4	Інші: 36		9042	18,18	63519	18,82	Інші: 27		5197	16,93	41238	17,56
Всього: 50		52228	100	332782	100	Всього: 46		49734	100	337577	100	Всього: 37		30697	100	234904	100

Дослідження щодо відвідування іноземних туристів Одеського регіону за 2007-2009рр. свідчить, що стабільним сегментом попиту туристичних послуг залишаються туристи із Англії, США, Німеччини, в той же час найбільша кількість днів перебування в регіоні приходить на туристів із Швейцарії, Англії, Росії.

Відмітимо, що збалансованість соціально-економічного та екологічного стану відтворюють стратегію сталого розвитку туристичних регіонів України. Одним із пріоритетів регіональної туристичної політики має стати подолання економічної диспропорції розвитку туристичної галузі регіонів. Згідно з офіційною статистикою відмінності в рівнях економічного розвитку туристичної галузі регіонів збільшилися. Стабільні показники економічної діяльності спостерігаються в туристичних регіонах півдня України, західних регіонів, м. Києві і, навпаки, найгірші – в центральних регіонах. З метою ілюстрації становища туристичної галузі в регіонах, доречно навести дані за результатами проведеного нами дослідження (Додаток Л).

Результати такого аналізу можна розглядати як базові показники для наступних розрахунків для визначення економічного стану регіону, регіональної діагностики, прогнозу, подальшого формування стратегічних напрямків підприємницької діяльності.

Дослідження стану підприємницької діяльності суб'єктів тулоператорського та турагентського сектору галузі в туристичних регіонах України, еволюції підприємництва та здобутків науковців дозволило звернути увагу на сталу, впродовж 5 років, світову тенденцію до подальшої індивідуалізації туризму, скорочення кількості організованих туристів, ідентифікації туристичних посередників-організаторів прийому туристів. На міжнародному ринку це зумовлює підвищення попиту на конкурентоспроможність туристичних пропозицій, що відповідають трьом головним вимогам: комплексність мотивацій подорожі, транспортна та комунікаційна мобільність, всебічна безпека туриста. Отже, забезпечення розвитку туристичних підприємств в умовах поглиблення відносин між Україною та Європейським Союзом, її вступом до Світової Організації Торгівлі, потребує підвищення якості регіональних туристичних пропозицій до рівня міжнародних стандартів.

Через світову фінансову кризу скорочується обсяг інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури. Фахівці Всесвітньої туристичної організації вважають, що наслідки фінансової кризи в туристичному бізнесі найбільше яскраво виявляться в травні-вересні 2011 р. В Україні в 2011-2012рр. прогнозується скорочення числа тулоператорів, що пов'язане зі зменшенням платоспроможності сегмента споживачів та зростанням кількості країн безвізового режиму в'їзду для українських громадян.

Наголосимо, що конкурентоспроможність і ефективність роботи української сфери туристичних послуг не може бути забезпечена без

обліку тенденцій глобалізації й міжнародної інтеграції підприємств туристичної індустрії. Стратегія її розвитку повинна орієнтуватися як на максимальне використання наявного туристсько-рекреаційного потенціалу, так і на додатковій можливості росту ефективності, що відкривається в умовах глобалізації і міжнародної інтеграції.

Вітчизняні туристичні підприємства, зустрічаючись із проблемами забезпечення конкурентоспроможності туристичних послуг, а також зі світовою фінансовою кризою, не використовують вироблений закордонними туристичними фірмами досвід в області інтеграційних процесів.

Аналіз показав, що на сьогоднішній день існує перша і єдина Асоціація лідерів турбізнесу України (АЛТУ), яка є неприбутковим добровільним недержавним об'єднанням підприємств і організацій, які здійснюють діяльність у туристичній сфері, створену з метою сприяння розвитку всіх видів туризму в Україні, гармонізації відносин між державними органами й суб'єктами туристичної діяльності, забезпечення захисту прав і представництва спільних інтересів суб'єктів туристичної діяльності в державних органах, органах місцевого самоврядування.

Сьогодні Асоціація лідерів турбізнесу України (АЛТУ) поєднує сім вітчизняних туроператорів – «Агентство «Пан-Україн», «Вояж-Київ», «Кандагар», «САМ», «Тез Тур», «Туртесс Тревел», «Проланд», загальна частка яких на туристичному ринку оцінюється близько 70% у виїзному й понад 30% у внутрішньому туризмі. Дані підприємства об'єдналися з метою створення діючої організації, здатної налагодити ефективне співробітництво з органами державної влади й місцевого самоврядування, міжнародними організаціями, і сформулювати сприятливі умови для діяльності туристичних компаній, удосконалення законодавчої бази вітчизняної туристичної сфери й забезпечити на цій основі створення широких можливостей для задоволення потреб вітчизняних і іноземних туристів.

Досягнення цієї мети є можливим лише за умови усвідомлення всіма учасниками туристичної діяльності, і в першу чергу органами державної влади й місцевого самоврядування, ролі й місця туризму в забезпеченні якості життя населення, постійному соціально-економічному розвитку країни. Саме тому одним з основних напрямків діяльності Асоціації є широка інформаційна й просвітницька діяльність. Зокрема, АЛТУ планує створення прес-центру й Інтернет-Порталу, видання й поширення спеціалізованого дайджесту по актуальних проблемах розвитку туристичного ринку й діяльності туристичних компаній, регулярне проведення прес-конференцій, суспільних обговорень, круглих столів і т.п.

Формування галузевих інтеграційних і партнерських об'єднань, у тому числі й АЛТУ, служить необхідною, але недостатньою умовою для забезпечення ефективного функціонування туристичної галузі в умовах світової фінансової кризи.

У сучасних умовах суб'єктам туристичної діяльності потрібно усвідомити необхідність та ефективність подібних об'єднань для вирішення загальних проблем, що виникають у період несприятливих етапів розвитку економіки.

Туристична галузь в Україні розвивається під впливом ряду політичних і економічних факторів, обумовлених трансформаційними процесами, що протікають у країні. З одного боку, вони сприяли активному розвитку українського туристичного ринку й швидкому росту частки виїзного туризму, з іншого боку – економічна криза несприятливо вплинула на формування туристичної галузі та її інфраструктури, відсутня впевненість у повноцінній реалізації стратегічних планів у туристичній галузі. Слабке усвідомлення необхідності інтеграційних процесів і їх організації не сприяє збільшенню туристичного потоку. Подолати зазначені негативні тенденції й забезпечити Україні гідне місце на світовому ринку туристичних послуг дозволять об'єктивізація оцінки значимості галузі в національній економіці, а також розробка та реалізація стратегії, що враховує світовий досвід розвитку підприємництва в сфері рекреації та туризму, тенденцій глобалізації й міжнародної інтеграції.

Проведений аналіз наукової та спеціальної літератури дозволяє зробити наступні висновки. Сучасна підприємницька діяльність – це соціально-економічне явище і у той же час певний вид діяльності підприємств, пов'язаний з реалізацією бізнес-ідеї на ринку туристично-рекреаційних послуг. Але категорія «підприємництво» має різні, іноді неоднозначні трактування, які враховують окремі аспекти цього явища. Запропоноване в дослідженні уточнене визначення охоплює всі релевантні ознаки, на яких формується це поняття.

Грунтуючись на розглянутих наукових підходах щодо визначення суті поняття «підприємницька діяльність» в туристично-рекреаційній сфері, представляється можливим запропонувати авторське визначення зазначеної категорії як господарської діяльності, що поєднує ресурси, функції рекреації і туризму та технологічно пов'язана з виробництвом, реалізацією і споживанням турпродукту, супутніх та характерних туристичних послуг та товарів для досягнення мети бізнесу і задоволення потреб суспільства. Пропоноване визначення, на відміну від тих, що існують, враховує всі найважливіші сторони дефініції «підприємництво», у тому числі й таку особливість туризму, як його територіальні рекреаційні ресурси.

У процесі дослідження виявлено, що в сучасній науковій літературі має місце багато підходів та думок щодо основних критеріїв класифікації видів підприємництва в туристично-рекреаційній сфері. В зв'язку з цим, автором проведено систематизацію наукових підходів до існуючої класифікації, вдосконалено критерії класифікації за видами функціонально-галузевої діяльності в туристично-рекреаційному

комплексі; запропоновано авторський підхід, який дозволив доповнити секторальну структуру індустрії туризму видами підприємництва, невизначеними раніше в наукових дослідженнях, та провести їх сучасну структуризацію за блоками та видами, що його формують.

На основі виявлених чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємницької діяльності, відмінностях, які характеризують підприємництво в туристично-рекреаційній сфері, тенденцій розвитку, здобутків економічної науки запропонована схема організаційно-економічного механізму формування і реалізації підприємницької концепції. Ключовими компонентами розробленої схеми є система менеджменту, економічні показники ефективності діяльності та ділової активності, кооперація, кластеризація та співпідприємництво для забезпечення сталого розвитку започаткованого бізнесу підприємцями. Це дає змогу автору доповнити існуючі в науковій літературі та підприємницькій практиці, з урахуванням особистого досвіду підприємницької діяльності в туризмі, поняття «підприємницька концепція» щодо суб'єктів туристично-рекреаційної діяльності, сутність якого відображає комплексну економічну оцінку ресурсів, попиту туристичного споживання, конкурентних ринкових переваг, ризиків та соціальної відповідальності на основі партнерства влади і бізнесу на загальнодержавному та регіональному рівнях в умовах подолання економічної кризи. Впровадження цього підходу дозволить моделювати власний бізнес на кожному рівні підприємництва в сфері рекреації та туризму і, як наслідок, формувати стратегію конкурентоспроможності.

На основі проведеного дослідження рівнів розвитку підприємництва в туристичних регіонах, можливо зробити висновок, що сучасне визначення поняття «регіональний туризм» відображає два взаємопов'язаних аспекта: географічний та соціально-економічний. Якщо перший відображає просторовий розподіл туристично-рекреаційних ресурсів, обсяг рекреаційних потреб місцевого населення та ступень задоволення їх в регіоні, а також потенційні можливості щодо залучення зовнішніх туристичних потоків на певну територію, то другий відображає результат підприємницької діяльності в сфері туризму та рекреації, який дозволив регіону зайняти певний сегмент туристичного ринку. Таким чином, підприємницький вектор розвитку сфери рекреації та туризму обумовлює сучасний стан та напрями розбудови регіонального туризму.

2.3. Природно-ресурсний потенціал розвитку підприємництва в сфері екскурсійних послуг

В Україні спостерігається тенденція щодо нерівномірності розвитку окремих туристичних регіонів, курортно-рекреаційних територій, зокрема внаслідок ослаблення міжрегіональних зв'язків, нерівномірного розташування підприємницьких туристсько-екскурсійних структур, низької міжрегіональної інтеграції екскурсійних установ та їх маршрутів, недостатньої сезонної мобільності місцевих екскурсоводів та гідів-перекладачів. Поглиблюється дивергенція периферійних туристичних регіонів України по відношенню до найбільш розвинених регіонів країни, до туристичних регіонів сусідніх держав.

Саме тому актуальною науковою та практичною проблемою є розроблення науково-методичних підходів щодо підвищення конкурентоспроможності туристичних регіонів на основі оцінки реального стану регіонального ринку екскурсійних послуг та визначення можливостей реалізації підприємницького потенціалу у сфері туристсько-екскурсійного обслуговування, внесення пропозицій щодо формування нових територіально-виробничих форм сфери екскурсійних послуг.

Вагомий внесок у розробку теоретичних основ екскурсознавства зробили такі учені як В.К. Бабарицька, І.Ф. Карташевська, А.Я. Короткова, Л.Г. Лук'янова, І.М. Мініч, Ю.О. Малиновська, В.К. Федорченко, В.Я. Цибух [11, 118, 119].

Науковці Київського національного університету імені Тараса Шевченка представили механізм управління екскурсійною діяльністю в ринкових умовах, а також організаційно-інституційні засади розвитку екскурсійної справи в Україні [11, с. 341]. В існуючих наукових працях висвітлюються окремі аспекти екскурсійного менеджменту, методики проведення екскурсій, комунікаційної майстерності екскурсоводів, маркетингу екскурсійних послуг, історії розвитку екскурсійної справи в Україні, надаються пропозиції щодо вдосконалення підготовки екскурсій.

Проте в науковій літературі не досліджувався підприємницький потенціал екскурсійної сфери як в Україні в цілому, так і зокрема в регіонах, не зроблені пропозиції щодо розробки методики оцінки екскурсійного потенціалу для розвитку кластерних систем туристичних регіонів. До розробки стратегії соціально-економічного розвитку регіональних туристсько-рекреаційних комплексів на сучасному етапі залучені колективи вищих навчальних закладів, у тому числі кафедри економіки та управління туризмом ОДЕУ та інших наукових установ регіону. Основною метою дослідження є визначення сучасного стану ринку екскурсійних послуг на підставі моніторингу діяльності суб'єктів туристичного ринку у регіонах України та надання рекомендацій щодо механізмів активізації ресурсів ендogenous розвитку, розробки методики

економічної оцінки екскурсійного потенціалу туристських територій як одного із інструментів формалізації стратегічного планування розвитку кластеризації в регіонах в інтересах підвищення ефективності державного управління в туристсько-екскурсійній сфері.

Методологічну основу розробки регіональних кластерних стратегій розвитку туризму, можуть становити ендегенні підходи, що базуються на так званій територіальній моделі рекреаційно-екскурсійної системи відкритого типу.

Реалізація принципів ендегенного розвитку туристсько-рекреаційного комплексу регіонів не передбачає необхідності мати у наявності всі ресурси для виробництва певного туристичного продукту. Насамперед мова йде про створення оптимального механізму використання підприємницького потенціалу для розвитку екскурсійного обслуговування, а саме наявності та підготовки кадрів підприємців-гідів, екскурсоводів та створення умов для поширення їх діяльності. Проведені дослідження та практичний досвід свідчать, що на сучасному етапі розвитку ринку екскурсійних послуг провідним продуцентом додаткової вартості є інтелектуальний ресурс.

Традиційно розвиток підприємництва на ринку екскурсійних послуг зв'язують з діяльністю Леопольда Ліпсона, який вперше в Росії, в 1885 р. організував „Підприємництво для громадських подорожей в усі країни світу”. Значної популярності набув гірський та краєзнавчий туризм. У 1890 р. в Одесі було створено Кримський гірський клуб з філіями в Ялті та Севастополі. Треба відзначити, що на відміну від теперішнього часу, на початку 20 сторіччя для підтримки екскурсійної справи видавалися спеціалізовані журнали „Екскурсійний вісник”, „Шкільні екскурсії і шкільний музей”, „Російський екскурсант”, які можна було придбати в містах України, але виходили вони, природно, російською мовою, оскільки видавалися в столиці Російської імперії.

Звичайно, що так званий „перехідний період” переорієнтації всього господарського комплексу країни на ринкові засади функціонування, не залишив незмінною ситуацію у сфері екскурсійного обслуговування.

Насамперед, слід відзначити, що відбувався значний спад попиту на екскурсійні послуги. Відпрацьована майже за півстоліття система екскурсійного обслуговування зазнала поступової руйнації. Екскурсоводи виявилися наданими самі собі. «Випадкові замовлення дозволяли заробити на життя» далеко не всім. Бурхливе створення і функціонування туристичних підприємств у 90-х р.р., орієнтованих на виїзд туристів за кордон, дозволили окремим фахівцям екскурсійної справи пристосуватися до ситуації і, дякуючи значному рівню професійної підготовки і досвіду, отримати роботу в нових туристичних фірмах. Як підкреслюють фахівці та науковці на сучасному етапі в більшості регіонів України школи екскурсоводів фактично перестали існувати, розгалужена система курсів

підвищення кваліфікації фахівців екскурсійної справи [11, с. 275]. Дослідження проведені в Одеському регіоні показали, що на сучасному етапі в області не існує жодного учбового закладу, який має відповідну ліцензію Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України на здійснення підготовки та перепідготовки екскурсоводів та гідів-перекладачів. Така ситуація склалася з 1995 року, тому й середній вік екскурсоводів в Одеському регіоні за 50 років.

Саме тому на сучасному етапі негайно необхідним є розроблення та впровадження науково обґрунтованих заходів щодо розвитку конкурентоспроможного підприємництва на ринку екскурсійних послуг, яка б відповідала регіональним пріоритетам туристичних регіонів України. Не дивлячись на те, що в Україні вже створені базові нормативно-правові засади забезпечення туристичної діяльності та організації туристско-екскурсійних послуг, розвиток екскурсійного обслуговування в регіонах не має дійсного механізму тому, що надання екскурсійних послуг не підпадає з 2004 року під ліцензування як туроператорська та турагентська діяльність, що гальмує положення статті 6 Закону України „Про туризм”, де іде мова про нормативне регулювання екскурсійного обслуговування громадян [81]. Від цього також постраждала якість надання екскурсійних послуг, підготовки фахівців туристичного супроводу, розробки екскурсійних маршрутів.

Розвиток туристичної сфери визначається показниками в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму, надання екскурсійних послуг, які в різному поєднанні утворюють національний і міжнародний туризм та туризм у межах країни. Кожна з цих категорій впливає, передусім, на створення ВВП, а співвідношення в'їзного та виїзного туризму (тобто категорія „міжнародний туризм”) впливає на формування сальдо платіжного балансу країни за статтею „Подорожі” [133]. Становлення підприємницьких структур в екскурсійної сфері в незалежній Україні до 2004 року характеризувалося наявністю негативного сальдо за статтею „Подорожі” та нестабільними показниками розвитку внутрішнього туризму та екскурсійних послуг. У 2004 році під впливом заходів щодо стимулювання розвитку туристско-екскурсійної сфери, завдяки реалізації основних положень Державної Програми розвитку туризму на період 2002-2010 р.р., Наказу Держтурадміністрації України „Про Концептуальні засади організації екскурсійної діяльності в Україні”, політиці залучення іноземного інвестора до модернізації матеріально-технічної бази було досягнуто перевищення показників в'їзного туризму над виїзним. Крім того, позитивним явищем з 2004 року є стає, поступове збільшення обсягу внутрішніх туристичних потоків та обсягів екскурсійних послуг.

Для подальшого розвитку туристичного процесу та активізації підприємницької діяльності на ринку екскурсійних послуг наприкінці 2005 року Національна Рада з туризму, Загальноукраїнська асоціація музеїв,

Український фонд культури і Українська громада охорони пам'ятників історії та культури презентували програму „Відродження замків України”, яка може бути підставою для розробки туристсько-екскурсійних маршрутів, у тому числі в Одеському регіоні, за нині модним в державах Західної Європи напрямком – парадор-тури (замковий, фортифікаційний туризм). В туристичних регіонах України із біля 3000 подібних споруд збереглося не більш 120 об'єктів, які в дуже поганому стані. Ініціатори рахують, що даний пілотний проект спрямовано на підприємців туризму, регіональних та місцевих інвесторів, тому що відродження та реконструкція замків та фортець буде супроводжуватись будівництвом біля них міні-готелів; розробкою новітніх екскурсійних маршрутів та місцевих культурно-туристичних центрів. Як свідчить закордонний досвід (Великобританія, Чехія, Франція, Польща, Угорщина) рентабельність подібних проектів складає не менш 40%, а середньорічне завантаження замкових готелів до 80%, інвестиції, наприклад в будівництво готельно-ресторанного комплексу в розмірі до 500000 доларів США, зможуть окупитися за 3-5 років та вийти на планову рентабельність. Подібний проект розроблено фахівцями кафедри економіки та управління туризмом Одеського державного економічного університету для Аккерманської фортеці міста Білгород-Дністровський як інвестиційний бізнес-проект для залучення потенціальних інвесторів у конкурсі в Італії.

На нашу думку, подібні інвестиційні проекти повинні передбачати по-перше, інвентаризацію споруд, узгодження з регіональними органами влади сценарію розвитку туристичної території та інвестиційного клімату; по-друге, проведення тендеру проектів зацікавлених підприємців; по-третє, враховувати міжнародний досвід концесій подібних туристичних проектів та інтереси місцевої територіальної громади, моделі діючих екскурсійних кластерів у Європі.

Розвиток екскурсійних послуг в Україні істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, страхування, виробництво сувенірної продукції та стає одним з перспективних напрямків для діяльності підприємців-фахівців туристичного супроводу. В свою чергу, важливими чинниками розвитку ринку екскурсійних послуг є природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал країни. В Україні склалися унікальні природнокліматичні умови, збереглися багаті історико-культурні та національно-етнографічні ресурси. Велика кількість невикористаних територій, придатних для туризму і відпочинку; понад 160 тисяч пам'ятників архітектури і містобудування; сотні музеїв із зібраннями унікальних археологічних знахідок, що свідчать про самобутню і давню культуру українців – усе це при відповідному розвитку може стати основою для формування та розвитку кластерних форм підприємництва на ринку екскурсійних послуг.

Конкурентний ринок екскурсійних послуг можна розглядати з точки зору економічних відносин як усередині країни, так і за її межами. Чим більш регулярний характер будуть мати економічні відносини і туристичні зв'язки, тим більш передбачуваними можуть виявитися економічні процеси, а економічна кон'юнктура – стабільною. Як показали останні дослідження, прихильники створення рекреаційних систем, кластерів в Україні пов'язують з ними вирішення важливих економічних завдань розвитку туристичних регіонів. Вони називають їх „системами відкритого типу”, що за певних умов можуть досягати стану оптимальної динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем, в якому їхня структура або найважливіші структурні характеристики залишаються постійними. На нашу думку, відкрити системи рекреаційно-екскурсійних комплексів та кластери в регіонах України знаходяться у стані незавершеного формування, тому що вони не структуровані і не диверсіфіковані за видами туризму та ринками збуту туристсько-екскурсійних послуг. Такі системи формуються та розвиваються при взаємодії груп населення, туристів та екскурсантів, підприємців із природними ресурсами, культурно-історичними комплексами; характеризуються особливостями взаємозв'язків між регіонами, які генерують турпоток, та DESTINATION, які приймають туристів та екскурсантів. На наш погляд, до найбільш значних рекреаційно-екскурсійних систем в Україні варто віднести: Причорномор'я, Крим, Приазов'я, Карпатський регіон та заповідні зони Донбасу – Святогірськ та Слов'янськ, де відзначається наявність досить розвиненої екскурсійної інфраструктури та близькість європейських та близько східних транспортних коридорів, що дає змогу поширити процеси інтеграції України в світове туристське співтовариство за рахунок формування кластерних моделей розвитку.

Екскурсійний потенціал України нараховує 39 міст із тисячолітньої історією, більшість яких розташовані на території колишньої Київської Русі. Крім того, у Києві, Чернігові, Сумській, Полтавській, Черкаській областях, у Поділлі і Галичині зосереджено найцінніші пам'ятники історії, культури, архітектури і ремесел. Тут збереглося 10 культурних пам'ятників X-XII сторіччя, які є унікальною історичною спадщиною. Найбільш цікавим туристсько-екскурсійним регіоном не тільки в Україні, але у всій Європі є Єврорегіон „Нижній Дунай”, де знаходиться Дунайський біосферний заповідник, який має усі перспективи стати „відкритою рекреаційно-екскурсійною системою” Одеського туристичного регіону.

За даними офіційного туристичного сайту Одеської області (<http://www.touregion.od.ua>), Одеська область - приморський прикордонний регіон України, який розташований на півдні країни, займає територію 33,3 тис. кв. км., де проживає більш 110 національностей і народностей.

Головна особливість області - її причорноморське і прикордонне розташування, що особливо важливе для розвитку торговельно-економічних зв'язків з різними країнами світу. Через територію області проходять важливі міжнародні транспортні коридори: Крітський №5, Крітський №9, “Балтійське море - Чорне море”, “Чорноморське транспортне кільце”, “Транспортний коридор Європа-Кавказ-Азія”. З географічним положенням області в степовій і лісостеповій зонах пов'язане її головне природне багатство - значні агропромислові ресурси, а з приморським положенням - її могутній транспортний і рекреаційний потенціал. На території області діє 8 морських і річкових портів, зокрема Одеський, Іллічівський, Юженський, Ізмайльський. Промисловість Одеської області завжди була важливим елементом національної економіки України. На території області розташовані підприємства нафтопереробки, машинобудування, чорної і кольорової металургії, хімічної, харчової і легкої промисловості. Одеська область бере активну участь у роботі 6-ти європейських організацій. Це Асамблея європейських регіонів, Єврорегіон «Нижній Дунай», Робоча співдружність придунайських країн, Асоціація європейських прикордонних регіонів, Асамблея європейських виловиробних регіонів Приморських регіонів Європи.

Поряд з дуже вигідним транспортно-географічним розташуванням, Одещина має сприятливі умови, що в цілому формують високий природно-ресурсний потенціал регіону. Тепле море, лікувальні грязі, мінеральні води, морські пляжі створюють винятковий рекреаційний потенціал Одещини. У пониззі великих річок (Дунай, Дністер) і лиманів, на морських узбережжях і в шельфовій зоні розташовані високоцінні й унікальні природні комплекси, водно-болотні угіддя, екосистеми, що формують високий біосферний потенціал регіону, який має національне і міжнародне, глобальне значення. Особливість економіко-географічного розташування області, сприятливі природно-кліматичні умови, різноманітні природні лікувальні ресурси, наявність піщаних пляжів, розвинута мережа водних, залізничних та автомобільних магістралей обумовлюють розвиток в області сфери туризму і рекреації. Серед природних багатств, які активно використовуються у курортно-рекреаційному господарстві області, важливе місце посідають лікувальні грязі та ропа Куяльницького, Хаджибейського, Шаболотського лиманів, сірчано-водневі, гідрокарбонатні, йодо-бромні та натрієві мінеральні води, які дають можливість ефективно лікувати захворювання органів кровообігу, нервової системи, органів дихання не туберкульозного характеру, органів травлення, порушення обміну речовин тощо.

Своєрідність туристичного та екскурсійного потенціалу області також визначена численними пам'ятками різних часів з відомими історико-культурними заповідниками, пам'ятниками та музеями. Це відомі у світі

Одеський державний академічний театр опери і балету, знамениті Потьомкінські сходи, українська Венеція - місто Вилкове, фортеця XII - XV сторіччя в місті Білгород-Дністровському, розкопки античних міст Тіри і Ніконії, пам'ятники культової архітектури в містах Одесі, Ізмаїлі, Рені, Кілії та багато чого іншого.

Понад 5000 об'єктів культурної спадщини та 120 об'єктів природно-заповідного фонду загальнодержавного та місцевого значення створили Одещині імідж одного із найбільш відомих і популярних, насамперед через свою самобутність, місць для відвідування туристами і відпочиваючими.

На території області є 92 природно-заповідні зони, у тому числі державного значення - Дунайський біосферний заповідник, Дунайські і Дністровські плавні, ландшафтний парк "Тілігульський", ботанічний сад Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова, 19 парків-пам'ятників садово-паркового мистецтва тощо.

В області налічується на 01.01.2010р. 848 об'єктів туристично-рекреаційного та санаторно-оздоровчого призначення (у тому числі: 154 готельних підприємств та міні-готелів; 42 санаторно-курортних заклади; 587 туристичних баз та баз відпочинку; 68 дитячих оздоровниць), де одночасно можна розташувати понад 104 тисячі осіб.

Одеський регіон має потужний музейний потенціал розвитку екскурсійної діяльності. Згідно даних регіональної статистики в регіоні налічується 54 музейних установи, у т.ч. в м. Одесі розташовано 27 музеїв, що складає 50 % від загального потенціалу регіону, в області зосереджено 26 народних, історичних та фольклорно-етнографічних музеїв, які відвідало у 2008 році майже 800 тис. осіб, обслуговано екскурсіями понад 70 тис. осіб. Дослідження діяльності музейних установ свідчить про позитивну тенденцію в обслуговуванні туристів та населення регіону (див. Додаток М та рис. 2.8). Більшість музеїв міста (15 музеїв) звітують як благодійні установи, що ведуть діяльність на безкоштовній основі, тому видатки до бюджету не перераховують. Вартість квитків до 12 музейних установ міста станом на 01.01.2010р. за даними звітності музеїв складають від 5 до 25 грн. (рис. 2.7).

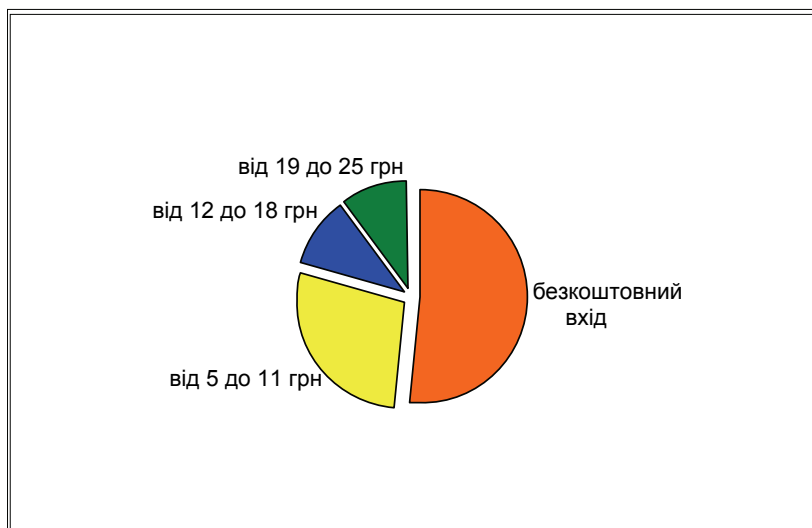


Рис. 2.7. Ціни на музейні послуги у м. Одеса

Від часів виникнення музеї були сховищами і популяризаторами культурної спадщини, закладами, дякуючи яким широкий загал населення та туристів сьогодні має можливість знайомитись з культурним багатством країни.

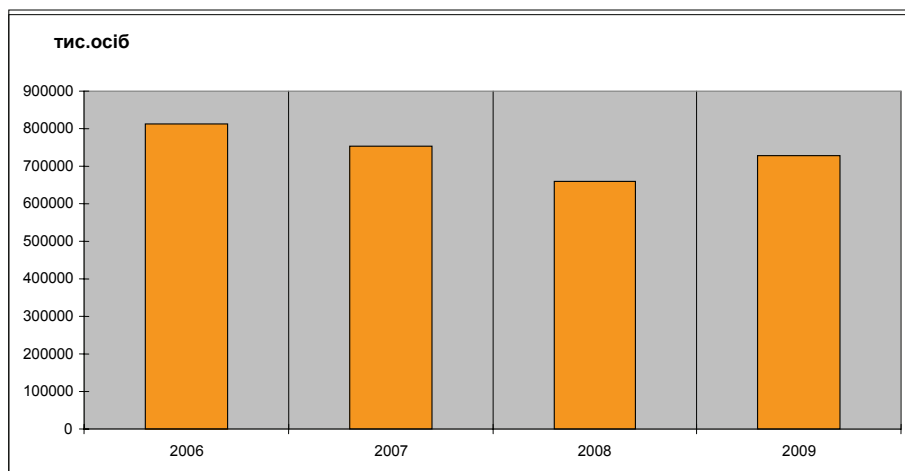


Рис. 2.8. Кількість відвідувачів музеїв Одеського регіону за 2006-2009 рр.

Лідери за відвідуванням, які приймають 60% екскурсантів є: Одеський історико-краєзнавчий музей, Одеський художній музей, Одеський літературний музей.

Туризму та рекреації держава відносить відповідну роль у формуванні загальної культури нації, її свідомість історичної спадщини і тому туристичний рух є глобальним проявом світового та національного культурного життя суспільства і населення регіонів. В контексті дослідження цікавими мають бути результати аналізу щодо витрат населення Одеського регіону на споживання послуг сфери закладів культури (в т.ч. на відвідування музеїв) за даними Одеської обласної адміністрації відповідно до статті «Вартість послуг культури на одну особу на місяць і середньорічну сім'ю на рік за містами регіону».

Таблиця 2.16

**Вартість послуг сфери культури для населення Одеського
регіону за 2008 р.**

Міста обласного підпорядкування	Вартість послуг на одну особу на місяць, грн.	Вартість послуг на середньорічну сім'ю на рік, грн.
Одеса	1,74	57,60
Білгород - Дністровський	0,72	24,00
Ізмаїл	0,82	27,00
Іллічівськ	2,36	78,00
Котовськ	1,63	54,00

Такі підрахунки (див. табл. 2.16) яскраво переконують в тому, що за даними Travel and Tourism Report, Україна займає 77 місце за рейтингом 130 країн в галузі туризму та 100 місце за рівнем державної політики в сфері туризму та рекреації. Тому доцільним є активізувати підприємницьку діяльність в цій сфері, у тому числі екскурсійного обслуговування.

На думку автора, соціально-етична відповідальність має стати запорукою формування духовного підприємництва як найвищого рівня в еволюційному процесі розвитку. Духовне підприємництво як мудре й благородне прагнення до прогресу має свої закони розвитку і є новою філософією бізнесу третього тисячоліття, фундаментом якої стане культура, свобода, ініціатива.

Дослідження наукової літератури доводять, що трансформаційні процеси в еволюції призводять до того, що роль технологічних факторів підприємництва поступово відходять на другий план, а розвиток історичного процесу пов'язується із культурологічним фактором, внаслідок чого у структурі організації на перший план виходять людина як

багата індивідуальність із високим рівнем свідомості та духовними цінностями, орієнтирами. В цьому полягає формування нового вектора підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму суспільства. Цей фактор є досі вагомим для формування інвестиційного клімату в підприємницькому середовищі та регіональному туризмі.

З метою поєднання індустрії туризму з господарським комплексом регіональних територій в єдиному суспільно-географічному просторі були проведені подальші практичні кроки державних установ щодо створення загальнодержавної мережі туристсько-екскурсійних маршрутів, результатом якого став широко репрезентований на міжнародному туристичному ринку інноваційний туристичний продукт – Національна система туристсько-екскурсійних маршрутів „Намисто Славутича” (2003 рік) і який має більш 200 кілометрів в Одеському регіоні.

На нашу думку, дана система не врахувала внутрішньо комплексні горизонтальні зв'язки, наявні між підприємцями різних галузей, причетних до організації туристичного споживання відповідно стадійності процесу обслуговування туристів та екскурсантів малих міст регіонів, де немає необхідного кадрового потенціалу і не проводились моніторингові спостереження фахівців аграрного та зеленого туризму, екскурсологів-краєзнавців в межах Регіону „Намисто Славутича”. Це не дозволило також виділити в його структурі функціонально-галузеві елементи, що виконують однорідні функції туристичного супроводу по маршруту. Таким чином, на наш погляд необхідні подальші розробки в сфері міжрегіональних зв'язків задіяних у створенні та реалізації місцевих туристичних послуг в рамках турпродукту „Намисто Славутича”. Другою проблемою є відсутність програми залучення підприємців та екскурсологів в створення місцевих Туристсько-інформаційних центрів та територіально-рекреаційних кластерів. Третьою проблемою є невдосконаленість статистичної системи моніторингу споживання туристичних послуг в рамках „Намисто Славутича”, тим паче що за ініціативою Президента України створено туристсько-екскурсійний маршрут „Золоте кільце „Намисто Славутича” та благодійний фонд „Намисто Славутича”.

Таким чином, як показали дослідження, Україна та Одеський регіон мають значний ендегенний потенціал для розвитку конкурентноспроможного ринку екскурсійних послуг: рекреаційні ресурси (9,5% від загальносвітових), природні умови, історико-культурні, підприємницький потенціал для формування відкритих туристсько-екскурсійних територій та кластерів, який нами представлено за даними природних рекреаційних ресурсів по областях України в таблиці 2.17.

Таблиця 2.17

Екскурсійний потенціал природних рекреаційних ресурсів для формування екскурсійно-рекреаційних систем по областях України за [188]

Області	Сумарний природно-ресурсний потенціал, у % від сумарного по Україні	Потенціал природних рекреаційних ресурсів, у % від загального потенціалу області
Вінницька	3,6	5,1
Волинська	1,7	9,2
Дніпропетровська	10,9	4,3
Донецька	12,3	5,1
Житомирська	2,9	9,5
Закарпатська	2,5	21,6
Запорізька	3,9	8,4
Івано-Франківська	2,2	17,6
Київська	4,0	18,4
Кіровоградська	3,0	4,8
Луганська	3,8	4,6
Львівська	3,7	14,3
Миколаївська	2,9	5,9
Одеська	3,7	13,5
Полтавська	3,5	5,4
Рівненська	1,8	6,8
Сумська	2,7	6,7
Тернопільська	2,1	5,3
Харківська	4,3	15,3
Херсонська	2,9	6,4
Черкаська	3,0	8,3
Чернівецька	1,3	13,7
Чернігівська	3,6	9,5

З 23 представлених у таблиці 2.17 регіонів, 7 мають високий екскурсійний потенціал природних ресурсів – понад 10 %, 8 регіонів – середній, від 6 до 10 %. Таким чином, 65 % території України (без урахування Автономної Республіки Крим) мають достатній потенціал для розвитку ринку екскурсійних послуг з екологічного туризму.

Незважаючи на низку негативних факторів, які стосуються екскурсійної справи у цілому в Україні, за даними моніторингового дослідження, динаміка екскурсантів, обслугованих суб'єктами підприємницької діяльності – ліцензіатами туроператорської та тур-агентської сфери, свідчить про зростання їхньої кількості (див. табл. 2.18).

Таблиця 2.18

Кількість екскурсантів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності за регіонами України

(осіб)

	2003	2004	2005	2006	2007
Україна	2690810	1502031	1704562	1768790	2393021
АР Крим	1379336	294619	436209	575166	662946
області					
Вінницька	22816	23281	19297	21068	21738
Волинська	35542	36586	57283	40552	35665
Дніпропетровська	27046	24621	20139	29456	27291
Донецька	23587	23190	26357	25520	20426
Житомирська	14639	14420	15772	14317	19194
Закарпатська	67606	53021	45669	50226	44098
Запорізька	62693	77085	85325	76316	80010
Івано-Франківська	94011	41211	66282	31706	521671
Київська	63497	17590	19930	5643	11224
Кіровоградська	26367	23952	26317	18860	17385
Луганська	26215	28639	34889	30993	39984
Львівська	82734	96647	112450	140680	79320
Миколаївська	19186	23586	20861	18005	21635
Одеська	73518	45727	63340	57627	73904
Полтавська	41651	40346	46454	37742	27676
Рівненська	15239	22264	24689	24788	25142
Сумська	17058	20206	14551	21663	18262
Тернопільська	19821	18493	21367	21561	19922
Харківська	50529	64204	57208	46768	39523
Херсонська	89202	18721	16982	16998	26939
Хмельницька	29431	30385	27973	31333	29901
Черкаська	20086	17575	24247	28304	23472
Чернівецька	18008	15491	18196	19595	16856
Чернігівська	18814	14569	17969	18997	28339
міста					
Київ	134119	189175	131513	220068	243463
Севастополь	218059	226427	253293	144838	217035

За даними моніторингу спостерігається значне збільшення обслугованих екскурсантів в Івано-Франківській області, АР Крим, м. Севастополі, м. Києві, Одеській та Херсонській, але в той же час підприємці Львівської області скоротили кількість обслугованих екскурсантів на 44 %, Полтавської – на 26,7 %, Харківської – на 15,5 %, Закарпатської – на 12 %, Донецької – на 19,8 %, Волинської – на 12 % [145].

Багато країн світу характеризуються великою атракційністю та анімаційністю послуг. Це спричинено величезним багатством та унікальністю культурної спадщини та природних ресурсів. Екскурсійні

атракційні території пристосовані для прийняття значної кількості туристів та екскурсантів, а тим самим мають більше шансів на динамічний суспільно-економічний розвиток завдяки дуже високому рівню прибутковості інвестицій в розвиток галузі. Оптимізації структури та режиму функціонування туристсько-екскурсійних комплексів регіонів може сприяти розробка методик розрахунків показників екскурсійної ємності туристичної території. На сучасному рівні в економіці туризму поширеним є показник рекреаційної місткості території, якій виражається за допомогою величини допустимого навантаження на одиницю площі, де туристу гарантований комфортний відпочинок і водночас не відбувається деградація довкілля. Але на нашу думку цей показник не може бути використаний для розрахунків планування ємності ринку екскурсійних послуг та інвестиційної привабливості бізнес-проектів підприємств регіональних територій, плануванню надходжень до місцевих бюджетів від розвитку екскурсійного обслуговування туристів, кластеризації підприємств сфери туризму.

Оскільки питання подальшого планування розвитку територіально-виробничих форм в туристсько-рекреаційному комплексі на державному рівні є достатньо актуальним через можливості туризму забезпечувати зростання валового регіонального продукту, слід запропонувати економічно обґрунтовані методики розрахунків потенційної ємності ринку екскурсійних послуг. У контексті конкретизації запропонованих підходів до розвитку підприємництва на ринку екскурсійних послуг, пропонується методична розробка ринкової оцінки економічного потенціалу рекреаційно-екскурсійній системи (території).

Поняття «ємність ринку» широко використовується в наукових працях з економіки та маркетингу туризму, але трактується по різному – від визначення загальних потреб в туристичних або екскурсійних послугах до обсягу реалізованого туристичного продукту.

На нашу думку ємність ринку екскурсійних послуг є величиною, що характеризує максимально можливу спроможність споживання екскурсійних послуг усіма сегментами ринку рекреантів, туризму, місцевого населення регіону, тобто увесь ринковий потенціал споживання послуг. Таким чином, ємність ринку екскурсійних послуг відображає не тільки рівень споживання екскурсійного продукту, а й рівень незадоволеного попиту. Його економічна величина може бути структурована за видовими та територіальними ринками. При дослідженні ємності ринку ми виходили, що вона відтворює також умови з одного боку рівня споживання – через визначення впливу чинників формування попиту та споживання, з іншого – діяльності суб'єктів турринку через вплив умов реалізації екскурсійних послуг. Таким чином, визначення рівня споживання екскурсійних послуг обов'язково повинно коригуватися

факторним аналізом умов створення та споживання екскурсійних послуг з метою визначення потенційної ємності регіонального ринку.

Як показали дослідження, таке наукове обґрунтування співвідношення потенційної ємності ринку та фактичного рівня споживання дає нам змогу подальшого аналізу та розробки методичних засад планування виробництва конкурентноспроможних екскурсійних послуг в умовах функціонування кластеру. Факторний аналіз дає змогу визначити попит на туристсько-екскурсійні послуги, місця підприємця на регіональному ринку та оцінки ефективності обраної конкурентної стратегії.

За результатами дослідження пропонується для визначення сукупного попиту на екскурсійні послуги застосовувати таку економічну залежність:

$$СП = Ч \times E \times ЦЦ \times K \quad (2.1)$$

де СП – сукупний попит на регіональному ринку (грн.);

Ч – чисельність споживачів, що може бути обраховано як частина населення, що припадає на екскурсійні послуги (осіб);

E – кількість екскурсій, що припадає на 1 споживача за рік;

ЦЦ – середня ціна однієї екскурсійної послуги (грн.);

K – кореляційний коефіцієнт (знижки для корпоративних замовників, туристичних агенцій, тощо.

Для визначення регіональних відмін, розподілу сукупного попиту на екскурсійні послуги пропонується методика бальної оцінки або визначення індексу факторів реалізації, що дає змогу подальшого визначення частки регіонального ринку екскурсійних послуг, яка припадає на суб'єкта підприємництва. Формула розрахунків в грошовому чи натуральному виміру буде мати такий вид:

$$Ч = Оеп / Дрегіон \times 100, \quad (2.2)$$

де Ч – частка підприємця на певному регіональному ринку екскурсійних послуг (грн.);

Оеп – обсяг реалізації екскурсійних послуг підприємцем за рік (грн.);

Дрегіон – обсяг реалізації екскурсійних послуг загальної кількості в регіоні (грн.)

Така оцінка ефективності діяльності допоможе зробити аналіз фактичного збуту екскурсійних послуг та визначити частку конкурентного ринку, в плануванні обсягів бізнесу в майбутньому, визначити рівень конкуренції та вибрати ринкову стратегію щодо оцінки кластерної моделі розвитку.

Далі потрібно визначити ринковий потенціал території, на якій надає послуги підприємець (підприємство). Пропонується розглядати ринковий потенціал за такою методикою. Ринковий потенціал рекреаційно-екскурсійній території (ЕП тер.) дорівнює загальному обсягу туристичного потоку по наступним рынкам збуту екскурсійних послуг в регіоні:

- 1) ринок організованих туристів, які прибули по ваучерам туроператорів та туристичних агентів та розміщені в готелях, закладах санаторно-курортного типу;
- 2) ринок неорганізованих туристів, які тимчасово розміщені у приватному секторі;
- 3) ринок місцевого населення;
- 4) ринок одноденних відвідувачів-екскурсантів, транзитних туристів, круїзних пасажирів.

$$\text{ЕП тер.} = \text{Р орг. тур.} + \text{Р неорг. тур.} + \text{Р місц. нас.} + \text{Р транз. тур.} \quad (2.3)$$

Ринок організованих туристів включає іноземних туристів, внутрішніх туристів, які розміщені у колективних закладах розміщення.

Для подальших розрахунків необхідні відомості про потужність закладів розміщення в регіоні та середньої тривалості відпочинку туристів, а також кількість днів наповнювання закладів розміщення в активний сезон. Треба також розрахувати середній екскурсійний коефіцієнт чи отримати експериментальним шляхом, який дає можливість визначити кількість екскурсій, на яких може перебувати турист під час свого відпочинку в регіоні.

Звідси,

$$\text{Р орг.тур.} = \text{Мз.розм.} \times \frac{\text{T}}{\text{N}} \times \text{K}, \quad (2.4)$$

де Рорг.тур. – потенційна ємність ринку екскурсійних послуг для організованих туристів (тис.екс.);

М з.розм. – місткість засобів розміщення в регіоні (тис. ліжко/місць);

T - кількість днів наповнюваності закладів розміщення в активний сезон;

N - тривалість путівки (дні перебування) в середньому за даними засобів розміщення в регіоні;

K - кількість потенціальних екскурсій в розрахунку на одного організованого туриста.

Дослідження виявили, що за даними управління туризмом і курортами Одеської Облдержадміністрації станом на 1 січня 2010 р. в Одеському регіоні налічується більш 800 курортно-оздоровчих установ, що можуть одночасно прийняти від 90 до 104 тисяч туристів; середня тривалість

відпочинку у санаторно-курортних закладах – 14 днів; середній екскурсійний коефіцієнт дорівнює – 2 екскурсіям, тривалість активного сезону в санаторно-курортних установах – 90 днів.

Виходячи із запропонованої вище методики розрахунків, екскурсійний потенціал Одеського туристичного регіону на ринку внутрішнього організованого туризму дорівнює на активний сезон – 1157400 екскурсантів; неорганізованих туристів, розміщених у приватному секторі дорівнює – 257000 екскурсантів. Потенціальні можливості одноденних екскурсантів ринку круїзів, відвідувачів – 320000 екскурсантів відповідно. Таким чином, прогнозні показники потенціалу екскурсійного ринку Одеського регіону за даними досліджень складають 1734400 екскурсантів – потенціальних споживачів. В той же час треба підкреслити, що моніторинг структури екскурсійних послуг в Одеському регіоні свідчить, що в 2007 році із 217254 екскурсантів питома вага 73,5 % припадає на заклади колективного розміщення, які не являються ліцензіатами туристичної діяльності, але надають туристсько-екскурсійні послуги.

На підставі даних моніторингу ринку екскурсійних послуг, запропонованої методики розрахунків екскурсійного потенціалу туристичної території на прикладі Одеського регіону можна зробити висновок, що порівняно з даними офіційної статистики в регіоні не використовуються усі можливості розвитку підприємництва на ринку екскурсійних послуг, а обсяг фактично наданих послуг за звітними даними дорівнює 18-20 % потенціалу ринку. Слідуючи запропонованій методиці розрахунків можна також визначити екскурсійний потенціал сектору місцевого населення регіону, учнів загальноосвітніх закладів регіону та інше за сегментами попиту.

Сегментування ринку екскурсійних послуг за географічним принципом рекреаційно-туристських систем дозволило також виділити в регіоні п'ять функціональних рекреаційних районів, що володіють потенційними можливостями розвитку кластерів підприємницької діяльності в екскурсійній сфері, і розрахувати для них показники додаткових відрахувань до місцевих бюджетів за рахунок створення умов для діяльності фахівців туристичного супроводу – місцевих екскурсоводів: Б.-Дністровський район (374 курортно-оздоровчих установ), Овідіо-польський (53 відповідно), Килійський (95), Татарбунарський (106), Комінтернівський (33).

Проведені дослідження регіональних умов розвитку підприємництва в сфері екскурсійної діяльності встановили, що для впорядкування діяльності фахівців туристичного супроводу на державному рівні необхідно вирішити низку ключових питань, насамперед:

- вирішити питання щодо підготовки (перепідготовки) фахівців туристичного супроводу (екскурсоводи, гіді-перекладачі, спортивні інструктори тощо) певної кваліфікації, які мають базову вищу освіту, з

видачею відповідного свідоцтва (диплому, інше) єдиного державного зразка. На нашу думку, мають бути визначені профільні учбові заклади при яких, за наявності відповідної ліцензії Міністерства освіти і науки України, можуть функціонувати курси з підготовки (перепідготовки) спортивних інструкторів, екскурсоводів, гідів-перекладачів. При цьому обов'язково встановити вимоги до організаторів таких курсів, як то: предметний мінімум та кількість годин по кожному з них, кількість практичних занять тощо;

- внести зміни, у відповідності до Закону України "Про туризм", до міждержавного стандарту ГОСТ 28681.1-95 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг";

- забезпечити відповідність наказу Державної туристичної адміністрації України від 24.09.2004 р. №83 "Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу" (далі Наказ) вимогам Закону України "Про туризм" в частині визначення органу, який здійснює видачу дозволів на право здійснення туристичного супроводу (далі Дозвіл). Згідно п. 2.5 зазначеного Наказу видача Дозволів здійснюється акредитаційними комісіями, створеними обласними (міськими) держадміністраціями, що суперечить ст. 11 Закону України "Про туризм", згідно якої видачу дозволів на право здійснення туристичного супроводу віднесено до повноважень місцевих державних адміністрацій. Наявність цієї нормативно-правової колізії унеможливує здійснення контролю за діяльністю фахівців туристичного супроводу у відповідності з вимогами Закону України "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності". Згідно п.3.4 Наказу скасування дії дозволу на право здійснення туристичного супроводу, у разі порушення фахівцями норм Положення про порядок отримання Дозволу, віднесено до компетенції акредитаційної комісії. Але акредитаційна комісія не має законодавчих повноважень щодо перевірки і документування фактів порушення фахівцями туристичного супроводу чинного законодавства.

Суттєвим недоліком діючого Наказу є те, що на його підставі на практиці не можливо зобов'язати спортивного інструктора, екскурсовода чи гіда-перекладача одержати Дозвіл, оскільки діючий Наказ не є міжгалузевим і контролюючі органи (з пояснень їх керівництва) не можуть керуватися ним у своїй роботі. В свою чергу це призводить до несплати фахівцями туристичного супроводу податків, інших обов'язкових платежів, не дає змогу проконтролювати якість надання послуг туристичного супроводу тощо. І як наслідок, фахівці зазначеної категорії провадять безконтрольну і неоподатковану діяльність.

Не врегульовано питання щодо пункту 3.4.6. Наказу, в якому зазначено, що скасування дозволу можливо у разі "Порушення умов договору між туристом (екскурсантом) та особою, яка надає послуги

туристичного супроводу". Якщо фахівець туристичного супроводу перебуває у штаті туристичного підприємства і обслуговує групу туристів, то про який договір між ним і туристом йде мова? Було б доцільно розробити Типовий договір на екскурсійне обслуговування окремо для туроператорів (турагентів) і фахівців туристичного супроводу, які провадять самостійну підприємницьку діяльність з визначенням обов'язкових суттєвих умов договору.

Крім того, чинним законодавством не оговорені дії туроператорів і туристичних агентів у разі звільнення з роботи їх штатного працівника на ім'я якого було одержано Дозвіл. Постає питання: чи є цей Дозвіл пожиттєвою власністю екскурсовода (гіда-перекладача) на право проведення екскурсій на певну тематику, якщо він отримав його перебуваючи у трудових відносинах з конкретним туроператором (туристичним агентом)? Чи фахівець туристичного супроводу зобов'язаний залишити на туристичному підприємстві Дозвіл та нагрудний знак (бейдж) у разі свого звільнення?. Ця невизначеність може в кінцевому результаті призвести до порушення питання щодо встановлення права на інтелектуальну власність адже, відповідно до кваліфікаційних вимог для екскурсоводів і гідів-перекладачів, саме вони готують перелік екскурсійних тем та шляхову інформацію, контрольні тексти, методичні розробки, технологічні карти екскурсій тощо.

У зв'язку з недосконалістю діючого законодавства, яке регламентує надання послуг туристичного супроводу створеною, згідно розпорядження голови обласної державної адміністрації від 13 квітня 2005 року №154/А-2005 "Про утворення обласної акредитаційної комісії з видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу", акредитаційною комісією до цього часу не було видано жодного Дозволу. При цьому, зважаючи на те, що видачу і скасування дії Дозволів здійснює акредитаційна комісія, повністю відсутній механізм з боку місцевих органів виконавчої влади, інших контролюючих органів щодо зобов'язання суб'єктів туристичної діяльності отримати дозвіл на право здійснення туристичного супроводу.

Слід зазначити, що у 2006 - 2010 роках до управління культури і туризму облдержадміністрації звертались фахівці, які надають екскурсійні послуги з метою отримання Дозволів. Здебільшого це були пенсіонери, які не перебували у трудових відносинах з туристичними підприємствами і працювали за їх телефонними "заявками" на екскурсійне обслуговування туристичних груп. Всі без винятку особи, які виявляли бажання одержати дозвіл на право здійснення туристичного супроводу не мали змоги надати обласній акредитаційній комісії копію трудової книжки або копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності. Тобто, екскурсоводи та гіди-перекладачі пенсійного віку, виявляли бажання одержати Дозвіл не перебуваючи при цьому у трудових відносинах з туристичними підприємствами та не зареєструвавшись, як

суб'єкти підприємництва, адже набагато простіше відпрацювати, при надходженні замовлення від туристичної фірми, декілька годин з екскурсантами не обтяжуючи себе безліччю інших зобов'язань, пов'язаних з підприємницькою діяльністю. Звертались за одержанням Дозволів і молоді люди, однак у них, крім проблем з наданням копії трудової книжки чи свідоцтва про реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності, була ще одна суттєва проблема пов'язана з труднощами отримання документа про перепідготовку або підвищення кваліфікації.

Туроператори та туристичні агенти зі свого боку також не зацікавлені включати до штатного розпису посади екскурсоводів, гідів - перекладачів, бо це призведе до додаткових витрат, пов'язаних із зростанням витрат по фонду оплати праці. Як правило тільки не значна кількість туристичних фірм офіційно приймає на роботу екскурсоводів /гідів-перекладачів. В основному це підприємства, що надають екскурсійні послуги іноземним круїзним туристам. В свою чергу, керівництво зазначених підприємств не зацікавлене у одержанні штатними екскурсоводами і гідями-перекладачами дозволів на право здійснення туристичного супроводу. Це обумовлено тим, що у розпал туристичного сезону, при зростанні туристичних потоків, туроператори і туристичні агенти звертаються до екскурсоводів та гідів-перекладачів пенсійного віку, які не вимагають відповідний запис у трудову книжку, з пропозиціями щодо обслуговування іноземних туристів. При цьому керівники турпідприємств завбачливо вираховували, що екскурсоводи (гіди-перекладачі) - пенсіонери за відсутності дозволів на право здійснення туристичного супроводу будуть поставлені у нерівні умови зі штатними працівниками, які ці Дозволи матимуть. Крім цього, туристичні підприємства, що обслуговують круїзних туристів нестимуть значні витрати, якщо включатимуть до штатного розпису цілу низку гідів-перекладів зі знанням різних мов, оскільки специфікою круїзного туризму є те, що на судні можуть перебувати туристи з різноманітних країн, що зобов'язує туроператорів (туристичних агентів) забезпечити наявність одразу декількох гідів-перекладачів. Усунення вищеперерахованих недоліків діючих нормативно-правових актів сприятиме впорядкуванню та активізації діяльності фахівців туристичного супроводу на ринку екскурсійних послуг.

Таким чином, отримані результати дослідження виявили раніше не визначені в науковій літературі фактори ендегенного розвитку туристсько-рекреаційних систем, ринку екскурсійних послуг туристичних територій в регіонах України для подальшого розвитку підприємництва та формування регіональних рекреаційних кластерів.

Отже, зважаючи на напрямки розвитку туризму, визначені Держпрограмою, діяльність з екскурсійного обслуговування туристів та мешканців регіонів України повинна реалізовувати свою роль як однієї з

форм змістовного використання вільного часу, дозвілля, вивчення історії рідного краю, залучення широких верст населення до пізнання історико-культурної спадщини, формування туристичної культури народу загалом.

РОЗДІЛ 3. РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

3.1. Діагностика регіонального розвитку готельного господарства

Належний рівень розвитку готельного господарства є важливою передумовою функціонування економіки будь-якої держави, адже він сприяє поживленню усіх суспільно-економічних контактів та зв'язків, посилює економічний потенціал регіонів, піднімає рейтинг держави на міжнародному рівні. На 01.01. 2009р. в Україні налічувалось 1595 різних типів підприємств готельного господарства на 162,0 тис. місць.

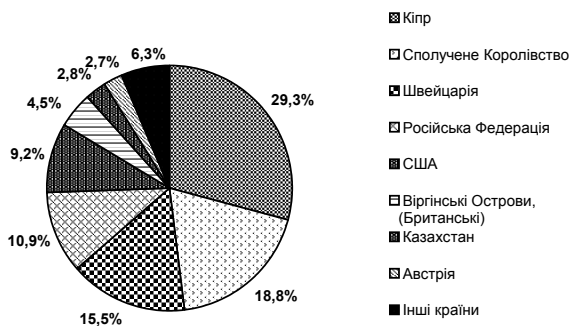
Однією з головних передумов розвитку готельного господарства України є створення сприятливого інвестиційного клімату та пошук джерел фінансування для будівництва нових і реконструкції вже діючих підприємств.

За підсумками 2008р. у будівництво нових та технічне переоснащення діючих готелів та інших місць для тимчасового проживання за рахунок усіх джерел фінансування інвестовано 2579,4 млн.грн., що становило 89,7% обсягів 2007р. Питома вага інвестицій, спрямованих у розвиток готелів та інших місць для тимчасового проживання, у загальному обсязі освоєних капіталовкладень становила 1,1%.

Серед регіонів найбільше зросли обсяги інвестицій у готельне господарство Рівненської (у 5,8 рази більше проти 2007 р.) та Миколаївської (у 2,4 р. б.) областей.

У 2008р. в Україні збудовано 57 нових готелів на 2409 місць. За рахунок реконструкції існуючих будівель кількість місць у готелях зросла на 1087 одиниць. Більше половини (56%) загальної кількості місць у готелях введено у 4 регіонах: Автономній Республіці Крим, Львівській та Закарпатській областях і м. Києві. Також протягом 2008 р. введено в експлуатацію туристичні бази на 591 місце [255].

Обсяг прямих іноземних інвестицій у розвиток готелів та інших місць для тимчасового проживання на 1 січня 2009 р. становив 253,1 млн. дол. США, що складало 0,7% загального обсягу прямих інвестицій в економіку України (див. рис. 3.1).



їхнього складу входять сезонні бази відпочинку, літні будиночки, котеджі тощо, які здаються для тимчасового проживання під час відпускнуго періоду. У 2008р. налічувалось 345 таких підприємств, або 71,9% загальної кількості інших місць для тимчасового проживання. Найбільше їх було у Херсонській (91), Миколаївській (69), Луганській (46), Дніпропетровській, Черкаській (по 22 у кожній) та Чернігівській (18) областях (див. Додаток Н, О, П).

Таблиця 3.1

**Кількість підприємств готельного господарства за типами,
їх одноразова та середня місткість у 2008 році**

	Кількість, одиниць		Розподіл підприємств за типами, %	Одноразова місткість підприємств, місць	Середня місткість підприємств	
	підприємств	у них номерів			номерів	місць
	1	2	3	4	5	6
Всі типи	1595	71580	100,0	161955	45	102
Готель	838	42178	52,5	75659	50	90
Мотель	25	454	1,6	881	18	35
Готельно-офісний центр	5	59	0,3	91	12	18
Кемпінг	8	228	0,5	520	29	65
Молодіжна турбаза та гірський притулок	50	2194	3,2	5522	44	110
Гуртожиток для приїжджих	189	4394	11,8	11610	23	61
Інші місця для тимчасового проживання	480	22073	30,1	67672	46	141

У розподілі підприємств готельного господарства за типами третє місце займають гуртожитки для приїжджих (рис. 3.2). У 2008 р. їх нара-

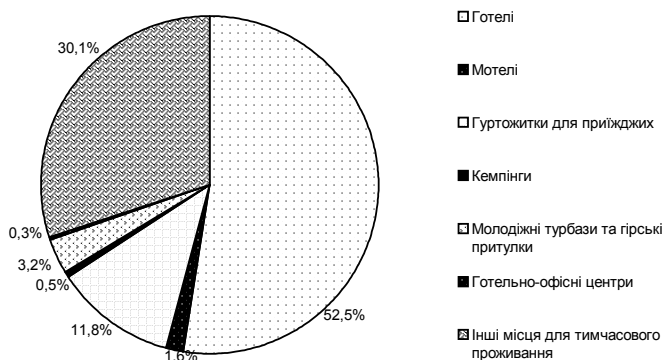


Рис. 3.2. Розподіл підприємств готельного господарства за типами у 2008 році

ховувалося 189 одиниць з 11,6 тис. місць. Інші типи підприємств – такі як мотелі, готельно-офісні центри, кемпінги, молодіжні бази та гірські притулки, які поширені в більшості країн і, враховуючи їхню місткість і функціональність, відіграють велику роль у розвитку галузі, в Україні практично не розвинуті. Розподіл закладів для тимчасового проживання наведено в рис. 3.3.

Кількість готелів, які функціонували на території України, порівняно з 2007р. збільшилась на 26 одиниць, або на 3,2%. Збільшення кількості готелів спостерігалось у Автономній Республіці Крим – на 10 одиниць, Луганській області – на 7, Львівській – на 4, Закарпатській – на 3, Донецькій, Київській, Кіровоградській, Миколаївській, Одеській та Тернопільській областях – відповідно на 2 одиниці у кожній, Житомирській, Івано-Франківській, Харківській, Хмельницькій, Черкаській областях та м. Києві – відповідно на 1 готель у кожному з регіонів.

Поряд з цим відбулося скорочення готелів порівняно з 2007р. у Сумській області – на 6 одиниць, Дніпропетровській – на 5, Вінницькій та Запорізькій областях – відповідно на 2 одиниці в кожній, Рівненській області – на 1 готель. Скорочення числа готелів відбулося, в основному, за рахунок їх повної ліквідації, продажу фізичним особам або передачі для перебування під житло.

В Україні найбільше готелів розташовано у м. Києві (9,8% загальної кількості готелів), Львівській (8,9%) та Дніпропетровській (7,0%) областях,

Автономній Республіці Крим (6,8%), Донецькій (6,2%), Одеській (5,7%), Луганській (5,2%) та Чернігівській (4,6%) областях, що пов'язано з високим рівнем їхнього індустріального розвитку, наявністю центрів туристичних потоків або курортної місцевості.

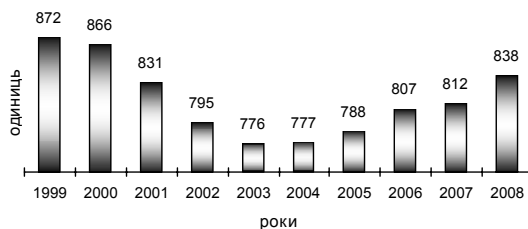


Рис. 3.3. Кількість готелів за 1999-2008 роки

Звернемо увагу на те, що загальна місткість готелів України, починаючи з 1999р. і включно до 2003р., постійно зменшувалась при використанні номерного фонду менше, ніж на третину. У 2004р. при підвищенні коефіцієнту використання простежується все ж зниження місткості готелів. Значне поліпшення ситуації простежується, починаючи з 2005р., ця позитивна тенденція зберігається до цього часу.

У 2008р. загальна місткість готелів збільшилась порівняно з 2007р. на 1,9 тис. місць і склала 75,7 тис. місць. Середня місткість готелю у 2008р. не була досить високою і становила 90 місць, у той час як середня місткість інших місць для тимчасового проживання становила 141 місце, однієї молодіжної турбази та гірського притулку – 110 місць (рис. 3.4).

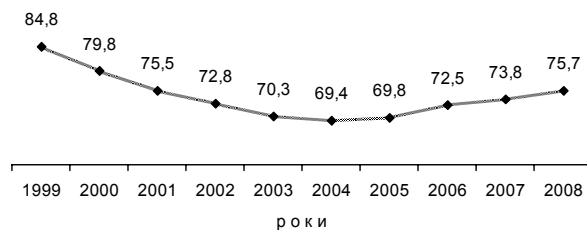


Рис. 3.4. Загальна місткість готелів у 1999-2008 роках (тис. місць)

Світовий досвід вказує, що показник забезпеченості готелями визначається кількістю готельних місць на 1000 мешканців. По Україні

такий показник у 2008р. залишився на рівні 2007р. і становив 1,6 готельних місця на 1000 жителів, по Києву – 4,5 готельних місця проти 4,4 у 2007 р. Більша ніж у середньому по Україні була забезпеченість готелями на 1000 жителів в Автономній Республіці Крим – 4,1 готельних місця проти 3,7 у 2007р., у м. Севастополі забезпеченість готельними місцями залишилась на рівні 2007р. – 3,3 готельних місця, у Закарпатській, Львівській, Одеській, Волинській та Івано-Франківській областях показник забезпеченості готельними місцями незначно коливався порівняно з 2007р. і становив від 2,5 до 1,7 готельних місця (рис. 3.5).

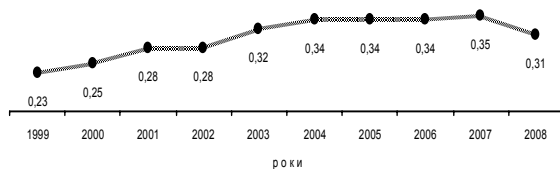


Рис. 3.5. Коефіцієнт використання місткості готелів у 1999-2008 роках

Протягом останніх 10 років середньорічний коефіцієнт завантаження готелів України щорічно змінювався. Починаючи з 1999р. цей показник зріс з 0,23 до 0,25 у 2000 р., у 2001-2002 р.р. – також зростає і досяг 0,28, у 2003р. – 0,32, протягом 2004-2006 р.р. – становив 0,34, у 2007 р. – досяг 0,35. У 2008 р., порівняно з 2007 р., середньорічний коефіцієнт використання місткості готелів по Україні знизився на 0,04 і становив 0,31. Мінімальне використання місткості готелів – 0,14, 0,18 – було в Луганській та Кіровоградській областях, у Донецькій та Івано-Франківській областях – по 0,19 у кожній, а максимальне – 0,50 – у м. Києві. У Київській області та м. Севастополі цей показник дорівнював відповідно 0,38 та 0,36.

Як відомо, на коефіцієнт використання місткості в деякій мірі впливає загальний час перебування приїжджих. Динаміка цього показника в цілому за попередні роки позитивна, незначне зменшення відбулося лише у 2002 р. У 2008 р. загальний час перебування приїжджих порівняно з 2007 р., дещо зменшився (на 981,4 тис. людино-днів, або на 10,4%) і становив 8436,9 тис. людино-днів. Зменшення цього показника відбулося у більшій частині регіонів України. Порівняно з 2007 р. загальний час перебування приїжджих зменшився у готелях м. Києва – на 465,9 тис. людино-днів, Дніпропетровської – на 153,8 тис. людино-днів, Волинської – на 148,7 тис. людино-днів, Чернігівської – на 95,7 тис. людино-днів та Одеської – на 93,1 тис. людино-днів областей (рис. 3.6).

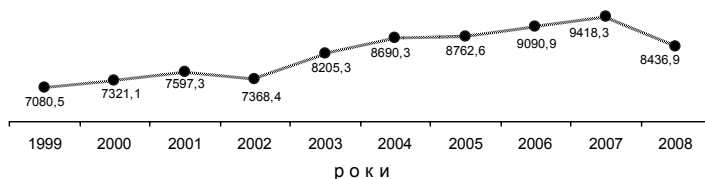


Рис. 3.6. Загальний час перебування приїжджих у готелях у 1999-2008 роках (тис. людино-днів)

Поряд з цим збільшилась тривалість загального часу перебування приїжджих у готелях Автономної Республіки Крим – на 140,1 тис. людино-днів, Львівської – на 59,7 тис. людино-днів та Рівненської – на 27,9 тис. людино-днів областей.

Але середня тривалість перебування одного приїжджого, у т.ч. іноземця у готелях України, починаючи з 1999 р., складала близько 3 днів, у 2008р. – 2,2 доби (рис. 3.7).

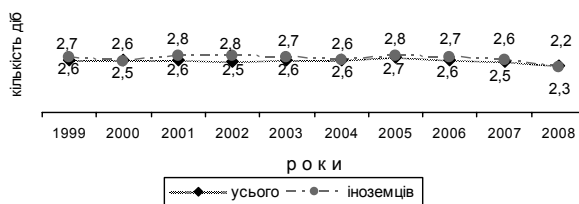


Рис. 3.7. Середній час перебування одного приїжджого у готелях у 1999-2008 роках

Як визначають науковці, ефективність використання готелів залежить від багатьох факторів: якості обслуговування, зіркової категорії готелів, наявності при готелях структурних підрозділів, що надають додаткові послуги, від комфортності та технічного оснащення номерів.

У 2008р. у готелях країни налічувалося 42,2 тис. номерів (у 2007 р. 41,0 тис.), їхня житлова площа в цілому по країні проти 2007 р. збільшилася на 46,7 тис.м² і становила 931,7 тис. м². Середня площа одного номеру становила 22,1 м² (у 2007 р. – 21,6 м²). Зростання кількості номерів та їхньої житлової площі відбулося у зв'язку зі збільшенням у деяких

регіонах кількості готелів. Так, порівняно з 2007 р., у Автономній Республіці Крим кількість номерів збільшилась на 439 одиниць, або на 11,7%, Одеській області – на 432 номери, або на 15,8%, м. Києві – на 401 номер, або на 5,5%, Закарпатській області – на 182 одиниці, або 13,2%, Львівській області – на 169 одиниць, або на 5,4% та Київській області – на 75 номерів, або на 7,0%. Поряд з цим, в окремих регіонах простежувалось зменшення кількості номерів, що не завжди призводило до відповідного зменшення розмірів їхньої житлової площі. Так, у Івано-Франківській області кількість номерів зменшилась на 119, а житлова площа номерів збільшилась на 7250,8 м², Сумській області кількість номерів зменшилась на 82, а їхня житлова площа збільшилась на 149,3 м², Донецькій області кількість номерів зменшилась на 43, а їхня житлова площа збільшилась на 1216,1 м². Це свідчить про те, що готелі, при наявності коштів, перебудовувалися та реконструювалися з метою збільшення площі номерів, поліпшення їхнього планування та створення більш зручних та комфортних умов для проживання.

Проведені розрахунки щодо середньої місткості номера по Україні, вказують, що у 2008 р. порівняно з 2007 р. цей показник не змінився і дорівнює 1,8, у Запорізькій, Донецькій, Кіровоградській, Харківській областях та м. Києві – від 1,5 до 1,6, Закарпатській, Чернігівській, Вінницькій, Рівненській, Тернопільській областях та м. Севастополі – від 2,0 до 2,1.

Для удосконалення обслуговування туристів, готелі у 2008 р. продовжували здійснювати заходи щодо збільшення кількості номерів класу люкс. Так, за 2008 р. їхня кількість в цілому по Україні збільшилась порівняно з 2007р. на 830 одиниць, або на 9,7%, і становила 9,4 тис. номерів, або 22,2% загальної кількості номерів у готелях України. Значно збільшилась кількість номерів класу люкс у готелях Автономної Республіки Крим (на 144 одиниці від кількості цих номерів у 2007р.), Одеської (на 135), Львівської (на 116) та Закарпатської (на 104 одиниці) областей.

Порівняно з 2007р. кількість одномісних номерів збільшилась на 266 одиниць, або на 2,5%. Збільшення кількості цих номерів відбулося у готелях м. Києва (на 408 одиниць, по відношенню до кількості одномісних номерів у 2007р.), Чернігівської (на 60), Миколаївської (на 57), Чернівецької (на 43) та Закарпатської (на 39 одиниць) областей. Зменшення одномісних номерів простежувалось у готелях 11 регіонів, серед яких значно зменшилась кількість номерів у Запорізькій (на 142 одиниці, по відношенню до кількості одномісних номерів у 2007 р.), Житомирській (на 82), Рівненській (на 76) та Хмельницькій (на 61) областях.

Упродовж 2008р. простежувалось збільшення кількості двомісних номерів. Так, кількість двомісних номерів збільшилась на 280 одиниць, або

на 1,5% по відношенню до кількості двомісних номерів у 2007 р., і становила в цілому по Україні 18,7 тис. Найбільше зросла кількість цих номерів у готелях Одеської області, Автономної Республіки Крим, Львівської та Закарпатської областей (відповідно на 269, на 224, на 67 та на 57 одиниць). У 2008 р. простежувалось також зменшення кількості двомісних номерів у готелях 12 регіонів, серед яких значно зменшилась кількість двомісних номерів у Івано-Франківській (на 152 одиниці, по відношенню до кількості двомісних номерів у 2007 р.), Запорізькій (на 95), Чернівецькій (на 74) та Сумській (на 68) областях.

Кількість тримісних і з більшою кількістю місць номерів порівняно з 2007р. зменшилась на 207 одиниць, або на 6,3%. Зменшення цього типу номерів мало місце у готелях більшої половини регіонів. Значно зменшилась їхня кількість у готелях Запорізької, Черкаської, Донецької, Івано-Франківської та Чернігівської областей (в межах від 58 до 27 одиниць). Зменшення кількості таких номерів є наслідком перепланування їх у інші типи номерів з метою удосконалення обслуговування та створення більш зручних та комфортних умов для проживання, переобладнання деяких номерів під господарчі кімнати або зміни типу підприємства з готелю на гуртожитки для приїжджих.

Поряд з цим у 2008 р. у готелях Автономної Республіки Крим простежувалось збільшення кількості тримісних і з більшою кількістю місць номерів (на 58 одиниць, по відношенню до кількості тримісних і з більшою кількістю місць номерів у 2007 р.) за рахунок введення в експлуатацію на цій території нових готелів.

У 2008р. в Україні підприємствами готельного господарства було обслуговано 4575,7 тис. осіб, що перевищило рівень обслугованих у 2007 р. на 0,3%, з них готелями – 3612,5 тис. осіб, або 78,9% загальної кількості приїжджих.

Протягом 1999–2007 р.р. в Україні (крім незначного зниження у 2002 р. та 2005 р.) простежувалась позитивна тенденція зростання кількості осіб, які обслуговувалися готелями. Упродовж 2008 р. кількість обслугованих у готелях зменшилась порівняно з 2007 р. на 3,2% і була на 2,4% більше, ніж у 2006р., на 9,9% більше, ніж у 2005р., на 9,8% більше, ніж у 2004 р., на 16,3% більше, ніж у 2003 р., на 21,9% більше, ніж у 2002 р., на 21,7% більше, ніж у 2001 р., на 27,3% більше, ніж у 2000 р., на 31,8% більше, ніж у 1999 р. (рис. 3.8).

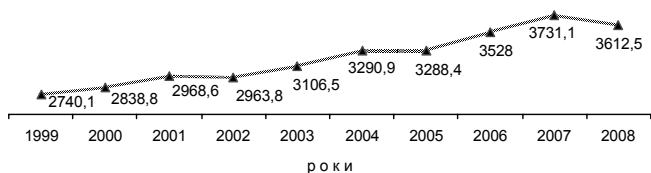


Рис. 3.8. Кількість осіб, обслугованих у готелях у 1999-2008 роках (тис. осіб)

У 2008р., як і у 2007р., більше половини (59,3%) кількості приїжджих, обслугованих готелями, зупинялось у 6 регіонах України, а саме: м. Києві – 1061,2 тис. осіб, Львівській області – 278,8 тис. осіб, Автономній Республіці Крим – 247,2 тис. осіб, Одеській – 229,2 тис. осіб, Дніпропетровській – 181,3 тис. осіб та Харківській – 143,8 тис. осіб областях.

Звернемо увагу на те, що у готельному господарстві важливим елементом є кількість прийнятих іноземних туристів, які приносять державі валютну виручку (експорт послуг), стимулюють розвиток тих галузей, що беруть участь у їхньому обслуговуванні. Усе це сприяє зростанню валового внутрішнього продукту і підвищенню життєвого рівня населення. Так, порівняно з 2007 р. обсяг експорту послуг по підприємствах готельного господарства збільшився на 32,5% і становив 186,0 млн. дол. США, з них обсяг експорту послуг тільки по готелях збільшився на 31,4% і становив 156,4 млн. дол. США. Усього за 2008 р. було обслуговано підприємствами готельного господарства 1005,8 тис. іноземців (22,0% загальної кількості обслугованих по Україні підприємствами готельного господарства), з них зупинялося і обслуговувалося у готелях – 943,4 тис., що на 54,3 тис., або 6,1% більше, ніж у 2007р.

Хоча практично вся територія нашої країни має достатній потенціал для розвитку туризму, все ж інтенсивність відвідувань іноземними туристами її окремих регіонів дуже різняться. Із загальної кількості обслугованих готелями іноземних громадян майже три чверті (74,0%) зупинялося у готелях м. Києва, Львівської області, Автономної Республіки Крим та Одеської області. Але тривалість їхнього часу перебування у 2008 р. дещо зменшилась порівняно з 2007 р. на 142,0 тис. людино-днів або на 8,5%. Основною причиною цього стало подорожчання готельних послуг, а саме підвищення вартості проживання у готелях.

Незважаючи на широку “географію” туристів, які приїжджають до нашої країни (у 2008р. до України прибули іноземці з 218 країн проти 205

країн у 2007 р.), третю частину їхньої кількості (33,7%) становлять туристи з держав СНД – 339,3 тис. осіб (Російської Федерації – 272,9 тис. осіб, Білорусі – 48,5 тис. осіб, Молдови – 17,9 тис. осіб). Щодо інших країн, то найчастіше Україну відвідували туристи з Німеччини – 81,9 тис. осіб, Польщі – 74,7 тис. осіб, Сполучених Штатів Америки – 67,0 тис. осіб, Італії – 33,5 тис. осіб, Франції – 32,7 тис. осіб, Туреччини – 29,0 тис. осіб, Сполученого Королівства Великобританії – 26,9 тис. осіб, Австрії – 21,1 тис. осіб, Нідерландів – 17,8 тис. осіб, Чеської Республіки – 14,5 тис. осіб, Канади – 13,9 тис. осіб та Швеції – 13,2 тис. осіб (рис. 3.9).

За даними статистики обсяг послуг, наданих всіма типами підприємств готельного господарства, для іноземців з цих країн у 2008 р. становив 138,9 млн. дол. США, або 74,7% загального обсягу експорту готельних послуг.

Наголосимо, що подальший розвиток готельного господарства неможливий без сучасного обладнання і новітніх технологій. Це стосується, насамперед, інформаційних технологій, ефективних і надійних систем захисту, без чого неможливо досягти високого рівня якості послуг.

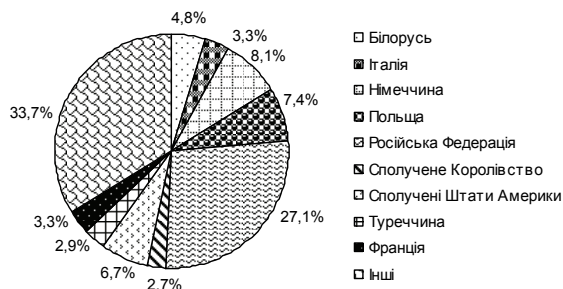


Рис. 3.9. Розподіл іноземних відвідувачів за державами світу, з яких вони прибули до України у 2008 році

В той же час, в Україні недостатньо застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденної ужитковості: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються; у світі практично всі довідники з туризму випускаються в електронному, а більшість – у Internet-форматах, що дає їхнім користувачам можливість бронювати місця в готелях у режимі реального часу – „on-line”. Останнім часом у галузі інформаційних технологій України спостерігається значне пожвавлення. Тому слід також

активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів.

Однією з найважливіших характеристик якості готельного господарства є також рівень комфорту. Критеріями для віднесення готелів до окремих категорій є якість приміщень загального користування і номерів, наявність ванних та душових кімнат, стандарти умеблювання, види, кількість і якість технічного обладнання, рівень оформлення приміщень, кількість і кваліфікація персоналу, рівень та асортимент послуг з харчування тощо. В Україні на даний час, згідно з національним стандартом ДСТУ 4269: 2003 „Послуги туристичні. Класифікація готелів” передбачається розподіл готелів і мотелів на п’ять категорій (від однієї до п’яти „зірок”). На сьогодні, згідно з даними зі стандартизації, в Україні функціонують 6 п’ятизіркових готелів: „Прем’єр-Палац”, „Софія-Київ” та „Опера (Інтерн)” у м. Києві, „Донбас-Палас” у м. Донецьку, „Україна” у м. Дніпропетровську та „Отрада” у м. Одесі. Приїжджих обслуговують 51 чотиризірковий готель, 329 – тризіркових, двозіркових та однозіркових, решта – 452 готелі – не мають категорії. Така велика кількість з відсутньої категорії готелів пояснюється рядом причин: більшість з них не відповідають комплексу вимог до матеріально-технічного забезпечення, номенклатури та якості наданих послуг, рівня обслуговування; деякі отримали сертифікат лише на безпеку проживання; ряд готелів проводять поточний або капітальний ремонт та реконструкцію або знаходяться у стадії ліквідації; новозбудовані готелі ще не встигли одержати категорію; значна кількість готелів перейшла у власність фізичних осіб, у яких немає потреби в отриманні сертифікату „зірковості”, оскільки це вимагає значних фінансових витрат.

На жаль, на даний час стан більшості об’єктів готельного сервісу залишається на рівні, далекому від світових стандартів, перелік додаткових послуг вітчизняних готелів значно скромніший, ніж у більшості готелів Європи, які пропонують своїм клієнтам понад 80 найменувань додаткових послуг. Трохи менше трьох чвертей (74,5%) загальної кількості готелів мали у своєму складі такі об’єкти сервісу, як ресторани, кафе та бари. Найбільше закладів харчування, як і у 2007 р., діяло при готелях м. Києва – 104 одиниці, або 16,7% загальної кількості усіх ресторанів, кафе та барів, що функціонували при готелях України, Львівської області – 73, або 11,7%, Автономної Республіки Крим – 69, або 11,1%, Донецької – 46, або 7,4%, Одеської – 43, або 6,9% та Закарпатської – 35, або 5,6% областей. Практично у кожному готелі майже половини регіонів України функціонував ресторан, кафе та бар. Заклади харчування мав на своєму балансі кожен другий готель Вінницької, Волинської, Житомирської, Київської, Кіровоградської, Миколаївської, Полтавської, Херсонської, Хмельницької і Черкаської областей, кожен третій готель Дніпропетровської та Запорізької областей був оснащений одним із закладів

харчування, хоча б один ресторан, кафе та бар функціонував у кожному четвертому готелі Рівненській області. Поряд з цим, готелі декількох регіонів практично не забезпечені закладами харчування, так ресторан, кафе чи бар налічував лише кожен 9 готель Луганської та кожен 10 готель Чернігівської областей.

Дані статистики вказують, що трохи більше третини готелів (34,8%) мали автостоянки, а трохи більше половини (56,0%) – сауни та пральні. Значна кількість автостоянок діяла при готелях Автономної Республіки Крим – 33, або 11,3% загальної кількості автостоянок, розташованих при готелях, м. Києва – 29 одиниць, або 9,9%, Львівської – 26, або 8,9% та Одеської – 25, або 8,6% областей. Найкраще забезпечені автостоянками готелі Закарпатської, Запорізької, Сумської, Харківської, Хмельницької та Черкаської областей, у цих областях автостоянки мав практично кожен другий готель. Поряд з цим у деяких регіонах на території готелів не передбачено місця, обладнаного під автостоянки, тому лише кожен 7 готель Дніпропетровської, Луганської та Чернігівської областей та кожен 8 готель Рівненської області мав такі об'єкти. Значна кількість саун та пралень функціонувала у готелях Автономної Республіки Крим – 64, або 13,6% загальної кількості саун та пралень, що надавали послуги в готелях, м. Києва – 52, або 11,1%, Львівської – 41, або 8,7%, Донецької – 39, або 8,3% та Закарпатської – 36, або 7,7% областей. Поряд з цим у готелях деяких регіонів сауни та пральні практично відсутні, так лише кожен 5 готель Миколаївської, Рівненської та Хмельницької областей та кожен 9 готель Луганської області налічував такі об'єкти сервісу.

У 2008 р. підприємствами готельного господарства України отримано доходів, без урахування сплачених податків, на 2297,8 млн. грн., з яких 1933,2 млн. грн., або 84,1 % отримано готелями, решта – 364,6 млн. грн., або 15,9% підприємствами готельного господарства інших типів. Загальна сума доходів готелів у 2008 р., без урахування сплачених податків, становила 4300,4 млн. грн., що на 41,3% більше, ніж у 2007 р. та в 1,2 рази перевищувала рівень 2006 р. Майже половину (45,0%) всіх доходів отримано від основної діяльності – плати за проживання, 16,9% – від надання додаткових послуг, 38,1% – від іншої діяльності. Порівняно з 2007 р. у структурі доходів готелів сталися зміни. Так, при зменшенні доходів від основного виду діяльності на 4,9% зменшились і доходи від надання додаткових послуг (на 1,1%), проте інші доходи збільшились (на 6,0%). Це свідчить про те, що готелі за основним видом діяльності щодо надання місць для тимчасового проживання – потерпають від збитковості і щоб зарадити цьому надають супутні додаткові послуги. Отже, порівняно з 2007 р. сума доходів від надання додаткових послуг зросла на 180,6 млн. грн., або на 33,0% (у фактичних цінах), доходів від іншої діяльності – на 663,0 млн. грн., або в 1,7 рази (у фактичних цінах) і становила 728,1 млн. грн. та 1639,1 млн. грн. відповідно (рис. 3.10).

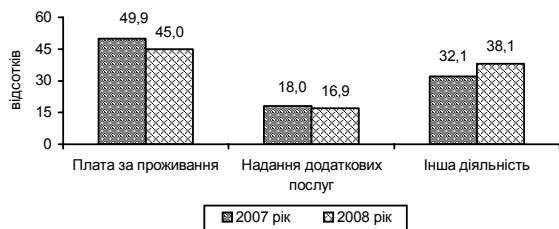


Рис. 3.10. Розподіл доходів від експлуатації готелів (відсотків)

Доходи від надання послуг щодо проживання у готелях без урахування сплачених податків у 2008 р. становили 1933,2 млн.грн., що більше рівня 2007 р. на 414,2 млн. грн. (або на 10,1% у порівнянних цінах). Готелями м. Києва отримано 46,4% цієї суми, 11,4% – готелями Автономної Республіки Крим, 7,7% – Львівської, 5,6% Одеської, 4,6% – Дніпропетровської та 4,0% – Донецької областей.

У розрахунку на одне місце у 2007р. готелями України в цілому отримано доходу від проживання на 30,6 тис.грн., у той час як готелями м. Києва – 86,3 тис.грн., Автономної Республіки Крим – 32,5 тис.грн., Харківської – 31,8 тис.грн., а готелями Херсонської області лише 8,0 тис. грн. Доход від експлуатації номерів у розрахунку на одну людину-добу становив 274,7 грн. Більшим ніж у цілому по країні цей показник був у 4 регіонах, а саме, в м. Києві, Автономній Республіці Крим, Львівській та Донецькій областях, де він коливався в межах від 469,3 до 287,3 грн.

Порівняно з 2007р. у 2008р. доходи від обслуговування іноземних громадян готелями збільшилися на 142,8 млн. грн. і становили 915,5 млн. грн. (39,5% усіх доходів від основного виду діяльності). Найбільший дохід від обслуговування іноземців отримано готелями м. Києва – 567,3 млн. грн., або 62,0% загального доходу, отриманого від іноземців. Значним був внесок у загальний дохід України по обслуговуванню іноземних туристів готелями Автономної Республіки Крим (9,3% загального доходу), Львівської, Одеської та Донецької областей (від 6,2 до 3,6%).

Як свідчить досвід, сучасне готельне господарство – це сфера підприємництва, де жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, котрі можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу. У готелях у 2008 р. працювало 29,0 тис. осіб, що на 745 осіб, або на 2,6% більше, ніж у 2007 р. У середньому по країні в одному готелі працювало 35 працівників. Середньомісячна заробітна плата одного

працівника цієї сфери порівняно з 2007 р. збільшилась на 380,2 грн. і становила 1810,3 грн.

Останнім часом суттєву конкуренцію підприємствам готельного господарства і в тому числі великим готелям створюють фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеличкі готелі та є власниками приватних будинків та квартир, кількість яких за останні роки інтенсивно зростає. Вони пропонують відвідувачам повний спектр основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій їхній вартості. У 2008р., за даними Державної податкової адміністрації, кількість фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, що надавали приїжджим послуги з тимчасового проживання, становила в цілому 5047 осіб, з яких утримували готелі – 2210 осіб, або 43,8% загальної кількості підприємців, що займалися послугами з тимчасового проживання. Порівняно з 2007 р. кількість фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, що утримували готелі, збільшилась на 680 осіб, або на 44,4%. Ними отримано доходу від реалізації готельних послуг на 282,5 млн. грн. (59,6% загального доходу фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, що надавали послуги з тимчасового проживання), що на 122,6 млн. грн., або в 1,8 рази більше ніж у 2007 р. Найбільша кількість фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності діяла в Автономній Республіці Крим, Закарпатській області (по 233 особи у кожному з регіонів, або по 10,5% загальної кількості фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, що надавали послуги з тимчасового проживання у готелях) та Львівській (183 особи, або 8,3%) області, ними було отримано більше чверті (26,6%) всього доходу фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності від надання послуг з тимчасового проживання у готелях України. Значний дохід від надання готельних послуг отримали також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності Дніпропетровської області – 22,4 млн. грн., або 7,9% загального доходу від діяльності готелів, що знаходяться у приватній власності фізичних осіб по Україні. В Донецькій області дохід фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності становив 7,8% загального доходу від діяльності приватних готелів, Одеській – 7,1%, м. Києві – 6,9%.

Отже, готельне господарство – важлива складова сфери послуг України. Його ефективне функціонування є індикатором позитивних змін в економіці держави, важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове співтовариство. Пріоритетним напрямком розвитку сфери готельних послуг є доведення їхньої якості до міжнародних стандартів та удосконалення уніфікованих технологій готельних послуг, впровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить у більш повному обсязі задовольнити потреби туристів.

3.2. Інтеграційні напрямки розвитку готельних мереж

Проведені дослідження, дають підстави вважати, що сучасний період в розвитку готельної індустрії України пов'язаний з появою новітнього готельного проекту – інноваційного і за якістю, і по масштабу – реконструкції готелю «Україна» в перший український п'ятизірковий готель «Прем'єр Палас», основна черга будівництва якого завершилася на рубежі 2000/2001 року. «Прем'єр Палас» відразу узяв високу планку справжнього п'ятизіркового готелю, що пропонує послуги світового класу. Новий рівень вимог до інфраструктури, кадрів, технологій готельних послуг був сформований командою з вітчизняних і зарубіжних фахівців, яка розробила якісні внутрішньо корпоративні стандарти управління. Запропонований системний підхід до менеджменту дав змогу готелю «Прем'єр Палас» стати першим готелем української готельної мережі Premier Hotels, куди увійшли спершу ялтинська «Ореанда» і львівський «Дністер», потім мережа розширилася до 7 готелів – харківський «Космополіт» і «Аврора», «Лондонська» в Одесі, «Стар» в Мукачеві, «Брістоль» в Ялті.

Практично одночасно з готелем «Прем'єр Палас» в Одесі в 2001 р. будується готельний комплекс «Одеса» - один з найбільших готелів України і найбільший готель в регіоні. Цей готель розроблявся і створювався за міжнародними стандартами «п'ять зірок» в тісній співпраці з авторитетним міжнародним готельним оператором Kempinski. Але, на жаль, перший досвід співпраці українських власників готелю і міжнародної мережі був не зовсім успішним, і Україна на дуже короткий термін увійшла до списку країн, де діють відомі готельні оператори. Більшість міжнародних готельних операторів, зацікавлених в розвитку бізнесу в Україні хотіли діяти в Києві. Але як і раніше інвесторам і готел'ерам треба було усунути проблему готельного збору, який негативно впливав на економіку готелю. Фіскальні відомства і місцева влада опиралися спробам його відміни, але все-таки завдяки сумісним діям депутатського корпусу, Державної туристичної адміністрації України і професійного сектора, перш за все – Асоціації готелів і готельних об'єднань міст України, в березні 2003 року був прийнятий закон, який скасував готельний збір, що відразу ж відбилося на активності інвесторів в готельній індустрії. В цей же час був прийнятий Указ Президента України, де було поставлено завдання створення механізму сприяння будівництву і реконструкції готелів.

Дослідження діяльності Державної туристичної адміністрації України – відродженого окремого органу влади у сфері туризму, яка проіснувала з 2002 по 2005 рік, показує, що у цей період була прийнята Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки, з якої почався системний розвиток всієї сфери в цілому. Удосконалена законодавча база в

цілому для туризму, розроблена серія постанов Кабінету Міністрів, направлених на розвиток внутрішнього туризму, підприємств гостинності, започатковано бюджетне фінансування програм з регіонального розвитку туризму. У результаті за ці роки Державній туристичній адміністрації вдалося майже втричі з 6 до 18 мільйонів збільшити об'єми в'їзного туризму і значно підвищити завантаження існуючих готелів. Всі ці тенденції підштовхнули і інвесторів, і зарубіжних готельних операторів до більшої активності, у т.ч. групу Асог, яка міцно влаштувалася в Польщі і готова розвиватися не тільки в столиці України з проектом Novotel, але і просувати IBIS в регіонах. Свої плани на розвиток бізнесу в Києві, мають Marriott, Hilton Intercontinental. Одна з проблем полягає в тому, що всі ці бренди були зав'язані на вітчизняних інвесторах як потенційні керуючі компанії. Українські фірми вже навчилися заробляти гроші на будівництві житла, але, як виявилось, були зовсім не готові до крупних інвестицій в сучасні готелі. Тому, цілий ряд проектів по реконструкції і новому будівництву, спочатку оголошених як «готелі», у результаті реалізації трансформувалися в готельно-офісні, а потім і просто офісні будівлі.

Першим готелем, що увійшов до Києва в 2005 році під міжнародним брендом, і веде бізнес в Україні став Radisson SAS – готельна мережа, яка достатньо активно просуває свій продукт і в Ялті. Цей проект і відбудова готелю групи Hyatt достатньо відчутно свідчать про інтеграційні процеси в готельному бізнесі України.

У 2005 році вітчизняний готельний ринок вперше переламав тенденцію до зменшення кількості зареєстрованих готелів – їх число збільшилося на 40 і в порівнянні з 2004 роком складає 1232. Варто підкреслити, що в стимулюванні розвитку готельної інфраструктури насамперед в Криму і в Карпатах, зіграло чималу роль формування спеціальних економічних режимів для інвестицій в цих зонах. За цей час в Криму з'явилися з десяток готелів якісного європейського рівня, серед яких варто виділити «Море» і «Пальміру Палас», «Сосновий гай» і «Левант». На жаль, так поки і не реалізований масштабний проект створення мегакурорту на основі «Ялти-Інтурист» і декількох рекреаційних комплексів. Індустріальний Союз Донбасу, контролюючий ці об'єкти, кілька років тому оцінював таку інвестицію в 200 мільйонів доларів, але поки обмежився лише загальним плануванням [265].

Окрім ІСД готельним бізнесом зацікавились і інші крупні українські фінансові групи – структури СКМ створили два відмінні готелі «Донбас Палас» в Донецьку і «Опера» в Києві.

Група «Приват» відбудувала перший гірськолижний курорт нового рівня «Буковель», який хоч і не може конкурувати з європейськими гірськолижними центрами, але на вітчизняному ринку виглядає достатньо упевнено. В цілому, по країні на новий рівень якості послуг сьогодні вийшло лише близько 150 крупних готелів і курортних комплексів.

Частина готелів, що залишилася, як і раніше керується у традиційному стилі, модернізація проходить згідно з уявленням директора про євроремонт, системних зусиль по «завоюванню» клієнта також не відбувається. При цьому грошові потоки і певне монопольне положення в деяких сегментах ринку дозволяють таким готелям відчувати себе достатньо спокійно.

До головних тенденцій сучасного розвитку ринку готельних послуг треба віднести стрімке зростання кількості мікро - і малих готелів. Перші розвивають готельний сімейний бізнес: з десятків – другий номерів, які найактивніше відбудовуються у курортних зонах, - в Криму, на Чорноморському узбережжі, в Карпатах, а також на головних автомагістралях. Кількість таких об'єктів в цілому по країні за період з 2000 року збільшилася від декількох десятків до декількох тисяч. Динаміка розвитку в цьому сегменті значно випереджає формування адекватної нормативної бази для малих готелів, сімейних пансіонатів, яка б одночасно влаштовувала і споживача, і виробника послуг, і державу. Але, створення категорійних малих готелів до 50 номерів може дозволити собі тільки достатньо серйозний бізнес – розмір інвестиції тут просто не може бути менше декількох мільйонів доларів.

Крім формування першої національної готельної мережі Premier Hotels, останніми роками в Україні було зроблено ще декілька заяв або на створення керуючих компаній для декількох груп готелів, або на просування готельних марок. Яскраво виражена корпоративна ідентичність готелів «Донбас Палас» і «Опера» (м. Київ), їх могутня керуюча команда дозволяє говорити про існуюче ядро ще однієї потенційної мережі високого рівня. З 2007 року обидва готелі входять до складу міжнародної мережі Leading Hotels of the World [265].

Дослідження літератури, даних статистики доводять, що існує, щонайменше, ще п'ять-шість невеликих груп готелів, які знаходяться на різних стадіях формування єдиних для різних об'єктів керуючих компаній, але без єдиної торгової марки – через різний характер і клас окремих об'єктів. Або навпаки, заявили про торгову марку і працюють над розширенням списку об'єктів. До цієї групи можна віднести курортні готелі «Море», «Мигдалевий гай», «Слава», «Глібовка», розвитком яких займалася Національна резервна корпорація під керівництвом Юткина В.М., підстави для створення мережі має готельна компанія, розвитком якої займається підприємець Бусигін А.П. – в її активі два таких відомих об'єкта як готель «Одеса» і морський курорт «Ореанда» в Бердянську, а також цілий ряд готелів в Маріуполі і Дніпропетровську.

Готельна мережа «7 днів» має два готелі – в Києві і Кам'янець-Подільському, але вже найближчими роками господарі планують довести число об'єктів до десятка. «Красотель», що кілька років тому назад наголосив про свої масштабні плани, наступного року має намір знову

активніше проявити себе на вітчизняному готельному ринку. Доля групи міських готелів Бізнес Готель Альянс втрачає позиції на ринку – готелі «Русь» і одеська «Юність» перейшли під контроль керуючої компанії Premier Hotels, яка вже має намір створити національну мережу тризіркових готелів. Під контролем згаданої керуючої компанії, знаходяться декілька об'єктів в Трускавці. Про бажання керувати готелями заявляють і нові команди, які системно підійшли до створення своїх перших готельних об'єктів, - зокрема Amadeus Club. Про створення мережі об'єктів оголосила компанія «Велич України», яка фактично існує під єдиною назвою профспілкових готелів, але торгову марку «Турист» серйозно підтримує, на погляд фахівців, лише київський готель. Дослідження динаміки розвитку групи готелів і санаторіїв, які знаходяться в управлінні Державного управління справами свідчать, що там засереджено об'єкти з колосальною на даний момент капіталізацією і непоганими ринковими позиціями – досить згадати київські «Дніпро» і «Президент готель» і кримські санаторії з культовими іменами. Нова стратегія розвитку цих об'єктів, запропонована цим відомством полягає в стратегії створення сильної державної мережі міських і курортних готелів.

Тенденції на українському ринку управління готелями вимагають додаткового серйозного дослідження – особливо в частині порівняння загального потенціалу і фінансової привабливості українських і зарубіжних (як міжнародних, так і активізувавшихся в Україні російських керуючих готельних операторів). Нові міські об'єкти категорії чотири і п'ять зірок, в які притягуватиметься зарубіжний капітал, найімовірніше керуватимуться західними готельними компаніями. Але міські і курортні готелі різного формату цілком можуть опинитися під управлінням вітчизняних професійних готел'єрів Криму, Одеського регіону.

І тут варто окремо зупинитися на ролі органів виконавчої влади в реальній підтримці формування національних готельних мереж. Поки вона обмежується лише деклараціями про те, що добре б мати українські готельні ланцюги. Але абсолютно ніяких системних кроків для підтримки існуючих проєктів підприємців або ініціації нових не зроблено. На наш погляд необхідно розробити комплекс заходів на державному рівні, що з цією метою цілком можливо – існують реальні механізми у сфері просування продуктів і підготовки кадрів, сприяння розвитку нових інфраструктурних об'єктів, додаткової реклами напрямів. Важливо тільки підійти до цього питання системно на державному рівні і підтримати сильні і динамічні проєкти регіональних підприємств гостинності. У результаті запровадження державного механізму з розвитку готельного франчайзингу тільки на локальному ринку національних і регіональних готельних послуг може з'явитися до 10 нових мереж.

Аналіз літератури показує, що непогані перспективи в Україні мають заміські курорти, причому що не тільки межують з мегаполісами, але і

створенні в несподіваних для звичного сприйняття туристичної географії місцях. Частина з них була відтворена на базі існуючих раніше «безіменних» баз відпочинку, частина – освоювала нові території рекреації.

До таких об'єктів, які вже декілька років активно працюють на ринку, можна віднести спа-курорт «Буймерівка», Донецький «Forest Park», «Глібовка» в Київській області, «Аквадар» в Черкаській області. Безумовно, найбільший потенціал в цьому відношенні має Київщина, де кількість таких об'єктів, з урахуванням тих, що діють практично побудованих і запланованих до розвитку, досягне декількох десятків. Включаючи і декілька гольф-полей, які стали реальністю в Україні і починають розбудову гольф-готелів.

Окремо треба освітити тенденції розвитку готельних структур на найбільш відомих лікувальних курортах України – перш за все бальнеологічних – Трускавця, Миргорода, Моршина, Східниці. У цей список увійдуть також курорти Закарпаття, Одеської області і кримські грязелікарні. Трускавець став сьогодні світовим брендом, що привертає зростаючі потоки туристів, тому не дивно, що в місті продовжують будувати нові готелі високого класу. Активному просуванню напрямку спершу допомагала «Женева», а потім і Rixos – єдина поки турецька готельна марка на нашому ринку.

Приклад розвитку готельної інфраструктури Трускавця демонструє колосальний потенціал і інших лікувальних курортів України, але системний їх розвиток як туристичних центрів поки гальмується неадекватним плануванням і розвитком населених пунктів, відсутністю послідовної державної політики відносно розвитку курортного потенціалу країни.

На думку фахівців, Україна яка у свій час була і «загальносоюзною здравницею» і «загальносоюзним піонерським табором» все ще володіє масштабним потенціалом рекреаційної і туристичної інфраструктури, особливо для сімейного та дитячого відпочинку і оздоровлення. Хоча і більше двох третіх існуючої інфраструктури потребує модернізації, але завершивши її, можливо відбудувати таку галузь туризму і курортів, яка могла б дати до 8-10 % національного валового продукту.

Незважаючи на те, що більша частина світової туристичної і готельної галузі належить приватному сектору економіки, роль держави як власника та ефективного управлінця об'єктами гостинності себе не вичерпала. Особливо коли мова йде про заклади державного значення (з точки зору їх культурної чи природної цінності), інфраструктури, яких виконує загальнодержавні, соціальні функції рекреації. Наприклад в Іспанії, державі належить мережа готелів, які розташовані в історичних будівлях – палацах, замках іспанської аристократії. Як свідчить світовий досвід, державні готельні ланцюги діють рентабельно, дозволяють

водночас зберігати історичну спадщину і відтворювати робочі місця та прибуток. Це підтверджує думку, що держава може бути ефективним управлінцем як і бізнесові структури, але лише завдяки системному менеджменту, мотивації персоналу і контролюючій діяльності.

Як підкреслюють державні службовці, фахівці галузі, свідчить досвід діяльності більшості закладів Державного управління справами, готелі і санаторії, які знаходяться в державній власності мають усі шанси конкурувати з приватними закладами розміщення, досягати стабільних економічних результатів, стандартів якості, коли цими закладами керують досвідні фахівці і професійні команди менеджерів, системно реалізуючи програму розвитку. Прикладами цьому є практика управління та досвід готелів «Президент-готель», «Дніпро», «Україна» (м. Київ).

Для подальшого розвитку цього сектору готельного господарства України розроблена концепція розвитку санаторно-курортних підприємств Державного управління справами, яка направлена на досягнення конкурентних переваг на ринку готельних послуг. Але в той же час існують загальні проблеми, які гальмують розвиток сфери гостинності курортних підприємств. Досліджуючи цю проблематику варто згрупувати їх за такими напрямками:

- відсутність адекватного сучасним умовам економічного механізму їх діяльності;
- незабезпеченість комплексного розвитку курортних територій;
- фізичний та моральний знос основних фондів;
- відсутність цільових інвестицій;
- неефективна маркетингова політика;
- відсутність програмно-цільового менеджменту;
- низький рівень сучасного сервісу та додаткових послуг.

Для системного рішення цих проблем можливо запропонувати такі пропозиції: 1) подальший розвиток спеціалізації підприємств за цільовими ринками збуту послуг; 2) формування сучасної маркетингової стратегії на засадах інтеграції регіональних підприємств, просування санаторно-курортного продукту на ринках сімейного відпочинку; 3) розробка за допомогою регіональних туроператорів спеціальних оздоровчих турпакетів для споживачів і туристів; 4) стимулювання конкуренції в ціновому сегменті і оптимізація управління ціновою політикою послуг за рахунок наявних природно-лікувальних ресурсів; 5) подальший розвиток сучасної анімації в курортних готелях і санаторних закладах; 6) оптимізація кількісного складу персоналу та їх системна професійна підготовка.

В сенсі досліджуваної проблеми інтеграційних процесів готельного господарства України треба звернути увагу на загальний рейтинг розвитку сфери гостинності України за експертними оцінками світового рейтингу конкурентоспроможності держав в туризмі. За оцінкою фахівців, які

провели дослідження за дорученням організаторів World Economic Forum (Давос - 2008) та підготували підсумковий документ «Travel and Tourism Report», де Україна посідає 62 місце за рівнем гостинності, 83 місце за рівнем сталого природного розвитку, 62 місце за розвитком туристичної інфраструктури. Динаміка позицій України серед 130 держав світу наведено в таблиці 3.2. [265].

Таблиця 3.2

Динаміка світового рейтингу України за 2007-2008 р. р.

<i>Позиції</i>	<i>Місце 2008</i>	<i>Місце 2007</i>	<i>Динаміка змін</i>
Загальне місце в рейтингу	77	78	+1
Державна політика і регулювання в сфері туризму	100	88	-12
Стійкий природний розвиток	83	109	+26
Загальна і власна безпека	93	73	-20
Рівень охорони здоров'я і санітарії	17	39	+22
Пріоритетність туризму	96	90	-6
Інфраструктура авіатранспорту	84	67	-17
Туристична інфраструктура	62	75	+13
Якість телекомунікацій	52	64	+12
Цінова конкурентоспроможність туріндустрії	115	37	-78!
Людські ресурси	80	73	-7
Рівень гостинності	62	46	-16
Природні ресурси	104	118	+14
Культурні ресурси	84	118	+34

На думку експертів даний рейтинг є підґрунтям для професійних інвесторів, які планують розвивати туристичний чи готельний бізнес в деякій державі світу, на що й робився акцент в проведеному дослідженні.

Для оцінки загальної конкурентоспроможності держав в сфері туризму застосовувався спеціальний індекс конкурентоспроможності, де враховувалися 14 основних факторів:

- державна політика і регулювання в сфері туризму;
- сталий природний розвиток;
- суспільна і особиста безпека;
- рівень охорони здоров'я і санітарії;
- пріоритетність туризму;
- інфраструктура авіатранспорту;
- інфраструктура наземного транспорту;
- туристична інфраструктура;
- якість телекомунікацій;
- цінова конкурентоспроможність туріндустрії;
- людські ресурси;
- рівень гостинності;
- природні ресурси;

- культурні ресурси.

Ці фактори об'єднуються у три основні тематичні групи. Фактори з першого по п'ятий формують основу для оцінки в сфері державної політики і регуляторного середовища. Ділове середовище для туристично-готельного бізнесу оцінюється за сукупністю факторів з 6 по 10-й. Третя група факторів – людські, природні та культурні ресурси.

Таким чином треба підкреслити, що в цілому Україна зайняла в рейтингу 77 місце, але в 2008 р. знизилася свої позиції за оцінкою державної політики в галузі туризму, опинившись на 100-му місці, в порівнянні з 2007 р., де вона посідала 88 місце, а за рівнем цінової конкурентоспроможності відступила з 37 місця на 115 в 2008 р. (табл. 3.3.).

На думку автора інтеграційні процеси в готельній сфері регіонів України будуть прискорені підготовкою до проведення чемпіонату з футболу Євро – 2012. До речі експерти УЄФА офіційно признали можливість розміщення частини організаторів і преси у приватних закладах розміщення, а розміщення уболівальників та туристів в гуртожитках, винесено в ранг пріоритетів державної програми підготовки до Євро-2012, де передбачається фінансування в розмірі 500 млн. грн. на переоснащення гуртожитків в сучасні молодіжні готелі чи хостели. Також заплановано відбудувати біля 200 нових готелів за рахунок вітчизняних та закордонних інвесторів як в базових містах чемпіонату так і в інших регіонах України [265].

Таблиця 3.3

Світовий рейтинг конкурентоспроможності держав в сфері туризму (2008 р.)

<i>Держава</i>	<i>Загальний рейтинг</i>		<i>Політика і регуляторна середа</i>		<i>Інфраструктура і розвиток бізнесу</i>		<i>Людські, культурні та природні ресурси</i>	
	<i>Місце</i>	<i>Бал</i>	<i>Місце</i>	<i>Бал</i>	<i>Місце</i>	<i>Бал</i>	<i>Місце</i>	<i>Бал</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
Швейцарія	1	5,63	1	5,94	2	5,55	3	5,39
Австрія	2	5,43	4	5,86	8	5,27	7	5,16
Німеччина	3	5,41	6	5,67	3	5,43	9	5,13
Австралія	4	5,34	30	5,23	11	5,18	1	5,61
Іспанія	5	5,30	28	5,24	5	5,32	4	5,33
Великобританія	6	5,28	26	5,28	6	5,32	5	5,26
США	7	5,28	49	4,75	1	5,58	2	5,52
Швеція	8	5,27	9	5,62	15	5,05	8	5,15
Канада	9	5,26	23	5,31	4	5,40	10	5,07
Франція	10	5,23	12	5,57	7	5,28	12	4,85
Ісландія	11	5,16	3	5,86	9	5,21	36	4,40
Фінляндія	12	5,11	5	5,74	23	4,80	14	4,78

Продовження таблиці 3.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Данія	13	5,10	10	5,61	10	5,20	28	4,49
Гонконг	14	5,09	2	5,91	16	5,04	42	4,31
Португалія	15	5,09	14	5,50	22	4,83	11	4,93
Сінгапур	16	5,06	7	5,67	13	5,13	37	4,39
Норвегія	17	5,05	8	5,66	19	4,90	20	4,60
Нідерланди	18	5,02	22	5,35	14	5,11	21	4,58
Нова Зеландія	19	4,96	15	5,48	26	4,72	17	4,70
Люксембург	20	4,95	24	5,28	12	5,17	35	4,41
Ірландія	21	4,93	11	5,57	20	4,90	41	4,31
Греція	22	4,92	17	5,46	30	4,63	18	4,66
Японія	23	4,90	34	5,11	21	4,88	16	4,73
Кіпр	24	4,87	27	5,24	17	5,04	40	4,34
Естонія	26	4,85	18	5,41	18	4,91	49	4,22
Бельгія	27	4,84	21	5,36	31	4,61	22	4,56
Італія	28	4,84	41	4,99	24	4,77	15	4,74
Барбадос	29	4,77	16	5,46	32	4,58	46	4,26
Чехія	30	4,75	20	5,38	37	4,37	25	4,51
Південна Корея	31	4,68	38	5,02	34	4,52	29	4,49
Малайзія	32	4,63	37	5,04	39	4,31	23	4,55
Угорщина	33	4,60	19	5,40	41	4,18	50	4,21
Хорватія	34	4,58	39	5,02	38	4,32	32	4,43
Ізраїль	35	4,51	32	5,12	36	4,39	59	4,02
Словенія	36	4,49	42	4,97	33	4,53	61	3,98
Словаччина	38	4,42	33	5,11	46	3,94	51	4,19
Таїланд	42	4,47	63	4,46	42	4,17	30	4,49
Болгарія	43	4,36	50	4,75	52	3,84	31	4,48
Туреччина	54	4,19	56	4,57	57	3,73	44	4,28
Польща	56	4,18	60	4,51	62	3,62	34	4,42
Південна Африка	60	4,11	70	4,31	51	3,85	52	4,18
Китай	62	4,06	103	3,91	70	3,45	13	4,81
Росія	64	4,04	80	4,21	65	3,56	39	4,35
Індія	65	3,99	107	3,78	59	3,70	26	4,50
Єгипет	66	3,96	58	4,54	69	3,47	70	3,86
Україна	77	3,76	59	4,53	78	3,24	100	3,51
Чад	130	2,48	130	2,74	130	1,99	129	2,69

Фахівці УЄФА провели розрахунки щодо необхідної місткості номерів в готелях для приймаючих міст України за групами готелів категорій 3,4,5 зірок (наведено в табл. 3.4).

Таблиця 3.4

**Вимоги УЄФА до готелів міст прийому Євро-2012 в Україні
за кількістю номерів**

<i>Місто</i>	<i>Максимальні вимоги УЄФА</i>	<i>Існуючі готелі (номери)</i>	<i>Готелі, які будуються та реконструюються</i>	<i>Загальна кількість і баланс (номери)</i>
Київ				
Готелі 4-5*	8170	1778	6686	8464 (+294)
Готелі 3*	400	3055	3941	6996 (+6596)
Дніпропетровськ				
Готелі 4-5*	2900	180	1825	2005(-895)
Готелі 3*	180	665	714	1379 (+1199)
Донецьк				
Готелі 4-5*	3660	231	590	821(-2839)
Готелі 3*	180	508	1266	1774(+1594)
Львів (разом з областю)				
Готелі 4-5*	2860	1423	1726	3149(+289)
Готелі 3*	180	186	1150	1336(+1156)
Одеса				
Готелі 4-5*	2900	2192	3100	5292(+2392)
Готелі 3*	180	1510	70	1580(+1400)
Харків				
Готелі 4-5*	2900	314	-	314(-2586)
Готелі 3*	180	699	-	699(+519)

Загальна нестача за станом на 01.01.10 складає за вимогами УЄФА – 6320 номерів. В той же час, на нашу думку, в контексті розвитку готельної індустрії до проведення Євро-2012, слід звернути увагу на досвід Німеччини з прийому фінальних ігор чемпіонату з футболу та їх експертні підрахунки щодо навантаження на міста прийому та розміщення та кількості готельних місць. За підрахунками експертів тільки в Києві в період проведення чемпіонату очікується біля 8 млн. туристів і уболівальників (розрахунковий коефіцієнт 2,5 до кількості мешканців міста), в Донецьку біля 2 млн. осіб, в Дніпропетровську і Львові біля 1 млн. туристів.

В цьому зв'язку нами в таблиці 3.5 наводяться данні динаміці розміщення приїжджих в готелях та інших закладах проживання за регіонами України в 2004-2008 рр. [255].

Як свідчить аналіз даних Держкомстату України найбільш приїжджих було обслуговано в підприємствах готельної сфери м. Києва, Львівської, АР Крим, Дніпропетровської, Одеської, Донецької, Харківської областях, але порівняно з 2004р. найбільший темп росту спостерігається в Херсонському, Чернівецькому, Львівському та Миколаївському регіонах.

Перспективність розвитку ринку послуг сфери гостинності, забезпеченості місцями для тимчасового перебування в період підготовки до Євро-2012 повинна ґрунтуватись на прогностичних розрахунках попиту, тому доречно за даними статистики здійснити прогностичний розрахунок динаміки розвитку потоку туристів до закладів розміщення усіх підприємств готельного господарства за регіонами України, які приймають змагання чемпіонату, а саме м. Київ, Дніпропетровська обл., Донецька, Львівська, Одеська та Харківська (як запасні варіанти).

Таблиця 3.5

Динаміка кількості обслуговування в готелях та інших закладах тимчасового проживання за 2004-2008 рр. по регіонах України (осіб)

<i>Регіон</i>	<i>Кількість обслугованих приїжджих (осіб)</i>					
	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2008 у % до 2004</i>
Україна	3907703	3938188	4196234	4560164	4575728	117,0
АР Крим	302056	256606	282543	340753	377374	124,9
Вінницька	70831	56947	69710	76399	69768	98,5
Волинська	95746	89618	90315	122389	92848	96,9
Дніпропетровська	292362	270253	231121	242085	243142	83,1
Донецька	171473	180504	211857	207056	154732	90,2
Житомирська	54529	74981	89954	92215	81048	148,6
Закарпатська	95863	99156	121016	127013	130650	136,3
Запорізька	110521	122249	108030	105961	91396	82,7
Івано-Франківська	59136	72657	68380	68537	66419	112,3
Київська	109559	121728	121505	141364	135770	123,9
Кіровоградська	47536	42337	36280	37940	33174	69,8
Луганська	76708	75378	93328	86140	102018	132,9
Львівська	219527	237293	278167	303188	369873	168,5
Миколаївська	61423	74709	65151	117452	103446	168,4
Одеська	267726	289770	295468	298504	241670	90,2
Полтавська	87021	83736	87843	90587	93135	107,0
Рівненська	87785	90701	95955	89880	73579	83,8
Сумська	69799	67083	70189	66122	57245	82,0
Тернопільська	64439	72637	67675	71321	71309	110,6
Харківська	171787	160174	168748	191731	179259	104,3
Херсонська	57224	48248	44383	57328	147563	257,9
Хмельницька	91353	80946	80828	104503	111227	121,7
Черкаська	105982	119913	110741	105672	103116	97,3
Чернігівська	90351	91446	96485	111736	73677	81,5
Чернівецька	46064	50920	60123	64438	108412	235,3
Київ	961418	974131	1112379	1195811	1224790	127,4
Севастополь	39494	34067	38060	44039	39088	98,9

На думку автора статистичні методи прогнозування, що базуються на трендових моделях (методи екстраполяції), на відміну від методів експертизи показують точніші прогностичні дані. Розрахунок було здійснено

за методикою екстраполяції, заснованої на розрахунках середньорічних темпів зростання за формулою:

$$K = \sqrt[n-1]{Y_t : Y_i}, \quad (3.1)$$

де: **K** - середньорічний темп зростання;
n - кількість років у динамічному ряді;
Y_t - кількість місць розміщення у звітному (останньому) році;
Y_i - кількість місць розміщення у базисному (першому) році.

Для проведення розрахунків, прогнозування рівня місткості розвитку засобів розміщення готельного господарства були використані дані Держкомстату України за 2005-2008 рр. (табл. 3.5).

Даний показник для м. Києва становив: $K = 1,25$;

для Дніпропетровського регіону відповідно, $K = 1,12$;

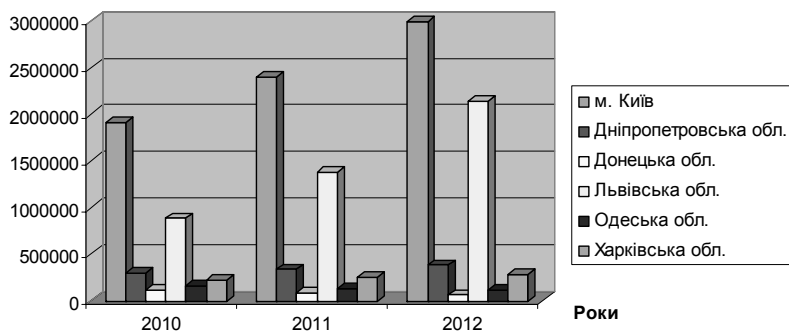
для Донецького регіону відповідно, $K = 0,75$;

для Львівського, $K = 1,55$;

для Одеського, $K = 0,83$;

для Харківського, $K = 1,12$.

На рис. 3.11 відображена трендова діаграма прогнозу потоку приїжджих для закладів розміщення за досліджуваними регіонами України на період 2010-2012 рр. за розрахунковим підсумком (тис. осіб).



	2010	2011	2012
м. Київ	1913734	2393167	2990209
Дніпропетровська обл.	304997	341597	382589
Донецька обл.	116049	87036	65277
Львівська обл.	886619	1377360	2134909
Одеська обл.	166486	138183	114692
Харківська обл.	224862	251845	282067

Рис. 3.11. Трендова діаграма прогнозу потоку туристів до закладів розміщення за регіонами України в 2010-2012 рр.

Як свідчать прогнольні розрахунки динаміки турпотоку, перспективи вирішення проблемних питань щодо розміщення туристів в період проведення Євро-2012 в Україні, цілком залежать від регіональних рішень виконавчої влади, щодо системного розвитку діючих і відбудови запланованих підприємств готельної сфери в регіонах.

Таким чином, розвиток готельного бізнесу активізувався завдяки підготовки до проведення фінальної частини чемпіонату Європи з футболу 2012р., але це вимагає від державних органів влади проведення інвентаризації усіх засобів розміщення у тому числі мікро-готелів, приватних апартаментів в регіонах України. Систематизована база даних, яку зведуть профільні управління з питань туризму в регіонах дасть змогу відповісти на питання – скільки туристів та уболівальників може прийняти місто чи регіон, з урахуванням незадіяних інвестиційних проєктів будівництва готелів.

Сам факт проведення чемпіонату Європи з футболу в Україні є каталізатором процесу розвитку туристичної індустрії загалом, інтеграційних напрямків формування сучасного готельного бізнесу, удосконалення методів управління на державному і регіональних рівнях, приваблення підприємців до інвестування в галузь економіки.

Як показали подальші дослідження наукової літератури з проблем інтеграційних процесів в сфері гостинності, самою поширеною в світі формою організації готельного бізнесу є контрактна форма управління готелями. В цьому випадку власник готелю зберігає права власності на будівлю та обладнання, але розділяє ризики ведення бізнесу з керуючим оператором, при цьому має більш стабільні й високі прибутки в порівнянні зі задачею готелю в оренду. Залучена за договором, керуюча компанія стає готельним оператором і забезпечує її діяльність за стандартами гостинності, а також відповідає за підключення готелю до міжнародних систем бронювання готельних послуг, але експлуатаційні витрати повинен сплачувати власник готелю. Як показує досвід, підприємці-власники готелю не зовсім розуміють у чому різниця між незалежною керуючою компанією і компанією керуючою готельним ланцюгом, чи є різниця між франчайзинговою системою і добровільними готельними асоціаціями та ланцюгами систем маркетингової інформації і бронювання. Але треба звернути увагу на те що, головною ціллю усіх перелічених об'єднань є – підвищення ефективності експлуатації готелів, а прийоми для досягнення конкурентоспроможності та прибуткової діяльності залежать від професійного менеджменту. Відсутність інформації щодо найкращого досвіду управління готелями не дає можливості залучати малі готелі підприємців до інтегрованих мереж, власники готельного бізнесу в регіонах України обережно сприймають такі новітні форми ведення бізнесу, тому кожне готельне підприємство діє на свій ризик, не допускає сторонніх операторів ні до маркетингової і цінової політики готелю, а тем

паче до втручання в механізми господарського управління та кадрового менеджменту. За результатами досліджень професійного складу керуючих готелями в Одеському регіоні за 2008р., тільки 20% із загальної кількості мають вищу фахову освіту в сфері гостинності.

За підсумками Асоціації малих готелів і апартamentів України малі готелі складають 80% від загального ринку готельних послуг і діють в різних форматах від люкс-готелю до «гостинної зеленої садиби» [265].

В готельному бізнесі існує багато можливостей просування готелю, у тому числі за допомогою готельного франчайзингу. Але як показали дослідження для більшості малих готелів України існує проблема щодо підключення до великого міжнародного готельного оператора: обмеження місткості готелів, не менше чим 200 місць, якості технологій та стандартів гостинності.

Франшизний готель може управлятися самостійно, без посередкованого контролю зі сторони адміністрації готельного ланцюга і договору франшизи, франчайзер наділяє франшизному готелю правом на використання символу (бренду, торгової марки), ноу-хау і системних структур ланцюга (організації діяльності, управлінні, навчанні персоналу, поставок і т. ін.). Готель має обов'язки сплатити ці права за рахунок первинного внеску за франчайзинг (вартість купівлі франчайзинга) та періодичних платежів (винагорода за франчайзинг).

Іноді цей внесок складає 100-150 тис. дол. США, роялті складають 4-8% від валового прибутку, треба робити додаткові відрахування на маркетингові цілі тощо.

В той же час дослідження готельного ринку, наукової літератури з питань конкурентоспроможності вказують і на інші варіанти просування готельних послуг і підтримання бізнесу. На відмінність від готельних ланцюгів регіональні готелі мають можливість об'єднатися в консорціуми чи в маркетингові системи, на що ми звертали увагу вище.

На нашу думку такі інтеграційні напрямки дозволяють незалежним власникам малих готелів об'єднуватися в регіональні консорціуми для проведення сумісного маркетингу з ціллю підвищення рівня доходів, сумісної діяльності з великим регіональним туроператором, централізованого постачання, зниження витрат на підготовку персоналу. В літературі з питань менеджменту гостинності виділяють 4 види консорціумів:

1. Певні консорціуми, які забезпечують проведення маркетингових досліджень і обслуговування, а також централізоване постачання і управління персоналом;
2. Маркетингові консорціуми, які зосереджені на маркетингових дослідженнях готельного ринку;
3. Консорціуми централізованого бронювання готельних послуг;

4. Консорціуми за направленнями, наприклад з авіакомпаніями, - об'єднані готелі з системами бронювання через замовлення авіаквитків.

Прикладами таких консорціумів у світовій практиці є Small Luxury Hotels of the World, Best Western Hotels, Supranational Hotels Logis de France. Logis de France - консорціум, який об'єднує більш 4 тис. малих готелів в декількох державах Західної Європи категорії від однієї до трьох зірок. Готелі Logis de France мають свої певні знаки обслуговування, які розміщені на шляхових магістралях. Також такі консорціуми діють в США: Elegant Small Hotels, Microtel Inns.

Таким чином, світовий досвід доводить, що розвиток готельних консорціумів на регіональному ринку може бути головним напрямком просування і продажу послуг малих готелів. З розвитком глобалізації туристичного ринку регіональні консорціуми малих готелів є незмінним інструментом розвитку готельного бізнесу підприємців.

3.3. Потенційні можливості розвитку підприємств гостинності в Одеському регіоні

Як було визначено в попередньому розділі виробничо-технологічні, інформаційно-комунікативні, фінансово-економічні зв'язки, що задіяні в прийомі та обслуговуванні туристичних потоків, здійснюються системою підприємств з надання послуг гостинності, транспорту, рекреаційних послуг та посередницьких послуг з організації програми перебування туристів, які утворюють функціонально-господарську підсистему туристичного регіону. Саме ці горизонтальні функціонально-інтегровані процеси за сутністю дозволяють визначити означену підсистему в туристичному процесі, як туристичну галузь – сукупність підприємств, подібних за призначенням, технологією обслуговування, професійним складом кадрів та умовами їх діяльності, особливостями розміщення та функціонування на ринку туристичних послуг. Як показали дослідження, спеціалізовані підприємства розміщення є результатом розвитку та урізноманітнення сфери гостинності, а використання орендованих приміщень – відповідністю потребам і фінансовим можливостям споживача. В науковій літературі з питань організації готельного господарства та туризму, думки науковців збігаються з висновку того, що готелі як загальнодоступні підприємства сфери послуг розміщення, що надають послуги гарантованої якості згідно умов сертифікації та категоризації, є базовими в організації прийому та обслуговуванні туристів, а готельне господарство складає основу індустрії туризму [1, 113, 119].

В сенсі подальшого дослідження умов формування новітніх територіально-виробничих форм, в регіональному туризмі слід зробити

аналіз розвитку підприємницької діяльності в готельній сфері та її впливу на розвиток туристично-рекреаційних територій в Одеському регіоні.

Аналіз наукової літератури з питань розвитку підприємницької діяльності в готельному господарстві, сучасного стану засобів розміщення в регіонах України, у т.ч. Одеському, виявив неузгодженість як термінологічну, типологічну, статистичну, так і за формами управління, володіння та рівнями комфорту. Наприклад, у статистичному бюлетені Державного комітету статистики України «Туризм в Україні» за 2007 р. усі засоби розміщення згруповані за двома напрямками: підприємства готельного типу (Hotel facilities) та підприємства оздоровлення і відпочинку (Recreational facilities), що не відповідає класифікаційним вимогам Держстандарту України (ДСТУ 42527:2006).

Структура ринку засобів розміщення за останні 10 років значно змінилася. Крім підприємств готельного типу з'явилися нетрадиційні або підприємства не готельного типу (non hotel type): приватні апартamenti, комплекси фітнесу та розваг. В Україні розвиток нетрадиційних засобів розміщення розпочався у 90-х роках, і тепер їх відсоток щодо всіх засобів розміщення становить 25-30 % [209].

Сучасна типологія засобів розміщення визначається розвитком рекреаційної інфраструктури, забезпеченням її нормативно-експлуатаційними актами, виявленням функціонально-типологічних структур. Усі засоби розміщення в туристичних регіонах повинні класифікуватися згідно Національного стандарту України «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» (ДСТУ 42527:2006). Стандарт дає змогу усі засоби розміщення класифікувати за формами, видами й типами (див. рисунок 3.12). Але на жаль, сучасний бізнес підприємців готельної сфери та приватних засобів розміщення не признає їх типологію за функціональним профілем. Як показали дослідження джерел статистики, починаючи з 2002 р. зберігалася тенденція скорочення числа готелів через збитковість, надання в оренду іншим підприємствам тощо. Проведене автором дослідження групування засобів розміщення дає підстави вважати, що в Одеському регіоні із 42 типів закладів розміщення згідно державного стандарту функціонує 10. В той же час база регіональної статистики не має джерел щодо дослідження 11 типів індивідуальних засобів розміщення туристів, тому що вони не звітують до місцевих державних установ сфери курортів та туризму.

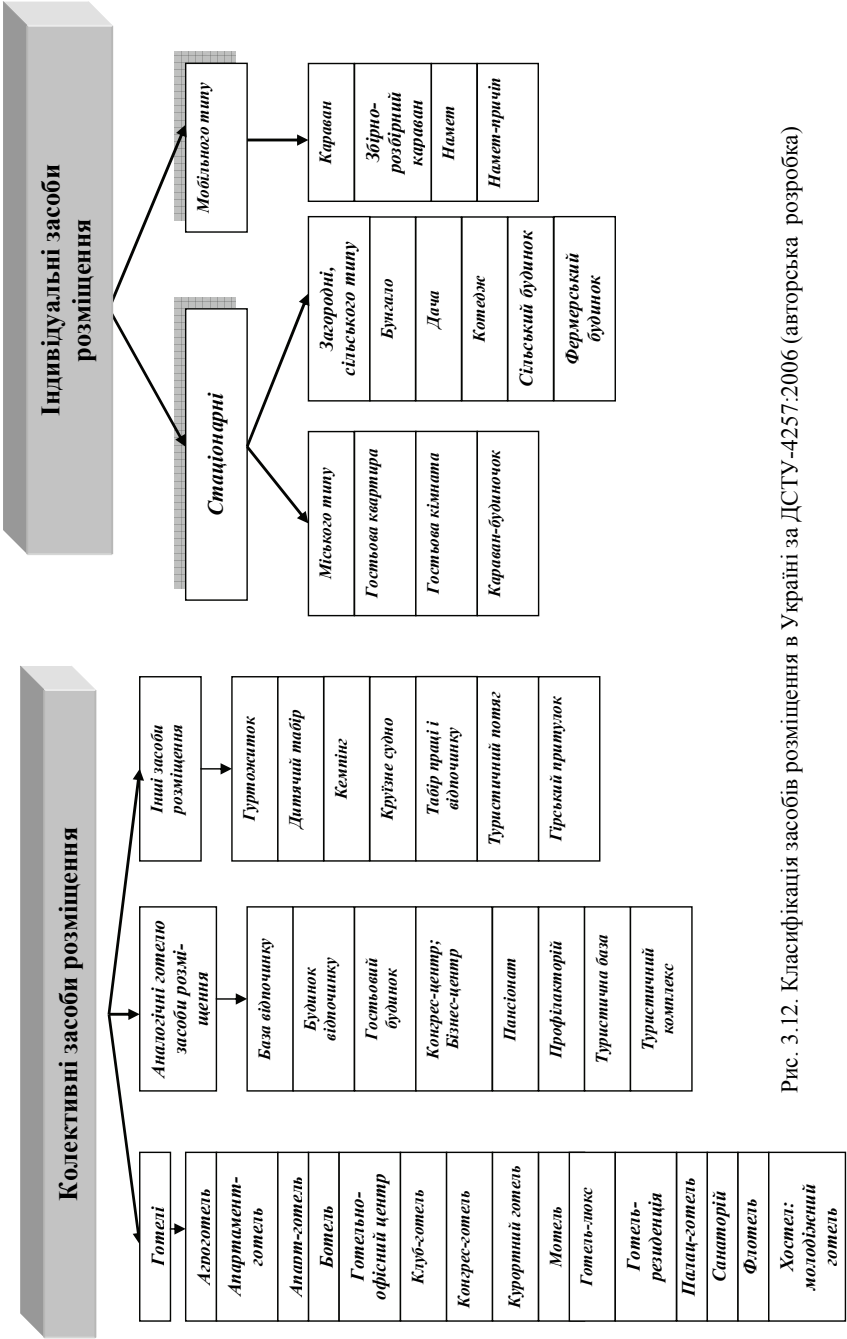


Рис. 3.12. Класифікація засобів розміщення в Україні за ДСТУ -4257:2006 (авторська розробка)

В ході дослідження ми звертаємо увагу підприємців державних установ на те, що для опису в рекламних матеріалах, Інтернет-сайтах своїх послуг в засобах розміщення треба дотримуватися вимог вищенаведеного стандарту щодо термінів та визначень з метою обов'язкової сертифікації послуг.

Порівняно з 2007 р. кількість готельних підприємств в регіонах України збільшилась на 363 одиниць, або на 13 %. Це відбулося, в основному, за рахунок створення нових готелів, розширення кола непрофільних підприємств, які мають на своєму балансі молодіжні турбази та гірські притулки та інші місця для короткотермінового розміщення, або тих підприємців, що у звітному році розпочали діяльність з надання послуг розміщення [255].

Сучасні інтеграційні процеси, розвиток готельних ланцюгів, структурні зміни в регіональних туристично-рекреаційних комплексах вимагають від приватних засобів розміщення впровадження сучасних технологій обслуговування для створення нової конкурентноздатної політики готельної марки: підвищення якості послуг, інформаційного, технічного, естетичного комфорту, комфорту безпеки. Засоби розміщення також є основними джерелами статистичних даних із внутрішнього туризму в регіонах. Дослідження динаміки розвитку підприємств готельного господарства в Одеському регіоні, свідчить, що з 1995 р., кількість закладів готельної сфери зменшилась на 40 одиниць, або на 30,2%, також зменшилась одноразова місткість на 606 місць, або на 7,2%, але житлова площа всіх номерів підвищилась на 18 тис. кв. м. завдяки реконструкції і вводу в дію нових готелів (див. табл. 3.6).

Питання щодо організації підприємницької діяльності в готельному господарстві, розробки концепції уніфікованих технологій готельних послуг, маркетингу ринку готельних послуг, економічного аналізу розглядаються в наукових працях таких вчених та фахівців, як Байлик С.І., Крижановська О.П., Кузнецова Н.М., Лук'янова Л.Г., Федорченко В.К., Яковлев Г.А. [12, 113, 119, 204, 247].

Динаміка розвитку підприємств гостинності в Одеському регіоні за 1995-2008 р.р.

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2008 у % до 1998
<i>Кількість готелів інших місць для тимчасового проживання, одиниць</i>	121	120	121	105	108	96	89	83	73	74	79	76	80	81	77,1
<i>Кількість номерів, одиниць</i>	3258	3436	3193	3921	3872	3674	3590	3515	3237	3195	3262	3273	3701	3952	100,8
<i>Житлова площа всіх номерів, тис.м²</i>	71,1	68,9	55,3	76,0	78,2	75,6	70,8	73,6	67,8	72,8	75,3	76,0	84,5	89,1	117,2
<i>Одноразова місткість, місць</i>	8394	8786	8581	9253	8688	8161	7685	7363	7019	6565	6619	6611	7425	7788	84,2
<i>Обслуговано приїжджих, тис. осіб</i>	...	...	...	220,3	213,5	243,1	262,7	267,4	255,8	267,7	289,8	295,5	298,5	241,7	109,7

Але науковцями не розглядались питання щодо аналізу регіональних факторів розвитку малих підприємств готельної сфери, їх вкладу в розвиток регіонального туризму, інвестиційної привабливості, конкурентоспроможності в галузі. Тому мета даного розділу дослідження полягає в тому, щоб проаналізувати структурні зміни підприємств розміщування в туристичному регіоні і визначити рівень інвестиційної привабливості та конкуренції підприємств в готельній сфері.

Одною з головних проблем розвитку готельного господарства України є створення сприятливого інвестиційного клімату та пошуку джерел фінансування для будівництва нових і реконструкції вже діючих підприємств з розміщення туристів.

Аналіз розвитку бази розміщення санаторно-курортних закладів Одеського регіону, свідчить про позитивні тенденції зростання кількості дитячих таборів майже в 4 рази. Із 2005 р. припинено зменшення кількості санаторно-курортних підприємств загалом (див. табл. 3.7).

Одеська область має потужний потенціал в Україні по кількості засобів розміщення, тому є доцільним проаналізувати стан підприємницької діяльності в готельному господарстві регіону за джерелами статистики [255].

У 2008 році в області функціонувало 81 підприємство готельного типу, що на 7 одиниць, або на 5,1 % більше, ніж у 2003 році. Лівову частку в структурі підприємств по розміщенню туристів займали і займають готелі – 48 одиниць. Питома вага готелів у загальній кількості підприємств на кінець 2008 року складала 59,0%, це більше, ніж на кінець 2007 року. Серед загальної кількості підприємств готельного господарства, крім готелів, функціонувало 2 кемпінги, 3 молодіжні турбази, 28 гуртожитків для приїжджих та інших місць для короткотермінового проживання. Чисельність даних підприємств по розміщенню порівняно з 2007 роком змінилася. Одеський регіон зменшив рейтинг, і у 2008 році посідає восьме місце по Україні (табл. 3.8).

Таблиця 3.7

Динаміка розвитку санаторно-курортних та оздоровчих закладів в Одеському регіоні за 1995-2008 р.р.

Рік	Санаторії та пансіонати * лікуванням		Санаторії-профілакторії ^д		Будинки і пансіонати відпочинку ^г		Бази та інші заклади відпочинку ^г		Дитячі оздоровчі табори	
	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.
1995	45	17,2	16	1,4	8	2,6	213	26,6	396	8,4
1996	44	16,1	15	1,2	6	2,4	211	26,1	334	9,6
1997	37	15,8	12	1,0	6	2,4	183	24,0	326	9,4
1998	37	15,4	11	0,9	8	3,2	253	26,4	358	9,6
1999	38	15,6	12	0,9	8	2,5	290	26,9	296	11,3
2000	37	15,1	12	1,1	8	2,0	281	31,2	406	8,7
2001	35	14,5	13	1,2	10	1,7	297	32,3	439	9,9
2002	33	14,5	12	1,3	12	2,2	316	35,6	616	11,9
2003	35	14,7	11	1,2	12	2,1	322	36,9	883	11,1
2004	36	14,5	11	1,1	13	2,3	319	36,1	947	11,4
2005	37	14,6	9	1,2	13	2,1	309	34,7	1116	11,5
2006	37	14,5	9	1,1	13	2,1	333	36,3	1175	13,1
2007	37	14,8	9	1,1	12	2,0	360	37,1	1190	11,5
2008	37	14,2	9	1,0	11	2,3	373	36,9	1247	13,0
2008 у до 1995	82,2	82,5	56,3	71,4	137,4	88,4	175,1	138,7	314,9	154,7

Починаючи з 2002 р. інформація стосовно діяльності санаторно-курортних (оздоровчих) закладів подається за 12 місяців: з 1 листопада попереднього по 30 жовтня зазначеного року.

Таблиця 3.8

**Рейтинг Одеської області за кількістю засобів розміщення
туристів серед усіх регіонів України**

Регіони	2005		2006		2007		2008	
	К-сть	Місце	К-сть	Місце	К-сть	Місце	К-сть	Місце
Україна - усього (27 підрозділів)	1232		1269		1420		1595	
Львівська обл.	100	3	110	2	128	1	148	1
м.Київ	109	1	117	1	123	2	125	2
Херсонська обл.	34	15	32	18	38	15	120	3
Дніпропетровська обл.	106	2	106	3	107	3	103	4
Луганська обл.	56	6	79	5	83	5	101	5
Миколаївська обл.	30	17	27	21	84	4	95	6
АР Крим	79	4	82	4	83	5	93	7
Одеська обл. - у т.ч. у % до підсумку	79	4	76	6	80	6	81	8
	6,40%		6,00%		5,60%		5,10%	

У 2008 році підприємства готельного господарства регіону налічували 3952 номерів, житлова площа яких складає 89,1 тис. кв. м, з них майже половина номерів – двомісні, 14,4 % - трьохмісні та з більшою кількістю місць для проживання, 16,5 % - одномісні і тільки 7,9 % та 12,4% відповідно – номери люкс і напівлюкс. Кількість номерів порівняно з 2007 роком збільшилась на 251 одиницю, або на 11,5 %, житлова площа їх збільшилась на 0,3 тис. кв. м, або на 1,0%. Зі збільшенням кількості номерів у підприємствах готельного сервісу в 2008 році вперше за останні роки збільшилась одноразова місткість готелів на 766 місць і склала 5844 місць.

Динаміка показників функціонування ринку засобів розміщення Одеської області наведено в таблиці 3.9. Як свідчать дані на протязі 2005-2008рр. середня тривалість перебування туристів не змінилась, а доходи від перебування мають позитивну динаміку.

Надходження іноземних капіталів в готельний бізнес нашого регіону для будівництва та відновлення матеріально-технічної бази становлять невелику частку в загальному обсязі іноземних інвестицій. Обсяг прямих іноземних інвестицій становив 15,8 млн. дол. США. Ці кошти вкладені в 13 підприємств області. Прямі іноземні інвестиції надійшли з 8 країн світу. Найбільші капіталовкладення спрямували фірми з Сполучених Штатів Америки – 6,8 млн. дол. США, Кіпру – 3,6 млн. дол. США, Віргінських Островів (Брит.) – 1,8 млн. дол. США, Сполученого Королівства – 1,6 млн. дол. США.

Таблиця 3.9

**Динаміка показників функціонування ринку послуг засобів
розміщення Одеської області за 2005-2008рр.**

Показники		Роки				2008 р у % до 2005р.
		2005	2006	2007	2008	
Кількість готелів та інших місць для короткотермінового проживання, од.		79	76	80	81	102,5
Житлова площа номерів, м2	усіх номерів	75266	76039	84504	89117	118,4
	на 1 номер	23,1	23,2	22,8	22,5	97,4
Загальна кількість	Місць	6619	6611	7425	7788	117,7
	Номерів	3262	3273	3701	3952	121,2
Середня місткість одного підприємства	Місць	84	87	93	96	114,3
	Номерів	41	43	46	49	119,5
Обслуговано приїжджих, осіб	Усього	289770	295468	298504	241670	83,4
	у т.ч. іноземців	51606	60639	63965	55792	108,1
Термін перебування приїжджих, людино-діб	Усього	683320	700059	739198	578203	84,6
	у т.ч. іноземців	118382	146612	148640	129834	109,7
Середня тривалість перебування, діб	Усього	2,4	2,4	2,4	2,4	1
	у т.ч. іноземців	2,3	2,4	2,3	2,3	1
Доходи від основного виду діяльності	усього, тис. грн.	76472	100640	132426	138770	181,5
	від 1 підприємства, тис. грн.	968	1324,2	1655,3	1713,2	177
	від 1 людино- доби, грн.	112	144	179	240	214,3
Коефіцієнт навантаження		0,28	0,29	0,27	0,20	0,71

Привабливість підприємств для короткотермінового проживання в області в певній мірі відображає загальний час перебування приїжджих. Тенденція його динаміки в цілому співпадає з тенденцією динаміки кількості обслуговуваних приїжджих. Загальний час перебування приїжджих у готелях у 2008 році становив 484,2 тис. людино-діб і зменшився проти 2007 року на 13,6 %, загальний час перебування іноземних громадян також зменшився на 4,0 % і становив 125,5 тис. людино-діб (табл.3.11). Як і в попередні роки, найбільша кількість приїжджих (85,1 % або 246,5 тис. осіб) зупинялась у готелях м. Одеси, з них 20,9 % або 51,6 тис. осіб – громадяни інших країн. Загальний час перебування в них становив 464,2 тис. людино-діб, що менше, ніж у 2007

році на 11,9 %, загальний час перебування іноземних громадян зменшився на 3,3 % і становив 120,3 тис. людино-днів.

Таблиця 3.10

Динаміка туристичного потоку в Одеській області (осіб)

<i>Рік</i>	<i>Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього¹</i>	<i>Із загальної кількості туристів:</i>	
		<i>Іноземні туристи</i>	<i>Внутрішні туристи</i>
2000	242423	77332	139800
2001	266676	71490	174540
2002	273972	75928	180635
2003	383576	122860	241697
2004	110638	58745	24432
2005	117669	53514	34438
2006	127345	56801	34363
2007	133038	52228	36045
2008	127598	44119	33745
2008 у % до 2000	52,6	57,0	24,1

¹ За даними Державної служби туризму і курортів України [261]

В табл. 3.10 наведено дані щодо динаміки та структури туристичного потоку в Одеському регіоні за 2000-2008 рр. Як свідчать дані, динаміка обсягу туристичного потоку відповідає загальній забезпеченості місцями на підприємствах розміщення регіону.

Дані табл. 3.11 показують, що середній річний оборот одного місця у місяцях для короткотермінового проживання в 2008 році становив 74,2 доби, в готелях – 83 доби. Доходи підприємців від експлуатації готелів та інших місць для короткотермінового проживання продовжують збільшуватись. Доходи від плати за проживання склали 138,7 млн. грн., що більше ніж у 2007 році на 6,3 млн. грн. Слід відмітити, що як і в попередні роки основна частина доходу отримана від підприємств готельного сервісу в міській місцевості – 138,3 млн. грн. (99,7 % від загального обсягу). І навпаки, підприємства готельного господарства в сільській місцевості несуть збитки завдяки високому рівню зносу основних засобів, особливо Арцизького, Тарутинського, Татарбунарського районів.

Таблиця 3.11

**Основні показники діяльності підприємств гостинності
в Одеському регіоні за даними Держкомстату України [225]**

Показники діяльності	Одиниці виміру	2004	2005	2006	2007	2008
Кількість підприємств	одиниць	74	79	76	80	81
в них номерів	одиниць	3195	3262	2719	2733	3165
Житлова площа всіх номерів	тис. кв. м	72,8	75,3	76,0	84,5	89,1
Кількість готелів	одиниць	44	49	48	46	48
Одноразова місткість	місць	6565	6619	6611	7425	7788
- у тому числі готелів	місць	4923	5031	5116	5138	5844
Обслуговано приїжджих	осіб	267726	289770	295468	298504	241670
- у тому числі іноземців	осіб	62660	51606	60639	63965	55792
Обслуговано приїжджих у готелях	осіб	237149	258135	264667	281107	229180
- у тому числі іноземців	осіб	44272	48101	60551	62433	55263
Загальний час перебування приїжджих	людино-діб	664588	683320	700059	739198	578203
- у тому числі іноземців	людино-діб	113896	118382	146612	148640	129834
Загальний час перебування приїжджих у готелях	людино-діб	622526	592810	614062	577271	484178
- у тому числі іноземців	людино-діб	94697	112914	142086	133183	125505
Доходи від основного виду діяльності	тис. грн.	62778	76472	100640	132425	138770
- у тому числі в готелях	тис. грн.	61542	75112	99243	126268	130523
Оборот одного місяця в підприємствах розміщування	діб	101	103	105	99	74
Оборот одного місяця у готелях	діб	126	118	120	112	83
Коефіцієнт використання місткості підприємств розміщення		0,28	0,28	0,29	0,27	0,20
Коефіцієнт використання місткості готелів		0,35	0,32	0,33	0,31	0,23

Від загального часу перебування приїжджих та одноразової місткості підприємств залежать показники ефективності використання номерного фонду.

Результат співвідношення вищеназваних характеристик діяльності підприємств готельного господарства (оборот одного місяця) показує, скільки діб впродовж року було зайнятим в середньому кожне місце. У

2005 році оборот одного місця складав 101 добу, а в 2008 році 74,2 доби, порівняно з 2004 р зменшився на 26,5%. Узагальнюючий показник ефективності використання місткості підприємств готельного господарства (співвідношення обороту одного місця за 365 діб) також демонструє тенденцію до зменшення. В цілому за всіма підприємствами по розміщенню туристів ефективність використання номерного фонду склала 20,0% і зменшилась за 2004-2008 роки на 8 в.п. У сільській місцевості цей показник значно нижчий і коливався від 4,3% у готелях до 1,0% в інших місцях для короткотермінового проживання.

Дослідження діяльності підприємств на ринку готельних послуг Одеського регіону показало, що в м. Одесі розташована найбільша кількість підприємств готельного господарства Одеської області (40,8 % від загальної кількості) (див. табл. 3.12).

Таблиця 3.12

**Готелі та інші місця для тимчасового проживання
в м. Одесі 2000-2008 рр.**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2008 у % до 2000
Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання	36	35	31	34	31	36	33	53	55	152,7
Кількість номерів	1215	1216	1054	1076	1049	1092	1002	1589	1644	135,3
Житлова площа всіх номерів, тис. м ²	21,2	21,4	19,2	20,7	20,0	20,9	19,5	31,4	33,9	159,9
Одноразова місткість, місць	2491	2415	2115	2132	2018	2139	1921	3960	3960	158,9
Обслуговано приїжджих, тис. осіб	73,7	81,0	88,4	122,1	106,0	119,9	110,7	105,7	103,1	139,9

Доходи підприємств від експлуатації готелів та інших місць для короткотермінового проживання у 2008 р. в порівнянні з 2006 р. збільшились на 31,6 %. Доходи, які отримані від обслуговування іноземних громадян збільшились в 1,7 рази і склали 35,8 % від загального обсягу. Основна частина доходу від проживання у готельному господарстві, одержана готелями м. Одеси, - 94,1 % від загального обсягу [225, 255].

Значна кількість засобів розміщення, представлених в Одесі, практично не займається рекламною діяльністю, не мають Інтернет-сайту, мають в своєму розпорядженні застарілу матеріально-технічну базу, тобто

такі готелі складно розглядати як конкурентноспроможні на світовому ринку готельних послуг. Як показує рис.3.13. 40 % готелів міста взагалі не мають категорії, 5 зірок офіційно отримав лише один готель бутік «Відрода» [255].

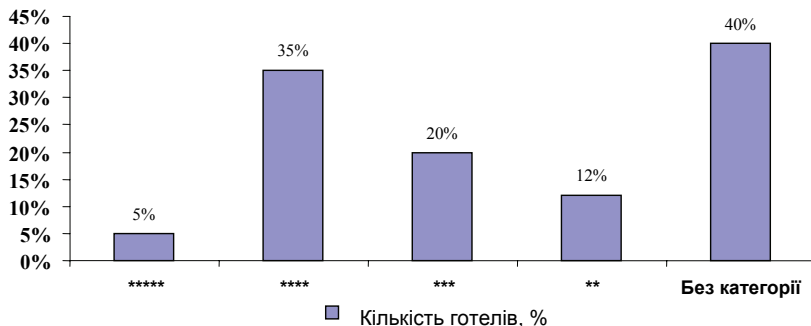


Рис. 3.13. Рівень комфорту готелів м. Одеси за категорією

Найбільш заповнений сегмент ринку готельних послуг Одеси – це готелі, що мають до 50 номерів, вони складають 57 % загальної кількості готелів міста, що наочно показує рис.3.14. З іншого боку, недостатньо готелів з кількістю номерів більше 100 – лише 13 % загальної кількості.

Середня ціна номера на ринку готельних послуг Одеси складає 522 грн. Дана ціна була визначена на підставі даних про ціни стандартних номерів готелів міста, яким була привласнена категорія «2-5 зірок» в 2008р.

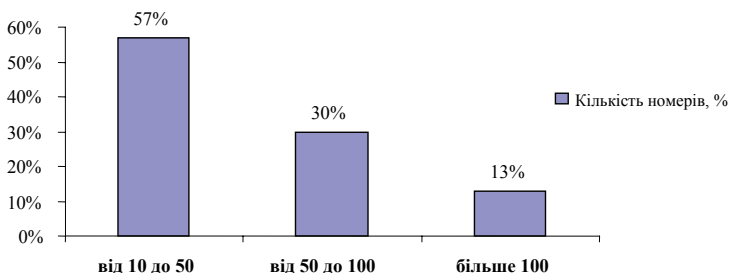


Рис.3.14. Місткість готелів м. Одеси

На підставі даних про місткість (4243 місць), середню ціну (522 грн.) і середній коефіцієнт завантаження (39%) готелів Одеси представляється доцільним визначити ємність ринку готельних послуг. Ємність ринку – це сукупний платоспроможний попит покупців, зміряний в конкретний

момент часу об'єм продажів товарів або послуг на конкретній території. Це поняття демонструє принципову можливість роботи на конкретному ринку. Немає сенсу працювати на ринку, ємність якого незначна в порівнянні з можливостями підприємства: витрати на впровадження можуть не окупитися. Слід мати на увазі, що не завжди найбільша ємність ринку означає найкращі можливості його освоєння. На такому ринку може бути сильна конкуренція або високий ступінь задоволеності споживачів послугами конкурентів. Ємність ринку готельних послуг Одеси станом на 2008р. розраховано за методикою А. Дуровича за формулою 3.2:

$$E = N \times K_s \times C \times 365 \text{ днів}, \quad (3.2)$$

де: E – ємність ринку,
 N – місткість номерного фонду готелю,
 K_s – середній коефіцієнт завантаження номерного фонду,
 C – середня ціна номеру.

$$E = 4243 \times 0,39 \times 522 \times 365 = 315283 \text{ тис. грн.}$$

Отже, річна ємність ринку готельних послуг м. Одеси складає 315 млн. 283 тис. грн. (\$63 млн.). Потенційна ємність – це потенційно можливий об'єм продажів певного товару або послуги на ринку протягом заданого періоду, залежний від попиту на товар, рівня цін, загальної кон'юнктури ринку. Потенційна ємність міста з мільйонним населенням оцінюється експертами приблизно в \$250 млн. Отже, в місті є передумови для подальшого розвитку готельного бізнесу та росту бюджетних доходів регіону.

Для визначення розподілу підприємницьких сил в конкурентній боротьбі нами використовувались фактичні ринкові частки підприємств в загальному об'ємі реалізації продукції заданого асортименту, що показує ступінь домінування готелів на ринку, їх можливість впливати на об'ємні і структурні характеристики попиту і пропозиції. Фахівці розрізняють показник ринкової частки по кількості проданих номерів (формула 3.3), який оперує об'ємами реалізації в натуральних вимірниках, що істотно з погляду оцінки пайової місткості ринку. Разом з тим, коли продукція має високий ступінь диференціації, отже, широкий діапазон цін, використовують ринкову частку, зважену за ціною (формула 3.4).

$$D_{ik} = \frac{KI}{\sum KI}, \quad i = 1, \dots, n, \quad 0 < D_{ik} \leq 1 \quad (3.3)$$

$$D_{iv} = \frac{KI \times CI}{\sum KI \times CI} \quad \text{або} \quad D_{iv} = \frac{BI}{\sum BI}, \quad \text{де} \quad (3.4)$$

D_{ik} – ринкова частка i -ого підприємства за кількістю проданих номерів,

Ki – кількість реалізованих послуг з розміщення туристів i -того готелю,

Ді_і – ринкова частка і-ого підприємства за об'ємом реалізації послуг,
Ці_і – середньозважена ціна готельного продукту і-ого підприємства,
Ві – обсяг реалізації і-ого підприємства.

У зв'язку з тим, що диференціація продукції є найважливішою ознакою конкурентного ринку, а також для усунення ситуацій неповного обліку цінової політики конкурентів при розрахунку ринкових часток зазвичай користуються формулою, що використовує вартісні показники.

Отримані дані дозволяють нам провести оцінку розподілу ринкових часток за допомогою індексу Херфіндаля-Хиршмана (Herfindahl Index) (формула 3.5). Індекс Херфіндаля-Хиршмана збільшується по мірі зростання конкуренції в галузі і досягає при чистій монополії «1», а у разі відсутності конкуренції «0». У галузі (на ринку), де діють 100 рівнозначних організацій з рівними частками ННІ = 0,01. Якщо значення індексу знаходиться в інтервалі «0 - 0,2» - така ситуація характеризує чисту конкуренцію; «0,2 - 0,4» - монополістичну конкуренцію; «0,4 - 1,0» - олігополістичну конкуренцію.

$$NNI = \sum q_i^2 \quad (3.5)$$

де: *NNI* – індекс Херфіндаля-Хиршмана,

q_i – частка і-ого підприємства у загальному об'ємі реалізації продукції.

В процесі дослідження було розраховано ринкові частки для готельних підприємств міста, використовуючи формулу 3.3.

Індекс Херфіндаля-Хиршмана для 25 готельних підприємств міста за категорійними ознаками дорівнює 0,0097.

$$\begin{aligned} NNI &= 0,009^2 + 0,008^2 + 0,028^2 + 0,019^2 + 0,008^2 + 0,0125^2 + 0,014^2 + \\ &+ 0,019^2 + 0,01^2 + 0,047^2 + 0,003^2 + 0,005^2 + 0,0044^2 + 0,0052^2 + 0,028^2 + \\ &+ 0,0045^2 + 0,005^2 + 0,016^2 + 0,011^2 + 0,03^2 + 0,036^2 + 0,017^2 + 0,034^2 + \\ &+ 0,009^2 + 0,005^2 = 0,0097 \end{aligned}$$

Таким чином, для ринку готельних послуг Одеси характерна ситуація чистої конкуренції, тобто є велике число підприємств, кожне з яких володіє достатньо повною ринковою інформацією і не може контролювати ринковий попит і ціну. Безумовно, робити висновки про ступінь домінування того або іншого підприємства в конкурентній боротьбі, виходячи з показників ринкової частки, не є об'єктивним. При розрахунках за основу був взятий середній по місту і єдиний для всіх готелів коефіцієнт завантаження номерного фонду (згідно даним Головного управління статистики в Одеській області), але різні підприємства характеризуються різними показниками.

З приведеного аналізу можна зробити висновки, що готельний бізнес набуває розвитку в основному в м. Одесі, тоді як у районах області кількість підприємств продовжує скорочуватись, відсутні такі колективні засоби розмішування як «агроготель», «апарт-готель», «мотель» (див. табл. 3.13).

Таблиця 3.13

Структура розміщення закладів туристично-оздоровчого призначення в Одеській області за даними облдержадміністрації (2010 р.)

№ п/п	Назва району, міста	Всього закладів	У тому числі:				
			Санаторії, профілакторії	Бази відпочинку, пансіонати	Дитячі оздоровчі заклади	Дитячі санаторії	Готелі, кемпінги
1	Ананівський	1	-	-	-	-	1
2	Арцизький	6	-	2	-	-	4
3	Балтський	4	-	1	-	-	3
4	Біляївський	8	-	-	2	2	4
5	Білгород-Дністровський	83	1	73	1	-	8
6	Березівський	4	-	-	1	-	3
7	Болградський	5	-	-	1	-	4
8	Велико-Михайлівський	1	-	-	-	-	1
9	Іванівський	2	-	-	-	-	2
10	Ізмаїльський	7	-	5	1	-	1
11	Кілійський	110	-	99	5	-	6
12	Кодимський	4	-	-	-	1	3
13	Комінтернівський	71	1	63	-	-	7
14	Котовський	1	-	-	1	-	-
15	Красноокнянський	1	-	-	-	-	1
16	Любашівський	1	-	-	-	-	1
17	Миколаївський	1	-	-	-	-	1
18	Овідіопольський	76	1	50	4	-	21
19	Ренійський	9	-	1	-	-	8
20	Роздільнянський	3	-	1	-	-	2
21	Савранський	3	-	1	1	-	1
22	Саратський	1	-	-	-	-	1
23	Тарутинський	2	-	-	-	-	2
24	Татарбунарський	123	-	117	4	-	2
25	Фрунзівський	1	-	-	-	-	1
26	Ширяївський	1	-	-	-	-	1
27	м. Одеса	189	29	20	21	4	115
28	м. Білгород-Дністровський	274	9	215	14	4	32
29	м. Ізмаїл	11	-	-	-	-	11
30	м. Іллічівськ	12	1	2	1	1	7
31	м. Котовськ	1	-	-	-	-	1
32	м. Теплодар	-	-	-	-	-	-
33	м. Южне	5	1	1	-	-	3
Усього по області:		1021	43	651	57	12	258
у % до підсумку		100 %	4,2	63,8	5,6	1,2	25,2

За даними облдержадміністрації в Одеському регіоні на 1.01.2010 р. найбільш поширеною формою серед закладів розміщення готельного типу є бази відпочинку та пансіонати (63,8%). Звернемо увагу на те, що для будь-якого регіону необхідно мати належний рівень розвитку готельного господарства, так як воно дає досить швидке повернення вкладених коштів, крім того воно сприяє поживленню усіх суспільно-економічних контактів та зв'язків, посилює економічний потенціал регіонів, піднімає рейтинг держави, окремих її міст у світовому співтоваристві і навпаки нестача готелів гальмує всі ці процеси. В локальних районах Одеської області готельний бізнес розвивається недостатньо швидкими темпами, тому необхідно активізувати інвестиційну діяльність підприємців за рахунок створення сприятливих умов, завдяки підвищенню стійкості правової стабільності при реалізації довгострокових інвестиційних проектів, створенню інформаційної прозорості, коли потенційний інвестор зможе одержати повні та достовірні дані про фінансовий стан позичальника та про критерії для інвестиційних показників, прийнятих в практиці розвинених країн.

Підприємства готельного бізнесу Одеського регіону в 2009 році одержали доходи в розмірі 162,2 млн. грн., що на 16,9 млн. грн. більше порівняно з попереднім роком. При цьому кількість споживачів загалом зменшилось і склала біля 214 тисяч осіб, в т.ч. доля іноземних відвідувачів 20 % від загальної кількості або на 11,6 % менше порівняно з 2008 р. Середня тривалість перебування зменшилась на 22,5% і склала 2,1 доби [263]. Ці процеси свідчать про тенденції загальної світової кризи, а доходи готельних підприємств збільшились за рахунок зростання вартості готельних послуг.

Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу виявляються у створенні крупних корпорацій і готельних мереж. Інтегровані готельні мережі просувають і реалізують однорідний продукт. Вони управляються прямо або опосередковано через франчайзингову систему або за контрактом на управління. Для зменшення тиску конкуренції, як було визначено вище, на думку автора можна запропонувати підприємцям малого готельного бізнесу підприємницький досвід Франції, де, наприклад, система франчайзингу розвивається в одно- і двозірковому готельному секторі. Завдяки цій системі двозірковій готельній мережі («Аркад», «Ібіс») і однозірковій мережі («Балладан», «Формула 1») побудували сотні готелів за останнє десятиліття, що значно підвищило обсяги туристичного потоку середнього класу туристів в регіони Франції.

В Одеському регіоні з'явилась тенденція щодо власної політики протистояння регіональній конкуренції, коли незалежні готелі об'єднуються в готельні інтегровані мережі інших регіонів, наприклад, «Моцарт», «Лондонська», «Брістоль» (консорціум «Прем'єр-Хотелс»), «Юність», яка увійшла до мережі «Аккорд». Треба констатувати і появу в

регіоні готельних мереж, які належать до консорціуму «Чорне море» (Одеса)- 5 готелів. Але в Україні законодавчо поки ще не закріплені відносини готельних господарств в інтегрованих мережах. Це є необхідним рішенням для багатьох готелів України і м. Одеси, що приймають західних туристів.

Як показали дослідження практики готельного бізнесу в Одеському регіоні, готелям, які спеціалізуються на сегменті ділових туристів («Айвазовський», «Лондон», «Аркадія-Плаза», «Фраполлі», «Одеса»), необхідно мати представництво в усіх глобальних системах резервування (GDS): Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. Їм належить більше 90% ринку бронювання, їхні термінали встановлені в більш ніж 400 тис. турагенціях по всьому світу [119]. Установка в готелі власних терміналів GDS є найбільш складним і дорогим рішенням. Тому є найбільш доцільним інтегруватися в єдину регіональну мережу готелів та укласти договір з крупним закордонним туроператором, що вже має доступ до глобальних систем резервування і підвищити рівень завантаження готелю.

Автор вважає, що при створенні регіональних готельних мереж необхідно дотримуватися категорійних вимог та позиціонування однорідних послуг на ринку. Також велике значення має підбір об'єктів мережі, необхідних для оптимального об'єднання. Одним із інструментів, що дозволяють вибрати оптимальну альтернативу, на думку більшості фахівців при підборі готельного підприємства до участі в готельній мережі, є математичне моделювання завдання ухвалення рішення в умовах невизначеності. При цьому формуються гіпотези поведінки зовнішнього середовища, що дозволяють дати оцінку кожній альтернативі за допомогою єдиного числового критерію.

Таким чином, на підставі проведеного нами дослідження рівня конкуренції та розрахунку індексу конкуренції готельних підприємств можна стверджувати, що в Одеському регіоні, а саме в м. Одесі, склалися конкурентні та природні умови для розвитку регіонального готельного франчайзингу. Готельний франчайзинг – це новітній метод підприємництва, завдяки якому підприємець, що є власником готелю, може об'єднатися з готельною мережею, що вже діє. Франчайзер надає захищене в законному порядку право займатися певною підприємницькою діяльністю, а також допомогу в організації цієї діяльності, реалізації і управлінні за винагороду від франчайзі-готелю. Але для цього необхідні законодавчі акти та підтримка розвитку малого готельного бізнесу на регіональному рівні. Нестача номерного фонду в наймасовішому середньому ціновому сегменті в Одеському регіоні повинна спонукати державні органи влади до прийняття муніципальних програм з розвитку мереж двох-тризіркових категорійних готелів та туристичних комплексів.

РОЗДІЛ 4

УМОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ АГРОРЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

4.1. Аналіз регіональних умов формування територіально-рекреаційних кластерів аграрного туризму

Кінець XX століття висунув нову парадигму регіонального розвитку, традиційна регіональна економічна політика вступила у протиріччя з загальноекономічною структурною промисловою політикою: на передній план висунулися завдання підвищення ефективності виробництва, його структурна перебудова. Постало завдання стимулювати ефективну просторову організацію, причому коштів для здійснення минулих напрямків регіональної економічної політики стало ще менше. Це призвело до скорочення числа районів зі статусом „проблемний”, а також до зняття обмежень на нове будівництво у високорозвинених районах. Регіональна економічна політика із загальнонаціонального макрорівня переводиться на мезо- та мікрорівні, на стимулювання місцевої ініціативи, в тому числі на створення технопарків, зон підприємництва, технополісів, зон прикордонного співробітництва та ін.

Важливою обставиною розвитку сучасного підприємництва є формування специфічної моделі територіальної організації виробництва. Сучасна фірма, особливо мале підприємство, вже не може розвиватись незалежно від того середовища, де воно функціонує. Тому більшість подібних фірм об'єднуються в локальні підприємницькі мережі. Нові технології зробили такі об'єднання малих підприємств ефективними та конкурентоспроможними. Територія, або точніше, економічне оточуюче середовище для таких об'єднань (промислових округів, місцевих виробничих систем, мережних, місцевих фірм, виробничих кластерів, філь'єрів і т. ін. стає важливим фактором розвитку, у значній мірі впливає на його конкурентні можливості, сприяє скороченню видатків виробництва, розвитку інноваційного потенціалу, підвищенню інвестиційної привабливості регіонів.

Сучасні уявлення про регіональний розвиток, що супроводжується структурною перебудовою отримало назву „концепція ендегенного розвитку”. Модель ендегенного розвитку базується на максимальному використанні місцевих ресурсів - робочої сили, акумульованому на місцевому рівні капіталу, підприємницького потенціалу, специфічних знаннях виробничого процесу і можливостях виконання специфічних професійних завдань. Іншим елементом моделі є здатність місцевої економіки контролювати процес накопичення на локальному рівні. Підґрунтям для розвитку стає наявність системи виробничих можливостей або схильність місцевого підприємницького співтовариства до розвитку

коопераційних зв'язків між окремими секторами і в середині секторів виробництва, а також здатність місцевого виробничого і економічного потенціалу до оновлення та інновацій.

Концепція ендегенного розвитку як нова парадигма регіональної економічної політики з'явилася в період глобалізації економіки. Процес глобалізації здавалося б знецінив головні постулати регіональної економіки. Глобалісти стверджують, що традиційні детермінанти локалізації виробничої діяльності перестали бути домінуючими. Глобалізація на їх думку могла б зробити різні території рівноцінними. Насправді ж нічого подібного не відбувається - географічна наближеність залишається визначальним фактором економічної динаміки, і існує безліч аргументів, які підтверджують цю гіпотезу.

Перший аргумент полягає у тому, що регіональне середовище не є нейтральним, воно відіграє свою роль за рахунок якості фізичних інфраструктур, які у свою чергу являють собою зовнішні статичні фактори, що використовуються окремо. Роль регіонального середовища залежить також від динаміки зовнішніх факторів, які стимулюють інноваційну діяльність, тобто рушійну силу економічного зростання. Зовнішні фактори пов'язані зі здобуттям та розповсюдженням знань, кваліфікацією кадрів, із локальними інформаційними та технологічними мережами

Окрім усього цього, якість життя, яка пропонується певною територією, обумовлює привабливість цієї території для інвестицій та інвестиційної діяльності, в якій використовуються висококваліфіковані людські ресурси.

Як не парадоксально це звучить, але саме глобалізація ринків спонукає підприємства однієї галузі до розвитку сусідської солідарності, тобто до створення кластерних моделей, себто до форм територіальної організації що стимулюють структурну перебудову і економічне зростання регіону. В кластерах істотно зменшуються витрати, пов'язані з окремими видами діяльності, наприклад, закордонною комерційною діяльністю, спільним дослідженням ринку, маркетинговою діяльністю, стимулюванням експорту, участю у ярмарках і салонах т. ін., покращенням технології виробництва. Розробляються нові продукції (в спільних лабораторіях), укладаються перехресні субпідрядні контракти між підприємствами одного й того ж регіону, зацікавленими у новітніх технологіях. Вважається, наприклад, що глобалізація дає будь-яким підприємствам можливість отримувати гроші, технології і товари звідки завгодно і розміщувати виробництво там, де воно буде більш ефективним з точки зору витрат. Вважається також, що тут діють сили понаддержавні і позаурядові. Проте це не зовсім так.

Світова практика розвитку економіки в сучасних умовах говорить про інше. Найсучасніші дослідження (Лимер, Портер, Толенадо, Солє)

показують, що джерелами і факторами економічного зростання є так звані кластерні механізми. Теорія кластерів отримала визнання. В її основі лежить уявлення про кластер пучок, блок, пакет. Подібно до того, як у пам'яті комп'ютера інформація складається в утворення такого виду, так і у сфері економічної групи успішно конкуруючих фірм утворюють аналогічні сполучення, забезпечуючи конкурентні позиції на ринках галузевому, територіальному (регіональному), державному, світовому.

За визначенням М.Портера кластери це "сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозв'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств по стандартизації, торговельних, туристичних, будівельних об'єднань) у певних конкуруючих областях" [168, с. 261].

Головною причиною успіху кластерної моделі є створення критичної маси для конкурентного успіху у певній сфері бізнесу. Малі та середні підприємства, якщо працюватимуть поодинокі, ніколи не сягнуть тих успіхів і тих переваг, яких досягають кластери. Кластери це форми територіальної організації, що стимулюють економічне зростання регіону. Вони дають можливість поєднати зусилля для вирішення регіональних проблем, ефективного та раціонального використання капіталу в умовах обмеженості обігових коштів та низької інвестиційної активності. Кластери сприяють раціональному використанню наявних ресурсів, підвищенню якості та збільшенню масштабів виробництва.

Цікаво, що кластерна ідея з'явилася у 80-х роках минулого століття у працях французьких дослідників, які досліджували розвиток та розміщення торгівлі та сфери послуг (Лимер Е., 1984). Але ще раніше, наприкінці 70-х, початку 80-х років у працях з регіональної економіки використовувалось поняття "фільєри". За допомогою фільєрів описувалися групи технологічно пов'язаних територіально-функціональних секторів (Толенадо Я., 1978, Сол'є Д., 1980). Саме функціональна залежність одного сектора від іншого за технологічною ознакою призводить до утворення фільєрів. Власне з фільєрів і була започаткована ідея кластерів, але з наукового обігу термін "фільєри" не зникає, він широко використовується у науковій літературі (особливо у Франції та Італії), коли треба аналізувати технологічні зв'язки між галузями та територіальними секторами з метою реалізації їх потенційних переваг.

Застосування кластерного підходу до аналізу розвитку великих транснаціональних компаній є й у працях скандинавських дослідників. Вони ввели у науковий оберт терміни "блоки розвитку" та "вертикалі дії", з допомогою яких підкреслюють важливість територіально-функціональних зв'язків між галузями для завойовування конкурентних переваг (Дахмен Е., 1987). Дослідження диверсифікаційних форм також

показують, що механізми диверсифікації також ведуть до утворення кластерів.

Але найголовнішою, на думку багатьох вчених, є та обставина, що з технологічної точки зору кластери сприяють темпам запровадження інновацій, визначають їх напрямок і тим самим створюють фундамент для майбутнього економічного зростання. Отже, теорія кластерів тісно пов'язана з концепціями інноваційного розвитку.

Відомо, що інновації, це по-перше, — ризик, тому навіть залучення найновіших методик вивчення інновацій можуть закінчитись для підприємця-новатора комерційною невдачею. Саме через це є необхідність створювати сукупність інноваційного підприємництва, сконцентрованого в певний період часу в певному економічному просторі. Це не що інше, як об'єднання різних організацій (промислових компаній, дослідницьких центрів, наукових установ, органів державного управління, громадських організацій), які дозволяють використовувати переваги двох способів координації економічної системи - внутрішньо-фірмової ієрархії і ринкового механізму для швидкого й ефективного розподілу нових знань, наукових знахідок та винаходів. У цьому разі ми маємо справу з розповсюдженням інновацій по мережі взаємозв'язків у загальному регіональному економічному просторі. Крім того, різноманітність різних джерел технологічних знань і зв'язків стає передумовою виникнення будь-якої інновації.

Отже, об'єднання в кластер, як чітку систему розповсюдження знань і технологій дає змогу впроваджувати швидкі зміни, оновлювати техніку і технологію за рахунок їх гнучкості. У кластері (коли витрати розподіляються між його учасниками) нижча ціна експерименту, чіткіше бачення та ясніше розуміння ринку, кращі умови доступу до інформації та кращі можливості її аналізу. Позитивною рисою кластерної моделі регіональної економіки є зростання продуктивності підприємств у тій місцевості, де створено кластер.

Позитивним ефектом розвитку кластерів, як форми розміщення продуктивних сил є поліпшення зв'язків між державними і громадськими організаціями, створення нового бізнесу у вільних сегментах ринку, відновлення спільних інтересів різних соціальних груп, підвищення впливовості некомерційних організацій в процесі регіонального розвитку. Важливе значення має також соціальний аспект кластерів це почуття єдності, співпраці людей, зайнятих у даному процесі, подолання ними відчуття взаємної недовіри, зайвої конкуренції, цілком реальна надія на розв'язання соціальних проблем за рахунок спільних зусиль.

В регіонах України із запровадженням кластерів з'являються можливості для вирішення проблем регіонального розвитку. До потенційних можливостей кластерного механізму слід віднести скорочення собівартості окремих видів промислової продукції, збільшення обсягів її виробництва,

диверсифікація економіки регіону. В Одеській області, наприклад, яка тісніше ніж інші регіони України пов'язана зі світовим ринком, є можливості створення кластерів в агропромисловому, морегосподарському, рекреаційному, фінансовому секторах. Але при створенні кластерів ми повинні відійти від звички розглядати локомотивами економічного зростання ті ж сукупності підприємств і галузей, що й 20-30 років тому. За останні 10-15 років виникло підґрунтя для розвитку нових секторів економіки регіонів.

У світовій практиці є приклади відходу від столітніх традицій на користь нового: славнозвісні амстердамські корабелі вже давно не символ цього міста, сьогодні обличчя його економіки - не промисловість, а послуги. Розвиток нових знань вивів Амстердам в число світових лідерів у сфері медичних технологій; отримали розвиток також кластери моделювання та шиття одягу, видавництва і друкарства, фінансів. Саме завдяки цьому, а не суднобудуванню, місто забезпечує собі економічне зростання.

Територіальні масштаби кластера можуть варіюватися від одного міста, регіону до країни, або навіть до кількох сусідніх країн. Феномен кластеру неможливо зрозуміти, якщо розглядати його особливості без урахування впливу розміщення. В економіці повинні переважати кластери, а не ізольовані підприємства і галузі. Концепція кластера як нової форми розміщення продуктивних сил, форми структурної перебудови - це новий спосіб бачення економіки країни, регіону, міста. Детальне вивчення становлення кластерів показує нам на нові ролі підприємств, державних установ, наукових та освітніх закладів, примушує по-новому розглядати також програми регіонального менеджменту.

Найважливішим моментом у дослідженні кластерів є з'ясування комбінації внутрішніх можливостей і зовнішніх стимулів для активізації кластерної активності та економічного зростання. Тут треба добре вивчити такі речі, як розміри постачання та рівень зв'язків з зовнішніми джерелами та відповідні їм постачання і зв'язки в своїх регіонах. Досягнення балансу є необхідною умовою ефективного функціонування кластеру. Досвід показує, що чим більше різних комбінацій між внутрішніми та зовнішніми джерелами існування кластерів, тим вищий рівень їх активності. Дослідження на Заході показують, що вплив масштабів просторової структури на рівень розвитку кластерів може бути як позитивним, так і негативним. Не завжди великі міста сприяють розвитку кластерів, більш ефективними є поліцентричні агломерації, або новостворені інтегровані системи розселення.

В Україні вже почалася кластерізація фірм. Певний досвід мається на Поділлі, де діють будівельний, туристичний, харчовий кластери. В Україні кластери діють лише у семи областях. В Одеській області це явище поки що не отримало будь-якого розвитку, а можливості для цього є, адже наша

область є транзитною територією для грошових потоків, оскільки тут зосереджені великі оптові ринки і сюди спрямовуються значні кошти з інших регіонів України. Тому кластери в Одеській області можуть орієнтуватися не тільки на зовнішнього споживача, але й на внутрішнього, що буде сприяти перерозподілу цих транзитних коштів на користь місцевого бюджету

Об'єднання в кластери дає можливість залучати фінансові ресурси в нові виробництва шляхом об'єднання спільних фінансових можливостей підприємств того чи іншого кластера; залучення інвестицій через спільну участь в інвестиційних програмах; шляхом участі в конкурсах проєктів, що фінансуватимуться як гранти; об'єднання спільних фінансових можливостей підприємств для забезпечення гарантій на отримання кредитних ресурсів. При цьому забезпечується обмін інформацією, а також можливість виходу на зовнішні ринки. Таким чином, регіональний розвиток пов'язаний з формуванням нових інноваційних форм розміщення продуктивних сил - кластерів, які ґрунтуються на нових знаннях. Потрібні нові дослідження територіальної структури кластерів з точки зору впливу основних чинників: наявності матеріальних і фінансових ресурсів, трудового потенціалу, виробничої та соціальної інфраструктури. В цілому кластери можуть бути корисними для структурної розбудови економіки регіону.

Якщо говорити про інвестиційну привабливість регіонів, то саме завдяки кластерам підприємства стають потенційно привабливими для іноземних інвесторів. Кластерна територіальна організація економіки регіону сприятиме розвитку спеціалізації, збільшенню масштабів і покращенню якості виробництва, залученню резервів, активізації економічного оточення, зменшенню витрат на виробництво, загальному підвищенню економічної ефективності, отриманню синергетичного ефекту.

Найважливішою складовою формування та розвитку ринкової економіки, процесів трансформації господарства регіонального туристично-рекреаційного комплексу є спеціалізація суб'єктів туристичного ринку і розвиток конкурентноспроможного регіонального турпродукту як на внутрішньому, так і міжнародному турринку. Таким чином, підприємства рекреаційно-туристичної сфери регіону, територіальні державні установи мають необхідним при розробці ринкових стратегій ґрунтуватися на засадах регіональних досліджень локальних територій та діагностики статистичних спостережень розвитку економіки, враховувати наявні природно-рекреаційні ресурси, міжнародний досвід розвитку аграрного туризму.

Популяризація відпочинку на селі у всіх країнах Європи має спільне коріння. З одного боку – це очікування туристів, які шукають відпочинку в тиші і спокої поряд з природою, пов'язаного з пізнанням сільського життя

і давнього стилю життя; з другого боку – це очікування селян, яким типово сільськогосподарські заняття в господарстві не приносять бажаних економічних результатів.

Незалежно від ступеню господарського розвитку європейських країн, сільське господарство здавна є найслабшою ланкою господарського комплексу держав. Надмірне виробництво м'яса, зміна звичок у харчуванні, забруднення середовища і соціальні зміни села – це головні причини пошуку додаткових джерел прибутків з сільського господарства. Тому здебільшого спільною причиною стало незадоволення рівнем одержаних прибутків. Очевидно, що у різних країнах ці рівні відрізняються, по-різному дотується сільське господарство, але механізм всюди подібний, що сприяє обміну досвідом господарств різних країн.

В Австрії, Англії, Франції, Німеччині та інших країнах відпочинок на селі існує як постійна туристична пропозиція вже кілька десятиріч. Це більше не мода одного сезону, а природне забезпечення туристичної пропозиції. У всіх країнах агротуризм просувають і рекламують однаково – можна брати за взірць будь-який приклад родинної промоції. У кожній країні є перелік критеріїв, якими повинні бути умови і місця для проживання туристів на селі. Відпочинок на фермах дає можливість зайняти родини, які надають туристичні послуги, і значно оживляють навколишні суб'єкти господарювання шляхом обслуговування гостей, що приїжджають на село. Щоразу частіше місцева влада бачить вигоди від такої діяльності і допомагає розвитку сільського туризму на своїй території.

У деяких країнах сільський туризм і екотуризм розглядаються практично як синоніми в рамках одного напрямку туристичної індустрії, наприклад, Turismo Rural у Іспанії або Agrotourism на Кіпрі (дослівно в перекладі означає «сільський туризм»). В інших країнах поєднання сільського й екологічного туризму закладено в один тип пакета турпослуг (наприклад, в Італії цей напрямок названо «Природа і здоров'я»).

З іншого боку, у багатьох країнах у пакет продукту сільського туризму включаються «неекологічні» види дозвілля. Формально, якщо пакет послуг сільського туризму включає полювання, риболовлю і навіть ловлю метеликів, то його не можна відносити до екологічного туризму. Однак ряд країн Африки, а також Угорщина і Польща в Європі успішно практикують саме таке поєднання проживання в сільській місцевості (сільський туризм) з полюванням і риболовлею. При орієнтації на в'їзний (іноземний) туризм такий пакет послуг дає значний економічний ефект. Якщо подивитися на цей ринок з цього погляду, то тільки в США, наприклад, платоспроможний попит на полювання, за деякими оцінками, складає USD 160 млн. у рік (при цьому більша частина витрачається на сафари – тури в Африці). Однак далеко не у всіх країнах концепція

сільського туризму має на увазі можливість включення в пакети туристичних послуг полювання.

Отже, єдина універсальна концепція сільського туризму відсутня, та й навряд чи вона взагалі може бути на сьогоднішній день створена, тому що в різних країнах традиції, умови та завдання різні. Спільним є лише те, що сільський туризм фактично перетворився на ефективний і перспективний сектор туристичної індустрії, причому не тільки в Європі, де він одержав найбільший розвиток тільки в останні два десятиліття. Першопричини звернення європейських держав до політики підтримки сільського туризму різні, але в основному це економічні і соціальні причини. Найчастіше це стимулювалося новими зовнішніми факторами.

Практично жодна країна не зверталася до сільського туризму як форми малого бізнесу на селі від доброго життя. Як правило, визначальним чинником була втрата конкурентноздатності основних агропродуктів на міжнародному ринку і необхідність реструктуризації сільського господарства з метою підвищення його ефективності, що неминуче призводить до скорочення числа зайнятих в основному виробництві і ставить проблему створення робочих місць на селі.

Не випадково сільський туризм у 80-90-і рр. одержав розвиток саме в Західній Європі, коли були прийняті заходи для регулювання аграрного сектора ЄС, спрямовані на підвищення його конкурентноздатності в порівнянні з провідними світовими експортерами агропродукції. Ставилася задача стабілізувати ціни на агропродукцію й уникнути криз надвиробництва, знизити національні обсяги сільгоспвиробництва (за умовами квотування). При цьому необхідно було знайти соціальні амортизатори, що дозволили б зайняти роботою сільських жителів, зберегти колишню щільність населення на селі, уникнути міграції і негативних соціальних явищ. У цих умовах сільський туризм став розглядатися як альтернативна діяльність (форма малого сімейного бізнесу) і одержав політичну – а, отже, також юридичну і фінансову – підтримку влади.

Політика підтримки сільського туризму в ЄС спрямована на економічно відсталі райони. Спостерігаючи успіх сектору сільського туризму, що з допоміжної підгалузі сільського господарства в ряді країн став перетворюватися в самостійний і конкурентноздатний сектор туристичної індустрії, на нинішньому етапі деякі держави стали розглядати і підтримувати його вже в цій якості. Тим більше, що як жодний інший сектор туристичної індустрії, він орієнтований на широке використання і пропагування культурно-історичної специфіки країни (регіону), її побутових і культурних традицій методом занурення.

Регіональні передумови розвитку агротуризму, як об'єкту дослідження території, відображені в наукових працях Горішевського П.А., Васильєва В.П., Зінько Ю.В., Рутинського М.Й. [89, 152, 190]. В

роботах цих та інших авторів регіональні умови розвитку агротуризму розглядаються з різних сторін і при цьому в різних концепціях, під терміном «агротуризм» науковці мають на увазі форму сільського туризму. Аналіз публікацій показує, що більшість існуючих концепцій регіонального розвитку агротуризму оцінюють привабливість агорекреаційної діяльності для бізнесу підприємців в цілому, але не враховують ті обставини, що одні й ті ж регіональні умови можуть по-різному впливати на переваги розвитку різновидів агротуризму. Вагомим на нашу думку є такий аргумент - з макроекономічної точки зору факторні умови виступають як основні елементи територіальної системи агротуризму, а саме: умови попиту, вплив споріднених галузей, стратегія агротуристичних підприємств, їх регіональна структура і суперництво на турринках в залежності від спеціалізації діяльності. Тому подальший аналіз соціально-економічних факторів і умов розвитку підприємницької діяльності в агротуризмі та спрямовування на вирішення актуальних проблем розвитку виробничо-територіального комплексу регіону є необхідною умовою розвитку локальних територій сільської місцевості.

Проблеми територіальної організації ринку агротуризму є достатньо актуальними та науково дискусійними. За останні роки в економічній літературі з'явилися монографії, наукові праці та статті, де основною є проблема залежності формування регіонального ринку агротуризму від конкуренції за право експлуатації усіх видів рекреаційних ресурсів, але є і проблеми відродження депресивних територій. Концептуальні підходи щодо регіональної політики розвитку туризму та його різновидів запропоновані відомим спеціалістом В.К. Євдокименко [73]; на вирішення проблем раціонального природокористування, регіональної політики розвитку сільського туризму спрямовані наукові дослідження О.А. Воробйової, Ю.П.Гуменюк, М.М.Костриці, Л.М.Черчик [33, 53, 105, 233]. За результатами їх досліджень сформовані теоретичні засади розвитку сільського зеленого туризму, але не досліджувалися соціально-економічні фактори і умови господарювання ринкових суб'єктів територій в аграрному туризмі.

Сучасна наукова проблематика територіальної організації агротуризму в регіонах України, на нашу думку охоплює два основних напрямки. Перший – виявлення закономірностей територіальної організації туристично-рекреаційного обслуговування споживачів послуг сільського туризму, як галузі господарства. Другий – подальша розробка рекреаційного районування, встановлення суттєвих ознак їх кластеризації, обґрунтування кластерної системи рекреаційних утворень для розвитку підприємницької діяльності в сфері агротуризму.

Як показали дослідження наукової літератури існує думка, що агротуризм – форма сільського туризму, яка безпосередньо пов'язана з сільським (фермерським) господарством, що одночасно надає послуги з

проживання та харчування, знайомить із сільськогосподарською діяльністю, традиціями та етнографічними звичаями даного регіону [132]. Але на наш погляд, поняття «сільський туризм» і «агротуризм» в широкому розумінні є тотожні категорії, тому що пов'язані з економічною природою послуг сільськогосподарського виробництва та обов'язково з місцем споживання турпослуг в сільському середовищі. Сільський туризм визнано окремим видом туризму, розвиток якого є пріоритетним напрямком державної політики, на що вказують статті 4 та 6 Закону України «Про туризм» [81]. Тому, ми пропонуємо вважати в даному дослідженні – сільський туризм як вид туризму, а агротуризм як його форму, пов'язану з підприємницькою діяльністю.

Методологічним базисом дослідження окресленої проблеми даного розділу є дві головні домінанти. По-перше, тези про те що підприємництво в туристично-рекреаційній сфері разом із сільськогосподарським виробництвом – рівноцінні форми промисловим і господарського освоєння території регіону. По-друге, сучасні положення регіональної економіки про необхідність реструктуризації традиційних форм господарства. Тому доцільним завданням дослідження буде обґрунтування можливості регіонального розвитку підприємницької діяльності для поживлення господарського життя і визначення умов створення новітніх форм територіально-господарських об'єднань в сфері агротуризму.

Аналіз статистичних даних за 2000-2008 рр. щодо розвитку малого підприємництва в Одеській області дає змогу зробити такі висновки: структура суб'єктів ЄДРПОУ за правовим статусом та видами економічної діяльності в регіоні представлена так – без статусу юридичної особи зареєстровано на 01.01.2009р. 3304 суб'єктів, зі статусом юридичної особи 70470, що складає відповідно 4,5% та 95,0% від загального показника. Як свідчать дані основних показників розвитку малих підприємств, їх кількість на 10 тис. наявного населення в регіоні склало – 82 од. і порівняно з 2005 роком збільшилась на 30%, за середньорічною кількістю найманих працівників темп приросту склав 22% до 2005 року. На малих підприємствах регіону станом на 01.01.2009р. зайнято 28,1% від загальної кількості найманих працівників підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності, а частка продукції малих підприємств у загальному обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) за видами економічної діяльності складає 25,2%, що на 7,2% менше ніж в 2006 році (див. таблицю 4.1). Динаміка кількості малих підприємств на 10 тис. наявного населення за період 2000-2008 рр. свідчить, що в регіоні простежуються позитивні тенденції зростання малого бізнесу [198].

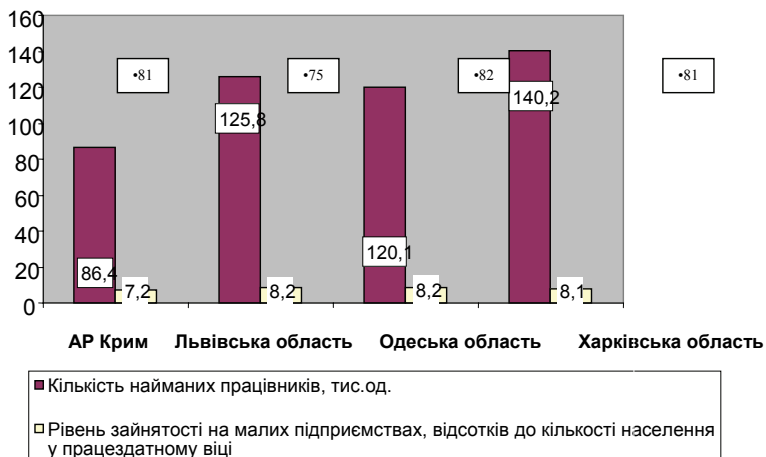
Таблиця 4.1

Основні показники розвитку малих підприємств в Одеському регіоні

	2000	2005	2006	2007	2008
Кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення	38	62	74	80	82
Середньорічна кількість найманих працівників на малих підприємствах, тис.	86,9	98,1	117,8	119,1	120,1
відсотків до попереднього року	115,6	97,7	120,1	101,1	100,8
у розрахунку на одне підприємство, осіб	9	7	7	6	6
відсотків до кількості найманих працівників підприємств - суб'єктів підприємницької діяльності	16,8	22,4	27,1	27,6	28,1

В 2008 році зафіксовано абсолютний приріст у розмірі 82 одиниці малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення, або більше ніж в 2 рази відносно 2000 року, але за кількістю найманих працівників Одеський регіон займає третє місце слідом за Харківською та Львівською областями (див. рис. 4.1).

У тис. од. та відсотках
до загальних підсумків
по Україні



- Кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення

Рис. 4.1. Рейтинг регіонів України за показниками діяльності малих підприємств

Таке становище відображає процес формування ринкових відношень, коли підприємства малого бізнесу в умовах нестабільного правового середовища найбільш піддані ризику, тому змушені шукати шляхи оптимізації свого бізнесу. Але в той же час має місце тенденція щодо збільшення щільності малого підприємства, а саме в Одеському регіоні середній розмір малого підприємства зменшився у порівнянні з 2000 роком на 3 одиниці і склав 6 осіб найманого персоналу у 2008 році.

В Одеському регіоні за даними статистики кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення припадає на територію з розвинутою ринковою інфраструктурою.

Так, на 01.01.2009р. у м. Одесі цей показник становив 136 одиниць (майже в 2 рази до середнього показника по області), м. Іллічівську – 120 одиниць, м. Теплодарі – 98 одиниць, Овідіопільському районі – 111 одиниць, м. Южному – 76 одиниць. Найменша щільність малого підприємництва становила у таких районах, як Фрунзівський – 10 одиниць, Котовський – 9 одиниць, Білгород-Дністровський – 17 одиниць, Саратський – 19 одиниць та Балтський – 23 одиниці [198].

Аналіз динаміки малих підприємств в Одеському регіоні вказує на те, що в 2008 році кількість підприємств малого бізнесу зросла на 33%, а кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення – на 20 одиниць порівняно з 2006 роком (див. таблицю 4.2). Зростання цього показника має місце у 16 районах області, що складає 48,5% від загальної кількості адміністративно-територіальних одиниць регіону. Збільшення даного показника припадає на м. Одесу – на 14 одиниць, м. Ізмаїл – на 8 одиниць та м. Іллічівськ – на 13 одиниць, Комінтернівський - на 14 одиниць та Біляївський район - на 7 одиниць.

Спостерігаються тенденції щодо збільшення кількості підприємств малого бізнесу на протязі 2005-2008 рр., а саме в таких районах області, як: Болградський, Комінтернівський, Кілійський, Ширяївський, Іванівський. Можна зробити висновок про те, що ці регіони мають не задіяний раніше потенціал для розвитку підприємницької діяльності. В 8 районах та містах області відбувається зниження підприємницької активності, зокрема, у Ананьївському, Балтському, Кодимському, Котовському, Татарбунарському, Фрунзівському, м. Котовську.

Дослідження щодо розподілу малих підприємств за видами економічної діяльності показує, що найбільшу питому вагу посідають підприємства таких видів економічної діяльності, як торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку – 21,6% із загальної кількості малих підприємств, операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям – 12,7%, промисловість – 7,9%, діяльність транспорту та зв'язку – 6,1%, будівництво – 7,1%. За даними обласної статистики динаміка числа малих підприємств у різних галузях порівняно з 2006 р. змінилась, а саме їх

кількість зросла в таких сферах діяльності, як рибальство, рибицтво – на 30,1%, діяльність готелів та надання інших місць для тимчасового проживання – на 29,5%.

Таблиця 4.2

Кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тисяч осіб наявного населення по містах та районах області

(одиниць)

	2000	2005	2006	2007	2008
Одеська область	38	62	74	80	82
м.Одеса	66	101	122	133	136
м.Білгород-	51	45	53	61	65
Дністровський	29	48	58	60	63
м.Ізмаїл	60	97	107	147	120
м.Іллічівськ	14	24	30	24	22
м.Котовськ	57	92	95	95	98
м.Теплодар	41	66	73	80	76
м.Южне					
райони	10	20	23	22	20
Ананьївський	10	21	25	23	26
Арцизький	15	29	25	26	23
Балтський	9	12	14	12	17
Білгород-Дністровський	15	31	37	40	44
Біляївський	14	28	33	30	33
Березівський	7	19	21	22	26
Болградський	19	29	31	35	35
Велико-Михайлівський	9	24	30	32	35
Іванівський	16	26	33	34	36
Ізмаїльський	10	25	29	29	30
Кілійський	21	31	31	28	25
Кодимський	23	46	55	61	69
Комінтернівський	9	11	14	11	9
Котовський	15	17	22	21	23
Красноокнянський	11	25	22	23	24
Любашівський	15	19	19	19	21
Миколаївський	62	92	103	111	111
Овідіопольський	12	26	28	30	31
Роздільнянський	17	31	32	33	34
Ренійський	14	30	30	31	24
Савранський	9	17	17	17	19
Саратський	11	20	19	20	24
Тарутинський	17	30	31	30	29
Татарбунарський	17	10	8	11	10
Фрунзівський	8	26	33	38	36
Ширяївський					

Загальні тенденції в порівнянні з 2006 роком у структурі малих підприємств у розрізі виробничої сфери Одеського регіону зменшились.

Відбулося значне збільшення невиробничої сфери та відповідно зменшення виробничої – на 3,4 відсоткового пункту [198].

Як підкреслюють дослідники і фахівці, Одещина має географічний та природний потенціал для розвитку сільськогосподарських районів. Дослідження стану аграрного сектору економіки регіону дають підстави вважати, що в області здійснюється природна реструктуризація сільського господарства. За даними обласної статистики в сільському господарстві регіону в 2008 році зареєстровано 6894 суб'єкта підприємництва, цей показник порівняно з 2007 роком зменшився на 64 одиниці (див. таблицю 4.3).

В структурі діючих підприємств сільського господарства, фермерські господарства становлять - 85,7%, а найменше – державні підприємства - 0,2%, господарські товариства складають 6,8%, приватні підприємства – 4,2%, виробничі кооперативи - 2,1% і підприємства інших форм господарювання - 1,0%.

За індексами продукції сільського господарства Одеський регіон збільшив виробництво валової сільськогосподарської продукції на 2,8%, у тому числі продукції рослинництва на 13,4%, а виробництво продукції тваринництва зменшилось на 5,5% (див. табл. 4.4).

Таблиця 4.3

**Кількість діючих сільськогосподарських підприємств
по містах та районах області**

	Усього	У тому числі					
		господарські товариства	приватні підприємства	виробничі кооперативи	фермерські господарства	державні підприємства	підприємства інших форм господарювання
Одеська область	6894	465	292	145	5911	13	68
м.Одеса	53	37	10	-		1	5
м.Іллічівськ	5	2	2	-		-	1
м.Теплодар	1	-	1	-		-	-
райони	52	4	6	5	36	-	1
Ананьівський	398	13	8	2	373	-	2
Арцизький	136	9	18	6	101	-	2
Балтський	312	16	19	17	252	-	8
Білгород-Дністровський	257	34	18	1	200	1	3
Біляївський	289	16	18	-	248	-	7
Березівський	605	17	23	7	554	1	3
Болградський	150	29	9	4	107	-	1
Велико-Михайлівський							

Продовження табл. 4.3

Іванівський	173	17	15	-	139	1	1
Ізмаїльський	594	26	16	19	527	-	6
Кілійський	263	15	3	12	231	-	2
Кодимський	79	12	-	1	66	-	-
Комінтернівський	242	18	20	2	197	1	4
Котовський	52	13	11	3	21	1	3
Красноокнянський	97	5	7	8	76	-	1
Любашівський	152	5	7	5	132	-	3
Миколаївський	297	16	5	-	275	-	1
Овідіопольський	353	43	11	5	289	3	2
Роздільнянський	244	17	2	4	219	1	1
Ренійський	169	5	4	12	147	-	1
Савранський	62	10	6	1	45	-	-
Саратський	205	10	3	12	178	1	1
Тарутинський	231	29	15	11	173	1	2
Татарбунарський	1116	12	8	8	1084	-	4
Фрунзівський	95	10	1	-	82	-	2
Ширяївський	212	25	26	-	159	1	1

Таблиця 4.4

Індекси продукції сільського господарства за категоріями господарств
(відсотків)

	Господарства усіх категорій			У тому числі					
				сільськогосподарські підприємства			господарства населення		
	валова продукція	з неї		валова продукція	з неї		валова продукція	з неї	
		рослинництва	тваринництва		рослинництва	тваринництва		рослинництва	тваринництва
1995	58,5	65,5	53,1	46,4	59,8	33,3	91,6	91,2	91,8
2000	57,9	69,2	49,0	33,4	51,2	16,1	124,6	151,4	113,4
2001	68,5	96,1	46,8	46,7	77,7	16,5	127,9	180,1	106,2
2002	67,6	89,0	50,7	41,8	66,6	17,7	137,6	191,7	115,1
2003	55,9	66,7	47,5	25,4	37,7	13,5	139,1	199,5	113,9
2004	79,7	122,0	46,4	44,9	78,7	11,9	174,4	319,9	113,8
2005	66,0	103,1	36,9	36,8	61,3	13,0	145,7	294,6	83,6
2006	68,9	107,6	38,5	41,3	70,2	13,1	144,3	278,7	88,3
2007	42,8	54,5	33,7	25,2	39,6	11,2	90,9	122,5	77,8
2008	68,8	116,5	31,4	47,6	86,4	9,6	126,9	253,9	73,9
До попереднього року									
1995	100,2	113,1	90,3	104,7	125,5	81,1	94,7	87,2	98,2
2000	98,7	95,2	103,0	82,4	86,8	71,3	115,5	111,9	117,5
2001	118,3	138,9	95,5	139,7	151,7	102,3	102,7	119,0	93,6
2002	98,6	92,6	108,3	89,6	85,6	107,8	107,6	106,5	108,4
2003	82,8	74,9	93,7	60,7	56,6	76,0	101,1	104,0	99,0
2004	142,4	182,9	97,8	176,6	209,0	88,5	125,4	160,4	99,9
2005	82,9	84,5	79,5	82,0	77,8	109,0	83,5	92,1	73,5
2006	104,4	104,3	104,5	112,0	114,5	100,6	99,1	94,6	105,6
2007	62,2	50,6	87,5	61,1	56,5	85,6	63,0	43,9	88,0
2008	160,6	213,8	93,1	188,5	218,2	86,1	139,6	207,3	95,1

В регіоні спостерігається негативна тенденція щодо виробництва продукції тваринництва, у 2007 році спостерігалось падіння валової продукції сільського господарства майже в два рази порівняно з 2001 р., на це вказують відповідні індекси. Зменшення валової продукції сільського господарства у 2008р. порівняно з попереднім роком в Одеській області склало 9,1%, регіон посідає 21 місце серед інших регіонів України за приростом виробництва сільського господарства.

В регіоні не достатньо вирішується проблема залучення інвестицій в агросектор. Валові інвестиції в основний капітал агросектору Одеського регіону на 01.01.2008р. становили 9,1 млн. дол. США, або 5,6% до загального обсягу інвестицій, що надійшли до регіону (див. рис. 4.2).



Рис. 4.2. Структура інвестицій в основний капітал за видами економічної діяльності

Таким чином, на підставі аналізу регіональних статистичних джерел, який нами був наведений, можна ставити питання про рівні територіальної диференціації малого підприємництва, ступені його інтегрованості в регіональну економіку, пошук шляхів активізації за рахунок інших ресурсів. В той же час проведені автором дослідження наукової літератури

з розвитку локальних регіонів [89, 90, 97, 196] свідчать про необхідність активізувати діяльність підприємницьких структур туризму в регіонах депресивних територій різного типу, на це вказують і В.М. Ткаченко, В.Ф. Семенов, В.Д. Олійник. Вони звернули увагу на наявність в регіоні рекреаційних ресурсів, які сформувались у трьох курортно-рекреаційних районах: Одеському, Білгород-Дністровському, Татарбунарському. Крім того ресурсний потенціал рекреації та туризму зосереджений в Овідіопільському, Кілійському, Комінтернівському районах [158]. При цьому в регіоні виділяється три полюси концентрації виробництва і населення: Одеська агломерація, північний полюс (Котовськ, Балта, Кодима) і південно-західний полюс (Рені, Ізмаїл, Кілія, Вилкове) [192, 194]. Розгорнутий аналіз агропромислового комплексу за субрегіонами в Одеській області проведено в дослідженнях професора Семенова В.Ф., який типовими сільськогосподарськими районами називає Задністровський та Центральний субрегіони, до складу яких входять Красноокнянський, Фрунзівський, Ширяєвський, Великомихайлівський, Миколаївський, Березівський, Іванівський, Білгород-Дністровський, Арцизький, Тарутинський, Татарбунарський, Саратський райони. Для визначення умов для розвитку територіально-виробничих форм підприємництва в агро-туризмі треба зробити аналіз таких показників: щільність сільського населення, природний приріст населення, частка зайнятих у сільському господарстві, обсяг виробництва сільськогосподарської продукції на одну особу та рівня середньої заробітної плати за адміністративними районами Одеського регіону (таблиця 4.5). Фактологічною основою для проведення дослідження стали матеріали статистичного щорічника Одеської області за 2007 р., а також розраховані В.Д. Олійник відповідні показники для проведення порівняльного аналізу та співставлення рівня розвитку адміністративних районів [158].

Таблиця 4.5

Показники соціально-економічного стану адміністративних районів
Одеського регіону

№ з/п	Назва районів	Щільність сільського населення (чол./кв.км)	Природний приріст населення (промільях)	Кількість зайнятих в с/г (тис.осіб)	Обсяг с/г прод. на душу нас. (тис. грн.)	Рівень середньої зар.плати (грн.)
1	2	3	4	5	6	7
1	Ананьївський	27,3	-13,3	23,1	4,1	657
2	Арцизький	34,6	-9,0	35,4	4,1	575
3	Балтський	35,1	-11,5	28,8	2,9	685

Продовження табл. 4.5

1	2	3	4	5	6	7
4	Білгород-Дністровський	31,9	-7,1	12,7	4,5	560
5	Біляївський	65,6	-3,0	88,1	3,2	701
6	Березівський	21,5	-7,2	24,4	5,7	674
7	Болградський	50,9	-5,8	57,8	3,3	561
8	Великомихайлівський	22,4	-5,4	24,1	5,6	618
9	Іванівський	23,5	-6,5	19,8	4,9	649
10	Ізмаїльський	44,1	-5,4	49,9	4,0	586
11	Кілійський	40,5	-7,7	27,5	3,3	650
12	Кодимський	40,5	-13,1	22,6	3,2	598
13	Комінтернівський	45,8	-4,4	54,1	3,5	856
14	Котовський	29,2	-12,6	31,1	4,4	615
15	Красноокнянський	21,3	-4,7	17,2	5,6	591
16	Любашівський	29,1	-9,1	22,0	4,6	747
17	Миколаївський	16,4	-9,4	16,4	7,3	629
18	Овідіопольський	84,8	-1,9	32,6	3,1	868
19	Роздільнянський	40,2	-5,8	32,1	3,5	819
20	Ренійський	43,6	-6,0	20,1	2,6	690
21	Савранський	35,3	-8,2	15,5	3,7	601
22	Саратський	33,9	-6,8	44,9	5,0	598
23	Тарутинський	21,4	-4,0	31,6	4,8	498
24	Татарбунарський	23,6	-6,3	31,1	4,9	576
25	Фрунзівський	20,4	-4,3	12,4	5,2	603
26	Ширяєвський	18,8	-10,3	22,6	6,2	594

Дані таблиці 4.5. свідчать про існування проблем демографічного, соціального, економічного характеру у всіх районах регіону. Визначення основної проблеми та її рівня є важливим етапом дослідження та вказує на першочергові завдання щодо стабілізації даного становища. Вкрай напружена демографічна ситуація склалась в Ананівському, Кодимському, Котовському, Ширяєвському, Балтському, Миколаївському, Любашівському районах. Низькими економічними показниками характеризуються Балтський, Кодимський, Овідіопольський, Болградський, Кілійський райони. Рівень середньої заробітної плати вказує на незадовільний соціальний стан населення в Арцизькому, Білгород-Дністровському, Болградському, Ізмаїльському, Саратському, Татарбунарському, Кодимському та Красноокнянському районах (рис. 4.3).



Рис. 4.3. Розподіл сільських районів Одеського регіону за рівнем середньої зарплатної плати на 01.01.2008 р.

Таким чином, як показали дослідження розвитку малого підприємництва в цілому і аграрного сектору Одеського регіону, в області спостерігається негативна тенденція щодо погіршення та депресивності соціально-економічного розвитку в локальних регіонах, на що вказують фактори природного приросту населення, щільності сільського населення, частка зайнятих у сільському господарстві, рівня середньої зарплатної платні. Для зменшення впливу цих чинників автор звертає увагу на те, що туристично-рекреаційний комплекс регіону може утворити сукупність взаємозалежних підприємств, розташованих на даній території, різної галузевої і відомчої належності, але спрямовано орієнтовану на обслуговування рекреантів, які задіяні у в'їзному та внутрішньому агротуризмі та сільському зеленому туризмі, як одного із його різновидів.

Фахівці виділяють такі види сільського туризму:

- короткотерміновий, в період вихідних днів. Часто цей вид має виражений сезонний характер, а також маршрутний – по заповідних місцях регіону краєзнавчими екскурсіями чи турами;
- відпочинковий, на період відпусток місцевих жителів;
- сезонний відпочинок дітей та дорослих за хобі інтересом;
- відпочинок та маршрутні тури іноземних туристів, зокрема діаспори – тобто ностальгійний туризм;
- етнографічний (фольклор-туризм).

У ході дослідження умов розвитку територіально-виробничих форм агротуризму нами згрупувано туристично-рекреаційні ресурси, які разом з

засобами розміщення – агрооселями – формують ресурсний потенціал розвитку підприємницької діяльності в локальних районах Одеського регіону і є підставою для розробки новітнього турпродукту сільського зеленого туризму та екскурсійного обслуговування населення (додатки Р, С).

Отримані кількісні показники туристично-рекреаційного потенціалу, які наведені в додатках Р, С з урахуванням показників соціально-демографічного стану (табл. 4.5) дають підстави для ранжування районів Одеського регіону з перспектив розвитку сільського туризму.

Оцінка перспектив розвитку підприємництва в агротуризмі та зонування територій здійснювалися нами за рахунок співвідношення загальної величини рівня розвитку туризму з величиною підприємницького потенціалу розвитку туризму, що включає кількісні показники туристичного потоку, підприємницьких структур сільського зеленого туризму, забезпечення агрооселями, атрактивними природно-рекреаційними територіями, екологічними ресурсами.

Для подальшого зонування територій, визначення їх статусу і перспектив розвитку регіонального агротуризму, ми провели ранжування локальних районів області за типологічною матрицею, в якій визначається місце кожної туристичної території в системі координат «Рівень розвитку агротуризму – потенціал розвитку агротуризму» (рис. 4.4). Ця методика запропонована англійськими економістами та використовується багатьма з сучасних дослідників для визначення перспектив розвитку туризму даної території [67, 197].

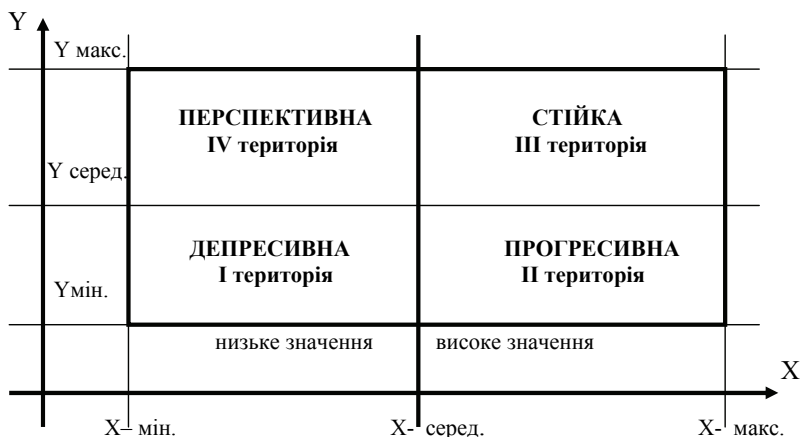


Рис. 4.4. Матриця визначення перспектив розвитку туристичних територій Одеської області

де X – рівень розвитку агротуризму (кількісна характеристика турпотoku), тис. осіб.

Y – потенціал розвитку агротуризму (кількісна характеристика підприємницьких структур, агроосель), одиниць.

Належність кожної i -ї території (MO_i) до конкретної області визначається за формулою як:

$$MO_i \in I, i \in \left\{ \begin{array}{l} X_{\min} \leq X_i \leq X_{\text{серед.}} \\ Y_{\min} \leq Y_i \leq Y_{\text{серед.}} \end{array} \right. \quad (4.5)$$

$$MO_i \in II, i \in \left\{ \begin{array}{l} X_{\text{серед.}} \leq X_i \leq X_{\text{макс.}} \\ Y_{\min} \leq Y_i \leq Y_{\text{серед.}} \end{array} \right. \quad (4.6)$$

$$MO_i \in III, i \in \left\{ \begin{array}{l} X_{\text{серед.}} \leq X_i \leq X_{\text{макс.}} \\ Y_{\text{серед.}} \leq Y_i \leq Y_{\text{макс.}} \end{array} \right. \quad (4.7)$$

$$MO_i \in IV, i \in \left\{ \begin{array}{l} X_{\min} \leq X_i \leq X_{\text{серед.}} \\ Y_{\text{серед.}} \leq Y_i \leq Y_{\text{макс.}} \end{array} \right. \quad (4.8)$$

Проведене рейтингове ранжування за даними додатків Р, С і за методом групування, дозволило нам виявити потенційні території розвитку агротуризму за районами Одеської області (рис. 4.5, 4.6).



Рис. 4.5. Матриця рейтингового ранжування туристично-рекреаційних територій за перспективами розвитку агротуризму

Позначення до рис.4.5: 1. Ананьївський; 2. Арцизький; 3. Балтський; 4. Березівський; 5. Білгород-Дністровський; 6. Біляївський; 7. Болградський; 8. Велико-Михайлівський; 9. Іванівський; 10. Ізмаїльський; 11. Кілійський; 12. Кодимський; 13. Комінтернівський; 14. Котовський; 15. Красноокнянський; 16. Любашівський; 17. Миколаївський; 18. Овідіопольський; 19. Ренійський; 20. Роздільнянський; 21. Савранський; 22. Са-

ратський; 23. Тарутинський; 24. Татарбунарський; 25. Фрунзівський; 26. Ширяєвський.

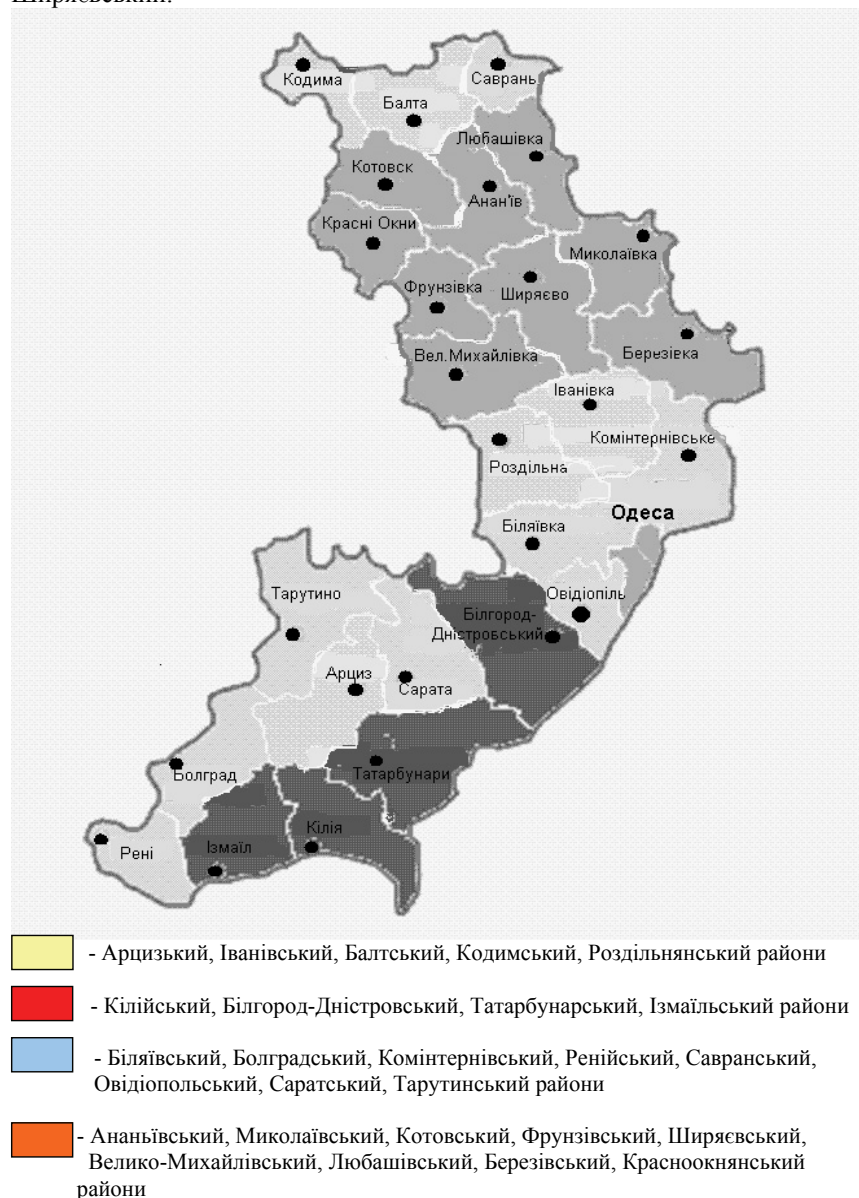


Рис. 4.6. Групування районів Одеської області за рівнями потенціалу розвитку сільського туризму

За результатами дослідження умов розвитку територіально-виробничих структур підприємців агротуризму в зоні III виділено 8 рекреаційно-туристичних територій регіону, які утворюють ядро територіально-економічної системи для стійких перспектив розвитку різновидів агротуристичного бізнесу (Біляєвський, Болградський, Комінтернівський, Ренійський, Овідіопольський, Тарутинський, Саратський, Савранський райони), де вже склалися природні, підприємницькі і історичні умови для подальшого розвитку.

Перспективними також є виділені зони II і IV – це території, що мають природно-рекреаційний потенціал вагової туристичної привабливості, особливо в II-й зоні, але ще не задіяний підприємницький потенціал у той мірі, як того потребує концепція сталого розвитку, на що вказують вище проведені дослідження (Білгород-Дністровський, Кілійський, Ізмаїльський, Татарбунарський – II зона; Арцизький, Балтський, Іванівський, Кодимський, Роздільнянський – IV зона).

Дев'ять районів потрапили в зону депресивного розвитку завдяки цілій низці чинників соціально-економічного характеру, вони поки ще мають найменшу привабливість для розвитку підприємницьких структур, але мають потужний рекреаційний та історико-краєзнавчий потенціал для розвитку екскурсійних турів, обслуговування туристів і населення в регіональному туризмі в цілому. Тут можлива організація спеціалізованих видів туризму, але тільки при відповідній організації туристичної інфраструктури, перш за все засобів розміщування (Ананівський, Березівський, Велико-Михайлівський, Котовський, Красноокнянський, Любашівський, Миколаївський, Фрунзівський, Ширяєвський райони).

Проведені дослідження наукової літератури та факторний аналіз джерел статистики, дозволяє нам виділити п'ять груп загальних регіональних умов розвитку підприємництва в сільському аграрному туризмі: 1) інституційні; 2) природні; 3) історичні; 4) політичні; 5) соціально-економічні (рис. 4.7).



Рис. 4.7. Регіональні передумови розвитку підприємництва в сільському туризмі

Виділені нами групи регіональних умов можуть бути доповнені такими чинниками: 1) територіально-господарські зв'язки; 2) територіально-виробнича спеціалізація; 3) міжгалузеві функції; 4) демографічні; 5) зайнятість сільського населення; 6) територіально-рекреаційна спеціалізація; 7) напрямок туристичного руху; 8) наявність депресивних локальних територій; 9) наявність ринку праці; 10) державна підтримка розвитку; 11) регіональне та транскордонне співробітництво підприємств; 12) неформальні об'єднання підприємств.

Таким чином, туристично-рекреаційний потенціал районів Одеської області, проведена нами його оцінка за якісними і кількісними параметрами в поєднанні з визначеними чинниками, дають нам підстави вважати, що в регіоні склалися природні і економічні умови для розвитку новітніх територіально-виробничих форм підприємництва в сфері агротуристичного бізнесу та його різновидів. Для формування умов розвитку агротуризму слід також розглянути відмінності і співвідношення, які є характерними для селянського і агротуристичного господарства (див. таблицю 4.6). На думку більшості фахівців, селянське господарство, яке впровадило в свою діяльність туристичні послуги, називається агротуристичним господарством [85, 105, 152].

Таблиця 4.6

Порівняння найважливіших засад управління сільським і агротуристичним господарствами

Засада управління	Сільське господарство	Агротуристичне господарство
Використання землі	Максималізація сільськогосподарського використання землі	Часткове вилучення землі з сільськогосподарського використання, призначення її для агротуристичних цілей (будинки, паркінг, майданчики тощо).
Структура виробництва	Виключно сільськогосподарська діяльність, тваринництво і переробка продукції; спеціалізація виробництва, збільшення масштабу виробництва	Сільськогосподарська і агротуристична діяльність у різних співвідношеннях; підпорядкування структури сільськогосподарської діяльності агротуризму; диверсифікація, зрівноважений розвиток господарств.
Організація праці	Максималізація продуктивності праці, механізація і автоматизація	Організація виробничих процесів таким чином, щоб вони були «видовищними» чи навіть з можливою участю в них туристів, що вимагає великих витрат праці; продуктивність праці не є головною метою.

Продовження табл. 4.6

Рівень витрат	Акцент на інтенсивність виробництва, великі витрати засобів, особливо добрив і засобів обробки рослин з метою максималізації прибутку від сільськогосподарського виробництва	Акцент на екстенсивне виробництво і охорону середовища; помірковане застосування добрив і засобів хімічної обробки рослин; оптимізація якості агротуристичної території
Ринок для сільськогосподарських продуктів	Ринок збуту поза сільським господарством, головне постачання - оптовий продаж	Використання продуктів у власному господарстві для потреб агротуризму, надлишок продають на ринку
Джерела прибутків і їх значення	Весь прибуток надходить від сільськогосподарської діяльності, тваринництва і переробки продуктів	Прибуток надходить із двох джерел: сільськогосподарського виробництва і агротуристичної діяльності, або лише від агротуристичної діяльності; значення агротуризму для господарства залежить від його частки у всьому прибутку
Село	Сільськогосподарське виробництво відбувається у сільській місцевості, але вона не має великого зв'язку з рівнем виробництва у сільському господарстві	Село сприяє агротуристичній діяльності; існує можливість і необхідність використання, наприклад, народних традицій (етнографія)

В той же час, селянські і агротуристичні господарства відрізняються між собою засадами їх ведення і управління, а часто і структурою продукції. Особливо це стосується використання землі, інтенсивності виробництва, управління засобами виробництва чи охорони середовища, бо вилучаються земельні ділянки під додаткову забудову інфраструктури прийому та розміщення туристів. Також агротуристичні господарства зазвичай тяжіють до екологізації виробництва. Але агротуризм доповнює сільськогосподарське виробництво новими ринками збуту, дає додаткові можливості обом краще функціонувати і розвиватися. В таблиці 4.6 нами наведено найважливіші відмінності у засадах управління сільським і агротуристичним господарством.

Всупереч відмінностей у засадах управління сільським і агротуристичним господарством існує зв'язок між сільськогосподарською і агротуристичною діяльністю, який проявляється в соціально-економічному розвитку місцевої сільської спільноти, відтворенні місцевих ремесел, етнографічної культури, ринку розподілу праці, активізації підприємницької діяльності.

Дослідження кількісних показників розвитку сільського зеленого туризму за даними громадської організації «Спілка сприяння розвитку

сільського зеленого туризму в Україні» свідчать про позитивні тенденції щодо привабливості цього виду діяльності як для підприємців, так і для туристів. За 2000-2008 рр. кількість власників садиб, що пропонували туристично-рекреаційні послуги, зросла з 106 до 1500 одиниць. За підрахунками громадських організацій доходи від надання послуг в деяких регіонах України становлять приблизно 80 грн. з перебування одного туриста. На думку фахівців сільський зелений туризм перетворюється в один з універсальних засобів диверсифікації джерел доходів сільського населення й одночасно є ефективним методом поширення знань туристів і екскурсантів про природні, історичні, етнографічні особливості регіонів України.

Державна служба туризму і курортів України відзначає, що соціально-економічними передумовами розвитку сільського туризму в регіонах є:

- наявний приватний житловий фонд, потенційно це понад 1,0 млн. будинків (за даними 2009 р. в селах України нараховується 6,2 млн. житлових будинків, з яких 98 % у приватній власності);
- незайняте або частково зайняте в особистих селянських господарствах сільське населення складає понад 3,0 млн. осіб (середньорічна кількість працездатного населення, що проживає в сільській місцевості, складає 6,4 млн. осіб, значна кількість яких не працевлаштована або частково зайнята);
- проблема збуту сільськогосподарської продукції, дві треті якої виробляється в особистих селянських та фермерських господарствах.

Таким чином, може бути висловлена теза, що розвиток сільського туризму в регіонах України є одним із напрямків залучення населення до підприємницької діяльності, потенціалом якого є людські ресурси сільської території та природно-рекреаційні ресурси, попит туристів на відпочинок в мальовничих сільських районах з ціллю відтворення фізичних та духовних сил. Загальний соціально-економічний ефект складається за рахунок застосування праці і створення нових робочих місць, подоланні просторової асиметрії розвитку регіональної економіки і відтворенні продуктивних сил суспільства. Відновлення та поширення діяльності закладів соціально-культурного призначення в туристично-рекреаційній галузі буде поступово формувати сферу нетрадиційних для села видів підприємницької діяльності в сфері гостинності та розваг. Науково-методологічним підґрунтям дослідження є те, що формування туристичного потоку у внутрішньому туризмі, різновидом якого є сільський туризм, перш за все забезпечено положенням ст. 45 Конституції України, у якій закріплено право на відпочинок та щорічної відпустки. По друге, визначення діяльності в сфері сільського туризму в рамках особистого селянського господарства відповідно до статті 1 Закону України „Про особисте селянське господарство”.

Проблема дослідження привернула увагу українських науковців та актуалізується в роботах Ю.Алексєєвої, С.Кравцова, В.Васильєва,

В.Зінько, П.Коваль, М.Рутинського, О.Спориш. Більшість з них вказують на необхідність державного регулювання даного виду туризму, ефективність використання природно-рекреаційного потенціалу сільських територій, але не систематизують інституційні можливості власників агросадиб здійснювати підприємницьку діяльність. В науковій літературі не пропонуються шляхи розв'язання таких проблемних питань підприємництва на селі: обмеження щодо формування власного турпродукту сільського зеленого туризму як комплексу туристичних та рекреаційних послуг; доцільності впровадження ліцензування діяльності туроператорів та турагентів сільського туризму на пільгових умовах окремо від загальних вимог; розширення переліку підприємців-фахівців туристичного супроводу в сільському туризмі, які мають право на отримання дозволу.

Як підкреслюють дослідники, якщо духовні державні гарантії створюють насамперед умови для формування попиту на послуги сільського туризму, то інституційно-правові норми діяльності у досліджуваній сфері підприємництва складають політичні державні гарантії, які повинні стимулювати розширення видів підприємництва, надавати впевненості власникам агроосель у розвитку туристичної діяльності. Політичні і духовні гарантії стають визначальними у підтримці кожної сфери суспільних відносин, оскільки є підґрунтям формування юридичних і економічних гарантій підприємництва. Визначення сільського туризму пріоритетним шляхом розвитку сільських територій і населених пунктів, тобто посилення формуючих гарантій держави, дозволяє значно прискорити процес становлення організаційно-правової та фінансово-економічної основ цього виду підприємницької діяльності у сфері сільського туризму.

Однак, як показує практика, дослідження фахівців, державні гарантії є найменш керованими і тому їх удосконалення є довгим процесом, що примушує задовольнитися пристосуванням юридичного і економічного забезпечення сільського туризму до існуючих умов. Незважаючи на те, що в Україні існують певні нормативно-правові засади розвитку сільського туризму, ряд проблем правового регулювання підприємницької діяльності в цій сфері потребують удосконалення та визначення.

На рис. 4.8 визначена схема механізму державного нормативно-правового регулювання сільського туризму в Україні. Наведена схема відображає два взаємодоповнюючих напрямків розвитку сільського туризму: 1) за рахунок залучення підприємців до туристично-рекреаційної діяльності в сфері сільського туризму; 2) за рахунок розвитку підсобної сільсько-подарської діяльності сільської родини в особистому селянському господарстві. Але на практиці, як показали дослідження, виникають деякі проблеми з вибором виду підприємницької діяльності в сфері туризму та рекреації для подальшої реєстрації. Нами проведена

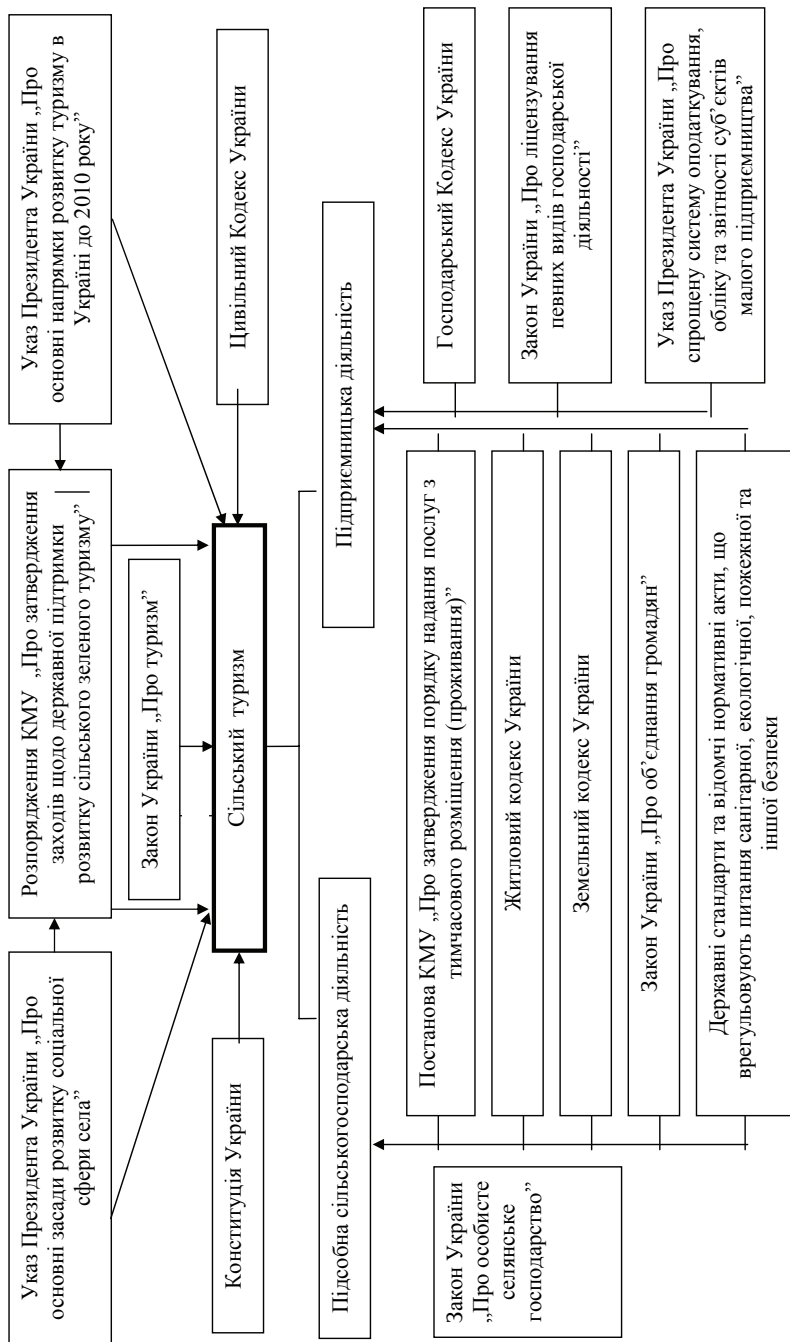


Рис. 4.8. Схема механізму державного регулювання сільського туризму в Україні

систематизація цих проблем за невизначеністю механізму нормативно-правового забезпечення, а саме:

1) не визначено серед видів підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму, які саме послуги в сфері сільського туризму є суттєві за економічним змістом, як послуги фахівців туристичного супроводу для їх подальшого державного регулювання за видами підприємництва, а які є різновидом підсобної селянської діяльності (наприклад, кінські прогулянки верхової їзди, екологічні, красзнавчі прогулянки з туристами, супроводження мисливськими стежками, організація спостереження за природою, організація квест-розваг, пейнтболу, супроводження на «вечорниці», дегустацію вина та пива на сільських територіях) для мешканців міст, які проводять вихідні на селі за договорами з власниками агросадиб.

2) не визначено, які навчальні заклади та установи повинні здійснювати підготовку фахівців туристичного супроводу в сільському туризмі та проводити державну атестацію цієї категорії професій, яка потрібна для одержання дозволу підприємцю на здійснення діяльності; який державний механізм їх подальшої перепідготовки;

3) для формування регіональної та державної бази статистики та досліджень підприємницької діяльності в сфері надання послуг з розміщення, які мають відношення до сільських територій, треба провести узгодження категорій «агросадиба», «Українська гостинна садиба» (терміни, які репрезентує Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні) до вимог ДСТУ 425527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», де визначено індивідуальними засобами розміщення туристів «сільський будинок», «фермерський будинок», а колективним засобом розміщення – «агроотель». На думку автора це значно прискорить реструктуризацію сфери гостинності в сільському зеленому туризмі на підприємницьких засадах їх розвитку та забезпечить гарантії якості послуг, що надаються.

Обґрунтування доцільності розгляду цих питань і запровадження заходів і засобів правового регулювання проблемної сфери розвитку підприємництва рекреації та туризму визначається насамперед через неузгодженість і непрозорість нормативно-правової бази, що не дозволяє ефективно здійснювати обраний вид діяльності навіть в умовах спеціальних законів вузької спрямованості, на що було привернуто увагу вище.

На думку автора, подальший розвиток підприємницької діяльності в сфері сільського туризму буде формуватися за рахунок диверсифікації таких видів діяльності суб'єктів господарювання в рамках існуючого державного механізму регулювання підприємництва: 1) надання характерних та супутніх туристичних послуг та реалізація туристичних товарів на підставі ліцензування турагентської діяльності суб'єкта господа-

рювання; 2) формування та реалізація комплексу послуг розміщення, харчування, транспортування, дозвілля та відпочинку, тобто регіонального турпродукту сільського туризму на підставі ліцензування туроператорської діяльності з в'їзного та внутрішнього туризму; 3) залучення місцевого населення до підприємницької діяльності з туристичного супроводу індивідуальних туристів та туристичних груп на підставі отримання встановленого дозволу; 4) посередницькі послуги з бронювання та оренди «фермерських будинків», «сільських будинків», як індивідуальних засобів розміщення не готельного типу, визначених державним стандартом.

Ми приєднуємося до думки науковців, які визначають, що незважаючи на значну кількість нормативних документів, пов'язаних з наданням послуг сільського туризму, державні органи влади не мають належного механізму їх реалізації, відомчі накази є неефективними, що обумовлено відсутністю певної системності та їх взаємної неузгодженості з регіональними та місцевими органами виконавчої влади. Прикладом цього може бути проблеми з реалізації Розпорядження КМУ «План заходів щодо державної підтримки розвитку сільського туризму на 2006-2010 роки» від 03.07.2006 №373-р, який неузгоджений з Наказом Державної туристичної адміністрації України «Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцями туристичного супроводу» від 24.09.2004 №83 щодо визначення переліку фахівців-підприємців, які мають право на отримання дозволу туристичного супроводу у сфері сільського туризму, як туристичні провідники. Це підкреслює думку, що державний ресурс майже не залучається внаслідок відсутності механізму реалізації на місцях територіальними органами влади, а підприємці сільського туризму не отримують інформації щодо розвитку свого потенціалу. Як показали дослідження стану розвитку підприємництва в сфері сільського туризму, консультаційна допомога надається, перш за все, громадськими організаціями і носить не державний, а локальний характер. В Одеському регіоні ще не започаткована практика видачі дозволів підприємцям туристичного супроводу.

Дослідження умов та засобів забезпечення державного регулювання підприємницької діяльності в сфері сільського туризму дає нам підстави зробити наступні висновки:

1. Державні установи, які здійснюють регулювання підприємницької діяльності в галузі рекреації і туризму, не мають ефективного організаційно-економічного механізму залучення населення сільських територій до підприємницької діяльності в сфері сільського туризму через невідосконаленість нормативно-правової бази та непрозорість відомчих наказів та рішень.

2. Систематизація проблемних питань регулювання підприємницької діяльності в сільському туризмі дозволяє розглядати її як основу

подальшого формування соціального туризму та визначення особливих умов започаткування цієї діяльності. Держава повинна забезпечити власнику матеріальних ресурсів інфраструктури сільського зеленого туризму пільговий режим ліцензування його виду економічної діяльності по формуванню турпродукту, як комплексу послуг з розміщення, харчування, транспортування, організації дозвілля та відпочинку.

3. Відсутність прозорості щодо переліку фахівців туристичного супроводу в сфері сільського туризму обмежує право на впровадження підприємництва з цього виду діяльності на підставі дозволу, який видають структурні підрозділи з питань туризму обласних держадміністрацій.

4. Наказ Держаної туристичної адміністрації від 24.09.2004 №83 «Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцями туристичного супроводу» на виконання вимог ст.5 Закону України «Про туризм» неузгоджений з Державним класифікатором професій у народному господарстві України, що гальмує розвиток підготовки фахівців.

Таким чином, невідосконаленість правового визначення агорекреаційної діяльності підприємців-власників та орендарів агросадиб, відсутність механізму залучення їх до категорії підприємців туристичного супроводу, фактично обмежує джерела офіційної статистичної звітності щодо їх діяльності в сфері рекреації та туризму, ідентифікації економічного вкладу в регіональний турпродукт сільського туризму, відтворює підстави для «тіньового бізнесу».

Отже саме розвиток сільського туризму в Одеській області і є одним із напрямів застосування праці за рахунок створення нових робочих місць та активізації підприємницького потенціалу агорекреаційної діяльності в локальних районах регіону. На нашу думку, формування територіально-виробничих форм агротуризму в області буде спрямовано впливати на вирішення соціально-економічних проблем села; на зменшення рівня безробіття на селі та розширення кола самозайнятості сільського населення, особисто молоді; на розширення можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства, причому реалізації її на місці; на покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл; стимулює розвиток соціальної інфраструктури.

4.2. Оцінка туристичної привабливості агорекреаційних територій регіону

Як свідчить досвід європейських держав, вирішенню питань оздоровлення населення великих міст, сприяє розвиток альтернативних зон рекреації міського населення. Таким компенсатором в регіональному розвитку територій можуть бути раніше незадіяні зони агорекреаційної діяльності, де довкілля не забруднене в порівнянні з міськими урбанізованими районами.

Приморське і прикордонне економіко-географічне положення створює місту і всьому регіону широкі можливості для розвитку туризму та рекреації. Щороку до м. Одеси приїжджає на відпочинок понад 1 млн. осіб (переважно неорганізованих відпочиваючих). При цьому довжина берегової зони, яка потенційно придатна для рекреації, складає 44 км.

Разом з тим, небезпечні геологічні процеси, зокрема зсуви і обвали на схилах морського узбережжя, провали над підземними виробками (катакомбами), підтоплення більш як 2/3 міської території, а також забудова найбільш привабливих та наближених до морського об'єкту ділянок призвели до того, що територія курортно-рекреаційної смуги стає вкрай обмеженою для використання її для цілей оздоровлення та відпочинку населення. Про це свідчать статистичні дані за останні п'ять років. Так, в територіальному розрізі по рівню інтегрованого показника небезпеки Одеська область за розрахунками фахівців РВПС України НАН України займає 3-є місце (табл.4.7) [70].

В плані гідрологічних особливостей території необхідно відмітити наступне. Головною територіальною проблемою щодо охорони водного басейну міста є прибережна морська акваторія з лиманами, а також приморська частина міста з системою поверхневого стоку. Дане питання в плані екологічної характеристики міста є надзвичайно важливим. Його вирішення направлено на покращення екологічної ситуації через механізми законодавчої бази Водного та Земельного кодексів України, на базі містобудівної документації шляхом визначення параметрів водоохоронної зони та прибережної захисної смуги міста Одеси. Разом з тим, у містах на водоохоронні зони повинно розповсюджуватися обмеження у використанні земельних ділянок, встановлене для прибережних захисних смуг відповідно до ст. 62 Земельного Кодексу.

Так, згідно чинного законодавства, зокрема ст.88 Водного Кодексу, прибережна захисна смуга вздовж морів і лиманів співпадає з водоохоронною зоною і становить не менше 2-х км, а ст.58 п. 1. б і ст. 59 п. 4 Земельного Кодексу (ЗК) відносить прибережні захисні смуги до земель водного фонду, які можуть передаватися тільки на умовах оренди для сінокошення, рибогосподарських потреб, культурно-оздоровчих, рекреаційних, спортивних і туристичних цілей, проведення науково-дослідних робіт.

Аналіз господарського комплексу міста в межах нормативної 2-х км водоохоронної зони наочно демонструє неможливість дотримання цих вимог у містах. Так, нормативні водоохоронні зони та прибережні захисні смуги займають площу 7970 га, що становить майже 50% всієї території міста. На цій території розташовано біля 115 промислових підприємств різних форм власності (майже 40% об'єктів усього промислового комплексу міста), біля 56% загальноміського обсягу житлового фонду. Площа земель рекреаційних закладів в межах водоохоронних зон складає приблизно 560 га, або 9,3% від її території.

Таблиця 4.7

Порівняльна характеристика інтегрального показника небезпеки
в територіальному розрізі [70]

№ п.п.	Регіони	Інтегральний показник небезпеки
1	Автономна Республіка Крим	0,049
2	Вінницька	0,043
3	Волинська	0,033
4	Дніпропетровська	0,066
5	Донецька	0,059
6	Житомирська	0,033
7	Закарпатська	0,031
8	Запорізька	0,057
9	Івано-Франківська	0,040
10	Київська	0,091
11	Кіровоградська	0,021
12	Луганська	0,039
13	Львівська	0,061
14	Миколаївська	0,024
15	Одеська	0,065
16	Полтавська	0,049
17	Рівненська	0,029
18	Сумська	0,020
19	Тернопільська	0,024
20	Харківська	0,025
21	Херсонська	0,029
22	Хмельницька	0,028
23	Черкаська	0,028
24	Чернівецька	0,029
25	Чернігівська	0,029

Статистика свідчить, що в межах водоохоронних зон міста нараховується біля 60 промислових підприємств і виробництв IV-V класів шкідливості з СЗЗ 100-50 метрів. Серед них найбільш екологічно небезпечні:

- Одеський морський торговий порт;
- АТП, будівельні бази, ПМК;
- Одеський консервний завод;
- Складські території;
- ВАТ «Одесанафтопродукт».

Дані об'єкти характеризуються низьким рівнем інженерно-комунального облаштування та благоустрою і є суттєвими забруднювачами міського середовища. Високі рівні забруднення атмосферного повітря з перевищенням ГДК фіксуються в районах Одеського морського торгового порту та ВАТ «Одесанафтопродукт» [70].

В межах території, що розглядається, знаходяться також і об'єкти комунального призначення. Зокрема, до II класу шкідливості відносяться:

- Північні очисні споруди;
- Південні очисні споруди;
- Відпрацьовані поля фільтрації.

Їх технічно-інженерне облаштування не відповідає вимогам щодо водоохоронної зони. При цьому їх функціонування призводить до суттєвого забруднення морської акваторії Одеської затоки, а також забруднення атмосферного повітря з перевищенням допустимих рівнів. СЗЗ не сформовані. Особливо несприятлива в цьому відношенні територія району «Пересипу».

Проведений аналіз свідчить, що з виробничих та інших об'єктів, що розташовані в прибережній зоні міста, особливо екологонебезпечними є підприємства нафтохімічної галузі. Це, насамперед, Одеський нафтопереробний завод, нафтобази, розташовані в Пересипській промзоні, лінолеумний завод «Більшовик», ВАТ ВТФ «Елакс», ОАО «Синтез». Не менше, ніж підприємства нафтохімічної промисловості забруднюють довкілля підприємства чорної і кольорової металургії, промисловості будівельних матеріалів. До підприємств чорної металургії належать ОАО «Стальметиз», «Стальканат», ЗАО «Звармет», по кольоровій металургії - СП «Панком-Юн», 33 підприємства машинобудування та металообробки, 7 підприємств будівельних матеріалів і 57 підприємств різних галузей промисловості.

Забруднення повітряного басейну території є ключовим фактором негативного впливу на стан природного середовища. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) від 40 до 50% захворювань людини у теперішній час пов'язані зі зростанням антропогенної напруженості саме внаслідок забруднення повітря.

Загалом деградоване міське середовище виявляє комплексну шкідливу дію на здоров'я населення не лише внаслідок забруднення атмосферного повітря, води, а також стресових факторів, зумовлених напруженим ритмом життя, скупченістю населення, нестачею зелених насаджень тощо. Достатньо сказати, що лише по останньому фактору в Одесі лише на 50 % задовольняється потреба в зелених насадженнях.

Самими розповсюдженими шкідливими речовинами, які забруднюють атмосферне повітря є: двоокис сірки, окис вуглецю, сажа, окис та двоокис азоту, фенол, формальдегід, фтористий водень та неорганічний пил. Виміри стану забруднення атмосферного повітря в Одесі здійснюють на 8 контрольно-вимірювальних постах (КВП), які розташовані у різних районах міста, 2 з них знаходяться в зоні Пересипу.

За класом небезпеки найбільше розповсюджені забруднюючі речовини, що надходять до повітряного басейну м. Одеси, розподіляються наступним чином:

- другий клас: двоокис азоту, формальдегід, фтористий водень, фенол;
- третій клас: двоокис сірки, окис азоту, сажа, пил неорганічний;
- четвертий клас: окис вуглецю.

В результаті на теперішній час, по оцінках компетентних фахівців, Одеса займає одне з останніх місць по якісних параметрах навколишнього середовища та за рівнем ефективності використання природо-ресурсного потенціалу. Як наслідок, екологічна ситуація є дуже напруженою і навіть близькою до катастрофічної (Додаток Т), а ступінь забрудненості території-надзвичайно високий (Додаток У).

Внаслідок еколого-економічного зонування було визначено комплексну оцінку території в регіональному розрізі. Як свідчать дослідження РВПС України НАН України, Одеса належить до територій з критичним рівнем містобудівного освоєння та природно-техногенної небезпеки (Додатки Ф, Х). Однією з причин сформованої кризової ситуації є недостатнє виконання регіональних та муніципальних екологічних програм, направлених на оздоровлення довкілля. Постановою Кабінету Міністрів України № 1604 від 30 листопада 2004 року «Про затвердження Програми комплексного соціально-економічного розвитку Одеси на 2005-2015 рік» констатується необхідність відновлення об'єктів ландшафтно-рекреаційного комплексу, оскільки щорічно в Одесу на відпочинок і лікування прибуває більш ніж 1 млн. осіб, з них третина - іноземці. Однак, усі заплановані заходи на сьогодні ще залишаються декларативними.

Однією з причин такого становища є недостатність фінансових ресурсів, яка поглиблюється існуючим порядком розподілу природоохоронних коштів, що формують бюджет. Так, Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» від 05.03.98 р. кошти від збору за забруднення навколишнього природного середовища, якіходять від підприємств міста, розподіляються між міськими, обласними і державними фондами у співвідношення відповідно 20, 50, 30 відсотків замість 70, 20,10 відсотків, визначених Законом до прийняття змін. Однак, згідно з існуючим станом речей, лише половина з цих надходжень залишається в бюджеті Одеси.

Таким чином, існуючі законодавчі доповнення щодо цього регламенту вступають в протиріччя з Законом «Про охорону навколишнього природного середовища». Збори за забруднення навколишнього природного середовища є компенсацією збитку, заподіяного довкіллю на відповідній території і повинні використовуватись на ліквідацію цього збитку. Адже на території міста Одеси, яка займає лише 0,5% від загальної площі області, розташовано біля 60% підприємств регіону та проживає біля 40% населення області.

Крім того, зниження надходжень збору до 10 відсотків означає:

- обмеження фінансової спроможності міської влади у вирішенні екологічних проблем територіальної громади;
- скорочення фінансування природоохоронних заходів.

До того ж на сьогодні відмічається певний дисбаланс між розміром екологічних зборів та поточними витратами на охорону навколишнього природного середовища, які в десятки раз перевищують плату за забруднення. Така ситуація призводить до недостатнього реінвестування природоохоронних заходів та виникнення певних протиріч і депресивних тенденцій в розвитку територій.

Сфера туризму та рекреації настільки різнопланова, що оцінити її вплив на регіональний розвиток однозначно неможливо. У світовій практиці для визначення рівнів розвитку туризму використовуються дані статистичного обліку, запропоновані Всесвітньою туристичною організацією, серед яких основними є показники щодо кількості туристів, які відвідали певний регіон. Оцінити туристичну індустрію, яка охоплює у своїй діяльності до 50 галузей економіки лише за кількістю днів відвідування певного регіону чи ще за кількома показниками, не вдається. Щоб управляти процесом регіонального розвитку туризму, необхідно дослідити значну кількість чинників, які впливають на рівень привабливості певної території для туристів, та визначити показники, за якими слід оцінювати її компоненти.

Для оцінки рівня туристичної привабливості території не існує єдиної методики визначення інтегрального показника. Науковці пропонують лише методики оцінки окремих її складових чи суміжних процесів: методика оцінки природних чи інших туристичних процесів розроблена авторами [16, 43, 139]; оцінка матеріально-технічної бази туризму пропонується в роботі [126].

За методикою, яку пропонує М.Омуш [159, с. 9], можна оцінити туристичну привабливість території за допомогою показників:

- а) загальний імідж регіону;
- б) природнокліматичні умови для відпочинку та оздоровлення;
- в) соціальна стабільність та безпека;
- г) транспортна доступність;
- д) економічна привабливість;
- е) духовна привабливість центрів релігійного паломництва;
- ж) привабливість пам'яток історії;
- з) культурно-освітня привабливість.

Але запропонована методика М. Омуша включає чинники, які впливають на загальну туристичну привабливість території, але не є її показниками. За допомогою показника можна зробити оцінку, виміряти ступінь туристичної привабливості, чого не відображають чинники. Оцінка рівня розвитку туризму в певному регіоні на сьогоднішній день проводять згідно з методикою та рекомендаціями ВТО. За цими рекомендаціями складений перелік основних показників, які дають можливість оцінити динаміку розвитку туристичної галузі, найважливішими з яких, є: а)

кількість туристів; б) тривалість перебування туриста в країні; в) витрати туристів пов'язані з подорожжю; г) доходи від туризму.

За методикою, яку розробили спеціалісти ВТО, можна здійснити кількісний аналіз та ранжувати певні регіони за рівнем розвитку туризму. Така оцінка не дає можливості визначити вагомість чинників, які формують рівень туристичної привабливості території, а також, які з них позитивні, а які дестабілізуючі. Оцінка рівня розвитку туризму у певному регіоні за допомогою одиничних статистичних даних має обмежену цінність, тому що для управління цим процесом мають значення загальні тенденції. Щоб врахувати усі тенденції процесу підвищення рівня туристичної привабливості регіону, в тому числі потенційні можливості, необхідна інтегральна оцінка, яка б відображала вплив численних одиничних показників. Статистичні показники як одиничні дані мають обмежену цінність, тому що якісні зміни вони не враховують. Крім того, багато чинників не мають чітких кількісних вимірників і їх можна оцінити лише експертним шляхом.

А чи можливо оцінити рівень туристичної привабливості, визначити перспективи розвитку сільського туризму на певній території? Для планування та розробки програм розвитку туризму доцільно визначити потенційну туристичну привабливість, тобто, якого рівня розвитку може досягти туризм в певному регіоні та який можна в результаті отримати соціально-економічний ефект, а також чи доцільно розвивати цей вид туризму у регіоні, а якщо розвивати, то на які чинники ми можемо впливати і якими заходами, щоб досягти оптимального рівня туристичної привабливості території. Потенційна туристична привабливість включає такі складові, які представлені на рисунку 4.9.

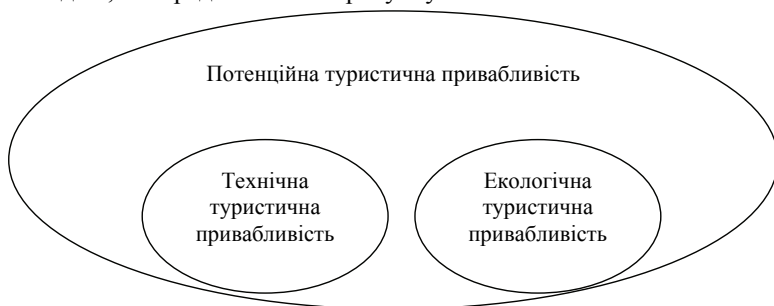


Рис. 4.9. Складові потенційної туристичної привабливості території

Технічна туристична привабливість – це потенціал території щодо можливості привабити таку кількість туристів, яку можуть собі дозволити прийняти певний регіон з наявними туристичними ресурсами, враховуючи допустиме рекреаційне навантаження на цю територію тощо. Під рекреаційно-туристичною привабливістю слід розуміти доцільність

прийому туристів у регіоні, адже стимулюючи заходи з охорони природного довкілля та підвищуючи його якість, туристичне підприємство має змогу отримати соціально-економічний ефект.

Очевидно, що основою функціонування туристичної галузі є туристичні ресурси, які включають природні та антропогенні ресурси. Завдяки наявності в межах певної території об'єктів природо-заповідного фонду України, мінеральних джерел, історико-культурних пам'яток, сприятливих кліматичних умов, багатой флори та фауни ця місцевість здобуває інтерес у туристів. Отримати ж високий соціально-економічний ефект від її розвитку можливо лише після здійснення заходів з благоустрою території, розвитку матеріально-технічної бази сільського туризму тощо. Але слід зазначити, що на території з привабливими ландшафтами та водоймами розвивається екологічний туризм, незважаючи на те, у цій місцевості відсутні належні умови для відпочинку. Це пояснюється тим, що основне у справі розбудови сільського туризму полягає у високодуховному спілкуванні з природою.

В таблиці 4.8 приведений перелік елементів, що входять до тих чи інших компонентів, які утворюють середовище та систему забезпечення процесу формування туристичної привабливості території. Кожен з наведених у таблиці компонентів відображає чинники, які впливають на процес формування високого рівня туристичної привабливості території, умови забезпечення потреб потенційних туристів.

Таблиця 4.8

**Компоненти та елементи процесу формування
туристичної привабливості агорекреаційній території**

Компоненти		Елементи
Система забезпечення	Базові складові	Природні туристичні ресурси
		Туристичні ресурси антропогенного походження, історико-культурні пам'ятки культурні та релігійні цінності тощо
		Матеріально-технічна база: інфраструктура, інвестиційне забезпечення галузі
Середови	Додаткові складові	Трудові ресурси (кваліфіковані гіді-екологи, гіді-біологи тощо)
	Зовнішній вплив	Якість довкілля
		Загальний імідж регіону: екологічна, економічна привабливість, підтримка держави

За допомогою правильно підібраної системи показників можна регулювати процес підвищення рівня туристичної привабливості території. На мою думку, щоб урахувати всю багатогранність туристичної діяльності на певній території, необхідно вибрати систему показників, яка б дозволила не лише кількісно оцінити її складові, але й забезпечувала би якісний аналіз та прогноз усіх сторін процесу підняття туристичної привабливості території.

Ми вважаємо, що для формування методики оцінки рівня туристичної привабливості території необхідно вирішити ряд завдань, до яких належать:

- а) вибір об'єкта дослідження;
- б) вибір складових, які необхідно включити в предмет дослідження;
- в) інтегральний показник чи систему окремих показників, які можна використати при оцінці рівня туристичної привабливості території сільського туризму.

Інтегральна оцінка рівня туристичної привабливості районів ґрунтується на порівнянні не з фактичним (минулим) станом, а з ідеальним – індикативно встановленим, тобто вона немовби оцінює не пройдений шлях, а той, який залишилося пройти до ідеалу (еталона). У зв'язку з цим можна оцінювати вплив факторів за тим, наскільки вони знизили рівень туристичної привабливості порівняно з ідеальним. Тобто, за факторами розкладається не сама фактична оцінка рівня туристичної привабливості території, а відношення максимального (чи мінімального) показника до фактичного показника. Інтегральний показник дасть змогу визначити рівень туристичної привабливості районів Одеської області для розвитку агрорекреаційної діяльності.

Конструювання інтегральної оцінки передбачає чотири етапи:

- а) формування системи показників;
- б) вибір способу стандартизації показників;
- в) оцінка якісних показників за допомогою експертів;
- г) визначення процедури агрегування показників.

На першому етапі (формування системи показників) важливо визначити набір показників, який усебічно відображав би процес підвищення рівня туристичної привабливості районів. Статистичні показники можна виміряти в кількісних вимірниках. Але багато чинників формування рівня туристичної привабливості районів сільського туризму не піддаються кількісному вимірюванню.

Базуючись на теоретичному аналізі та враховуючи однозначність деяких показників процесу підвищення рівня туристичної привабливості території, для оцінки цього рівня (RTP_i) районів Одеської області були вибрані такі показники:

- а) площа, яку займають природоохоронні території (x_1);
- б) кількість туристичних об'єктів (x_2);
- в) насиченість унікальними природними об'єктами (x_3);
- г) якість навколишнього середовища (x_4);

При виборі таких показників ми керувалася тим, що мета туризму узгоджується з природними, культурними та соціальними цінностями, пропагує взаємодію природи та культури, мінімізацію негативних впливів на навколишнє природне середовище.

Наявність природоохоронних територій в межах районів Одеської області, сприяє підвищенню рівня туристичної привабливості, збереженню біорізноманіття та підвищенню природно-ресурсного потенціалу територій.

Особливо охоронювані природні території районів Одеської області можуть бути найбільш важливою ланкою в розвитку сільського туризму, оскільки мають до цього ряд передумов і відповідні законодавчі інструменти. А при відповідному розвитку інфраструктури і сервісу ці території можуть стати основними привабливими центрами не тільки внутрішнього, але й міжнародного сільського туризму. Натомість сільський туризм потенційно може приносити економічні вигоди й переваги в розвитку природних територій і сприяти збереженню природних та історико-культурних ресурсів рекреаційних ландшафтів.

Багатий потенціал для розвитку агротуризму представляють також території зарезервовані для подальшого заповідання, які знаходяться в межах Татарбунарського району Одеської області. Адже на державному рівні визнано цінність Тузлівських лиманів і мають вони відповідний міжнародний статус – Рамсарські угіддя. Ці водні об'єкти і прилеглі території повинні стати об'єктом природно-заповідного фону України. Тому при розрахунках, до площі природоохоронних територій в Татарбунарському районі, була включена і площа зарезервованих територій.

Під поняттям «агротуристичні об'єкти» ми пропонуємо розуміти, об'єкти показу складових природних ресурсів, історично-культурні пам'ятки, розташовані в межах району (музеї, археологічні пам'ятки), які в сільському туризмі визначають зміст програми туру і, частково, форму його організації. Основними туристичними об'єктами, які виділяються на території Одеської області є: заповідні території різних категорій і видів; найбільш популярні біологічні види (представники флори й фауни); унікальні об'єкти неживої природи (геологічні, геоморфологічні, гідрологічні та інші елементи ландшафту); природно-антропогенні ландшафти в цілому, а також культурні, етнографічні, археологічні, історичні і меморіальні об'єкти, що знаходяться за їх межами.

Туристично-рекреаційні об'єкти, які були виділені в межах адміністративних районів Одеської області, представлені в додатку Р.

Показники x_1 та x_2 – кількісно вимірювані, дані кількісних показників, що формують туристичну привабливість районів представлені в таблиці 4.9.

Також для оцінки рівня туристичної привабливості сільських районів області були вибрані якісні показники: насиченість унікальними природними об'єктами та якість навколишнього середовища. Ці показники (x_3 , x_4) будуть визначені експертним методом оцінки.

Таблиця 4.9

Кількісні показники, що формують туристичну привабливість
районів Одеської області

	Райони	Площа, яку займають природоохоронні території, га	Кількість туристичних об'єктів, одиниць
		X_1	X_2
1	Ананівський	2810,0	3
2	Арцизький	4,0	3
3	Балтський	6433,72	5
4	Березівський	1660,7	1
5	Білгород- Дністровський	8998,0	4
6	Біляївський	5461,9	5
7	Болградський	454,1	2
8	Велико- Михайлівський	470,3	3
9	Іванівський	385,5	2
10	Ізмаїльський	2177,5	7
11	Кілійський	46741,9	5
12	Кодимський	3117,6	2
13	Комінтернівський	4086,25	3
14	Котовський	936,0	2
15	Красноокнянський	-	1
16	Любашівський	-	2
17	Миколаївський	48,0	1
18	Овідіопольський	8136,5	2
19	Ренійський	-	4
20	Роздільнянський	22,7	2
21	Савранський	8408,2	4
22	Саратський	-	-
23	Тарутинський	273,0	4
24	Татарбунарський	3877,87	5
25	Фрунзівський	1419,0	2
26	Ширяївський	556,0	3
м. Одеса		246,77	6
Середнє значення		3900,24	3,07

Але кількісні показники за якими ми будемо проводити оцінку кожного чинника інтегрального показника рівня туристичної привабливості районів, мають різні одиниці вимірювання. Щоб їх можна було використовувати для агрегування в один інтегральний показник, необхідно перевести кожен статистичний показник у стандартизований, який буде відносною безмірною величиною і нівелюватиме різницю в одиницях вимірювання.

На практиці застосовують різні способи стандартизації. Усі вони ґрунтуються на порівнянні з певною величиною як елементом порівняння,

на який необхідно рівнятися. У своєму дослідженні за елемент порівняння ми прийняли середнє значення кожного показника. Отже, стандартизовані показники визначаються як відношення значення фактичного показника до середнього його значення.

На третьому етапі визначення інтегрального показника рівня туристичної привабливості районів (оцінка якісних показників), ми скористались експертним методом.

Виходячи з мети нашого дослідження, яка полягає у встановленні вагомості впливу чинників формування рівня туристичної привабливості районів, під час експертизи необхідно було дізнатися не про ранги показників, а про безпосередні оцінки їх рівнів. Спершу був визначений діапазон оцінок, у межах яких експерт оцінював чинник певним балом. Підпорядкованість рангів прийнято такими:

- перший (найнижчий), якому надається найменше балів – 1;
- останній (найвищий) – з найбільшою сумою балів – 5.

Процедура проведення експертизи полягала в тому, що експерти оцінювали запропоновані якісні чинники з точки зору споживача послуг сільського туризму. Проведення експертної оцінки якісних показників проводилось у співпраці з фахівцями управління курортів та туризму обласної та районних держадміністрацій.

Дані оцінки якісних показників, що формують туристичну привабливість, за результатами експертного опитування (оцінки від 1 до 5 балів) представлені у таблиці 4.10.

Для узгодженості результатів інтегральної оцінки якісні показники також переводимо у стандартизовані, так само як стандартизовані кількісні показники, тобто визначаємо частку якісних показників від середнього їх значення.

Стандартизовані показники рівня туристичної привабливості районів Одеської області представлені в таблиці 4.11.

Для визначення узагальненого інтегрального показника ранги чинників визначаються у зворотному порядку: найвищий ранг – 10 балів надається показнику з найменшим впливом на туристичну привабливість; найнижчий – 1 бал з найбільшим впливом. Для визначення коефіцієнта вагомості знаходимо величину $(1 - W_i)$.

Таблиця 4.10

Дані оцінки якісних показників, що формують туристичну привабливість районів Одеської області, за результатами експертного опитування (оцінки від 1 до 5 балів)

	Райони	Насиченість унікальними природними об'єктами	Якість навколишнього середовища
		X_3	X_4
1	Ананівський	3,89	3,56
2	Арцизький	2,56	3,89
3	Балтський	4,44	4,33
4	Березівський	3,67	4,22
5	Білгород-Дністровський	4,56	4,33
6	Біляївський	4,33	3,89
7	Болградський	3,11	4,0
8	Велико-Михайлівський	3,22	4,11
9	Іванівський	3,11	3,78
10	Ізмаїльський	4,33	3,56
11	Кілійський	5,0	4,44
12	Кодимський	4,11	3,89
13	Комінтернівський	4,22	4,11
14	Котовський	3,33	3,33
15	Красноокнянський	1,67	3,44
16	Любашівський	1,89	3,89
17	Миколаївський	2,89	4,11
18	Овідіопольський	4,44	4,0
19	Ренійський	2,11	4,33
20	Роздільнянський	2,67	4,11
21	Савранський	4,67	4,22
22	Саратський	1,11	3,44
23	Тарутинський	3,11	3,67
24	Татарбунарський	4,56	4,44
25	Фрунзівський	3,78	3,22
26	Ширяївський	3,22	3,11
м. Одеса		3,0	1,67
Середнє значення		3,44	3,82

Таблиця 4.11

Стандартизовані показники рівня туристичної привабливості районів
Одеської області для розвитку сільського туризму

	Райони	Площа, яку займають природоохоро нні території	Кількість туристичних об'єктів	Насиченість унікальними природними об'єктами	Якість наколишнього о середовища
		X_1	X_2	X_3	X_4
1	Ананівський	0,7205	0,9772	1,1308	0,9319
2	Арцизький	0,0010	0,9772	0,7442	1,0183
3	Балтський	1,6496	1,6287	1,2907	1,1335
4	Березівський	0,4258	0,3257	0,0669	1,1047
5	Білгород- Дністровський	2,3070	1,3029	1,3256	1,1335
6	Біляївський	1,4004	1,6287	1,2587	1,0183
7	Болградський	0,1164	0,6515	0,9041	1,0471
8	Велико- Михайлівський	0,1206	0,9772	0,9360	1,0759
9	Іванівський	0,0988	0,6515	0,9041	0,9895
10	Ізмаїльський	0,5583	2,2801	1,2587	0,9319
11	Кілійський	11,9844	1,6287	1,4535	1,1623
12	Кодимський	0,7993	0,6515	1,1948	1,0183
13	Комінтернівський	1,0477	0,9772	1,2267	1,0759
14	Котовський	0,2400	0,6515	0,9680	0,8717
15	Красноокнянський	-	0,3257	0,4855	0,9005
16	Любашівський	-	0,6515	0,5494	1,0183
17	Миколаївський	0,0123	0,3257	0,8401	1,0759
18	Овідіопольський	2,0862	0,6515	1,2907	1,0471
19	Ренійський	-	1,3029	0,6134	1,1335
20	Роздільнянський	0,0058	0,6515	0,7762	1,0759
21	Савранський	2,1558	1,3029	1,3576	1,1047
22	Саратський	-	-	0,3227	0,9005
23	Тарутинський	0,0700	1,3029	0,9041	0,9607
24	Татарбунарський	0,9943	1,6287	1,3256	1,1623
25	Фрунзівський	0,3638	0,6515	1,0988	0,8429
26	Ширяївський	0,1426	0,9772	0,9360	0,8141
м. Одеса		0,0633	1,9544	0,8721	0,4372
Середнє значення		1,0135	1,0013	0,9331	0,9252

Коефіцієнт вагомості визначаємо діленням сумарного значення рангової оцінки показника на суму значення рангових сумарних оцінок усіх показників:

$$W_i = R_i / \sum R_i, \quad (4.1)$$

де R_i – сумарне значення рангової оцінки показника;
 $\sum R_i$ – сума значень рангових сумарних оцінок усіх показників.

Підсумкові результати опитування експертів та коефіцієнти вагомості показників щодо їх впливу на рівень туристичної привабливості району наведені в таблиці 4.12.

Таблиця 4.12

Дані оцінок елементів інтегрального показника рівня туристичної привабливості районів (за десятибальною шкалою)

Експерти	Показники				
	X_1	X_2	X_3	X_4	Разом
I	2	1	1	3	-
II	1	2	2	2	-
III	3	2	2	3	-
IV	2	3	1	2	-
V	1	1	1	2	-
VI	3	2	2	1	-
VII	2	2	2	2	-
VIII	2	3	2	3	-
IX	3	1	1	2	-
Сумарне значення рангової оцінки показника, R_i	19	17	14	20	70
Коефіцієнт вагомості, W_i	0,2714	0,2429	0,2000	0,2857	1
$1-W_i$	0,7286	0,7571	0,8000	0,7143	-

Якщо показники множини мають різну вагомість впливу на результуючу оцінку, то інтегральний показник визначаємо як арифметичну зважену:

$$RTP_j = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{X_{ij}}{\bar{X}} \times (1-\omega_i)}{\sum_{i=1}^n \frac{X_{ij}}{\bar{X}} \times (1-\omega_i)} = \frac{IRTP_{ij}}{\sum IRTP_{ij}}, \quad \text{де } \sum \omega_i = 1, \quad (4.2)$$

де RTP_i - рівень туристичної привабливості;

x_{ij} - стандартизовані показники рівня туристичної привабливості районів;

$\bar{x}$ - середнє значення стандартизованих показників;

n - кількість аналізованих показників туристичної привабливості районів;

W_i - вагомість показників; $IRTP_{ij}$ - часткові індекси показників.

Інтегральний показник рівня туристичної привабливості районів визначаємо як відношення суми усіх часткових індексів показників до загальної суми цих індексів за усіма районами Одеської області. Результати розрахунків інтегральних показників рівня туристичної привабливості районів Одеської області представлені у таблиці 4.13.

Таблиця 4.13

Часткові індекси та інтегральні показники рівня туристичної привабливості району

	Райони	Площа, яку займають рекреаційні ресурси	Кількість туристичних об'єктів	Насиченість унікальними природними об'єктами	Якість навколишнього середовища	Сумарне значення часткових індексів показників	Інтегральний показник рівня туристичної привабливості
1	Ананівський	0,5180	0,7389	0,9694	0,7273	2,9536	0,1424
2	Арцизький	0,0007	0,7389	0,6380	0,7862	2,1638	0,1044
3	Балтський	1,1859	0,7389	0,6380	0,7862	2,1631	0,1043
4	Березівський	0,3061	0,2463	0,0574	0,8529	1,4627	0,0705
5	Білгород-Дністровський	1,6585	0,9851	1,1365	0,8751	4,6552	0,2245
6	Біляївський	1,0067	1,2315	1,0792	0,7862	4,1036	0,1979
7	Болградський	0,0837	0,4926	0,7751	0,8084	2,1598	0,1042
8	Великомихайлівський	0,0867	0,7388	0,8035	0,8306	2,4596	0,1186
9	Іванівський	0,0710	0,4926	0,7751	0,7639	2,1026	0,1014
10	Ізмаїльський	0,4014	1,7240	1,0792	0,7273	3,9319	0,1896
11	Кілійський	8,6155	1,2315	1,2462	0,8974	11,9906	0,5783
12	Кодимський	0,5746	0,4926	1,0244	0,7862	2,8778	0,1388
13	Комінтернівський	0,7532	0,7388	1,1642	0,8306	3,4868	0,1682
14	Котовський	0,1725	0,4926	0,8300	0,6730	1,9956	0,0962
15	Красноокнянський	-	0,2463	0,4162	0,6952	1,3577	0,0655
16	Любашівський	-	0,4926	0,4710	0,7862	1,7498	0,0844
17	Миколаївський	0,0088	0,2463	0,7210	0,8306	1,8067	0,0871
18	Овідіопольський	1,4998	0,4926	1,1066	0,8084	3,9074	0,1884
19	Ренійський	-	0,9851	1,1639	0,8751	3,0241	0,1458
20	Роздільнянський	0,0042	0,4926	0,6655	0,8306	1,9887	0,0959
21	Савранський	1,5498	0,9851	1,1639	0,8084	4,5072	0,2174
22	Саратський	-	-	0,2767	0,6952	0,9719	0,0469
23	Тарутинський	0,0503	0,9851	0,7751	0,7417	2,5522	0,1231
24	Татарбунарський	0,7148	1,2314	1,1365	0,8974	3,9801	0,1919
25	Фрунзівський	0,2615	0,4926	0,9421	0,6508	2,3470	0,1132
26	Ширяївський	0,1025	0,7388	0,8025	0,6285	2,2723	0,1096
	м. Одеса	0,0455	1,4778	0,7477	0,3375	2,6085	0,1258
	Усього в області	19,6717	19,9494	22,6049	20,7169	82,9429	0,1327
	Середнє значення	0,7286	0,7389	0,8372	0,7673	20,7357	1,0000

Інтегральну оцінку рівня туристичної привабливості районів проводили за такою шкалою:

- < 0,1 – незадовільний рівень;
- 0,1-0,15 – задовільний рівень;
- 0,16-0,2 – високий рівень;
- > 0,2 – дуже високий рівень.

Така оцінка показує існуючий рівень туристичної привабливості кожного адміністративного району Одеської області відповідно до наявних у їх межах природоохоронних територій, туристичних об'єктів, а також в залежності від якості навколишнього середовища, насиченості унікальними природними об'єктами.

Як видно, з отриманих результатів, більшість районів Одеської області мають задовільний рівень туристичної привабливості. Слід відмітити, що жодний з районів не досягає дуже високого рівня туристичної привабливості, лише Кілійський район володіє високим рівнем туристичної привабливості в Одеській області.

Вище наведена оцінка дозволяє визначити, які чинники справляють найвагоміший вплив на рівень туристичної привабливості районів. За вагомістю впливу факторів на рівень туристичної привабливості території можна сформувавши систему заходів для визначення оптимального рівня туристичної привабливості для розвитку сільського туризму.

Використання запропонованої методики сприятиме точності визначення конкретних факторів, які впливають на рівень туристичної привабливості районів Одеської області. Методика дозволяє враховувати численні фактори, у тому числі якісні, які формують туристичну привабливість агорекреаційній діяльності, і проста у використанні та інтерпретації.

На основі отриманих результатів слід сформувавши стратегічні напрями розвитку сільського туризму в Одеському регіоні.

4.3. Бенчмаркінг якості послуг туристичних підприємств кластеру

Проведені дослідження щодо формування ринку сільського туризму та їх результати, які були наведені в попередніх розділах, аналіз діяльності регіональних туроператорів спонукали нас до розширення меж дослідження з якості послуг туристичних підприємств регіону, та пошуку методик вимірювання якості для подальшого їх застосування в діяльності підприємств галузі з метою підвищення ефективності бізнесу.

Аналіз різних методів оцінки якості як нецінового чинника підвищення конкурентоспроможності турпослуг, запропонованих науковцями, показав, що вони не мають однотайної думки, щодо вирішення цієї науково-практичної проблеми. Наприклад, В.Гиссин розглядає 8 методів, серед яких виділяються методи рангів, різниць, балів,

порівняльних переваг та ін. [45]. А.П. Дурович надає перевагу методу, заснованому на визначенні ринкової частки підприємств, а Б. Карлоф – матричному методу [67]. Але науковці недостатньо, на наш погляд, приділяють уваги методикам бенчмаркінгу та аналізу конкурентоспроможності на основі методик кваліметричного аналізу (кількісна оцінка якості).

Сучасний бенчмаркінг – це дослідницько-аналітичний вид діяльності, що полягає в знаходженні й вивченні найкращих з відомих методів ведення бізнесу, що допомагає відносно швидко із найменшими витратами вдосконалювати процеси підприємницької діяльності.

В туристичному бізнесі туроператора основою бенчмаркінгу є порівняння турпродукту конкурента, або якої-небудь його частини (трансфер, розміщення, обслуговування на маршруті) з турпродуктом туроператора, який проводить аналіз з метою підвищення своєї конкурентоспроможності. Сьогодні бенчмаркінг – це метод оцінки діяльності турпідприємств з вирішення безлічі питань, які виникають в конкурентному середовищі. В фаховій літературі надаються такі напрямки бенчмаркінгу, які включають: бізнес-процеси; обладнання та інформаційні технології; процеси виробництва послуг; певні товари та послуги; просування і продаж турпослуг; якість обслуговування.

Історично бенчмаркінг спочатку був відомий як модель під назвою GAP-аналіз: проста методика оцінки «розриву» між окремими параметрами туристичної компанії і бажаними результатами (такими можуть бути й позиції головного конкурента) використовувалася для оцінки слабких боків туристичної компанії. Технологія бенчмаркінгу створює своєрідну аналогову базу, яка може бути використана як еталонний об'єкт поглибленого наочного дослідження. Причому цілі, які переслідують туристичні компанії, використовуючи інструментарій бенчмаркінгу, можуть бути різними: поліпшити позицію відносно конкурентів; знизити витрати; укріпити конкурентну позицію; підвищити ступінь задоволеності покупців; збільшити ефективність; визначити слабкі місця процесу; розробити нові ідеї; вивчити діяльність лідерів конкурентного середовища і причини їхнього успіху, узагальнити і використати ці відомості в процесі побудови моделі ефективного підприємства [140].

Для більших туристичних підприємств бенчмаркінг не є новим, оскільки він здійснювався в рамках конкурентного аналізу, хоча бенчмаркінг є більш деталізованим, формалізованим і впорядкованим методом, ніж метод або підхід конкурентного аналізу, ця необхідна умова – функція успіху будь-якої туристичної компанії.

Бенчмаркінг у туристичній фірмі виявляє її проблеми або проблеми на туристичному ринку з витратами і якістю, виявляє конкурентні переваги або недоліки туристських компаній. Він розкриває проблеми в

роботі, конкретизує їх. У керівництві німецької туристичної корпорації «TUI» переконані, що бенчмаркінг повинен бути постійним процесом, націленим не тільки на відповідність конкуренції, а й на перемогу над нею. В рамках бенчмаркінгу підприємницькі функції аналізуються як процеси, що створюють турпродукт і що просувають його на ринок. Сфера застосування бенчмаркінгу включає розробку стратегії, операції і управлінські функції, проте основним джерелом відомостей про ринок і про конкурентів залишається покупець.

Він розглядається і як спосіб оцінки стратегій і цілей роботи порівняно з провідними туристичними підприємствами, щоб гарантувати довготривале успішне існування на ринку. Його швидше слід розглядати як дослідження, що проводиться паралельно з маркетинговими дослідженнями, а не як включене в їхній склад. Це обумовлюється тим, що в маркетингові дослідження традиційно включаються дослідження зовнішнього підприємницького середовища, ринку, споживачів і конкурентів, а бенчмаркінг спрямований, головним чином, на вивчення кращих технологій, виробничих і обслуговуючих процесів і методів обслуговування, просування й продажу турпродукту. Проте слід згадати, що ряд фахівців стали включати в бенчмаркінг і такі традиційні напрямки маркетингових досліджень, як вивчення споживачів і конкурентів. У даному випадку відмінність бенчмаркінгу і маркетингових досліджень розвивається, але такий підхід суперечить поняттям, що склалися, в області маркетингових досліджень.

Зібрана інформація дає змогу отримати широке уявлення про характер підприємницької діяльності лідерів конкурентного середовища і причини їхнього успіху, узагальнення і використання в процесі побудови моделі ефективного підприємництва.

Бенчмаркінг пов'язаний з пошуком і вивченням найкращих методів і способів підприємництва, які мають стати еталоном, орієнтиром для туристичної фірми і допомагати організувати власний бізнес краще і результативніше, ніж у конкурентів. Основний зміст бенчмаркінгу полягає у виявленні еталонних туристичних підприємств, що досягли значних успіхів у яких-небудь функціональних сферах, ретельному вивченні їхніх бізнес-процесів і адаптації здобутих відомостей до умов власної туристичної фірми. Він припускає активну взаємодію партнерів, що обмінюються інформацією про бізнес-процеси. Успішно реалізовані проекти з бенчмаркінгу сприяють виникненню соціальних зв'язків між фахівцями різних туристичних фірм і створюють основу для комерційних проектів, просування турпродукту, розробки нового турпродукту.

Частина фахівців дотримується думки, що бенчмаркінг означає перейняття методів управління, що успішно працюють в інших туристичних підприємствах після того, як шляхом порівняння з іншими областями туристичної діяльності або конкурентами були виявлені слабкі

сторони власного підприємства. Одним з класичних є наступне означення: «Бенчмаркінг в туризмі - це процес систематичного й безперервного вимірювання: оцінка процесів туристичної компанії та порівняння їх з процесами туристичних компаній-лідерів в світі з метою отримання інформації, корисної для удосконалення власних процесів» [151].

Визначаючи ефект, який може забезпечити бенчмаркінг, слід мати на увазі, що не враховувався факт обміну досвідом і його вивчення. Користь бенчмаркінгу для туристичної фірми полягає в тому, що її виробничі й маркетингові функції стають найбільш керованими, коли досліджуються і впроваджуються в своїй фірмі кращі методи і технології інших турпідприємств. В результаті підприємництво може стати прибутковим, з високою економічністю, із створенням корисної конкуренції і задоволенням потреб туристів.

Методи й процеси піддаються постійним змінам. Те, що ще недавно було якнайкращим досягненням, скоро стане стандартом або навіть рівнем нижче. Тому треба регулярно перевіряти, чи мають ще силу виявлені якнайкращі показники. Отже, аналіз переваги — це не одноразова дія, він повинен бути формально встановлений туристичною компанією як функція. Витрати на аналіз переваги після його впровадження значно знижуються в результаті того, що співробітники починають довіряти такому інструменту, як аналіз переваги; зав'язуються контакти з порівнюваними турфірмами, які можна підтримувати за допомогою регулярного обміну; відомі важливі джерела інформації, вже існує база даних, яку треба тільки поповнювати.

Передумовою оптимального використання цих даних є деталізоване й систематичне документування всіх колишніх відомостей щодо аналізу переваги. Бенчмаркінговий підхід у туристичній сфері приводить до істотної зміни процедури ухвалення рішення в маркетингу. Традиційно маркетингові рішення ухвалювалися на основі результатів маркетингових досліджень та інтуїції менеджерів щодо комплексу маркетингу. На основі цього розроблялася маркетингова стратегія туристичної компанії. Сучасні умови бізнесу призводять до того, що для забезпечення конкурентоспроможності компанії та її стійкого положення подібних дій стає недостатньо. Необхідне вивчення досвіду діяльності й поведінки на ринку лідерів бізнесу для підвищення обґрунтованості стратегій маркетингу.

Впровадження технологій та методик бенчмаркінгу для оцінки конкурентоспроможності підприємницьких структур в турбізнесі, якості послуг дозволяє удосконалювати загальну методологію маркетингового аналізу ринку діяльності турпідприємств та підвищити ефективність діяльності підприємств. Проведені дослідження сучасної наукової літератури з визначених проблем дозволяють нам запропонувати алгоритм процесу бенчмаркінгу в туристичних підприємствах, що наведено на рисунку 4.10.



Рис. 4.10. Алгоритм процесу бенчмаркінгу в туристичному підприємстві

Процес бенчмаркінгу в туристичних фірмах складається з наступних етапів.

1. Визначення об'єкту бенчмаркінгу. На цьому етапі встановлюються потреби турфірми в змінах, в поліпшенні; проводиться оцінка ефективності діяльності; виділяються та вивчаються основні операції, що впливають на результат діяльності, а також спосіб кількісного вимірювання характеристик; встановлюється наскільки глибоким повинен бути бенчмаркінг.

2. Вибір партнера по бенчмаркінгу. Визначається, яким буде бенчмаркінг (зовнішнім або внутрішнім); проводиться пошук туристичних фірм, які є еталонними; встановлюються контакти з цими фірмами; формулюються критерії, за якими відбувається оцінювання й аналіз.

3. Пошук інформації. Збирання інформації про власну туристичну фірму і партнерів по бенчмаркінгу. Для цього використовуються як

первинні так і вторинні дані. Здобуту інформацію слід всебічно перевірити.

4. Аналіз. Здобута інформація класифікується, систематизується, вибирається метод аналізу, оцінюється ступінь досягнення мети й чинники, що визначають результат.

5. Розробка плану впровадження. Розробляються план впровадження, процедури контролю, оцінюється й аналізується процес впровадження. Необхідно домогтися того, щоб змінні процеси досягли найвищої ефективності.

6. Впровадження результатів означає оцінювання наслідків аналізу переваги; подання звіту про результати зацікавленим особам; виявлення можливостей поліпшення; узгодження із звичайним планом роботи туристичної фірми; розроблення плану введення необхідних змін; впровадження плану в життя.

7. Інноваційне рішення щодо управління якістю означає сприйняття аналізу переваги як безперервного процесу поліпшення якості обслуговування; впровадження сучасних методик та технологій оцінки якості турпослуг; використання результатів для подальшого інноваційного розвитку.

8. Контроль за процесом бенчмаркінгу. Організація контролю за процесами впровадження результатів бенчмаркінгу має відбуватися у двох напрямках: по-перше, стеження за розвитком встановлених оцінних показників результатів діяльності турпідприємства і, по-друге, перевірка поточного стану конкурентоспроможності на ринку турпослуг. Таким чином, процес бенчмаркінгу дозволяє ефективно провести паралелі між реальними потребами ринку і спроможності підприємців сфери туризму.

Для подальшого розгляду методик бенчмаркінгу ми звернули увагу на сучасні підходи до вибору інтегрального показника якості. Він може бути розрахований для виміру якості турпослуги; якості туристичної діяльності підприємств; якості готельних послуг [208]. Узагальнюючи різні наукові підходи, нами визначено дві групи розрахунків інтегрального показника якості турпослуги, які, по перше, засновані на мультиполікативному підході, по-друге, засновані на адаптивному підході. В той же час, при розрахунку інтегральних показників якості треба мати на увазі проблеми з вибором показників, які складають інтегральний показник, складність оцінки впливу кожного одиничного показника на комплексний результат. Ми розділяємо думку науковців, що один із найбільш доцільних методів бенчмаркінгу оцінки якості туристичної послуги на основі інтегрального показника, який максимально відображає споживчі показники якості турпослуг, є метод побудови «радару якості» [184].

Інтегральний показник за даним методом бенчмаркінгу визначається на підставі розрахунку відносної площі «радару», який

побудовано в середині оціночного кола за різними еталонними показниками за формулами 3.5, 3.6, 3.7:

$$K = S_p : S, \quad (4.3)$$

де K - інтегральний показник;
 S_p - площа радару (см²);
 S - загальна площа кола, яка дорівнює:

$$S = \pi R^2 \quad (4.4)$$

де: R - радіус оціночного колу (см).

Площа «радару» визначається за формулою:

$$S_p = \frac{1}{2} \times \sin J \sum_{i=1}^N a_i \times a_{i+1}, \quad (4.5)$$

де a_i, a_{i+1} - довжина двох суміжних оцінюючих ліній, мм;
 J - кут між двома суміжними оцінюючими лініями;
 N - кількість індивідуальних оціночних параметрів.

На нашу думку, в «радар якості» турпослуги може бути залучена деяка кількість параметрів споживчих характеристик послуги за ліцензійними умовами проведення туроператорської діяльності, вимогами державного стандарту, умовами агентської угоди з туроператором тощо. При цьому з їх кількісним збільшенням точність визначення оцінки якості турпослуги зростає.

Досліджуючи стан конкурентоспроможності методами бенчмаркінгу за допомогою моделі «радару якості» туристичних послуг у туроператора «Мистецтво мандрувати», нами було визначено, що якість послуги туристом оцінюється з трьох позицій: перша, переддоговірне обслуговування (інформація про тур, порядок укладання угоди, умови бронювання тощо); друга, якість обслуговування на маршруті туру; третя, післяпродажне обслуговування (закріплення клієнтів-споживачів). Для побудови «радару якості» нами були проведені опитування споживачів турпослуг, менеджерів турфірми на вагомість показників оцінки якості обслуговування у туроператора. За результатами дослідження, опитування туристів були виявлені 10 єдиних показників, які нами згруповані в матрицю бенчмаркінгу за «радариом якості» туроператора «Мистецтво мандрувати». За еталонне значення інтегрального показника ми прийняли показники основного конкурента туроператора «Бон-Вояж», а за найкращий результат показники другого конкурента «Алвона». Продуктові та географічні границі дослідження нами були обмежені турами до Дельти Дунаю в форматі стандартного автобусного туру Одеса – Вілкове – Одеса, який на регіональному ринку позиціонується як продукт сільського туризму та реалізується для туристів і мешканців Одеського регіону з 2005 року. Вищезазначені турфірми мають певний досвід з цього напрямку і готові до співпраці з підприємцями агротуристичного бізнесу сільських

районів області, а також до залучення їх до кластеру транскордонного співробітництва в сфері сільського туризму.

Для побудови моделі радару якості нами визначені зведені критерії оцінки якості турпослуг споживачами туроператору «Мистецтво мандрувати», які наведені в таблиці 4.14.

Таблиця 4.14

**Критерії оцінки якості обслуговування туристів туроператором
«Мистецтво мандрувати» (матриця бенчмаркінгу)**

<i>Критерії оцінки якості обслуговування туристів</i>	<i>Одиниця виміру</i>	<i>Значення по туроператорам</i>		
		<i>Найкращий результат в галузі «Алвона»</i>	<i>Норма по «Бон-Вояж»</i>	<i>Факт по «Мистецтво мандрувати»</i>
1. Витрати часу на бронювання туру до м. Вілкове, T_{брон}	хвил	20	25	36,8
	%	120,0	100,0	52,8
2. Витрати часу на оформлення договору, T_{оф}	хвил	15	20	21,5
	%	125,0	100,0	92,5
3. Витрати часу на оформлення рахунку до оплати, T_{рах}	хвил	5	10	16
	%	150,0	100,0	40,0
4. Витрати часу на оформлення страхового полісу, T_{стр}	хвил	5	15	20
	%	167,0	100,0	66,7
5. Умови анулювання туру, УА	+/-	+	+	+
6. Відповідність умов договору туристичному законодавству, Дз	%	100,0	100,0	98,5
7. Відповідності попиту і пропозицій на додаткові послуги, Кп-п	%	100,0	100,0	100,0
8. Інформаційне забезпечення туру Iз	%	100,0	100,0	87,2
9. Комфорт обслуговування: - прямий продаж туру, ППУ ; - альтернатива підбору турпослуг, КАТ ; - компліментарні знаки уваги до туристів, КУ ;	+/-	+	+	+
	+/-	+	+	-
	+/-	+	+	+
10. Відповідність реклами фактичному обсягу послуг, Ср	%	100,0	100,0	100,0

Відображення «радару якості» нормативного і фактичного наведено в рис.4.11. та дають змогу візуального відображення коливань відносно еталону.

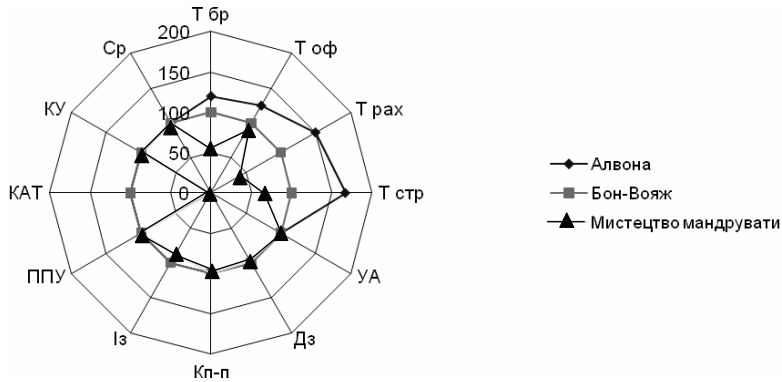


Рис. 4.11. Радар якості турпослуг туроператорів «Бон Вояж» (нормативний) та «Мистецтво мандрувати» (фактичний)

Розрахунок інтегрального показника якості турпослуги дав такі результати:

$$S_{(\text{норм})} = 1/2 \times \sin 30^\circ (2,5 \times 3,5 + 3,5 \times 3 + 3 \times 3,5 + 3,5 \times 5 + 5 \times 5 + 7 \times 4 + 5 \times 2,5) = 55,688 \text{ (см}^2\text{)};$$

$$S = 3,14 \times 5^2 = 78,54 \text{ (см}^2\text{)};$$

$$K_{\text{норм}} = \frac{56.688}{78.54} = 0,722$$

$$S_p(\text{факт}) = 1/2 \times \sin 30^\circ (1,5 \times 1,9 + 1,9 \times 3 + 3 \times 3 + 3 \times 5 + 5 \times 4,95 + 4,94 \times 5 + 5 \times 4,6 + 4,6 \times 5 + 5 \times 5 + 5 \times 1,5) = 40,138 \text{ (см}^2\text{)};$$

$$S = 3,14 \times 5^2 = 78,54 \text{ (см}^2\text{)};$$

$$K_{\text{факт}} = \frac{40.138}{78.54} = 0,51.$$

Таким чином, якщо якість туристичних послуг вище, то більша площа, яку займає радар, цим самим інтегрований показник якості ближче до одиниці. Площа «радаря якості» в ідеалі дорівнює площі кола (див. рис. 4.11).

Розрахункові показники для матриці бенчмаркінгу туроператора «Мистецтво мандрувати» таким чином складають: нормативний коефіцієнт якості турпослуг – 0,72, а фактичний – 0,51, відхилення – 0,21.

На нашу думку визначена методика бенчмаркінгу має перспективи доповнювати вже існуючі з аналізу конкурентоспроможності, тому що дає візуально-графічні параметри інформації; її комплексність має можливість враховувати, на перший погляд несумісні оцінки споживачів турпослуг з критеріїв якісного сервісу; має можливості прогнозу, міру порівняння, а також базується на методах математичного моделювання турпослуг з визначеною «корзиною споживчих характеристик сервісу». Модель побудови «радара якості» за технологіями бенчмаркінгу може

доповнювати відому методику розбіжності якості послуг німецького фахівця В.Вейтамла та українського науковця О. Решетняка [184].

Для подальших розробок технологій та методик бенчмаркінгу критеріїв конкурентоспроможності регіональних туроператорів, автором пропонується методика «портфоліо бенчмаркінгу», яка дає змогу визначити вплив більш поширених показників бенчмаркінгу.

За допомогою моделі «радар якості» можна визначити комплексний показник якості підприємницької діяльності турпідприємства за критеріями «портфоліо бенчмаркінгу». Для цього необхідно визначити коефіцієнти вагомості чинників для узагальненої оцінки якості підприємницької діяльності. За базові показники можуть бути взяті регіональні статистичні показники зі звітів туроператорів за річною формою 1-ТУР. Важливість кожного показника «портфоліо бенчмаркінгу» базується на співвідношенні показників регіонального рейтингу за формою 1-ТУР (наприклад, обсяг турпотоку за ринками збуту, обсяг послуг у вартісному вимірі, частка прибутку на внутрішні інвестиції, тощо) і їх можна оцінювати від 0 до 1, загальна сума має дорівнювати одиниці. Далі для визначення інтегрального показника бенчмаркінгу якості підприємницької діяльності використовується формула 4.6:

$$K = \sum_{i=1}^N \frac{D_i}{D} \times a_i, \quad (4.6)$$

де K – інтегральний показник;

D_i – інший та базовий показники;

a_i – коефіцієнт вагомості i -го показника в рейтингу показників.

Порівнявши результати діяльності досліджуваніх туроператорів за технологією бенчмаркінгу можна зробити висновок, який з них є найбільш конкурентоспроможнішим ($K > 1$). Але треба відзначити, що така оцінка в цілому має суб'єктивний характер, а її точність залежить від прозорості самого турпідприємства.

Під час дослідження стану конкурентоспроможності регіональних турпідприємств нами були враховані зауваження та пропозиції щодо вибору еталонних значень та змісту матриці бенчмаркінгу, які надійшли від фахівців туроператорів «Бон-Вояж», «Вілкове-тур», «Олімпія-тур», «Пласке», «Алвона». Деякі концептуальні підходи були обговорені на семінарах, тренінгах «бізнес інкубаторів», які проводились за програмами Придунайського Туристичного Інформаційного Центру (м. Вілкове) в містах Одеса, Ізмаїл, Приморське.

Узагальнюючи їх досвід з проблем управління якістю турпослуг та пропозиції щодо критеріїв оцінки, результатів вищенаведених розвідок та досліджень пропонується узагальнена матриця еталонних критеріїв «портфоліо бенчмаркінгу» з якості турпослуг у Додатку Ц.

Для подальшого дослідження нами були визначені п'ять туроператорів Одеського регіону: «Алвона», «Бон-Вояж», «Вілкове-тур», «Олімпія-тур», «Чорне море». Базуючись на методиці еталону «радару якості», критеріїв «портфоліо бенчмаркінгу» ми отримали розрахунки за інтегральним критерієм якості та бальному методу, підсумкові значення яких нами зведено в таблицю 4.15 в сенсі конкурентоспроможності підприємств.

Таблиця 4.15

Бенчмаркінг туроператорів за параметром «якість турпослуг»

<i>№ з/п</i>	<i>Туроператори групи «бенчмаркінг»</i>	<i>Узагальнена поточна оцінка</i>			<i>Прогнозна оцінка</i>		
		<i>За «радаром якості»</i>	<i>За балами</i>	<i>Рейтинг</i>	<i>За «радаром якості»</i>	<i>За балами</i>	<i>Рейтинг</i>
1.	«Алвона»	0,803	116	1	0,820	120	1
2.	«Чорне море»	0,712	102	2	0,743	116	2
3.	«Бон Вояж»	0,714	101	3	0,720	108	3
4.	«Вілкове-тур»	0,683	106	4	0,710	110	4
5.	«Олімпія-тур»	0,532	96	5	0,630	104	5

В таблиці 4.15 наведено результати апробації методики розрахунків та визначена рейтингова оцінка якості послуг [151].

Необхідно відзначити, що похибка оцінок окремих параметрів може бути пов'язана з суб'єктивними оцінками туристів чи експертів, але використання методології бенчмаркінгу дає можливість оцінити не тільки існуючий рівень якості турпослуг, а і виявити численні чинники, що визначають конкурентоспроможність турпідприємства на ринку, зробити прогнози. Проведене вивчення наукової літератури з проблем якості турпослуг, бенчмаркінгових технологій аналізу конкуренції виявили дуже актуальну проблему, яка, на думку автора, поки ще не знайшла концептуальних розробок та наукових підходів. Це є проблема розробки методології дослідження та формування підходів до визначення еталонних значень критеріїв оцінки якості турпослуг: по-перше, проектуванням турпослуги («туристична мандрівка», «туристичний похід», «екскурсія») по-друге, процесами обслуговування туристів згідно вимогам державного стандарту: ГОСТ 28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание, туристские услуги, общие требования» (мова оригіналу) та сучасних ринкових ознак туристичного бізнесу. А також співвідношення вимог ліцензійних умов впровадження туроператорської діяльності до критеріїв стандартів серії ДСТУ ISO 9001:2001, 10014:2006 в сенсі процесу управління якістю обслуговування та економіки якості менеджменту тур підприємств.

Таким чином, бенчмаркінг у туристичній сфері є одним з найважливіших напрямів стратегічно орієнтованих маркетингових

досліджень. Бенчмаркінгові дослідження як одна з найважливіших функцій маркетингу в сфері індустрії туризму забезпечують стійке, конкурентоспроможне функціонування і розвиток того або іншого суб'єкта маркетингової системи на ринку турпродуктів з урахуванням стану внутрішнього і зовнішнього середовищ. При цьому бенчмаркінг передбачає маркетингові дослідження і на їхній основі розробку стратегії і програми маркетингових заходів, які використовуються в цілях підвищення результативності туристичної фірми та ефективності задоволення попиту остаточного споживача або клієнта. Структурно маркетингові дослідження мають два головних напрямки - дослідження характеристик ринку і дослідження внутрішніх нинішніх і потенційних можливостей діяльності турфірми. Проте, всі результати маркетингових досліджень призначені для керівництва, щоб прийняти підприємницькі рішення в цілому і маркетингові рішення зокрема, які пов'язані з невизначеністю поведінки суб'єктів маркетингової системи, а ухвалення їх супроводжується, як правило, ризиком. Уникнути ризику практично неможливо, його необхідно передбачити і знайти шляхи зведення його до мінімуму. Для цього необхідно виявити проблемну ситуацію, яка виникла або може виникнути в процесі маркетингової діяльності. Під проблемною ситуацією розумітимемо деяку ринкову суперечність, яка вимагає певної дії для її вирішення або альтернатив маркетингової стратегії. Різноманіття маркетингової діяльності обумовлює й різноманіття всіляких видів маркетингових досліджень. Разом з цим, проблемна ситуація може взагалі не існувати (з точки зору туристичної фірми), проте навіть в цьому випадку проведення маркетингових досліджень необхідне, наприклад, для реалізації контролінгу.

Необхідність бенчмаркінгових досліджень, як показує історія розвитку їх, пов'язана з активним процесом розширення діяльності туристичної фірми і появи нових технологій в усіх сферах індустрії туризму, обслуговування і надання турпродукту, інформатизацією діяльності туристичних компаній і просування та реалізації турпродукту, зростанням соціальних і культурних вимог споживачів, з еволюцією маркетингу як філософії та інструментарію бізнесу. Зараз для туристичного бізнесу важливе значення мають відношення з покупцем (клієнтом), комунікації з усіма зацікавленими в тій або іншій операції суб'єктами, зростає роль інформаційних технологій в розробці й прискоренні ухвалення рішень. Необхідно свідомо знати орієнтацію покупця на покупку, його мотиви, потреби й побажання. Найважливішого значення набуває конкурентоспроможність. Необхідно постійно оновлювати турпродукт і технологію його створення для споживачів; розширювати асортимент турпродуктів; знаходити нові ринки; збільшувати обсяг; змінювати організаційні структури управління, забезпечуючи їх властивістю адаптивності до основних змін характеристики ринку і поведінки споживача - туриста.

Запропонована автором методика розрахунків рівня якості турпослуг, може бути використана також для вимірювання якості послуг туристичного агентства, підприємця сільського туризму, екскурсійної установи, готельного підприємства та санаторно-курортного закладу. Результати розрахунків можуть бути використаними для подальшої діагностики рівнів ефективності підприємницької діяльності регіонального туристично-рекреаційного комплексу та дозволяє:

- 1) отримати обґрунтовану кількісно-якісну характеристику діяльності підприємства галузі;
- 2) провести оцінку рівня розвитку підприємницької діяльності в конкурентному середовищі в порівнянні на умовах секторальної диференціації підприємств галузі;
- 3) провести розробку рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності певного підприємства чи підприємця;
- 4) в подальшому визначити інтегральний показник рівня розвитку підприємництва щодо якості туристичних послуг в системі рейтингових показників секторальних підприємств галузі та впровадження даної методики на рівні управління туризмом та курортами обласної державної адміністрації, міської влади м. Одеси.

Результати розрахунків за запропонованою методикою можуть бути використані з метою розробки новітніх підходів до державного регулювання процесу управління розвитком туризму і рекреації. Таким чином, узагальнюючи проведені дослідження з проблем управління якістю турпослуг в сенсі підвищення конкурентоспроможності підприємств туристично-рекреаційної сфери, аналізуючи науково-методичні підходи вчених та фахівців галузі, загальні концепції вітчизняних та закордонних систем якості, спираючись на особистий досвід управління тур операторською фірмою, можна зробити загальний висновок. Парадигми у галузі якості розширювались, удосконалювались, трансформувались з урахуванням специфіки діяльності турпідприємств в умовах перехідної економіки та кон'юнктури ринку, прийнявши нині вигляд загальновизнаного комплексу ідей науковців та підприємців, методичних, організаційних та технічних методів та прийомів ідеології конкуренції та тотального управління якістю. Загальна зацікавленість у поліпшенні якості туристичних послуг стає передумовою для створення та розвитку регіональних систем якості, які мають формуватись на базі галузевих стандартів ISO з урахуванням специфіки розвитку туристсько-рекреаційного комплексу регіону. Це потребує подальшого розвитку теоретичних основ та розробки методики регіонального управління процесами в галузі якості послуг туристичної сфери, що підвищить ефективність підприємницької діяльності у цілому.

РОЗДІЛ 5

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

5.1. Напрями формування кластерів в сфері сільського туризму регіону

Інтеграція в економічні структури Європейського Союзу потребує від України розроблення та вдосконалення моделі взаємовідносин центра та регіонів, яка б відповідала принципам, стандартам, нормам та механізмам регіональної політики Євросоюзу, сприяла розвитку нових форм співробітництва між регіонами, а також міжнародного співробітництва територій, особливо на сучасному етапі становлення України.

Один з інструментів успішної політики регіонального розвитку, який останнім часом набуває поширення, є активізація прикордонного та транскордонного співробітництва, тому актуальним сьогодні є аналіз розвитку транскордонного співробітництва в сфері туристично-рекреаційного підприємництва.

Увага до розвитку прикордонних регіонів пояснюється їхнім інфраструктурним навантаженням у системі міжнародних економічних зв'язків, що охоплює реалізацію контрольних, бар'єрних, контактних і розподільних функцій. У зв'язку з цим тенденції світового господарського розвитку у найбільш конкретизованому вигляді позначаються на специфіці господарювання прикордонних територій, а саме:

- такі регіони законодавчо забезпечують транскордонний рух товарів в умовах лібералізації торгівлі;
- прикордонні регіони виконують контактні, а також бар'єрні функції під тиском динамічно зростаючого транскордонного руху населення у формах міжнародної міграції трудових ресурсів, туризму, ділових і освітніх поїздок, що є проявом глобалізації світових міжгосподарських відносин;
- утворюються регіональні інтеграційні об'єднання у випадку відставання або депресивності прикордонних територій, обумовлених їхнім периферійним положенням;
- загальносвітовою тенденцією є зміцнення прав і розширення повноважень органів місцевої влади, зокрема у сфері співробітництва з відповідними органами влади суміжних територій зарубіжних країн.

Проблеми транскордонного співробітництва України досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці та фахівці. Вони знайшли відбиток у численних публікаціях таких авторів, як П.Біленький, О.О.Другов, С.Максименко, Ю.Макогон, Н.Мікула та ін. [20, 123, 134]. Але повного комплексного аналізу транскордонної співпраці для розвитку підприємництва в туристично-рекреаційній сфері на основі прикладних та новітніх наукових досліджень не містить жодна з українських публікацій. Крім

того, процеси та тенденції у цій галузі розвиваються настільки швидко, що простежити їх достатньо повною мірою і відносно близькій перспективі не уявляється можливим.

Динаміка розвитку єврорегіонального співробітництва доволі переконливо свідчить про значну її активізацію, обумовлену, передусім, реалізацією мети загальноєвропейського значення – «розмивання» кордонів між країнами-членами Євросоюзу і вирівнювання диспропорцій розвитку центральних та периферійних регіонів у кожній з країн.

Україна активно включилася в процес створення єврорегіонів на початку 1993 р. і на даний час бере участь у шести з них: Карпатський, Буг, Нижній Дунай, Верхній Прут, Дніпро та Слобожанщина. Територія України, що входить до складу єврорегіонів, становить 33,9% її загальної площі, де мешкає понад 28 % населення країни. Подальший розвиток їх взаємовідносин набуває особливої актуальності з урахуванням сусідства з ЄС [123].

Для забезпечення економічного розвитку регіонального підприємництва треба мати не тільки чітку і виважену стратегію їх соціально-економічного розвитку, а і дієвий набір інструментів реалізації такої стратегії. Одним із інструментів такої стратегії на нашу думку може стати транскордонне співробітництво підприємців сільського зеленого туризму.

Термін «транскордонне співробітництво» вперше був введений в Мадридській Конвенції загальних принципів транскордонного співробітництва, в якій транскордонне співробітництво визначається як «будь-які спільні дії, спрямовані на посилення та поглиблення добросусідських відносин між територіальними общинами або органами влади, що перебувають під юрисдикцією двох або декількох сторін, а також укладання з цією метою будь-яких необхідних угод або досягнення домовленостей» [116].

Транскордонне співробітництво означає співпрацю суміжних територій сусідніх держав, тобто визначальною є наявність кордону між співпрацюючими територіями. Не можна говорити про транскордонне співробітництво не сусідніх держав. В основу транскордонних відносин повинен бути покладений не галузевий принцип, як в інших видах співробітництва, а територіальний підхід. Прикордонні зв'язки відрізняють яскраво виражений товарно-грошовий характер, тенденції до децентралізації і більш високий ступінь самостійності низових ланок. Насамперед, варто виходити з того, що прикордонні зв'язки – не самоціль. Вони повинні слугувати одним з факторів переходу господарства регіону від замкнутого типу до відкритого.

Наголосимо, що головною метою для всіх підприємців, які беруть участь у прикордонній співпраці, є створення єдиного економічного простору для спільної діяльності національних підприємств та підприємств

сусідніх держав, організація буферних зон на шляху переміщення виробничих ресурсів на внутрішні та зовнішні ринки, розвиток регіональних ринків продукції, забезпечення економічної стабілізації та зростання регіонів.

Також метою транскордонного співробітництва є розвиток соціально-економічних, науково-технічних, туристичних, культурних зв'язків і добросусідських відносин між органами місцевого самоврядування або місцевими органами виконавчої влади України та територіальними громадами або органами влади сусідніх держав.

Як свідчить досвід, європейці дійшли висновку, що багато проблем можна успішно вирішувати на регіональному рівні шляхом містери-торіального співробітництва прикордонних регіонів двох і більше країн. Так виникло нове поняття у міжнародному співробітництві – «єврорегіон», як нова модель територіально-економічного утворення, в якій головна увага в міжнародному співробітництві переноситься на регіональний рівень [240].

Науковці вважають, що єврорегіон – це вища організаційна форма транскордонного співробітництва між територіальними громадами або місцевими органами влади прикордонних регіонів двох або більше держав, що мають загальні кордони. Його утворення спрямоване на координацію взаємних зусиль і здійснення ними узгоджених дій у різних сферах життєдіяльності відповідно до національного законодавства і норм міжнародного права для вирішення загальних проблем в інтересах людей, що населяють його територію по обидва боки державного кордону.

Утворення єврорегіонів відбувається шляхом укладення угод про транскордонне співробітництво між органами місцевої влади транскордонних територій. На цій підставі формуються об'єднання адміністративно-територіальних одиниць муніципального і регіонального рівнів, зацікавлених у спільній реалізації різнопланових проектів у межах даної сукупності транскордонних регіонів.

Розвиток співробітництва на рівні єврорегіонів координує Асамблея Європейських регіонів. Мета діяльності Асамблеї полягає у нівелюванні рівня у сфері економіки, політики, культури тощо, тобто підтягуванні відстаючих регіонів на потрібний рівень.

У 1998 р. після зустрічі Президентів України, Молдови та Румунії було вирішено створити єврорегіон Нижній Дунай у складі Одеської області України, уїздів Кагул та Кантемир Республіки Молдова і трьох повітів Румунії – Галац, Тульча, Бреїла (табл. 5.1). Нормативно-правовою базою для створення цього єврорегіону стала Європейська рамкова конвенція стосовно транскордонного співробітництва, Договір про добросусідство і співробітництво між Україною і Румунією, Угода між урядами України та Республіки Молдова про співробітництво

прикордонних адміністративно-територіальних одиниць, а також Протокол про тристороннє співробітництво між Україною, Молдовою і Румунією.

До цього часу Одеська область вже мала великий досвід транскордонної співпраці: вона є членом п'яти авторитетних європейських організацій – Асамблеї Європейських регіонів, Робочої Співдружності Придунайських країн (РСПК), Асоціації прикордонних регіонів Європи, Конференції Приморських регіонів Європи і Асамблеї виноробних регіонів Європи. В даний час існують три об'єктивні причини для успішної роботи придунайського єврорегіону: перша причина – Румунія є членом ЄС; друга – Молдова прагне до моря, що можливо здійснити через єврорегіон; третя – на більшій території Бессарабії (південь Одеської області) фактично немає виробництва, що дає можливість для його організації саме тут за умов розвитку сільського туризму.

Таблиця 5.1

Склад Єврорегіону Нижній Дунай

Адміністративно-територіальна одиниця	Територія, тис. км ²	Населення, тис. осіб
Одеська область (Україна)	33,3	2402,0
Повіт Кагул (Молдова)	1,5	123,0
Повіт Кантемир (Молдова)	0,9	67,0
Повіт Галац (Румунія)	4,5	643,0
Повіт Тульча (Румунія)	8,4	266,0
Повіт Бреїла (Румунія)	4,4	403,0
Загалом	53,0	3904,0

У рамках єврорегіону Нижній Дунай передбачається розвиток економічного співробітництва на пільгових умовах, спрощене проходження прикордонних і митних формальностей, створення нових пропускних пунктів, локальних вільних економічних зон тощо. Асамблея Європейських регіонів прийняла рішення фінансувати українську програму щодо збереження унікального природного комплексу – дельти річки Дунаю.

Єврорегіон Нижній Дунай є зоною інтересу також через те, що він розташований на перехресті чотирьох транспортних коридорів: №7 та №9 за Критськими угодами ЄС, а також глобальних коридорів – Чорноморського економічного співробітництва (ЧЕС) та Євразійського транспортно-комунікаційного коридору. На цей фактор варто звернути особливу увагу при плануванні інфраструктури цього регіону.

Функціонування єврорегіону Нижній Дунай показало, що спільними зусиллями можна вирішити такі питання, які кожній із сторін окремо були б не під силу, в першу чергу, у зв'язку з великими фінансовими витратами. Це стосується реалізації таких дорогих екологічних проектів, як «Транскордонне співробітництво у менеджменті та сталому розвитку

природоохоронних територій єврорегіону Нижній Дунай» (бюджет проекту – 3 млн. євро), «Придунайські озера, Україна. Стабільне відновлення та збереження природного стану екосистем» (фінансувався програмою TACIS CBC, бюджет – 2,5 млн. євро), «Розробка менеджмент-плану для захисту біологічного різноманіття та сталого розвитку природоохоронних територій єврорегіону Нижній Дунай» (бюджет проекту – 241,215 тис. євро). У рамках цих проектів здійснено моніторинг озер та їх водозаборів, створено відповідну технологічну та технічну базу, проведено підготовку місцевих спеціалістів згідно з європейськими стандартами; розроблено практичні рекомендації для попередження виникнення екологічних проблем у водах Придунайських озер, практичні рекомендації стосовно поліпшення комерційного рибальства на озерах, розроблено рекомендації щодо реалізації нового проекту «Технічна допомога транскордонному співробітництву з метою менеджменту та сталого розвитку природоохоронних територій басейну Нижнього Дністра» (бюджет проекту – 2 млн. євро).

Було налагоджено поромну переправу Рені – Галац, відкриття якої спростило процедуру встановлення контактів між мешканцями та туристами прикордонних регіонів. Окрім цього, була відкрита вантажно-пасажирська лінія Рені – Тульча.

Зараз у рамках Робочої співдружності придунайських країн триває робота зі створення судноплавної лінії Відень (Австрія) – Ізмаїл (Україна) з використанням круїзних суден Українського Дунайського пароплавства (УДП). Здійснення цього проекту є дуже важливим для подолання наслідків двох військових конфліктів в Югославії [19, 239].

В 2008 р. у регіоні був започаткований новий проект Європейського Союзу «Укріплення інтеграції прикордонних регіонів у сфері розвитку сільського туризму», як один із дієвих інструментів регіональної політики сталого розвитку і який реалізується в рамках програми Добросусідства Румунія-Україна.

Реалізація проекту, учасником якого також є автор, дозволить направити зусилля на вирішення таких проблем: 1) залучення малого бізнесу та підприємців в розвиток сільського туризму, який має важливе значення для відродження традиційного господарського укладу та оздоровлення економіки аграрних районів в регіоні; 2) розповсюдження в регіоні практики агорекреаційного сервісу та екологічної культури населення; 3) розвиток та збереження етнокультурної самобутності населення південних районів регіону, яка може стати ексклюзивною конкурентною перевагою на міжнародному туристичному ринку та дозволить області увійти до основних регіональних ринків сільського та етнографічного туризму в Європейській Спільноті [142].

Розробку проекту «Укріплення інтеграції прикордонних регіонів у сфері розвитку сільського туризму» здійснює Одеська обласна сільсько-

господарська дорадча служба «Центр розвитку та правової підтримки села», партнерами проекту є обласна організація «Агентство регіонального розвитку», «Національна асоціація розвитку гірських районів «РОМОНТАНА» (Румунія). Метою реалізації проекту визначено формування на території Одеської області туристичного кластеру, який орієнтований на розвиток сільського туризму, інтегрованого в українські та європейські туристичні мережі. Термін реалізації проекту 24 місяця. В ході першого етапу проекту були проведені дослідження сучасного стану та аналіз перспектив розвитку сільського зеленого туризму в Одеській області; визначений перелік рекреаційних територій для залучення підприємців аграрного сектору до розбудови сільського туризму; започатковано роботу по формуванню інформаційно-ресурсної бази розвитку сільського туризму; відкрито 4 регіональних представництва в містах Ізмаїл, Комінтерново, Балта, Білгород-Дністровський; розроблений веб-сайт проекту, підприємцями щодо реалізації мети проекту розроблено 5 новітніх туристичних маршрутів та структурована туристична інформація, яка необхідна для співпраці з туроператорами та туристичними агентами Одеського регіону та прикордонних регіонів Румунії та Молдови [148]. Сумісно з районними державними адміністраціями, науковцями кафедри економіки та управління туризмом Одеського державного економічного університету було організовано семінари для підготовки фахівців державних районних адміністрацій та підприємців сільських районів області – приватних господарів садиб.

За участю автора було організовано та проведено три кварталних науково-практичних семінари: «Формування мережі сільського зеленого туризму в Одеському регіоні», «Про проблеми розвитку сільського туризму в Одеській області», «Формування інформаційної бази сільського туризму в області», на яких обговорювалися основні напрямки підприємницької діяльності в сфері аграрного туризму. За результатами організаційно-методичної діяльності в проекті, враховуючи економічну ситуацію в сільських регіонах, на погляд автора необхідна структурна перебудова аграрного сектору туризму. З цією метою, на підставі проведених досліджень, пропонується наступний підхід щодо подальшого групування суб'єктів агротуристичної діяльності.

Відзначимо, що будь-яка господарська діяльність людини зазвичай ведеться за посередництвом господарських суб'єктів, якими є підприємства. Господарські підприємства, які працюють у галузі агротуризму, називають агротуристичними суб'єктами. Агротуристичні суб'єкти приймають участь в агротуристичному процесі, який включає планування, створення, пропозицію, продаж і споживання агротуристичних продуктів і послуг.

Суб'єктів підприємництва, що працюють в агротуризмі, ми розподілили на чотири групи (див. рис. 5.1). Перша група включає

суб'єкти, які безпосередньо пропонують агротуристичні послуги. До цієї групи належать в основному сільські господарства, які у більшості мають характер родинних (домашніх) господарств. Розглядаючи сільське господарство як суб'єкт туристичних послуг, треба пам'ятати про єдність сільського і домашнього господарства. Другою групою є суб'єкти, які використовують агротуризм як канал продажу своїх продуктів. Сюди належать сільськогосподарські підприємства, а також малі переробні сільськогосподарсько-споживчі. Третя група – це суб'єкти, які використовують агротуризм для просування своїх продуктів. Це стосується підприємств сільськогосподарсько-споживчого виробництва, які надають можливість спостерігати за процесом виробництва або організовують спеціальні пункти реклами своїх продуктів. Натомість четверта група включає підприємницькі суб'єкти, які підтримують та просувають агротуристичні послуги. Ці суб'єкти виробляють продукти для агротуризму, наприклад, сувеніри, буклети, продукти харчування тощо. До цієї групи належать суб'єкти, які приваблюють туристів, у тому числі туристичні фірми, бюро подорожей, спеціалісти туристичного супроводу.



Рис. 5.1. Ринкові суб'єкти аграрного туризму регіону

Головною групою агротуристичних суб'єктів є сільські господарства. Крім виробництва рослинної і тваринної продукції, вони постачають агротуристичні продукти і послуги або надають виключно агротуристичні послуги. Концепція агротуризму створена власне для сільських господарств з метою збільшення їх прибутковості. Сьогодні агротуризм став привабливим також для інших правових форм господарської діяльності. Ним займаються також домашні (особисті) господарства, розташовані у сільських місцевостях, які не є сільськими господарствами, але також мають відповідні засоби для надання

агротуристичних послуг. Вони функціонують в рамках господарської діяльності за власний рахунок.

Таким чином, з метою координації дій та подальшого розвитку підприємницької діяльності за цільовими установками бізнесу та органів державної влади, які діють за дорученням уряду в сфері регіонального розвитку, можна запропонувати схему розвитку сільського зеленого туризму в туристично-рекреаційному комплексі. Функціонально-структурна схема відображає сільський туризм, як суспільно-економічне явище та засоби реалізації цільових установок (рис. 5.2).

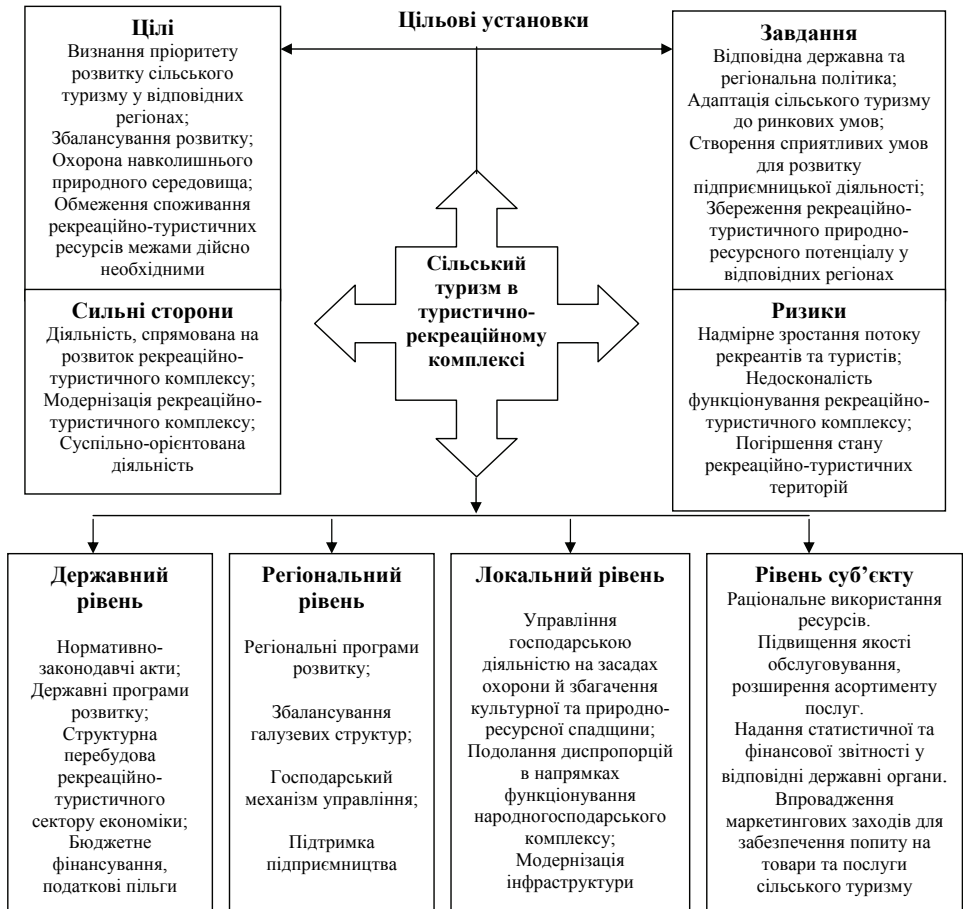


Рис. 5.2. Функціонально-структурна схема розвитку сільського туризму

На нашу думку функціонально-структурна схема дає можливість зосередити цільові установки розвитку сільського туризму на чотирьох

рівнях управління: державний, регіональний, локальний, підприємницький. Стратегія розвитку сільського туризму в Європі показує, що у багатьох сільських регіонах Європи сільське господарство більше не є найважливішою формою використання землі і діяльністю сільської громади. Так, частка громади, що працює у сільськогосподарському секторі, складає від 30% їхньої загальної кількості в Греції, до 2-7% - в Нідерландах і Великобританії [148]. Щоб при цьому не обезлюднювались сільські території, органи влади і самоврядування за активної участі сільських громад і громадських організацій, вживають спеціальних заходів до того, щоб якомога більше видів несільськогосподарської діяльності розвивалось саме у сільській місцевості.

В сучасному стані на рис. 5.3 нами наведено основні суб'єкти регіонального ринку сільського туризму, щодо їх подальших взаємодій.



Рис. 5.3. Основні суб'єкти регіонального ринку сільського туризму

Як свідчить досвід підприємців, в Одеській області зроблені перші кроки з розвитку сільського туризму у Татарбунарському районі (с.Нова Фрумушика, агросадиби для прийому гостей із закордону), Білгород-Дністровському районі („Острів Робінзона”, „Миколаївка привітає” та ін.); у Біляєвському „Ранчо дядюшки Бо” – це відпочинок у стилі кантрі в селі Нерубайське на живописному березі Хаджибеївського лиману, за 4 км від Одеси та 10 км від Чорного моря. Асоціація фермерів „Придунав'я” запрошує до унікальних куточків природи Ізмайльського району Одеської області, відвідати біосферний заповідник, систему озер, познайомитися з неповторною культурою і звичаями багатьох націй, які тут проживають.

Всього станом на 01.10.09р. за нашими підрахунками, в регіоні діє більш 90 агроосель, 40 підприємницьких структур сільського туризму.



Рис. 5.4. Динаміка розвитку агротуристичних підприємств в Одеському регіоні (розраховано автором)

На рис. 5.4 відображено динаміку розвитку підприємств сільського туризму за 2004-2008рр. Як свідчать дані в порівнянні з 2004р. має місце збільшення підприємств, які розвивають діяльність з прийому та обслуговування туристів в приватних господарствах. Треба відзначити, що з урахуванням реалізації напрямку щодо підготовки підприємств сільського туризму зазначеного вище проекту транскордонного співробітництва, очікується ріст приватних підприємств – власників агроосель у три рази до кінця 2011 р. Дослідження структури виробництва рекреаційно-туристичних послуг підприємств агротуристичного бізнесу регіону показали, що лівова доля послуг належить охоті та рибальству, екологічним екскурсіям, але має бути задіяним винний та кінний туризм, екскурсії до природно-ландшафтних парків (рис. 5.5).

Додаткову складність для розвитку ринку послуг сільського туризму в Україні створює його надзвичайна роздробленість та не стандартизованість. Фактично, кожен господар виставляє на ринок пропозицію, що має дуже багато індивідуальних особливостей і порівняно мало спільних рис. З певної точки зору, це створює позитивну специфіку українського сільського туризму, забезпечуючи його неповторну різноманітність. Але як туристам, так і туроператорам важко орієнтуватись у цьому різноманітті, тож нерідко саме через це вони віддають перевагу стандартним готельним пропозиціям.

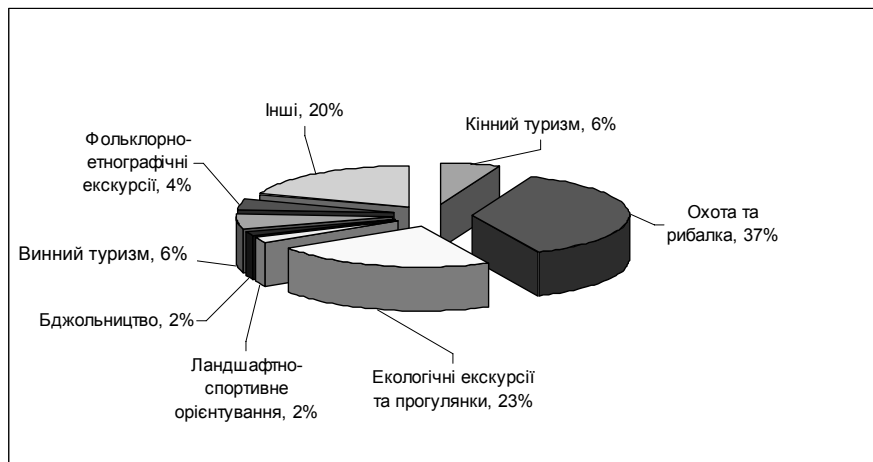


Рис. 5.5. Структура регіонального турпродукту сільського туризму

З метою розвитку різних форм поселення у сільських садибах, підвищення якості комплексного обслуговування туристів, наданих послуг розміщення та організації сільського туризму, Правління Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму прийняло програму добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму „Українська гостинна садиба”, яка придатна для застосування добровільної категоризації індивідуальних та колективних засобів розміщення. У ході реалізації проекту виникла необхідність розробки підприємницької моделі управління господарством „Зеленої садиби” для проектування процесів та технологій гостинності у приватному підприємництві господаря садиби. Автором розроблена підприємницька модель раціонального управління господарством „Зеленої садиби” [151].

Треба звернути увагу на те, що сертифікація послуг із розміщення та харчування туристів в «Зеленій садибі» здійснюється згідно з законодавством України. В основу розробленої моделі покладений цільовий підхід та принцип узгодженості інтересів приватного підприємця та інтересів туристів, що дозволить вибрати найбільш ефективне рішення з обслуговування та бізнесу, які наведені на рис. 5.6. Апробація даної моделі була здійснена на семінарах-тренінгах, які проводились для підприємців-власників «зелених садиб» в рамках проекту та вже застосовується у приватних господарів Одеського регіону. На думку автора, новітні процеси агорекреаційного напрямлення туризму визначають якісний перехід суспільства від задоволення потреб життєзабезпечення мешканців великих міст до задоволення потреб «вільного часу», об’єктивні суспільні зрушення, викликані глобалізаційними процесами та зафіксовані в зміні

попиту туристичного споживання у внутрішньому туризмі. Дотримання принципів комплексно-пропорційного розвитку підприємницьких ринкових структур та елементів дозволяє визначити нові форми територіальної організації регіонального туризму. В сенсі визначеної проблематики, важливим є взаємодія суб'єктів туристичного ринку і сільської території, яка відбувається в двох напрямках:



Рис. 5.6. Підприємницька модель управління господарством «Зеленої садиби»

1) цільовому, сутність якого полягає в забезпеченні потреб населення туристичними послугами, внаслідок чого формуються розподільчо-споживчі зв'язки між виробниками-підприємцями туристичного продукту та його споживачами. При цьому і споживання, і виробництво туристичного продукту необмежені, тобто будь-який суб'єкт ринку регіону може розробити та запропонувати на ринок будь-який продукт чи турпослугу, а споживач має право в будь-який точці світового ринку зробити альтернативний вибір для задоволення мандрівки чи відпустки.

2) ресурсному, який забезпечується споживанням туристами природних благ (умов та ресурсів) та культурно-історичних ресурсів певної території і проявляється в формуванні рекреаційних зв'язків. Параметри цих зв'язків залежать від унікальності турпропозиції, розробленої на основі унікальності регіональних ресурсів. Процес формування туристичних територіальних агроцентрів є комплексуютьоруючим процесом, який характеризується рівнем позиціонування вже діючих та відомих туристам, диференціацією та концентрацією виробництва/споживання послуг, сезонним попитом, розвитком нових місць туристичного призначення. Автор розділяє поширену думку, яка передбачає, що в основу виділення територіальних рекреаційних територій для розвитку сільського туризму повинна бути закладена їх типологія, спеціалізація діяльності підприємств галузі і їх концентрація. Саме територіальна концентрація та спеціалізація лежать в основі розвитку територіальних об'єднань підприємств сільського туризму.

Розмірністю споживчої місткості ресурсу можуть виступати кратність його споживання (дві туристичні групи за тиждень) або число туристів, що відвідують об'єкти за одиницю часу (осіб/рік, людино-день тощо), що дає змогу формувати туристичний потік.

Дослідження наукової літератури, фахових публікацій щодо проблем розвитку сільського туризму, аналіз розроблених проєктів науковців Донецького інституту туристичного бізнесу, кафедри економіки та управління туризмом Одеського державного економічного університету, Львівського національного університету імені Івана Франка, Варшавського інституту туризму [36, 42, 74, 89, 93, 144], практичний досвід автора дозволяє розглядати формування моделі територіального туристичного центру сільського туризму на базі кластерів рекреаційної діяльності суб'єктів туристичного ринку, методологічні підходи якою визначаються циклами рекреаційної діяльності і поєднують системну структуру, яка відображає властивості і відношення як суб'єкта так і об'єкта туристичної рекреації. За їх допомогою можливо урахувати рекреаційні потреби туристів, сформулювати вимоги до умов їх реалізації, визначити технологію обслуговування туристів. На нашу думку, цикли рекреаційної діяльності є підґрунтя для розробки програм регіонального рецептивного туropolерейтингу з сільського туризму, тому що на підставі поведінкових умов і зразків дає змогу підприємцю з сільського туризму реалізувати рекреаційні цілі, мотивацію та потреби туристів за рахунок вибору видів агрорекреаційної діяльності як еталонів туристичного програмування. Рекреаційні цикли мають бути структурною композицією рекреаційних турів, у той же час є предметом організації і моделювання в рекреаційних системах та туристичних центрах сільського типу на що автор звернув увагу в монографії [151].

Проблема подальшого розвитку регіональних рекреаційних кластерів як конкурентоспроможної форми організації сільського туристичного бізнесу підприємців регіону досліджувалась українськими науковцями В.Ф. Семеновим, І.В. Давиденко та ін. Науковці сформулювали основні завдання, якими повинен займатися рекреаційно-туристичний кластер [193]. Але на нашу думку елементи кластеру в регіоні повинні бути більш розширені за спеціалізацією діяльності ринкових структур туристично-рекреаційного комплексу регіону. На території Одеського регіону запропоновані для подальшого розвитку вищезгаданими науковцями три кластери: 1) Сергієвський; 2) Придунайський; 3) Татарбунарський.

Має перспективи бути визначеним ще один кластер, що формується, ядром якого на думку автора може бути Нижнідністровський Національний природно-ландшафтний парк за назвою кластеру «Нижнідністровський», з подальшим утворенням туристичного центру сільського туризму. Але для забезпечення функціонування кластерних моделей необхідні зміни та новоутворення у всій ринковій інфраструктурі району.

Для подальшого формування моделей розвитку територіальних туристичних центрів регіонального типу пропонується така узагальнена модель, яка може об'єднати кластери як туристично-рекреаційний процес та гармонізацію відношень людини з природою в рамках регіонального співробітництва, наведена нами на рисунку 5.7. Модель «Історико-культурний туристичний центр», як модель міста туристичного призначення об'єднує компоненти стану навколишнього середовища, культурної та історичної спадщини, містобудування.

Модель забезпечує функціональну інтеграцію різних елементів, формуючих частину регіону: сільських поселень та малих міст, берегових зон, лісопаркових територій. Ця модель може бути спрямована на розвиток вже існуючих атракторів, наприклад, «Акерманська фортеця» (м. Б-Дністровський), м. Татарбунари, м. Ізмаїл, та задіяна в розвитку сільського туризму.

Модель «Туристичний центр спеціалізованого туризму» охоплює територію перспективного потоку сільського, екологічного туризму. Основний територіальний елемент – навколишнє середовище, яке раніше не було задіяне. Модель «Туристичний центр – природно-ландшафтний парк», концепція розвитку якого передбачає створення альтернативи «центру розваг». Модель «Туристичний центр – туристичне селище – історичне місто», яка базується на атракторі малих компактних селищ де розміщення туристів інтегровано з діяльністю місцевих мешканців, де туристи мають можливості брати участь в основних видах занять населення не порушуючи традиційну діяльність місцевого населення. Вищенаведені моделі можуть бути базовими для територіальних утворень регіональних кластерів підприємців та інших структур.

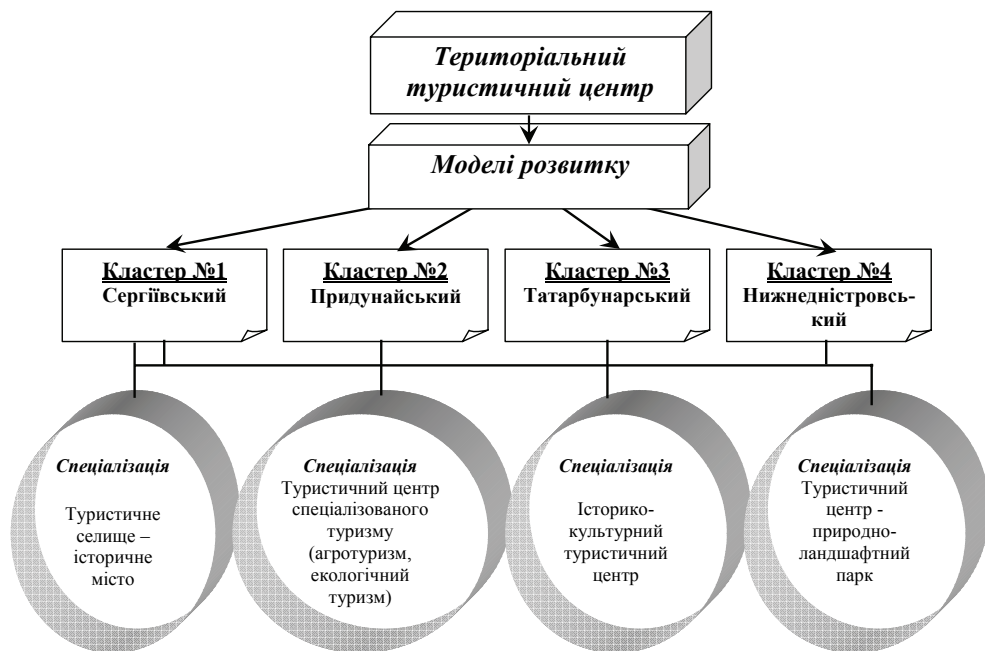


Рис. 5.7. Моделі розвитку територіальних транскордонних туристичних центрів на базі кластерних утворень в Одеському регіоні

Дослідження західних науковців з проблем конкурентоспроможності суб'єктів ринку багато уваги приділяють кластерній моделі управління підприємствами в регіональній економіці. Відомо визначення кластера М.Портера, який розкриває його сутність як «зосередження в географічному регіоні взаємопов'язаних підприємств і установ в межах окремої галузі» [168].

Узагальнюючі наукові підходи ряду авторів, можна стверджувати, що регіональна сутність кластерної моделі - це поєднання зусиль управління та можливостей підприємств певного технологічного процесу в регіоні для досягнення конкурентних переваг мети. Ми приєднуємося до наукової думки, що туристичні кластери повинні покращити екологію й привабити інвестиції, спонукати інноваційні процеси в туристичній галузі. Практично проблема формування кластерів пов'язана і з відсутністю бюджетних коштів для фінансування соціокультурних об'єктів рекреації та туризму. В сенсі регіональної проблематики туризму ми звернулись до зарубіжної практики. Так, на базі туристичних інформаційних центрів муніципального та регіонального рівня Великобританії розроблені пілотні проекти для розповсюдження кластерних туристичних агентств по просуванню послуг внутрішнього туризму і такі проекти вже реалізовані в

містах та регіонах (Нортгемптон, Честер), а також державно-бізнесової структури (туристичний альянс Уельса, Шотландський туристичний форум), холдинг туристських атракціонів "Тюссо груп", який з 2005 р. став часткою інвестиційної компанії "Дубай інтернешнл кепітал", в США діє регіональна бізнес-асоціація «Визит-Флорида» [229, с. 311].

Проведені дослідження та вивчення вітчизняного та закордонного досвіду підтверджує, що принциповими напрямками залучення підприємств до управління розвитком туристичних регіонів можуть бути такі інноваційні структури: 1) кластери; 2) секторальні об'єднання, започатковані на основі інтересів окремих секторів індустрії туризму; 3) об'єднання, які мають загальні цілі в розвитку певного туристичного маршруту - держави, регіону, курорту; 4) об'єднання, які мають інтерес в розвитку туризму в цілому.

Ми погоджуємося з визначеннями науковців, які стверджують, що кластери не просто місцева концентрація промисловості. Вони служать ареною, де здійснюється реальна взаємодія між місцевими фірмами, а також між регіональними підприємствами та іншими інституціями. В кластері виникає взаємна підтримка і координація, яка в повсякденному діловому спілкуванні називається "соціальний капітал" або "довіра" [28]. Якщо розглядати кластерну модель як зосередження зусиль державних регіональних органів влади та бізнес-суб'єктів, в сфері туризму, то вона є геоцентричною з підприємницькою філософією ведення туристичного бізнесу. Вона може стати каталізатором вирішення проблем стану матеріальної бази туристичної інфраструктури в регіонах України та залучення інвестиційних джерел. Блок-схема функціонування регіонального туристичного кластеру наведена нами на рис. 5.8.

На нашу думку, запропонована блок-схема функціонування регіонального туристичного кластеру об'єднує зусилля регіональних органів влади і ключових учасників кластерів на виробництво певного регіонального туристичного продукту та дозволяє диверсифікувати його за видами туризму згідно попиту споживачів, у тому числі сільського туризму.

Таким чином, кластерна модель базується на використанні географічного фактору, який є геопросторовою концепцією об'єднання бізнес-інтересів підприємств для досягнення загальної мети туристичного бізнесу. Наші висновки базуються на наступних концептуально-теоретичних засадах. Для туристично-рекреаційної сфери Одеського регіону географічне розташування має найбільш вагомий вплив на розвиток регіонального туризму. Оскільки на відміну від сфери виробництва необхідно транспортувати споживача до цілі відвідування, а не навпаки. Узагальнюючою характеристикою стану регіонального ринку туристичних послуг є туристичний процес. Туристичний процес пов'язаний з рядом чинників, але основним є мотивація туристів і активізація всіх ресурсів підприємницької діяльності.

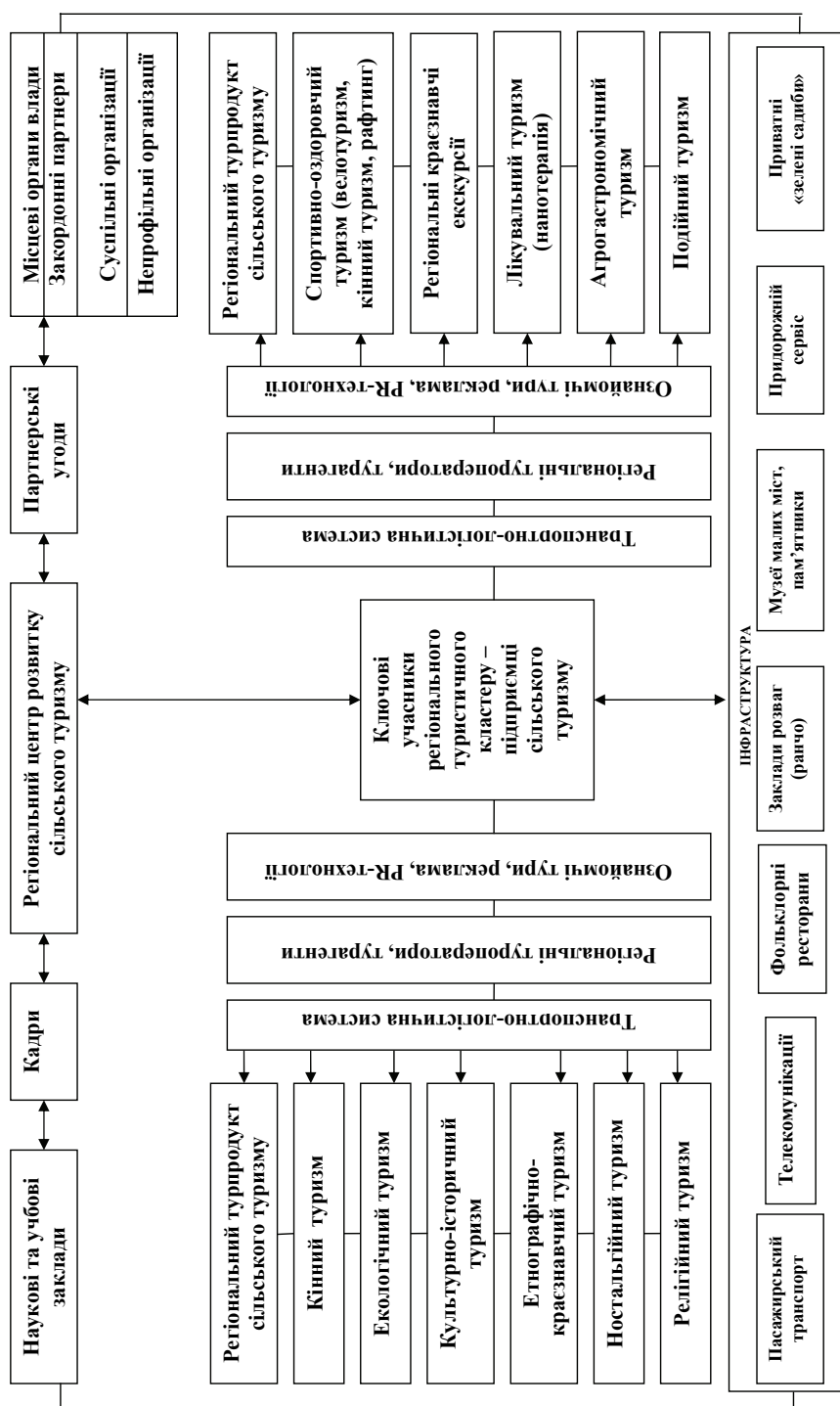


Рис. 5.8. Блок-схема функціонування регіонального туристичного кластеру сільського туризму

Туристи, що проводять дозвілля в подорожі та в туристичних центрах, та підприємці сільського туризму, метою економічної діяльності яких є забезпечення прийому та дозвілля, виступають суб'єктами туристичного процесу. Туристичний процес є багатоплановим явищем, в межах якого сполучаються соціальні, економічні, культурні, психологічні та екологічні функції туризму. Регіональний туристичний процес характеризується такими параметрами: обсяги переміщень або туристичні потоки, їх величина, структура, ритмічність, територіальність; обсяги діяльності по задоволенню потреб туристів в ході реалізації мети подорожі, що визначається загальним обсягом надходжень від регіонального туризму в різні рівні бюджету. Експортно-імпортні зв'язки підприємців та спрямованість туризму на внутрішній чи міжнародний ринок визначає сальдо туристичного балансу, яке є різницею між потоком в'їзного та виїзного туризму. Масштаби розвитку туризму засвідчує також показник зайнятості в туристичних підприємствах регіону. Таким чином, характер туристичного процесу комплексно відбиває рівень споживання туристичних послуг в регіоні територіального кластеру.

Для запровадження кластерної моделі розвитку підприємницького потенціалу в регіональному сільському туризмі треба врахувати такі виділені нами раніше чинники: 1) рівень споживання забезпечується підприємствами регіонального сільського туризму; 2) підприємці є суб'єктами ринку виробника, і їх діяльність характеризує пропозицію туристичного регіону: її загальний обсяг; тенденції розвитку, галузеву та територіальну структуру, характер послуг та туристичного продукту; 3) моделі розвитку туристичних центрів малих міст Одеського регіону та їх туристично-рекреаційну спеціалізацію на базі запропонованих кластерів рекреаційної діяльності; 4) рівень локалізації депресивних субрегіонів аграрного сектору економіки; 5) рівень середньої заробітної плати сільських робітників та її територіальний розподіл в районах області; 6) туристично-рекреаційне районування території регіону за рівнями споживання та спеціалізації агропідприємців сільського туризму.

Одним із головних критеріїв оцінки діяльності підприємств туристично-рекреаційної сфери є їхня готовність до підвищення вартості бізнесу, у т.ч. за рахунок участі у кластері. Вартість бізнесу підприємства найточніше оцінює результати його діяльності та конкурентоспроможність, оскільки містить найбільш повну інформацію про поточний стан і перспективи функціонування підприємства. Пріоритети і критерії розвитку підприємств змінюються в часі, а цілі, крім того, залежать від рівня управління (рис. 5.9).

Мале підприємство, як суб'єкт господарювання, достатньо самостійне в своєму розвитку та ендогенне. Проте успіх його розвитку значною мірою залежить від середовища функціонування, тому мале підприємство ще й екзогенне. Отже, величина вартості малого

підприємства і його бізнесу носить ендогенно-екзогенний характер. Звідси вартість малого підприємства повинна характеризуватися не тією ціною, на яку воно заслуговує, а вартістю, сформованою ринковим середовищем. Обґрунтована ринкова вартість – це ціна підприємства (ринкова вартість активів) плюс системний ефект – гудвіл (goodwill – англ.). Гудвіл – добре ім'я фірми – нематеріальні активи малого підприємства, до яких зараховують престиж підприємства, його ділової репутації, взаємовідносин з клієнтами, місцезнаходження, номенклатури продукції (послуг) і які є реальним компонентом прибутку і конкурентоспроможності [71, 144]. Дослідження процесів кластеризації є необхідною умовою аналізу конкурентної стійкості підприємств кластеру, яка повинна дати відповідь чи здатний кластер до конкуренції на ринку туристично-рекреаційних послуг.

Рівні управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства			
Критерії оцінки підприємств сфери туризму	ОПЕРАТИВНИЙ	ТАКТИЧНИЙ	СТРАТЕГІЧНИЙ
	Оцінка конкурентоспроможності продуктів та послуг туризму	Оцінка конкурентоспроможності підприємства та бізнесу за ланцюжками вартості	Оцінка вартості бізнесу, інвестиційна привабливість та кластеризація на основі вартості
Цілі розвитку та пріоритети	Пріоритети в досягненні мети туристичного бізнесу		
	Виживання та становлення бізнесу підприємств, управління прибутковістю бізнесу	Зниження витрат на основі управління вартістю	Лідерство на ринковому сегменті, концентрація зусиль на розвиток туристичного бізнесу, підвищення рівня ліквідності

Рис. 5.9. Рівні оцінки готовності підприємств сільського туризму до інтеграції в кластери

Загальна оцінка підприємств - учасників кластеру може бути здійснена з урахуванням факторів створення додаткової вартості: регіональна привабливість кластеру сільського туризму; конкурентні ринки; стадії життєвого циклу туристичного продукту; рентабельність активів підприємства. Вагомим складовим чинником стратегічної оцінки, обчисленої за загальною схемою, є рівень рентабельності активів підприємства. Якщо провести розрахунки прибутку, очікуваного до його отримання, з використанням методів рентабельності інвестицій, то можна одержати значення вартості бізнесу підприємства. За умовного визначення сталості прибутку, можна скористатися простою фінансовою формулою, що дозволяє розрахувати вартість бізнесу P , існуючого в таких умовах:

$$P = \frac{Net}{r}, \quad (5.1)$$

де Net – значення прибутку, прийняте за постійне упродовж існування підприємства;

r – планована (що вимагається) прибутковість, %.

На жаль, управляти необхідною прибутковістю практично неможливо. Вона або просто приймається власниками, або розраховується за певною методикою. Натомість рентабельністю вкладень управляти можна. На основі даних за останні роки неважко розрахувати прогнозоване значення прибутку, оскільки прибуток прийнятий за постійний.

$$P = \frac{E * ROE}{r}, \quad (5.2)$$

де E – це сума, вкладена інвесторами в туристично-рекреаційний бізнес і частка одержаного раніше прибутку, що не виплачена інвесторами як дивіденди;

ROE – (return on equity) [125] рентабельність капіталу (відношення чистого прибутку підприємства до облікової вартості активів).

Формуванню кластерної моделі розвитку сільського туризму в Одеському регіоні сприяє вдале поєднання природних і людських ресурсів, капіталу, адміністративної та науково-технологічної інфраструктури. Створювати кластер доцільно на основі первинної діагностики підприємств із використанням формули (5.2) і наведених вище детермінантів. Ці умови є фундаментом спеціалізації та якості кластеризації. Кластер обґрунтовується як географічно, так і в межах єдиного внутрішнього інформаційного середовища регіону, пов'язаного із зовнішнім його оточенням. Рада директорів кластеру, крім керівників підприємств, включає регіональне керівництво, а також співпрацює з вищими органами виконавчої влади (рис. 5.10).

Економічний розвиток на основі стимулювання кластерів передбачає ініціативу і спільні зусилля бізнесу та адміністрації. Адміністративний ресурс в даному випадку дозволяє здійснити організаційні заходи і контролювати розвиток проекту всіма учасниками процесу. Регіональні адміністрації практично завжди досить вагомо залучені до діяльності бізнесу. Адміністрація може проводити активну політику взаємодії між різними суб'єктами розвитку кластеру, а також займатися врегулюванням різних питань кластеру між іншими рівнями влади.

Для сприяння розвитку підприємництва в сільському туризмі в регіоні, автор пропонує наступні рекомендації щодо участі підприємницьких структур у формуванні «Страхового фонду підтримки кластеру». З цією метою можна скористатися з ідеї визначення часткового внеску кожного підприємства у такий фонд, для чого можна запропонувати спочатку визначати платіжний потенціал підприємства за допомогою формули (5.3):

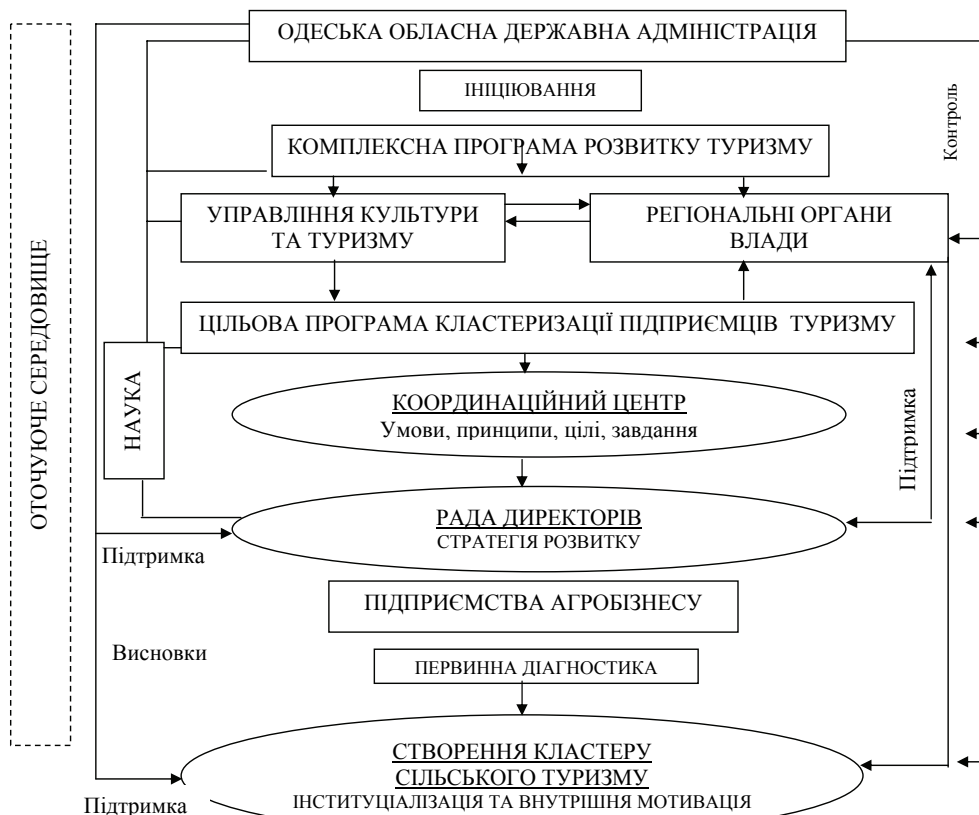


Рис. 5.10. Модель формування кластеру підприємств сільського туризму

$$PA = \frac{\sum_{i=1}^n DA_i}{\sum_{i=1}^n DN_i} * 100\%, \quad (5.3)$$

де PA – платіжний потенціал малого підприємства A , яке знаходиться в регіоні B ;

DA_i – дохід малого підприємства A , яке знаходиться в регіоні B за місяць;

DN_i – доходи малих підприємств, які знаходяться в регіоні B за місяць;

n – кількість місяців у році.

Згідно з платіжним потенціалом малого підприємства органи місцевого самоврядування можуть визначати і застосовувати ту чи іншу систему формування відповідного страхового фонду підтримки малого бізнесу кластеру, встановлювати розмір внеску до названого фонду для

кожного малого або середнього підприємства зокрема. Відповідно, розрахувавши платіжний потенціал кожного малого підприємства в регіоні, органи місцевого самоврядування повинні, урахувавши можливості кожного підприємства, розподілити рівномірно платіжне страхове навантаження. Ставка платежу для кожного малого підприємства в кластері (СПА) буде розраховуватися за формулою:

$$\text{СПА} = \frac{\text{ПА} * \text{С}}{100} \%, \quad (5.4)$$

де ПА – платіжний потенціал малого підприємства А, яке знаходиться в регіоні В;

С – базова ставка платежу, яка встановлюється правлінням кластеру та органами місцевого самоврядування щорічно відповідно до обороту малих підприємств.

Згідно із запропонованою системою формування страхового фонду підтримки кластеру, ті підприємці, в яких показник платіжного потенціалу буде низький, сплачуватимуть до страхового фонду платежі менші, ніж ті підприємства, які мають високий платіжний потенціал. Така система формування страхового фонду підтримки бізнесу дасть змогу органам місцевого самоврядування докладніше вивчити можливості малих та середніх підприємств щодо сплати внесків, здійснити рівномірне платіжне навантаження для кожного підприємства.

На міжнародній науково-практичній конференції «Кластери та конкурентоспроможність прикордонних територій», організатором якої був Інститут регіональних досліджень НАН України, було запропоновано:

1. Розглядати завдання підвищення рівня конкурентоспроможності України як складову національної ідеї, для втілення якої доцільно розробити національну стратегію кластеризації України та її регіонів;
2. Ініціювати комплексне дослідження соціально-економічного розвитку України з метою визначення стратегічних кластерних утворень, у тому числі транскордонних, розробити програму кластеризації України та її регіонів [58].

Мета менеджменту сільського туризму полягає у довготерміновій підтримці сталості цього туристичного сектору шляхом захисту місцевої культури та навколишнього середовища через механізми продукування специфічних суспільних благ (послуг) та підтримання їх конкурентоспроможності.

Стратегія сільського туризму у кожній окремо взятій місцевості, залежно від її рекреаційного потенціалу, потребує визначення пріоритетів перед початком розвитку. Ці стратегічні наміри повинні переглядатися періодично, причому шляхом спеціальної партнерської співпраці між власниками агроосель, громадськими спілками сприяння розвитку сільського туризму та туроператорами. Важливим механізмом менеджменту сільського туризму є налагодження діалогу й партнерства між бізнесом, спілками власників і громадськими інститутами. Це необхідно,

насамперед, через існування потреби перебудови сільської економіки. Сільський туризм є специфічною частиною економічної діяльності на будь-якій території завдяки сильному впливу громадської сфери і конкурентному тиску споживачів. Основними чинниками підвищеної складності управління сільським туризмом виступають:

- суттєва невизначеність ринкової ситуації,
- сезонна нестабільність попиту на турпослуги,
- висока міра конкурентоспроможності на регіональному ринку турпослуг з закладами інших організаційних форм масової рекреації,
- обмеженість фінансових ресурсів,
- мінливість попиту (запитів) споживачів турпослуг,
- соціально-економічна ситуація в країні тощо.

В таких умовах агротуристичне господарство не може обмежуватися лише стандартним поточним плануванням своєї господарської діяльності і оперативним (ситуаційним) управлінням. Бізнес, що ведеться за сучасними світовими правилами, вимагає запровадження стратегічного управління, яке окреслює широке коло питань існування сільського туризму в нестабільному ринковому середовищі. Основний постулат стратегічного управління був сформульований так: «виживання і розвиток бізнес-одиниці на довготривалу перспективу залежить від здатності цієї бізнес-одиниці своєчасно передбачати зміни на ринку і відповідним чином адаптувати свою організаційно-обслуговуючу структуру, спектр номенклатури фірмового турпродукту». Іншими словами, мова йде про чітке усвідомлення на всіх рівнях (власника агрооселі, сільської громади, районної ради, регіональних інституцій) стратегія розвитку сільського туризму.

З ринкової точки зору, той хто надає послуги сільського туризму є надзвичайно дрібним виробником, та ще й з нестабільним виробництвом: сьогодні господарі приймають туристів, а завтра вже передумали. Відсутність формальної відповідальності перед споживачами та партнерами полегшує господарю садиби започаткування комерційної діяльності на ранніх етапах, але згодом може стати суттєвою перешкодою для розвитку успішного бізнесу. Негативними чинниками тут також можуть стати незареєстрованість юридичної особи, відсутність безготівкового рахунку у банку, відсутність доступу до Інтернету. Все це обмежує можливості ділового партнерства, а також зменшує довіру як посередників, так і споживачів. Частково ці проблеми можна вирішити шляхом створення юридичної особи та укладанням юридично легітимних договорів між виробником послуг та споживачами або посередниками.

Суттєвою рисою сільської родини як суб'єкта підприємницької діяльності є те, що до її складу, як правило, не входять спеціалісти з різних аспектів ринкової діяльності - економісти, маркетингологи, рекламісти, юристи, тощо. Через це виробникам послуг сільського туризму, на відміну від великих підприємств з найманою робочою силою, значно важче інтегруватись у ринкові інфраструктури, тобто

розраховувати оптимальні економічні схеми виробництва та просування свого продукту, розробляти маркетингову стратегію, забезпечувати свій правовий та юридичний захист. Як правило, заняття сільським туризмом є додатковим приробітком для селянської родини, а її члени не мають ні часу, ні відповідної кваліфікації для вирішення подібних питань. Очевидно, що шлях до вирішення цієї та подібних проблем лежить через партнерство, у першу чергу створення професійних об'єднань та асоціацій, кластерів, недарма така практика широко застосовується у всьому світі.

Безумовно впровадження кластерної моделі розвитку підприємництва в сільському зеленому туризмі в регіоні пов'язане з низкою організаційно-економічних проблем, головною з яких є розробка єдиної стратегії поведінки суб'єктів підприємництва на ринку сільського туризму, а також перспективи й умови розвитку всіх агентів кластеру. Очевидно, ця робота повинна проводитися системно із залученням провідних науковців Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень Національної Академії Наук України, Одеського державного економічного університету, громадських організацій, фахівців і працівників Одеської обласної державної адміністрації, органів місцевого самоврядування та інших зацікавлених осіб.

5.2. Методичні аспекти формування інвестиційної стратегії розвитку підприємництва в регіональному туризмі

Інвестиційна стратегія є довгостроковим узагальненим планом управління капіталом агротуристичного підприємства. Вона обирається відповідно до стану та прогнозів щодо макроекономічного середовища, інвестиційного ринку, самого інвестора, сфери його бізнесу та ділових інтересів.

Стратегія дає відповіді на головні питання організації інвестиційної діяльності:

1. Глибина довгострокового планування інвестиційного процесу.
2. Поточний стан об'єкта, для якого розроблюється стратегія.
3. Джерела та обсяги коштів для інвестування.
4. Стратегічна мета та етапи просування до неї.
5. Проміжні цілі та суміжні завдання.
6. Пріоритетні сфери та об'єкти для інвестування.
7. Прогнозна оцінка зовнішнього середовища для інвестування.
8. Прогнозна оцінка розвитку фінансового ринку.
9. Альтернативні напрями використання коштів.
10. Цільові настанови щодо очікуваної дохідності інвестицій.
11. Фактори ризику та довгострокові заходи їх нейтралізації.
12. Прогнозні сценарії розвитку інвестиційного ринку та розвитку інвестора.
13. Бажані результати інвестиційної діяльності (стан активів інвестора, мережа підприємств, права власності і т. ін.) на кінець стратегічного періоду.

Формування стратегії є дослідженням довгострокових напрямів розвитку інвестора. Виконання цих робіт може бути представлено, наприклад, послідовністю дій, відображених на рис. 5.11.

Українські науковці вважають, що інвестиційна стратегія – це довгостроковий план, система концептуальних цілей і важелів для їх досягнення. Стратегія – це те, що поєднує тактичні короткострокові дії інвестора в систему, яка забезпечує високий результат не стільки сьогодні, скільки в цілому за стратегічний період часу.



Рис. 5.11. Розробка інвестиційної стратегії малого підприємництва

До цільових установок при формуванні стратегії розвитку можна зарахувати: - збереження капіталу (у несприятливих фінансових умовах);

- приріст вартості капіталу; - приріст поточних доходів від капіталу; - зміна структури активів інвестора; - зміна галузевої чи регіональної спрямованості капіталу; - диверсифікація активів інвестора; - вихід на нові ринки, засвоєння нових видів продукції; - оновлення виробничого апарату; - швидке зростання активів незважаючи на ризик; - малоризикований розвиток.

Вибір інвестиційної стратегії є компромісом між багатьма чинниками, що впливають на рішення інвестора. Врахувати одночасно всі неможливо. Наведемо перелік найсуттєвіших чинників, які мають для інвестора стратегічне значення:

- достатність ресурсів інвестора;
- визначеність (гарантованість) результатів;
- ефективність – переважання доходів над витратами;
- максимізація дохідності і мінімізація ризику;
- визначеність із часовими параметрами інвестування;
- узгодженість із внутрішньою спроможністю інвестора;
- узгодженість із зовнішнім середовищем.

Як підкреслюють науковці, залежно від співвідношення дохідності й ризику виокремлюють агресивну, ризиковану стратегію (орієнтовану на високу дохідність при високому ризику) і консервативну (малоризиковану) стратегію. За параметром часу може бути стратегія швидкого зростання і стратегія поступового розвитку [245].

Якщо вдається розробити стратегію, яка цілком відповідає очікуванням і критеріям інвестора, її називають збалансованою. Якщо наявні на ринку об'єкти інвестування не дають змогу оптимізувати стратегічні плани інвестора і задовольнити всі його умови та критерії, стратегію вважають незбалансованою.

Базовим моментом розробки стратегії є обсяги фінансових ресурсів для інвестування. Джерела коштів та їх структура наведено на рис. 5.12:

- власні фінансові ліквідні ресурси інвестора (прибуток, амортизаційні відрахування, доходи від реалізації майна, страхові надходження, грошові накопичення і заощадження фізичних та юридичні осіб);
- позикові кошти (з оформленням боргових зобов'язань інвестора щодо повернення коштів: облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити);
- залучені кошти (із передачею частини прав щодо керування активами проекту, але без боргових зобов'язань інвестора);
 - кошти іноземних інвесторів;
 - кошти державного бюджету або місцевих бюджетів;
 - кошти, надані в тимчасове користування на правах оренди у формі матеріальних активів.



Рис. 5.12. Джерела для інвестиційного розвитку агротуристичного підприємства

Використані при інвестуванні фінансові ресурси мають ціну, яку інвестор платить за користування ними. Вартістю власних коштів інвестора є сума, що могла б бути отримана (зароблена) інвестором, якби він використовував свій капітал не в даному проекті, а вкладав його в інші фінансові інструменти (безризикові). Це так звана альтернативна вартість власного капіталу інвестора.

Власні фінансові ресурси підприємства-інвестора можуть складатися з нерозподіленого (невикористаного) прибутку, накопиченої частини амортизаційного фонду й коштів від мобілізації внутрішніх активів. До останнього належать засоби від продажу зайвого устаткування, продажу (для зниження запасів) частини зарезервованих матеріальних ресурсів, здачі майна в оренду, продажу дебіторської заборгованості інших підприємств тощо. Додаткова мобілізація внутрішніх ресурсів стає можливою завдяки, наприклад, тому, що у ході реалізації на підприємстві проекту капітальних вкладень може уповільнюватися виробничий процес і вивільняється частина оборотних коштів.

Позикові фінансові ресурси, як правило, складаються з довгострокового банківського кредиту, емісії боргових зобов'язань підприємства (облігації й векселі) й позик інших юридичних осіб.

Близькі до позикових лізингові форми використання матеріальних активів (як правило, це основні фонди). Інвестор отримує право використання матеріальних активів під фінансові зобов'язання погасити їх вартість у формі орендної плати за графіком і у встановлених сумах. Використання лізингових форм фінансування активів проекту не знижує

загальної вартості проекту, але розподіляє її частинами в часі. Це робить проект більш реальним за необхідними коштами і більш ліквідним, тому що орендоване майно при визначених у договорі оренди умовах може бути повернуто орендодавцю в разі невдачі проекту. В умовах розвинутого ринку лізингові форми фінансування реальних проектів широко (до 15 % інвестиційних витрат) використовуються.

Залучені до інвестування фінансові ресурси складаються, зазвичай, із коштів від продажу акцій, боргових зобов'язань і залучення пайових внесків (юридичних і фізичних осіб) у статутний фонд підприємства. Це потребує передачі новим акціонерам частини прав на керування проектом, а також частини поточного прибутку (у формі дивідендів). Однак інвестор при цьому не зобов'язаний повертати залучені за допомогою акціонування кошти.

На думку фахівців, загалом використання позикового чи залученого капіталу вважається вигідною інвестиційною стратегією, що дає змогу збільшити прибутковість власного капіталу. Підвищення показника дохідності власного капіталу інвестора після залучення позикових коштів називається використанням фінансового важеля. Однак ця вигідність можлива лише в тому разі, якщо ціна (відсотки за використання) позикового капіталу нижча, ніж прибутковість використання всього капіталу (прибутковість інвестування загалом).

Структура обраної інвестиційної стратегії формує інвестиційну програму – рекомендовані до реалізації проекти інвестування агротуристичної сфери.

При формуванні стратегії інвестиційна програма є структурним інструментом довгострокового планування розвитку і досягнення стратегічних цілей. З початком реалізації інвестування програма стає інструментом інвестиційної діяльності.

Ключовим моментом вибору стратегії є визначення інвестиційної привабливості сфер і напрямів вкладання коштів. Варто розглянути схему оцінки інвестиційної привабливості галузі й регіону для визначення пріоритетів у стратегії [245].

Інвестиційна оцінка регіонального туризму може будуватися за такою схемою:

1. Місце галузі в економіці: частка у валовому внутрішньому продукті країни, соціальна орієнтація й значення продукції галузі, споживчі особливості продукції, частка експорту, залежність від імпорту, енергомісткість, сировинна забезпеченість, рівень забезпеченості внутрішніх потреб країни, основні споживачі продукції.

2. Організація галузі: тип конкуренції на ринку галузевої продукції, рівень конкуренції, наявність монополістів і галузових об'єднань, фінансово-промислових груп, зв'язок з іншими галузями, горизонтальні й вертикальні зв'язки в галузі, наявність бар'єрів для входу на галузевий

ринку, сегментація галузевого ринку, динаміка активності на ринку, еластичність попиту й цін.

3. Характеристика туристичного ринку, попиту й споживання продукції галузі: рівень конкуренції чи монопольності, особливості ринку збуту, фактичні й потенційно можливі обсяги місткості галузевого ринку, стійкість галузі до загальноекономічних спадів.

4. Технічна база й виробничий апарат галузі: застосовані технології, їх відповідність світовому рівню, складність продукції й виробництва, капіталомісткість і наукомісткість продукції, рівень інновацій, стан науково-дослідної та проектної роботи в галузі, середній вік основних фондів, коефіцієнт зносу.

5. Рівень державного втручання (або можливості для цього) в розвиток галузі: наявність галузевого органу державної влади в особі міністерства чи комітету, агентства, комісії і т. ін., державні капітальні вкладення в розвиток галузі, податкові пільги, можливість прискореної амортизації, вплив на механізм ціноутворення, соціальні й екологічні нормативи й вимоги до підприємств і роботодавців тощо.

6. Соціальна значимість галузевої сфери діяльності: кількість робочих місць, дисциплінованість працівників, плинність кадрів, рівень зайнятості в галузі, регіональне розміщення виробництв, середня заробітна плата, коефіцієнт змінності роботи виробничого персоналу, травматизм, вплив громадських організацій, робота й вплив профспілок, виробничі відносини колективів і дирекцій підприємств, екологічна безпека виробництва чи продукції, статистика страйків і конфліктів та збитків від них.

7. Фінансові умови галузі: середньогалузевий рівень рентабельності, фондівіддача, середня віддача на вкладений капітал, оборотність активів, їх середня ліквідність, типовий порядок розподілу і використання прибутку, фінансовий стан підприємств і зміни в ньому.

8. Перспективи розвитку галузі: технології, продукції, наукові дослідження, конкуренція.

Інвестиційна привабливість регіону оцінюється за такими показниками:

- рівнем економічного розвитку регіону (обсяги створюваного ВВП на душу населення, доходи населення);
- наявністю інвестиційної інфраструктури (будівельні фірми, забезпеченість місцевими будматеріалами, банківська система в регіоні, енергозабезпечення регіону);
- рівнем інженерної й транспортної інфраструктури;
- рівнем соціального розвитку регіону (рівень життя й доходи населення, демографічні показники, наявність трудових ресурсів, статеві-віковий склад населення, розподіл на сільське і міське населення, рівень злочинності);
- роллю (і діловими якостями) регіональних органів влади в забезпеченні розвитку регіону, сприянні виробництву і підприємництву;

- станом місцевих ринків (їх організація й наповнення, міжрегіональні економічні зв'язки);
- наявністю в регіоні необхідних для потенційного інвестиційного проекту сировинних, матеріальних, енергетичних і трудових ресурсів.

Важливим моментом є безпосередній вибір юридичної особи для організаційного забезпечення інвестування. Адже будь-який проект (реального чи фінансового інвестування) реалізується через юридичну особу. Її надійність, стабільність, фінансова спроможність аналізуються і прогнозуються з багатьох боків. Це важливо і щодо реального інвестування у підприємство, і щодо інвестування в емітовані нею фінансові інструменти.

Комплексна оцінка інвестиційної привабливості агротуристичного підприємства має складатися з оцінки конкурентоспроможності продукції, маркетингової стратегії, технічного стану основних фондів (рівень технології), ділових якостей дирекції та кваліфікації персоналу, системи управління підприємством, екологічної безпеки, виробничої спроможності підприємства.

Аналіз фінансового стану підприємства передбачає комплексне дослідження поточного фінансового стану і його прогноз на глибину реалізації інвестування. Схема аналізу може бути представлена шістьма етапами, яку ми наводимо за джерелом [245]:

1. Аналіз грошових потоків підприємства: доходи, витрати, прибуток, його використання, амортизаційні відрахування, середньомісячний приріст фінансових ресурсів.

2. Аналіз ліквідності балансу підприємства: оцінка активів і пасивів, зміна ліквідних активів, оцінка короткострокових зобов'язань, середньомісячні обсяги прибутку й продажу.

3. Аналіз фінансової стійкості підприємства, співвідношення власних і позикових коштів, джерела формування запасів і витрат, власні оборотні кошти.

4. Аналіз платоспроможності підприємства, співвідношення активів і боргових зобов'язань підприємства, показники рентабельності продукції й капіталу.

5. Оцінка поточної ринкової вартості підприємства та її прогноз у разі реалізації проекту.

6. Організація обліку і фінансове планування на підприємстві. Аналітичний облік грошових потоків. Ділові якості фінансових менеджерів.

За результатами аналізу будується узагальнена оцінка якості фінансового керування підприємством і його інвестиційної привабливості для реалізації на його базі інвестування.

Сучасна економічна ситуація в Україні в цілому нестабільна, із підвищеним рівнем ризику, як правило, відзначається незадовільним

фінансовим станом і управлінням виробничими підприємствами, відсутністю платіжної дисципліни, майнової відповідальності дирекцій за фінансові результати своєї роботи. Усе це повинно відповідним чином відбиватися на технології розробки й аналізі інвестиційних проектів. Експертам слід ураховувати такі рекомендації.

1. При інвестуванні має бути оцінена узгодженість із зовнішніми умовами, насамперед макроекономічними параметрами, прогнозованими на глибину реалізації проекту. Комплекс такої макроекономічної оцінки може включати показники фінансової стабільності (інфляція, девальвація, рівень бюджетного дефіциту, ріст державного боргу, стан платіжного балансу країни), кон'юнктуру внутрішнього ринку у формі прогнозованого росту чи зниження ВВП, зміну параметрів податкової системи країни, стан банківської системи, фінансового ринку (які відбиваються на вартості кредитних ресурсів). Відповідно макроекономічні прогнози повинні відбиватися в проекті на механізмах обліку грошових потоків і на виборі ставки дисконтування для приведення грошових потоків у порівнянні умови.
2. Особлива увага має приділятися оцінці рівня ризику при інвестуванні: проведення варіантних розрахунків прибутковості при різних рівнях зовнішніх і внутрішніх умов. Відповідно у бізнес-плані проекту має бути представлений спеціальний розділ, присвячений аналізу ризику і плануванню заходів, що компенсують чи дають змогу знизити ймовірність кризових подій при здійсненні проекту. Необхідно оцінити чутливість проекту до найважливіших факторів і перевірити стійкість проекту стосовно цих факторів.
3. З урахуванням великої ймовірності незадовільного стану підприємства, на базі якого планується інвестування, має проводитися всебічний аудит підприємства й оцінка ділових якостей його дирекції. Такий самий підхід слід обрати до підприємств-партнерів і учасників проекту, яку б малу роль у проекті вони не відігравали.
4. Найважливішим для комерційної цінності проекту в українських умовах є рівень маркетингового і фінансового опрацювання проекту.
5. Нестійкість економічної ситуації в Україні диктує жорсткий підхід до вибору ставки дисконтування при приведенні грошових потоків по проекту до сучасних умов. Для розрахунків у сучасних умовах рекомендована норма дисконтування може становити, наприклад, від 13 до 18 %.

Нижня межа визначена з таких складових, що відтворюють сучасний стан економіки України:

- альтернативна ставка потенційно можливого нарощування капіталу на фінансовому ринку (реально існуюча в економіці України) при використанні відносно безризикових інструментів – 5%;

- рівень ризику, пов'язаний з нестабільністю економіки в цілому (як експертна оцінка ймовірності змін у макроекономіці, що критично вплинуть на проект) – 3%;

- рівень ризику, пов'язаний з конкретним інвестиційним проектом (як експертна оцінка ймовірності подій у самому проекті, у тому числі через помилки і невдачі управління) – 5% (більш ризиковані проекти можна не розглядати).

Разом це становитиме 13 %, що орієнтовно збігається із середньою дохідністю малоризикованих операцій на поточному фінансовому ринку. Якщо власники фермерського господарства приймають рішення щодо додаткового інвестування в будівництво агроготелю, то необхідно провести експертизу доцільності вкладення додаткових інвестицій в розвиток агротурбизнесу. Реалізація такого інвестиційного проекту може привернути увагу додаткових споживачів ринку сільського туризму, підвищити рівень сервісних характеристик фермерського господарства, розширити вже існуючий сегмент попиту. Щодо економічного обґрунтування проекту, нами наводиться далі методика запропонована Б.М. Щукіним, де приймається величина обсягу інвестицій в сумі 2500 тис. грн. [245] і яка може бути обґрунтована технічним завданням, наприклад, проекту будівництва агроготелю. Підприємці-власники вважають, що реалізація інвестиційного проекту дасть змогу отримувати протягом п'яти років щорічний чистий прибуток у розмірі 600 тис. грн. загалом щодо власного бізнесу, тому що агроготель ввійде до комплексу фермерського господарства.

Наступні розрахунки щодо оцінки ефективності додаткового інвестування в будівництво агроготелю показують, що проект може вважатися доцільним, якщо сума отриманого чистого прибутку за всі 5 років перевищуватиме витрачений капітал. Для порівняння доходу від проекту за кожен майбутній рік треба привести до єдиних умов обліку (до сучасного еквівалента), тобто до того року, коли здійснюється інвестування вартістю 2500 тис. грн.

Нехай у той самий час є можливість інвестувати ті самі 2500 тис. грн. на фінансовому ринку в малоризиковані інструменти під 10 % річних. Цю альтернативу виробничому проекту, що розглядається, використаємо як ставку дисконтування при розрахунках:

виробничий проект забезпечить такий приведенний дохід:

за 1-й рік: $700 / (1 + 0,1) = 640$ тис. грн.;

за 2-й рік: $700 / (1 + 0,1) = 580$ тис. грн.;

за 3-й рік: $700 / (1 + 0,1) = 530$ тис. грн.;

за 4-й рік: $700 / (1 + 0,1) = 480$ тис. грн.;

за 5-й рік: $700 / (1 + 0,1) = 430$ тис. грн.

Загалом за весь період проект дасть змогу отримати приріст коштів у сумі 2660 тис. грн., що є загальним приведеним прибутком виробничого проекту за 5 років. Для його отримання треба було ще до першого року витратити 2500 тис. грн. Суми 2660 і 2500 можна порівнювати, тому що вони приведені до одного періоду часу. Чистий приведений прибуток перевищує інвестиційні витрати на 160 тис. грн. Тому можна вважати проект доцільним.

Якби ми порівнювали 2500 тис. грн. із недисконтованим прибутком, тобто вважали, що кожна гривня доходів незалежно від року отримання має одну цінність, то загальний прибуток дорівнював би $700 \cdot 5 = 3500$ тис. грн. Використання механізму дисконтування майбутніх грошових надходжень є методом більш об'єктивного (реалістичного) порівняння доходу від проекту з урахуванням можливого доходу від найпростішого альтернативного проекту використання тих самих коштів на фінансовому ринку.

Виробничий проект виявився більш рентабельним варіантом використання коштів (2500 тис. грн.). Але це ще не кінцевий висновок. Доцільність проекту має перевірятися іншими показниками та якісним аналізом, у тому числі і за параметром ризику.

Надалі зважатимемо на те, що можливість використання інвестицій просто як вкладання в безризиковий інструмент на фінансовому ринку, що дасть змогу отримати щорічні проценти приросту вкладених коштів, є альтернативним варіантом використання тих самих коштів для будь-якого інвестиційного проекту. Цей принцип покладено в основу методу приведення грошових потоків до одного еквіваленту в часі.

Методологічним принципом оцінки ефективності є порівняння результатів і витрат. Для проектів це означає порівняння обсягів доходів та інвестиційних витрат, що їх забезпечили. Використовується кілька показників, що базуються на різних варіантах співвідношення між доходами й витратами при інвестуванні.

Методологією аналізу доцільності інвестування вважається цілком логічний принцип порівняння інвестицій та доходів від них. Використовується кілька типів показників, які реалізують цей принцип. Уведемо такі умовні позначення, що мають використовуватися далі при аналізі:

D – доходи від інвестування у будь-якій формі (найчастіше це доходи від реалізації продукції, послуг або активів проекту);

I – інвестиційні витрати;

Z – поточні (експлуатаційні) витрати за проектом;

T – період інвестування (реалізації проекту);

t – індекс року (може починатися з першого року, чи нульового, $t = 1, 2, \dots, T$);

d – річна ставка дисконтування, яка має використовуватися для приведення грошових потоків майбутніх періодів до умов поточного року;

K – коефіцієнт приведення:

$$K = \frac{1}{(1+d)^t}. \quad (5.5)$$

Виходячи з наведених позначень, маємо таку характеристику показників ефективності інвестування.

Чиста приведена цінність (вартість) (NPV) визначається як загальна за всіма роками реалізації проекту різниця між приведеними доходами й витратами за проектом. Позитивну оцінку проект може отримати, якщо величина $NPV > 0$:

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{(D - I - Z)^t}{(1+d)^t}. \quad (5.6)$$

Цей показник «чистий», оскільки в ньому враховуються прибутки за мінусом витрат ($D - Z - I$), тобто так звані чисті прибутки. За економічним змістом NPV доцільніше було б називати загальним приведеним прибутком від інвестування.

2. Термін окупності (T_{ok}) є такою мінімальною кількістю років реалізації проекту, при якій загальний приведений прибуток перевищуватиме обсяг інвестованого капіталу, тобто буде виконуватися рівність:

$$I = \sum_{t=1}^{Tk} \frac{(D - Z)^t}{(1+d)^t}. \quad (5.7)$$

Термін окупності для позитивного рішення інвестора не може перевищувати загального терміну реалізації проекту проект має окупатися значно раніше його завершення.

Якщо капітал інвестується не тільки впродовж першого року, а й протягом всього періоду реалізації проекту, то величина I також має дисконтуватися і враховуватися як сума інвестицій в різні роки, приведена до початку інвестування:

$$I = \sum_{t=1}^{Tk} \frac{I_t}{(1+d)^t}. \quad (5.8)$$

3. Доходи на одиницю витрат (f) (співвідношення доходів і витрат) мають показувати, скільки доходів інвестора припадає на одиницю загальних витрат (інвестованого капіталу та поточних експлуатаційних витрат). Обидві величини (чисельник і знаменник) розраховуються як приведені до поточного моменту часу. Позитивну оцінку має отримати проект, для якого цей показник перевищуватиме одиницю:

$$f = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{Dt}{(1+d)^t}}{\sum_{t=1}^T \frac{(I+Z)}{(1+d)^t}}. \quad (5.9)$$

4. Прибутковість інвестованого капіталу (співвідношення прибутку та інвестованого капіталу) показує, скільки приведеної вартості поточного прибутку за весь період реалізації проекту припадає на одиницю приведеної вартості інвестованого капіталу.

Позитивну оцінку за цим показником проект матиме за умови, що він не менший за одиницю:

$$q = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{(D-Z)t}{(1+d)^t}}{\sum_{t=1}^T \frac{It}{(1+d)^t}}. \quad (5.10)$$

5. Внутрішня рентабельність (*IRR*) розраховується через величину чистої приведеної вартості проекту, яка прирівнюється до нуля:

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{(D-I-Z)t}{(1+IRR)^t}. \quad (5.11)$$

Ставка дисконтування *d*, при якій виконуватиметься рівняння, і дає кількісне визначення внутрішньої рентабельності.

Цей показник може розраховуватися кількома методами.

1. Розв'язком рівняння стосовно *IRR*, у якому невідомою величиною є тільки *IRR*. Інші показники доходу (*D*), інвестиції (*I*), поточні витрати (*Z*) розраховуються у фінансовому розділі бізнес-плану.

2. Графічним методом побудови функції залежності між *NPV* і *d*. У цьому разі розраховують кілька значень чистої приведеної вартості при різних ставках дисконтування. Потім будують графік залежності між цими показниками (рис. 5.13). У точці перетину графіка з горизонтальною віссю ставок дисконтування знаходять приблизне значення внутрішньої рентабельності проекту.

Внутрішня рентабельність після її розрахунку стає орієнтиром дохідності для інвестора. Величина *IRR* має порівнюватися з тією дохідністю використання капіталу, на яку сподівається інвестор (*IRR_n*). Якщо внутрішня рентабельність перевищує очікувану інвестором дохідність, інвестування стає доцільним. Якщо ні, то інвестор може не прийняти позитивне рішення щодо інвестування в розглянутий проект за цим критерієм.

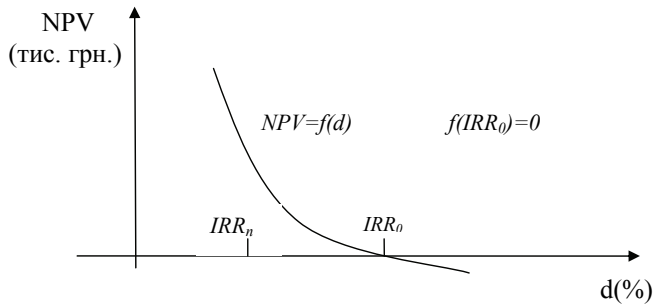


Рис. 5.13. Типовий графік функції $NPV = f(d)$

Зазначимо, що при прийнятті рішення найчастіше використовується один показник, методологія якого найбільшою мірою відповідає логіці інвестора. Наведена система показників може мати суперечності: за одними показниками щодо проекту будуть отримані позитивні результати, а за іншими він буде не вигідний. Багато залежить від графіка грошових потоків за роками інвестування. Отримані кількісні оцінки показників ефективності інвестування мають перевірятися на їх економічний зміст і логіку.

Приклад розрахунку показників ефективності наведено в табл. 5.2. Основні економічні умови проекту відбивають перші п'ять стовпців розрахункової таблиці. Стовпці 6-13 містять проміжні розрахунки, що будуть використані для визначення показників ефективності інвестування.

Таблиця 5.2

Розрахункова таблиця визначення показників ефективності інвестицій
[245]

Рік	Порядковий номер року	Інвестиції, тис. грн.	Надходження від проекту (реалізація), тис. грн.	Собівартість виробництва, тис. грн.	Ставка дисконтування, %	Коефіцієнт приведення	Прибуток, приведений до умов 2010р. (тис. грн.)			Доходи, приведені до поточного року, тис. грн.	Витрати, приведені до поточного року, тис. грн.	Інвестиції, приведені до поточного року, тис. грн.
							3 урахуванням інвестиційних витрат	Без урахування інвестування витрат				
								по роках	наростаючим підсумком			
	t	I _t	D _t	Z _t	d	$\frac{1}{(1+d)^t}$	(гр.4- гр.3-гр.5) * гр.7	(гр.4-гр.5) гр.7	$\sum_{t=1}^T \text{гр.9}$	гр.4 * гр.7	(гр.3+гр.5) гр.7	гр.3 * гр.7
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2010	1	10	7	4	10	0,909	-6,3	2,7	2,7	6,4	12,7	9,1
2011	2	5	10	6	10	0,826	-0,8	3,3	6	8,3	9,1	4,1
2012	3		15	8	10	0,751	5,3	5,3	11,3	11,3	6	-
2013	4		18	10	10	0,683	5,5	5,5	16,8	12,3	6,8	-
2014	5		20	11	10	0,621	5,6	5,6	22,4	12,4	6,8	-
Разом		15	70	39			9,3	22,4		50,7	41,4	13,2

Недисконтовані показники:

1. Рентабельність проекту є співвідношенням середньорічного прибутку за проектом (середнє арифметичне за 5 років з різниці сум по стовпцях 4 та 5) і величини інвестованого капіталу (сума по стовпцю 2):

$$r = (70 - 39) / 5 / 15 = 41 \%$$

2. Термін окупності проекту дорівнює співвідношенню обсягів інвестованого капіталу (сума по стовпцю 2) і середньорічного прибутку (різниця суми по стовпцях 4 та 5, поділена на кількість років):

$$T = \frac{15}{(70 - 39) / 5} = 2,4 \text{ року.}$$

3. Дохідність інвестування за 5 років дорівнюватиме приросту активів інвестора (це накопичений прибуток за 5 років: $70 - 39 = 31$ тис. грн. відносно інвестованого капіталу (15 тис. грн.):

$$Д = (31 / 15) \cdot 100 \% = 206 \%$$

Середньорічний темп зростання капіталу дорівнюватиме кореню п'ятого степеня з темпу зростання 2,06:

$$\sqrt[5]{2,06} = 1,16.$$

Середньорічна дохідність інвестування становитиме:

$$(1,16 - 1) \cdot 100 \% = 16 \%$$

Показники з урахуванням дисконтованих грошових потоків:

1. Чиста приведена вартість проекту є сумою по стовпцю 8:

$$NPV = 9,3 \text{ (тис. грн.)}$$

2. Термін окупності $T_{ок}$ дорівнює такій кількості років дії проекту, для якої елемент стовпця 10 дорівнює або починає перевищувати обсяг інвестицій (15 тис. грн.):

$$T_{ок} \approx 4 \text{ роки.}$$

3. Коефіцієнт співвідношення доходів і витрат (f) розраховується за підсумками по стовпцях 11 та 12 розрахункової таблиці:

$$f = \frac{50,7}{41,4} = 1,22$$

4. Коефіцієнт прибутковості (підсумок стовпця 9 таблиці поділений на підсумок стовпця 13 таблиці):

$$q = \frac{22,4}{13,2} = 1,7$$

5. Щоб визначити внутрішню норму прибутковості проекту, виконаємо розрахунок NPV для кількох значень d . Отримані результати наведемо в табл. 5.3.

Таблиця 5.3

Результати розрахунку чистої приведеної вартості
при різних ставках дисконтування

Ставка дисконтування, $d, \%$	10	20	30	40	50
NPV , тис. грн.	9,3	5	2,4	0,8	-0,2

Побудуємо графік залежності NPV від d (рис. 5.14).

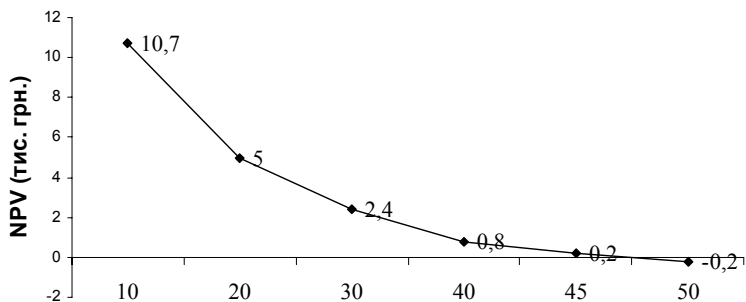


Рис. 5.14. Графік залежності NPV проекту від обраної ставки дисконтування

Із графіка видно, що приблизне значення *IRR* дорівнює 47,5 %. Якщо ця величина перевищує очікувану інвестором дохідність капіталу, то проект може бути прийнятий, і навпаки. Таким чином, подальший розвиток малого підприємництва як стратегічного напрямку соціально-економічного розвитку регіону можливий при реалізації комплексу заходів з удосконалення регулювання підприємницької діяльності, фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки, ресурсного та інформаційного забезпечення, формування інфраструктури підтримки підприємництва в регіональному туризмі.

5.3. Організаційно-економічний механізм забезпечення кластерної стратегії розвитку підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму регіону

Соціально-економічний розвиток регіону потребує збалансованого функціонування усіх сфер діяльності, які забезпечують задоволення потреб населення в найрізноманітніших товарах і послугах. Значну роль в цьому відіграють малі підприємства і підприємці, які в сучасній туристично-рекреаційній діяльності є основним продуцентом індивідуальних благ туризму. Суб'єкти підприємницької діяльності, прагнучи знайти свою нішу на ринку туристичних послуг вже поділеному між операторами готельних мереж, міжнародними і регіональними туроператорами, першими відгукуються на зміну споживацьких потреб і примушують великий туристичний бізнес також реагувати на них. Отже, кожний регіон, державні інституції зацікавлені у результативній підтримці малого бізнесу, розробляючи для цього відповідні ефективні інструменти і механізми. Але в регіонах України поки ще не сформовано цілісного і чіткого уявлення про те, яким має бути цей механізм у регіональному туристично-рекреаційному комплексі і як він буде впливати на інноваційні моделі розвитку регіональної економіки. Ця проблема, як показали результати дослідження є надзвичайно важливою в контексті реструктуризації регіонального туристично-рекреаційного комплексу в умовах трансформаційних процесів в економіці України.

Трансформаційні процеси в економіці, що відбуваються у різних сферах діяльності з більшим чи меншим успіхом, спрямовані передусім на формування розвиненого ринкового середовища, яке забезпечує соціально-економічний розвиток суспільства переважно у режимі саморегуляції, без надмірного втручання з боку державних інститутів. Очевидно, що важливу роль у такому середовищі відіграє інформаційний обмін. Повнота і достовірність інформації про суб'єкт і об'єкт бізнесу зменшують ризики можливих втрат і підвищують вірогідність прийняття правильного рішення.

В умовах інформаційної та територіальної асиметрії підприємств, вступаючи у трансакції з іншими суб'єктами ринку, несе великі витрати на отримання інформації щодо можливостей майбутньої співпраці. Такі витрати називаються трансакційними, вони виникають у процесі обміну правом власності на певні економічні блага і пов'язані із пошуком інформації про партнерів та ринки збуту; витрати на проведення переговорів і укладання угод; витрати захисту і сертифікації прав власності; витрати на попередження опортуністичної поведінки партнерів з бізнесу тощо. Українські і західні науковці визначають, що величина трансакційних витрат слугує своєрідним мірилом недосконалості ринку – вони зростають за відсутності чітко визначених правил економічної взаємодії. До того ж останнє спричинює розвиток тіньової економіки і зменшення податкових надходжень від діяльності малого бізнесу. Так, у Одеської області частка сплачених малими підприємствами податків у загальній їх сумі з кожним роком зменшується (у 2006р. вона становила 35%, у 2007р. – лише 21,1%) [216] .

Прагнення підприємців щодо розвитку власного бізнесу, у тому числі сільського зеленого туризму, спонукає їх до створення організаційних структур комплексної дії, на що ми звернули увагу в попередніх розділах. Завдання цих дій полягає у зменшенні інформаційної асиметрії і відповідно ринкових трансакцій. Якщо витрати на утримання таких структур для кожного їх учасника будуть меншими ніж трансакційні витрати за їх відсутності, суб'єкти туристичного ринку зацікавлені в їх функціонуванні і можуть ініціювати організацію кластерів та інших структур. Для нас важливим є те, як ці структури будуть привабливими для підприємств малого бізнесу і підприємців туризму. Для цього емпіричним методом побудуємо алгоритм підприємницької поведінки, який демонструє формування стратегії функціонування і розвитку бізнесу у середовищі з великою невизначеністю в туристично-рекреаційній сфері (рис. 5.15).

Розглянемо подальші умови вибору підприємцями тих стратегій, які передбачають комплекс дій та реалізація яких сприяє росту власного бізнесу.

По-перше, стратегія виживання або обмеженого зростання. Її обирають ті підприємці туризму, які увійшли у вже зайняту ринкову нішу з певною концепцією бізнесу, яка передбачає дещо кращий спосіб задоволення існуючих потреб споживачів, ніж у конкурентів. Підприємець завойовує прихильність споживачів копіткою працею, покладаючись в основному на власні ресурси і остерігаючись фінансової залежності. Така стратегія підприємництва загалом прийнята для суспільства, її реалізація підвищує рівень задоволення різноманітних потреб населення і сприяє формуванню нових. Однак це забезпечує в основному самозайнятість населення, а не прискорення економічного розвитку. До того ж, обираючи таку стратегію, підприємець не гарантований від того, що може втратити сприятливий момент для зміцнення бізнесу і його нішу займуть інші.

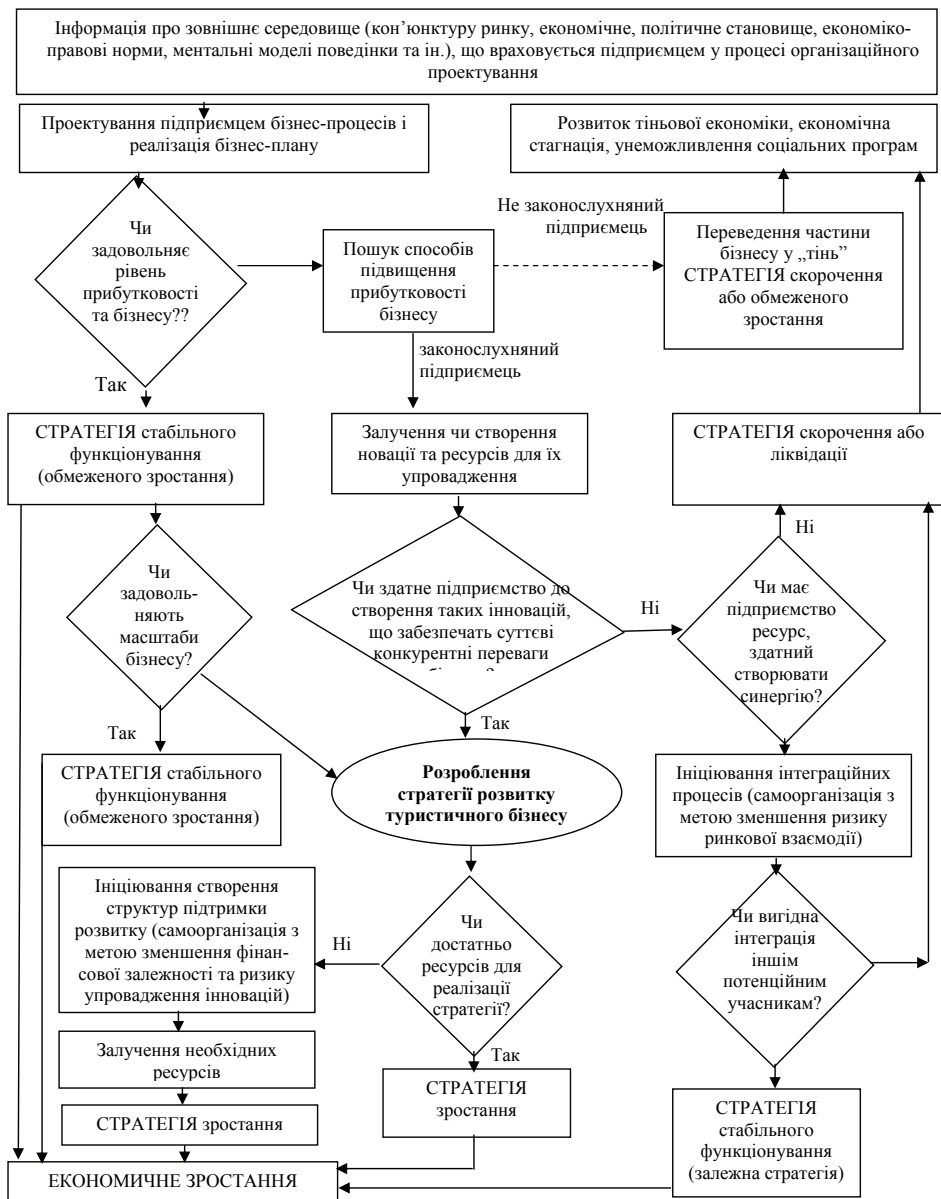


Рис. 5.15. Алгоритм підприємницької поведінки суб'єктів малого бізнесу у ринковому середовищі (суть запозичена та адаптована автором) [197]

По-друге, стратегія зростання. Вона можлива за умов знаходження підприємцем вільної ринкової ніші, наприклад сільський зелений туризм, де попит тільки сформовано, і стабільність його залежатиме від унікальності продукту та гостроти потреби споживачів у ньому. Якщо унікальність продукту забезпечила природну монополію власнику бізнесу, то стратегія розвитку суб'єкта малого бізнесу залежатиме в основному від його амбіцій і фінансових можливостей. За умови їх збігу бізнес має достатні підстави для розвитку і бізнес-плани коригуються підприємцем у бік розширення масштабності. Турфірма потужно розвивається на створеному сегменті ринку.

Проте здебільшого ситуація складніша. Підприємець бачить перспективи розширення бізнесу, однак для реалізації потенціалу бізнес-ідеї у нього не вистачає власних коштів, а кредитні умови комерційних банків його не влаштовують. Підприємець відшукує можливості залучення додаткових ресурсів для розширення діяльності на найсприятливіших умовах. За умови значної кількості підприємців, що відчують таку потребу, вони можуть об'єднати свої зусилля і ресурси, ініціюючи створення структур колективної дії, призначення яких – зменшення фінансової залежності малих підприємств. Розуміючи більшу вигідність такого сценарію для суспільства, порівняно із попереднім, державні органи управління підтримують ініціативу створення кредитних спілок, розробляючи відповідні законопроекти, які регламентують їхню діяльність і спрощують тим самим процедуру їх створення.

По-третє, стратегія інноваційного зростання. Підприємець прагне зробити бізнес ефективнішим, збільшуючи віддачу від вкладеного капіталу через створення та впровадження новацій. Однак здебільшого це потребує значно більших коштів, ніж є у суб'єкта малого бізнесу. За цих умов підприємець шукає спосіб збільшити свій ресурсний потенціал та зменшити ризики, пов'язані з упровадженням інновацій. Якщо у такій ситуації опиняться багато підприємців, вони ініціюють створення відповідних структур колективної дії – бізнес-інкубаторів, інноваційних центрів, центрів трансферу технологій, кластерів тощо, діяльність яких зменшує ризик упровадження інновацій, зменшуючи, зокрема, витрати ринкової взаємодії, пов'язані із придбанням прав на використання інноваційного продукту (ліцензування, франчайзинг, лізинг, інжиніринг та інші форми трансферу технологій). Синергічний ефект тут досягається, по-перше, завдяки акумулюванню інформації щодо ринку новацій, повнота і достовірність якої зменшує ризик помилкового вибору як самої новації, так і умов її придбання. По-друге, такі центри можуть надавати значно ширший комплекс послуг, пов'язаних із залученням інновацій – маркетингові, консалтингові та ін., які сприятимуть організації бізнес-процесів за оптимальною схемою і полегшуватимуть процес освоєння новації конкретним підприємством.

Якщо потребу вирішення даних проблем відчують багато підприємців, самоорганізація відбувається досить швидко. Причому завдяки колективним зусиллям (наприклад, через асоціації підприємців, кластери) такі структури здобувають закріплені законодавчо преференції в оподаткуванні, кредитуванні, залученні інвестицій та ін., що робить їх функціонування ще кориснішим для розвитку суб'єктів малого бізнесу, підвищуючи віддачу від інноваційної діяльності і сприяючи формуванню інноваційно-активної підприємницької поведінки.

Такий сценарій підприємницької поведінки є надзвичайно корисним для суспільства. За умови, що до нього вдаватимуться багато підприємців, це забезпечить країні економічний розвиток інноваційного типу. Однак для цього необхідно, щоб сформувалась критична маса тих підприємців, що надають перевагу інноваційному сценарію зростання. Тоді вони відчують сенс існування інститутів колективної дії, спрямованих на підтримку інноваційного розвитку.

По-четверте, залежна стратегія. Обирається тоді, коли підприємець не може реалізувати інноваційний варіант розвитку туристичного бізнесу, оскільки не здатен створити інновації, що забезпечать суттєві конкурентні переваги бізнесу. Водночас турпослуги, що випускаються таким підприємцем, є важливим ресурсом для функціонування потужніших туроператорів, завдяки чому можлива тривала співпраця. Отже, з боку суб'єктів малого бізнесу (зокрема, екскурсоводів, підприємців сільськогосподарського туризму) активізуються дії щодо об'єднання із потужнішими партнерами (регіональними туроператорами) для зменшення витрат ринкової взаємодії (відпадає потреба постійного пошуку ринків збуту). Водночас це допомога потужнішого партнера у вирішенні виробничих проблем (наприклад, у рекламних заходах, стимулюванні збуту). Для великого туроператора це зменшення залежності від ринкового коливання цін на послуги. Крім того, у межах фірми відпадає необхідність укладання великої кількості контрактів (з приводу кожної передачі благ) між її підрозділами. Цінова координація замінюється адміністративною, що також дає змогу скоротити витрати на здійснення трансакцій. Отже, має місце відчутна корисність для всіх учасників інтегрованих структур, що сприяло стрімкому поширенню інтеграційних процесів у взаємозалежних галузях, таких, наприклад, як регіональні туроператори і підприємці агротуризму.

Таким чином, і даний сценарій підприємницької поведінки завершується процесами саморганізації. Суспільство при цьому отримує більш дієздатних суб'єктів підприємництва у сфері як малого бізнесу, так і великого. Перші, позбувшись проблем зі збутом, зосереджуються на вдосконаленні виробничих процесів, отримуючи для цього організаційно-технічну та фінансову підтримку від головного підприємства, другі – зменшивши загальний рівень витрат, розширюють ринки збуту, використовуючи виробничу стратегію «лідерства за витратами» і маркетингову – «концентрованого зростання».

Проведені дослідження наукової літератури, практики туристичного бізнесу дають підстави для наступних висновків.

1. Радикальні інституційні зміни завжди супроводжуються розбалансуванням формальної і неформальної складових інституційного середовища, що підвищує ризики ринкової взаємодії суб'єктів господарювання і спричиняє високий рівень трансакційних витрат.

2. Чим більш незахищеним є суб'єкт турринку у відстоюванні своїх інтересів у процесі обміну правами власності на ресурс, тим менш прибутковими є його ринкові операції. Найбільш незахищеними у цьому контексті є суб'єкти малого бізнесу, особливо ті, що випускають нетрадиційні турпослуги, пропозиція якої на ринку не є досить значною. Внаслідок цього вони входять у ланцюжок вартості на умовах низької прибутковості операцій обміну і балансують на межі банкрутства. Це може слугувати причиною погоджування підприємців на тіньові бізнес-схеми, реалізація яких підвищує вигідність операцій для власника бізнесу, однак погіршує здатність суспільства вирішувати соціальні проблеми.

3. Цілеспрямовані дії держави та суспільства у напрямі вдосконалення інституційного середовища поступово зменшуватимуть можливості здійснення бізнесу за позалегальними схемами. Це, в свою чергу, сприятиме зменшенню ризиків ринкової взаємодії у підприємницькому середовищі, особливо у сфері туризму. Водночас це сприятиме зростанню кількості суб'єктів малого бізнесу, посилюватиме конкуренцію між ними, яка за умов рівних „правил гри” для всіх учасників ринку зменшуватиме рівень прибутковості тих із них, які не спроможні будуть оперативної і адекватно реагувати на вимоги ринку. За цих умов малий бізнес буде зацікавлений в інтеграційних процесах, завдяки яким можна забезпечувати кращу динаміку стратегії розвитку для всіх учасників інтеграційного утворення. Тим самим прискорюватиметься структуризація бізнесу підприємців туризму і рекреації.

Проаналізував процеси самоорганізації підприємців туристично-рекреаційної сфери, які потребують цілеспрямованих зусиль органів державної влади і обласного управління з туризму і курортів Одеського регіону, можна запропонувати модель механізму ефективної взаємодії територіальних органів влади і суб'єктів підприємницької діяльності та їх неформальних об'єднань-кластерів як процесу реалізації стратегії розвитку та управління туристично-рекреаційних територій регіону на базі кластеру сільського туризму, яка наведена в Додатку Ч.

При подальшому формуванні стратегії розвитку туристичної території локального рівня повинні поєднуватися економічні, екологічні та соціальні вигоди для територіальної громади місцевого самоврядування з економічною ефективністю розвитку підприємництва в сільському туризмі. Соціально-економічна ефективність буде досягнута за рахунок оптимального використання ресурсів громади і землі, використання всіх видів рекреаційних ресурсів сільського туризму, якісного обслуговування туристів, відбудови місцевих ринків праці, додаткових надходжень до

бюджету територій. Таким чином, концептуальний підхід до процесу управління територіальної організації туристично-рекреаційної сфери, кластеризація немасових видів туризму, а саме сільського туризму, дозволяє нам показати і механізм забезпечення кластерної стратегії розвитку та підвищення ефективності підприємницької діяльності в туристично-рекреаційній сфері на регіональному рівні. Такий механізм становить собою організаційно-економічну форму здійснення заходів щодо забезпечення розвитку підприємництва сільського туризму в регіоні, що визначається як комплекс організаційних, ресурсних, правових, методичних та інших складових, спеціально розроблених і законодавчо закріплених, а також послідовність їх реалізації. Зміст механізму забезпечення кластерної стратегії розвитку підприємницької діяльності розкрито за допомогою основних структурних елементів, до яких віднесено: 1) економіко-правове забезпечення дії механізму; 2) методичне забезпечення; 3) регулятори процесу інвестування в сфері туризму регіону; 4) процедури узгодження і прийняття рішень; 5) коригування в ході функціонування механізму; 6) розробка рекомендацій і пропозицій щодо підвищення його ефективності.

Інструментами запропонованого механізму може бути методики, моделі та результати дослідження автора монографії. Схематично організаційно-економічний механізм забезпечення стратегії розвитку підприємництва сфери туризму регіону представлено на рис. 5.16. Кінцева мета механізму – підвищення ефективності підприємницької діяльності суб'єктів рекреації та туризму в соціально-економічному розвитку регіону, а також активізація інвестиційних процесів у цій сфері. Основними задачами даного механізму є: 1) формування туристичного іміджу регіону; 2) модернізація сфери сільського туризму регіону, залучення нових технологій та зростання числа робочих місць в локально-депресивних районах; 3) забезпечення розвитку інфраструктури сфери туризму на основі ефективного використання існуючих туристко-рекреаційних ресурсів і незадіяного потенціалу підприємців сфери агротуризму; 4) формування сприятливих умов для залучення внутрішніх інвестицій підприємців у сферу туризму для її подальшого розвитку; 5) удосконалення структури територіально-виробничих форм господарства за рахунок кластеризації підприємців рекреаційно-туристичного комплексу.

Формуванню механізму повинна передувати оцінка підприємницького потенціалу і можливостей регіону, стану і тенденцій розвитку видів і форм туризму та інших галузей економіки, туристсько-рекреаційного забезпечення, а також аналіз інвестиційних проєктів у туризмі та розробка державних програм по розвитку туризму в регіоні. Структурно механізм розділено на три блоки: аналітичний, методичний і процесний, кожний з яких має свої особливості формування. Важливим елементом механізму є аналіз ситуації та тенденцій розвитку туризму в регіоні, а також визначення ролі підприємницької діяльності у соціально-економічному розвитку регіону в цілому у відповідності до Стратегії розвитку туризму і курортів (див. Додаток III).

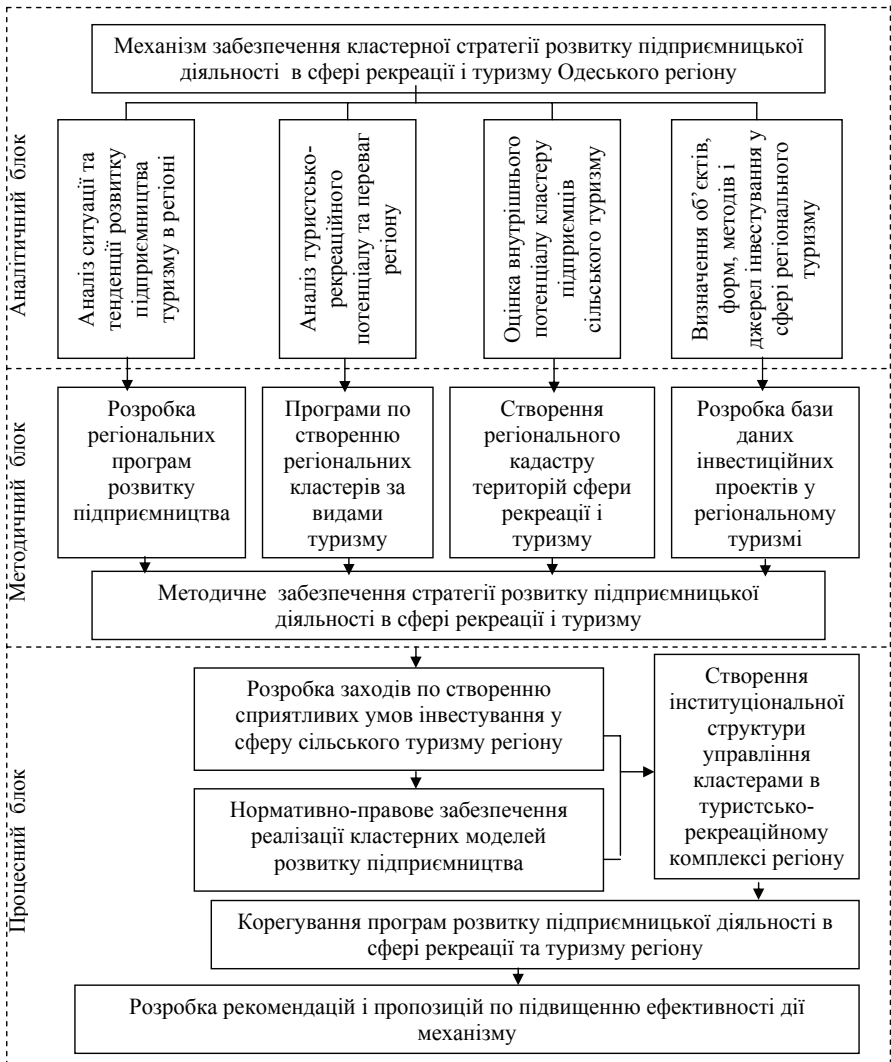


Рис. 5.16. Організаційно-економічний механізм забезпечення кластерної стратегії розвитку підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму Одеського регіону

Проведені дослідження стану розвитку малого підприємництва в Одеському регіоні вказує, що динаміка росту кількості суб'єктів підприємницької діяльності в регіоні за останні 5 років залишається

позитивною. На фоні загальних високих темпів збільшення кількості суб'єктів малого підприємництва темпи зростання кількості фізичних осіб-підприємців суттєво випереджали динаміку утворення малих підприємств. Станом на 01.07.2010р. загалом в області на обліку знаходиться майже 250 тис. суб'єктів підприємництва, з яких 63,3 тис. юридичних осіб та 186 тис. приватних підприємців. За цей період зросла і кількість малих підприємств, яка за даними статистики становить 21 тис. одиниць.

Продовжується тенденція до збільшення щільності малого підприємництва – кількості малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення: у 2007 р. – 80 од., 2008 р. – 82 од., 2009 р. – 84 од.

Вагому соціальну роль підприємництва визначає його здатність до швидкого і масштабного створення нових робочих місць. З урахуванням самозайнятості приватних підприємців загальна кількість працюючих у сфері малого підприємництва у регіоні складає 320 тис. осіб. Кожний четвертий серед всього зайнятого населення регіону працює в малому бізнесі.

Питома вага малого бізнесу в загальних обсягах економіки поступово збільшується і на сьогодні цей сектор забезпечує 26% обсягу реалізованої продукції та близько 25% надходжень до Зведеного бюджету Одеської області. Одночасно існує наявність проблем, що заважають прозоро, стабільно вести підприємницьку діяльність, зокрема:

- нестабільність та суперечливість у законах і нормативних документах, що регламентують підприємницьку діяльність;
- труднощі з отриманням фінансово-кредитної допомоги, висока вартість позичкових коштів, нерозвиненість фінансового ринку;
- складна схема одержання дозвільних документів, особливо на будівництво об'єктів, оформлення земельних ділянок;
- велика кількість контролюючих органів, відсутність прозорості та відкритості діяльності органів митного контролю;
- нерозвиненість інфраструктури підтримки малого бізнесу, особливо у сільській місцевості.

Ще одним показником, що характеризує вплив підприємницької діяльності на економіку регіону, є оцінка його вкладу в ВВП і доход від туризму. У промислово розвинутих країнах доходи від туризму складають приблизно від 4 до 20%. Важливим показником, що визначає роль туризму у соціально-економічному розвитку регіону, є також оцінка і стан платіжного балансу туризму і рекреації. Для цього необхідно проаналізувати активну частину: 1) Експорт товарів для сфери туризму. Необхідно звернути увагу на те, що експорт від в'їзного туризму грає значну роль у формуванні доходів підприємницьких структур і регіону в цілому. Іноземні туристи споживають туристичні послуги на території регіону, де і залишають гроші, що витрачено на них. Тобто послуги, що

вироблені підприємцями туризму в регіоні, не вивозяться за його межі. 2) Валюта від оплати туристами поточних витрат на товари і послуги регіону, що їх приймає. 3) Доходи від капіталу, що вкладено в туристично-рекреаційний комплекс регіону іноземними інвесторами. 4) Доходи, які отримані підприємцями регіону від підприємницької діяльності за рахунок виїзного туризму.

При аналізі пасивної частини, на наш погляд необхідно визначити такі чинники: імпорт товарів для здійснення підприємницької діяльності в сфері рекреації і туризму; вартість товарів і послуг, що виробляються підприємствами регіону для організації зарубіжних мандрівок мешканців регіону; витрати на рекламу, збутову діяльність на зарубіжних ярмарках та біржах; доходи іноземних підприємств, які отримані за рахунок діяльності у сфері туризму і рекреації регіону. Також необхідно зосередити увагу на формування привабливого інвестиційного клімату і туристичного іміджу районів транскордонного співробітництва; підвищення ефективності діяльності місцевих підприємств рекреаційної сфери.

Методичний блок організаційно-економічного механізму забезпечення стратегічних напрямків розвитку підприємницької діяльності містить такі елементи, як розробка регіональної програми розвитку підприємництва та територіально-господарських форм туризму в локальних районах регіону.

Для подальшого розвитку напрямків підприємницької діяльності необхідним є створення регіонального кадастру територій сфери рекреації та туризму, що дасть змогу провести локалізацію кластерів підприємств в районах туристичної привабливості сільської місцевості. Для формування іміджу туристичного регіону треба диверсифікувати такі види туризму, які були раніше не задіяні в просуванні туристичної дестинації за рахунок локальних районів, наприклад фольклорно-етнографічний туризм.

Останній елемент організаційно-економічного механізму за забезпечення кластерної стратегії розвитку підприємницької діяльності – це проведення заходів з коригування програм розвитку підприємництва за секторами туристично-рекреаційного комплексу. Це необхідно для оцінки розвитку коригування стратегії, обсягів інвестування, розробки заходів щодо підтримки діяльності регіонального малого бізнесу галузі. Результатом проведення таких заходів може бути розробка і рекомендації щодо підвищення ефективності дії механізму, який може бути застосований регіональними органами влади.

Запропонований механізм, на нашу думку забезпечить підвищення ефективності управління щодо стратегічних напрямків розвитку підприємництва в регіональній галузі туризму та рекреації. Наступні дослідження будуть спрямовані на вирішення проблем «детенізації» підприємницької діяльності в сфері туристично-рекреаційного бізнесу, а також розробки методики діагностики та оцінки рівнів туристичної

привабливості локальних регіонів та малих міст для розвитку підприємництва за видами туризму.

Розгляд теоретичних підходів до формування та запровадження новітніх форм підприємницької діяльності в реалізації проекту „Укріплення інтеграції прикордонних регіонів в сфері сільського зеленого туризму” дозволяє визначити підприємницьку діяльність як вагомий потенціал територіальної економічної системи, зусилля якого можуть бути спрямовані на вирішення проблемних питань в локальних регіонах.

Визначено, що туризм разом з промисловим та сільсько-господарським виробництвом в регіональній економіці є рівноцінною формою господарського освоєння території, обґрунтовано можливість використання підприємницької діяльності в сільському зеленому туризмі для пожвавлення господарського життя і підтримки систем розселення в регіонах, де склалися природні та соціально-економічні умови для затухання традиційних форм освоєння територій і деградації мережі розселення.

Для виходу агротуристичного сектору економіки з кризового стану, на погляд автора, необхідна його структурна перебудова, перехід на підприємницькі концепції і стратегії розвитку туристично-рекреаційної сфери у відповідних районах. Саме тому нами обґрунтовано та побудовано функціонально-структурну схему розвитку сільського туризму в регіоні, що є формалізованим відображенням його як новітнього суспільно-економічного явища та процесу сталого використання природного, людського та туристично-рекреаційного потенціалу комплексу рекреації та туризму.

В Одеській області склалися умови для розбудови територіальної організації сільського туризму як системи просторового розміщення туристичних центрів агорекреаційного типу сільських поселень, підприємств туризму, туристичних інформаційних центрів в аграрних районах, транспортної інфраструктури та мережі приватних агросадиб на базі природно-рекреаційних, культурно-історичних ресурсів, які здатні сформувати туристичний потік в регіональному туризмі.

Доведено, що одним із життєздатних інструментів державного та ринкового механізмів стимулювання туристично-рекреаційного бізнесу підприємців є інтеграційні процеси, це дозволило автору обґрунтувати доцільність побудови моделі комплексної взаємодії усіх суб'єктів ринку сільського туризму на підставі кластеризації та побудови моделі регіонального туристичного кластеру сільського зеленого туризму. Найважливішим результатом інтеграції підприємств та підприємців є зростання конкурентоспроможності їх бізнесу, виникнення ефекту синергії та мультиплікативного ефекту, що може також служити критерієм доцільності новостворюваної структури кластеру з використанням запропонованого фонду страхування як інструмента кризового управління.

Розглянуті концептуальні рішення автора знайшли відбиток в проєкті Концепції розвитку сільського туризму в Одеської області, а саме у формуванні комплексного методологічного підходу до вирішення проблем його розвитку на засадах підприємницької діяльності.

5.4. Заходи регіоналізації стратегії розвитку туристично-рекреаційної сфери

Необхідність і достатність виділення регіону як об'єкту дослідження, в рамках якого можлива розробка програми розвитку рекреації та туризму, обумовлюється такими обставинами. По-перше, програмні документи, що розробляються для загальнодержавного рівня передбачають лише планування і виконання рамкових умов для розвитку рекреації та туризму, незалежно від специфіки конкретної території. По-друге, на рівні регіональних та муніципальних утворень, планування розвитку рекреації та туризму і формування відповідних програм обмежені потенціалом даної території – організаційним, кадровим, фінансовим та ін. Крім того, в межах регіону діють єдині для всіх входних в нього місцевих утворень інституційні умови, що визначають форми розвитку рекреації та туризму. Тому надзвичайно актуальним є завдання вирішення проблемних питань, щодо оптимізації процесу програмування та управління розвитком рекреаційно-туристичних регіонів в умовах ринкових перетворень.

Ця проблематика привернула увагу як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Однак аналіз взаємозв'язку між плануванням, програмуванням та отриманими результатами розвитку рекреації та туризму в регіонах доводить, що у цій сфері є чимало проблем, які потребують наукових та прикладних досліджень та рішень.

Напрямки наукових розробок спрямовані на визначення сучасних підходів щодо застосування методів цільового програмування та виміру ефективності регіональних програм розвитку туристично-рекреаційних територій і пошуку шляхів вирішення актуальних проблем у сфері управління туристично-рекреаційним комплексом.

Як показало дослідження сучасних поглядів науковців, вони вважають, що при застосуванні програмно-цільового методу в основу процесу планування має бути покладено визначення й постановка цілей і лише потім підбираються шляхи їхнього досягнення [226, с. 401]. Тому використання цього методу в управлінні розвитком рекреаційно-туристичного регіону передбачає, перш за все, визначення цілей розвитку рекреаційно-туристичної сфери в регіоні. Загальною метою розвитку рекреації та туризму як сфери економіки регіону виступає підвищення прибутковості цього виду діяльності. Відмітимо, що в сучасному світі система «рекреаційно-туристичний регіон» складається з взаємозв'язаних підсистем і елементів, які споживають ресурси і виробляють в результаті

рекреаційно-туристський продукт, що розглядається як сукупність речових (предмети споживання) і нематеріальних (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб рекреанта чи туриста, що виникли в період його подорожі і викликаних саме цією подорожжю. У кожному конкретному регіоні рекреаційно-туристичний продукт своєрідний, тому його доцільно виділяти як системоутворюючий чинник. Ефективність функціонування рекреаційно-туристичного регіону оцінюється рівнем конкурентоспроможності регіонального рекреаційно-туристичного продукту в рамках національного і світового ринків. Під конкурентоспроможністю рекреаційно-туристичного продукту нами розуміється його здатність забезпечувати відносно високу прибутковість на вкладений капітал при стійкому використанні ресурсів, постійній орієнтації на попит, що змінюється, збереженні і поліпшенні позиції на ринку щодо конкурентів. Таким чином, певний рівень конкурентоспроможності регіонального рекреаційно-туристичного продукту можна розглядати як мету функціонування системи «рекреаційно-туристичний регіон». Рекреаційно-туристичний регіон як система є певною впорядкованістю компонентів, функціонування яких об'єднане системо утворюючим чинником – конкурентоспроможним регіональним рекреаційно-туристичним продуктом. Отже, в теоретично-прикладному сенсі модель формування конкурентоспроможного рекреаційно-туристичного продукту може розглядатися, у свою чергу, як система, що складається з низки підсистем, яку ми наводимо на рис. 5.17.



Рис. 5.17. Система формування конкурентоспроможного регіонального рекреаційно-туристичного продукту [226]

Реалізація регіонального рекреаційно-туристичного продукту також розглядається як системний процес. Тією підсистемою, що пов'язує все інше у систему, виступає споживчий ринок, стан якого може змінюватися під впливом зовнішнього і внутрішнього середовища. Перш за все споживачі пов'язані з регіональними рекреаційно-туристичними підприємствами. Роль і місце підсистеми управлінських дій аналогічні тим, що характерні для відповідної підсистеми у сфері формування конкурентоспроможного рекреаційно-туристичного продукту, але безпосередня ціль цієї підсистеми при реалізації регіонального рекреаційно-туристичного продукту полягає в отриманні якомога більших доходів від представлення рекреаційно-туристичного продукту в рамках відношення ціна – якість. Таким чином, виходячи з визначеної вище мети функціонування системи «рекреаційно-туристичний регіон», підсистеми є не обхідними умовами її досягнення. Після визначення й постановки цілей, при розробці програми розвитку рекреації та туризму в регіоні, необхідно визначити шляхи та інструменти впровадження. При цьому в зазначеній програмі доцільно виділяти наступні основні формуючі блоки: сучасний стан рекреації та туризму в регіоні; завдання розвитку рекреації та туризму в регіоні; напрями формування і реалізації конкурентоспроможного регіонального рекреаційно-туристичного продукту; механізми формування і реалізації конкурентоспроможного регіонального рекреаційно-туристичного продукту.

Перш за все необхідно отримати картину загального стану конкурентоспроможності регіонів. В нашому дослідженні ми наводимо дані про стан конкурентоспроможності регіонів України, які переконують у необхідності розробки цільових програм регіонального розвитку та конкурентоспроможного туристичного продукту (див. табл. 5.4).

Незважаючи на позитивні тенденції в розвитку економіки, згідно зі щорічним рейтингом регіонів України, проведеному Фондом «Ефективного управління» та Всесвітнім економічним форумом, наприклад Одеська область у 2009-2010 роках опустилась з 3-го на 12-те місце (табл. 5.4). За основний показник даного рейтингу обрано індекс глобальної конкурентоспроможності (ІГК), що увібрав 12 складових економічного та соціального розвитку. Застосування методології ІГК дозволяє порівнювати конкурентоспроможність регіонів України не лише між собою, а й у міжнародному контексті. Відповідно до останнього, Одеська область зайняла 95 місце. У попередньому році Одещина займала 67 позицію, що відповідає рівню Чорногорії, Казахстану і Греції, випереджаючи Румунію, Болгарію і майже всі країни СНД, за винятком Російської Федерації [86].

Таблиця 5.4

Індекс глобальної конкурентоспроможності 2009-2010 на регіональному і міжнародному рівнях [86]

Регіон, область	Індекс глобальної конкурентоспроможності		Міжнародне порівняння регіонів, країна
	регіональний рівень	міжнародний рівень	
м. Київ	4,21	59	Угорщина
Дніпропетровська	4,12	65	Румунія
Закарпатська	4,09	67	Уругвай
Львівська	4,09	69	Ботсвана
АР Крим	4,06	72	Казахстан
Донецька	4,06	73	Латвія
Харківська	4,04	76	Колумбія, Єгипет
Полтавська	3,98	87	Шрі-Ланка
Черкаська	3,96	88	Гамбія
Хмельницька	3,96	89	Гамбія
Запорізька	3,95	92	Гватемала, Македонія
Одеська	3,94	95	Алжир
Луганська	3,92	96	Тринідад і Тобаго
Херсонська	3,90	100	Лівія, Філіппіни
Волинська	3,88	102	Аргентина, Гондурас
Рівненська	3,87	103	Аргентина, Гондурас
Івано-Франківська	3,86	104	Аргентина, Гондурас
Сумська	3,85	106	Грузія
Житомирська	3,84	107	Грузія
Вінницька	3,77	111	Сенегал, Сербія, Сирія

Таким чином, як цільову мету розвитку системи «рекреаційно-туристичний регіон» визначимо прибутковість, у зв'язку з чим аналіз вхідних до складу даної системи підсистем, елементів і взаємозв'язків між ними, нами проводиться з огляду на обсяг внеску рекреації та туризму в економіку регіону і виявлення чинників, стримуючих реалізацію встановленої мети або сприяючих цьому. Далі формулюється комплекс завдань розвитку рекреації та туризму в руслі виходу на певний рівень розвитку. Наприклад, задається певне зростання рівня прибутковості до деякого конкретного терміну. Відповідно до сформульованих завдань розвитку регіональної рекреаційно-туристичної сфери визначаються стратегічні напрями формування і реалізації регіонального рекреаційно-туристичного продукту. Також необхідно розглянути механізми, що забезпечують виконання завдань в намічених напрямках. В рамках кожного з запропонованих розділів майбутньої програми розробляється система відокремлених цілей, які не суперечать стратегічній загальній цільовій установці (рис. 5.18). Орієнтація на формування і реалізацію конкурентоспроможного регіонального рекреаційно-туристичного продукту передбачає вирішення кожної поставленої задачі в руслі виділених в ній напрямів і за допомогою намічених механізмів.

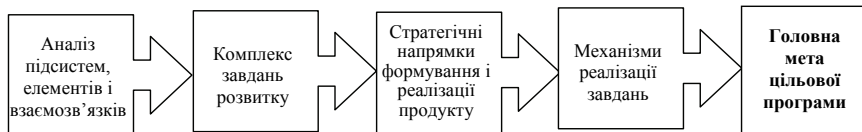


Рис. 5.18. Етапи формування цільової програми розвитку рекреаційно-туристичного регіону

Взагалі, при формуванні проекту цільової програми розвитку рекреаційно-туристичного регіону, на нашу думку повинні охоплюватися такі напрямки, як:

- рекреаційно-туристичне природокористування, охорона й відновлення рекреаційно-туристичних ресурсів;
- господарське освоєння територій, зміна пропорцій у розміщенні продуктивних сил, кластеризація немасових форм туризму, формування рекреаційно-туристичної системи на основі сучасної інфраструктури;
- фінансування запроєктованих заходів;
- удосконалення системи правового забезпечення й управління.

При цьому, напрямками та завданнями формування і реалізації конкурентоспроможного регіонального рекреаційно-туристичного продукту, в рамках цільової програми розвитку рекреаційно-туристичних регіонів нами виділяються такі:

1) в рамках напрямку **«забезпечення умов для розвитку рекреації та туризму органами місцевого самоврядування»** виокремлюють таке завдання, як: створення координаційної ради при місцевій адміністрації для виконання конституційних, координаційних функцій, а також для проведення ділових операцій і здійснення процедур ухвалення рішень в області рекреаційно-туристичної діяльності на території муніципального утворення;

2) в рамках напрямку **«регіональне управління рекреаційно-туристичною сферою»**: створення нових інститутів управління рекреацією та туризмом і реструктуризація існуючих відповідно до поставлених цілей і завдань розвитку рекреації та туризму в регіоні;

3) в рамках напрямку **«сучасна маркетингова стратегія просування рекреаційно-туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринках»**: розробка календаря подій, що відбуваються на території регіону;- розширення збутової мережі;
- сумісне просування регіонального рекреаційно-туристичного продукту та розвиток міжнародного співробітництва; формування іміджу рекреаційно-туристичного регіону;

4) в рамках напрямку **«формування нормативно-правової бази розвитку рекреації та туризму»**: визначення нормативно-правових

документів, які необхідно прийняти на регіональному рівні та вироблення рекомендацій щодо ухвалення загальнодержавних документів або зміни їх положень для цілей підвищення ефективності функціонування рекреаційно-туристичного регіону;

5) в рамках напрямку **«фінансове забезпечення розвитку рекреації та туризму»**: пошук джерел фінансування розвитку рекреаційно-туристичної сфери та складання переліку можливих одержувачів ресурсів і структур, що приймають рішення про надання фінансових коштів;

6) в рамках напрямку **«кадрове забезпечення розвитку рекреації та туризму»**: забезпечення взаємодії між рекреаційно-туристичними підприємствами і учбовими закладами для підвищення якості освіти і повнішого обліку вимог ринку при підготовці фахівців та підприємців, організація філій учбових закладів, курсів для мешканців рекреаційно-туристичних районів з метою забезпечення зайнятості на місцях; розробка системи взаємодії із службами зайнятості різного рівня;

7) в рамках напрямку **«облік екологічних, політичних і інших ризиків»**: розробка заходів щодо зниження природних ризиків в рекреаційно-туристичній діяльності, їх компенсації; формування спеціальної програми управління природними ризиками в рекреаційно-туристичних регіонах; розробка заходів щодо оперативного управління кризовими ситуаціями;

8) в рамках напрямку **«формування умов для розвитку рекреації та туризму у межах особливо охоронюваних природних територій»**: ініціювання проєктів щодо створення особливо охоронюваних природних територій регіонального і місцевого значення; сприяння забезпеченню інвестиційної привабливості інфраструктури на території особливо охоронюваних природних територій; розробка норм рекреаційно-туристичних навантажень на різні види особливо охоронюваних природних територій; формування основ організації природних парків в зоні установ курортно-санаторного профілю з метою збереження рекреаційно-туристичного ресурсу.

Узагальнену схему розробки та реалізації цільової програми розвитку рекреаційно-туристичного регіону нами показано на рис. 5.19. З огляду на все вищевикладене, можна зробити висновок про те, що застосування програмно-цільового методу управління розвитком рекреаційно-туристичних регіонів, тобто розробка й реалізація цільової програми розвитку конкретного рекреаційно-туристичного регіону, дозволить, поряд з досягненням основної поставленої мети, вирішувати такі актуальні для рекреаційно-туристичної сфери завдання, як:

- підготовка законодавчих і нормативних актів системи управління, які б забезпечували ефективний розвиток регіональної рекреаційно-туристичної системи;

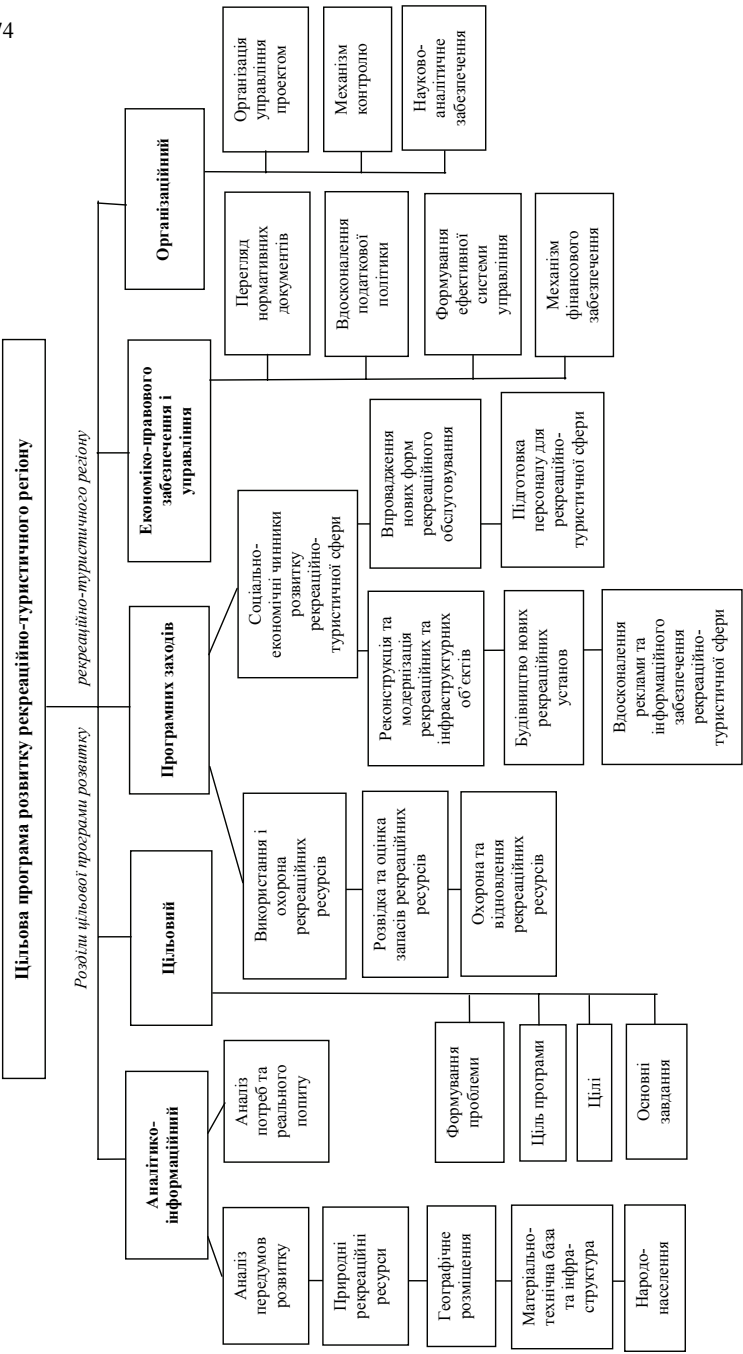


Рис. 5.19. Схема розробки цільової програми розвитку рекреаційно-туристичного регіону[226].

- реорганізація матеріально-технічної бази й рекреаційно-туристичної інфраструктури;
- освоєння нових рекреаційно-туристичних ресурсів, їхня охорона, ефективне використання й відновлення;
- впровадження нових форм рекреаційного обслуговування;
- створення необхідних умов для підготовки й перепідготовки висококваліфікованого персоналу;
- визначення напрямків інформаційно-рекламної діяльності, маркетингу, методичного забезпечення.

Таким чином, при розробці цільової програми розвитку рекреаційно-туристичного регіону необхідне застосування механізмів, які забезпечили б цілеспрямований розвиток рекреаційно-туристичної системи регіону в його загальногосподарському комплексі та методів вимірювання його ефективності.

Ефективність реалізації програми розвитку регіону передбачає оцінку ефективності згідно з трьома підпрограми: соціальною, економічною та екологічною. Ефективність варіантів програми можна оцінити двома шляхами: побудувавши систему економіко-математичних моделей і розрахувавши варіанти на електронних обчислювальних машинах, що програмуються, за допомогою системи експертних оцінок. Найдоцільніше ці два способи поєднувати. Існують різні підходи до розрахунку ефективності реалізації програмних заходів. Соціальний ефект

реалізації варіанту програми можна оцінити кількісно зіставленням соціальних умов до і після його реалізації. Соціальні наслідки деяких заходів можна оцінити тільки якісно. Для зіставлення соціальних результатів варіантів програми використовують показник суспільної соціальної ефективності витрат на її реалізацію, визначений числовим рядом:

$$E_c = \frac{C_i}{S}, i = 1, 2, 3, \dots, n, \quad (5.11)$$

- де: E_c - соціальна ефективність затрат;
 C_i - соціальні результати (ефект) i -го виду в натуральному виразі;
 S - витрати на виконання варіанту програми.

Для оцінки економічного ефекту реалізації підпрограми можна використовувати методи бальної оцінки з ваговими коефіцієнтами за формулою:

$$E_c = m \sum a_i x_i, \quad (5.12)$$

- де: E_c - значення узагальненого показника економічної ефективності;
 a_i - ваговий коефіцієнт i -го часткового показника;
 x_i - бальна оцінка i -го часткового показника;
 m - кількість галузей національної економіки, які використовують результати розробки варіанта програми.

Науковці пропонують різні підходи щодо оцінки ефективності заходів, які стосуються реалізації регіональної політики [226]. Узагальнивши їх погляди, можна запропонувати наступну методiku визначення економічної ефективності витрат на заходи щодо переходу до інноваційного розвитку туристичного регіону, в якій враховані особливості залежності одержуваного результату від реалізації заходів, їх видів і методів розрахунку. Для оцінки ефективності пропонується використовувати критерії абсолютної і порівняльної ефективності. Абсолютна ефективність капітальних вкладень у заходи щодо переходу до інноваційного розвитку сфери рекреації та туризму регіону визначається за формулою:

$$E_p = \left[\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m (E_{ij} - C) \right] / K, \quad (5.13)$$

де E_p - показник загальної ефективності капітальних вкладень у заходи щодо переходу до інноваційного розвитку сфери туризму та рекреації регіону;

E_{ij} - результат (ефект) заходів i -ого виду від запобігання втрат на j -ому об'єкті;

C - річні експлуатаційні витрати на обслуговування основних фондів, що викликали ефект,

K - капітальні вкладення в заходи.

Для порівняння варіантів заходів, які здійснюються в різні періоди, пропонується скористатися методом дисконтування, на базі якого можна розрахувати критерій порівняльної економічної ефективності заходів:

$$\sum_{i=1}^T (K_n + K_{d_i} + C_i) (1 + E_{нп})^{-i} \rightarrow \min, \quad (5.14)$$

де: K_n - первинні капітальні вкладення в заходи;

K_{d_i} - додаткові капіталовкладення, необхідні для нормальної роботи об'єктів інвестування у i -ий рік експлуатації;

C_i - поточні витрати i -ого року на експлуатацію і утримання основних фондів;

$E_{нп}$ - нормативний коефіцієнт приведення, значення якого приймається відповідно до галузевих методик у визначенні економічної ефективності витрат на капітальні вкладення (використовується у якості коефіцієнта дисконтування). Для інвестицій в інновації сфери рекреації та туризму пропонується встановити $E_{нп} = 0,15$.

Цей підхід дозволяє вирішити питання розрахунку величини ефекту від здійснення заходів щодо переходу до інноваційного розвитку туристичного регіону, однак не враховує процес знецінення грошей з плином часу (дисконтування). У багатьох виданнях для вирішення аналогічних задач використовують критерій чистого дисконтного доходу (ЧДД), який ще називають чистою дисконтовою вартістю (ЧДВ) або чистим сучасним доходом (ЧСД) [226]. Його величина при інвестуванні в

заходи щодо переходу до інноваційного розвитку туристичного регіону визначається за формулою:

$$\text{ЧДД} = \sum_{t=t_0}^T (P_t - K_t - C_t)(1+r)^{t_0-t} \rightarrow \max, \quad (5.15)$$

де: P_t - економічний результат, що одержується в t -ому році;

K_t - інвестиції в заходи щодо переходу до інноваційного розвитку в t -ому році;

C_t - експлуатаційні витрати на утримання об'єкту інвестування в t -ому році без відрахувань на реновацію;

T - рік завершення експлуатації об'єкту інвестування;

t_0 - рік початку будівництва або створення об'єкту інвестування;

r - коефіцієнт дисконтування (як коефіцієнт дисконтування, можна використовувати відсоток банківської ставки, що узгоджується з методами, запропонованими UNIDO – організацією об'єднаних націй з промислового розвитку).

Всі ці підходи можна застосовувати як для державних, так й для недержавних проектів переходу до інноваційного розвитку сфери туризму та рекреації регіону. При цьому, при розробці програми розвитку регіону, на основі врахування специфіки природних умов місцевості, історичних і національних тенденцій, рівня соціально-економічного розвитку території і ступеня змінності її природного середовища, необхідно намагатися досягти узгодження цілей соціально-економічного розвитку із завданнями ефективної охорони навколишнього середовища, оптимального поєднання галузевих і територіальних інтересів, реалізації міжгалузевого підходу до раціонального використання і відтворення природних ресурсів, комплексного вирішення територіальних соціально-економічних і екологічних проблем і т.д.

З огляду на проблеми, які мають бути розв'язані в Україні, програмно-цільові методи соціально-економічного розвитку туристичних регіонів доцільно використовувати як ефективний інструмент запобігання можливостей виникнення кризових ситуацій в економічній та фінансово-бюджетній системах, підвищення конкурентоспроможності, подолання ознак втрати стійкості. Таким чином в сучасних умовах особливо важливим завданням є впровадження програмно-цільового методу управління розвитком туризму та рекреації в умовах обмежених фінансових ресурсів, оскільки акцент переноситься з потреби в коштах на утримання державних курортно-рекреаційних регіональних установ на пошук інструментарію та механізму програмування конкурентоспроможності регіону та його сталого розвитку.

Одним з пріоритетів соціально-економічного зростання України, вагомим чинником стабілізації та структурної перебудови національної економіки на сьогодні, як відомо, визнано розвиток рекреації та туризму. Такий напрям розвитку є цілком виправданим, оскільки Україна займає одне з провідних місць в Європі за забезпеченістю рекреаційно-туристичними ресурсами, має широку мережу курортних закладів (санаторії

та пансіонати з лікуванням, санаторії-профілакторії, будинки, пансіонати та бази відпочинку), яка налічує понад 3000 суб'єктів господарювання. У цих закладах щорічно оздоровлюється близько 3 млн. осіб. У дитячих таборах щорічно відпочиває та оздоровлюється понад 2 млн. дітей. Понад 1000 закладів готельного господарства приймають щорічно майже 4 млн. туристів. Середньооблікова кількість працюючих в санаторно-курортних закладах та засобах розміщення складає близько 160 тис. осіб.

Разом з тим, рекреаційно-туристичний потенціал країни значно вищий. Так, наприклад, курортні заклади України вже сьогодні щорічно можуть прийняти у 2,5 рази більше відвідувачів. Реально використовуються для рекреаційно-туристичних цілей на сучасному етапі менше половини потенційних територій рекреаційного та туристичного призначення. Тобто, площа земель, які реально освоєні в рекреаційно-туристичній сфері складає за різними даними 7,2-7,5% (4,4-4,6 млн. га) території України (потенційно – приблизно 15% або 9,1 млн. га).

Отже, унікальний природно-ресурсний, санаторно-курортний та рекреаційно-туристичний потенціал України, який спроможний забезпечити подальший розвиток національного продукту в цій сфері і вихід його на міжнародні ринки, використовується, як мінімум, на $\frac{1}{2}$ від реальних можливостей рекреаційно-туристичного комплексу держави.

В той же час, за даними Світового економічного форуму Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними лікувальними та історико-культурними ресурсами, що викликають значний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

Однак, за рейтингом експертів Світового економічного форуму, у сфері подорожей і туризму Україна серед 124 країн світу посіла лише 78 місце (Чехія – 35, Угорщина – 40, Литва – 51, Польща – 61, Російська Федерація – 68, Румунія – 76). Зазначене свідчить про те, що на міжнародному туристичному ринку національний туристичний продукт та природні лікувальні ресурси України оцінюються як менш привабливі і конкурентоспроможні, ніж в інших країнах, де спостерігається загально-світова тенденція до посилення ролі держави у забезпеченні розвитку туризму і курортів.

Підприємницький сектор сфери туризму і курортів на державному рівні не відіграє значної ролі у повноцінному виконанні економічних, соціальних і гуманітарних функцій, збереженні навколишнього природного середовища та культурної спадщини, наповненні бюджетів усіх рівнів, створенні нових робочих місць, збільшенні питомої ваги сфери послуг у структурі внутрішнього валового продукту.

При цьому, багато хто з фахівців сьогодні пишуть, що розвиток рекреаційно-туристичної сфери України впродовж останніх років характеризується позитивною динамікою. Але проведений аналіз стану рекреаційно-туристичної сфери свідчить, як мінімум, про перебільшення в цих оцінках. Тобто, не дивлячись на дійсно велику перспективність розвитку існуючого ресурсного та територіального рекреаційно-туристичного

потенціалу України, позитивної оцінки реального стану цієї сфери, згідно статистики, на сьогодні дати неможна.

Отже, національний рекреаційно-туристичний продукт має низьку конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку. І це, на наш погляд, є наслідком існуючих недоліків в системі регулювання цієї сфери.

Тому на сьогодні першочергового розв'язання потребують багато проблем, які стоять перед рекреаційно-туристичною галуззю України. І вирішити їх можливо за допомогою ретельного та обґрунтованого вибору стратегічних напрямків оновлення і розвитку рекреаційно-туристичного сектору регіональної економіки та її підприємницького потенціалу.

В зв'язку з цим, нами сумісно з провідними фахівцями наукового центру розвитку туризму Міністерства культури та туризму України, ІПРЕЕД НАН України, Одеського державного економічного університету було запропоновано Концепцію розробки пропозицій щодо проекту Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 рр., метою якої є поліпшення правових, організаційних та соціально-економічних засад реалізації державної політики України в галузі туризму і курортів, спрямованих на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей і відпочинку шляхом створення конкурентоспроможної на світовому ринку туристичної та курортної галузі, здатної задовольнити попит українських та іноземних туристів та відпочиваючих.

Спеціалісти передбачають, що дана Державна цільова програма розвитку туризму і курортів на 2011-2015рр. дозволить досягти таких результатів:

- збільшить потенціал курортно-рекреаційного комплексу в 14-15 разів;
- поліпшить умови відпочиваючим в Україні;
- забезпечить конкурентоспроможність туристичних об'єктів, що збільшить надходження до бюджету орієнтовно в 10 разів, а також забезпечить доступність відпочинку для широких мас населення України;
- знизить рівень безробіття в регіонах, у тому числі і прихованого, за рахунок створення робочих місць у курортно-рекреаційному комплексі і сфері обслуговування;
- сприятиме відновленню виробничого потенціалу підприємств, створенню інфраструктури;
- приверне реальні інвестиції і кредити в будівництво курортних об'єктів;
- забезпечить регіон повною мірою водними і паливно-енергетичними ресурсами;
- створить достатні умови для повної реабілітації трудових ресурсів регіону і їх безпечної життєдіяльності; забезпечить населення і відпочиваючих необхідною інформацією; створить мережу інформаційно-консультативних центрів по Україні [226]. З метою показати стан та

можливості рекреаційно-туристичної сфери в регіонах України науковцями зроблено огляд її розвитку з використанням методу SWOT-аналізу (див. рис. 5.20).

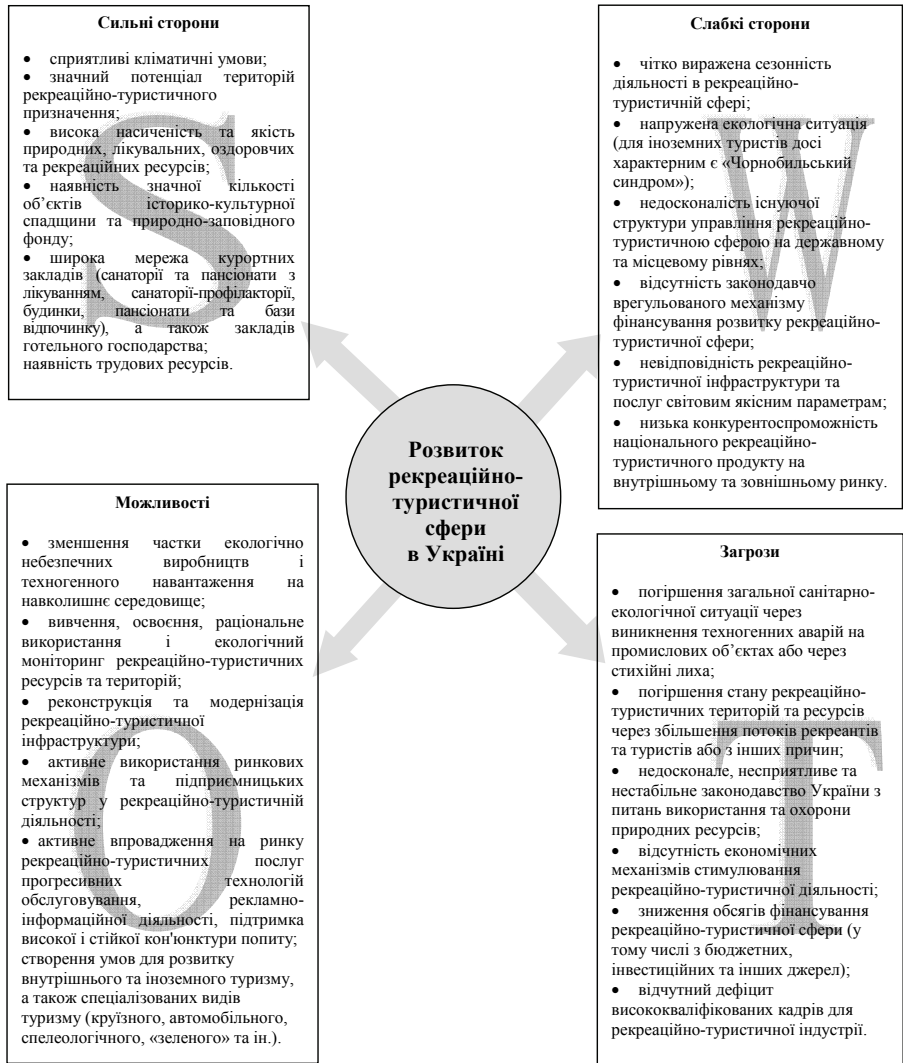


Рис. 5.20. SWOT-аналіз розвитку сфери рекреації та туризму в Україні [226]

Узагальнюючи результати SWOT-аналізу, можна виділити наступні основні проблеми, що перешкоджають розвитку рекреаційно-туристичного сектору регіональної економіки:

- відсутність комплексної політики держави, не сформованість раціональних форм державного управління у рекреаційно-туристичній сфері, невідповідність нормативно-правового та організаційно-фінансового забезпечення сучасним потребам і запитам населення, існуючим параметрам рекреаційно-туристичного потоку, тенденціям розвитку рекреації та туризму;

- недосконалість організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики у рекреаційно-туристичній сфері, слабка міжвідомча координація та взаємодія між органами державної влади та місцевого самоврядування;

- відсутність цілісної та комплексної системи управління і контролю за використанням рекреаційно-туристичних ресурсів країни, їх різне відомче підпорядкування, відсутність спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань діяльності курортів;

- недостатність нормативного, методичного та інформаційного забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування, громадських організацій та суб'єктів підприємницької діяльності у рекреаційно-туристичній сфері;

- низький рівень усвідомлення населенням країни та органами, що здійснюють регулювання у рекреаційно-туристичній сфері, ролі та значення рекреації та туризму для соціально-економічного розвитку держави;

- відсутність сприятливих умов для розвитку рекреаційно-туристичної індустрії, в тому числі державної інвестиційної політики у рекреаційно-туристичній сфері, належної підтримки розвитку пріоритетних видів рекреації та туризму;

- низька якість складових національного рекреаційно-туристичного продукту: значна частина природних територій та об'єктів культурної спадщини не пристосована для відвідувань, рекреаційно-туристична інфраструктура в цілому не відповідає якісним параметрам, а послуги у більшості секторів рекреаційно-туристичної індустрії - вимогам щодо якості обслуговування;

- відсутність сформованих рекреаційно-туристичних ресурсів та цілісної системи їх раціонального використання, невизначеність напрямів їх освоєння та розвитку, неефективне та позазаконне використання унікальних природних та історико-культурних ресурсів;

- неефективність механізму регулювання цін на екскурсійні, санаторно-курортні та готельні послуги, рівень та динаміка яких повинні визначатися забезпеченістю індустрії оздоровлення, відпочинку та туризму;

- відсутність ефективної системи захисту прав та інтересів рекреантів та туристів, забезпечення безпечних умов на об'єктах рекреаційно-туристичних відвідувань та за напрямками туристичних маршрутів;

- руйнація системи соціального туризму, практична недоступність рекреації та туризму для малозабезпечених верств населення, дітей, молоді, осіб похилого віку та з обмеженими фізичними можливостями;

- відсутність належного прогнозування та планування розвитку рекреаційно-туристичної сфери, параметрів рекреаційно-туристичного потоку у відповідності до наявних ресурсних можливостей, потреб населення та економіки держави, недиференційований і фрагментарний підхід до розроблення та реалізації державної і місцевих програм розвитку рекреації та туризму;

- низький рівень маркетингових досліджень у сфері рекреаційно-туристичної, екскурсійної та санаторно-курортної діяльності, недостатність її інформаційно-рекламного забезпечення, передусім на зовнішньому ринку;

- недостатність за кількісними, якісними параметрами та за структурою рівня науково-методичного та кадрового забезпечення в рекреаційно-туристичній сфері.

Для вирішення перелічених проблем необхідна реалізація сукупності завдань та заходів щодо оновлення та розвитку рекреаційно-туристичного сектору регіональної економіки.

Основні завдання оновлення та розвитку рекреаційно-туристичного сектору регіональної економіки:

- удосконалити систему управління рекреаційно-туристичною сферою, а також удосконалити нормативно-правову базу рекреаційно-туристичної діяльності;

- збільшити частку рекреаційно-туристичної галузі у макроекономічних показниках;

- збільшити частку очікуваних доходів від рекреаційно-туристичної сфери у державному бюджеті;

- створити умови для ефективного та раціонального освоєння природних, історико-культурних, рекреаційних ресурсів;

- забезпечити ефективне використання наявної матеріально-технічної бази на засадах реконструкції та модернізації діючих об'єктів рекреаційно-туристичної сфери;

- підвищити якість та розширити асортимент рекреаційно-туристичних послуг;

- створити сприятливі організаційно-правові та економічні умови для залучення приватного сектору до сфери рекреаційно-туристичного бізнесу;

- розширити міжнародну співпрацю у рекреаційно-туристичній сфері, підвищити рекреаційно-туристичний імідж держави на міжнародному рівні;

- забезпечити популяризацію вітчизняного рекреаційно-туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках послуг;

- провадити ефективну інноваційну діяльність та створити наукову базу сфери рекреації та туризму;

- налагодити систему підготовки висококваліфікованих кадрів для сфери рекреації та туризму.

Розглянемо заходи на середньо- та довгострокову перспективи щодо вирішення завдань стратегії детально.

Заходи щодо удосконалення управління та регулювання рекреаційно-туристичної сфери передбачають:

- проведення аналізу діяльності суб'єктів рекреаційно-туристичної діяльності та розроблення за його результатами заходів щодо підвищення ефективності їх роботи на ринку рекреаційно-туристичних послуг;

- розробку генеральних планів та схем забудови курортів та рекреаційно-туристичних центрів;

- розширення мережі курортів та курортних місцевостей, територій рекреаційно-туристичного призначення;

- впровадження ефективних механізмів фінансово-економічного регулювання розвитку рекреаційно-туристичної сфери;

- впровадження механізмів визначення вартості об'єктів культурної спадщини, інших об'єктів рекреаційно-туристичних відвідувань згідно з законодавчими та нормативно-правовими актами;

- чітку регламентацію статусу (державного та місцевого) курортів та створення відповідних правових та економічних умов для їх функціонування;

- визначення переліку рекреаційно-туристичних об'єктів державного значення, що не підлягають приватизації;

- розроблення регіональних і галузевих планів заходів з приватизації рекреаційно-туристичних підприємств із збереженням профілю діяльності;

- створення дієвих механізмів роздержавлення нерентабельних рекреаційно-туристичних та оздоровчих закладів (крім спеціалізованих) та недобудов;

- приведення діяльності об'єктів рекреаційно-туристичного та оздоровчого призначення, на які претендують іноземні держави, у відповідність до чинного законодавства України та міжнародних угод;

- збільшення значення цілорічних та міжсезонних видів рекреаційно-туристичної та оздоровчої діяльності із створенням відповідної інфраструктури;

- здійснення державою протекціоністської політики щодо просування національного рекреаційно-туристичного продукту на світові ринки;

- пріоритетне державне бюджетне фінансування заходів щодо збереження та розвитку дитячих рекреаційно-туристичних та оздоровчих закладів;

- бюджетне фінансування екологічних програм, програм створення та реконструкції на рекреаційно-туристичних територіях об'єктів інженерної інфраструктури;

- створення сприятливих умов для інвестицій, податкового та митного регулювання розвитку рекреаційно-туристичної сфери як високорентабельної, конкурентної галузі економіки України;

- визначення шляхів, форм та методів стимулювання розвитку підприємництва в рекреаційно-туристичній сфері;

- проведення сертифікації послуг усіх закладів розміщення та харчування, які обслуговують рекреантів та туристів, як ефективного та дієвого інструменту підвищення якості рекреаційно-туристичних та оздоровчих послуг;

- стимулювання утворення громадських організацій, добровільних об'єднань суб'єктів рекреаційно-туристичної діяльності для захисту колективних інтересів виробників рекреаційно-туристичного продукту і координації діяльності на місцевому, обласному та державному рівнях;

- застосування механізму соціального замовлення, як форми ефективного конкурентного відбору та цільової фінансової підтримки інноваційних проектів, спрямованих на розвиток рекреаційно-туристичної та оздоровчої сфери;

- гарантування безпеки рекреантів, захист їх прав, інтересів та майна;

- поглиблення міжнародного співробітництва України з метою забезпечення подальшого розвитку рекреації та туризму;

Заходи щодо розвитку матеріально-технічної бази та інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери передбачають:

- проведення інвентаризації об'єктів рекреаційно-туристичного та оздоровчого призначення;

- утворення і забезпечення функціонування регіонального автоматизованого реєстру підприємств, об'єктів рекреаційно-туристичної сфери;

- розроблення і виконання комплексних програм розвитку рекреаційно-туристичних центрів України;

- вживання комплексу заходів, спрямованих на залучення вітчизняних та іноземних інвестицій, кредитних ресурсів у розвиток матеріально-технічної бази, інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери;

- розроблення регіональних програм будівництва, реконструкції та модернізації матеріальної бази рекреаційно-туристичного комплексу з урахуванням пріоритетного залучення до їх виконання суб'єктів підприємництва;

- розроблення та забезпечення реалізації локальних програм щодо вдосконалення газо- та водогосподарського комплексу рекреаційно-туристичних територій шляхом модернізації, реконструкції, будівництва відповідної інфраструктури, впровадження сучасних технологій водоочищення та залучення нових джерел водопостачання;

- вживання заходів щодо облаштування рекреаційно-туристичних територій якісним зв'язком (у т.ч. телекомунікаційним) відповідно до світових стандартів;

- здійснення систематичного моніторингу, упорядкування, сервісного облаштування автошляхів, що перетинають рекреаційно-туристичні території;

- сприяння реалізації підприємницької ініціативи юридичних та фізичних осіб, спрямованої на відновлення на рекреаційно-туристичних територіях мережі кемпінгів, сервісних, культурно-розважальних центрів, пунктів прокату туристичного спорядження, транспортних засобів групового та індивідуального використання;

- створення матеріально-технічної бази державних аварійно-рятувальних служб з метою забезпечення безпеки рекреантів та туристів у регіонах з найбільш потужним рекреаційно-туристичним потенціалом;

Заходи щодо раціонального використання рекреаційно-туристичних ресурсів та історико-культурної спадщини передбачають:

- проведення інвентаризації рекреаційно-туристичних територій з визначенням земель рекреаційно-туристичного та оздоровчого призначення, тобто розмежуванням земель цих територій за їх цільовим призначенням;

- систематичне проведення моніторингу стану рекреаційно-туристичних територій, морського середовища в курортних зонах з метою запобігання негативного антропогенного та техногенного впливу;

- обґрунтування спеціалізації рекреаційно-туристичних територій;

- розроблення методики та визначення норм максимально допустимого антропогенного навантаження у межах рекреаційно-туристичних територій;

- розроблення механізму раціонального та екологічно збалансованого використання природного та історико-культурного потенціалу для потреб рекреації та туризму;

- створення та ведення Державного кадастру рекреаційно-туристичних ресурсів;

- прийняття екологічних регламентів та затвердження допустимих норм освоєння рекреаційно-туристичних ресурсів;

- впровадження обґрунтованих нормативів плати за користування рекреаційно-туристичними ресурсами;

- проведення досліджень експлуатаційних запасів мінеральних вод і лікувальних грязей, їх бальнеологічної оцінки;

- установаження межі охоронних зон усіх видів об'єктів природно-заповідного фонду та необхідних резервованих територій для розвитку рекреаційно-туристичної сфери;

- підготовка проектів створення соціальної та господарської інфраструктури природно-заповідних територій та об'єктів, які використовуються для провадження рекреаційно-туристичної діяльності;

- виконання робіт з відновлення ландшафтів та поліпшення упорядкування рекреаційно-туристичних територій;

- створення сприятливих умов, відповідної інфраструктури та нових туристичних маршрутів для розвитку перспективних тематичних напрямів туризму, зокрема екстремального, культурно-пізнавального, мисливського та рибальського, підводного, релігійного, спортивно-оздоровчого, яхтового, круїзного та інших;

Заходи щодо кадрового та науково-методичного забезпечення рекреаційно-туристичної сфери передбачають:

- проведення моніторингу ринку кадрів для рекреаційно-туристичної сфери, вживання комплексу заходів для його оптимізації;

- здійснення заходів щодо удосконалення і подальшого розвитку системи освіти для підготовки спеціалістів в сфері рекреації та туризму;

- створення нових спеціальностей та підвищення якості підготовки фахівців при діючих навчальних закладах за потребами рекреаційно-туристичної сфери;

- запровадження практики стажування представників управлінських підрозділів рекреаційно-туристичної сфери у відповідних органах управління та на об'єктах рекреаційно-туристичного сфери провідних регіонів України та іноземних країн;

- всебічне сприяння розвитку науково-практичної бази для формування стратегічних напрямків розвитку рекреаційно-туристичної сфери;

- забезпечення належної координації наукових досліджень в усіх установах, що здійснюють наукові дослідження у рекреаційно-туристичної сфері;

- проведення науково-практичних, методичних конференцій, семінарів та інших заходів для визначення науково обґрунтованих напрямів розвитку рекреаційно-туристичної сфери;

- проведення досліджень з питань розвитку рекреації та туризму, підготовка рішень про пріоритетність розвитку та фінансування проектів у рекреаційно-туристичній сфері;

- проведення науково-дослідних робіт з виділення в сільській місцевості ареалів поетапного реформування територій для організації рекреації та туризму;

- розроблення методики відбору кращих інноваційних проектів у рекреаційно-туристичній сфері та проведення щорічного конкурсу з метою надання їм державної підтримки.

- створення інформаційно-бібліографічного центру з питань рекреації та туризму;

- розроблення методологічних засад удосконалення статистики з питань рекреації та туризму з урахуванням міжнародних стандартів і досвіду інших країн;

Заходи щодо удосконалення рекламно-інформаційного забезпечення розвитку рекреаційно-туристичної сфери на вітчизняному і світовому ринку передбачають:

- висвітлення питань державної політики та законодавства у рекреаційно-туристичній сфері для широких кіл громадськості;

- створення єдиної інформаційної системи з повним банком даних про послуги, що надаються рекреаційно-туристичними підприємствами, маршрути, об'єкти, заклади розміщення рекреантів та туристів, ціни, транспортне забезпечення та інші послуги;

- створення мережі спеціалізованих центрів рекреаційно-туристичної інформації у регіонах України;

- створення та постійне оновлення інформаційного банку даних про інвестиційні проекти в рекреаційно-туристичній сфері;

- створення мережі спеціалізованих представництв за кордоном з метою рекламування національного рекреаційно-туристичного продукту;

- проведення в Україні міжнародних спеціалізованих симпозіумів, семінарів, конференцій, салонів та виставок-ярмарок із залученням іноземних і вітчизняних організацій для вивчення та популяризації новітніх технологій надання рекреаційно-туристичних послуг, а також участь у відповідних заходах за кордоном;

- проведення маркетингових досліджень з метою визначення пріоритетних міжнародних ринків для національного рекреаційно-туристичного продукту;

- запровадження електронного маркетингу в рекреаційно-туристичній сфері, у тому числі системи пропагування і реклами рекреаційних і туристичних можливостей України;

- розроблення та затвердження національної туристичної символіки, створення високоякісної рекламної продукції та проведення рекламних кампаній національного та регіональних рекреаційно-туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародному ринку;

- створення тематичних програм, у яких всебічно, повно та правдиво висвітлюється вітчизняна історія, життя і діяльність видатних українських політичних і військових діячів, народних героїв, митців;

- розроблення та реалізацію рекламно-інформаційних програм з в'їзного та внутрішнього туризму, забезпечення державного фінансування проведення регулярних рекламних кампаній в засобах масової інформації в Україні та за кордоном, прес-турів для представників засобів масової інформації;

- випуск високоякісного інформаційно-довідкового матеріалу, створення спеціалізованих видань рекреаційно-туристичного профілю (газет, журналів, законодавчих збірників, методичних рекомендацій, тематичних монографій, навчальних посібників, підручників тощо), постійних радіо- та телепрограм;

- розроблення карт, схем рекреаційно-туристичних об'єктів і схем розміщення пунктів сервісу в рекреаційно-туристичних зонах за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів;

Заходи щодо нормативно-правового забезпечення розвитку рекреаційно-туристичної сфери передбачають:

- гармонізацію нормативно-правової бази туризму з міжнародним законодавством;

- розроблення організаційних і правових заходів та технічних вимог до безпеки у рекреаційно-туристичній сфері;

- розроблення законодавчих та нормативно-правових актів, передбачених законами України «Про туризм» та «Про курорти»;

- розроблення проекту Туристичного кодексу України;

- розроблення Програми і спеціального Закону щодо розвитку сільського аграрного туризму в Україні.

Реалізація зазначених заходів дозволить сформувати (шляхом модернізації наявних та розбудови нових об'єктів рекреаційно-туристичного та оздоровчого призначення) сучасну матеріально-технічну базу рекреаційно-туристичної сфери, спроможну створити національний рекреаційно-туристичний продукт, що відповідатиме світовим стандартам та потребам ринку послуг, збільшити потоки рекреантів та туристів, за рахунок чого значно поповнити державний та місцеві бюджети. Наявність конкурентоспроможних рекреаційно-туристичних продукту та послуг дозволить максимально задовольнити відповідні потреби населення України, іноземних громадян, підвищити інвестиційну привабливість рекреаційно-туристичної сфери країни, зміцнити її імідж як рекреаційно-туристичного центру міжнародного значення. Поступове забезпечення рекреаційно-туристичної сфери сучасним науково-методичним супроводом та висококваліфікованими кадрами сприятиме значному підвищенню її прибутковості через збільшення кількості суб'єктів господарювання, обсягів вітчизняних та іноземних туристичних потоків [226].

Така впевнена заява пояснюється тим, що попит на рекреацію на природі взагалі у світі швидко зростає, що визначається збільшенням невідповідності середовища перебування сучасної людини її фізіологічним і психологічним потребам.

Так, наприклад, статистика Всесвітньої Туристичної Організації демонструє, що за останній час міжнародні подорожі й доходи від них зросли у всіх регіонах Світу. Так, за 48 років (з 1958 до 2006) кількість

туристів в Світі зростає в 15,2 рази, а доходи від туризму збільшились у 133,6 рази [227].

Ця тенденція стосується і України, що підтверджують дані Статистичних щорічників України за 2000-2009 роки (див. табл. 5.5, 5.6).

Таблиця 5.5

Розподіл туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, за організаційними формами туризму

Кількість туристів	2000		2009		Приріст у 2009 році до 2000 року, %
	тис. осіб	%	тис. осіб	%	
Всього	2014	100	2300	100	+14,2
Іноземні туристи (в'їзний туризм)	378,0	18,77	913,6	39,7	+146,4
Громадяни України, що виїжджали за кордон (виїзний туризм)	285,0	14,15	282,3	12,3	-0,9
Туристи, охоплені внутрішнім туризмом	1351	67,08	1100	48,0	-8,1

Таблиця 5.6

Обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності та їх платежі до бюджету

	2000	2009	Приріст у 2009 році до 2000 року, %
	млн. грн.	млн. грн.	
Обсяг реалізованих туристичних послуг	803600,7	938800,3	+16,8
Платежі до бюджету	111552,7	196500,0	+76,1

Відмітимо, що для успішного виконання перелічених вище завдань та заходів стратегії оновлення та розвитку рекреаційно-туристичної сфери необхідно забезпечити:

- запровадження інтегрованого підходу до управління рекреаційно-туристичною сферою;
- збалансоване регулювання суспільно-економічних відносин у сфері організації і розвитку рекреаційно-туристичної діяльності;
- виконання науково-дослідних робіт щодо розвитку рекреаційно-туристичної сфери;
- раціональне використання фінансово-кредитних важелів управління рекреаційно-туристичною сферою;
- запровадження державної системи моніторингу рекреаційно-туристичних територій та ресурсів;
- розроблення та реалізацію державних та регіональних програм розвитку рекреаційно-туристичної сфери на період до 2020 року.

Важливими цільовими індикаторами та показниками забезпечення розвитку рекреаційно-туристичної сфери на середньо- та довгострокову перспективи мають стати:

- розширення рекреаційно-туристичних територій, що є первісною умовою розвитку рекреаційно-туристичної сфери;
- збільшення кількості в'їзних та внутрішніх (з одночасним зменшенням виїзних) рекреантів та туристів;
- збільшення тривалості подорожі (перебування в рекреаційно-туристичних центрах) рекреантів та туристів;
- збільшення обсягу рекреаційно-туристичного споживання;
- збільшення сукупних обсягів послуг, наданих підприємствами рекреаційно-туристичної сфери;
- зростання кількості підприємств рекреаційно-туристичної сфери;
- зростання середньорічної завантаженості рекреаційно-туристичної інфраструктури;
- збільшення надходжень в Держбюджет від рекреаційно-туристичної діяльності;
- збільшення обсягів іноземних інвестицій в рекреаційно-туристичну сферу.

Наголосимо, що при розробці будь-яких стратегічних програм відносно розвитку рекреаційно-туристичної сфери слід, перш за все, пам'ятати, що надлишкове відвідування туристами рекреаційних природних територій завжди супроводжується негативними екологічними наслідками, які відомі на сьогодні у великій кількості. Отже, задоволення попиту на відпочинок та оздоровлення й, отже, успіх розвитку сфери рекреації та туризму, як ніякої іншої, залежить від якості навколишнього природного середовища. Тому екологічний фактор природно є економічною категорією: підтримка якості та первозданного стану навколишнього природного середовища і збереження природних рекреаційно-туристичних ресурсів економічно вигідно суспільству.

ВИСНОВКИ

Інтегральним результатом дослідження є теоретичне узагальнення набутого досвіду у сфері регіонального туризму та рекреації та нове рішення важливого науково-практичного завдання – розробки теоретичних і науково-методичних положень забезпечення територіального розвитку рекреації та туризму на засадах активізації підприємницької діяльності.

У висновках узагальнені результати дослідження, найголовнішими з яких є такі:

1. На основі теоретичного аналізу наукових положень виявлено, що економічну категорію «підприємницька діяльність в туристично-рекреаційній сфері» регіону необхідно розглядати з позицій системного поєднання економічної, соціальної та екологічної складових в динамічному розвитку на основі ефективного використання власного та ресурсного потенціалу туристично-рекреаційної сфери регіону. Встановлено, що сучасний розвиток підприємництва та конкуренція в туристично-рекреаційній сфері потребує подальшої ідентифікації суб'єктів бізнесу з функціонально-галузевої діяльності. З огляду на це автором виявлені критерії класифікації підприємницької діяльності, розроблена і вдосконалена їх класифікація за основними видами економічної діяльності в сфері рекреації та туризму.

2. Визначено, що еволюція розвитку підприємництва та науково-методичних засад здійснюється під впливом ринкових відносин, глобалізації економіки та розширення можливостей використання в аналітичних дослідженнях різних економіко-математичних і статистичних методів. Це дало можливість автору вдосконалити наукові підходи щодо сучасної парадигми підприємництва та розширити межі категорії «підприємницька концепція» економічних суб'єктів туристично-рекреаційної діяльності за рахунок виокремлення факторів привабливості туристичного бізнесу і конкурентоспроможних моделей підприємницької діяльності, регіональних ресурсів розвитку, підвищення рівнів управління якістю послуг.

Доведено, що одним із актуальних напрямків сучасного етапу розвитку регіональної економіки є утворення нових територіально-виробничих форм оптимізації господарства в туристично-рекреаційній сфері, з'ясування об'єктивних закономірностей регіонального розвитку малого підприємництва та формування умов інтеграції та подальшого співробітництва в економічному просторі території з метою підвищення ефективності діяльності регіонального туристично-рекреаційного комплексу.

3. Визначено, що сучасний стан регіонального розвитку вимагає нових підходів до регулювання підприємницької діяльності в сфері рекреаційно-туристичних послуг, як чинника збереження національної

єдності, громадської злагоди і політичної стабільності суспільства шляхом поліпшення та вирівнювання умов життя населення в різних адміністративно-територіальних одиницях країни.

В результаті дослідження функціонування територіально-виробничих структур туризму і рекреації автором доведено, що формуючими факторами та специфічними особливостями туристичного регіону як територіальної економічної системи розвитку туризму і рекреації є: єдність у соціально-економічному плані туристично-рекреаційного комплексу, можливість інтегрувати підприємницький потенціал, громади і землі, що створюють його цілісне обличчя та туристичну привабливість; територіально-галузева орієнтованість на конкурентне середовище, уміння використовувати конкурентні переваги підприємницької діяльності для задоволення потреб споживачів туристично-рекреаційних послуг.

4. В ході дослідження запропоновано авторський підхід до проведення міжрегіональних співставлень рівня економічного розвитку туристичної сфери, оцінки підприємницького потенціалу туристичних регіонів, який створює підстави для вибору напрямів розбудови стратегії розвитку туризму та рекреації на засадах активізації підприємницької діяльності в туристичних регіонах.

5. Доведено, що перехід до проблем регіонального економічного розвитку туристично-рекреаційного комплексу переважно не визначився з необхідністю активізації усіх ресурсів підприємницької діяльності в Одеському регіоні для формування територіально-виробничих форм господарства в локальних районах. При цьому фактично відсутній системний підхід щодо забезпечення регіонального розвитку підприємництва та малого бізнесу в сфері агротуризму, який базувався би на сучасних економічних дослідженнях, діагностиці та моделях його розвитку. В зв'язку з цим визначено, що напрямками регіональної політики активізації підприємницької діяльності є:

- посилення характеру взаємодії загальнодержавного та регіонального рівнів розвитку підприємництва в галузі;
- розробка організаційно-економічного механізму здійснення державної регіональної політики щодо розвитку кластерів підприємницької діяльності в агротуризмі, як однієї з форм оптимізації господарства в регіоні;
- оцінка організаційного, фінансового, ресурсного забезпечення розвитку підприємництва в районах економічної депресії;
- кластеризація окремих видів підприємництва, моніторинг діяльності та методів його регулювання в регіональному туризмі.

6. Для виживання малого бізнесу в умовах економічної кризи та забезпечення конкурентоспроможного розвитку, автором запропоновані організаційно-економічні заходи щодо інтеграції підприємств у кластери

транскордонного співробітництва у сфері сільського туризму та моделі формування спеціалізованих кластерів на базі малих історичних міст Одеського регіону, які на відміну від існуючих підходів базуються на умовах відродження сільськогосподарського устрою та чинників розвитку агротуристичного бізнесу. Автором доведено, що утворення нової територіально-виробничої форми в регіоні – кластеру сільського туризму, стає необхідною вимогою активізації підприємництва в локальних регіонах.

7. Виявлено, що вирішення проблем формування напрямків регіонального розвитку на засадах підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму неможливе без інституційних перетворень і реструктуризації туристично-рекреаційного комплексу регіону, що потребує певного часу. Тому сьогодні основний тягар забезпечення шляхів ефективної діяльності зміщується на мікрорівень діяльності підприємств та підприємців галузі, мезорівень територіальних громад та місцевих органів влади, основним практичним завданням яких є забезпечення виживання та розвитку малих підприємств. Автором доведено, що реалізація концепції утворення нових територіально-виробничих форм рекреації та туризму досягається через організаційно-економічний механізм забезпечення активізації і розвитку підприємницької діяльності в регіоні.

8. Реалізація розроблених наукових положень, висновків і рекомендацій у процесі впровадження на підприємствах рекреації та туризму регіону, в державних установах, місцевих органах самоврядування та в проекті «Укріплення інтеграції прикордонних регіонів в сфері сільського зеленого туризму» підтвердила достовірність і доцільність їх використання. Розроблені моделі та методики рекомендуються для застосування підприємницькими структурами для підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг; науковими установами при аналізі проблем розвитку підприємницького потенціалу та взаємодії підприємств з державними органами влади.

**Перелік показників і критеріїв для розрахунку Рейтингу регіонів
за станом розвитку та підтримки малого підприємництва на
місцевому рівні**

***І. Група показників щодо кількості суб'єктів малого підприємництва
та економічних показників їх діяльності***

1. Кількість суб'єктів малого підприємництва (одиниць).
2. Кількість суб'єктів малого підприємництва на 10 тис. осіб наявного населення (одиниць).
3. Кількість малих підприємств (одиниць).
4. Кількість малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення (одиниць).
5. Кількість фізичних осіб-підприємців (одиниць).
6. Кількість фізичних осіб-підприємців на 10 тис. осіб наявного населення (одиниць).
7. Кількість фермерських господарств (одиниць).
8. Кількість фермерських господарств на 10 тис. осіб сільського населення (одиниць).
9. Площа сільськогосподарських угідь у користуванні фермерських господарств на 10 тис. осіб сільського населення (га).
10. Кількість зайнятих працівників на малих підприємствах, у відношенні до загального показника по Україні (%).
11. Рівень зайнятості на малих підприємствах, у відношенні до кількості населення у працездатному віці (%).
12. Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) на малих підприємствах (грн.).
13. Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) на малих підприємствах, у відношенні до загального обсягу реалізації відповідного регіону (%).
14. Обсяг реалізованої промислової продукції (робіт, послуг) на малих підприємствах, у відношенні до загального показника по Україні (%).
15. Фінансовий результат (сальдо) від здійснення малими підприємствами звичайної діяльності до оподаткування (грн.).
16. Кількість малих підприємств, які одержали прибуток, у відношенні до загальної кількості малих підприємств (%).
17. Обсяг валових капітальних інвестицій на малих підприємствах, у відношенні до загального обсягу валових капітальних інвестицій відповідного регіону (%).

II. Група критеріїв оцінки ефективності діяльності місцевих органів влади та самоврядування щодо стимулювання розвитку малого бізнесу

18. Фінансове забезпечення регіональної програми розвитку малого підприємництва з обласного бюджету на 1 тис. малих підприємств (грн.).
19. залучення коштів бюджетів районів, міст до фінансування заходів регіональної програми на 1 тис. малих підприємств (грн.).
20. Фінансово-кредитна підтримка суб'єктів малого підприємництва на 1 тис. малих підприємств (грн.).
21. Фінансово-кредитна підтримка фермерських господарств на 1 фермерське господарство (грн.).
22. Впровадження механізму компенсації відсотків за кредитами за рахунок регіонального бюджету (так, ні).
23. залучення інвестиційних коштів в сферу малого бізнесу (так, ні).
24. Розміщення серед суб'єктів малого підприємництва регіональних замовлень на 1 тис. малих підприємств (грн.).
25. Надання суб'єктам малого підприємництва для здійснення підприємницької діяльності приміщень в оренду на 1 тис. малих підприємств (кв.м).
26. Надання суб'єктам малого підприємництва для здійснення підприємницької діяльності приміщень у власність на 1 тис. малих підприємств (кв.м).
27. Встановлення пільг по орендним ставкам для суб'єктів малого підприємництва (так, ні).
28. наявність в структурі державної адміністрації регіонального рівня окремого підрозділу з питань розвитку малого підприємництва (так, ні).
29. Своєчасність затвердження регіональної програми (кількість днів до початку року).
30. Рівень оприлюднення проектів регуляторних актів та відповідних супровідних документів до них (%).
31. Загальний рівень прозорості регуляторної діяльності¹ (%).
32. Стан оприлюднення комплексу документів, що виникають в ході регуляторної діяльності (включаючи районний рівень) (так, ні).
33. Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання (одиниць).
34. Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання на 10 тис. осіб наявного населення (одиниць).
35. Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання-юридичних осіб (одиниць).
36. Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання-юридичних осіб на 10 тис. осіб наявного населення (одиниць).
37. Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання-фізичних осіб (одиниць).

38. Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання – фізичних осіб на 10 тис. осіб наявного населення (одиниць).
39. Кількість звернень суб'єктів господарювання до місцевих дозвільних органів, представники яких здійснюють прийом суб'єктів господарювання в одному приміщенні, та до адміністраторів, у відношенні до кількості суб'єктів господарювання, які перебувають на обліку в ЄДР (%).
40. Кількість виданих документів дозвільного характеру місцевими дозвільними органами, представники яких здійснюють прийом суб'єктів господарювання в одному приміщенні, та через адміністраторів, у відношенні до кількості суб'єктів господарювання, які перебувають на обліку в ЄДР (%).
41. Кількість зареєстрованих декларацій відповідності об'єкта (об'єктів) вимогам законодавства з питань пожежної безпеки, у відношенні до кількості суб'єктів господарювання, які перебувають на обліку в ЄДР (%).
42. Кількість виданих ліцензій (нових, переоформлених, дублікатів) місцевими органами ліцензування, у відношенні до кількості суб'єктів господарювання, які перебувають на обліку в ЄДР (%).

[†] Комплексний показник, що характеризує стан оприлюднення:

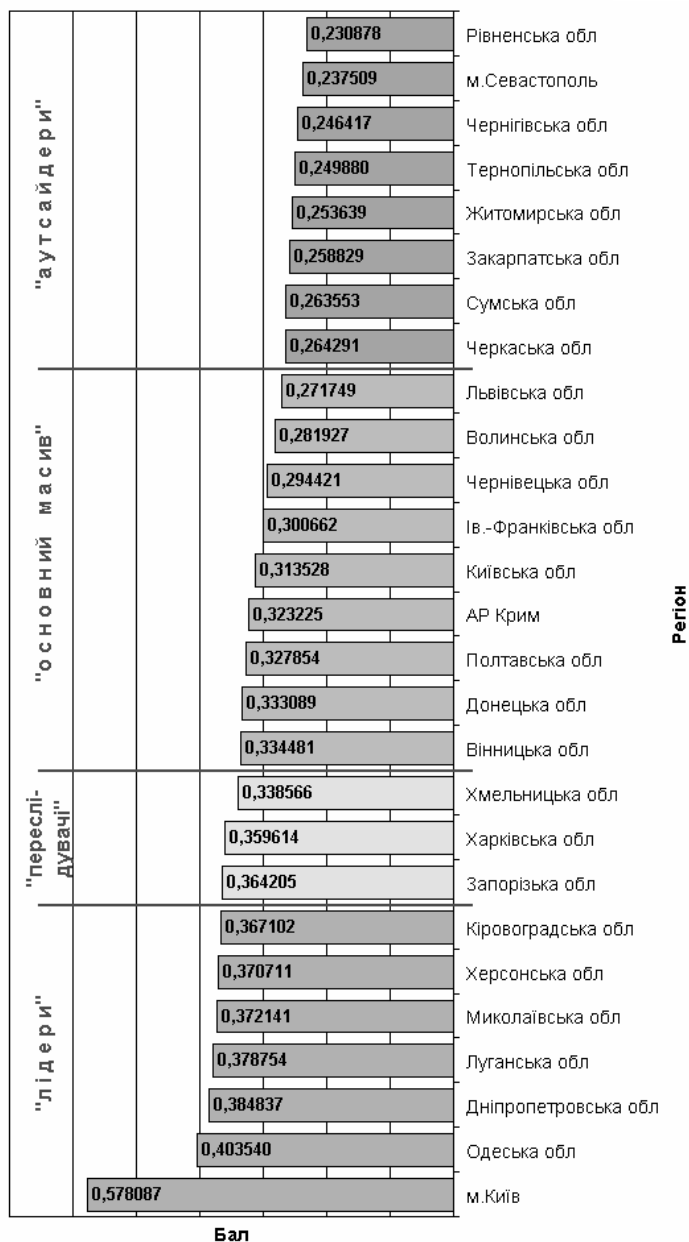
- планів регуляторної діяльності на наступний рік та змін і доповнень до цих планів, внесених протягом року;
- усіх розроблених проєктів регуляторних актів та супровідних до них документів (АРВ та повідомлення про оприлюднення);
- прийнятих регуляторних актів;
- звітів про відстеження результативності дії регуляторних актів;
- постійно поновлюваних реєстрів регуляторних актів з наведенням термінів відстеження результативності дії регуляторних актів;
- інформації щодо реалізації державної регуляторної політики відповідним органом виконавчої влади.

III. Група показників стану розвитку інфраструктури підтримки малого підприємництва та громадської підтримки

43. Кількість бізнес-центрів на 10 тис. малих підприємств (одиниць).
44. Кількість бізнес-інкубаторів на 10 тис. малих підприємств (одиниць).
45. Кількість технопарків на 10 тис. малих підприємств (одиниць).
46. Кількість лізингових центрів на 10 тис. малих підприємств (одиниць).
47. Кількість кредитних спілок на 10 тис. малих підприємств (одиниць).
48. Наявність кредитно-гарантійних установ (так, ні).
49. Кількість фондів підтримки підприємництва на 10 тис. малих підприємств (одиниць).

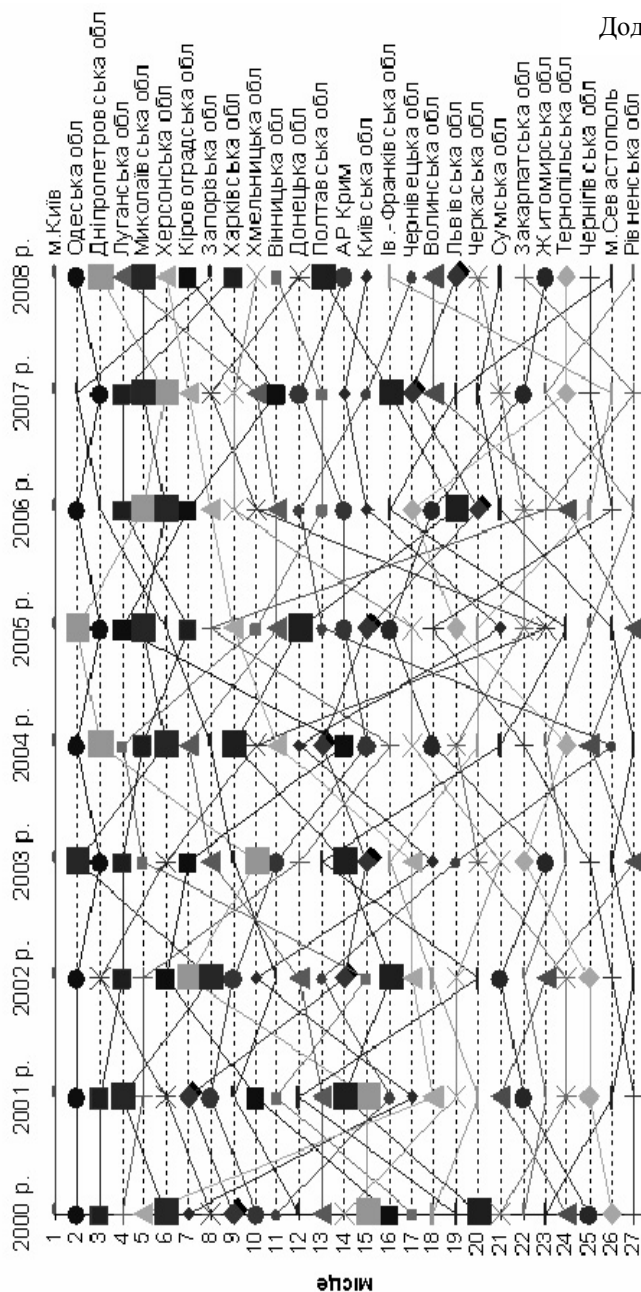
50. Кількість громадських об'єднань підтримки підприємництва на 10 тис. малих підприємств (одиниць).
51. Кількість об'єктів інфраструктури підтримки підприємництва, заснованих за участі та фінансової підтримки органів місцевої влади та самоврядування (одиниць).
52. Кількість проведених засідань координаційної ради регіонального рівня з питань підприємництва (одиниць).
53. Кількість навчальних закладів (в т.ч.: загальної, професійної, вищої освіти), де запроваджено навчання основам та практики підприємництва, у відношенні до загальної кількості навчальних закладів регіону (%).

Рейтинг регіонів у 2008 році



Додаток В

Динаміка змін Рейтингу регіонів за станом розвитку та підтримки малого підприємництва на місцевому рівні



Додаток Г

Таблиця Г

Концептуальні підходи щодо інтерпретації та трансформації поняття «підприємництво», складено автором за даними джерел [49,88,115,120, 229]

АВТОР, ПРАВОВІ ДЖЕРЕЛА	ТЛУМАЧЕННЯ ТЕРМІНА «ПІДПРИЄМНИЦТВО»
Римське право	Підприємництво – це: заняття, діло, діяльність
Західноєвропейське середньовікове право	Підприємництво (антрепренерство) - це: по-перше, зовнішня торгівля, по-друге, організація парадів, банкетів, балаганів і вистав
Всезагальний словник комерції (Париж, 1723)	Підприємництво визначало дії підприємців, які «беруть на себе зобов'язання по виробництву або будівництву об'єкта»
Р.Кантільон (1815)	Підприємництво це: ризикова діяльність спрямована на одержання прибутку
Макконнелл К., Брю С. (1992)	Підприємництво – самостійний елемент людських ресурсів
Маршалл А. (1908)	Підприємництво – організаційна функція
Хиєрин Р., Петерс М. (1989)	Інтрапренерство має два аспекти: - дух підприємництва; - механізм підприємництва
Кулішов В.В. (2002)	Підприємництво – особливий стиль економічної поведінки, в основі якої знаходиться постійний пошук нових виробничих можливостей і ресурсів
Квартальнов В.А., Ключников А.В. (2001)	У зв'язку з особливостями турпослуг підприємницька діяльність туристичних організацій може бути умовно віднесена до певного виду
Любіцева О.О. (2006)	Підприємницький конкурентний рівень має надійність як партнера та гарантії якості його турпродукту
Холлоуей Дж.К., Тейлор Н. (2007)	Характерною відзнакою туристичної галузі є існування підприємництва як у бізнес- середовищі, так і у державному секторі – секторальні об'єднання («Тюссо груп»)

Продовження табл. Г

Захарчин Г.М. (2008)	Підприємництво – це особливий вид діяльності, який передбачає пошук і реалізацію нових комбінацій, компонентів виробництва (оновлення продукції, технології, модернізації організаційних підходів для задоволення реального й потенціального попиту
Господарський Кодекс України ст.42 (2008)	Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, за особистим ризиком господарська діяльність, здійснювана суб'єктами господарювання (підприємцями) в цілях досягнення економічних та соціальних результатів та одержання прибутку

Додаток Д

Таблиця Д

Класифікація підприємств за функціонально-галузевою діяльністю

Види підприємства за функціонально-галузевою діяльністю в туризмі	за законодавчими критеріями та обмеженнями підприємницької діяльності в туризмі	Критерії		за формою позиціонування туристичного продукту та послуг	за об'єктом підприємницької діяльності
		2	3		
1. Туроператори (монопрофільні, спеціалізовані, багатопрофільні, універсальні)	1. Ліцензії, юридичні особи, створені згідно із законодавством країни, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг. турагентська діяльність, посередницька діяльність по реалізації туристичного продукту туроператорів та інших СТОД	1. Ініціативний туроператор (аутотіговий), спеціалізується на розробці, просуванні та реалізації виїзних міжнародних турів для громадян України; як суб'єкт господарювання діє на ринку у вигляді: а) флайгера – чартерного авіаоператора; б) круїзного оператора водних мандрівок; в) автобусного оператора транспортного експедитора	Репрезентативний бренд іноземної meet-турфірми (інкаминговий турпродукт + трансфер ініціативного туроператора).	4	5 турпродукт товари турпослуги
	Розмір фінансового забезпечення – 20000 євро чи 10000 євро, кщо туроператор внутрішнього туризму	2. Реєстровий туроператор (інкаминговий), спеціалізується на розробці, просуванні та реалізації турпродукту на території України для іноземних туристів	Національний турпродукт продуцента (характерні туристичні послуги та товари + супутні послуги та товари).		турпродукт товари турпослуги
	Загальний розмір долі в статутному фонді інших туроператорів країни не може перевищувати 9% їх власного статутного фонду	3. Внутрішній, регіональний туроператор (інсайдинговий), спеціалізується на розробці внутрішнього туристичного продукту для громадян своєї держави та регіону споживання, діє на туристичному ринку прийому у вигляді	Регіональний турпродукт продуцента презентаційно-туристичних послуг.		турпродукт товари турпослуги
	Має виключне право на надання асортименту-візових послуг туристу за виїзду за межі України	Туроператора окремих видів туризму, місць відпочинку, засобів розміщення	–		

1	2	3	4	5
	Має виключне право здійснювати посередницьку діяльність по укладенню на території України договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності			
І. Туристичні агенти	1. Юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи, які здійснюють: Посередницьку діяльність по реалізації турпродукту туроператорів; Посередницьку діяльність щодо реалізації туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності; Посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх туристичних послуг; Іншу господарську діяльність згідно з законодавством України 2. Розмір фінансового забезпечення – 2000 євро	1. Туристичні супермаркети – агенції, які виступають як масові брокери туроператорів на території своєї країни 2. Дочірні підприємства – тур агентства українських та зарубіжних туроператорів 3. Туристичні ланцюги (асоціації, франчайзінгові системи) 4. Турагенції власників транспортних засобів 5. Універсальні турагентства – агенції з продажу турпослуг, бронюванню готелів та продажу авіаквитків	Торговельна марка Знак обслуговування турагентства Мультимарка туроператора Товарний знак туроператора Фірмовий бренд Фірмовий бренд Знак обслуговування турагентства	турпослуги турпослуги турпослуги турпослуги турпослуги

III Інші суб'єкти підприємницької діяльності: які надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, а також екскурсійні, розважальні та інші туристичні послуги	1. Екскурсійні фірми та бюро з екскурсійного обслуговування - юридичні особи 2. Підприємства, які здійснюють діяльність на господарську підставі власних статутів та надають туристичні послуги 3. Фізичні особи – підприємці, які здійснюють господарську діяльність з послуг туристичного супроводження та отримали встановлені законодавством України дозволи	1. Туркомплексів міжнародного рівня 2. Туркомплексів регіонального рівня 3. Туристичні бази та табори 4. Курортно-готельні комплекси 5. Тематичні парки 6. Франчайзингові ланцюги підприємств, які надають послуги з тимчасового розміщення туристів 7. Туристсько-інформаційні центри муніципального та регіонального рівня	Бренд продуцента екскурсійного продукту Бренд продуцента туристичного продукту Регіональний бренд, знак обслуговування	екскурсійні послуги туристичні послуги туристичні послуги туристсько-інформаційні послуги

Додаток Е

Таблиця Е

Етапи та механізм реалізації підприємницького процесу в регіональному туризмі

І етап. Підприємницька ідея	ІІ етап. Механізм реалізації бізнес-ідеї				ІІІ етап. Припинення Діяльності
	Вид діяльності на турринку	Організаційно- правова форма підприємництва	Державна реєстрація	Спосіб входження в бізнес	
Критерії оцінки підприємницької ідеї перспективність в турбізнесі, потенційна цінність, корисність реальність виконання	За умовами ліцензування та фазами відтворення: виробнича, комерційна та фінансова діяльність в туризмі	Приватне підприємництво колективне; товариство; об'єднання підприємств	Набуття статусу суб'єкта підприємництва	Створення нового підприємства через тур опера- торську чи турагентську діяльність, через систему франчайзингу або купівлі існуючого турпідприємства; реєстрація суб'єкта туристичного супроводу	Розкривається сутність підприємницької ідеї через основні характеристики турбізнесу (виробничі, організаційні, фінансові, комерційні, маркетингові та інші)
				Посилення в просторі й часі всіх факторів підприємницького процесу на турринку	Скасування державної реєстрації і позбавлення статусу юридичної чи фізичної особи підприємства

Додаток К

Таблиця К.1

**Рейтинг регіонів за загальною кількістю обслугованих туристів
(операторами та турагентами) за 2007р.**

Регіон	Загальна кількість туристів	Частка в загальному обсязі (%)	рейтинг
м. Київ	1814052	34,2	1
Івано-Франківська обл.	1268923	23,9	2
АР Крим	392709	7,4	3
м. Севастополь	175520	3,3	4
Дніпропетровська обл.	168431	3,2	5
Донецька обл.	151924	2,9	6
Харківська обл.	135231	2,6	7
Одеська обл..	133038	2,5	8
Львівська обл.	117242	2,2	9
Запорізька обл.	114679	2,2	10
Інші регіони	826532	15,6	11

Таблиця К.2

**Рейтинг регіонів за кількістю туристів, обслугованих туроператорами
за 2007р.**

Регіон	Загальна кількість туристів	Частка в загальному обсязі (%)	рейтинг
Івано-Франківська обл.	1251495	43,7	1
Київ	566964	19,8	2
АР Крим	308847	10,8	3
м. Севастополь	114418	4,0	4
Львівська обл.	69143	3,7	5
Дніпропетровська обл.	63735	2,2	6
Донецька обл.	57886	2,0	7
Одеська обл..	48604	1,7	8
Запорізька обл.	44868	1,6	9
Волинська обл.	39519	1,4	10

Таблиця К.3

**Рейтинг регіонів за приростом кількості туристів, обслугованих
туроператорами за 2006-2007рр.**

Регіон	Приріст 2007/2006 (кількість туристів)	Рейтинг
Івано-Франківська обл.	942647	1
м. Київ	315258	2
АР Крим	57387	3
Дніпропетровська обл.	43023	4
м. Севастополь	34244	5
Донецька обл.	26356	6
Харківська обл..	24666	7
Львівська обл.	23689	8
Хмельницька обл.	15622	9
Запорізька обл.	14935	10

Таблиця К.4

**Рейтинг регіонів за темпом приросту кількості туристів, обслугованих
туроператорами за 2006-2007рр.**

Регіон	темп приросту 2007/2006 (%)	рейтинг
Волинська обл.	728,1	1
м. Київ	573,6	2
Івано-Франківська обл.	332,7	3
Київська обл.	90,9	4
Закарпатська обл.	45,6	5
Львівська обл.	42,5	6
Харківська обл.	30,8	7
Сумська обл..	30,0	8
Житомирська обл.	28,4	9
АР Крим	28,2	10

Додаток Л

Таблиця Л1

**Динаміка основних показників регіонального розвитку туристичної галузі України за 2004 і 2007 роки
(розраховано автором за даними Держкомстату та Державної служби туризму та курортів України)**

Показники	Розмах варіації		Регіони, де спостерігалось мінімальне значення показника		Регіони, де спостерігалось максимальне значення показника	
	2004 р.	2007 р.	2004 р.	2007 р.	2004 р.	2007 р.
1	2	3	4	5	6	7
Валовий регіональний турипродукт, тис. грн.	2138724,8	5500000	Житомирська обл. (4172,0), Чернігівська обл. (4690,0), Тернопільська обл. (5001,0)	Вінницька обл. (11721,8), Луганська обл. (12824,5), Житомирська обл. (12837,5)	АР Крим (351660,0), м. Київ (1099037,2), Донецька обл. (83915,0)	Івано-Франківська обл. (54727,4), м. Київ (3709300,9), АР Крим (123685,562)
Обсяг інвестицій в основний капітал, тис. грн.	1073926	1508210	Вінницька обл. (1119), Житомирська обл. (2266), Тернопільська обл. (2618)	Рівненська обл. (1516), Кіровоградська обл. (1712), Вінницька обл. (1949)	АР Крим (207779), Одеська обл. (163860), Донецька обл. (148513)	м. Київ (64600), Київська обл. (18863), АР Крим (12096)
Загальна кількість обслужованих туристів, осіб	1890370	2900000	Житомирська обл. (7206), Сумська обл. (10221), Чернігівська обл. (18575)	Житомирська обл. (12857), Київська обл. (20243), Сумська обл. (20627)	м. Київ (1009909), АР Крим (334856), Львівська обл. (128563)	Івано-Франківська обл. (1258923), АР Крим (302709), м. Київ (1814052)
Загальна кількість обслужованих туристів, у внутрішньому туризмі, осіб	1012261	2155300	Житомирська обл. (5713), Сумська обл. (7694), Чернігівська обл. (15757)	Київська обл. (4336), Житомирська обл. (9083), Сумська обл. (13500)	м. Київ (325438), АР Крим (221668), Харківська обл. (79479)	Івано-Франківська обл. (1259099), АР Крим (255947), м. Київ (410569)
Кількість екскурсантів, осіб	1502031	2400000	Житомирська обл. (14420), Чернігівська обл. (14569), Чернівецька обл. (15491)	Київська обл. (11224), Чернівецька обл. (16856), Кіровоградська обл. (17385)	АР Крим (294619), м. Севастополь (226427), м. Київ (189175)	АР Крим (662946), Івано-Франківська обл. (521671), м. Київ (243463)
Платежі до бюджету, тис. грн.	98127,1	174000	Житомирська обл. (112,0), Тернопільська обл. (117,0), Чернігівська обл. (97,0)	Житомирська обл. (374,021), Тернопільська обл. (454,56), Луганська обл. (554,739)	м. Київ (23104,0), АР Крим (18631,7), Донецька обл. (11834,2)	м. Київ (68757,9), АР Крим (26425,9), Донецька обл. (9703,72)

Динаміка послуг музейних установ м. Одеси за 2008-2009 рр.

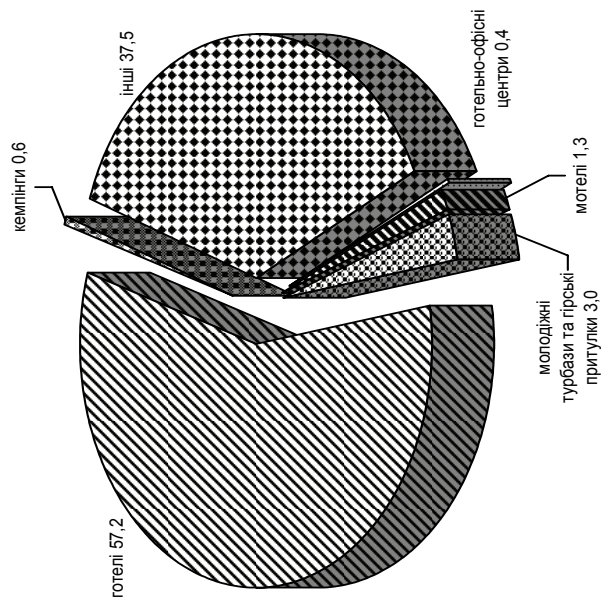
№	Назва	Кількість осіб, які скористались послугами				Об'єм наданих послуг (тис. грн.)			
		Усього:		У т.ч. діти		У т.ч. іноземні туристи		Усього:	
		2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
1	Ботанічний сад	7800	6600	5200	4000	5	2	39	34,2
2	Воєнно-історичний музей Південного оперативного командування	23195	24881	7000	7500	0	0	1179	1420
3	Мигдаль-шорашим, музей історії євреїв Одеси	2484	3223	0	0	0	0	0	0
4	Музей воскових фігур	0	14840	0	332	0	0	0	369,7
5	Музей ім. К.Г. Паустовського	2354	2146	1387	878	183	163	3,447	2,652
6	Музей кіно Одеського відділення Нацспілки кінематографістів України	1200	1300	190	200	30	42	0	0
7	Музей Ф.П. Де-Волана, Одеський морський торговий порт	10000	8000	8000	6400	500	400	10	80
8	Одеський археологічний музей НАН України	22000	25020	8000	12123	2100	2500	0	0
9	Одеський Дім-музей ім. М.К. Реріха	10658	12860	0	0	0	0	0	10,658
10	Одеський історико- красназавчий музей Степова Україна –філія	21124	24784	3423	8479	3106	4955	151	175
11	Виставкова зала Меморіал 411-ї батареї	0	19203	0	15643	0	0	0	0
12	Одеський літературний музей (при музеї - "Сад скульптур"	120947	119350	83112	78053	1267	993	242,015	255

Продовження додатку М

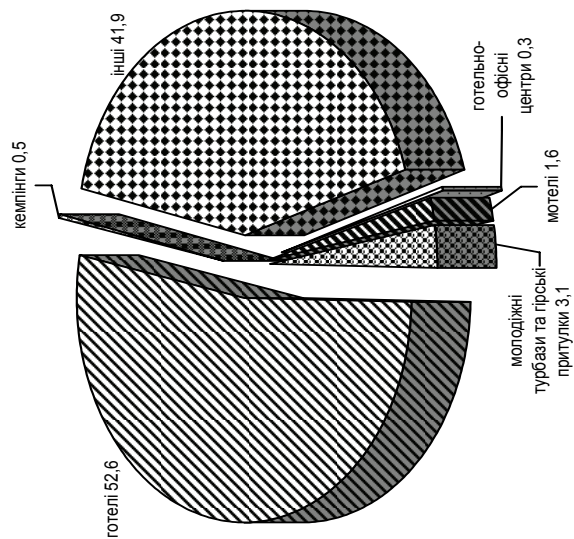
13	Одеський літературно-меморіальний музей ім. О.С. Пушкіна	6500	5800	1700	950	350	280	0	31,069	0	0	0
14	Одеський музей західного та східного мистецтва	21124	24779	3425	8479	3168	4955	52,305	64,925	7,845	12,985	
15	Одеський музей нумізматики	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
16	Одеський муніципальний музей приватних колекцій ім. А. В. Блещунова	4523	5573	2853	3086	0	0	12119	15414	0	0	
17	Одеський художній музей	135800	132000	95200	97000	39800	34960	185	250,082	64,75	87,395	
18	Зоологічний музей ОНУ ім. І. І. Мечникова	7140	6800	6000	6000	0	0	0	0	0	0	
19	Наукова бібліотека, Музей рідкісної книги ОНУ ім. І. І. Мечникова	830	602	0	0	0	0	0	0	0	0	
20	Геолого-мінералогічний музей ОНУ ім. І. І. Мечникова	1000	905	1000	905	0	0	0	0	0	0	
21	Палеонтологічний музей	1847	2200	1847	2200	0	0	0	0	0	0	
22	Філіка Етерія, музей Грецького фонду культури (Одеський філіал)	2607	2490	560	260	477	997	0	0	0	0	
23	Народний музей історії органів внутрішніх справ Одеської області	2324	257	1234	212	526	260	0	0	0	0	
24	Музей Християнства	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
25	Музей Партизанської слави, Катакомби	6000	7500	4500	5500	0	0	8,2	9,9	0	0	
26	Музей якорей	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
27	Музей сучасного мистецтва	0	0	0	0	0	0	6	6	0	0	
	ИТОГО:	411457	451113	234631	258200	51512	50507	13994,97	18112,528	84,886	114,632	
		39656	23569	-1005	4117,5	29,746						

Розподіл підприємств готельного господарства

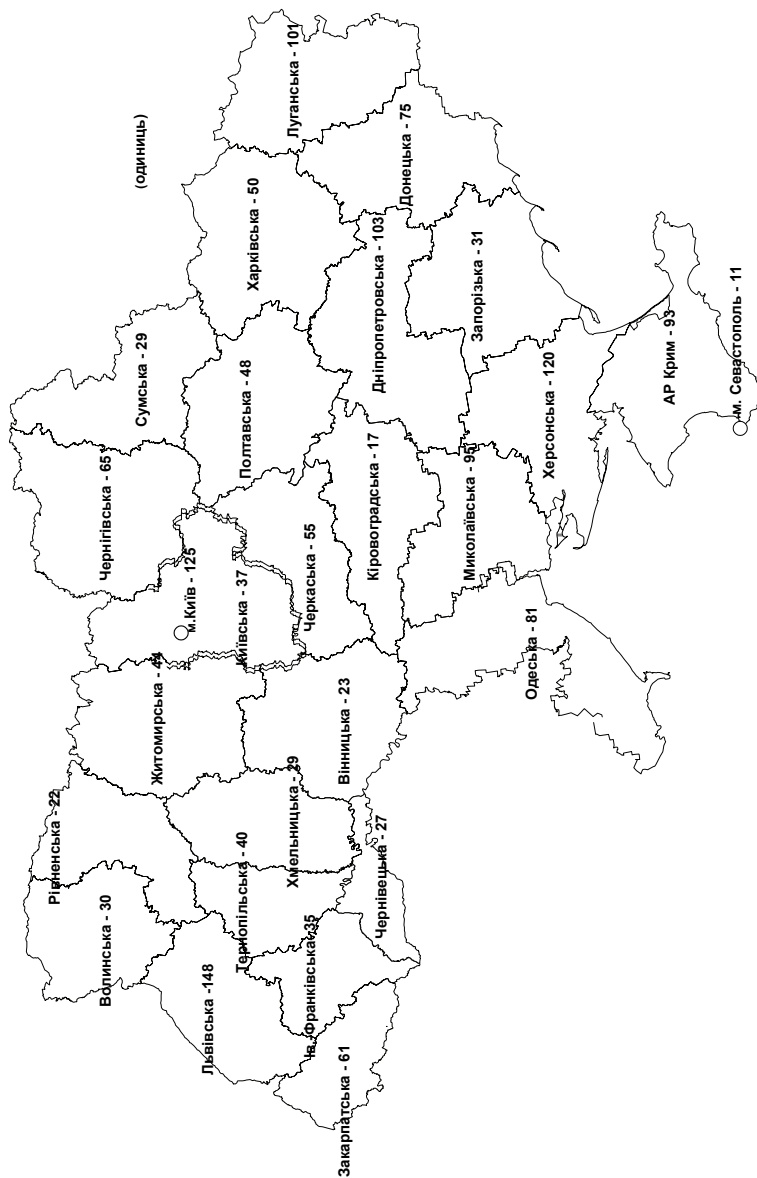
у 2007 році



у 2008 році

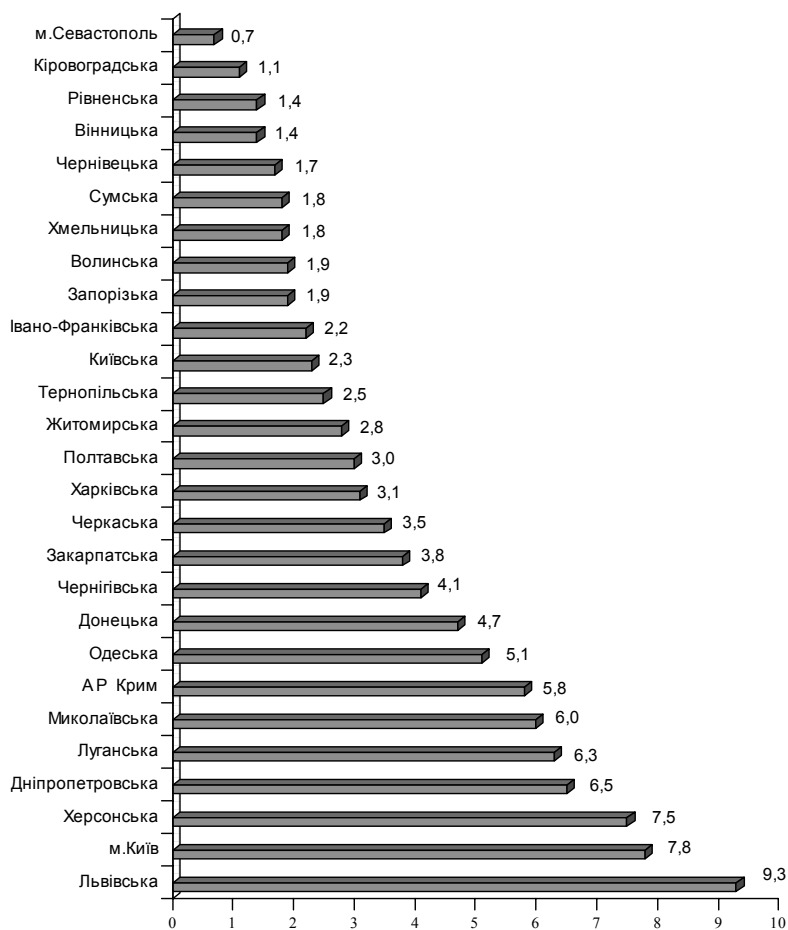


Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання
у 2008 році по регіонах



Додаток П

**Розподіл готелів та інших місць для тимчасового проживання
у 2008 році по регіонах України**



відсоток до загальної кількості по Україні

Додаток Р

Таблиця Р

**Районний розподіл туристично-рекреаційних ресурсів
сільського зеленого туризму в Одеській області**

	Райони	Площа, яку займають природоохорон ні території, га	Туристично-рекреаційні ресурси
1	2	3	4
1	Ананівський	2810,0	Заповідне урочище Байтали, парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва Коханівка, ботанічний заказник Волинський
2	Арцизький	4,0	Пам'ятки природи Діброва Арцизька і Новоіванівський, історико-краєзнавчий музей в Арцизі
3	Балтський	6433,72	Заказники місцевого значення Коритнівський та Лісничівка, пам'ятка природи – 300-річний дуб звичайний, краєзнавчі музеї у м. Балта, с. Саражинка,
4	Березівський	1660,7	Ландшафтний заказник Заводівський
5	Білгород-Дністровський	8998,0	Ландшафтний заказник Лиманський, Білгород-Дністровський краєзнавчий музей, Аккерманська фортеця у м. Білгород-Дністровську (XV ст.), пам'ятка археології – залишки давньогрецького міста Тіра V I ст.. до н. е – III ст. н. е.
6	Біляївський	5461,9	Цілющі чорні грязі та ропа Куяльницького лиману, мінеральне джерело “Кульник”, ландшафтний заказник Діброва болотного дуба, парк дитячого санаторія
7	Болградський	454,1	Пам'ятка садово-паркового мистецтва – парк ім. О. Пушкіна у Болграді, ентомологічний заказник Жовтневий у с. Жовтневому
8	Велико-Михайлівський	470,3	Ландшафтний заказник Фрасіно, пам'ятка природи у с. Гребеники, Кардамичівський парк
9	Іванівський	385,5	Михайлопільський яр – пам'ятка природи, ландшафтний заказник Верхній Ліс
10	Ізмаїльський	2177,5	Комсомольський парк – пам'ятка садово-паркового мистецтва, 4 пам'ятки природи місцевого значення, ландшафтний заказник Лунг, пам'ятник на дузі меридіану, що відміряно від Дунаю до Північного Льодовитого океану геодезистами у 1816 – 1852 рр.

Продовження табл. Р

1	2	3	4
11	Кілійський	46741,9	Ботанічний заказник місцевого значення Ліски, місто Вилкове – “українська Венеція”, музей інституту гідробіології (м. Вилкове), о. Зміїний, Дунайський біосферний заповідник
12	Кодимський	3117,6	Березівський ландшафтний заказник, Кодимський історико-краєзнавчий музей
13	Комінтернівський	4086,25	Заказники Коса Стрілка та Петровський, орнітологічний заказник Тилігульська пересип
14	Котовський	936,0	Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва Валежуч-Негай, історико-краєзнавчий музей ім. Г. Котовського
15	Красноокнянський	-	Історико-краєзнавчий музей у смт Красні Окни
16	Любашівський	-	Історико-краєзнавчі музеї в м. Любашівка, с. Ясеніве Друге
17	Миколаївський	48,0	Мар'ївський гай – пам'ятка садово-паркового мистецтва в с. Андрієво-Іванівка;
18	Овідіопольський	8136,5	Дальницький заказник, городище Роксолани – стародавнє місто Нікіній
19	Ренійський	-	Вал земляний між селами Нагірне та Орлівка, узбережжя р. Дунай, плавні, болота
20	Роздільнянський	22,7	Заказник Костянська балка, музей історії в с. Новоукраїнка
21	Савранський	8408,2	Гетьмановський парк – пам'ятка садово-паркового мистецтва, заказники Савранський ліс, Сосновий ліс, краєзнавчий музей у смт Саврані
22	Саратський	-	-
23	Тарутинський	273,0	Заказники Староманзирський, Діброва Могилевська і Діброва Манзирська, краєзнавчий музей у Тарутині
24	Татарбунарський	3877,87	Лебедівська коса, Тузлівські лимани та оз. Сасик, історико-краєзнавчий музей в м. Татарбунари, відновлені меандри річки Когильник (поблизу с. Ново-Олексіївка)
25	Фрунзівський	1419,0	Ботанічні заказники Шептереди, Павловський
26	Ширяївський	556,0	Осинівський ландшафтний заказник, Чегодарівський етномологічний заказник, історико-краєзнавчий музей у смт Ширяєво

Додаток С

Таблиця С

Стан забезпечення розвитку сільського зеленого туризму агрооселями сільськогосподарів і наявність підприємницьких структур рекреації та туризму в Одеському регіоні*

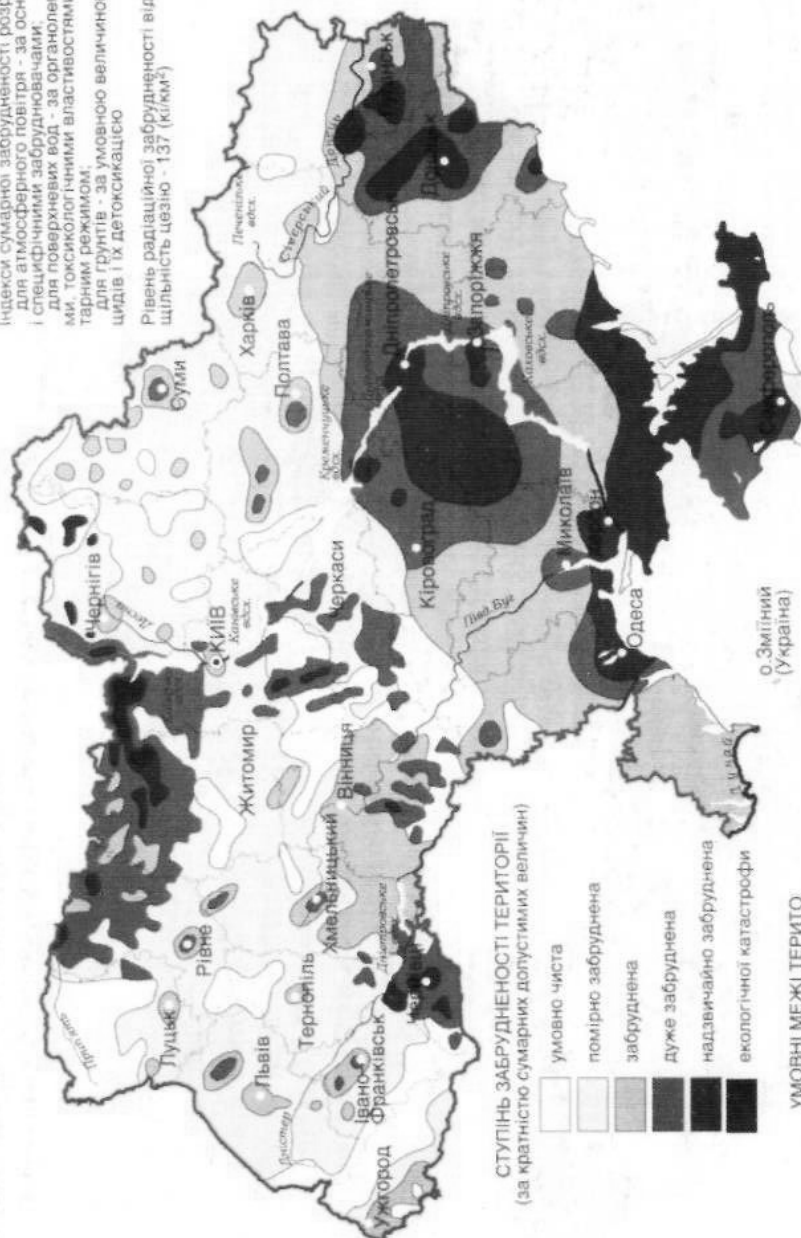
Агротуристичний район	Кількість агроосель	Кількість підприємців туризму і рекреації -ФОП	Кількість обслуговуваних туристів за 1 рік
Арцизький	1	-	25
Балтський	1	-	25
Білгород-Дністровський	18	10	612
Біляївський	5	8	160
Болградський	4	2	108
Ізмаїльський	12	5	420
Іванівський	1	-	25
Кілійський	20	6	680
Кодимський	1	-	25
Овідіопольський	3	2	75
Ренійський	5	2	130
Роздільнянський	1	1	25
Савранський	1	1	120
Тарутинський	9	1	170
Татарбунарський	17	2	543
Загальна кількість	99	40	3143

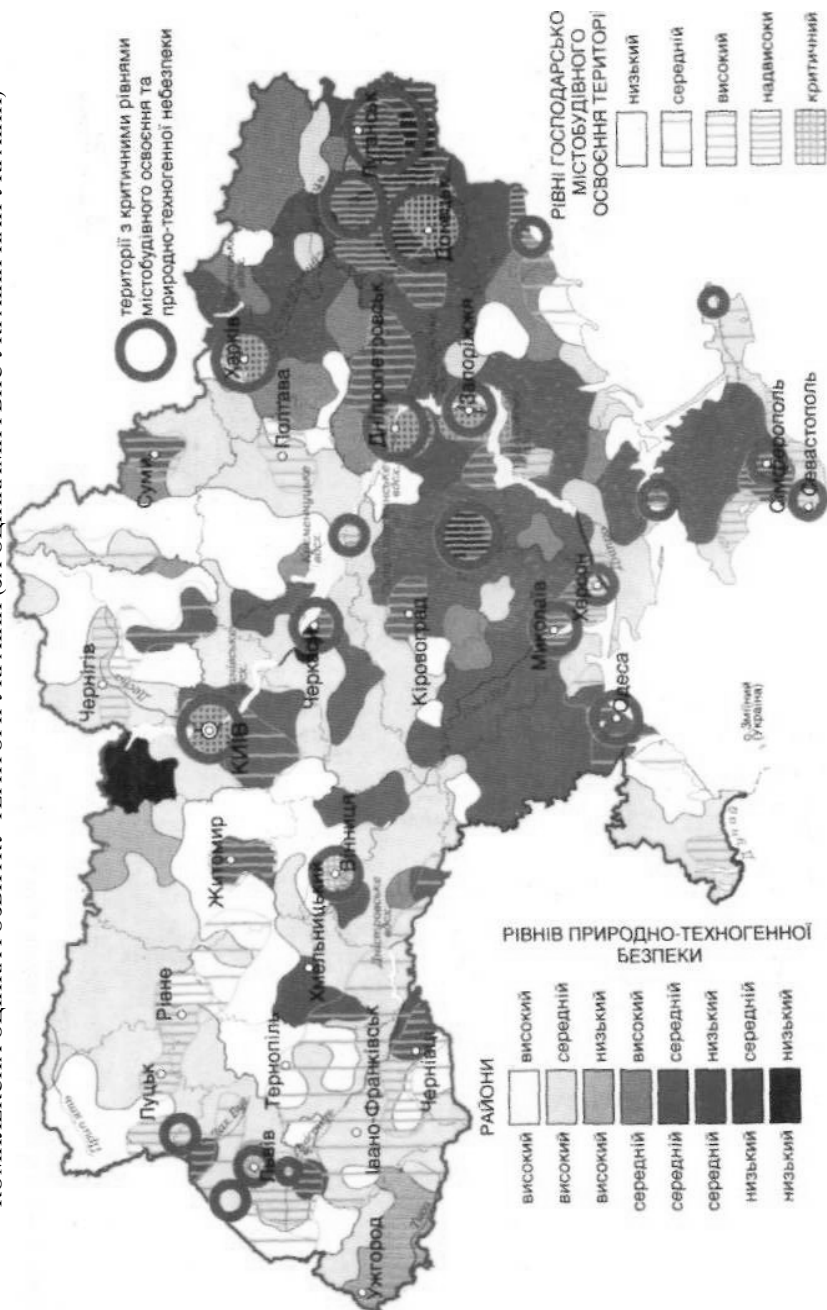
* Розраховано автором за даними райдержадміністрацій і туроператорів за 2009р.

СТУПІНЬ ЗАБРУДНЕНOSTІ ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ (ЗА ОЦІНКАМИ РВПС УКРАЇНИ НАН УКРАЇНИ)

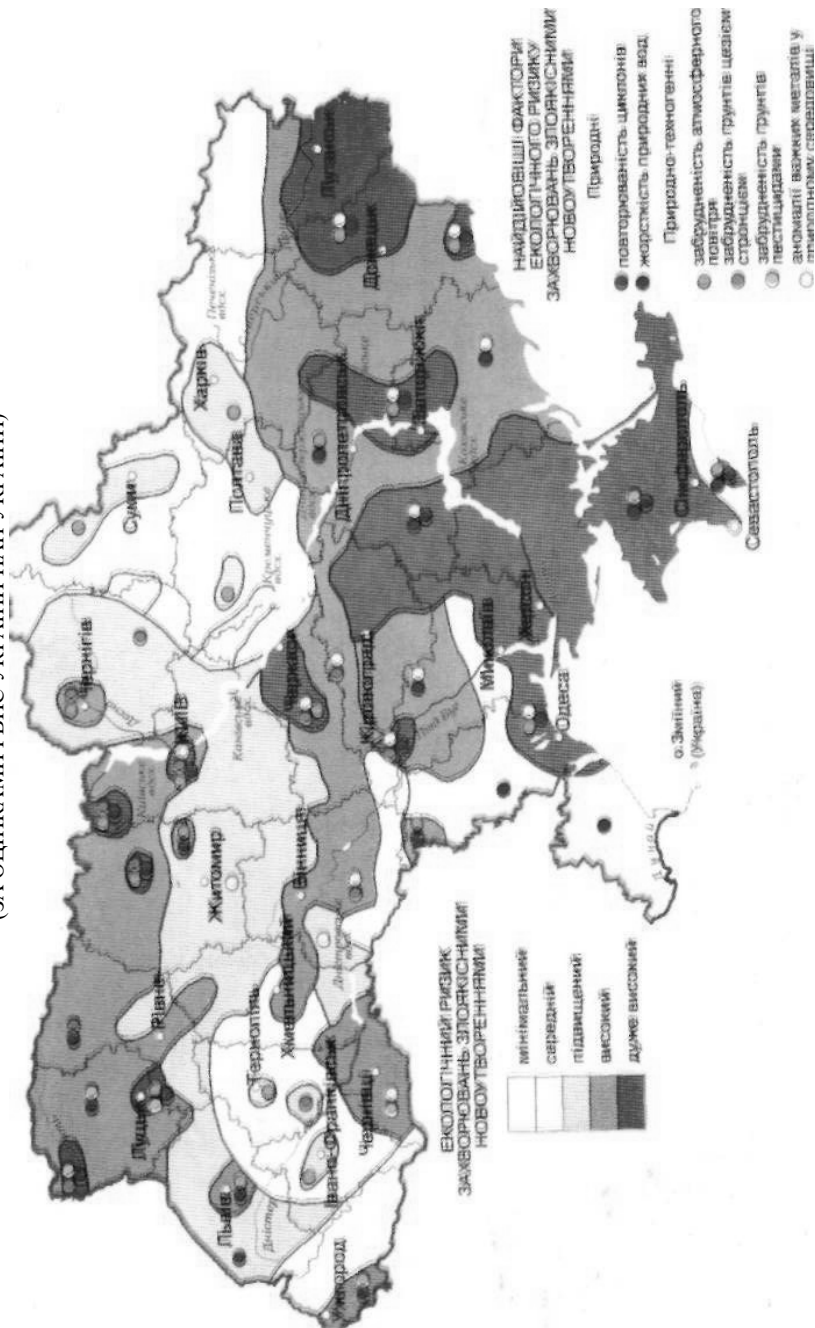
Індекс сумарної забрудненості розрахований для атмосферного повітря - за основними і специфічними забруднювачами, для поверхневих вод - за органічними, мінеральними, токсичними властивостями і санітарним режимом.

Рівень радіаційної забрудненості відтворює щільність цезію - 137 (КІ/ММ²)





ОЦІНКА ЕКОЛОГІЧНОГО РИЗИКУ ЗАХВОРЮВАНЬ ЗЛОЯКІСНИМИ НОВОУТВОРЕННЯМИ В МАСШТАБАХ УКРАЇНИ
(ЗА ОЦІНКАМИ РВПС УКРАЇНИ НАН УКРАЇНИ)



Додаток Ц

Таблиця Ц

Матриця дослідження конкурентів турпідприємства за критеріями «портфолію бенчмаркінгу» з якості турпослуг за 10 бальною оцінкою

№ п/п	Критерій оцінювання	Дослід- жуваний туроператор	Основи конкуренти (оцінка в балах)		
			Туропера- тор еталон	Туроператор конкурент-1	Туроператор конкурент-2
1	2	3	4	5	6
1.	Якість обслуговування туристів під час бронювання туру	9	10	-	-
2.	Якість обслуговування туристів під час мандрівки	9	10	-	-
3.	Матеріально-технічна база офісу продаж турпідприємства	10	10	-	-
4.	Асортимент додаткових турпослуг	8	10	-	-
5.	Кваліфікація персоналу (менеджери, гіді-перекладачі тощо)	9	10	-	-
6.	Відповідність умов договору турпослуг фактично наданим послугам	7	10	-	-
7.	Безпека та страхування ризиків туристів	10	10	-	-
8.	Культура обслуговування на маршруті туру	7	10	-	-
9.	Імідж турпідприємства	8	10	-	-
10.	Умови ануляції туру	9	10	-	-
11.	Рекламації та санкції по скаргам споживачів турпослуг	+	-	-	-
12.	Динаміка зростання обсягу турпослуг	9	10	-	-
13.	Динаміка зростання обсягу прибутку	8	10	-	-
14.	Індикатор темпу росту частки ринку	+/-	+	-	-

Додаток Ч

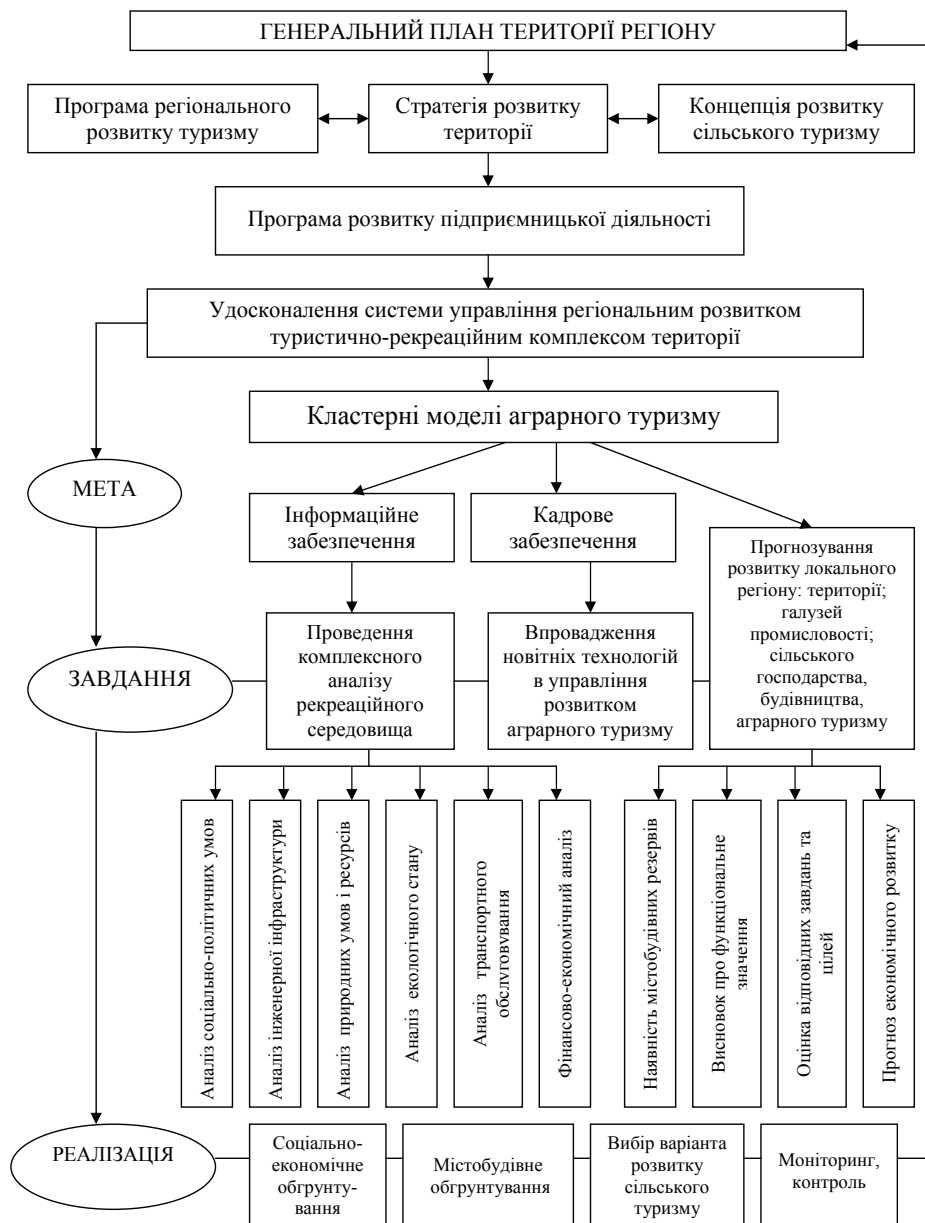


Рис. Ч. Процес реалізації концепції управління розвитком туристичної території на базі кластеру аграрного туризму

Додаток Ш

реєстраційний код:
43991/2008

РОЗПОРЯДЖЕННЯ
КАБІНЕТУ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ
від 6 серпня 2008 р. № 1088-р
Про схвалення
Стратегії розвитку туризму і курортів

1. Схвалити Стратегію розвитку туризму і курортів (далі — Стратегія), що додається.
2. МКТ, МОЗ разом з іншими заінтересованими центральними органами виконавчої влади розробити і затвердити у тримісячний строк план дій щодо реалізації Стратегії.
3. Мінекономіки, Мінфіну, МКТ враховувати положення Стратегії під час розроблення проектів загальнодержавних програм соціального та економічного розвитку.

Прем'єр-міністр
Ю. ТИМОШЕНКО

України

СХВАЛЕНО

розпорядженням Кабінету Міністрів України

від 6 серпня 2008 р. № 1088-р

СТРАТЕГІЯ

розвитку туризму і курортів

Загальна частина

Зміни у геополітичній обстановці, соціально-економічний розвиток, модернізація інформаційних технологій істотно вплинули на динаміку міжнародного туризму, призвели до трансформування туристичної галузі із спрямованістю на задоволення різноманітних індивідуальних потреб осіб, що подорожують.

Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними лікувальними та історико-культурними ресурсами, що викликають значний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

Однак, за даними Світового економічного форуму, у 2007 році у сфері подорожей і туризму Україна серед 124 країн світу посіла лише 78 місце (Чехія — 35, Угорщина — 40, Литва — 51, Польща — 61, Російська Федерація — 68, Румунія — 76). Зазначене свідчить про те, що на міжнародному туристичному ринку національний туристичний продукт та природні лікувальні ресурси України оцінюються як менш привабливі і конкурентоспроможні, ніж в інших країнах, де спостерігається загальносвітова тенденція до посилення ролі держави у забезпеченні розвитку туризму і курортів.

Сфера туризму і курортів на державному рівні не відіграє значної ролі у повноцінному виконанні економічних, соціальних і гуманітарних функцій, збереженні навколишнього природного середовища та культурної спадщини, наповненні бюджетів усіх рівнів, створенні нових робочих місць, збільшенні питомої ваги сфери послуг у структурі внутрішнього валового продукту.

Для підвищення конкурентоспроможності сфери туризму і курортів необхідно посилити роль держави у цій сфері з одночасним формуванням ефективної моделі співпраці держави, бізнесу та суспільства.

Подолання наявних негативних тенденцій, створення системних і комплексних передумов для розвитку туризму і курортів, поліпшення функціональної та технічної якості складових

національного та регіональних туристичних продуктів повинні стати пріоритетами забезпечення сталого розвитку країни в цілому та вагомою складовою у вирішенні питань підвищення рівня життя населення.

Мета і завдання Стратегії

Метою Стратегії є:

підвищення рівня життя населення шляхом формування конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринку національного туристичного продукту на основі раціонального використання туристичних ресурсів, збереження навколишнього природного середовища та відродження національної культурної спадщини, сприяння розвитку туризму і курортів;

забезпечення реалізації закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, зайнятість, охорону здоров'я, безпечне для життя і здоров'я навколишнє природне середовище;

створення сприятливих умов для надання туристам і особам, що подорожують, а також громадянам, що потребують медичної реабілітації, відповідних туристичних, рекреаційних, екскурсійних, санаторно-курортних та оздоровчих послуг;

сприяння створенню умов для зміцнення здоров'я населення, продовження тривалості життя та періоду активного довголіття, збереження генофонду нації з одночасним підвищенням рівня життя та дотриманням екологічних стандартів на основі збалансованого використання природних лікувальних ресурсів і території курортів;

поліпшення правових, організаційних і соціально-економічних умов для забезпечення реалізації державної політики у сфері туризму і курортів.

Завданнями Стратегії є:

визначення законодавчих, інших нормативно-правових, соціально-економічних, організаційно-управлінських засад з метою удосконалення туристичної діяльності та розвитку курортної діяльності;

підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері туризму і курортів, формування і впровадження ефективної моделі державного управління з метою узгодження та забезпечення захисту інтересів учасників туристичної та курортної діяльності;

посилення ролі громадських організацій в утвердженні принципів розвитку туризму і курортів, удосконалення наявних і запровадження нових механізмів взаємодії центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, підприємств, наукових установ і навчальних закладів;

формування туристичного і курортного простору з метою раціонального та ефективного використання туристичних, природних лікувальних та рекреаційних ресурсів шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму і курортів, розроблення і впровадження конкурентоспроможного національного туристичного продукту;

забезпечення безпеки туристів і осіб, що подорожують, а також громадян, що потребують медичної реабілітації, захисту їх прав та законних інтересів;

сприяння вихованню дітей і молоді на засадах патріотизму, любові до України, поваги до народних звичаїв, традицій, культурних цінностей Українського народу, інших націй і народів, до природи;

сприяння поліпшенню інвестиційного клімату у сфері туризму і курортів;

раціональне використання фінансових і матеріальних ресурсів у туристичній та курортній діяльності, наповнення бюджетів усіх рівнів за рахунок джерел від результатів цієї діяльності та збільшення обсягу надходження валютних коштів;

забезпечення ефективності та конкурентоспроможності курортної діяльності шляхом широкого впровадження новітніх технологій у лікувально-діагностичній роботі та реабілітації хворих, удосконалення матеріально-технічної бази, здійснення систематичного контролю за якістю послуг, що надаються;

створення нових робочих місць, забезпечення розвитку малого та середнього підприємництва у сфері туризму і курортів, розширення сфери зайнятості сільського населення у туристичній та курортній діяльності;

створення рівних умов для всіх суб'єктів туристичної та курортної діяльності, передумов для розвитку ефективного і прозорого туристичного та курортного ринку;

удосконалення сучасного державного обліку, посилення контролю за туристичною та курортною діяльністю;

розроблення та впровадження сучасних методик:

— визначення впливу сфери туризму і курортів на формування макроекономічних показників країни, регіонів, зокрема, через впровадження сателітних рахунків;

— оцінки екологічних ризиків та прогнозу впливу на навколишнє природне середовище під час провадження туристичної та курортної діяльності;

розроблення державної та місцевих програм розвитку туризму і курортів;

забезпечення розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму і курортів, формування позитивного туристичного та санаторно-курортного іміджу держави;

охорона і збереження природних об'єктів та екосистем на територіях, де розташовується більшість курортних і туристичних об'єктів;

проведення обов'язкової екологічної експертизи під час облаштування туристичної та курортної інфраструктури на територіях об'єктів, що належать до природно-заповідного фонду;

забезпечення безпеки туристів і осіб, що подорожують, а також громадян, що потребують медичної реабілітації, захисту законних прав та інтересів усіх суб'єктів туристичної та курортної діяльності;

підвищення якості складових туристичного продукту шляхом створення системи сертифікації об'єктів туристичних відвідувань, забезпечення розвитку туристичної та курортної інфраструктури, ліцензування у сфері туризму і курортів;

розвиток туристичної та курортної інфраструктури, а саме реконструкція наявних і будівництво нових засобів розміщення, закладів харчування та інших об'єктів туристичної та курортної інфраструктури;

сприяння розвитку транспортної, комунальної, прикордонної та митної інфраструктури;

збереження об'єктів національної культурної спадщини, зокрема таких, як національні заповідники «Софія Київська», «Гетьманська столиця», «Херсонес Таврійський», «Чигирин», «Хортиця», Шевченківський національний заповідник у м. Каневі, біосферний заповідник «Асканія-Нова» імені Ф. Фальц-Фейна і Чорноморський біосферний заповідник, історичний центр м. Львова та Чернігова, культурний ландшафт та каньйон м. Кам'янця-Подільського, букові праліси Карпат, замки, фортеці, палаци тощо, формування необхідної туристичної інфраструктури;

сприяння створенню конкурентоспроможного туристично-курортного комплексу Автономної Республіки Крим з цілірочним функціонуванням;

сприяння формуванню необхідної туристичної інфраструктури в межах і навколо міст, в яких відбуватимуться матчі фінальної частини чемпіонату Європи 2012 з футболу;

запобігання недобросовісній конкуренції та недопущення монополізму у туристичній і курортній діяльності;

формування сприятливого для розвитку туризму і курортів податкового клімату;

розвиток в'їзного та внутрішнього туризму;

розвиток кадрового потенціалу сфери туризму і курортів;

удосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму і курортів;

розроблення схем та генерального плану розвитку туристичних територій;

створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів;

запровадження державного моніторингу курортно-оздоровчих і рекреаційних територій та природних лікувальних ресурсів;

дотримання режиму зон санітарної охорони, а також законодавства щодо використання земель курортного призначення, раціонального використання та якості природних лікувальних ресурсів;

формування інформаційного простору сфери туризму і курортів;

створення єдиної системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Основні напрями реалізації Стратегії

Основними напрямками реалізації Стратегії є:

1) вирішення комплексу організаційних питань щодо розроблення та прийняття законодавчих і нормативно-правових актів, спрямованих на виконання основних завдань Стратегії, що дасть змогу:

оновити нормативно-правову базу з питань туризму і курортів;

адаптувати законодавство України у сфері туризму і курортів до відповідних директив і стандартів ЄС;

розробити проекти законів та інші нормативно-правові акти щодо визначення правового режиму туристичних і природних лікувальних ресурсів;

визначити на законодавчому рівні спрощений порядок набуття прав на об'єкти незавершеного будівництва, майнові комплекси державної та комунальної власності, які можуть бути запропоновані інвесторам для спорудження об'єктів туристичної інфраструктури, зокрема на засадах концесії;

розробити механізм державної підтримки впровадження туристичного продукту соціального характеру;

2) розвиток кадрового потенціалу сфери туризму і курортів, що забезпечить:

удосконалення законодавства з питань, пов'язаних із забезпеченням зайнятості населення у сфері туризму і курортів;

запровадження підготовки фахівців за спеціальностями у сфері туризму і курортів відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня та внесення відповідних змін до законодавства про освіту;

удосконалення законодавства в частині підвищення кваліфікаційних вимог до суб'єктів туристичної та курортної діяльності;

розроблення проектів нормативно-правових актів щодо правового статусу туристів, осіб, що подорожують, захисту їх законних прав та інтересів;

3) державна підтримка збереження туристичних і природних лікувальних ресурсів, їх комплексний розвиток, раціональне та ефективне використання, що забезпечить:

удосконалення нормативно-правової бази з питань виявлення, оцінки, інвентаризації ресурсів, їх паспортизації, ресстрації, визначення правового режиму туристичних і природних лікувальних ресурсів, їх моніторингу на відповідність нормативним вимогам;

внесення змін до законодавства щодо визначення правового режиму туристичних ресурсів;

створення та ведення державного реєстру туристичних територій;

прийняття відповідних рішень щодо оголошення природних територій курортними територіями державного та місцевого значення;

створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів;

запровадження державного моніторингу курортно-оздоровчих і рекреаційних територій та природних лікувальних ресурсів;

дотримання режиму зон санітарної охорони курортів;

4) створення єдиної системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту та санаторно-курортних послуг, що забезпечить:

визначення на законодавчому рівні та узгодження механізму дистанційного продажу туристичних та курортних послуг (зокрема через Інтернет);

розроблення проєктів нормативно-правових актів щодо посилення відповідальності за розповсюдження недобросовісної реклами у сфері туризму і курортів.

Фінансове забезпечення

Реалізація Стратегії здійснюється за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів підприємницької діяльності усіх форм власності, громадських організацій, цільових кредитів банків, міжнародної технічної допомоги, інвестиційних коштів, інших джерел згідно із законодавством.

Етапи реалізації Стратегії

На першому етапі реалізації Стратегії передбачається забезпечити:

формування нормативно-правової бази, гармонізованої з вимогами Європейського Союзу, з питань розвитку сфери туризму і курортів;

формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту;

активізацію підприємницької діяльності та діяльності суб'єктів господарювання у сфері туризму і курортів;

інформаційну підтримку сфери туризму і курортів;

проведення моніторингу природних туристичних і природних лікувальних ресурсів;

підвищення ефективності управління сферою туризму і курортів;

розвиток в'їзного та внутрішнього туризму;

залучення інвестицій для розвитку матеріально-технічної бази сфери туризму і курортів;

поліпшення якості надання послуг з екскурсійного обслуговування;

безпеку туристів і осіб, що подорожують.

На другому етапі буде забезпечено:

розвиток туризму і курортів з урахуванням рівня життя, традицій та культури населення;

розвиток кадрового потенціалу у сфері туризму і курортів;

збереження ресурсного потенціалу у зазначеній сфері;

встановлення контролю за використанням туристичних і природних лікувальних ресурсів;

створення системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту;

поглиблення міжнародного співробітництва.

На третьому етапі передбачається забезпечити:

раціональне використання та охорону туристичних і природних лікувальних ресурсів;

узгодженість інтересів суб'єктів підприємницької діяльності, громадян у сфері туризму і курортів;

збалансованість усіх складових елементів розвитку туризму і курортів як соціально відповідальної, екологічно спрямованої та економічно ефективної діяльності;

надання високоякісних послуг відповідно до потреб туристів і осіб, що подорожують;

дотримання конституційних прав громадян у сфері туризму і курортів.

На всіх етапах повинен проводитися постійний моніторинг і контроль за здійсненням зазначених заходів.

Очікувані результати

Реалізація Стратегії сприятиме:

поліпшенню якості життя населення;

зростанню частки туризму і курортів у формуванні внутрішнього валового продукту;

додержанню визначених державних соціальних гарантій стосовно кожного громадянина незалежно від місця його проживання;

створенню умов для розвитку окремих територій, своєчасного і комплексного розв'язання проблем охорони навколишнього природного середовища;

відродженню національної культури та народних ремесел, формуванню національної самосвідомості та вихованню молоді на засадах патріотизму;

збереженню і відновленню унікальних природних та історико-культурних ресурсів, історичних місць України, залученню інвестицій у розвиток інженерно-транспортної та комунальної інфраструктури;

істотному поліпшенню стану навколишнього природного середовища на територіях об'єктів туристичної та курортної інфраструктури;

зменшенню невиправданих бюджетних витрат, раціональному використанню фінансових і матеріальних ресурсів, наповненню бюджетів усіх рівнів, надходженню валютних коштів;

створенню нових та збереженню наявних робочих місць, розвитку малого та середнього підприємництва у сфері туризму і курортів, розширенню сфери тимчасової зайнятості населення у сільській місцевості;

сталому розвитку регіонів з метою підвищення якості життя населення, подолання бідності та безробіття, формування середнього класу;

підвищенню безпеки туристів і осіб, що подорожують, захисту їх прав, законних інтересів і збереженню майна;

створенню рівних умов для суб'єктів туристичної та курортної діяльності, передумов для розвитку ефективного та прозорого туристичного ринку;

створенню сучасних об'єктів туристичної та курортної інфраструктури в межах територій з високою концентрацією природних та історико-культурних туристичних і рекреаційних ресурсів;

удосконаленню системи інформаційного забезпечення сфери, створенню сприятливих умов для забезпечення рівного доступу до інформації;

істотному підвищенню ефективності державної політики у сфері туризму і курортів, виконанню державою функцій з координації, планування, регулювання, стимулювання, формування національного туристичного продукту, стандартизації та сертифікації тощо;

удосконаленню наявних і запровадженню нових ефективних механізмів взаємодії центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, неприбуткових громадських організацій у сфері туризму, відповідних підприємств, наукових установ, навчальних закладів у забезпеченні розвитку туризму і курортів;

розробленню державної та місцевих програм розвитку туризму і курортів, економічно обґрунтованих планів їх виконання, у тому числі в рамках програм соціально-економічного розвитку регіонів;

розвитку міжнародного співробітництва та євроінтеграційних процесів у сфері туризму і курортів, покращенню туристичного, лікувально-оздоровчого іміджу держави;

зростанню обсягів інвестицій у сфері туризму і курортів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес, ціноутворення, конкуренція, регулювання / Л.Г.Агафонова, О.С.Агафонова. – К.: Знання, 2002. – 351 с.
2. Азов Г.Л. Конкуренція: аналіз, стратегія, практика / Г.Л.Азов – М.: Центр економіки та маркетингу, 1996. – 364с.
3. Алейнікова Г.М. Організація і управління турбізнесом: навчальний посібник / Г.М. Алейнікова. - Донецьк: ДІТБ, 2002. – 184с.
4. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: МГУ, 2004 – 463с.
5. Алымов А.Н., Емченко В.Н. Конкурентоспособность национальной экономики / А.Н. Алымов, В.Н. Емченко. – К.: Препр. НАН Украины. Ин-т экономики, 2001. – 59 с.
6. Амоша А.И. Проблемы экономической оценки рекреационных ресурсов/ А.И.Амоша.–Донецк: Препр.НАН Украины. Ин-т экономики, 1987.–25 с.
7. Амоша О.І. Особливості розвитку прикордонного співробітництва промислового регіону/ О.І.Амоша // Економіст. – 2003. -№9. – С.28-30.
8. Анастасова Л. Маркетинговые исследования в туризме / Л.Анастасова. – Бургас: Селекта, 1998. – 164с.
9. Артеменко В.Б. Соціально-економічний моніторинг регіонів обласного рівня: концепція та методичний інструментарій / В.Б.Артеменко// Регіональна економіка. – 1998. - №3. – С.87-94.
10. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів за 2008 рік. – Режим доступа : <http://www.tourism.gov.ua/publicationslist.aspx/>
11. Бабарицька В.К. Екскурсознавство і музеєзнавство: Навчальний посібник/ В.К.Бабарицька, А.Я.Короткова, О.Ю.Малиновська. – К.: Альт прес, 2007. - 464с.
12. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание: учебн. пособие/ С.И.Байлик. – К.: ВИРА-Р, 2002. – 250с.
13. Балабанов И.Т. Экономика туризма: учебн.пособие / И.Т.Балабанов, А.И.Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 176с.
14. Балабанов Г.В. Територіальний соціально-економічний моніторинг в Україні / Г.В.Балабанов, В.В.Вишневський. – К.: Нора-друк, 2001. – 58с.
15. Базилевич В. Метафізика економіки: ідея, смисл, призначення / В. Базилевич // Банківська справа. – 2006. - №1. – С.29.
16. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України. Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія/ О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний центр Київський університет, 2001.–395с.
17. Бейдик О.О. Туристичні ресурси України/ О.О. Бейдик. – К.: Альтпрес, 2005. - 110с.
18. Берестовая Ю.А. Особенности франчайзинга в Украине/ Ю.А.Берестовая, Е.Г.Кошелева // Матеріал 7-ої Міжнародної наукової конференції студентів і молодих вчених «Економіка і маркетинг в ХХІ сторіччі» в 2-х частинах. – Ч-1. – Донецьк: ДРУК-ІНФО. – 2006. – С.27-29.
19. Беспалова М.О. Фактори ендогенного розвитку екскурсійного обслуговування в умовах інтеграції України в Європейську спільноту (на прикладі Одеського регіону)/ М.О.Беспалова, С.Г.Нездоймінов// Індустрія гостинності у країнах Європи. Мат-ли II-ої міжн. наук.-практ. конф. 26-28 грудня 2008р.- Сімферополь: Центр розвитку освіти, науки та інновацій, 2008. – С.56-59.

20. Беленький П.Ю. Регіональна політика збалансованого соціально-економічного розвитку / П.Ю.Беленький, О.О.Другов // Регіональна економіка. – 2005. – №1. – С.96-106.
21. Биркович В.І. Модернізація туристичного рекреаційного потенціалу регіонів України / В.І.Биркович // Статистика України. – 2006. - №3. – С.83-86.
22. Бобкова А.Г. Правовое обеспечение рекреационной деятельности: монография / А.Г.Бобкова. – Донецк: Юго-Восток, 2000. – 308с.
23. Борушак М.А. Концептуальні підходи до визначення дефініції «туристичний регіон» / М.А. Борушак // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2006. - №10. – С.104-112.
24. Борушак М.А. Развитие туризма в Польше: региональный аспект / М.А. Борушак // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ. – 2008. – Вип. №33. – С.366-372.
25. Буркинський Б.В. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015рр.) „Шляхом європейської інтеграції” / Б.В. Буркинський, В.М. Василенко // Національний інститут стратегічних досліджень; Інститут економічного прогнозування НАН України. – К., 2004. – С.12-27.
26. Бутенко А.И. Управление предпринимательством: критерии эффективности / А.И. Бутенко, И.Н. Сараева. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины. – Феникс, 2004. – 364с.
27. Бутенко А.І. Підприємництво в Україні: напрямки розвитку: монографія/ А.І. Бутенко, І.М. Сараєва, С.В. Якимов. – Одеса: ІПРЕД НАН України. – Фенікс, 2007. – 168с.
28. Василенко В.А. Менеджмент устойчивого развития предприятий. монография / В.А.Василенко. – К.: ЦУЛ, 2005. – 644с.
29. Василенко В.А. Кластеризация малых предприятий и конкурентные стратегии их развития / В.А.Василенко, А.Н.Диденко // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Экономические науки. – 2007. – Вып.10. – С.73-78.
30. Василенко В.А. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества малых предприятий рекреационной сферы / В.А.Василенко, А.Н.Диденко // Культура народов Причерноморья. – 2007. - №112. – С.24-29.
31. Великий тлумачний словник сучасної української мови. /Уклад. голов. Ред. Бусел В.Т. – К.-Ірпінь: ВТФ «Перун», 2001. – 1020с.
32. Война А.И. Социально-экономическая эффективность взаимодействия туристических предприятий, moteley и кемпингов в организации регионального туризма / А.И.Война, С.Г.Нездойминов // Економіка і маркетинг в ХХІ сторіччі в 2-х частинах: матеріали 7-ої міжнар. конф. студентів і молодих вчених.– Донецьк: ДРУК-ІНФО, 2006.– Т.2. -С.60-63.
33. Воробйова О.А. Проблеми природокористування та сталого розвитку в рекреаційно-туристичній сфері: монографія / О.А. Воробйова, І.М. Дишловий, С.К. Харічков. – Одеса: ІПРЕД НАН України, 2009. – 374с.
34. Гаврилюк С.П. Методичні підходи визначення конкурентоспроможності туристичних підприємств / С.П.Гаврилюк // Вісник Київського державного торгово-економічного університету. - №2 – 2000. – С.50-59.
35. Гайдук А. Туризм в Німеччині: стан і тенденції розвитку / А.Гайдук // Регіональна економіка. – 2000. - №3. – С.176-177.

36. Галасюк С.С. Місце України в структурі світового туристичного ринку / С.С. Галасюк // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ. – 2008. – Вип. №33. – С.373-379.
37. Галь В. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні /В. Галь // Вісник НБУ. – Січень 2003. – С.13-15.
38. Гальчинський А. Проблеми демократизації економіки / А.Гальчинський// Економіка України. – 2005. - №11. – С.4-11.
39. Географічна енциклопедія України. В 3- томах. – К.:УРЕ. - 1989-1991pp. – 1360с.
40. Георгиев А. Туроператорська, агентська та транспортна діяльність в туризмі / А. Георгиев, М.Василева//– Софія: Паралакс, 2000. – 200с.
41. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса: учебн. пособие / В.Г. Герасименко. – Одесса, Черноморье, 1997. – 160с.
42. Герасименко В.Г. Стратегія розвитку підприємницького потенціалу в туристичних регіонах України/ В.Г. Герасименко, С.Г. Нездоймінов // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. пр. – Вип. 32. – Одеса: ОДЕУ – 2008. – С.64-70.
43. Герасимчук В. Комплексная оценка уровня устойчивого развития регионов Украины / В.Герасимчук// Экономика Украины. – 2001. - №2. – С.34-42.
44. Герасимчук В. Управление предприятием как социально-экономической системой: функциональный подход / В.Герасимчук// Экономика Украины. – 2003. - №4. – С.12-18.
45. Гиссин В.И. Управление качеством: учебн. пособие / В.И. Гиссин. – Ростов/нД., 2003. – 396с.
46. Гладкий Ю.Н. Основы региональной политики/ Ю.Н. Гладкий, А.И. Чистобаев// – СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 1998. – 287с.
47. Гладкий Ю.Н. Регионоведение. / Ю.Н. Гладкий, А.И. Чистобаев// – М.: Гардарики, 2000. – 323с.
48. Горішевський П.А. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності: навч. посіб./ П.А. Горішевський, В.П. Васильєв, Ю.В. Зінько. - Івано-Франківськ: Місто НБ, 2003. – 144с.
49. Господарський кодекс України // ВВР. – 2003. №18, №19-20, №21-22, ст.144.
50. Гражевська Н. Траєкторії економічних трансформацій в умовах глобалізації / Н.Гражевська // Банківська справа. – 2006. – №4. - С.33.
51. Губенко П.Т. Регіональні аспекти інноваційного розвитку: монографія / П.Т. Губенко. – Харків: НГУ «ХПУ», 2002. – 316с.
52. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В.Г.Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304с.
53. Гуменюк Ю.П. Активізація туристичного процесу як один із шляхів вирішення проблем регіонального розвитку / Ю.П. Гуменюк // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2006. – №10. – С.118-124.
54. Гурьев В.А. Оценка основных факторов эколого-туристической привлекательности территории проектируемого Национального парка «Нижнеднестровский» / В.А.Гурьев, Т.П.Шанина // Устойчивое развитие экологического туризма на Черноморском побережье: сб. материалов 3-го симпозиума. – Одеса: ЦНТЭИ, 2003.- С.58-61.
55. Даниленко Н.Н. Концепция развития туризма в регионе: основные положения / Н.Н.Даниленко, И.И.Думова, Р.Р.Липнягова, Д.А.Николаев // Регион. – 2003. - №4. – С.37-39.

56. Данилишин Б.М. Природно-ресурсний потенціал сталого розвитку України / Б.М. Данилишин, С.І. Дорогунцов, В.С. Міщенко, Я.В. Коваль, О.С. Новоторов, М.М. Паламарчук. – Київ: РВПС України, 1999. – 716с.
57. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса: учебное пособие/ В.Ф. Данильчук // Донецк: Донецкий институт туристического бизнеса, 2000. – 146с.
58. Дейнека О.І. Кластери та конкурентоспроможність прикордонних територій / О.І. Дейнека, В.В. Демченко // Регіональна економіка. – 2008. – №2. – С.276-279.
59. Деминг Е.В. Выход из кризиса. / Е.В. Деминг. - Тверь: Альба, 1994. – 497с.
60. Дехтяр Г.М. Лицензирование, стандартизация и сертификация в туризме: учебник // Г.М. Дехтяр. – М.:ИНФО, 2002 – 248с.
61. Діденко О.М. Розвиток конкурентоспроможності малих підприємств рекреаційної сфери Криму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.04 «Економіка і управління підприємствами» / О.М.Діденко – Сімферополь, 2009.-20 с.
62. Джуран Д. Все о качестве: зарубежный опыт: Вып. 2. Высший уровень руководства и качество/ Д.Джуран. – М. Изд-во стандартов, 1993. – 232с.
63. Долішній М.І. Основи регіоналізації: концептуальний підхід/ М.І. Долішній, С.М. Злупко // Регіональна економіка. – 2003. - №3. – С.7-20.
64. Долішній М.І. Ринкові механізми регіонального управління / М.І. Долішній, О. Мошенець// Регіональна економіка. – 2001. - №1. – С.7-17.
65. Долішній М.І. Актуальні завдання інтенсифікації соціально-економічного розвитку регіонів України / М.І. Долішній // Регіональна економіка. – 2005. - №3. – С.7-15.
66. Древницкая О.В. Бренд-менеджмент туроператора в региональном туризме / О.В.Древницкая, С.Г.Нездойминов // Туризм, курорты и наука: материалы II-й республиканской научно-практической конференции сент. 2004. – Симферополь: ТНУ, 2004. – С.77-80.
67. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: учебн. пособие. – СПб.: «Питер», 2008. – 384с.
68. Дюжев С.А. Планувальне рішення рекреаційного процесосередовища міста (на прикладі Труханівського острова в м.Києві) / С.А. Дюжев // Устойчивое развитие экологического туризма на Черноморском побережье: сб. материалов 3-го симпозиума. – Одесса: ЦНТЭИ, 2003. – С.84-97.
69. Дядечко Л.П. Экономика предприятий туристического бизнеса: конспект лекций / Л.П. Дядечко. – Донецк: Донецкий ин-т турист. бизнеса, 2003. – 156с.
70. Еколого-економічна оцінка розвитку територій (на прикладі промислов-рекреаційної зони „Пересип-Лузанівка”). – Під наук. ред.. проф.. Т.П. Галушкіної. – Одеса: ТОВ „Інватц”, 2007. - 44с.
71. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку/ За ред. Гейця В.М. – К.: Інститут економіки прогнозування: Фенікс, 2003. – 820с.
72. Економічна енциклопедія у 3 т. / [редкол.: С.В. Мочерний (відпов. ред.) та ін.]. – К.: Видавнич. центр «Академія», 2002. – Т.3. - С.687.
73. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму/ В.К.Євдокименко. – Чернівці: Прут, 1996. – 287 с.
74. Жарова Л.В. Екологічне підприємництво та екологізація підприємництва : теорія, організація, управління: монографія / Жарова Л.В., Какутич Є.Ю., Хлобистов Є.В. –Суми: Університетська книга, 2009. -240 с.

75. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе/ М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 214с.
76. Закон Украины «О предпринимательстве» //Закон Украины. Ведомости ВС. – 1991. - №14. – 25 січня – Ст.27.
77. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» 19.10.2000 р. №2063-III// ВВР України. – 2000. - №11. – 21 листопада. – Ст.34.
78. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» // Урядовий кур'єр. – 1996. – 29 червня – С.1-2.
79. Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності». // Урядовий кур'єр. – 1995. – 26 серпня – С.2-3.
80. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств». / Верховна Рада України. – Офіц.вид. – К.: Парламентське видавництво. – 1998.– 102с.
81. Закон України «Про туризм» // Відомості Верховної Ради України. – 1995. - №31. – К.: Видавництво Верховної Ради.
82. Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного та соціального розвитку України» від 23.03.2000 р. №1602-14-ВР//Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
83. Закон України «Про генеральну схему планування території України» від 07.02.2002р. №3059-111-ВР// Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
84. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» від 08.09.2005р. №2850-IV-ВР// Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
85. Закон України «Про особисте селянське господарство» від 15.05.2003р. №742// Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
86. Зверяков М.І. Основні тенденції, проблеми та перспективи економічного розвитку Одеської області. / М. І. Зверяков. - Економіст.- 2010. - №10. – С.38-39.
87. Захарін С.В. Механізм державного регулювання: монографія /С.В.Захарін. – К.: ІЕ НАНУ, 2003. – 161с.
88. Захарчин Г.М. Основи підприємництва: навч. посіб. / Г.М.Захарчин. – К.: Знання, 2008. – 437с.
89. Зінько Ю. Аналіз туристичного потенціалу Карпатського регіону для потреб розвитку туристичних продуктів та інфраструктури / Ю. Зінько, Р. Лозинський, М. Мальская, Н. Мандюк та інші.// Черноморская каравелла – 2004.: сб. материалов симпозиума-фестиваля 27-29 мая 2004г.- Одесса: ЦНТЭИ, 2004. – С.63-71.
90. Інфраструктурне забезпечення конкурентної економіки регіонів (методологія і механізми)/ НАН України, Інститут регіональних досліджень: наук. ред. д.е.н., проф. П.Ю.Беленький. – Львів, 2002. – 308с.
91. Ісмаїлова Д.А. Міжнародний напрямок туризму як складова інноваційної моделі стратегічного розвитку України /Д.А.Ісмаїлова // Торгівля і ринок України: зб. наук.праць. – Вип.17. – Т. III- Донецьк: Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М.І.Туган-Барановського. – 2004. – С.144-152.
92. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики /Ю.Б.Иванов. – Харьков: ХГЭУ, 1997. – 246с.
93. Игнатенко А.Н. Рекреационные территориальные системы: научные основы развития и функционирования: учебн. пособие /А.Н. Игнатенко. – Черновцы: Черновицкий государственный университет, 1989. – 87с.
94. Изард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах /У.Изард. – М.: Прогресс, 1966. – 656с.

95. Ісаченко Д.А. Малі підприємства в трансформаційній економіці регіону: монографія /Д.А. Ісаченко. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2009. – 406с.
96. Керецман В.Ю. Державне регулювання регіонального розвитку: теоретичні аспекти: монографія /В.Ю. Керецман. – К.: Вид-во ІАДУ, 2002. – 188с.
97. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні /В.Ф.Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300с.
98. Кифяк В.Ф. Розвиток сфери туризму та рекреації в контексті стратегії економічної політики регіону /В.Ф.Кифяк // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2006. - №10. – С.112-119.
99. Коломійчук В. Стратегічні засади соціально-економічного розвитку регіону (на матеріалах Тернопільської області)/ В. Коломійчук, Л. Шевчук, С. Шульга. - Львів-Тернопіль, 2002. – 271с.
100. Коніщева Н.Й. Шляхи розвитку природно-заповідних територій Донецької області в контексті сталого розвитку / Н.Й.Коніщева // Регіональна економіка. – 2004. - №4. – С.127-139.
101. Коніщева Н.Й. Координація дій у сфері туризму на обласному рівні/ Н.Й. Коніщева, Л.І.Давиденко// Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту, Київського національного торговельно-економічного університету. – Вип.IV. – 4.1. - №8 – Чернівці, 2005.- С.146-151.
102. Концепція розвитку туризму в Одесі на 2007-2015 гг.// Одесский вестник. – 2008. - №5-6.
103. Концепція державної регіональної політики. Наказ Президента України від 25.05.2001р. №341/2001. – 11с.// Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
104. Концепція створення системи рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання. Розпорядження КМУ від 01.04.2004 р. №208-р.// Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
105. Костриця М.М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер «Древлянська земля»): монографія/ М.М. Костриця: заг.ред. Є.І.Ходаківського; заг.ред. Ю.С.Цал-Цалка. – Житомир: ЖДТУ, 2006. – 219с.
106. Котарбинський Т. Трактат о хорошей работе / Т.Котарбинский. – М.: Наука, 1975. – 204с.
107. Котилко В.В. Региональная экономическая политика: учебн. пособие /В.В.Котилко. – М.: Изд-во РДЛ, 2001. – 186с.
108. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм./ Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 2005 – 483с.
109. Крайник О.П. Економічний розвиток регіону: монографія /О.П. Крайник: за ред. Акад. НАН України М.І. Долішного. – Львів: Ліга-Прес, 2002. – 294с.
110. Кузьменко Л.М. Управление функционированием и развитием экономики региона: монография /Л.М. Кузьменко. - Донецк: НАН Украины: Ин-т экономики промышленности, 2004. – 284с.
111. Кузьменко А.В. Перспективы развития устойчивого туризма в ялтинской рекреационной зоне Азовского побережья./ А.В. Кузьменко, В.Ф. Данильчук, Г.М. Алейникова, А.Я. Бовсуновская // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2001. - №5. – С.251-261.
112. Кузьменко А.В. Состав и структура дестинаций на побережье Азовского моря Донецкой области / А.В. Кузьменко, В.Ф. Данильчук // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2002. - №6. – С.277-285.
113. Кузнецова Н.М. Тенденції розвитку та інвестиційна привабливість готельного бізнесу Одеського регіону / Н.М. Кузнецова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб.наук.праць. – Вип.33.- Одеса: ОДЕУ. – 2008. – С.386-392.

114. Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практика: навчальний посібник / В.В. Кулішов. – К.: Ніка-Центр, 2002. – 216с.
115. Кухарська Н.О. Організація та розвиток транскордонного співробітництва в єврозоні Нижній Дунай / Н.О. Кухарська // Регіональна економіка. – 2008. – №1. – С.13-22.
116. Кушлин В.И. Траектории экономических трансформаций/ В.И. Кушлин. – М., 2004. – С.9.
117. Липчук В.В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку: монографія / В.В. Липчук, Н.В.Липчук. – Львів: СПОЛОМ, 2008. – 160с.
118. Лукьянова Л.Г. Рекреационные комплексы: учебн. пособие./ Л.Г. Лукьянова, В.И. Цыбук; под общ. ред. В.К. Федорченко. – К.: Вища школа, 2004. – 346с.
119. Лук'янова Л.Г. Уніфіковані технології готельних послуг: навч. посібник/ Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч; за ред. проф. В.К.Федорченко. – К.: Вища шк., 2001. – 237с.
120. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 3-е вид., перероб. та доп./О.О.Любіцева. – К.: Альтпрес, 2005. – 436с.
121. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / О.О. Любіцева, Є.В. Панкова, В.І. Стафійчук. – К.: Альтпрес, 2007. – 283с.
122. Любіцева О.О. Сталій розвиток туризму в Україні як один із шляхів посилення конкурентних позицій на ринку міжнародного туризму /О.О.Любіцева // Вісник соціально-економічних досліджень: зб.наук.праць. – Вип.33.- Одеса: ОДЕУ. – 2008. – С.393-397.
123. Макогон Ю.В. Формы и направления межрегионального трансграничного сотрудничества: монография, изд. 2-е, исп. и дополн./ Ю.В. Макогон, В.И. Ляшенко// – Донець: ООО «Юго-Восток ЛТД», 2003. – 512с.
124. Максимов В.В. Економічний потенціал регіону (аналіз, оцінка та використання): монографія / В.В.Максимов. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2002. – 360с.
125. Мальська М.П. Планування діяльності туристичних підприємств: навч. посіб./ М.П. Мальська, О.Ю. Бордун// – К.: Знання, 2005. – 234с.
126. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України /В.І. Мацола. – Львів, 1997. – 103с.
127. Мельниченко С.В. Соціально-економічне значення та проблеми розвитку сільського зеленого туризму в Україні / С.В. Мельниченко, А.Ю. Ерменко // Черноморская каравелла – 2004.: сб. материалов симпозиума-фестиваля 27-29 мая 2004г. - Одесса: ЦНТЭИ, 2004. – С.93-96.
128. Мельниченко Т.В. Новые формы малого предпринимательства в гостиничном бизнесе / Т.В.Мельниченко, С.Г.Нездойминов// Економіка і маркетинг в ХХІ сторіччі в 2-х частинах. – Т.2.: матеріали 7-ої Міжнар.конф. студентів і молодих вчених. – Донецьк: ДРУК-ІНФО, 2006. – с.16-18.
129. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: учебник /В.С.Квартальнов, И.В.Зорин. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 288с.
130. Методология оценки рекреационных территорий: монография /В.Ф. Данильчук, Г.М. Алейникова, А.Я. Бовсуновская, С.Н. Голубничая. – Донецьк: Донецкий институт туристического бизнеса, 2003. – 197с.
131. Методичні рекомендації щодо формування регіональних стратегій розвитку. Наказ Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України від 29.07.2002р. №224. – 17с. // Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
132. Методичні матеріали до проведення тренінгу. Практичне ведення підприємницької діяльності (для діючих підприємств): прак. посіб./ А.І.Ковальов, С.А.Горшкова; За ред. А.І.Ковальова. – Одеса: Екологія, 2006. – 162 с.

133. Методика розрахунків обсягів туристичної діяльності. Затверджено Наказом Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України №142/394 від 12.11.2003р. №1282-IV //Офіційний вісник України. – 2003. -№50. – Ст.2600. – С.34-55.
134. Мікула Н.А. Міжрегіональне та транскордонне співробітництво: монографія / Н.А.Мікула. – Львів: ІРД НАН України, 2004. – 395с.
135. Мікула Н.А. Транскордонні кластери /Н.А.Мікула, О.І.Пастернак// Регіональна економіка. - 2009. - № 2. - С. 228-229.
136. Михайлюк О.Л. Критерії оцінки інвестиційної привабливості Одеської області/ О.Л. Михайлюк, Л.В. Сухіна// Науковий вісник ОДЕУ. – 2008. -№2 (58). – С.3-13.
137. Мировой рейтинг туризма // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – №2. – С.8-11.
138. Моніторинг основних показників соціально-економічного розвитку регіонів України // Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
139. Музиченко-Козловська О. Методика оцінки туристичної привабливості регіону /О. Музиченко-Козловська // Регіональна економіка. – 2006. - №1. – С.218-228.
140. Мунін Т.Б. Маркетинг туризму: навч. посібник / Т.Б. Мунін, З.І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, А.О. Зміїв – Ч.І. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2002. – 259с.
141. Нездоймінов С.Г. Формування кластерної стратегії розвитку підприємництва в регіональному туристично-рекреаційному комплексі /С.Г. Нездоймінов // Економічні інновації: Випуск 38: Формування економічних стратегій розвитку підприємства, регіону, держави. Зб.наук.праць. – Одеса: ІПРЕД НАН України, 2009. – С.134-143.
142. Нездоймінов С.Г. Шляхи удосконалення механізму державного регулювання підприємницької діяльності в сфері рекреації та туризму / С.Г. Нездоймінов, Д.М. Заболотний // Науковий вісник. – Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. – 2010. – №13(114). – С.203-211.
143. Нездоймінов С.Г. До проблем формування сучасної концепції підприємництва в туризмі / С.Г. Нездоймінов// Науковий вісник. – Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. – 2008. – №2(58). – С.82-95.
144. Нездоймінов С.Г. Економіка турфірми. Практикум: навч. посібник / С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2008. – 240с. (Сер. „Підприємство в туризмі”).
145. Нездоймінов С.Г. Моніторинг ринку екскурсійних послуг: підприємницький аспект розвитку регіональної економіки / С.Г. Нездоймінов// Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. – Вип.33. – Одеса: ОДЕУ. – 2008. – С.398-405.
146. Нездойминов С.Г. Проблемы рыночного равновесия на туроператорском рынке регионального туризма / С.Г. Нездойминов// Черноморская каравелла – 2004.: сб. материалов симпозиума-фестиваля 27-29 мая 2004г. – Одесса: ЦНТЭИ, 2004. – С.106-111.
147. Нездоймінов С.Г. Наукова парадигма підприємництва в економічній системі туризму / С.Г. Нездоймінов// Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2008. - №12. – С.56-64.
148. Нездоймінов С.Г. До визначення сучасних проблем регіонального розвитку сільського зеленого туризму в економіці природокористування/ С.Г.Нездоймінов// Науковий вісник. – Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська

- асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. – 2009. – №4(82). – С.43-50.
149. Нездоймінов С.Г. Соціально-економічні фактори розвитку підприємництва в туристичних регіонах України/ С.Г.Нездоймінов // Таврійський економічний журнал. – Сімферополь: Кримський інститут бізнесу. Науковий журнал. – 2008. - №1. – С.27-33.
 150. Нездоймінов С.Г. Сучасні функції підприємницької діяльності в економічній системі туризму: тези доповіді міжнародної науково-практичної конференції/ С.Г.Нездоймінов// [Економіка. Менеджмент і маркетинг невиробничої сфери: теорія, практика, перспективи. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 17-19 квітня 2008р.] – Ялта: РВНЗКУ, 2008. – С.115-117.
 151. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія/ Нездоймінов С.Г. – Одеса: Астропринт, 2009. – 304с.
 152. Нездойминов С.Г. Практические рекомендации по предоставлению услуг в сфере сельского зеленого туризма: под. ред. А.Галицкой и В.Стойковой/ Галицкая А., Горшковский П., Нездойминов С., Новожилова О., Стойкова В. – Вилково: Придунайский туристический информационный центр, 2007. – 80с.
 153. Нездоймінов С.Г. Розвиток стандартизації та сертифікації як засобу підвищення якості і конкурентоспроможності послуг готельного господарства/ С.Г.Нездоймінов, В.Г.Герасименко// Вісник соціально-економічних досліджень: зб. праць. Вип.2. – ОДЕУ- Одеса: АТЗІПРЕНТ, 1998. – С.282-288.
 154. Нездойминов С.Г. Рекреационный потенциал курортной анимации как фактор повышения качества туристических услуг / С.Г.Нездойминов, А.К.Бедрадина// Развитие сферы развга – основа сучасної концепції підвищення ефективності туристичного бізнесу: зб. наук. праць VI міжн. наук.-практ. конф.: Донецьк, ін-т турист. бізнесу. – Донецьк, 2006, С.113-115.
 155. Нездойминов С.Г. Экологический туризм как элемент устойчивого развития Украинского Причерноморья / С.Г.Нездойминов, О.В.Древницкая // Развитие устойчивого туризма: тенденции, опыт, возможности. 25 апреля 2003г.; сборник трудов научн. конф.: - Высшая школа бизнеса. – Рига: Туриба, 2003. – С.180-186.
 156. Нездоймінов С.Г. Кластерні об'єднання підприємств як територіально-виробнича форма оптимізації туристично-рекреаційного господарства Одеського регіону / С.Г.Нездоймінов // Науковий вісник. – Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. – 2009. – №19(97). – С.53-65.
 157. Окландер М.А. Статистичний моніторинг вкладу туризму в економіку території / М.А. Окландер, О.Г. Милашко //Статистика України. – 2002. -№4. – С.49-52.
 158. Олійник В.Д. Особливості розвитку локальних регіонів (на прикладі Одеської області) / В.Д. Олійник // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ. – Одеса, 2008. - №33. – С.329-333.
 159. Омуш М. Стратегія диверсифікованого розвитку туристичного комплексу в регіональній економіці (на прикладі Йорданії). Автореф. на здобуття...к.е.н. /М. Омуш.– Харків. – 2003. – 19с.
 160. Онищенко В.А. Інвестиційна політика регіону/ В.А. Онищенко. – Донецьк: ІЕПД НАН України, Юго-Восток, 2001. – 255с.
 161. Осауленко О.Г. Сталий соціально-економічний розвиток: моделювання та управління/ О.Г. Осауленко. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2000. – 176с.
 162. Ополченев И.И. Маркетинг в туризме: обеспечение рыночной позиции/ И.И. Ополченев. – М.: Советский спорт, 2003. – 218с.

163. Павліха Н.В. Пріоритетні напрямки просторового облаштування туристсько-рекреаційної системи/ Н.В.Павліха //Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2005. - №9. – С.114-118.
164. Пан С.В. Особенности развития малого предпринимательства в Украине /С.В. Пан // Таврійський економічний журнал. – Сімферополь: Кримський інститут бізнесу. Науковий журнал. – 2008. - №1. – С.38-42.
165. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий, 2-е изд., дополн. /А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2006. – 416с.
166. Побурко Я.О. Інтегральні оцінювання результатів соціально-економічної діяльності регіону: методичний аспект / Я.О. Побурко, Я.І. Пушак// Регіональна економіка. – 2006. - №3. – С.66-73.
167. Подсолонко В.А. Основные направления концепции развития рекреационного комплекса / В.А. Подсолонко, Е.А. Подсолонко //Экономика Крыма. – 1995. - №1. – С.44-52.
168. Портер М. Конкуренция /М. Портер. – М.: Вильямс, 2000. – 623с.
169. Постанова КМУ „Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)” від 15.03.2006р. №297 // Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
170. Постанова КМУ „Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму” від 27.06.2003р. №390 // Офіційний вісник України. - 2003. - №27. - Ст.1339. - С.207-215.
171. Постанова КМУ „Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки” від 29.04.2002р. // Офіційний вісник України. – 2002. - №18. – Ст.935. –С.144-154.
172. Постанова КМУ „Про фонд „Намісто Славутича” від 08.12.1997р. №1367 // Урядовий кур’єр. – 1997. - №126. – С.11-14.
173. Постанова КМУ „Про затвердження Методики визначення комплексної оцінки результатів соціально-економічного розвитку регіонів” від 04.02.2004р. №113 // Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
174. Постанова КМУ „Про запровадження моніторингу результатів діяльності Кабінету Міністрів України та Ради Міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської і Севастопольської міських державних адміністрацій,, від 06.04.2005р. №263 // Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
175. Постанова КМУ „Про внесення змін до Порядку проведення моніторингу результатів діяльності Кабінету Міністрів України та Ради Міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської і Севастопольської міських державних адміністрацій,, від 03.07.2006р. №916 // Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
176. Постанова КМУ „Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року” від 21.07.2006р. №1001.– 68с. // Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
177. Похла Н.А. Перспективы развития рекреационных районов и курортов в региональном туризме / Н.А.Похла, С.Г.Нездойминов // Перспективы развития туризма і сфери послуг на міжнародному і національному рівнях: матер. І-ої міжнар. науково-практичної конф. Випуск І. -Луганськ: Знання, 2006. – С.237-240.
178. Преображенский В.С. Территориальная рекреационная система как объект изучения географических наук./ В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, Н.В. Зорин, Л.И. Мухина //Известия АН СССР. Серия географическая. – 1984. - №2. – С.34-42.

179. Про Концепцію розвитку туристсько-рекреаційної галузі в Одеській області до 2010 року. Затверджено Розпорядженням Голови обласної державної адміністрації від 30.07.2002р. №566/А - 2002. - 26с.
180. Проблемы экономики переходного общества: сб. науч. тр. ученых России и Украины / [Абалкин Л.И., Базилевич В.Д., Белоцерковец В.В. и др.]; В.М.Геец (отв. ред.), Д.С. Львов (отв. ред.). – Запорожье: ГУ «ЗИГМУ», 2004. – 386с.
181. Регіональний економічний розвиток: навчальний посібник; за редакцією О.П. Крайник/О.П.Крайник. – Л.: Ліга-Прес, 2003. – 280с.
182. Регіональна політика в країнах Європи: уроки для України; за ред. С. Максименка/С.Максименко. – К.: Логос, 2000. – 471с.
183. Репортаж: День благодарения // Бізнес. - №37 (764), 10 сентября 2007г.- С.14-15.
184. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг/О.Решетняк. – Х.: Фактор, 2008. – 544с.
185. Розміщення продуктивних сил: підручник /За ред. В.В. Ковалевського, О.Л. Михайлюк, В.Ф. Семенова. – 4-ге вид., випр. – К.: Т-во «Знання», 2006. – 353с.
186. Розпорядження Президента України „Про розроблення проекту Стратегії економічного та соціального розвитку України до 2011 року” від 08.11.2002р.// Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
187. Розпорядження КМУ „Про заходи щодо реалізації Концепції державної регіональної політики” від 13.09.2001р. №437-р // Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
188. Руденко В.П. Природно-ресурсний потенціал України/ В.П. Руденко. – Львів: Світ, 1993. – 273с.
189. Рубе В.А. Малый бизнес: история, теория, практика/ В.А. Рубе. - М.: Экономический факультет МГУ: ТЕИС, 2002. – 287с.
190. Рутинський М.Й. Сільський туризм: навч. посіб./ М.Й. Рутинський, Ю.В.Зінько. – К: Знання, 2006. – 271с.
191. Садченко О.В. Принципи і концепції екологічного маркетингу: монографія / О.В. Садченко. - Одеса: Астропринт, 2002. – 400с. (Рос. мовою).
192. Семенов В.Ф. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності/ В.Ф. Семенов, М.Д. Балджи, В.М. Мозгальова; за ред. В.Ф. Семенова: монографія. - Одеса: Вид-во «Optimum», 2008. – 201с.
193. Семенов В.Ф. Регіональний рекреаційний кластер у контексті структурної перебудови економіки регіону/ В.Ф. Семенов, В.М. Мозгальова, І.В. Давиденко // Регіональна економіка. – 2006. - №3.- С.80-89.
194. Семенов В.Ф. Кластери як інноваційний напрямок розвитку туризму в регіоні/ В.Ф.Семенов, С.Г.Нездойминов // Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність [Текст]: Матеріали VI (XVIII) Всеукр. наук. практ. конф., Київ, 11-12 бер. 2010 р.: тези доповідей / [редкол.:В.Г.Герасимчук (відпов. ред.) та ін.] – К.: НТТУ „КПІ”, 2010. – С.94.
195. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці / С.І.Соколенко. – К: Логос, 2004. – 848с.
196. Спориш О.А. Туристично-рекреаційний бізнес на Полтавщині: монографія / О.А.Спориш. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 145с.
197. Стадник В.В. Чинники і умови реалізації суб'єктами малого бізнесу стратегії інноваційного розвитку /В.В.Стадник// Регіональна економіка. – 2006. - №3. – С.53-60.
198. Статистичний щорічник Одеської області за 2008 рік. – Одеса: Одеське обласне управління статистики, 2009. – 547с.

199. Стафійчук В.І. Рекреалогія: підручник / В.І.Стафійчук. – К.: Альтпрес, 2008. – 263с.
200. Стеченко Д.М. Наукова парадигма регіоналогії туризму / Д.М.Стеченко // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – Вип. IV. – Ч.І. – 2005. – С.38-43.
201. Стеченко Д.М., Безуглий І.В. Науково-методичні основи еколого-рекреаційного районування / Д.М.Стеченко, І.В.Безуглий// Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2008. - №12. – С.66-72.
202. Сторонська І.З. Регіони України: пошук моделі конвергентного розвитку: монографія / І.З.Сторонська. - Ін-т регіональних досліджень НАН України. – Львів: 2009, Арал – 144с.
203. Стратегія економічного та соціального розвитку України „Шляхом європейської інтеграції” на 2004-2015 роки. Указ Президента України від 28.04.2004р. №493. - Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
204. Сучасний економічний аналіз діяльності господарюючих суб'єктів/ За ред. к.е.н. проф. О.П. Крижановської, к.е.н. проф. О.В. Сосновського. – Одеса: Пальміра, 2008. -232с.
205. Тимчук О. Перспективи розвитку гірського туризму в Україні / О.Тимчук //Збірник наукових праць НДФІ. – 2002. - №7. – С.31-34.
206. Тищенко Е. Круизи Черного моря: маршруты, динамика, тенденции / Е.Тищенко // Порты Украины. – 2008. - №8. – С.48-49.
207. Ткаченко Т.І. Концептуальні формування механізму управління в сфері туризму / Т.І.Ткаченко // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського Національного торговельно-економічного університету. – Вип.ІV.– 4.І. - №8 – Чернівці: Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського Національного торговельно-економічного університету. - 2005. – С.209-212.
208. Ткаченко Т.І. Управління якістю готельних послуг: монографія / Т.І.Ткаченко, С.В.Мельниченко, М.В.Новак – К.: Київський національний торгово-економічний університет, 2006. – 324с.
209. Толстова Е.В. Маркетингові дослідження стану готельних мереж в регіональному туризмі / Е.В.Толстова, С.Г. Нездоймінов // Економіка і маркетинг в ХХІ сторіччі в 2-х частинах. – Т.2.: матеріали 7-ої міжнар. конф. студентів і молодих вчених. – Донецьк: ДРУК-ІНФО, 2006. – С.157-159.
210. Топчієв О.Г. Теоретичні основи регіональної економіки: навч. посібник / О.Г.Топчієв. – К.: Вид-во ІАДУ, 1977. – 350с.
211. Трансформація структури господарства України: регіональний аспект /За ред. Г.В. Балабанової, В.П. Нагірної, О.М. Ніжників. – К.: Міленіум, 2003. – 404с.
212. Трофимова В.В. Концептуальні основи стратегії розвитку Автономної Республіки Крим / В.В.Трофимова // Таврійський економічний журнал. – 2008. - №1. – С.22-25.
213. Трудовий потенціал і зайнятість: теоретичні основи та регіональні особливості /Долішній М.І., Злупко С.М. та інш. – Ужгород: Карпати, 1997. – 370с.
214. Тягунова Н.М. Перспективи напрями розвитку туристично-рекреаційного потенціалу в Полтавському регіоні / Н.М.Тягунова, О.А. Спориш //Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2007. - №11. – С.216-220.
215. Узагальнена модель регіональних економічних систем / Під наук. кер. і ред. д.е.н. проф. В.Р.Кучеренко. – Одеса: Автограф, 2005. -420с.

216. Уманець Т.В. Регіональний економічний розвиток України: теоретичні основи управління, інтегральна оцінка, діагностика: монографія / Т.В.Уманець. – Донецьк: «ВІК», 2007. – 340с.
217. Уманець Т.В. Методика розрахунку індексів економічного розвитку регіонів / Т.В.Уманець, А.З.Підгорний. – Одеса: ОДЕУ, 2005. – 44с.
218. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: учебник. / Уокер Дж. Р.// Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 2004 – 463с.
219. Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма: монография: коллектив авторов/ Под ред. д.э.н., проф. А.В. Ефремова. – Симферополь: Таврика, 2002. – 300с.
220. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг /Д.С. Ушаков. - Москва: МарТ, Ростов/нД., 2006. – 416с.
221. Фатхудинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебн. пособие / Р.А.Фатхудинов. – М.: ЭКСМО, 2004. – 544с.
222. Федосова Л.М. Сучасні інформаційні технології в готельному маркетингу/ Л.М. Федосова, С.Г.Нездоймінов// Економіка і маркетинг в ХХІ сторіччі в 2-х частинах. – Ч.2.: матеріали 7-ої міжнар. конф. студентів і молодих вчених. – Донецьк: ДРУК-ІНФО, 2006. – С.157-159.
223. Фейгенбаум А.В. Контроль качества продукции / А.В.Фейгенбаум. – М.: Экономика, 1986. – 214с.
224. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: навч. посіб / Н.В.Фоменко. – К.: Центр навч. літератури, 2007. -312с.
225. Характеристика готелів та інших місць для короткотермінового проживання // [Електронний ресурс]: зб. «Туризм в Україні». – Електрон. текстові дані (152Мв). – К.: Держкомстат України. – 2006-2009.
226. Харічков С.К. Інституціональні засади та інструментарій збалансованого природокористування: монографія / [С.К.Харічков, О.А.Воробйова, І.М.Дишловий, С.Г.Нездоймінов та ін.]; під ред. д.е.н. проф. С.К.Харіčkова. - Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2010. – 484с.
227. Харічков С.К. Стратегічні орієнтири розвитку рекреаційно-туристичної сфери в Українському Причорномор'ї / С.К.Харічков, О.А.Воробйова, І.М.Дишловий// Регіональна економіка. – 2009. – №1- С. 23-30.
228. Хімченко А.М. Теоретичні аспекти ефекту мультиплікатора в туризмі / А.М.Хімченко //Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2005. - №9. – С.63-67.
229. Холловой Дж. К. Туристический бизнес.: пер.с 7-го англ. изд. / Дж. К.Холловой, Н.Тейлор.– К.: Знання, 2007. -798с.
230. Цибух В.І. Туризм в Україні: проблеми та перспективи / В.І.Цибух // Економіст. – 2000. - №6. – С.34-35.
231. Цибух В.І. Основні засади державної політики в курортно-рекреаційній сфері / В.І.Цибух, Б.Ф.Олицинський // Черноморская каравелла - 2004: сб. материалов симпозиума-фестиваля 27-29 мая 2004г. – Одеса: ЦНТЭИ, 2004. – С.152-155.
232. Цибух В.І. Система державного моніторингу природних територій курортів України / В.І.Цибух, Б.Ф.Олицинський, С.М.Омельянець, К.Д.Бабов, Л.М.Горелік // Черноморская каравелла - 2004: сб. материалов симпозиума-фестиваля 27-29 мая 2004г. - Одеса: ЦНТЭИ, 2004. – С.156-159.
233. Черчик Л.М. Сільський туризм як ефективна форма самостійної занятості у трудонадлишкових регіонах / Л.М.Черчик. - Регіональна економіка - 2009. – №2. – С.178-182.

234. Чужиков В.І. Моделі туристичного бізнесу в Європейському союзі / В.І.Чужиков // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського Національного торговельно-економічного університету. – 2005. – №8. – С.146-151.
235. Чухно А.А. Твори: у 3 т. / А.А. Чухно. – К., 2006. _ Т.1: Становлення і розвиток ринкової економіки. – 592с.
236. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник / М.І.Шаповал. – К.: Тов. «Знання»: КОО, 2003. – 457с.
237. Шаптала О. Курортно-рекреаційна система України: шляхи формування, проблеми і перспективи розвитку / О.Шаптала //Вісник ІАДУ при Президенті України. – 2001. - №4. – С.254-260.
238. Шимечко Г.І. Агротуризм як напрям підприємництва: теорія і практика: монографія / Г.І.Шимечко, Г.В.Черевко. – Львів: Ліга-Прес, 2009. – 206с.
239. Шилюк Ю.В. Актуальные проблемы формирования рынка круизных услуг на рынке внутреннего туризма Украины / Ю.В.Шилюк, С.Г.Нездойминов // Проблемы и перспективы развития отечественного внутреннего и выездного туризма: природная и материально-техническая база, экономическая и социальная эффективность: матер. X междунар. практ. конф., 6-7 мая 2008г. Донецк: ДІТБ. – 2008. – С.161-163.
240. Школа І.М. Єврорегіон як модель прискореного розвитку прикордонних територій у рамках транскордонного співробітництва: досвід Росії/ І.М.Школа, О.В.Бабінська // Регіональна економіка. – 2003. - №2. – С.167-179.
241. Школа І.М. Перспективи розвитку туристичного бізнесу на Буковині. Вісник Хмельницького національного університету / І.М.Школа, Т.М.Ореховська // Економічні науки. – 2006.- №3. – С.160-167.
242. Шмагіна В.В. Рекреация и туризм в системе современных приоритетов социально-экономического развития / В.В.Шмагіна; научн. ред. С.К. Харичков. - НАН Украины. Институт проблем рынка, экон.-экол. исслед.– Одеса, 2000. – 69 с.
243. Шпилев Б.Е. Формирование условий устойчивого развития экономики региона: автореф. дисс. к.э.н. / Б.Е.Шпилев. – М.: РАГС, 1999. – 24с.
244. Шульгіна Л.М. Маркетингові дослідження суміжників туристичних підприємств України / Л.М.Шульгіна, Є.Є.Гаєвська // Маркетинг в Україні. – 2005. - №5. – С.25-33.
245. Щукін Б.М. Інвестування: курс лекцій / Б.М.Щукін. – К.: МАУП, 2004. – 216с.
246. Экономика и организация предпринимательской деятельности: учебник /Под ред. В.Р.Кучеренко. – Одесса: Логос-сервис, 1998. – 278с.
247. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: учебное пособие / Г.А. Яковлев.– М.: Изд-во РДЛ, 2003. – 240с.
248. Яремко Л.А. Розвиток ідей локальної та територіальної економіки / Л.А.Яремко // Регіональна економіка. – 2005. - №4. – С.31-37.
249. Gerasimenko V. Modern tendencies of the development of tourism in the Ukraine/ V. Gerasimenko, S.Nezdoyminov // International congress: Hotelska Kuca – 96: 13-th biennial scientific meeting. – Croatiaj Opatija, 1996. – P.461-463.
250. Gerasimenko V. Standardisation and certification development in hotel industry of Ukraine/ V. Gerasimenko, S.Nezdoyminov // International congress: Hotelska Kuca – 98: 14-th biennial scientific meeting. – Vol.2.-Croatija Opatija, 1998. – P.735-740.
251. The Economist, October, 25-31. – 2003. – P.14-16.
252. Tourism Market Trends // 2006 Edition – Anex 19.
253. Terminologia Turystyczna. Zalecenia WTOLLONZ –WTO/ Warszawa. – 1995. – S.5.

254. Warren G. Bennis and Robert J. Thomas. *Geeks and Greasers: How Era, Values and Defining Moments Shape Leaders*. – Boston: Harvard Business School Pres. – 2002. – 264p.
255. Готелі та інші місця для короткотермінового проживання [Електронний ресурс]: статистичний бюлетень. – 2008. – К.: Держ. ком. статистики України: ред. О.Г. Осауленко – К.: CD – вид-во „Інфодиск”, 2009. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM): 12см. – Систем. вимоги: Pentium: 32MB RAM: Windows 95, 98, 2000, XP: MS Word 97-2000. – Назва з титул. екрану.
256. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.culture.odessa.gov.ua/text.html>
257. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.touregion.gov.ua/Documents and Settings.html>
258. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id.html
259. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.touregion.gov.ua/> / Офіційний туристичний сайт Одеської області
260. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.od.ukrstat.gov.ua/stat_info/nation/nation1.htm
261. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.od.ukrstat.gov.ua/stat_info/tourism/tourism1.htm
262. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/expres.htm>
263. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ua.all-biz.info/news/index.php.html>
264. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
265. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.prohotelia.com.ua/proarticles.html>

Наукове видання

НЕЗДОЙМІНОВ Сергій Георгійович

**Підприємницький вектор розвитку
регіонального туризму**

Монографія

*Художник -
Верстка – Ж. Гардиман
Коректор - Л.Балюк*

Підписано до друку 12.04.2011 р. Формат 60х84/ 16. Папір офсетний.
Друк офсетний . Ум. друк. арк 12,78. Зам. № 94. Наклад 300 прим.

Видавництво «Пальміра»
65111, Одеса, просп. Добровольського, 118/178 , тел.8(048) 700-97-34
e-mail: palmira 2005@ ukr.net

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного
реєстра видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції.
Серія ДК № 2049.