

others. The article shows the features of hotels classification in Germany. It is proved that there is no state classification of accommodation and categorization is made by private firms and corporations of hotels. The article reveals the prospects of further hospitality industry development in the country.

Key words: accommodation, hotel, hospitality business, hotel sector, Germany.

Стаття надійшла до редколегії
12.02.2018 р.

УДК 911.3:338.48(1–192.2)

Вероніка Грицку

Стратегії суспільно-географічного розвитку туристичної діяльності в транскордонному регіоні

У статті виявлено особливості стратегічного розвитку туристичної діяльності в умовах транскордонного Буковинського (Чернівецького) регіону та управління ним. Основна **мета роботи** – обґрунтування стратегій суспільно-географічного розвитку туристичної діяльності на засадах стратегічного управління, планування й прогнозування, а завдання – виявлення особливостей розвитку туристичної діяльності та управління ним у транскордонному регіоні. Для кращого формулювання системи узгоджених цілей регіонального розвитку й туристичної діяльності потрібно враховувати п'ять основних вимог, що називаються SMART-детермінантами. Ідеться про підвищену конкуренцію в системі надання туристичних продуктів і послуг. У статті виявлені основні детермінанти або обмеження їх здійснення, а також обґрунтовано групи стратегій розвитку туристичної діяльності на суспільно-географічних засадах. Останнє зумовлено перевагами методології суспільної географії, яка дає змогу органічно поєднувати природну й соціально-економічну її складові частини. Отримані висновки становлять основу для продовження наукових розробок у цьому напрямі.

Ключові слова: туристична діяльність, стратегії розвитку, транскордонний регіон, суспільно-географічний, перспективи.

Постановка наукової проблеми та її значення. У сучасних умовах життєдіяльності в Україні та у світі туристична діяльність набуває провідного значення як стабільна та сформована сфера підприємництва, зайнятості трудових ресурсів, суспільно-географічної гармонізації довкілля, тобто системи «населення – природа – виробництво або інша діяльність». Водночас споживачі-туристи очікують кращого вибору та якості її продуктів і послуг із довготривалою відповідальністю за довкілля. Цього можна досягти лише за допомогою ефективного стратегічного розвитку на основі раціонального управління, планування та прогнозування. Це зумовлює потребу у відповідних дослідженнях, а тому тема статті є актуальною та своєчасною.

Аналіз досліджень із цієї проблеми. Прийняття стратегії розвитку туризму й курортів, схваленої Кабінетом Міністрів України від 6 серпня 2008 р. [8], сприятиме, передусім, поліпшенню якості життя населення, зростанню обсягів інвестицій у туристичну діяльність, а також розвитку міжнародного співробітництва та євроінтеграційних процесів.

Потрібно зазначити, що питання стратегічного розвитку туризму й управління ним досліджено в працях економіко-географів. Це роботи О. О. Бейдика [1], О. О. Любіцевої [5], Я. Б. Олійника [5], В. В. Смаль [6], І. В. Смаль [6], П. Г. Шищенко [5] та ін., а також у роботах економістів-регіоналістів М. П. Бутка [2], Н. О. Алешугіної [2], М. М. Ігнатенка [4], А. С. Гальчинського [3], В. М. Геєць [3], І. М. Школи [6] та ін. Проте обґрунтування стратегічного розвитку туристичної діяльності в транскордонному регіоні, яка має певну специфіку, потребує поглиблених розробок.

Мета статті – обґрунтування стратегій суспільно-географічного розвитку туристичної діяльності в транскордонному регіоні на засадах стратегічного управління, планування й прогнозування.

Основні завдання дослідження – виявити особливості стратегічного розвитку туристичної діяльності та управління ним у транскордонному регіоні; виявити детермінанти або обмеження їх здійснення; обґрунтувати групи стратегій розвитку туристичної діяльності на суспільно-географічних засадах.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Мета стратегічного управління розвитком туристичної діяльності в транскордонному регіоні полягає в довготерміновій підтримці сталості за допомогою охорони й розширеного відтворення місцевої культури та навколишнього середовища через механізми продукування специфічних суспільних благ (послуг) і підтримання їхньої конкурентоспроможності.

Із позицій методології суспільно-географічної науки, стратегія туристичної діяльності в кожній окремо взятій місцевості має формуватися залежно від її туристичного потенціалу. Вона також потребує перед початком розвитку визначення пріоритетів відповідно до стратегії розвитку транскордонного регіону в цьому випадку. Ці стратегічні наміри повинні періодично переглядатися, причому за допомогою спеціальної партнерської співпраці між власниками туристичного та супутнього бізнесу, владними органами й громадськими спілками та туроператорами. Однією з таких територій є Буковина, яка володіє багатьма структурними компонентами рекреаційних ресурсів, являючи собою рекреаційний регіон багатопрофільного літнього й зимового, гірсько-спортивного та масового пізнавально-оздоровчого відпочинку та бальнеологічного лікування. Область має сприятливі кліматичні умови, а також високий природно-рекреаційний і курортний потенціал, який багато в чому визначає соціально-економічний профіль краю та привабливість його як для українських туристів, так і для іноземців [6, с. 241].

Важливим у туристичній діяльності є налагодження діалогу й партнерства між бізнесом, спілками власників і громадськими інститутами. Це потрібно, насамперед, через вимоги й нові умови функціонування внаслідок децентралізації влади, адміністративно-територіальної реформи, перебудови індустріальної економіки в економіку знань, інновацій, оцифровування. Треба враховувати також, що туристична діяльність – це специфічна частина економічної діяльності на будь-якій території завдяки сильному впливу громадської сфери й конкурентному тиску споживачів.

Основними чинниками підвищеної складності управління туристичною діяльністю в Україні та в Чернівецькому транскордонному регіоні зокрема є суттєва невизначеність ринкової ситуації; сезонна нестабільність попиту на туристичні послуги; висока конкуренція на регіональному ринку туристичних послуг; обмеженість фінансових ресурсів; мінливість попиту (запитів) споживачів туристичних послуг; соціально-економічна ситуація в країні тощо. У таких умовах туристичні підприємства не можуть обмежуватися лише стандартним поточним плануванням своєї господарської діяльності й оперативним (ситуаційним) управлінням. Бізнес, що ведеться за сучасними світовими правилами, вимагає впровадження стратегічного управління, яке окреслює широке коло питань туристичної діяльності в нестабільному ринковому середовищі. Її суб'єкти та напрями взаємодії між ними представлено на рис. 1.

Основний постулат стратегічного управління можна сформулювати так: «виживання й розвиток бізнес-одиниці на довготривалу перспективу залежить від здатності цієї бізнес-одиниці своєчасно передбачати зміни на ринку й відповідним чином адаптувати до них свою організаційно-обслуговуючу структуру та номенклатуру фірмового турпродукту» [4, с. 107]. Іншими словами, ідеться про чітке усвідомлення на всіх рівнях організації та управління й регулювання туристичної діяльності – власників, менеджерів, працівників, представників сільських громад, районних рад, інших регіональних інститутів – основних завдань, пріоритетів, викликів та ризиків, ресурсів і можливостей стратегії розвитку.

Ця стратегія повинна давати відповіді на ключові питання щодо сутності цієї туристичної діяльності для транскордонного регіону. При цьому стратегії повинні бути сумісні з регіональними цілями розвитку загалом. Під час формулювання системи узгоджених цілей інтересів місцевого розвитку й туристичної діяльності потрібно враховувати принаймні п'ять основних вимог. Ще вони називаються SMART-детермінантами [4, с. 106].

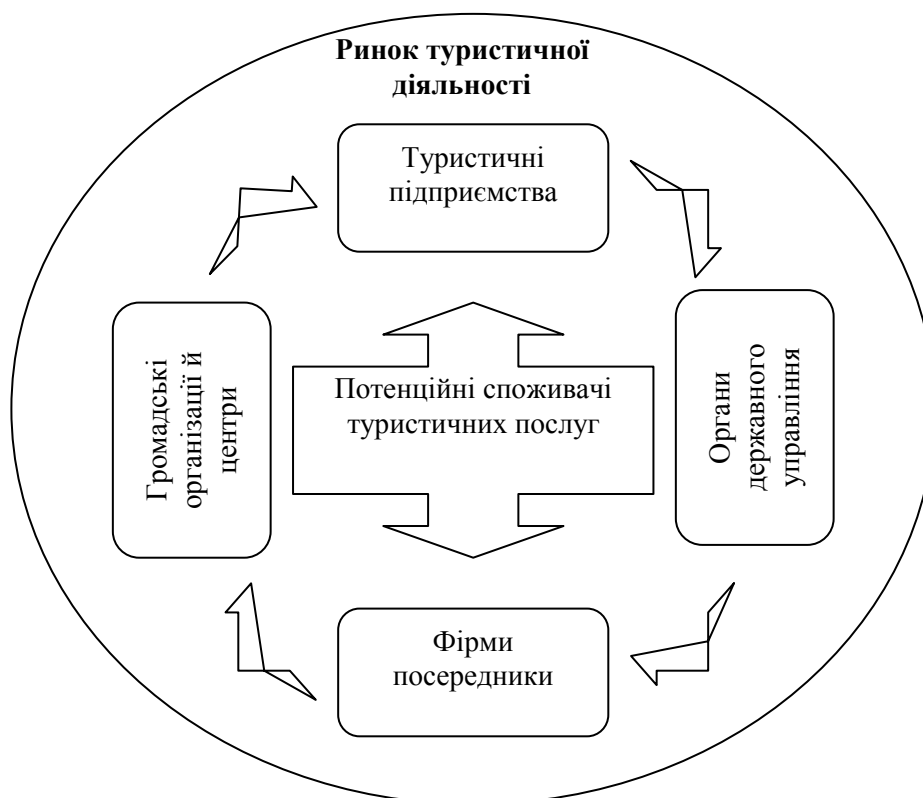


Рис. 1. Основні суб'єкти ринку туристичної діяльності в транскордонному регіоні та маркетингові канали взаємодії між ними

До них відносять визначеність (Specific) – цілі повинні бути настільки чіткими й точними, щоб не залишалося можливості для їх неправильного чи множинного тлумачення; вимірність (Measurable) (вимірність) – цілі повинні виражати кількісно все те, чого можна досягнути (у тому числі й суб'єктивні очікування), та кількісно вимірювати результат, якщо ціль досягнуто; досяжність (Achievable) – зацікавлені особи на всіх рівнях повинні бути впевнені, що поставлене завдання цілком досяжне; співвіднесеність (Related) – цілі повинні співвідноситися зі стратегією, господарськими інтересами та особистими інтересами (мотивами) тих працівників, які втілюватимуть ці цілі в життя; часова детермінованість Time-bound (часова обмеженість) – цілі повинні бути чітко регламентовані в часі щодо термінів їх досягнення.

Відповідно до сутності туристичної діяльності, у транскордонному регіоні доцільно виокремити шість типів або груп цілей її стратегічного суспільно-географічного розвитку:

1. Виробничо-економічні: збільшення нинішньої частки ринку в регіональному господарстві з 1,5–0,1 % до очікуваної 15,0–25 %; підвищення якості туристичних продуктів та послуг у Чернівецькій області відповідно до загальноєвропейських стандартів, проте без утрати автентичності й унікальності буковинського туристичного продукту; дбайливе ставлення до навколишнього середовища, особливо важливе для територій – об'єктів природно-заповідного фонду краю; збільшення інвестицій та впровадження інновацій, у т. ч. через бізнес-плани, застосування кластерного менеджменту для сільського зеленого туризму; поліпшення сервісного обслуговування туристів за допомогою розвитку ресторанно-готельного господарства, закладів дозвілля й відпочинку, екскурсійного обслуговування, маркування туристичних маршрутів.

2. Ресурсні – залучення кваліфікованих працівників. Щороку кількість випускників туристичних спеціальностей зростає, проте галузь відчуває нестачу кадрів. Тому доцільне запровадження співпраці з ВНЗ для проходження практики студентами на підприємствах туристичного бізнесу. Також необхідне залучення інвестицій, удосконалення нормативно-законодавчих передумов для розвитку туристичної діяльності; поліпшення інфраструктури – стану шляхів сполучення, комунального господарства, роздрібно торгівлі; створення інноваційних програм туристичного обслуговування (розвиток фестивального

руху, гастрономічного туризму, розповсюдження інформації про можливості розваг і відпочинку на території транскордонного регіону); екологізація туристичного природокористування за допомогою освіти місцевого населення в галузі сталого природокористування, створення інформаційних пакетів для туристів з інформацією про шкоду або вигоди довкіллю, які вони можуть принести.

3. Інноваційні: розширення наявного туристичного продуктного ряду (за допомогою громадських слухань та із залученням експертів для визначення нових унікальностей туристичної атрактивності регіону; створення принципово нових продуктів через розвиток дегустаційного, гастрономічного, фестивального, медичного туризму); поліпшення реклами, інформації й пропозиції через публікації про туристичну діяльність на Буковині у всеукраїнських та міжнародних друкованих виданнях, Internet-ресурсах, на радіо й телебаченні.

4. Соціальні – підвищення доходів працівників (робота в туристичних підприємствах не настільки виснажлива, як у сільському господарстві та, крім того, більш оплачувана, тому це буде фактором залучення молоді до туристичної діяльності й зменшення такого явища, як міграція сільського населення в міста або за кордон; соціальна захищеність означає, що власникам туристичних підприємств слід подбати про працівників у низький та високий сезони; задоволення від роботи (адже для кожного працівника дуже важливе поняття задоволення від власної праці, у туризмі цього досягти легше, ніж в інших галузях); громадська інтеграція за посередництва розвитку туризму у віддалених селах; розвиток персоналу через еволюцію здібностей працівників, вивчення іноземних мов та інноваційних засад професії.

5. Цілі престижу – економічна незалежність (туристична діяльність допоможе фермерам і власникам сільських агроосель залежати не лише від урожайності та цін на сільськогосподарську продукцію, а й диференціювати свою діяльність); соціальний імідж і престиж, політичний вплив, суспільний вплив.

6. Вагомим аспектом стратегічного управління розвитком туристичної діяльності виступає проблема моніторингу, оцінки та діагностики досяжності поставлених цілей. Адже часто буває так, що широко задекларовані стратегічні цілі регіонального й обласного розвитку повністю «пробуксовують» на місцях і не враховують позаекономічних реалій місцевого розвитку.

Для окремих власників туристичного бізнесу, учасників туристичної діяльності цільова програма-мінімум – це спосіб вижити, утриматися на плаву, отримати мінімально необхідний прибуток. Натомість, для громадського об'єднання власників, районної й обласної влади пріоритетною є досягнення цільової програми-максимум – ринкової експансії місцевого туристичного господарства з максимізацією прибутку; споживчого рейтингу або популярності; позаконкурентного статус-кво. Після ретельного вивчення цілей і ринкових можливостей стратегічного управління потрібно перейти до тактичного виконання та впровадження довготермінової стратегії.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Управління стратегічним розвитком туристичної діяльності в транскордонному регіоні передбачає потенційні вигоди для нього. Вона виступає важливим джерелом робочих місць для місцевих громад, особливо для тих, які розміщені в демо-або/та агродепресивних й економічно відсталих адміністративних районах регіону. Оскільки робочі місця в туристичному сервісі здебільшого не вимагають особливих навичок і високої кваліфікації, місцеві мешканці з початковими навичками гостинності здатні до праці в ньому як адміністратори, менеджери, обслуговуючий персонал, виробники продовольства для туристів, екскурсводи, провідники, майстри художньо-ужиткових промислів.

Туристична діяльність за умови ефективного стратегічного управління та регулювання здатна реально поліпшити якість життя населення в транскордонному регіоні. Зокрема, сільський зелений туризм як важливий її напрям може виступати основним джерелом надходження доходів до місцевих бюджетів. Ці доходи вже через бюджет, відповідно, мають розподілятися на підтримку закладів охорони здоров'я, освіти, культури й мистецтв, збереження навколишнього середовища, облаштування заповідників, сільських територій, туристичних дестинацій та маршрутів. Отримані висновки становлять основу для продовження наукових розробок у цьому напрямі.

Джерела та література

1. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України [навч. посіб.] / О. О. Бейдик. – Київ : Альпрес, 2009. – 400 с.
2. Бутко М. П. Транспортна інфраструктура як складова туристичного потенціалу України / М. П. Бутко, Н. О. Алешугіна // Ефективна економіка. – 2009. – С. 14–19.

3. Гальчинський А. С. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 роки). Шляхи Європейської інтеграції / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць. – Київ : ІВЦ, 2004. – 406 с.
4. Ігнатенко М. М. Методичні засади оцінки формування ресурсного потенціалу та розвитку сільських територій / М. М. Ігнатенко // Таврійський науковий вісник. – 2010. – № 70. – С. 105–110.
5. Олійник Я. Б. Стратегія сталого розвитку туризму в Україні: географічний підхід / Я. Б. Олійник, П. Г. Шищенко, О. О. Любіцева. – Київ : Обрії, 2008. – С. 191–199.
6. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону : [монографія] / І. М. Школа. – Чернівці : Книги-XXI, 2007. – 571 с.
7. Смаль В. В. Туризм і сталий розвиток / В. В. Смаль, В. І. Смаль // Вісник ЛНУ. – Серія географічна. – 2005. – С. 163–173.
8. Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/151018420>.
9. The World Factbook [Elektronik resource]. – Mode of access : <http://www.cia.gov/library/publication/the-world-factbook>.

References

1. Beidyk O. O. Rekreatsiini resursy Ukrainy / Oleksandr Oleksiiovych Beidyk. – K. : Alpres, 2009. – 400 s. – (navch. posibnyk).
2. Butko M. P. Transportna infrastruktura yak skladova turystychnoho potentsialu Ukrainy / M. P. Butko, N. O. Alieshuhina // Efektyvna ekonomika. – 2009. – S. 14–19.
3. Halchynskiy A. S. Stratehiia ekonomichnoho i sotsialnoho rozvytku Ukrainy (2004–2015 roky). Shliakhy Yevropeiskoi intehtatsii / A. S. Halchynskiy, V. M. Heiets. – Kyiv: IVTs, 2004. – 406 s. – (Derzhkomstatu Ukrainy).
4. Ihnatenko M. M. Metodychni zasady otsinky formuvannia resursnoho potentsialu ta rozvytku silskykh terytorii / Mykola Mykolaiovych Ihnatenko // Tavriiskiyi naukovyi visnyk. – 2010. – № 70. – S. 105–110.
5. Oliinyk Ia. B. Stratehiia staloho rozvytku turyzmu v Ukraini: heohrafichnyi pidkhid / Ia. B. Oliinyk, P. H. Shyshchenko, O. O. Liubitseva. – K. : Obrii, 2008. – S. 191–199.
6. Shkola I. M. Rozvytok turystychnoho biznesu rehionu : [monohrafiia] / Ihor Mykolaiovych Shkola. – Chernivtsi : Knyhy-KhKhI, 2007. – 571 s.
7. Smal V. V. Turyzm i stalyy rozvytok / V. V. Smal, V. I. Smal // Visnyk LNU, Seriiia Heohrafichna. – 2005. – S. 163–173.
8. Uriadovyi portal. Rezhym dostupu: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/151018420>.
9. The World Factbook [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.cia.gov/library/publication/the-world-factbook>.

Грицьку Вероника. Стратегии социально-географического развития туристической деятельности в трансграничном регионе. В статье определяются особенности стратегического развития туристической деятельности в условиях трансграничного Буковинского (Черновицкого) региона и управления им. Основной целью работы является обоснование стратегий общественно-географического развития туристической деятельности на основе стратегического управления, планирования и прогнозирования, а основная задача – выявление особенностей развития туристической деятельности в трансграничном регионе и управление им. Для лучшей формулировки системы согласованных целей регионального развития и туристической деятельности необходимо учитывать пять основных требований, называемых SMART-детерминантами. Речь идет о повышенной конкуренции в системе предоставления туристических продуктов и услуг. В статье наводятся основные детерминанты или ограничения их осуществления, а также обосновываются группы стратегий развития туристической деятельности на общественно-географических принципах. Последнее обусловлено преимуществами методологии общественной географии, которая позволяет органично сочетать естественную и социально-экономическую ее составляющие. Полученные выводы составляют основу для продолжения научных разработок в этом направлении.

Ключевые слова: туристическая деятельность, стратегии развития, трансграничный регион, общественно-географический, перспективы.

Hrytsku Veronika. Strategies for Socio-Geographical Development of Tourism in the Cross-Border Region. The article reveals the peculiarities of the strategic development of tourist activity in the conditions of the cross-border Bukovinian (Chernivtsi) region and its management. The main objective of the article is to justify the strategies of social and geographical development of tourism activity on the principles of strategic management, planning and forecasting, and the main objective of the article is to identify the features of tourism development and management in the cross-border region. In order to better formulate the system of agreed goals of regional development and tourism activity, it is necessary to take into account the five main requirements, called SMART-determinants. It is about increased competition in the system of providing tourist products and services. The article identifies the main determinants or restrictions of their implementation, as well as grounded groups of strategies for the development of tourism activity on a socio-geographical basis. The latter is due to the advantages of the methodology of social

geography, which allows the organic combination of its natural and socio-economic components. The obtained conclusions form the basis for the continuation of scientific developments in this direction.

Key words: tourism activity, development strategies, cross-border region, socio-geographical, perspectives.

Стаття надійшла до редколегії
21.03.2018 р.

УДК 796.5:35.071.6](477.82)

**Ірина Єрко,
Наталія Чир,
Роман Качаровський**

Новітні можливості функціонування туристичної галузі Волинської області в умовах децентралізації влади

Здійснено спробу визначення можливостей покращення сучасного стану туристичної галузі Волинської області в умовах децентралізації влади, зокрема утворення об'єднаних територіальних громад, передачі повноважень та ресурсів на місця. Завдання статті – оцінка рівня розвитку та модернізація туристичної галузі в умовах створення об'єднаних територіальних громад (ОТГ) Волинської області. Установлено, що дослідження сучасного стану й роль туристичної інфраструктури в об'єднаних територіальних громадах не проводилися на належному рівні. Проаналізовано наукові дослідження із цієї тематики. Охарактеризовано об'єднані громади в розрізі адміністративних районів. Досліджено основні проблеми розвитку об'єднаних територіальних громад. Наведено деякі рекомендації щодо покращення стану галузі під час структурних перетворень у функціях органів влади на місцях. Зроблено висновки та зазначено перспективи подальших досліджень із цієї проблеми.

Ключові слова: туризм, туристичні об'єкти, туристична інфраструктура, об'єднана територіальна громада, децентралізація влади, Волинська область.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасні умови існування суспільства ставлять великі виклики для населення. Емоційне та фізичне навантаження формують хронічну втомлюваність і виснаження організму, що призводить до зниження працездатності трудових ресурсів країн світу. Чудовим каталізатором їх відновлення є туризм. Він стає тією ланкою економіки, що одночасно забезпечує як зростання ВВП країни, зайнятість населення, так і здатність людини відновлювати й пізнавати світ в умовах глобалізації суспільства.

За сучасних умов уряди країн шукають різні способи для інтенсивного розвитку туристичної галузі. Україна не є винятком у цьому процесі. Значний акцент у світі зроблено на відновленні архітектурних, історико-культурних та природних об'єктів задля забезпечення збільшення туристичних потоків, що дасть змогу розвинути інфраструктуру населених пунктів і покращить їх фінансовий стан. В одних державах застосовують державну підтримку, в інших шукають інвесторів та меценатів, у третіх сприяють розвитку окремо взятих територій країни.

В умовах інтеграційних процесів, пошуку моделі розвитку економіки уряд України став на шлях децентралізації. Одним із кроків її проведення стає передача владних повноважень, фінансових ресурсів і відповідальності на місця. Для цього прийнято низку рішень, які зумовили початок добровільного об'єднання окремих населених пунктів згідно з географічними й економічними особливостями. Саме добровільний процес дасть змогу оцінити реальні перспективи для громад, а отже, уможливить розширення власного самоуправління населення, збільшити надходження реальних, так званих «живих» коштів на розбудову інфраструктури й посилить відповідальність за подальшу розбудову своєї території.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Туристична галузь як елемент наукового дослідження є актуальним для сучасних українських учених С. П. Кузика, М. П. Мальської, О. О. Бейдика. Окремі складники туристично-рекреаційного комплексу Волинської області проаналізовано в працях Л. М. Черчик, І.