

В.В. ЛАГОДІЄНКО  
К.В. ПАВЛОВ  
О.М. ПАВЛОВА  
Г.О. САРКІСЯН

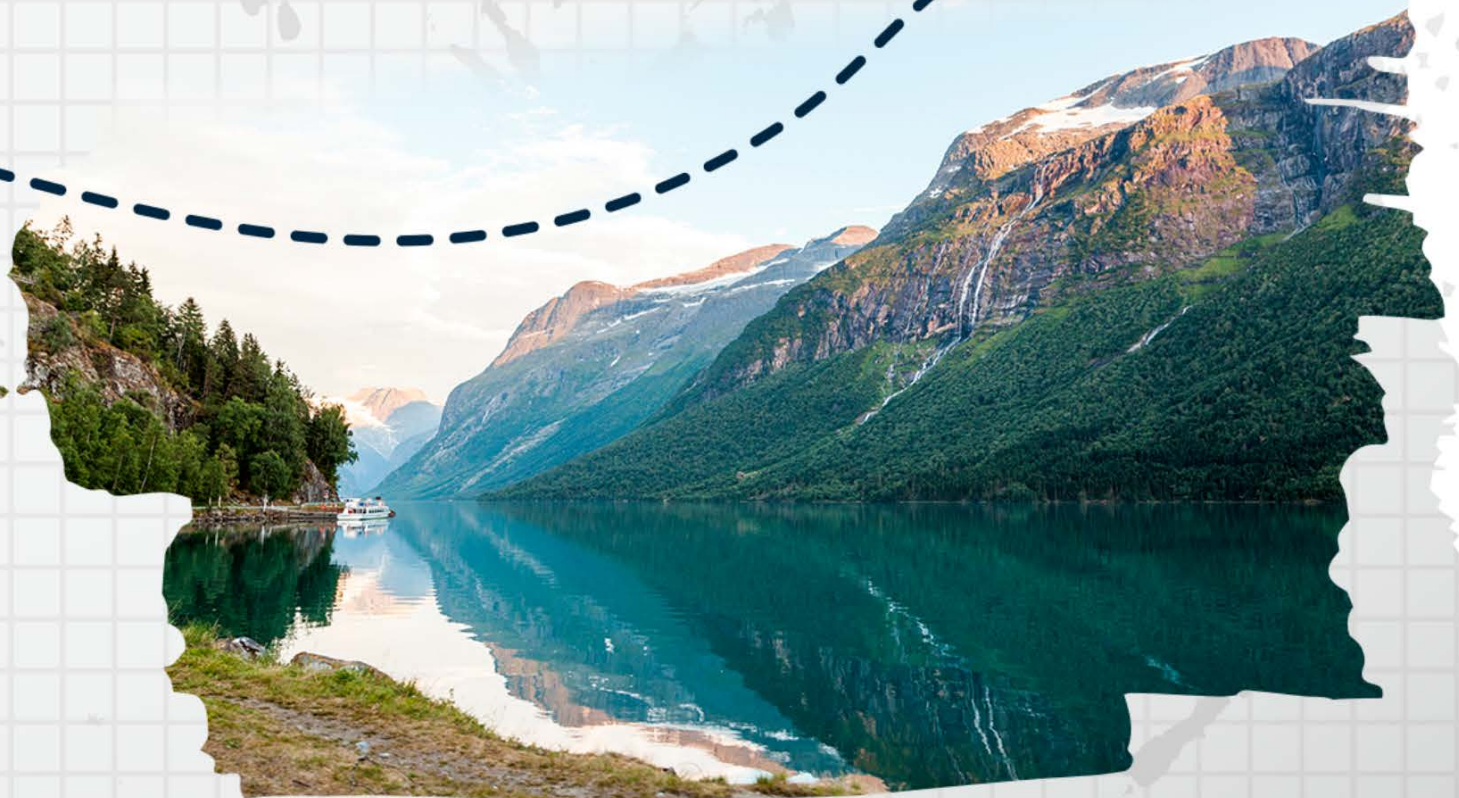


**ІЕЕЕД**  
**ІЕЕЕР**

ІНСТИТУТ  
ЕКОНОМІЧНИХ  
ТА ЕКОЛОГО-  
ЕНЕРГЕТИЧНИХ  
ДОСЛІДЖЕНЬ  
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ

# ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ: МОДЕРНІЗАЦІЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ

МОНОГРАФІЯ



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРІНКИ

ГО «ІНСТИТУТ ЕКОНОМІЧНИХ  
ТА ЕКОЛОГО-ЕНЕРГЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»

В.В. Лагодієнко  
К.В. Павлов  
О.М. Павлова  
Г.О. Саркісян

**ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ  
НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ:  
МОДЕРНІЗАЦІЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ**

МОНОГРАФІЯ

ЛУЦЬК – 2022

Рекомендовано до друку вченою радою *Волинського національного університету імені Лесі Українки* (протокол №7 від 29.06.2021 р.)

Рекомендовано до друку науково-технічною радою *ГО «Інститут економічних та еколого-енергетичних досліджень* (протокол №1 від 01.04.2021 р.)».

Рецензенти:

*Рейкін В.С.*, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту та адміністрування Волинського національного університету імені Лесі Українки;

*Ляшенко О.М.*, доктор економічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної роботи та забезпечення якості освіти Луцького національного технічного університету.

**Лагодієнко В.В., Павлов К.В., Павлова О.М., Саркісян Г.О.**

I 66 **Інноваційна діяльність на регіональних туристичних ринках: модернізація та регулювання:** монографія / В.В. Лагодієнко, К.В. Павлов, О.М. Павлова, Г.О. Саркісян – Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. – 402 с.

ISBN 978-617-7843-32-9

В монографії висвітлено суть, значення, передумови формування та сегментацію регіональних ринків туристичних послуг, надано загальну характеристику та класифіковано туристичні послуги, з'ясовано роль та особливості гастрономічного туризму в структурі регіональних туристичних ринків. Узагальнено теоретико-наукові засади змісту та значення ринку туристичних послуг, конкретизовано його функціональну приналежність, класифіковано види. Обумовлено позицію формування регіональних туристичних ринків на основі їх територіальних відмінностей залежно від приналежності, масштабності, заселення, транскордонного походження, характеру та способу господарювання, релігійних та етнічних традицій народу. Усвідомлено розуміння туристичного попиту та його закономірностей, окреслено чинники впливу на нього. До узагальнених чинників слід віднести комплексні та економічні. Наукове тлумачення регіональних туристичних ринків та їх функціонального призначення є доволі неоднорідним, малодослідженим та потребує конкретизації своєї об'єктивності не зважаючи на представлені наукові доробки значної кількості науковців і дослідників. До уваги взято широкий спектр ознак, які виокремлюють та диференціюють складники в структурі РРТП, серед яких: економічні особливості соціальної та економічної згуртованості, інноваційного забезпечення, показники туристичного ринку, рівень розвитку малого та середнього бізнесу, рівень фінансової сомодосконаlostі, рівень розвитку інфраструктури та схеми її розвитку, ефективність ринку праці, рівень якості умов довкілля та раціонального природокористування, рівень соціального захисту, доступність медичного обслуговування. Визначено позитивні та негативні наслідки туризму регіону, як секторального процесу, в результаті чого синхронізовано дії держави у вигляді опосередкованого, стримуючого та стимулюючого підходів до поживавлення туристичної активності. Деталізовано існуючі ризики РРТП, до яких слід віднести суспільно-політичні, економічні, адміністративні та регіональні. Виділено основні суб'єкти туристичного ринку. Кожен із зазначених суб'єктів характеризується системною взаємодією з іншим та утворенням структури функціонування ринку туристичних послуг загалом.

ISBN 978-617-7843-32-9

© Лагодієнко В.В., Павлов К.В., Павлова О.М., Саркісян Г.О., 2021

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ. 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Суть та передумови становлення та сегментації регіональних ринків туристичних послуг	7
1.2. Загальна характеристика та класифікація туристичних послуг.....	32
1.3. Особливості гастрономічного туризму в структурі регіональних ринків туристичних послуг...	50
<b>РОЗДІЛ. 2. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКАХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....</b>	<b>62</b>
2.1. Характеристика інноваційної діяльності.....	162
2.2. Нормативно-правове регулювання діяльності регіональних туристичних ринків.....	76
2.3. Напрями державного регулювання інноваційної діяльності.....	94
<b>РОЗДІЛ 3. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ.....</b>	<b>118</b>
3.1. Інноваційні заходи на регіональних туристичних ринках.....	118
3.2. Вплив інновацій на ефективність функціонування регіональних туристичних ринків...	137
3.3. Характеристика інноваційно-інвестиційної активності регіональних ринків туристичних послуг	153

<b>РОЗДІЛ. 4. ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ УКРАЇНИ.....</b>	<b>173</b>
4.1. Методологічні підходи до оцінки рівня інноваційно-інвестиційної привабливості регіональних ринків туристичних послуг та їх рейтингування.....	173
4.2. Оцінка залежності регіональних ринків туристичних послуг від інноваційно-інвестиційних чинників.....	187
4.3. Оцінка рівня конкурентоспроможності західноукраїнського регіонального ринку туристичних послуг.....	220
<b>РОЗДІЛ 5. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ.....</b>	<b>233</b>
5.1. Організаційна структура та напрями вдосконалення інституційного середовища регіональних ринків туристичних послуг.....	233
5.2. Напрями модернізації та регулювання конкурентного середовища на регіональних ринках туристичних послуг.....	265
5.3. Механізми стимулювання інноваційної діяльності на регіональних ринках туристичних послуг	285
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>309</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>318</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>350</b>

## ВСТУП

Важливою умовою ефективного функціонування економіки України є здійснення процесів регулювання та стимулювання діяльності туристичної сфери України та її регіонів. Поштовхом до формування регіональних туристичних ринків, як осередків конкурентоспроможних територіально-просторових одиниць має стати інноваційність та власне, регіональні важелі здійснення модернізації та регулювання. Однак для того щоб вітчизняні та регіональні туристичні ринки зайняли гідні позиції у структурі світових туристичних ринків слід подолати чималу кількість проблем, пов'язаних з відсутністю стійких інноваційних векторів розвитку туристично-рекреаційної сфери, зменшення споживацького інтересу з боку внутрішніх та зовнішніх туристів, загострення низки соціально-економічних наслідків, які гальмують відтворення будь-якої ринкової структури.

Досягнення різностороннього позитивного ефекту впливу туризму на динаміку соціально-економічних систем кожного регіону передусім передбачає формування теоретичних та наукових засад для дослідження суті, значення та структурної і суб'єктної взаємодії, регіональних ринків туристичних послуг, продуктів та видів діяльності; проведення аналізу і оцінки інноваційно-інвестиційних процесів на регіональних ринках туристичних послуг (РРТП) та виокремлення інституційного та кластерного підходів як невід'ємних складників модернізації та регулювання конкурентоспроможності на РРТП.

Вагомий внесок в теорію дослідження туристичних ринків, методику оцінки інвестиційно-інноваційних та конкуруючих процесів, ролі та значення інституційного середовища регіональних туристичних систем зробили вітчизняні та зарубіжні вчені: Л.І. Гонтарєвська, А.В. Завгородній, К.А. Зайчук, Н.І. Моїсєєва, В.Д. Кифяк, Н.Є. Кудла, В.А. Кітянко, О.М. Павлова, К.В. Павлов, В.Ф.

Семенов, О.В. Новосад, В.В. Лагодієнко, О.В.Лєпьохіна, М.П. Мальська О.О. Меліх, М.М.Огієнко, Т.Д. Павлюк, Ю.В. Тимчишин-Чемерис, В.О.Ткач, О. М. Стрішенець, та інші.

Віддаючи належне доробку науковців та практиків по даній темі, слід відмітити їх зорієнтованість на проблеми туристичної сфери загалом не беручи до уваги соціально-економічні особливості кожного регіону.

Водночас, розвиток туристичних ринків регіону відбувається за умов впливу деструктивних процесів, які є наслідками від економічних криз хронічного походження, дефіциту інноваційно-інвестиційних ресурсів, недосконалістю нормативно-правових підвалин, тощо. Це зумовлює не лише потребу в теоретично-науковому осмисленні змісту та значення туристичних ринків, а й висуває виклики для першочергового вирішення проблем по розробленню обґрунтованої концепції модернізації механізмів регулювання та стимулювання діяльності регіональних туристичних ринків. Важливість пошуку модернізації регулювання діяльності регіональних туристичних ринків на інноваційних засадах обумовлює також перспективу отримання синергетичного ефекту на інституційне середовище інших галузей та сфер регіону, що зрештою є запорукою відтворення механізмів діяльності усіх регіональних осередків країни. Отже, важливість та значущість окреслених проблем зумовили вибір теми, постановку мети і завдань дослідження, що і пов'язане з своєчасністю та актуальністю дослідження.

## **РОЗДІЛ. 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ**

### **1.1. Суть та передумови становлення та сегментації регіональних ринків туристичних послуг**

З далеких часів ринок представляв собою відносини між продавцями та покупцями, з метою задоволення своїх потреб, купівлі-продажу товару чи послуги. Це місце де попит знаходить пропозицію і навпаки, ринок виникає за умови взаємодії двох суб'єктів, продавця та покупця. Існує величезна диференціація ринків: ринок праці, фінансовий ринок, ринок предметів споживання, засобів виробництва, інформації, валюти, інтелектуальної власності та інші. Одним із таких підвидів є ринок туристичних послуг - це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням [112, 113, 114].

Сучасні інтеграційні процеси розвитку економіки дали змогу пришвидшити зростання частки сфери туризму в загальній структурі економічного сектору держави. Сучасний стан розвитку туризму та рекреації як в Україні, так і на регіональному рівні науковці визначають як нестабільний, нестійкий та непрогнозований. Загальносвітові тенденції функціонування туристичної галузі торкнулися як України в цілому, так і її регіонів зокрема. Пріоритетність туризму та рекреації як найперспективнішого напрямку соціально-економічного та культурного розвитку регіону було підкреслено у концепції Державної програми розвитку туризму та курортів регіонів на період до 2022 року.

Туристична діяльність є важливим сегментом збагачення держави та регіонів, формуючи мультинаціональний ефект на усі інші види та сфери діяльності ознакою розвинених країн Європи та світу залишається високий рівень відвідування та визнання міжнародними відвідувачами принад та культурно-рекреаційних місць.



В умовах децентралізації влади стає актуальним стимулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери окремих регіонів. Для цього необхідно сформувати передумови функціонування галузі в межах адміністративно-територіальних одиниць та об'єднаних територіальних громад: розробляти туристичні маршрути, розширювати мережу об'єктів туристичного інтересу, нарощувати обсяги надання туристичних послуг за рахунок збільшення частки в'їзного та внутрішнього туризму, вдосконалювати туристичну інфраструктуру, здійснювати інформаційну підтримку, тощо.

Економічний зміст ринку туристичних послуг розкривається через його функції, основними з яких є [47]:

1) Регулятивна – заключається в тому, що на ринку знаходиться точка рівноваги між попитом і пропозицією;

2) Стимулююча – підвищує економічну ефективність виробництва туристичних послуг за наявності конкуренції та вдосконаленні пропозиції згідно специфіки попиту в окремих регіонах;

3) Оптимізаційна – збалансовує використання факторів виробництва туристичних послуг, є вектором якісної та кількісної пропозиції відносно мінливого попиту [47];

4) Інформаційна – надає інформацію про усереднені параметри сукупних попиту і пропозиції на різні види туристичних послуг, забезпечує встановлення ціннісних еквівалентів для купівлі-продажу туристичних продуктів [47].

5) Сануюча – суть даної функції полягає в тому, що ринок відкидає ті туристичні пропозиції або їхніх представників, які не забезпечують відповідний стандарт якості на свої послуги.

На ринку туристичних послуг розрізняють два види «товару», який продається: туристичний продукт і туристична послуга.

Відповідно до Закону України туристичні послуги – це послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного

обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів [84]. За трактуваннями вчених, це будь-яка діяльність, що направлена на споживача з метою задоволення їхніх потреб. Загалом туристичні послуги поділяють на три види:

1) Основні – які безпосередньо відбивають суть туризму. До них відносять харчування, проживання та транспортне сполучення туристів.

2) Додаткові – це те, що допомагає туристу комфортно себе почувати. Це побутові, фінансові, інформаційні, культурні та інші.

3) Супутні – це сувеніри, що можуть придбати туристи, облаштування пляжів, надання туристичного спорядження тощо.

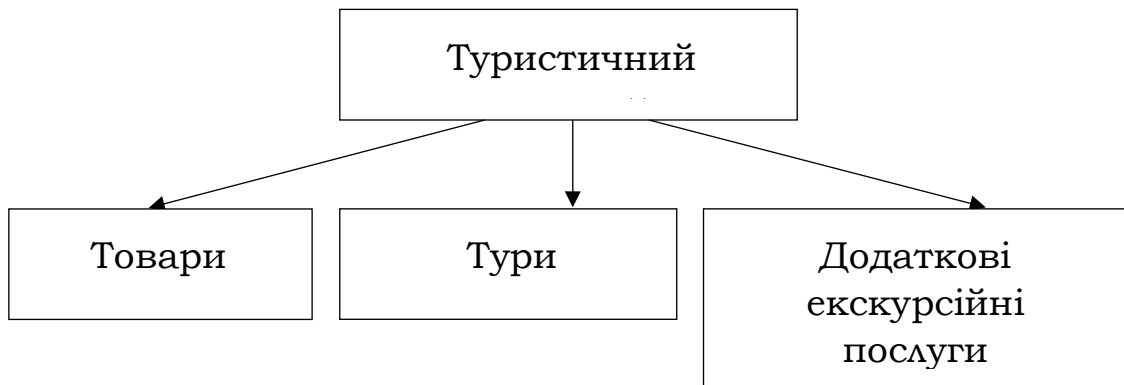
Регіональний туристичний ринок являє собою відкриту соціально-економічну систему з високим рівнем саморегуляції, основу якої складають високо-локалізовані взаємовідносини, пов'язані із виробництвом, збутом і споживанням туристичних послуг або комплексного туристичного продукту в межах певної території, причому критерієм виділення регіонального ринку виступає як місце купівлі туристичного пакету, так і місце споживання туристичних послуг, що входять до його складу [134].

Основи формування регіональних туристичних ринків включають територіальні відмінності, які є в кожній країні в залежності від протяжності, масштабів, заселення, транскордонного походження, характеру та способу господарювання, релігійних та етнічних традицій народу.

У Законі України «Про туризм» також йдеться про туристичний продукт - попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури,

відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [84].

Ольга Любіцева, українська дослідниця, вважає, що це блага, які узагальнені в програмі туру, що відповідає побажанням і меті туриста. Загалом туристичні тури поділяються на три категорії (рис. 1.1).

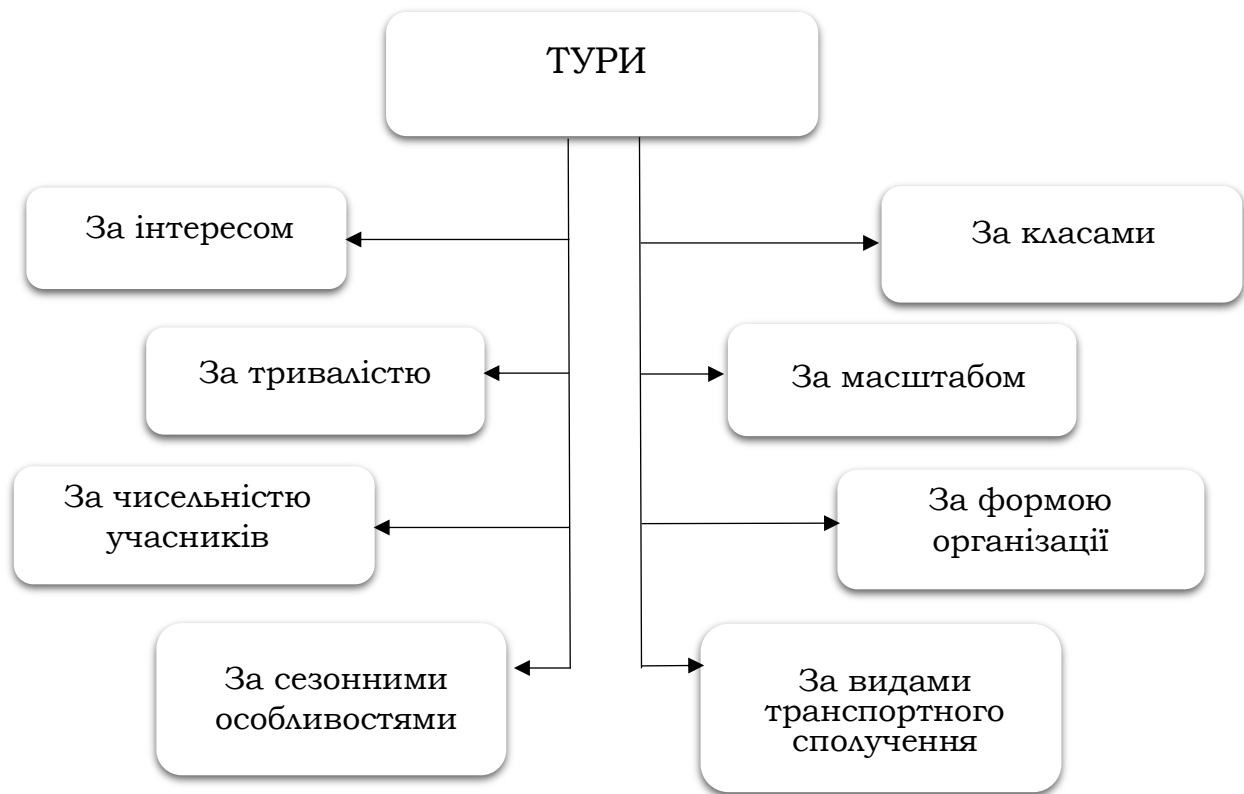


*\* Побудовано авторами з використанням джерел*  
Рис. 1.1. Види туристичного продукту

Як і до будь-якого товару, так і до туристичного продукту є ряд вимог, які повинні дотримуватися:

- безпечність – це одна із головних умов туризму, адже якщо він є небезпечним для споживачів, то він не може бути реалізований на туристичному ринку;
- комфортність – якщо відсутні мінімальні сприятливі умови для туриста продукт не може продаватися;
- достатність – це означає, що він повинен відповідати потребам споживача;
- категоріальна відповідність – послуги, повинні відноситися до певного класу і відповідати йому;
- конкурентоспроможність - вимога, якій повинні відповідати будь-які товари та послуги.

В основному туристичний продукт постає перед споживачем у вигляді туру - це первинна одиниця туристичного продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле, на визначений маршрут на конкретний термін [93]. Вони різняться за різноманітними класифікаціями (рис. 1.2).



\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерел: [93].

Рис. 1.2. Класифікаційна схема турів

У кожного туриста своя мета з якою він вирушає в подорож: курортна, освітня, лікувальна, спортивна, ділова, релігійна тощо. За тривалістю турів розрізняють короткострокові, середньострокові і довгострокові. В залежності від чисельності учасників бувають групові та індивідуальні. Також є тури, що мають сезонний характер або цілорічні. Як і будь-який товар вони різняться за класами: преміум, люкс, перший сорт, туристичний і кемпінг. Якщо розглядати тури за масштабом то виділяють внутрішні і міжнародні. За видами транспортного сполучення бувають: наземні, водні і повітряні. За формою організації діляться на самодіяльні і організовані туроператором.

Туристичний продукт має свій життєвий цикл. Згідно вільної енциклопедії «Вікіпедія», це час, упродовж якого товар життєздатний на ринку і забезпечує досягнення

цілей продавця. Виділяють чотири основні фази існування та функціонування туристичного продукту:

- впровадження. На даному етапі відбувається завоювання неосвоєних ніш туристичної місцевості. Перевага даної фази є в тім, що вона приносить нові враження. Водночас, недоліком є відсутність додаткових послуг.

- розвиток. Як і будь-який продукт, бізнес чи послуга розпочинається з удосконалення, появляються додаткові послуги: готельно-ресторанне обслуговування, екскурсійне ознайомлення, культурно-традиційні принади, атракціони тощо.

- зрілість. Коли туристичний продукт, досяг високого рівня розвитку він стає популярним серед туристів, чим збільшує їхню кількість. Місцеві влади починають вдаватися до планування, координації та контролю туристичного руху, піддаються стандартизації туристичні послуги;

- занепад настає тоді, коли зменшуються туристичні прибутки. Пік популярності пройшов, і даний продукт втратив попередній попит і гірше продається на туристичному ринку. В такому випадку необхідне повне його оновлення, що є передумовою для чергового інноваційного внеску та відтворення [131].

Ринок туристичних послуг, як і будь-який інший ринок, має свої особливості:

1) Основним продуктом виступають послуги. Вони порівняно з матеріальними товарами є абстрактні, а це означає, що споживач не може їх побачити, потримати або спробувати. До прикладу, є тури, які можливо придбати лише сьогодні, а завтра вони вже будуть не актуальні;

2) Час очікування і надійність. Його суть полягає в тому, що між оплатою і використанням туристичного продукту є певні часові лаги. Тут не діє закон оплатив і отримав. Інколи споживачі очікують на свої поїздки місяцями, а деколи кілька днів. Тому туроператори повинні заслужити довіру клієнтів;

3) Сезонний попит. Туристичні ринок зазнає впливу від його коливань. Причому ці коливання не однакові для різних видів туризму. Крім того, це диктує необхідність сезонної диференціації цін на туристські послуги [51];

4) Територіальна відстань. Споживач і виробник туристичних послуг переважно знаходяться на певній відстані. Питання інформації і реклами свого продукту в інших регіонах, просування на регіональні ринки, зв'язки з закордонними партнерами також надзвичайно важливі для туристського бізнесу [51].

Туристичний попит за визначенням В. Хунзікера та К. Крапфа, є; "сукупністю туристичних благ і послуг, які туристи можуть купити за певного рівня цін" [106, 107]. Він залежить від багатьох чинників, наприклад Всесвітня організація туризму налічує більше 130, серед яких географічні, демографічні, політичні та ЗМІ. Але виділяють дві загальноприйняті суспільні і економічні (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Чинники, що мають вплив на туристичний попит

<i>Назва</i>	<i>Сфера охоплення</i>
Комплексні	- вільний час – відпуск, канікули, свята чи відгули; - вікова категорія і кількість членів сім'ї; - загальні пріоритети; - загальноприйняті традиції в туристів.
Економічні	- матеріальне забезпечення – рівень доходів; - цінова пропозиція туристичних послуг.

Давно відомий закон попиту, за нормальних умов відбувається зростання ціни на товар чи послугу, то попит на нього зменшується і навпаки, коли ціни падають, попит збільшується. Цей закон також працює і на ринку туристичних послуг, але інколи має специфічний характер. Наприклад, коли подорож є не бажанням споживача, а певною необхідністю, відрядження, навчальні поїздки, семінари та виробничі зустрічі. Такі туристи також формують попит на туристичні послуги, але він по іншому реагує на ціну в порівнянні з попитом, що утворився від бажання людей відпочити.

Попит туристів, які подорожують для задоволення, формується значною мірою суспільними та психологічними чинниками, які спричиняють нетипове реагування на ціну [106, 107]. Дії туристів на відпочинку часто бувають спонтанними. В такому випадку появляється споживання суб'єктивного задоволення, але об'єктивно нераціональне, яке часто переступає визначену межу купівельної спроможності пересічного споживача [106, 107]. У такому випадку цінова еластичність однакових благ, проживання та подорожування суттєво різняться.

Туристичний попит має дві різні реакції на звичайний або типовий і незвичайний або ексклюзивний продукт. Туристи у більшості випадків при виборі відпочинку не прив'язуються до конкретного місця, при цьому обирають рівень готелю, транспорт на власний (зручний) спосіб. Турист обирає один найпривабливіший серед багатьох стандартних варіантів. У випадку з ексклюзивним товаром то попит на нього є не дуже еластичним щодо доходів. Це можна пояснити двома причинами: по-перше, сила привабливості такого продукту буває у визначеному середовищі настільки великою, що зменшує вплив доходу споживача, по-друге, туристи цієї категорії є більш заможним суспільним прошарком. [106, 107].

Один із основних показників від якого залежить туристичний попит – це звичайно рівень доходів населення. За дослідженнями вчених, витрати на туристичні послуги збільшуються швидше, в порівнянні з національним доходом. Закордонний туризм є більше популярним, ніж державний, через це і темпи зростання витрат швидші.

Другий важливий показник – сезонність. Туристичний бізнес значною мірою є залежним від нього. В даний період, а це від 3 до 5 місяців туристичну територію відвідує основна маса людей, а це приблизно 75% від річного запасу туристичних ресурсів. Якщо розглядати тури на регіональному туристичному ринку, то міський та лижний відпочинки містять сезонний характер.

Туристичний курортний сезон здебільшого триває практично цілий рік в історичних містах з цікавою архітектурою чи музеями, натомість у центрах виключно відпочинкових чи спортивних — тільки на період сприятливих кліматичних умов [106, 107]. Якщо порівнювати відпочинок на морі то він є актуальним протягом 3-5 місяців, а відпочинок в мальовничих Карпатах, історичними куточками Львову і Волині є актуальним цілий рік. Можна зробити висновок, що туристичні сезони можуть формуватися по-різному, в залежності від регіону країни, області і навіть місцевості.

Якщо є туристичний попит, значить неодмінно є туристична пропозиція - це сукупність послуг і продуктів, які подаються на розгляд клієнта, котрий бажає здійснити туристичну подорож [95]. Іншими словами, це все, що може бути використано для задоволення потреб споживача: ресторани, музеї, готелі, різноманітні розважальні заклади. Туристична пропозиція потребує окремої уваги, оскільки вчасно від її різносторонності та якісного представлення видовості туристичних послуг є залежним регіональний туристичний ринок. Туристична пропозиція поділяється на базову та наявну (рис. 1.3).

Базова пропозиція приваблює споживачів своєю користю від природи. Вона формується не лише для туристичних потреб. Її компоненти:

- особливості природно-туристичних ресурсів країни (природні багатства, особливості тваринного і рослинного світу, кліматичні умови, географічне положення країни);

- соціально-культурні чинники (архітектурні пам'ятки, традиції, споруди, звичаї, соціальні переваги місцевих жителів;

- ринкова інфраструктура (правильне містобудівництво, наявність комунікацій, сукупність споруд, культурні та розважальні заклади);

Складники наявної пропозиції формуються тільки для туристичного використання. У її складі можна виділити туристичну супраструктуру і інфраструктуру.



Туристична супраструктура - це сукупність господарських і культурно-історичних об'єктів, які доповнюють туристичну інфраструктуру, розташовані на туристичній території і підвищують рівень задоволення туриста від подорожі [95].



\* Побудовано авторами з використанням джерел: [95].

Рис. 1.3. Компоненти туристичної пропозиції

Туристична інфраструктура - це комплекс об'єктів, без яких не можливий відпочинок туристів. Вона зумовлена розвитком туризму і має багато спільного із загальною інфраструктурою (первинною пропозицією): якщо у певній місцевості постійно відпочивають туристи, то потужності

систем, розрахованих на забезпечення життєдіяльності тільки місцевого населення, на всіх не вистачить [95].

Основними чинниками пропозиції є:

1) Доступність виробничих складових (технології, праця, організація, капітал та інше);

2) Продуктивність, що змінюється від методів управління;

3) Зміна ефективності виробництва інших благ і послуг [106, 107].

На туристичну пропозицію впливають такі фактори:

- Суспільно-політичний вектор розвитку;
- Вільне переміщення країною;
- Політична стабільність;
- Інфраструктура, що активно розвивається;
- Податкова політика;
- Валютний курс;
- Кредитно-банківські пріоритети;
- Кількість суб'єктів туристичного ринку.

Туристичний регіон є основною складовою туристичної пропозиції. Це географічна територія, яку споживач вибирає для подорожі: області, міста, країни, а інколи їхнє об'єднання. Їх поділяють на два типи – широкої та вузької спеціалізації.

До першого типу відносять:

- освітні центри – місцевість, що призначена для різноманітних форумів, конгресів та інші освітні заклади;
- промислово-адміністративні центри розділяють на політичні центри, де розташовані адміністративно-політичні структури та проводяться заходи політичного характеру, та промислові центри, куди їдуть укладати комерційні договори та товарні угоди [271];
- місця транспортного сполучення, які використовують для технічного забезпечення.

Туристичні регіони вузької спеціалізації містять:

- місцевість відпочинкового характеру – курортні міста та регіони – Одеса, Затока, Буковель та інші.
- місце історичної значущості, багаті своїми пам'ятками та спорудами – Львів, Луцьк, Київ та інші.

- місце, що має релігійну важливість – Києво-Печерська Лавра, Почаївський монастир та інші релігійні пам'ятки.

Між попитом і пропозицією спостерігається тісний взаємозв'язок: попит не тільки породжує пропозицію, але і пропозиція певним чином впливає на попит [271].

Отже, як показують дослідження регіональні туристичні ринки є запорукою соціально-економічного розвитку регіонів.

Тому, відповідним органам державної виконавчої влади, місцевого самоврядування, необхідно приділяти більше увагу питанню розвитку туристичної інфраструктури, оскільки ефективність розвитку туризму в регіоні цілком залежить від туристичної інфраструктури, що в свою чергу може принести значні наповнення до місцевого бюджету.

Однак, наукове тлумачення регіональних туристичних ринків та їх функціонального призначення є доволі неоднорідним, малодослідженим та таким, яке потребує конкретизації своєї об'єктивності та кола функціональних особливостей.

Суспільне тлумачення регіональних ринків туристичних послуг передусім охоплюють просторову організацію наявних в обмеженій кількості туристично-рекреаційних ресурсів та туристичної інфраструктури. Для регіональних ринків туристичних послуг є характерним стійкість та взаємозв'язки між внутрішніми сегментами регіону. Взаємодія сегментів формується саморегулюючим способом за умови опосередкованого впливу держави та регіональних управлінських структур. Водночас, РРТП є відкритими системами, на які теж впливають внутрішні та зовнішні фактори економічного середовища.

Ефективність внутрішньорегіональних процесів на туристичних ринках є відображенням ємкості самого ринку, способу організації господарської та суб'єктивної взаємодії, наявного туристично-рекреаційного потенціалу. Внутрішньорегіональні відносини туристичних ринків зумовлені запровадженням підприємницьких суб'єктів,

технологічним потенціалом праці, сталістю туристичних потоків. Вихідним елементом з твердження РРТП є «Туристичний регіон», як визначена територія, яка охоплює певну кількість областей, яка має специфічні природньо-ресурсні принади, а також історичні, етнічні та соціальні особливості. Суб'єктами туристичного регіону слід вважати фізичні та юридичні особи (резиденти та нерезиденти) коло соціальних, економічних, політичних інтересів, яких пов'язані з даною територією [109].

Однак туристичний регіон є винятковим правом певних територіальних угруповань, які мають об'єкти туристичної зацікавленості потенційних туристів та формує певну пропозицію туристичних послуг. В свою чергу розуміння регіонального ринку туристичних послуг є ширшим, оскільки окрім просторових ознак охоплює економічні ознаки викликані ринковою взаємодією між його суб'єктами.

Зважаючи на те, що територія більшості країн в тому числі України є доволі неоднорідною за територіальним розміщенням, густотою заселення, економічним вектором розвитку, соціалізацією, структурою та сегментами споживацьких вподобань туристів, слід пріоритетні регулюючі напрями вбачати не в соціальному вимірі, а в регіональному. Існує на сьогодні безліч тлумачень категорії «регіон» [159]. Однак поглиблення ринкової взаємодії регіональних осередків за світовими, національними та регіональними критеріями. Найменшим проявом цього і являється регіональний ринок, який реалізовує право на купівлю-продаж товарів та послуг. Формування регіональних туристичних ринків є важливою стратегією національного добробуту та має специфічність свого функціонування та взаємодіє між суб'єктами. Однак залишається нечітким ряд процесів, які відбуваються на регіональних ринках туристичних послуг, зокрема що стосується підходів до визначення сутності «регіональних ринку туристичних послуг». Окрім того, проблема ускладнюється недосконалістю нормативних та правових

засад, методологічних та конкуруючих підходів до даного ринкового сегменту [165].

На разі в науковій літературі представлене широке коло тлумачень та підходів до поняття «регіональних ринок туристичних послуг», в основі якого закладено в першу чергу регіональні особливості пропозиції та ціноутворення туристичного продукту, а також соціальні, фінансові, стимулюючі та регулюючі інструменти забезпечення ефективного обігу туристичних продуктів між споживачами [9, 10]. Для прикладу науковець Н.В. Фоменко формує переконання що РРТП є соціально-економічною системою, яка як і будь-яка ринкова структура має високий рівень саморегуляції, зосереджує певну взаємодію між процесами виробництва, реалізації та споживання [268].

Науковці А.П. Юрьєв та Г.М. Алейникова вбачають в РРТП: «систему внутрішніх та зовнішніх економічних відносин» в межах певного регіону, де відбувається процес перетворення туристично-екскурсійних послуг, а також це є місце для сукупності споживачів туристичного продукту в межах певної місцевості. Д.М. Стеченко орієнтується на поняття регіональних ринок рекреаційно-туристичних послуг, під яким розуміє систему стійких взаємовідносин між економічними суб'єктами та іншими об'єднаннями, інтереси яких реалізуються в умовах певної території [244]. О.В. Рогова асоціює регіональний ринок туристичних послуг з товарним ринком, який охоплює окремі частини областей та регіонів [185]. Дослідниця З.В. Герасимчук надає припущення що РРТП – це ринок, який показує відкриту систему, яка взаємопов'язана з багатьма іншими сферами та господарськими комплексами регіону [32]. Принципово нову позицію відстоює Т.Д. Павлюк, відносно РРТП, який є місцем де існує конкуренція та послідовна взаємодія між товаровиробниками та споживачами туристичних послуг [172]. О.М. Павлова та К.А. Зайчук пропонують розуміти під РРТП – сукупність певних районів чи областей на механізм формування яких впливає кількість населення, заробітна плата, кількість суб'єктів

туристичної діяльності, наявність туристичних ресурсів та, безумовно, органи державної та місцевої влади, які формують державну політику в сфері послуг.

З огляду все ж таки на малодослідженість сутнісного та структурного визначення РРТП, на наше переконання це є не чітко визначена територія, яка може охоплювати одну або декілька областей, має туристичну та конкурентні переваги, розвинену туристичну інфраструктуру та характеризується постійним оновленням туристичної пропозиції та попиту. Тому узагальнюючи слід розглянути системний підхід в дослідженні РРТП, який пов'язаний з відтворенням системності виробництва, реалізації та споживання різного виду туристичних продуктів в межах окресленого територіального угруповання.

*Передумови формування та сегментація регіональних ринків туристичних послуг.* З того часу, як наша держава отримала незалежність вийшла в світ велика кількість варіацій схематичного розподілу територій нашої держави, що характеризується різними цілями та умовами врахування різних критеріїв.

Не секрет, що районування території держави є досить важливим етапом в дослідженні, особливо коли йдеться про регіональні туристичні ринки. Оскільки за змістом своїм передбачає своєрідний умовний порядок території адміністративних меж з обов'язковим взяттям до уваги широкого спектра особливостей та характеристик, що є притаманним регіонам країни, серед яких наступні:

- особливості економічних показників;
- соціальні характеристики;
- особливості економічної та соціальної згуртованості;
- показники туристичного ринку;
- показники інвестиційно-інноваційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці;
- показники розвитку малого та середнього підприємництва;
- показники ефективності ринку праці;
- показники розвитку інфраструктури;

- показники відновлювальної енергетики та енергоефективності;
- показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я;
- показники соціального захисту та безпеки;
- показники регіонального природокористування та захисту довкілля.

Важливо визначити, що кожен з запропонованих показників включає в себе ряд більш деталізованих значень [158, 160, 162].

Цікавим є той факт, що сьогодні вже було запропоновано чималу кількість варіацій територіального регіонального поділу держави. Усі вони володіють різними характерними назвами, оскільки розроблялися для різних цілей досліджень та форм реалізації, хоча й на спільних та уніфікованих засадах, серед яких наступні:

- географічні;
- соціальні;
- етнографічні;
- економічні;
- природні;
- історичні тощо.

Отже, з метою досягнення максимально поглибленого дослідження особливостей регіональних туристичних ринків в Україні, а також особливостей їх територіального поділу (розмежування) має місце необхідність в певних уточненнях [63].

В цей же час, також досить важливим аспектом є особливості термінологічного підходу, адже під час реалізації дослідження зустрічаються різного роду особливості:

- регіональне розмежування спираючись на різного роду територіальні особливості та ознаки (район, регіон, земля, економічні райони тощо);
- географічні та історичні назви регіональних відокремлень (Волинь, Поділля, Полісся, Придністров'я, Слобожанщина тощо).

Завжди в процесі реалізації будь-яких досліджень, в основі яких лежить «територіальне розмежування» або «територіальний поділ» - має місце значна відмінність між територіями (районами, що лягають в основі дослідження).

Отже, спираючись на вище викладене та для реалізації в більшій мірі поглибленого дослідження регіональних туристичних ринків України, має місце необхідність певних уточнень.

Вже було відмічено, що однією з особливостей що зустрічається під час здійснення умовного поділу території України на окремі регіональні відокремлення це є певна відмінність економічних, соціальних, географічних, кліматичних та транскордонних регіональних туристичних ринків Західної України.

Отже, в процесі реалізації нашого дослідження особливостей функціонування регіональних туристичних ринків було досліджено не лише досягнення статистичних параметрів, але й окремих «неофіційних» критеріїв та особливостей, що чинять неопосередкований вплив на функціонування регіональних туристичних ринків. Усі реалізовані нами дослідження базуються на наступних критеріях регіонального розподілу (Рис.1):

1) Цілісності. Безумовність реалізації регіонально-територіального розвитку на засадах визначеної територіальної одиниці області [63].

2) Перспективності. Окреслення часового проміжку (аспекту) регіонального розмежування, адже саме за рахунок здійснення його аналізу стає можливим прогнозування подальшого розвитку та конкурентоспроможності регіональних туристичних ринків.

3) Однорідності та статистичної ідентичності. Застосування сучасних підходів та статистичних прийомів дозволяє в кількісному вимірі дати оцінку рівних та однорідних окремих регіональних ринків (областей), забезпечити визначення особливо важливих характеристик під час їх групування. Систематизація статистичних значень створює в найбільшій мірі

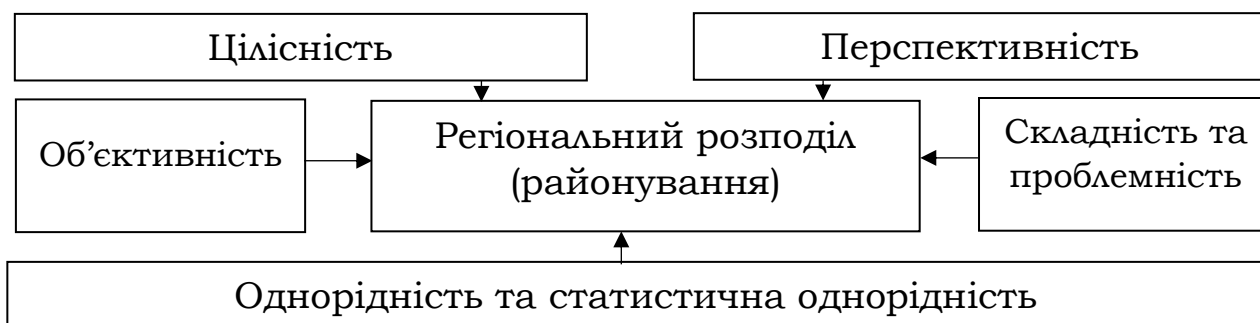


сприятливі тенденції становлення регіональних ринків туристичних послуг, а також рівень їх конкурентоспроможності відносно один одного.

4) Об'єктивності. Усвідомлення того, що саме регіональне відокремлення існує у чітко окреслених територіальних границях.

Систематизація значень показників функціонування регіональних ринків, а також організацію та забезпечення регуляторних процесів відносно конкурентних відносин на них з точки зору територіального аспекту.

5) Складності та проблемності. Окреслення характерних особливостей та складнощів, що є притаманним для окремих територіально-регіональних об'єктів; розвитку регіональних туристичних ринків, а також забезпечення на них регуляторних процесів відносно конкурентних засад [165].



\* Побудовано та структуровано авторами з використанням джерел [63, 161, 162].

Рис. 1.4 Базисні підвалини регіонального розподілу (районування)

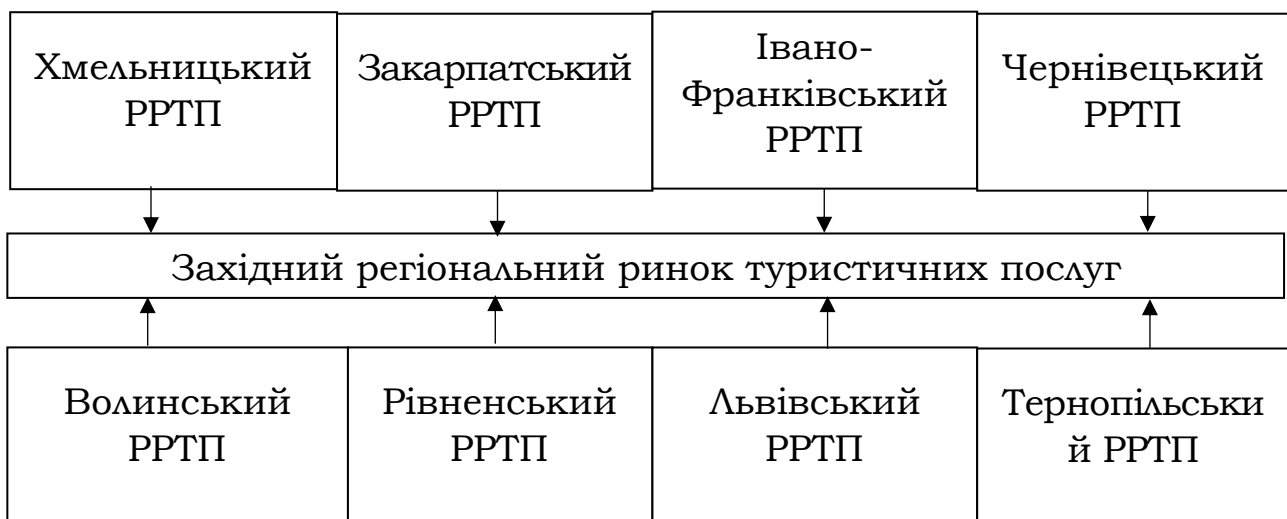
Отже, спираючись на проведенні дослідження, щодо можливих варіацій відносно ймовірного, а також найбільш прийняттого для проведення певного дослідження, щодо модернізації механізмів регулювання та стимулювання інноваційної діяльності регіональних туристичних ринків територіального розподілу (районування) території нашої держави; в певній мірі погоджуємося з думкою К.В. Павлова та О.М. Павлової (Табл.1.2, Рис. 1.4) [163, 164].

Таблиця 1.2

Схема регіонального розподілу регіональних туристичних ринків

Регіон	Області, що входять до складу регіону
Західний	Волинська, Рівненська, Львівська, Тернопільська, Хмельницька, Закарпатська, І. Франківська, Чернівецька
Північний	Чернівецька, Сумська, Полтавська, Харківська
Центральний	Київська, Житомирська, Вінницька, Черкаська, Кіровоградська
Південний	Одеська, Миколаївська, Херсонська, АР Крим
Східний	Дніпропетровська, Запорізька, Донецька, Луганська
Столичний	Київ

\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерел: [168, 170].



\* Розробка авторів

Рис.1.5. Структура західноукраїнського ринку туристичних послуг

Важливо наголосити, що області РТТ, що входять до досліджуваного ними західноєвропейського ринку туристичних послуг в значній мірі різняться між собою за широким спектром ознак, серед яких;

- економічні особливості;
- соціальна та економічна згуртованість;
- інноваційний рівень розвитку;
- рівень інвестиційного забезпечення;

- показники туристичного ринку (включає в себе ряд показників);
- рівень розвитку малого та середнього бізнесу;
- рівень фінансової соמודосконалості;
- рівень розвитку інфраструктури та схеми її розвитку;
- ефективність ринку праці;
- рівень якості умов довкілля та раціонального природокористування;
- рівень соціального захисту;
- доступність медичного забезпечення обслуговування тощо.

Узагальнений показник поділу регіональних ринків туристичних послуг, що входить до західноукраїнського регіону за демографічною та географічною структурою зображеною в таблиці 1.3.

Відзначимо, що в результаті проведених нами досліджень було визначено, що Західний регіон за окремими показником (табл. 1.3) є найменшим серед яких: Північний, Південний, Центральний, Східний, Столичний, що визначено в таблиці 1.2.

Адже його загальна площа складає близько 131277 квадратних кілометрів а кількість населення, в свою чергу дорівнює – 10640 ос.; середня густина населення – 84 чоловіки на квадратний кілометр відповідно [58.59].

Як вже було визначено, під конкретним регіоном слід розуміти повну сукупність територіальних угруповань, що характеризуються рядом обставин географічних, економічних, соціальних тощо значень. В нашому випадку це: Волинський регіональний ринок туристичних послуг (РРТП); Хмельницький РРТП; Львівський РРТП; Чернівецький РРТП; Закарпатський РРТП; Івано-Франківський РРТП; Тернопільський РРТП; Рівненський РРТП.

Для подальшого дослідження рівня розвитку регіональних ринків туристичних послуг слід чітко розмежовувати та класифікувати фактори та «характеристики», що в тій чи іншій мірі можуть впливати на них (Дод. А, Б, В, Г, Д, Ж, З, І, К, Л, М, Н, О, П).

Таблиця 1.3

Демографічні та географічні показники ринків туристичних послуг Західного регіону, середнє значення на 1 січня 2021 року

РРТП	Кількість населення, тис.ос.	У% до масштабів Держави	Густина населення чол/кв.км.	Площа території кв.км.	У% до масштабів Держави
Волинський	1042	2,4	52	20143	3,4
Рівненський	1162	2,7	58	20047	3,3
Львівський	2534	5,9	116	21833	3,6
Тернопільський	1062	2,5	77	13823	2,2
Хмельницький	1290	3,0	62	20929	3,4
Закарпатський	1259	3,0	98	12777	2,1
Івано-Франківський	1321	3,2	99	13928	2,3
Чернівецький	909	3,1	112	8098	1,4
Середнє значення за регіоном	1330	-/-	84	16409	-/-
Всього за регіоном	10640	25,8	-/-	131277	21,7
України загалом	48673	100	75	603766	100

\* Побудовано та структуровано авторами з використанням джерел: [58, 59, 166, 168]

Від так, туризм чинить значний вплив на інші види діяльності. Такі як: торгівля, транспорт, культуру, товарне виробництво та сільськогосподарську діяльність. Значна соціалізація туристичної діяльності впливає на соціально-економічний розвиток міст, держав, та регіональних угруповань.

Соціалізація проявляється у формуванні пропозиції робочої сили, підвищенні культурного та освітнього рівня місцевої спільноти. Окремі туристичні осередки, які є віддаленими від культурно-посередницьких центрів, деталізують туристичні послуги через механізм перерозподілу національного доходу задля забезпечення стабільного економічного зростання. Сам процес економічного зростання в туристичній галузі має ланцюгову реакцію з іншими секторами економіки. Саме завдяки цій консолідації зусиль поширюється інвестиційна діяльність, формуються нові робочі місця, збільшується асортимент товарів та послуг і зрештою зростають первинні доходи: заробітна плата, рента, відсоток, капітал та прибуток. Частка отриманих доходів має

тенденцію до зростання та повертається у державний бюджет у вигляді податків.

Акумуляовані в такий спосіб кошти спрямовані на фінансування туристичних проектів, стимулювання матеріальної допомоги для організації відпочинку верств населення з низькими доходами, а також розвиток системи підготовки трудового потенціалу для туристичної сфери.

Інноваційна модель розвитку туристичної стратегії формується за умов розробки туристичного бренду України та її позитивного іміджу, що дозволить презентувати національний продукт та розвинути його конкурентоспроможні переваги.

Важлива роль в цьому процесі належить такій важливій інституції як Національній туристичній організації (НТО), яку було започатковано ще в грудні 2016 року, яка орієнтована на забезпечення збалансованого та стійкого розвитку національних туристичних стратегій. До основних цілей функціонування «національної туристичної організації України» слід віднести: проінформованість щодо наявних туристично-рекреаційних ресурсів України на державному та міжнародному рівнях, промоція регіональних туристичних послуг на міжнародних туристичних ринках; підвищення іміджу України, як потужної туристичної країни : поширення системи туристичної інформації на світовій арені; забезпечення програми розвитку туризму ; відновлення туристичної інфраструктури; консолідація зусиль в напрямі заохочення, формування та сприяння функціонування регіональних та місцевих туристичних осередків. Основною ціллю НТО є формування місцевої платформи об'єднання туристичних організацій (місцевого, регіонального та галузевого рівнів).

Стратегічні орієнтири розвитку туризму повинні забезпечувати такі напрями державного регулювання туризму:

-підвищення ролі державно-первинного партнерства за умови реалізації потужних туристичних проектів, які вимагають консолідації зусиль інвесторів;

-виокремлення зон туристично-рекреаційної привабливості з спеціальними умовами діяльності (оподаткування інвестиційного капіталу, обмеження податків в сфері природокористування);

-стимулювання соціального туризму шляхом розширення масового соціального замовлення регіональної інфраструктури;

-формування системи туристичного ринку товарів та послуг з посиленням функцій місцевих муніципальних адміністрацій;

-забезпечення дієвості державного маркетингу щодо поширення інформації щодо туристичних можливостей формування конкурентних особливостей регіонального туристичного продукту;

-збільшення важливості державного регулювання туристичної діяльності, як невід'ємного складника активізації туристичних коштів.

Водночас важливе значення в регулюванні туристичної діяльності належить державній туристичній політиці, яка являє собою систему методів та заходів в політичній, соціальній, правовій, культурній площині, яка реалізується державними та недержавними органами, які забезпечують відповідальність за туристичну діяльність, що є передумовою системи регулювання та координацією галузевого туризму.

Однак, туристичні регіональні ринки, як невід'ємна складова національної економічної системи потребує модернізації, де ключовим аспектом є децентралізоване управління та делегування повноважень регіональним органам управління. За пропозиції департаменту туризму та курортів України ініціюється через саморегулюючі регіональні туристичні організації з майбутнім залученням до недержавних галузевих організацій.

Необхідність розподілу повноважень формується в контексті консолідації місцевих органів влади ряду завдань щодо удосконалення та розробки регіональних комплексних та цільових проектів туристичного розвитку регіону, забезпечення сприятливого організаційно-

правового та економічного оточення задля ефективності суб'єктів туристичної діяльності, формування та збереження туристично-рекреаційних ресурсів регіону, пропагування державно-приватного партнерства та кластерного підходу.

Тому стабілізаційним чинником соціально-економічного вектору держави мають стати інновації в територіально-розмежованих дестинаціях. Надзвичайно важлива роль в цьому аспекті належить соціальним та інформаційним технологіям, а також вірним інфраструктурним рішенням. Зокрема, інтернет є невід'ємним елементом сучасного способу життя суспільства.

Основні сучасні тренди для eTourism lab Bournemouth 2-th university: соціальні медіа та споживчий центризм; мобільний зв'язок та віртуальна реальність, маніпулювання даними.

Інноваційне запровадження туристичних технологій розвивається в галузях гостинності та управління, в маркетингу, стратегічне планування діяльності туристичних підприємств.

Зростає роль електронної комерції в туристичній діяльності, що проявляється в фронт-офісних системах та системах бронювання.

Загалом, ключове місце у формуванні туристичної свідомості населення займають регіональні туристичні корпорації, які широко розповсюджують туристичні послуги з подальшою інформованістю відносно реклами чи необхідності придбання того чи іншого товару. Зазначеними структурами в кожному регіоні є, як правило туристичні компанії, туристичні магазини, кол-центри надання туристичних послуг та відділення туризму в регіональних ОДА.

Відносно регулювання туристичної діяльності на місцевому рівні слід конкретизувати завдання Департаменту формування зовнішніх відносин, залучення інвестицій та сприяння проблемам туризму та курортів:

- Організувати та втілювати перспективи цілі розвитку туризму регіону;

- Пожвавлювати інвестиційну зацікавленість туристичної сфери та збільшувати пропозицію робочих місць;

- Інформувати населення відносно створення оновлених туристичних об'єктів із подальшим збереженням існуючих.

- Ініціювати розвиток внутрішнього та зовнішнього туризму з особливим акцентом на такі його види як: зелений та сільський туризм.

Загалом досягнення етапами туристичного підприємства зосереджується в програмі регіонального розвитку регіону, які покликані включати комплекс інструментів модернізації та стимулювання туристичного ринку.

До заявлених інструментів слід відносити:

- фінансово-інвестиційні інструменти;

- стратегічні програми розвитку місцевого, обласного та регіонального рівнів;

- бюджетно-податкові важелі регулювання;

- інформаційно-технологічне забезпечення ринку;

- система страхового підприємництва регіону.

В комплексі перелічені інструменти є складниками стратегії розвитку туризму регіону та мають свої завдання, які дозволять визначити ситуацію соціально-економічного розвитку регіону в системі стихійного ринкового середовища. Стратегічні цілі розвитку туризму регіону формуються за умов підтримки КМУ, а також активності діяльності центральних та місцевих органів влади. В основу зазначених цілей закладено фінансове забезпечення, оцінка туристично-рекреаційного потенціалу та подальший моніторинг над реалізацією поставленої стратегії. Окрім того існують ще державні цільові програми, які використовуються задля забезпечення важливих та нагальних питань щодо розвитку регіональних проблем. Очевидно, що завдання будь-якої програми розвитку регіонального туризму являється



підвищення рівня туристичної активності в регіоні, зміцнення матеріально-технічних підвалин, покращення інфраструктурних умов, кадрове та кваліфікаційне вдосконалення, підвищення туристичного попиту та ознайомлення з історико-культурною спадщиною області.

Важливою ознакою відтворення туристичної активності регіону є постійний моніторинг туристично-рекреаційної активності та мобілізація внутрішнього потенціалу обласних центрів регіону. Саме від цього є залежним вибір та реалізація подальшої стратегії.

## **1.2. Загальна характеристика та класифікація туристичних послуг**

Сучасний туризм є перевагою будь якої стратегії регіонального розвитку та здійснює вплив на функціонування суміжних галузей економіки: будівельної, готельно-ресторанної, легкої промисловості, харчової промисловості та сільськогосподарської. Однак чергові кризи, прояви тотальної пандемії усіх націй відчутно вплинули на всі сектори економіки, в тому числі проявилися і на спаді споживання туристичного продукту. Однак регіональна системна узгодженість суб'єктів діяльності в тому числі і туристичних все більше піддається змінам та перебудовам, реагуючи на внутрішні та зовнішні умисли та потребує більш виважених та регіонально наближених важелів управління.

Туристична галузь регіону є фактором сприяння соціально-економічного розвитку регіону, національної та глобальної економік. Основними функціональними цілями туризму є: створення туристичного продукту та якісних туристичних послуг, функціонування регіональних туристичних ринків (кластерів), формування відповідного адаптивного інституціонального середовища та залучення внутрішніх та зовнішніх туристів [255].

З огляду на взаємозалежність сфер та галузей економіки, туристична діяльність охоплює широку

класифікацію туристів (пасажирів, користувачів авіаліній, пасажирських автобусів, потягів тощо). Однак, якщо брати до уваги дану особливість, яка формує відтворювальний ефект на регіон, туристична галузь була й цілком вигідною та позитивною для регіону. Але на жаль, чисельність зовнішніх (іноземних) туристів є в десятки раз меншою а ніж внутрішніх споживачів туристичних послуг. Це пояснюється тим, що за відсутності інвестиційного приваблення діюча соціальна та туристична інфраструктура далека від світових стандартів та норм. Окрім того, існує ще ряд вагомих внутрішніх причин для посилення інтересу з боку іноземних туристів, а саме: низька якість туристичних послуг, незадовільний стан рекреаційних видів туризму, однотипність туристичних послуг, недосвідченість кадрового забезпечення, візові, митні та інші в'їзні документальні обмеження. Все це без сумніву ускладнює процеси пошуку регулюючих інструментів туристичної галузі.

Рациональне використання туристичного природно-рекреаційного потенціалу обумовлено передусім відсутністю узгоджених дій між державою та регіонами на законодавчому, фінансовому, інституційному та організаційному рівнях. Наріжним каменем регулювання туристичної галузі являється з'ясування основних векторів діяльності міжнародних туристичних ринків та запровадження їх в інтеграційну практику українських регіонів. Доволі своєчасними та потрібними є напрями модернізації механізмів регулювання регіональних туристичних ринків, які знаходяться в площині законодавчого, податкового, приватизаційного, інвестиційного та інституціонального факторів. В першу чергу, це торкається готельних та санаторно-курортних закладів, які потребують інтенсивного відтворення, створення нових робочих місць, комерціалізації культурних цінностей, додаткові капіталовкладення в фауну, флору та рекреаційний потенціал регіону [232, 233, 234].

Розвиток туризму, як і будь-який секторальний процес має позитивні та негативні результати. Зокрема негативні ефекти передбачають перевищення повноважень місцевих органів влади, не дивлячись на те, що далеко не завжди інтереси певного регіону є співзвучними з інтересами держави. За умов не запровадження негайних дій та інструментів на макроекономічному рівні туристична діяльність не принесе того екологічно-суспільного ефекту який очікується. Тобто роблячи акцент на закордонній та екологічній політиці, державні органи опосередковано все рівно мають координувати сферу туризму.

Загалом, слід виділити ряд підходів, які визначають вплив та бажання держави сприяти діяльності: опосередкований, стримуючий та стимулюючий. Стримуючий підхід передбачає, що держава по мірі свого розвитку та політики геополітичних інтересів не готова до зовнішніх туристів. Державні традиції, норми та переконання в даному випадку перешкоджають туристичним інтересам, що проявляється в настанні обмеження контакту власних громадян з іноземцями [110, 111].

Опосередкованість впливу з боку держави зосереджена на наступному:

- визначальному значенні туризму в політиці розвитку держави та регіонів (інвестиційне заохочення, стабільність ринкової економіки, формування відповідного споживчого кошику);

- ефекту туристичної діяльності на закордонну політику держави;

- місце та результативність туризму для соціальної сфери регіону;

- взаємозалежність туристичної діяльності у формуванні національного платіжного балансу;

- професійна освіченість населення;

- активізація соціально-економічної активності відсталих регіонів країни.

Водночас туристична діяльність будь-якого регіону потребує допомоги з боку держави в зв'язку з:

- економічними та технічними можливостями інфраструктурного забезпечення на державному рівні які, чинять вплив на привабливість або навпаки віддаленість іноземного туриста відносно туристичного продукту регіону;

- велика капіталомісткість та імпортозалежність інвестиційних вкладень зазвичай є короткостроковою, однак ризиковою;

- міжгалузевий характер туристичної діяльності та структури туристичного сектору свідчить про практичну співзвучність усіх галузей та секторів економіки регіону;

- нормативно-правовий супровід функціонування регіональних туристичних ринків;

- в'їзні особливості та їх неформальний характер є компетенцією державних фінансових органів.

Регулювання самою системою туристичної діяльності є процесом складним та багатограним та вміщує ряд важливих елементів, серед яких:

- вивчення кон'юнктури туристичного ринку;
- планування регіонального туристичного розвитку;
- модернізація туристичної інфраструктури регіону;
- кадрове забезпечення кваліфікованими фахівцями в сфері туризму;

- функціонування регіонального туристичного ринку;
- формування сприятливого конкурентоспроможного середовища для розвитку туризму;

- прогнозування результатів туристичної політики та очікування ретроспективних результатів.

Поверхнєве вивчення кон'юнктури туристичного ринку регіону може спотворити реальну картину справ та не чітко сформулювати цілі туристичної діяльності. Тому глибокий аналіз чинників зовнішнього то внутрішнього впливу на регіональний туристичний ринок є важливим та вимагає чітко об'єктивних та динамічних заходів реального регулювання.

Однак реалізувати здійснення таких досліджень є клопіткою та неінвестиційною справою. Зазвичай проявляються конфлікти між господарською діяльністю на

регіональному туристичному ринку, в основному в тих регіонах, які є багатшими на туристично-рекреаційні ресурси.

Централізовані органи регулювання туристичної активності покликані стимулювати та забезпечувати господарський розвиток функцій регіону. Комплексною метою досягнення намічених цілей є прогноз впливу туризму на соціальну, економічну, законодавчу та культурну політику регіону.

Модернізація туристичної інфраструктури регіону є складним та багатовекторним завданням та характеризується значною капіталомісткістю, що викликано високою еластичністю туристичного попиту та високою конкурентоспроможністю регіонального туристичного ринку.

Кадрове забезпечення кваліфікованими фахівцями в сфері туризму обумовлює посилення освітньої та науково-дослідних інституційних позицій. Особливий акцент в цьому робиться на потоки іноземних туристів, оскільки, окрім професійних знань та навиків, необхідне володіння іноземної мови. На разі держава лишень залучена в фінансування підготовки фахівців в освітніх закладах, але весь акцент робиться за межами суб'єктів господарської діяльності, що в багатьох випадках суперечить мотивації до їх існування.

Стратегія розвитку туристичної галузі є створення відповідних правових та економічних предметів для діяльності регіональних туристичних ринків. Зокрема актуальним на сьогодні є так звана туристична комерціалізація як різновид галузевих конкурентних переваг, під якою варто розуміти інвестиційну спрямованість регіональних туристичних підприємств по просуванню свого туристичного продукту. В межах цілеспрямованої політики застосовується широке інформаційне розповсюдження, презентація, маркетингові інструменти з вдосконалення якісних та кількісних ознак та переваг самого туристичного продукту.

Функціонування регіонального туристичного ринку обумовлює щоденну діяльність по наданні туристичних послуг суб'єктами господарювання в межах видів туристичних послуг для забезпечення відтворення успішної підприємницької та туристичної діяльності.

Формування сприятливого конкурентоспроможного середовища розвитку туризму охоплює вивчення результатів туристичної спрямованості середовища, регіональної взаємодії між туристичними суб'єктами, попитом та пропозицією, наявними туристично-рекреаційним потенціалом та рівнем інституційного забезпечення даного ринку [247, 250, 254].

Прогнозування результатів туристичної політики та очікування ретроспективного ефекту являє собою формування світоглядного майбутнього розвитку подій, що є надійною складовою туристичної політики загалом. Оскільки будь-яка підприємницька діяльність включає в себе необхідність короткострокового та довгострокового прогнозування збуту, споживання, виробництва продукції при охопленні конкретного елемента споживачів та розвиненому конкурентному середовищі. Може виникнути така ситуація, за якої інструментарій туристичної політики видозмінює виробничу та споживацьку структуру, що обумовлює подальше врахування ризиків при передбаченні підприємницької діяльності. До існуючих ризиків регіональних туристичних ринків слід віднести:

- суспільно-політичні, що пов'язані зі зміною суспільного устрою та політичною ситуацією, яка склалася в державі;

- економічні (купівельноспроможний попит, інвестиційні можливості підприємств, сальдо торгівельно-платіжного балансу);

- адміністративні (акти, закони про підприємницьку діяльність, про функціонування суб'єктів туристичної галузі, різного роду обмеженнями, податкові інструменти, тощо);

- регіональні (конкурентна ситуація регіону, цінова політика послуг, схильність регіону до туристично-

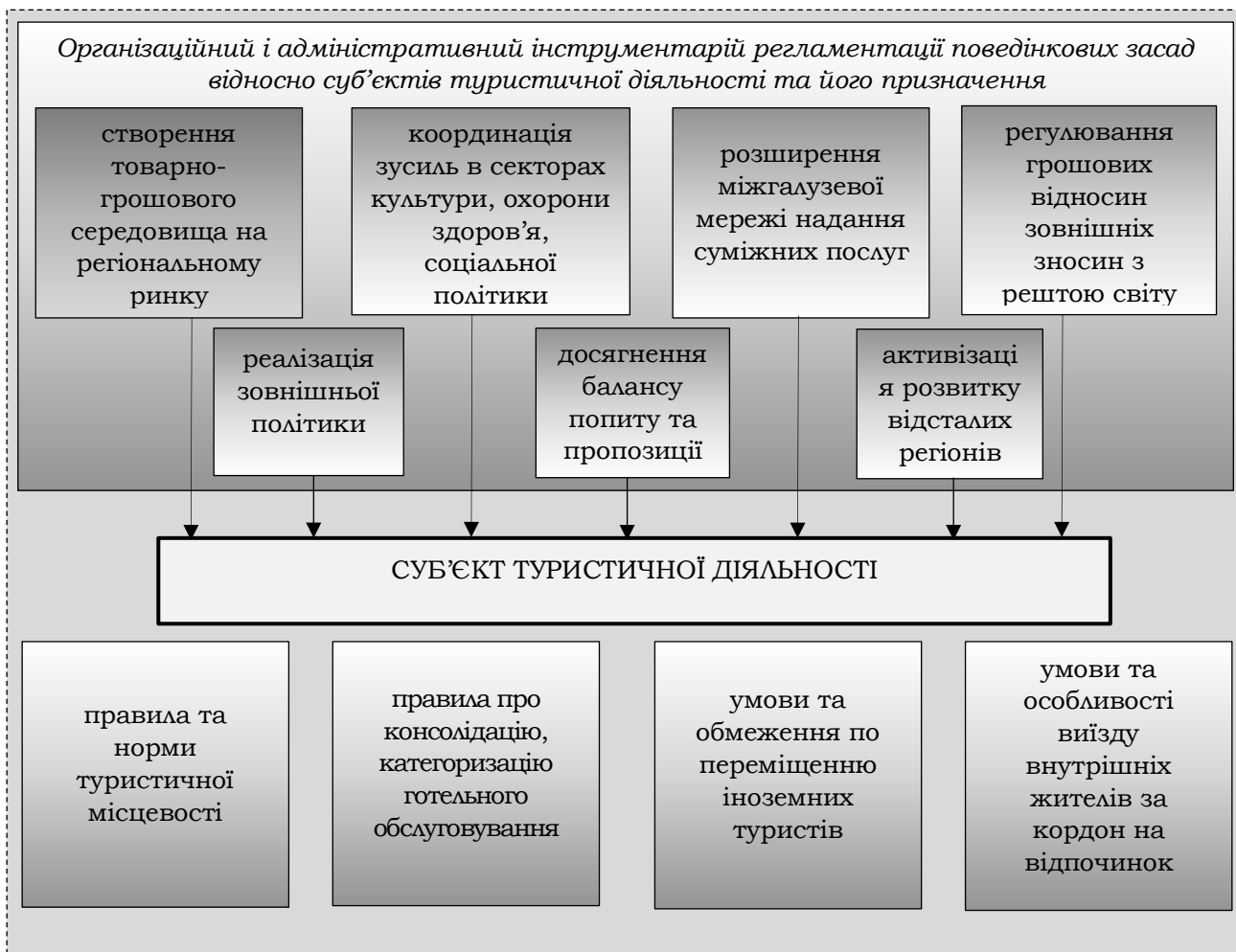
рекреаційної активності, стан інституційного забезпечення);

Поставлені цілі туристичної політики неможливо досягти без запровадження спеціальних засобів. Їх кількість є доволі великою. Задля чіткого впровадження елементів прогнозування поведінки регіональних туристичних ринків слід виділити та синхронізувати існуючі ризики туристичної діяльності та запропонувати напрями для їх зменшення, або вирішення. Але слід відмітити, що прогнозуючі аспекти мають універсальний характер та не можуть застосовувати конкретні або спеціальні інструменти [173, 174].

Для прикладу, податкова політика, яка обумовлює конкретну ставку оподаткування має двоякі наслідки. В'їзні формальності та обмеження відвідування іншої держави іноземними туристами здійснюють опосередкований вплив на кошти, якщо вони мають ліберальний характер, то зможуть стимулювати пропозицію. Інструментами туристичного регулювання, які є співзвучними з загальними інтересами держави та регіону є: правові, економіко-фінансові, адміністративно-організаційні.

Адміністративно-організаційні інструменти регламентують правила та норми поведінки суб'єктів туристичної діяльності. Їх цілі полягають в наступному (рис. 1.6):

- створення товарно-грошового середовища на регіональному ринку;
- досягнення балансу попиту та пропозиції;
- активізація розвитку відсталих регіонів;
- розширення міжгалузевої мережі надання суміжних послуг;
- регулювання грошових відносин зовнішніх зносин з рештою світу;
- реалізація зовнішньої політики;
- координація зусиль в секторах культури, охорони здоров'я, соціальної політики, тощо.



*\* Побудовано та систематизовано авторами*

Рис. 1.6. Організаційно-адміністративний та нормативно-правовий інструментарій, що регламентує поведінкові засади суб'єктів регіональних туристичних послуг та дотичних до туристичної галузі сфер

Правові інструменти охоплюють функціонування дуже багатьох дотичних сфер регіону. До регламентованих аспектів цього напрямку слід віднести:

- правила та норми туристичної місцевості;
- правила про консолідацію, категоризацію готельного обслуговування;
- умови та обмеження по переміщенню іноземних туристів;
- умови та особливості виїзду внутрішніх жителів за кордон на відпочинок.

Економіко-фінансові інструменти охоплюють прямі та непрямі методи стримування або стимулювання



підприємницької активності туристичних суб'єктів регіону. До них слід віднести; ціни, податки, особливості валютних, імпорتنих та експортних обмежень [251, 252, 253].

Отже, теоретичний аналіз інструментів та методів регулювання туристичної активності є доволі широким та складним. Це передусім пов'язано із їх кількістю та різною ефективністю. Тому при регіональному управлінні туристичними процесами легко допуститися помилок, наслідки яких будуть катастрофічними.

Туризм є тією сферою, яка активізує відсталі регіони в яких немає достатньої кількості підстав для сільського господарства, промисловості, тощо. Надає їм можливість сконцентруватися виключно на розбудові відповідної інфраструктури та отримати визнання туристично-відпочинкової агломерації. Пізнавальний та виховний ефект туристичної діяльності впливатиме в майбутньому на усвідомлення раціональності та бережливості до обмеження туристично-рекреаційних ресурсів як є об'єктом доходності туристичних об'єктів регіону.

*Структура та види регіонального ринку туристичних послуг.* Суб'єктами туристичного ринку є юридичні та фізичні особи. Виділяють три основних види суб'єктів:

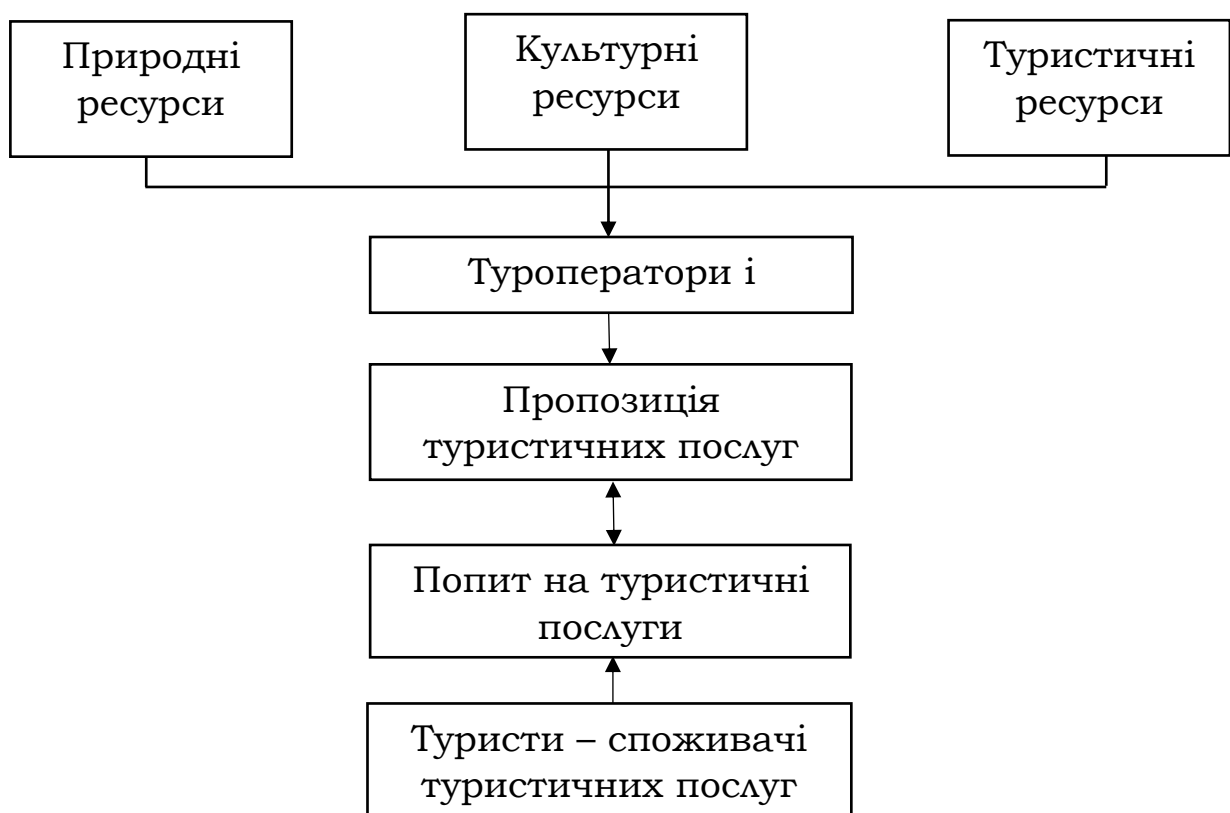
- туроператори - юридичні особи, які функціонують згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із пропозиції базових та супутніх послуг, які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність [81, 84].

- турагенти – організаційні угруповання, які реалізують тури, що були створені туроператором. Вони не мають засобів обслуговування і є лише посередниками між підприємствами туристичної організації та туристами, продаючи і популяризуючи туристичний продукт;

- виробники туристичних послуг – це підприємства і фізичні особи, які купують товари і послуги для виробництва інших товарів і послуг на туристичному ринку.

До об'єктів туристичного ринку відносять туристів – споживачів туристичного продукту. Їхню споживацьку увагу прагнуть отримати суб'єкти, для отримання вигоди.

Жоден складник туристичного ринку не існує окремо. Всі вони взаємодіють між собою і утворюють систему функціонування ринку туристичних послуг (рис. 1.7).



*\* побудовано авторами з використанням джерел: [106, 107].*

Рис.1.7. Схема функціонування регіонального туристичного ринку

Отже, механізм функціонування туристичного ринку - це система дії економічних важелів для збалансування попиту та пропозиції на туристичні послуги у відповідному місці та й визначений час [106, 107]. Попит на туристичні продукти формується згідно смаків та вподобань туристів.

Загалом, туристичний ринок може бути досить різним:

1) Ринок рекреаційного туризму – це санітарно-курортний, спортивний, оздоровчий і пізнавальний відпочинок. Даний ринок має ряд особливостей утворення і розвитку, які обумовлені специфікою його товару: широка варіація розцінок і рентабельності однорідних видів послуг; диференціація суспільно необхідних витрат через різні умови розміщення та цінність використаних рекреаційних ресурсів; визначальна роль попиту в формуванні ринкових взаємостосунків, сезонні коливання в роботі більшої частини рекреаційних закладів [20];

2) Ринок зеленого туризму – представляє послуги, що невід’ємно пов’язані із природою і екологією. Переважно це тури по незайманих людиною місцях. Це відпочинок у лісах, на озерах, у сільських місцевостях, відвідування екологічних ферм, сільськогосподарських угідь, природоохоронних територій та інше;

3) Ринок етнічного туризму – являє собою вид туризму, що здійснюється на місцях історичного проживання туриста. Він може бути як внутрішнім (наприклад, відвідування глибинки міськими жителями з метою ознайомлення з архаїчними говірками, фольклором, побутом, культурою і мовами автохтонних народів), так і зовнішнім, який пов’язаний з відвідуванням історичної батьківщини або місць народження родичів. [186].

4) Ринок ділового туризму – представлений індивідуальними та корпоративними поїздками, подорожжя на заходи, що організовують промислові і торговельні організації. Він є прибутковим і найперспективнішим. Частка бізнес-туризму в світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20%, а 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів становить обслуговування туристів саме цієї категорії [120, 121, 122, 123];

5) Ринок спортивного туризму – представляє туризм, який полягає у проходженні маршрутів та подолання природних і штучних перешкод, річок та інших водойм, виконання різноманітних технічних і тактичних прийомів.

6) Ринок релігійного туризму – це поїздки за межі традиційного середовища на строк не більше року для

відвідування святих місць і центрів релігій [282]. Виділяють три напрямки: перший пов'язаний з участю в релігійних подіях – це екскурсії, другий паломницький – головна мета яких відвідування святих місць, земель та об'єктів і третій науковий, що має релігійний характер.

7) Ринок екстремального туризму – представляє відпочинок, що містить ризик або наявність певних навантажень в складних умовах. Він представлений в багатьох формах:

- повітряний – стрибки з парашутом, групова повітряна акробатика, дельтапланеризм;
- наземний – пішохідні маршрути, екстремальні поїздки на мотоциклах чи автомобілях у болоті, чи лісах, кінні прогулянки;
- водний – дайвінг, прогулянки на байдарках, водні лижі та інше;
- гірський – альпінізм та інше.

Також туристичний ринок поділяється за видом туристичних послуг (рис. 1.8):



*\* побудовано авторами з використанням джерел: [120, 121, 122, 123].*

Рис. 1.8. Класифікація туристичного ринку за видом туристичних послуг

- Ринок послуг з розміщення;
- Ринок харчування (Гастротуризм);
- Ринок додаткового туристичного обслуговування;
- Ринок туристичних перевезень.

Закладами розміщення туристів є будь-які об'єкти, в яких туристам епізодично чи регулярно надають місце для ночівлі [120, 121, 122, 123]. Згідно пропозицій Всесвітньої організації туризму, засоби розміщення поділяють на дві форми: колективні та індивідуальні (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Класифікація закладів проживання туристів

<i>Категорія</i>	<i>Розряд</i>	<i>Група</i>
1. Колективні засоби розміщення туристів	1.1. Готелі та аналогічні засоби розміщення туристів	1.1.1. Готелі; 1.1.2. Аналогічні заклади;
	1.1. Спеціалізовані заклади	1.1.1. Оздоровчі заклади; 1.1.2. Табори відпочинку; 1.1.3. Конгрес-центри;
	1.1. Інші колективні заклади	1.1.1. Житло для відпочинку; 1.1.2. Площадки для кемпінгу; 1.1.3. Інші.
2. Індивідуальні засоби розміщення туристів	2.1. Індивідуальні засоби розміщення	2.1.1. Власне житло; 2.1.2. Орендовані кімнати у сімейних будинках; 2.1.3. Житло, яке орендується у приватних осіб чи агентств; 2.1.4. Розміщення, що надається безкоштовно родичам чи знайомим; 2.1.5. Інше розміщення на індивідуальній основі.

\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерел: [120, 121, 122, 123]

Також дані заклади поділяються за місцем свого розташування: у місті, за містом, на воді, при дорозі. Існує ще поділ в залежності від кількості спальних місць :

- маленькі – до 100 місць;
- середні – від 100 до 500;
- великі – більше 500 місць.

Також готелі різняться за статусом. Перші дешеві, вони надають мінімальні послуги середнього рівня обслуговування. Другі готелі класу «люкс», вони мають дороге оздоблення, меблі, велику кількість персоналу і широкий спектр послуг.

Ринок забезпечення харчування туристів (гастротуризм) складовою формування інфраструктури та одним із найпопулярніших як в туризмі так і в житті. При купівлі туру клієнт обирає, який вид харчування на відпочинку він прагне мати: включене у вартість туру, або самостійне.

Організація харчування в туризмі має такі [120, 121, 122, 123]:

- організація харчування під час транспортного обслуговування;
- організація харчування у транспортних турах;
- організація харчування в дестинаціях (населений пункт, регіон, країна, в якій формується потік туристів, тобто місце, де тимчасово проживають туристи);

Специфіка організації харчування окремих видів туризму. Схема харчування туристів залежить від виду туру, категорії туристів, співвідношення місць розміщення і місць харчування та багатьох інших чинників. Ринок додаткового туристичного обслуговування включає надання таких послуг:

- організація екскурсій;
- страхування туристів;
- гіді-перекладачі;
- трансферт;
- ремонт техніки;
- прокату різноманітних речей;
- обмін валюти;
- та інше.

Дані послуги не входять до вартості туру і оплачуються окремо при покупці. Однак при організації подорожей з пізнавальними, професійно-діловими, спортивними, релігійними цілями послуги, що традиційно відносяться до додаткових, можуть бути основою туру [183, 184].

Ринок туристичних перевезень також вважається основним у складі туристичного ринку. На перевезення припадає більша частина ціни туру. У залежності від тривалості, дальності подорожі ця частка (у більшості випадків) коливається від 20 до 60% [85].

Основним транспортом на регіональному ринку туристичних послуг виступають автомобільні та автобусні перевезення. Особливою популярністю користуються автобусні екскурсійно-пізнавальні тури з відвідуванням декількох міст і визначних місць [85].

Другим по перевезенню виступає залізничний транспорт. Його основною перевагою є низка ціна. Але даний вид транспорту не користується великим попитом при складанні турів.

Якщо розглядати вікові групи то за ними також існує поділ туристичного ринку на:

- молодіжний туризм, який охоплює споживачів до 35 років. Його часто називають студентським, тематичні поїздки, пов'язані з політико-пропагандистськими заходами; туристично-екскурсійні поїзди; річкові та морські круїзи; туристично-патріотичні клуби; маршрути вихідного дня; оглядові й тематичні екскурсії; подорожі та екскурсії в межах навчально-виховного і виробничого процесу; туристично-оздоровчі програми під час літніх канікул та інші. Це дешеві подорожі, умови проживання і пересування є не такі комфортабельні. Переважає активний відпочинок: екскурсії, вечірки та різні фестивалі.

- сімейний туризм – це відпочинок з дітьми, або декількох груп сімей. Такі подорожі мають ряд певних вимог до умов проживання, харчування і перевезення, що повинні враховувати наявність дітей до 12 років.

- пенсійний туризм - даний вид призначений для старших людей, від 60 років. Він є не активний у порівнянні з молодіжним.

Гастрономічний туризм – це можливість впровадження до переліку туристичних послуг додаткових, які пов'язані з ознайомленням з місцевими культурними шедеврами, екскурсійними подорожами під час

приготування їжі, ознайомлення з національними культурними традиціями різних держав. Його основна ідея полягає у вивченні вікових традицій та національного духу народу через ознайомлення з кулінарними шедеврами та відчуттям атмосфери аспектів ментальності населення, інших країн, культур, релігій, тощо.

*Інфраструктурне забезпечення ринку туристичних послуг.*

Особливою ознакою успішного функціонування РРТП є туристично-рекреаційний потенціал, а також відповідний рівень інфраструктурного забезпечення, який впливає на якість туристичних продуктів, що забезпечується потребами споживачів. Категорія «інфраструктура туризму» є надзвичайно широкою в контексті застосування та необхідності у функціонуванні регіональних туристичних послуг.

Загалом, під інфраструктурним забезпеченням слід розуміти комплекс споруд та організацій загального обслуговування, які конкретизують та роблять зручною туристичну галузь для потенційних туристів. Туристичне підприємництво розвивається відповідно до рівня розвитку туристичної інфраструктури.

Окрім того, створення комфортного інфраструктурного забезпечення є передумовою малого та середнього підприємства, яке теж є індикатором розвитку інфраструктурного забезпечення. Структурне інфраструктурне забезпечення включає в себе комплекс установ, організацій, доріг, які дозволяють здійснювати зручний та комфортний доступ туристів до відпочинкових місць з подальшим застосуванням туристичних послуг. До перелічених об'єктів туристичної інфраструктури слід віднести: туристичних об'єктів, виробників туристичної продукції фахові компанії, прокат автомобілів, кінотеатри, кредитно-банківські установи, розвивальні центри, рекламні компанії, тощо.

Страхові підприємства туристичного ринку регіону формують норми безпеки та поєднують взаємовідносини



між туристами та страховими компаніями за умов настання страхового випадку. Найбільш поширеними випадками страхування є: від нещасних випадків та безпечне страхування. Різновидом страхування в туризмі є асистенс, який надається у вигляді страховки в натуральній або грошовій формі для тих туристів, які планують відпочивати за кордоном.

Окрім того мережне страхування є обов'язковим елементом виїзду туриста за межі країни, яке покриває певні витрати, які настають у разі нещасних випадків. За таких умов покривається збільшити на прибуття медикаментів, отримання фахових консультацій – лікарів та безпосередньо на лікування.

Кредитно-банківські інституції є не менш важливими компонентами в фінансовому забезпеченні функціонування ринку туристичних послуг. Передусім це є можливості для суб'єктів туристичних послуг, послуг в напрямі фінансового підприємництва, стимулюючих процесів кредитування виробників туристичних продуктів, розрахунково-платіжні відносини між учасниками туристичного процесу.

На сьогодні особливе значення в інфраструктурному забезпеченні належать рекламним компаніям, які популяризують туристичні послуги не лише в межах, але й за межами регіонів та країни. Як правило, ці організації виконують ряд послуг по: формуванню бренду туристичних агенцій та представництв, інформаційне посилення в соціальному в інтернет-просторі стосовно специфіки туристично-рекреаційних послуг та принад, розміщення промоційних матеріалів на біг бордах, транспортних засобах, тощо.

Громадсько-туристичні осередки є потрібними складовими ринку туристичних послуг та формують можливість протікання успішної туристичної діяльності. Найбільш відомою всеукраїнською громадською організацією є туристична асоціація України, яка об'єднує усі туристичні підприємства України. До основних напрямів діяльності слід віднести:

- стимулювання розвитку туризму в регіонах країни;
- промоція регіональних туристичних послуг;
- підвищення іміджу туристичної сфери загалом;
- захист інтересів учасників туристичного ринку;
- дотримання певного рівня безпеки та захисту туристично-рекреаційної галузі України.

Туристично-розважальний комплекс охоплюють готельно-ресторанні установи та організації, туристично-рекреаційні зони відпочинку, мотелі, які виконують бажання туристів у відпочинку та харчуванні. Транспортно-логістичні центри є одним з найнеобхідніших інституцій які поживляють туристичне середовище та формують комфортність, своєчасність переведення туристів з одного місця в інше.

Транспортно-логістична інфраструктура поширюватиметься та зростатиме за умов збільшення попиту на туристичне забезпечення регіонального туристичного ринку має ряд негативних ефектів, які пояснюються недостатністю ринкового середовища. До забезпечених ефектів слід віднести:

- значно нижча якість вітчизняного туристичного продукту відносно міжнародного аналогу;
- принципова відмінність та частковий популізм серед законодавчих актів туризму України та законодавчих актів;
- не значний рівень діяльності рекламних агенцій, який обмежує проінформованість про специфічність та унікальність туристичних послуг регіону;
- відсутність взаємних та договірних відносин між вітчизняними та міжнародними інституційними одиницями туризму;
- відсутність доступності інфраструктурного забезпечення в селах та малих містах регіонів України.

Для інформативного забезпечення є притаманним динамічність в часі та просторі, що пов'язано з постійним рухом та вдосконалення інфраструктурних об'єктів.

Однак інфраструктурне забезпечення туристичних ринків потребує вдосконалення та розширення центрів

туристичної інформації, особливо транскордонних місцевостях; підготовку фахівців у сфері туристичного та готельно-ресторанного обслуговування, тощо.

### **1.3. Особливості гастрономічного туризму в структурі регіональних ринків туристичних послуг**

На сьогоднішній день туризм став невід'ємною частиною життя людей. Кожного дня тисячі людей здійснюють різноманітні подорожі. Туризм – це одна із ланок економіки, що може приносити значний дохід до бюджету країни. Одним із його видів є гастротуризм, який набирає все більших обертів.

З кожним роком все більше розвивається туризм та набуває різних напрямків. Одним і з яких є гастрономічний туризм – це вид туризму, в якому турист насамперед приділяє увагу знайомству з місцевою кухнею, її кулінарними досягненнями або просто цікавими особливостями місцевих принад [274].

В Україні туристичний ринок знаходиться на досить ранній стадії свого становлення. Становище на туристичному ринку послуг є конкурентним відносно становища економіки країни та окреслюється широким спектром економічних, політичних та соціальних процесів, що мають місце в державі, відтворюючи при цьому процес розформування суспільства та їх життя [274].

Оскільки кулінарне мистецтво вже давно стало частиною загальної культури суспільства, то гастротуризм – це знайомство з історією місцевої кухні, екскурсії та можливість бути учасником процесу приготування страв. Це так званий, вид туризму, особливість якого полягає в дегустаційних процесах та ознайомленні з особливостями національних кулінарних традицій різних держав [94].

Його основна мета полягає у вивченні вікових традицій і національного духу народу через приготування і вживання різноманітних страв. Їжа дозволяє краще зрозуміти менталітет людей і особливість їхнього життя.

Якщо звернутися до термінології, то гастрономічний туризм є одним із видів туризму, яких полягає у переміщенні різними країнами з метою знайомства з національними кулінарними особливостями, продуктами та напоями. В процесі таких подорожей, турист може відвідувати місцеві заклади харчування з національною кухнею, брати участь в приготуванні та дегустації національних страв, пізнавати історію та рецептуру запропонованих їжі та напоїв, а також здійснювати подорожі до місць вирощування та виробництва унікальних продуктів, які є частиною гастрономічного меню тієї чи іншої країни. Креативність гастрономічного туризму віддзеркалюється у спроможності розділяти специфіку культури окремих народів, активізувати крос-культурну комунікацію, яка в свою чергу є проявом міжкультурних контактів. Результатом є сформоване людське середовище, де відбувається духовна, ментальна та матеріальна комунікація. Науковець А. Бусигін вважає що даний вид туризму є в подальшій перспективі найбільш вигідним фінансовим акумулюванням регіону. Вчений переконаний що найбільш доцільно розвивати гастрономічний туризм на Західному регіональному ринку туристичних послуг України. Окрім того, він переконаний що ефект гастрономічного туризму є залежним від організації та промоції специфіки туру [14].

Інший науковець В. Федорченко теж відстоює думку щодо необхідності розвитку гастрономічного туризму в контексті історико-культурного спрямування, беручи до уваги культурну цінність та інтерес до генезису гастрономії з боку світової цивілізації [266]. М. Кукліна вбачає в розвитку гастрономічного туризму в усіх без винятку регіонах України поглиблення інтеграційних процесів між країнами світу [108]. В змісті «гастрономічного туризму» вбачає туризм, який ініційований місцевими громадами для інтенсифікації сільського господарства [310]. Д. Басюк асоціює гастрономічний туризм з «спеціалізованим» видом туризму, який включає в себе послуги по ознайомленню та дегустації національних кулінарних традицій інших країн

світу та є своєрідним поєднанням екології, культурного розвитку та виробничого процесу [6]. В. С. Ковешніков розуміє під гастрономічним туризмом – вид розваг, який пов'язаний з спеціальними винними та гастрономічними турами та екскурсіями для об'єктів гастрономічного туризму (спеціалізованих музеїв, сироварень, винокурень тощо) а також безпосередніх закладів з специфічними національними стравами. Велике значення для цього виду туризму є представлення кулінарних шедеврів на ярмарках, фестивалях, фермерських та сільськогосподарських ринків [97].

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) визначаючи гастрономічний туризм як близькі та далекі подорожі, які дозволятимуть ознайомитись з автентичними традиціями та звичаями, які засновані на культурі приготування та споживання їжі та напоїв, відвідування унікальних місць різних країн. В світовому масштабі гастрономічний туризм дедалі глибше отримує соціального та культурного визнання. Екскурсії, кулінарні дегустації, нові методики приготування їжі, відкриття нових місць вирощування, селекція, риболовля дедалі більше є стимулом для туристичних подорожей.

Тому, очевидним є те, що гастрономічний туризм є відносно новим видом надання туристичних послуг, пов'язаних з подорожами до країни з особливостями місцевої кухні, традиціями пов'язаними з дегустацією унікальних страв та продуктів, які є притаманними лишень конкретній країні.

На сьогоднішній день існує багато організованих гастрономічних подорожей. Під час гастрономічних турів турист може [246, 248, 249, 274]:

- 1) Скоштувати особливі страви національної кухні;
- 2) Брати участь в різних гастрономічних та кулінарних фестивалях;
- 3) Ознайомитися з рецептурою та історичними тонкощами національної кухні у відповідності до сезонних особливостей;

4) Спробувати себе у приготуванні національних кулінарних шедеврів.

Відтак, сам термін «гастрономічний туризм» виник на початку 1998 року, коли професор Люси Лонг ввів в практичне спілкування термін - кулінарний туризм. Його суть полягала у тому, що їжа допомагала туристам відчувати себе корінними жителями конкретної країни. Оскільки такі тури не користувалися попитом його змінюють на гастротуризм. Він є досить широким та не є обмежений колом платоспроможних гурманів.

За даними опитування Міжнародної асоціації кулінарного туризму «UNWTO», 18% - гастрономічних туристів обирають саме такий вид подорожі виключно заради «високої культури» кухні, 46% - вибирають гастротури через можливість спробувати автентичну кухню, ще 35% - подорожують, для того, щоб скоштувати місцеві продукти харчування. При цьому 22% - з опитаних вибирають гастрономічні подорожі, оскільки рахують їх вигідною можливістю для бюджетного відпочинку [24].

У 2015 р «UNWTO» виокремила гастротуризм в виокремлену ланку. Саме з цього моменту, гастрономія на офіційному рівні набрала ваги як визнаний елемент нематеріальної спадщини та культури, після чого в обігу з'явився термін - "food tourism" [24].

До складу гастротуризму відносять будь-які види туристичної активності, які пов'язані з гастрономією. Умовно його поділяють на два види: сільські (зелені) та міські. До першого відносять збір ягід, грибів в лісі, овочів і фруктів на спеціалізованих фермах, прогулянки на виноробнях, та інше. Другий включає відвідування гастрономічних фестивалів, фермерських ринків і продовольчих ярмарків, кафе та ресторанів, продуктовиробників. За напрямками гастротуризм поділяють за наступною градацією:

- освітній – основна мета – це отримання нових або удосконалення набутих навичок приготування їжі. Вони в основному призначені для представників професій, що пов'язані зі світом кулінарії. Такі тури можуть бути

представлені у вигляді різноманітних курсів, шкіл, семінарах та виставок. До такого туру можна віднести навчання в «Le Cordon Bleu», що у Парижі;

- ресторанний – суть такого туру полягає у відвідуванні популярних ресторанів певних регіонів, країн та інше. Туристи прагнуть відчувати особливості місцевої кухні і скоштувати ексклюзивні страви. Це стосується не тільки дорогих елітних ресторанів, але простих й душевних кав'ярень;

- подієвий – є орієнтованим на відвідування певної місцини в певний відрізок часу для прийняття участі в культурних та громадських заходах, що характеризуються певною гастрономічною тематикою: шоу, виставки, фестивалі, ярмарки та інші святкові заходи. Багато туристів приїжджають до міста, щоб не тільки задовільнити харчовий інтерес а також познайомитися із культурною пам'яткою;

- монотур – це так звані тури, що призначені для ознайомлення з одним продуктом: сир, вино, риба, пиво та інше. Такі тури є досить популярними у гастротуризмі;

- екотур або екологічний туризм – основна мета відвідування екологічно чистих регіонів, лісництва та інші виробництва, та вживають органічні продукти. Наприклад, равликів ферма, що знаходиться у Львівській області с. Яблунівка, де можна не тільки поспостерігати за процесом вирощування, а і спробувати різноманітні страви;

- комбіновані тури – вони поєднують в собі один або декілька вищеперерахованих турів. Вони є також досить популярними.

До особливих рис гастротуризму варто віднести такі:

- з особливі обставинами та умовами розвитку кулінарно-гастрономічного туризму в різних країнах світу;

- гастротуризм не характеризується своєю сезонністю проведення, в будь-який період часу є можливість обрати найбільш підходящий тур;

- кулінарний туризм, являє собою складову елементів усіх можливих турів та подорожей. Проте, на відміну від інших видів туристичних послуг, знайомство з

особливостями національної кухні стає чи не найголовнішою метою гастрономічної подорожі [235].

Одним із кроків розвитку гастрономічного туризму в Україні є створення у 2013 році Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні. Вона є добровільним об'єднанням ВНЗ, установ, організацій підприємств, що функціонують в туристичній галузі, ресторанного та готельного бізнесу, харчової і виноробної промисловостей, які утворені для сприяння у розвитку гастрономічного і винного туризму в нашій державі шляхом саме популяризації оригінальної кулінарної, гастрономічної, винної продукції, максимально можливого поширення національних автентичних традиційних особливостей у виноробстві і кулінарії, створення та подальшої промоції гастрономічних та винних маршрутів, популяризацію національного тематичного туристичного продукту Україною та за її межами.

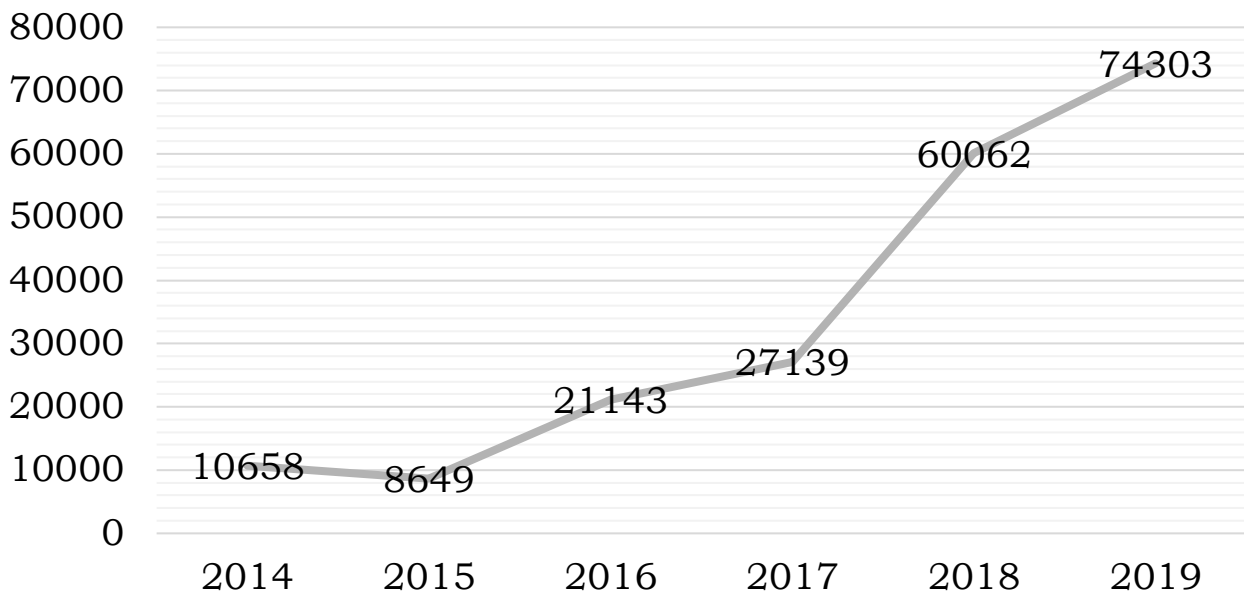
За даними державної статистики тільки за минулий рік Україну відвідало 74303 осіб і це тільки та частина туристів, що подорожували через туроператорів. Внутрішні ж тури, нараховують близько – 258899 осіб.

Проаналізувавши графік відвідуваності іноземних мандрівників України за період 2014 - 2019 рр. можна констатувати, що спочатку кількість туристів зменшилася на 2008 осіб, але на наступний рік відбувся значний приріст, у 2016 році позначка досягла вже 21143 осіб, що майже у двічі більше ніж у 2014 році. Наступний значний стрибок відбувся у 2018 році, де кількість туристів, що відвідали нашу країну досягла позначки аж у – 60062 осіб це найкращий результат за останніх п'ять років (Рис. 1.9).

Також важливим для аналізу є не тільки іноземні туристи, а й внутрішні тури. Проаналізувавши рисунок 1.10, загалом можна сказати, що вони користуються попитом і мають тенденцію до зростання.

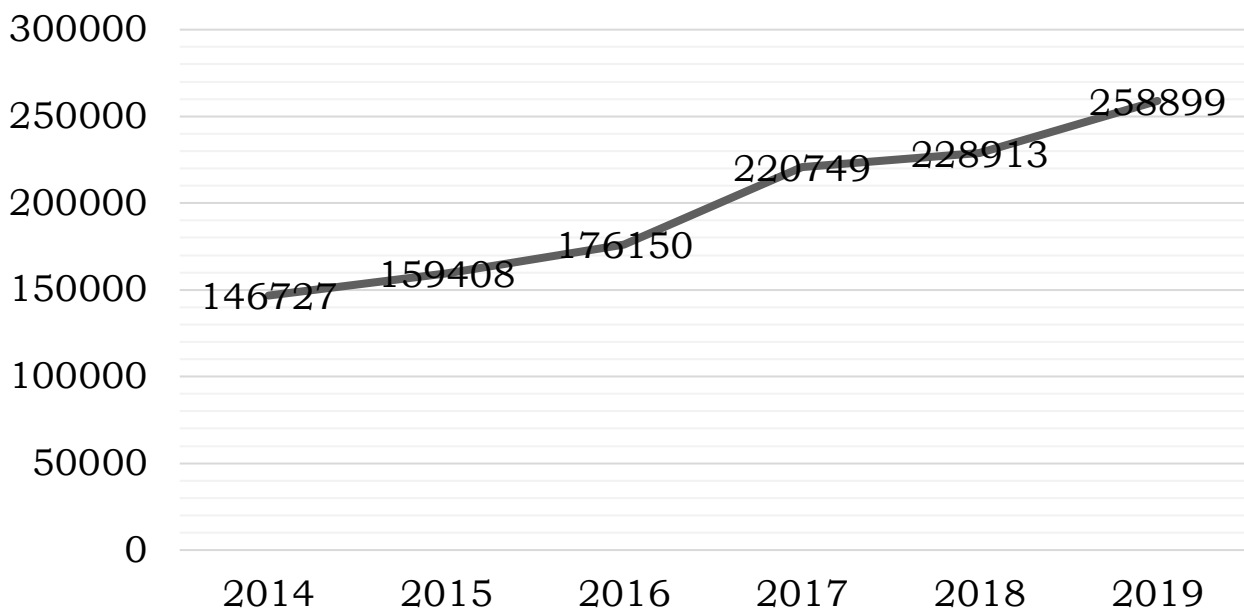
Дана статистика підтверджує факт, що кількість туристів у нашій країні кожного року зростає, а це означає, що ми повинні розвивати усі види туризму, одна із яких є гастротуризмом.





*\* побудовано авторами з використанням джерел: [94].*

Рис.1.9. Динаміка відвідуваності іноземними туристами України за період 2014 - 2019 рр.



*\* побудовано авторами з використанням джерел: [94].*

Рис. 1.10. Динаміка внутрішніх туристів країни за період 2014 -2019 рр.

Його популярність зростає кожного року. Першою причиною є те, що все більша кількість людей споживає їжу за межами дому і весь час знаходяться у пошуку нових страв. Другою причиною є великий вплив глобалізації. У

сучасному світі скорочуються відстані, простір стискається. У супермаркеті можна знайти продукти з різних кліматичних зон. Разом з тим глобалізація відроджує у людства зацікавленість до власного генетичного та культурного коріння. На сьогодні, людство перебуває в стані пошуку самостійної ідентичності, в тому числі і шляхом пізнання національного колориту кухні [97].

Гастрономічний туризм також є важливий елементом економіки країни, він забезпечує інфраструктурний базис і нові робочі місця, сприяє збереженню національних культурних традицій. Не слід також забувати про те, що ЮНЕСКО визнає «гастрономію» часткою культурної та історичної спадщини усього людства [97].

Гастрономічний туризм сприяє розвитку не тільки економіки країни, він впливає також на соціальну та культурну сферу. Його популяризація призводить до притоку туристів та покращення інфраструктури населення.

В Україні активно розробляють концепцію гастрономічного туризму, цей документ буде представлений у вигляді дорожньої мапи, яка увійде до загальнодержавної стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Також згідно інформації Національної туристичної організації України саме 2018 рік був названий роком гастротуризму. Відбулося багато тематичних заходів. Різні ресторатори та експерти підтвердили думку, що гастротуризм є одним із найперспективніших видів туризму в Україні, з яким вона може бути представлена в світі.

Усі дослідження доказують той факт, що туристичні потоки збільшуються в тих регіонах, де проводяться різноманітні інтерактивні туристичні продукти: тематичні ярмарки, тури, народні свята і фестивалі. На сьогоднішній день в Україні відбувається багато різноманітних гастрономічних турів, які створюють передумови для формування на міжнародному та внутрішньому ринках спроможного конкурентного туристичного продукту гастрономічного туризму.

Проаналізувавши місця, де вони періодично відбуваються, можна стверджувати, що найбільшу «полицю» на ринку гастротуризму в Україні відіграє саме Західна та Центральна частини України: Закарпатська та Львівська, Полтавська області та міста Київ, Луцьк та Львів (Рис. 1.11).



\* Побудовано авторами з використанням джерел: [89].

Рис. 1.11. Зосередження гастрономічних фестивалів за регіонами

На сьогоднішній день, найбільш популярними є такі напрямки гастрономічного туризму в Україні як: сирний, винний і медовий. Проаналізувавши наявні тури на попит на них можна виділити топ 5 найпопулярніших:

1. Сиро-винний тур Закарпаттям;
2. Полтавські галушки;
3. Хмільний Львів;
4. Прогулянки по-Одеськи;
5. Фестиваль пива та м'яса у Луцьку.

Загалом, обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 мільярди доларів. В свою чергу, серед країн Європи можна виділити:

*Італію.* Дана країна давно славиться своїми стравами на увесь світ. Кожен турист прагне спробувати чим харчуються корінні італійці. Найбільш розвинутими в плані гастротуризму є регіони Ломбардія, Тоскана, Лація і Венетто. Тут знаходиться велика кількість ресторанів із зірками Мішлен, що так манять туристів, архітектурні пам'ятки давнього Риму і стародавні провулки Венеції. Щоб привабити велику кількість людей влада країни обрала два основних напрями розвитку гастрономічного туризму: перший, це відкриття кулінарних шкіл, де можна отримати високоякісні навички з приготування італійських страв, а другий, направлений на організацію та проведення різноманітних фестивалів.

*Франція.* Саме ця країна вважається гастрономічною столицею Європи. Оскільки французька кухня вже давно стала зразком світової кулінарії. Тут гастрономічний туризм отримав два напрями. Перший традиційний, або так звана загальнопоширена кухня – це страви, що вживаються у всіх регіонах, і є відомими далеко за межами країни. Другий, вишукана або висока французька кухня – спадщина французький королів, які любили смачно поїсти і розуміли толк в справжніх делікатесах [18]. В даній країні гастрономічний туризм вже давно став самостійним напрямком, що направлений познайомити туристів з їхніми кулінарними традиціями. Також, Франція багата на велику кількість світових кулінарних шкіл, курсів сомельє та гастрономічних.

*Іспанія.* Якщо дві попередні країни вже давно вивели гастротуризм на високий рівень, то дана країна тільки набирає обертів і з кожним роком приваблює все більшу кількість туристів. Даний вид туризму активно підтримують жителі Іспанії. Адже одні і ті самі страви можуть відрізнятися в залежності від регіону країни. В іспанців також існує традиція - «ir de tapas». Сенс її полягає в тому, щоб за одну ніч відвідати якомога більше ресторанів і барів, покуштувавши різноманітність напоїв і закусок до них [29, 30]. Особливість в тому, що знайомство з іспанської кухнею входить майже в будь-яку туристичну

путівку. Саме таким способом країна вирішила привабити туристів та відкрити гастрономічний туризм своєї країни.

В цей же час, досить популярними стали й знамениті болгарські винні тури, що за змістом своїм пропонують прогулянки виноградниками та роцями, збір вже стиглого винограду з наступною дегустацією винних продуктів; сирні Швейцарські та Голландські тури; пивні тури Австрією, Чехією, Німеччиною та Бельгією з обов'язковим відвідуванням пивоварень, знаменитих пивних та фестивалів, пабів та барів [108].

В свою ж чергу, в Азіатській частині світу гастрономічною столицею вважається Гонконг. Дана країна вже давно є гастрономічним осередком у світі. Адже країна має статус фінансового, міжнародного, транспортного а також туристичного центру. Гонконг давно зрозумів, що гастрономічний туризм – це вигідна економічна ніша країни. Адже багато шеф-кухарів прибувають сюди щоб удосконалити свої знання та навички. Він вже давно отримав статус «країна для гурманів» та «всесвітнім ярмарком їжі». Тут зосереджено понад 14,000 кафе і ресторанів – снідати, обідати і вечеряти в Гонконзі прийнято в закладах громадського харчування [114].

Великою популярністю серед гастрономічних туристів користуються також Японія, Індія, Тайланд і Південна Корея. Все більше відкриваються в плані гастрономічного туризму Латинська і Південна Америка, насамперед це Перу та Мексику.

Можна зробити висновок, що гастрономічний туризм з кожним роком стає популярнішим серед туристів. Відіграє важливу роль серед загального туризму, призводить до його розвитку та різноманітності. Гастротуризм має велике значення для економіки країни, адже потенційно може приносити високі надходження до бюджету країни. Не оминув він соціальну і культурну інфраструктуру. Його розвиток впливає на покращення життя населення, надає людям можливість спілкуватися та розвиватися в даному напрямку. Гастрономічний туризм

несе історичну пам'ятку а також культурну цінність для свого народу. Досвід іноземних країн показав, що даний вид туризму варто розвивати та удосконалювати. Загалом можна сказати, що гастрономічний туризм має важливе значення в розвитку не тільки регіонального туристичного ринку а й державного. Наша країна багата на свої страви та має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Тому необхідно удосконалювати а також популяризувати даний вид туризму в Україні в усіх регіонах, адже дослідження показали, що в багатьох містах він на низькому рівні, а в деяких взагалі відсутній.

## **РОЗДІЛ. 2. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКАХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

### **2.1. Характеристика інноваційної діяльності**

Для будь якого підприємства є важливий розвиток, удосконалення системи методів виробництва, підвищення результатів робочої сили і доходів, використання новітніх технологій і навичок. Інноваційна діяльність підприємства являє собою комплексний процес створення, використання та розповсюдження нововведень з метою отримання конкурентних переваг та збільшення прибутковості виробництва [242]. Для ринкової економіки – це один із найважливіших чинників, що надає можливість підприємству тримати стійкі позиції на ринку та мати перевагу перед конкурентами в тій галузі, де воно функціонує [151].

Формування передумов задля реалізації потрібних інноваційних моделей дає можливість підприємствам одержати інноваційні результати, вдосконалювати та збагачувати інноваційний процес та підвищувати ступінь конкурентоспроможності.

Згідно Закону України, інновація – є новоствореним або застосованими результатами чогось з вдосконаленими конкурентоспроможними методиками або послугами виробничого, адміністративного, маркетингового або іншого значення, що позитивно впливає на структуру та якість виробництва різних сфер та галузей [79].

Відносно категорії «інновація» є інші сутнісно-спорідненні поняття «новація», «нововведення», «винахід», «інноваційний процес». Відносно останнього «інноваційного процесу» слід розуміти його відмінність від «інновації», яка є менш ємним поняттям, яке охоплює певну послідовність дій та ряд станів, які взаємопов'язані між собою та в цілому здійснюють тривалі інноваційні зміни [128, 130].

Термін «інновація» вперше з'явився в мовному обігу ще в XVII столітті та отримав своє практичне втілення спочатку в правових відносинах між учасниками угод [265].

Згодом «інновація» реалізувала себе вже в XX столітті і інноваційній теорії Г. Гарда який переконував що інновація – це новий підхід у реальному житті мові, граматиці, законі, промисловості, мистецтві, конституції, господарства тощо [305].

Окрім того, вченими було запропоновано ряд термінів для спостереження за спеціальними та відносно новими заходами: винахід, винахідливість, новизна, творчість, мистецтво, креативність, уява, ініціативність. Перша половина XX століття дозволила вже широко використовувати інновацію, як рушій економічного розвитку завдячуючи процесам видатного економіста Й. Шумпетера «Теорія капіталістичного розвитку». У 1911 році, він акцентувався на персоніфікації нововведень, тобто ролі і значення особистої ініціативи та жаги до винаходів підприємця-новатора однозначно з постійною мотивацією до очікування прибутку. Водночас послідовний та безперервний процес інноваційної динаміки дозволив Шумпетеру висунути концепцію дискретності. Згідно висунутої концепції капіталізм по своїй суті є устроєм з чітко виділеними руйнівними формами, які суттєво чинять вплив на пошук оновлених форм господарського устрою, тому інновації можуть бути великомасштабними (радикальними, які пришвидшують появу інших нових форм, та механізмів, які доповнюють зміну господарського устрою [301, 302].

Дж. Сміт досліджував інновації крізь призму культурних цінностей населення, а також вважав їх доцільність в торгівлі, соціальних, політичних заходах, сільському господарстві, антропології. Сміт відстоював думку про розповсюдження найбільш потрібних винаходів в часі та просторі [303].

Вчений Броніслав Моликовський переконує що є чимало винаходів та інноваційних подій, які зв'язані між



собою за видами та призначенням, але можуть застосовуватися різними технологічними діями, ресурсами та методами виробництва. За його переконаннями, інноваційний процес має тенденцію адаптуватися, поширюватися та удосконалюватися на відміну від установлених підходів [287, 288].

На початку 1940 років відомий теоретик Гуперт Маклаурін досліджував значення виключно технічних інновацій, які тісно були пов'язані із комерціалізацією нових товарів, а не з технічними підходами до їх виробництва [290].

Едвін Менсфілд у 1971 році теж вважав що лишень «технологічні інновації» в повному сенсі відбивають зміни винаходів навіть в процесі комерціалізації споживачів в процес дифузії, яка запроваджується новаторами-винахідниками, згодом видозмінюється в діях на ринку пересічними покупцями, групами суб'єктів, підприємцями, державами з одночасним перейняттям досвіду та технологій по виробництву та збуту.

Тому дифузія інновацій згідно Менсфілда має таку взаємопов'язану структуру: винахід — інновація — імітація — дифузія. Також вчений вважав, що технологічні інновації спроможні розповсюджуватися через вплив на них розміру підприємства, рівня фундаментальних досліджень, трансферту технологій [291].

Бернуа Годін в своїй роботі «Інновація: історія категорій» вважав, що основоположні інноваційні концепції було розроблено протягом 1960-1990-х років що дозволило структурувати методологію та моделі дослідження інноваційних процесів, де інновація застосовується не лишень як інструмент змін та здатність людини здійснювати новий вид діяльності тощо [287, 288].

Б. Твісс вважає що інновації можуть стати локомотивом зростання лишень в тих організаціях, які є осередками інноваційного процесу, перетворення наукового підходу, наукових ідей, винаходів в фізичну буденність. Стимули до інноваційної діяльності в підприємства можуть бути як внутрішніми (потреби до

змін, конкурентоспроможні бажання, амбіції керівників підприємств, внутрішньоструктурні зміни, тощо) так і зовнішні (виклики постіндустріального технологічного способу виробництва, демографічна нестабільність, заміна орієнтирів та цінностей, вплив міжнародної інтеграції тощо) [292].

Джо Тідд та Джон Бессант мають свою думку з приводу інновацій, а саме це: зміни в продуктах, послугах, видах діяльності, умовах доставки, в бізнес-моделях підприємницьких стратегіях та психологічних підходах [306].

«Інновації, як істотна зміна функціонального призначення виробленого продукту, яка поєднує та комерціалізує фактори виробництва шляхом запровадження нових процесів та організаційних форм» стверджував Й. Шумпетер [278, 279, 280].

Важливою проблемою економіки сучасної України є інноваційне забезпечення будь якої сфери та галузі. Інвестиції є носієм інновацій, тому актуально та об'єктивно стверджувати про інноваційно-інвестиційну діяльність. Водночас самі інновації є передумовою модифікації виробничого та обслуговуючих процесів, якісних та кількісних параметрів продукту та появі нових товарів та послуг.

За умов ринкових умов господарювання, інновації пронизують усі ресурси (працю, капітал, підприємницькі здібності, природні ресурси), продуктивні сили (засоби та предмети праці, трудовий потенціал) та виробничі відносини (системне управління, поділ, спеціалізацію та кооперацію праці) [68].

Пріоритетним методом у визначенні практичної суті та ролі інноваціям належить емпіричному методі, який втілено у вигляді різноманітних звичаїв, нормах, традиціях, виробничому спогляданні. Вперше спостереження, щодо ефекту подальшого впливу інновацій з'явилося у культурологів ХІХ ст. під час їх наукових пошуків та було трактоване передусім як взаємозв'язок складників різних соціальних станів та культур. Лишень

згодом у ХХ ст. економічна теорія інноваційного розвитку почала видозмінюватися на окремий різновид економічної науки про інтелектуальні можливості людини та сукупності людей щодо прийняття раціональних громадянських рішень та формування особливого інноваційного середовища. Тому авторами монографічного дослідження «Регіональна економіка та інтелектуалізація суспільства: інноваційні аспекти взаємозв'язку», підходи до інноваційної діяльності полягають у генеруванні нових ідей, винаходів та інших принципово відмінних підходів будь-якої сфери, що зосереджується у виробництві нових видів засобів та предметів праці, впровадженні сучасних технологічних рішень, енергетичних та виробничих ресурсів, удосконалення форм та організацій співпраці, інтегруванню міжнародних інституційних зв'язків, тощо. Спектр різносторонніх інноваційних ефектів є настільки незліченний, що є свідченням винахідливості та таємничості людських думок та багатогранності їх ідей [4].

Тобто слід резюмувати що інноваційна діяльність є результатом тривалих часових проміжків людської ідейності та активності наукового пошуку хоча предметом дослідження нових соціально-економічних систем, ця категорія опинилася відносно не так давно, а лише у ХХ столітті. Теоретична концепція інновацій та інноваційного розвитку виокремилася з надр загальної теорії циклів та криз економічної та технологічної сфер. Найважливіше значення у формуванні теоретичного світогляду інновацій та інноваційної діяльності належить Н.Ю. Кондратьєву. Дотичні сфери життєдіяльності суспільства є запорукою радикальних змін появи та розвитку технологічних та інноваційних змін: «... війни і соціальні потрясіння включаються в ритмічний процес розвитку великих циклів і виявляються не вихідними силами цього розвитку, а формою його прояву» [101].

Продовжуючи теоретичні дослідження інноваційного розвитку на засадах циклічності китайські дослідники Lu Xingqi, Zhang Hongle дійшли висновку, що інноваційне середовище охоплює такі інноваційноутворюючі

компоненти: освіту, культуру, політику, економіку та міждисциплінарні відносини між ними. Однак при цьому такі інноваційні компоненти функціонують у відповідному інноваційному середовищі. Китайські дослідники переконані що інноваційне середовище складається з таких рівнів, як жорсткого середовища (відчуженого) – це матеріалізовані об'єкти: будівлі, споруди, засоби праці; м'якого оточення – це стратегія та місія діяльності наукового осередку, середовище академічної спільноти, атмосферність навчального процесу, спектри наукових досліджень, система оцінювання, тощо. Загалом, зазначені вчені відстоюють думку безпосереднього впливу певних індикаторів на розвиток інноваційного середовища в напрямі забезпечення високої якості життя населення [308].

З огляду на зазначене, інноваційне середовище є необхідним для побудови цілісності та взаємозв'язку між основними інституціями і сприяє налагодженню певної комунікації та стимулює фундаментальний розвиток інноваційної економіки та поширення інноваційної культури загалом [102].

Згідно економічної енциклопедії «Інновація – це новий підхід до моделювання, виробництва, збуту товарів, завдяки чому інноватор та його фірма отримують переваги над конкурентом». Водночас є надзвичайно доцільним тлумачення інноваційного стимулювання за міжнародними стандартами, де описується їх послідовний варіант, який проявляється в нових та вдосконаленні старих продуктів та послуг на ринку, надання переваги оновленню або принципово класичного технологічного способу виробництва. [169].

Плеяда авторів фінансово-кредитного енциклопедичного словника розглядають інновації в площині новітніх підходів виробничих та невиробничих видів діяльності в галузях економічних, соціальних та бізнесових взаємовідносин між суб'єктами [267].

Існуючі підходи до розуміння сутнісного нововведення категорії «інновації» дозволяють стверджувати що кінцевий

ефект полягає не в конкретних локальних інноваційних заходах, а в їх систематичному процесі.

Критерії отриманих наслідків забезпечуються в процесі послідовності інноваційної діяльності що дозволяє двояко трактувати інновації, як наслідок або ефект і як сам процес інноваційної діяльності з витікаючими наслідками. Оскільки саме діяльність формує розуміння безперервності процесу зміни застарілих параметрів, вдосконалення нових форм та методів, підходів та концепцій в очікуванні найбажанішого результату [151, 153].

Сучасні конкурентоспроможні стратегії та практичні заходи підприємств істотно поліпшують структуру, якість та обслуговування споживачів, активно впроваджуючи інноваційні результати. Останні проявляють себе в комплексній інноваційній діяльності, яка націлена на новостворення або удосконалення конкурентоспроможності технологічних, організаційних, виробничих, збутових та адміністративних рішень шляхом наукової та практичної консолідації зусиль.

Загалом інноваційна діяльність наділена комплексним системним характером і містить широкий спектр робіт: пошук ідей, патентів, ліцензій, кадрів, інженерно-технічну діяльність, винахідництво, конструювання, раціоналізацію, створення інженерно-технічних об'єктів, маркетингову та інноваційну діяльність. Це все створює сприятливі умови для інноваційного розвитку і активізації різноманітних інноваційних процесів.

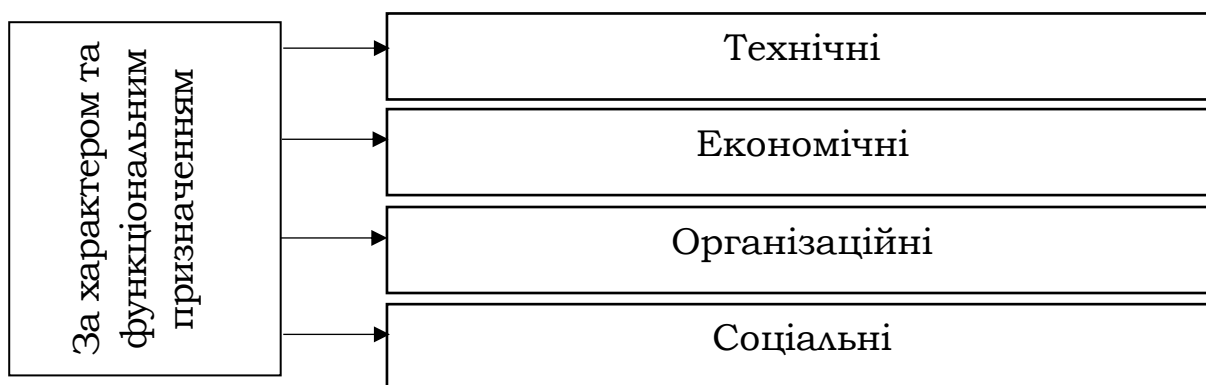
Основним складовим інноваційної діяльності виступає інноваційний продукт (новина). Він є результатом виконання інноваційного проекту і науково-дослідною або дослідно-конструкторською розробкою нової технології (в тому числі інформаційної) чи продукції виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії [243].

Після того як даний продукт вводять у господарську практику він відрізняється інновацією (нововведення) – це новостворені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного,

комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва матеріальної та соціальної сфер.

В залежності від характеру та функціональних призначень виділяють чотири основних види інноваційних продуктів (рис 2.1).

До першого виду відносять: нові технології та продукти, допоміжні устаткування і матеріали. Економічний ефект включає методи господарського управління наукою, виробництвом та іншими сферами діяльності на основі реалізації функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації та оплати праці, оцінки результатів діяльності [242].



*\* Побудовано та систематизовано авторами*

Рис. 2.1. Види інновацій та інноваційних продуктів.

Наступний поділ відбувається відповідно до масштабу і сили впливу на ефективність підприємства: локальні та глобальні. Перші інновації ведуть переважно до прогресивних перетворень у діяльності організації і справляють відповідальний вплив на ефективність їхнього функціонування [128].

Другі є переважно принципово новими для підприємства, які набагато покращують організаційний та технічний рівень виробництва і також впливають на соціальний та економічний розвиток суспільства.

В інноваційній діяльності важливо врахувати життєвий цикл нововведень – проміжок часу, коли нововведення проходить шлях від виникнення ідеї до його

комерційного використання, коли спостерігається активний попит населення на дане нововведення, після чого відбувається перехід нововведення до розряду рядових виробів, процесів, продуктів [128]. В такому випадку щоб бути конкурентоспроможним керівництво підприємства повинне прийняти рішення про завершення неефективного виробництва та розробку і освоєння нового інноваційного продукту. Після впровадження нововведення життєвий цикл попереднього завершується.

Виділяють основні способи організації інноваційної діяльності підприємства:

- 1) Власними зусиллями, в такому випадку інновація формується і функціонує всередині фірми та її підрозділів;
- 2) Сторонніми зусиллями, коли укладається контракт між двома організаціями на створення інновації;
- 3) На основі зовнішньої організації за допомогою діяльності венчурних підприємств [128]. У такому випадку фірма утворює дочірню венчурну фірму, через яку сплачує додаткові кошти.

Переважно підприємства використовують другий спосіб при розробці інновацій. Вони створюють заявку на створення новини, яку приймає компанія-виконавець, а вже готовий результат освоює самостійно. Перший спосіб все менше використовується організаціями через недостатній розвиток науково-технічного потенціалу на підприємстві.

Інноваційна стратегія – один із засобів досягнення цілей підприємства, який відрізняється новизною для даного підприємства, для ринку, для споживачів тощо [88]. Вона повинна бути гнучкою та підлаштовуватися під ринкові зміни. Загалом перевагу за умов ринкової системи господарювання отримуються ті підприємства, що активно використовують та впроваджують нововведення. Завдяки цьому можливе розширення ринку збуту власного продукту, підкорення нових сегментів, а у випадку впровадження досі не використовуваних нововведень – можливість посісти вигірне місце на ринку нової продукції, що значно збільшить обсяги продукту.

Інноваційна підприємницька діяльність – це особливий процес організації господарювання, оснований на постійному пошуку нових можливостей покращення техніко-технологічних факторів виробництва.

Можна сказати, що це суспільно-економічний процес, який веде до створення нових, кращих за властивостями та якістю товарів і технологій методом використання інновацій. Необхідність даної діяльності спричинена такими факторами:

- необхідністю покращення техніко-технологічного рівня виробництва;
- зростання обсягу витрат і збитковими економічними показниками діяльності підприємства;
- моральним зношенням технологій та техніки;
- поліпшення ефективності виробничої діяльності завдяки інноваціям;
- підвищення показників продуктивності праці в результаті використання нововведень.

Загалом виділяють такі основні види інноваційної діяльності на підприємстві (рис 2.2.).



\* Побудовано авторами з використанням джерела [170, 171]

Рис 2.2. Види інноваційної діяльності на підприємстві

Інноваційна діяльність у сфері техніко-технологічного забезпечення виробництва передбачає кількісне та якісне оновлення виробничого потенціалу, що в свою чергу



забезпечує покращення продуктивності праці, призводить до економії енергоресурсів, матеріалів та засобів праці.

Наступний вид інноваційної діяльності у сфері збільшення виробництва, підвищення якості і зменшення ціни продуктів пов'язаний з процесом якісного удосконалення продукції, її здешевлення, розширення асортименту, який направлено на повніше задоволення потреб населення.

Останній: інноваційна діяльність у сфері соціального розвитку підприємств та сільських територій представляє собою розширення і покращення сфери послуг, що надаються населенню. Він позитивно впливає на умови праці та відпочинку працівників підприємства.

В основі всіх видів інноваційної діяльності лежить створення і освоєння нових видів продукції (послуг), виготовлення, створення цінностей, благ та інших товарів.

Між деякими видами інноваційних процесів, інновацій і новин наявний певний тісний взаємозв'язок. Ефективні технічні, організаційні та економічні нововведення неодмінно призводять до помітних позитивних змін у соціальних процесах на підприємствах, а все зростаюча актуалізація нагальних завдань соціального характеру ініціює їх розв'язання за допомогою нових організаційно-технічних і економічних рішень [137].

Можна стверджувати що всі локальні а зокрема глобальні нововведення різних напрямків можуть гарантувати найбільш можливий передовий вплив на виробництво за наявної умови, що дані інноваційні продукти повинні використовуватися на підприємствах постійно, комплексно та гармонійно.

Загалом усі інновації на підприємствах, які направлені на динамічний розвиток та постійне підвищення ефективності виробництва, повинні опиратися на певні юридичні підвалини та відповідні законодавчі акти.

Вперше тлумачення терміну «інноваційна діяльність» в нормативно-законодавчому полі відбулося одночасно з прийняттям Федерального Закону від 21.07.2011 № 254.

під назвою «Про внесення змін до Федерального закону», «Про науку на науково-технічну політику». Зазначені документи окреслюють чітке розуміння та сутнісне поновлення категорій, які пов'язані з інноваційним розвитком країни. Визначені категорії формують наступний зміст:

- інновація: застосована до впровадження нова або модифікована різновидність товару, послуги, яка структурно включає процес, адаптацію до сучасних умов, маркетингову специфіку, організаційні підходи у діловій практиці та створення нових робочих місць:

Інноваційна діяльність: безпосередній та функціональний процес економічного, технологічного та комерційного призначення, який націлений на втілення інноваційних проектів, формування відповідного інноваційного середовища та інфраструктури;

- інноваційний проект: поєднання заходів направлених на одержання економічного ефекту від реалізації інновацій беручи до уваги комерціалізований характер наукових та технологічних результатів;

- інноваційна інфраструктура: сукупність інститутів (інституцій), які забезпечують реалізацію інноваційних нововведень та включають надання управлінських, матеріально-технічних, фінансових, наукових, інформаційно-технологічних та організаційно-консультативних видів послуг [22].

Однак, особливою ознакою інноваційної діяльності є обґрунтованість новітнім підходам, які зосереджуються в організаційно-технологічних та соціальних результатах щодо хронічних процесів мінливості економічних систем.

Закон України «Про інноваційну діяльність» відстоює позицію про те, що інновації – це новостворені (застосовані) або вдосконаленні конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного та іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва або соціальної сфери.

Динамічність господарського розвитку країни диктує важливість та необхідність реалізації виявленої інноваційної політики. Під інноваційною політикою варто розуміти сукупність згрупованих цілей та методів формування впливу державних структур на економічне середовище, яке визначається під впливом соціально-економічних інноваційних процесів [57]. По своєму функціональному призначенні, інноваційна політика охоплює та стимулює широкий спектр інноваційних ідей, продуктів та підходів створює умови для залучення фінансово-кредитних, інфраструктурних, технологічних ресурсів формуючи благоприємне середовище для зростання мікро та макроекономічних ефектів. Цілеспрямованість інноваційної політики полягає в врахуванні поступального розвитку інноваційного процесу та його періодичності, динаміки протікання та ймовірних ризиків.

Загалом державна інноваційна політика ґрунтується на Концепції науково-технічного та інноваційного розвитку України (1999), Закону України «Про наукову та науково-технічну діяльність (2008)». Концепція наукового та технологічного розвитку України, схвалена Верховною Радою України 13 липня 1999 року обґрунтувала необхідність створення умов, для забезпечення платоспроможності споживацького напливу пропозицій, збільшення можливостей для науково-технічної освіти та створенню комерціалізації науково-технічних розробок у виробничу та невиробничі сфери [270].

Згідно викликів постіндустріальної економічної системи суб'єкти підприємницької діяльності усе більше усвідомлюють важливість та необхідність запровадження інноваційних підходів, що проявляється в загостренні конкуруючої боротьби між ними, зростання пропозиції стандартизованих туристичних продуктів, обмеження попиту внаслідок тотальних карантинних обмежень через пандемію COVID-19. Однак вітчизняні регіональні

туристичні ринки не завжди готові до інноваційних змін, які в більшості випадків є пов'язаними з окремими ризиками та процесами невизначеності. Це в свою чергу обумовлює запровадження консолідованого підходу до розробки стратегії інноваційної діяльності на довгострокову перспективу. Ключову роль у забезпеченні ефективної стратегії інноваційної туристичної діяльності належить державі, яка створює плацдарм для сприятливого середовища функціонування туристичних суб'єктів в тому числі і суб'єктів туристичної сфери. Основними пріоритетними напрямками державної політики в сфері туристичного обігу є формування механізму підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та задоволення постійно зростаючих запитів споживачів.

Тому, інноваційна діяльність на регіональних туристичних ринках орієнтована на пошук нових підходів по створенню сучасних туристичних продуктів та надання послуг, а також освоєння нових ринків, впровадження сучасних технологічних та інформаційних рішень. Впровадження в практичній діяльності туристичних ринків регіону інноваційних технологій та сучасних видів продуктів та послуг з нестандартними способами заохочення туристів стає основною рушійною силою економічної стабільності розвитку регіонів країни.

Здійснений екскурс понять «інновація» та «інноваційний процес» дозволив показати зміни та динамічні процеси «інновацій» за різними ознаками та критеріями, виокремити особливі риси, які притаманні до кожної категорій, серед інновацій найбільш поширеними є такі різновиди: технічні, економічні, організаційні, соціальні, виробничі. Тому, на нашу думку, найважливішими рисами інновацій є їх новизна (науково-технічні потреби) та споживацькі потреби, які задовольняють ринковий попит, забезпечують прибуток виробникові та формує комерційний успіх.

## **2.2. Нормативно-правове регулювання діяльності регіональних туристичних ринків**

Відомо, що туристична галузь є найбільш високоприбутковою галуззю регіону та найбільш доходною частиною бюджетів різних видів. Оскільки, туристичний ринок розглядається як важлива соціально-економічна компонента регіону, на якому здійснюються взаємоузгодження процесів купівлі-продажу різних видів туристичних послуг з огляду на соціально-економічні особливості регіону між його суб'єктами. Томі складність та різноаспектність формування та розвитку туристичних ринків регіону обумовлюється невизначеними певним чином і досі нормативно-законодавчими обставинами. Однак, для ширшого усвідомлення ролі та значення в нашій країні туристичного ринку варто звернутися до його історичного становлення. Зокрема, розуміння туристичного продукту та його часткове споживання припадає на часи тоталітарного режиму. Державна власність дозволила монополізувати та зробити недоступним цей ринок.

Формування матеріально-технічних передумов туристичної індустрії відбулося ще за радянських часів. З огляду на тоталітарний пріоритет туристична галузь була не особливо оцінена з боку споживача, який за централізованим керівництвом не сприймав культ відпочинку, як окремої комерційної складової.

Слід відмітити, окрім того, ще низьку якість туристичних об'єктів, які усі належали державі. Засадами туристичної діяльності були в основному профспілкові намагання поєднати безкоштовний низькопробний туризм з робітничим рухом. Можливість відпочинку розглядалася як пільга. Важливими суб'єктами туристичного ринку був «Укрпрофтуризм» та «Інтурист».

Розуміння багатогранності та унікальності, ринку регіону як прибуткової сфери для розвитку туризму, на вітчизняній ниві відбулося після 1980 року. Всесвітня декларація по туризму, яка відбулася в м. Маніла,

Філіппіни, резюмувала та довела, що туризм поєднує в собі соціально-економічні та культурні цінності. Туристична сфера, в результаті доведення практиків, є індивідуальною та самостійною галуззю, яка може самофінансуватися та здійснювати власну координаційну діяльність завдяки постійно зростаючому попиту з боку споживача та наявністю туристично-рекреаційних ресурсів притаманних конкретній місцевості.

Однак, усвідомлення зазначеного не відбулося одразу, до 1995 року туристична галузь республік бувшого Радянського Союзу все ще перебувала в тіні централізованого та планового виробництва. Загалом, 90-ті роки ХХ ст. характеризуються вкрай низьким обсягом туристичних потоків та зменшенням втриє іноземних студентів. Україна теж зазнала утисків туристичної діяльності яка керувалася профспілковими та безприбутковими цінами, що врешті решт і пояснює рекордно малу кількість іноземних туристів 90-тих років ХХ століття.

Відлік поживавлення туристичної галузі нашої країни припадає на роки незалежності. Відокремлення від монопольної адміністративної системи управління бувшого Радянського Союзу розпочало процес відновлення тих галузей та сфер, які свідомо занедбували.

Дослідниця О.О. Любіцева переконує, що через тривале функціонування внутрішнього туризму тоталітарного режиму відбулося поживавлення попиту саме на міжнародні туристичні маршрути. Це відобразилося й на сервісному обслуговуванні та якості вітчизняних туристичних послуг, зокрема на закордонному туризмі, який став більш привабливішим, цікавим, доступним та вже реальним.

В свою чергу, узгодження ряду дозволів та безперешкодне перетинання кордонів в межах узгоджених політик сприяло цьому процесу в геометричній прогресії. За переконанням дослідниці, Україна перетворилася на «країну-генератора» туристичних потоків зарубіжного (виїзного) туризму.

Активність національного туристичного ринку бурхливо розпочалася з 1993 року, через участь в Варшавському туристичному Ярмарку, в зв'язку з укладанням більше 300 договорів відносно запрошення іноземних студентів. Загалом, в 1994 році вітчизняні готельно-ресторанні комплекси пройшли атестацію. Започатковано першу міжнародну туристичну організацію «Туристичний міжнародний салон Україна-9».

Учасниками цієї туристичної організації стали туристичні представництва країн Європи, Азії та Африки. Однак, іноземні туристи все ще не формували достатній попит з огляду на те, що не було достатньої кількості коштів на промоцію, низки інфраструктурної розвиненості, незгодженості візової підтримки та примітивний рівень обслуговування клієнтів.

Першим цілісним нормативно-правовим документом, який ухвалив туризм, як підприємницький напрям став Закон України «Про туризм» [22, 134].

Зокрема, 1995 рік відзначив новий вектор організованого виїзного туризму близько 55% туристів, незважаючи на те, що в 2000 році було лише – 16%. Фахівці Департаменту туризму, відділу аналізу та статистики коментували зменшення частки виїзного туризму наступним чином: «По-перше, справді дедалі більше людей подорожує, але поповнення їх чисельності певним чином здійснюється за рахунок тих, хто самостійно організовує свої поїздки, бронює готелі, не дивлячись на послуги турагентів, по-друге: туристи з Росії, Білорусі, Молдови, формують левову частку міжнародного туризму, користуючись готельно-ресторанними та санаторними послугами безпосередньо без посередництва українських туристичних фірм» [165, 167].

В 1997 році Україна стала членом Всесвітньої туристичної організації, яка займає лідируючі позиції за просування туризму світового масштабу. WTO, маючи представництва в кожній країні, популяризує туризм шляхом просування та реалізації різноманітних заходів, розбудови інституціональної будови туристичних ринків,

формуванням площини взаємодії та взаємної домовленості між міжнародними суб'єктами стосовно досвіду та обміну інформації розвитку туристичної галузі міжнародного значення.

Трансформаційні зрушення економічної системи нашої країни, структурна покращена політика, збільшення доходів населення стали передумовою для покращення туристичного ринку. Це, призвело до змін у дозвільній системі проведення туристичного підприємства шляхом використання ліцензованих та сертифікованих підходів до туристичної діяльності, що мало б забезпечувати вищу якість самих туристичних послуг.

На стику тисячоліть динамічні процеси туристичної галузі спричинили певні зміни на законодавчому рівні. Було здійснено туристичні зміни та поправки до Закону України щодо ліцензування туристичної діяльності, участь України в Олімпійських іграх в Сіднеї, створення Всеукраїнської спілки працівників асоціації, підприємств і організації туристичної галузі (Укр. Союз Тур.), організацію та проведення 7-го міжнародного туристичного кворуму «Україна-2000», було проведено регіональний семінар ВТО «Вплив Інтернету й електронної торгівлі на індустрію подорожей і туризму».

Слід відмітити також і значний валютний дохід, який утворився від туристичної індустрії в 2000 році в Україні. Це пов'язано з тим, що кількість іноземних відвідувачів зросла у 2,5 рази. Кількість іноземних відвідувачів зросла у 2,5 рази, тобто Україну відвідало більше 11 мільйонів іноземців, в тому числі туристів 4,4 мільйони чоловік.

Не дивлячись на це, на арені міжнародного ринку, Україна зайняла лише 1% світового ВВП від міжнародної туристичної діяльності. Найбільше іноземних туристів в 2000 роках відвідало нашу країну з таких країн: Росії (30,7%), Молдови (27,2%), Білорусі (17%), Угорщини (10,9%), Польщі (4,14%), Німеччини (1,4%), США (1,2%), Чехії (0,9%), Ізраїлю (0,8%).

В основному туристична активність іноземців з 1995 року по 2000 роки була пов'язана з транзитною



зацікавленістю останніх. Після 2000 років іноземців дедалі більше почали цікавити принади туристично-рекреаційних багатств Україні в загальному відношенні (51,3%), ділові подорожі (31,9%).

Була й така категорія туристів, яких об'єднувала релігійна приналежність. Найбільш бажаними для іноземців туристичними центрами відвідування в Україні були: АР (Крим), Одеса, Київ, Севастополь, Волинська, Полтавська та Львівські області.

Інша дослідниця С.Ю. Чучмарьова пропонує врахувати декілька гальмуючих вад розвитку регіональних туристичних ринків, які в тій чи іншій мірі обмежують виконання самим ринком своїх функцій (рис. 2.3):



\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерела: [55].

Рис. 2.3. Бар'єри та перешкоди розвитку регіональних ринків туристичних послуг за С.Ю. Чучмарьовою

- нераціональність в господарській практиці використання туристично-рекреаційних ресурсів;
- нерозвинена та нерозгалужена належним чином інфраструктура та її транспортне сполучення між суб'єктами та об'єктами туристичної активності;
- не сформована реалістична стратегія розвитку індустрії туризму;
- примітивність транспортних шляхів та магістралей українського туристичного ринку;
- непереконалива промоція та популяризація вітчизняного туризму;
- застарілість матеріально-технічного базису;
- невідповідність сучасним умовам нормативно-правового забезпечення в контексті регулюючої функції туристичного ринку;
- хронічний кризовий характер економічної системи, який перешкоджає притоку внутрішніх та зовнішніх інвестицій;
- низький рівень надання туристичних послуг;
- незабезпеченість кваліфікаційними ознаками працівників туристично-готельної індустрії [55].

Особливості гостроти у відносинах між іноземними туристами та принадами туристичних об'єктів набувають своєї форми через низький та некомфортний стан інфраструктурного забезпечення туристично-готельних комплексів. Для прикладу, в 2015 році кількість готельно-ресторанних об'єктів України становила – 3584 од., з яких більша половина не задовільняє споживацької пропозиції та потребувала капітального переоснащення, реставрації та комп'ютеризації сервісного обслуговування.

На разі є відчутною потреба побудови невеличких готельних комплексів та кемпінгів для обслуговування туристів в основному дотичних та прикордонних територіях.

Однак, бурхливість розвитку туристичних регіональних ринків є пов'язаною з безупинністю та стихійністю наступних процесів в Україні (рис. 2.4):

Новий рієнь технологій	<ul style="list-style-type: none"> <li>• четвертий технологічний спосіб виробництва</li> </ul>
Розширення спектру споживчих потреб в межах туристичної пропозиції	<ul style="list-style-type: none"> <li>• пізнавальні;</li> <li>• лікувальні;</li> <li>• інші;</li> </ul>
Послідовність суспільних процесів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• глобалізаційні;</li> <li>• інноваційні;</li> <li>• діджилізаційні;</li> </ul>
Пріоритетність міжнародної співпраці	<ul style="list-style-type: none"> <li>• заключення інтернаціональних контрактних угод, що передбачають співпрацю в туристичній галузі;</li> </ul>
Доходи споживацького сектору	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Підвищення рівня добробуту населення та його платоспроможності;</li> </ul>
Інформатизація	<ul style="list-style-type: none"> <li>• дієвість шляхів реалізації інфомаційних потоків в галузі;</li> </ul>

*\* Побудовано та систематизовано авторами*

Рис. 2.4. Процеси, що стимулюють розвиток регіональних ринків туристичних послуг

- появи четвертого технологічного способу виробництва;
- розширення кола пізнавальних, лікувальних та інших усвідомлених потреб туристичної пропозиції збоку споживача;
- послідовності глобалізаційних, інноваційних та діджалізаційних процесів суспільства;
- пріоритетністю формування міжнародних контактних угод та взаємодіючих договорів;
- зростанню дохідності споживачів;
- розгалуженню та дієвості шляхів та потоків інформаційних ресурсів.

Аналіз індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму, який здійснено Світовим економічним Форумом, починаючи з 2018 року переконливо свідчить про підсилення пропозицій України в галузі туризму, де вона посіла 78 сходинку.

Туристична галузь за умов ринкового способу господарювання регулюється двояко. З однієї сторони державна акумуляція туристичної галузі регулює її діяльність законами та нормативно-правовими актами. Об'єктивний державний вплив потрібний для забезпечення макроекономічної стабільності та стійкості економічної системи загалом, врахування досвіду провідних європейських країн та імплементація нормативно-законодавчих механізмів на вітчизняній ниві, що формує спектр подальшого дослідження [251].

Особливістю створення нормативно-правової бази в туризмі є інтегрований характер даної галузі права. Вона включає правові норми різноманітних напрямів: конституційного, податкового, адміністративного, фінансового, цивільного, трудового, екологічного, митного і міжнародного права.

У цілому нормативно-правове забезпечення та регулювання діяльності регіональних туристичних ринків налічують більше двохсот різноманітних актів, що формують систему державного туристичного законодавства, серед яких наступні.

Базовим Законом України, який повністю забезпечував функціонування та регулювання туристичної діяльності був Закон України «Про Туризм». Як вже було відзначено, повноцінний відлік зазначеного Закону припадає на 1995 році, однак і досі піддається певним змінам та доповненнями. Вагомими його складовими є організаційні-економічні та соціальні важелі регулювання державної та регіональної площини туристичної сфери України. ЗУ «Про Туризм» регламентує права суб'єктів туристичного ринку, щодо: надання відпочинку громадянам, свободу та вибір засобів пересування та

створення безпечного для життя та відпочинку навколишнього середовища.

Таблиця 2.1

Перелік основних нормативно-правових актів, що регулюють туристичну діяльність в Україні

<i>Нормативно-правові документи загального призначення</i>	<i>Нормативно-правові документи спеціального призначення</i>
<i>Закони України</i>	
ЗУ «Про туризм»	ЗУ «Про ліцензування окремих видів господарської діяльності»
ЗУ «Про порядок виїзду з України і в'їзд в Україну громадян України»	ЗУ «Про правовий статус іноземців»
ЗУ «Про підприємства України»	ЗУ «Про підприємства України»
ЗУ «Про зовнішньоекономічну діяльність»	ЗУ «Про господарські товариства»
ЗУ «Про підприємництво»	
ЗУ «Про захист прав споживачів»	
<i>Кодекси</i>	
Господарський кодекс України	
Цивільний Кодекс України	
<i>Державні цільові програми</i>	
Програма забезпечення захисту та безпеки туристів	
<i>Постанови Кабінету міністрів України</i>	
	Постанова Кабінету Міністрів України «Про Правила в'їзду іноземців в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію»
<i>Методичні рекомендації профільних комітетів ВР</i>	
	«Методичні рекомендації з організації поїздок вітчизняних туристів за кордон»

\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерела: [22, 68]

Окрім цього Закон України «Про туризм» закріплює правила поведінки та норми раціонального використання

природньо-ресурсного потенціалу України в межах її регіонів (табл. 2.1) [35-36].

Важливою ознакою цього Закону є термінологічне пояснення основних туристичних категорій та понять, розмежування процесів стандартизації та сертифікації в регулюванні суб'єктів туристичної діяльності. Туристична сфера має широкий спектр розвитку інших нормативно-правових актів та законів. До основних з них нормативно-правових актів відносяться: Конституцію України, Господарський кодекс України, Закон України «Про захист прав споживачів», Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України», Цивільний кодекс України, Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» та Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», Державна програма розвитку туризму на 2010-2022 роки, положення про Міністерство культури і туризму України, Положення про Державну службу туризму і курортів, порядок організації виїзду дітей за кордон на відпочинок та оздоровлення та ліцензійні умови здійснення туроператорської та турагентської діяльності [74, 75].

Як вже було відзначено раніше за текстом, на сьогодні сучасні тенденції туризму охоплюють широкий спектр законотворчих та нормативних документів, які регламентують діяльність туристичного ринку, серед яких хочемо виділити основні, що мають загальне та спеціалізоване призначення.

*Нормативно-правові акти загального призначення туристичної діяльності включають:* Конституцію України, Господарський Кодекс України, Закон України «Про захист прав споживачів», Закон України «Про порядок виїзду з України», ЗУ «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України», Цивільний Кодекс України, Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», Закон України «Про підприємства України», Закон України «Про підприємництво» [24].

*Спеціальними нормативно-правовими актами, які регламентують туристичну діяльність України є наступні норми та законотворчі акти: Закон України «Про туризм», Закон України «Про ліцензування окремих видів господарської діяльності», Постанова Кабінету Міністрів України «про Правила в'їзду іноземців в Україну їх виїзду з України і транзитного проїзду через території», Закон України «Про господарські товариства», «Методичні рекомендації з організації поїздок вітчизняних туристів за кордон» та інші. Вагомий вплив на формування туристичного ринку здійснюють нормативно-правові акти, затверджені Президентом України та Кабінетом Міністрів України, накази Міністерством, міжнародні правові акти, та решту інших рекомендаційних документів.*

Відомо, що найважливішим документом, який регламентує туристичну діяльність національних та регіональних туристичних ринків є Закон України «Про туризм». Його було затверджено ще в 1995 році, згодом відредаговано та змінено. Пріоритетними напрямками забезпечення даного Закону є акумулювання організаційних, соціально-економічних та державницьких засад політичних заходів в туристичній діяльності.

До компетенції вищеназваного ЗУ «Про туризм» відносяться ті аспекти та положення, які дозволяють забезпечувати громадянам країни умови відпочинку, свободу пересування, безпечне навколишнє середовище, споживання суспільних туристично-рекреаційних ресурсів з удосконаленням відповідних норм та правил раціональної поведінки усіх суб'єктів цього ринку. Закон структурує основні терміни та поняття туристичної індустрії, окреслює процеси та сертифікації об'єктів та суб'єктів ринку.

Закон України «Про туризм» - став правовою основою для створення ряду комплексних галузевих нормативно-інструктивних документів, що визначають конкретні елементи регіональної туристичної діяльності [84].

Відповідно до ст. 6 Закону України «Про туризм», реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямків розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);
- ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу.
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
- організація і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямків і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;
- участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму [84, 93].

Згідно Закону «Про туризм» основні напрямки державної політики у даній сфері є:

- 1) Удосконалення правових засад регулювання у галузі туризму;
- 2) Забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;



3) Формування сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

4) Забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб;

5) Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;

6) Розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку який був реформований у Державну туристичну адміністрацію України, яка здійснює політику у даній сфері та несе відповідальність за його розвиток [99].

На нього накладаються такі повноваження:

- створення і схвалення нормативних актів, подання пропозиції щодо удосконалення законодавства у туристичному напрямку;

- окреслення перспектив та напрямів розвитку державного та міжнародного туризму;

- координація діяльності міністерств і відомств, туристичних підприємств та організацій незалежно від форм власності у питаннях, пов'язаних з прийомом та обслуговуванням туристів в Україні та організацію туристичних поїздок за кордон;

- відповідальність за організацію інформаційної, видавничої та рекламної діяльності у туристичному напрямку;

- вплив на розвиток конкурентоспроможності і рівноправ'я на ринку туристичних послуг для всіх суб'єктів діяльності не залежно від форми власності;

- здійснення ліцензування (позбавлення ліцензування) діяльності суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності, що надають туристичні послуги. Разом із Державним комітетом України по стандартизації, метрології та сертифікації встановлено державні стандарти у сфері туристичних послуг, проводиться

сертифікація та атестація туристичних підприємств, контролюється виконання ними умов та правил прийому обслуговування туристів;

- проведення науково-дослідницької роботи у галузі туризму, підготовляє і проводить підвищення кваліфікації працівників;

- участь у зовнішньоекономічній діяльності в галузі туризму, представляє інтереси України з питань туризму в інших країнах та міжнародних організаціях, укладає відповідно до чинного законодавства угоди, відкриває туристичні представництва за кордоном.

Будь-які рішення прийняті органами державної виконавчої влади, підприємств різних форм власності.

Ще одним важливим документом загального призначення є Закон України «Про підприємництво», який забезпечує підприємницьку діяльність в тому числі і туристичних підприємств. Цей закон було ухвалено Верховною Радою України в 1991 році. Важливі напрями регулювання туристичної діяльності суб'єктів висвітлено в наступному:

- узагальненні положення в сфері підприємництва (суб'єкти діяльності, наявні переваги та обмеження, існуючі принципи та організаційні форми управління);

- засади здійснення підприємницької діяльності (реєстрація в державних та місцевих органах влади, умови працевлаштування найманих працівників, ліквідація підприємницької діяльності та соціальна відповідальність підприємців);

- взаємовідносини між суб'єктами (гарантії прав та свобод підприємців, регулюючі та стимулюючі методи державного, регулювання, функціонування іноземних підприємств, міжнародна співпраця).

Дотичним вказаному Закону є також Закон «Про підприємства в Україні». Визначальним в даному Законі є статут підприємства, який погоджено з чинним законодавством та наявність нормативного договору, який регулює відносини всередині колективу підприємства. Даний Закон було ухвалено 27 березня 1991 року.

Однак, згодом редакція цього Закону зазнала певних змін, зокрема згідно наступних положень: уточнення та визнання видів та організаційних форм підприємств, умови та вимоги щодо створення підприємств, а також обставини їх ліквідації, напрями та процедури здійснення ними підприємницької діяльності; забезпечення умов рівності та прозорості у функціонування підприємств незалежно від форм власності та способу господарювання; дотримання принципу самостійності діяльності підприємства, дотримання визначених прав та обов'язків а також відповідальності господарської діяльності, формування системи взаємовідносин між суб'єктами господарювання та державою.

Зокрема на туристичному підприємстві на відміну від інших підприємств, важлива соціальна роль належить колективному договору, який являє собою угоду між трудовим колективом та адміністрацією підприємства, яка укладається кожного року та є втіленням норм та принципів чинного законодавства України. В межах даного договору регулюються виробничі, трудові та економічні відносини усього трудового колективу з адміністрацією будь-якого підприємства, яке винаймає працівників. Загалом слід відмітити, що діяльність підприємств сфери туризму піддається впливу та регулюванню будь-якими законодавчими документами, що регламентують діяльність підприємства в нашій державі.

За відсутності державної підтримки розвиток як регіонального так і державного туризму неможливий або дуже ускладнений. На підставі цього було прийнято Указ Президента України 1999 р., про схвалення основних напрямів розвитку туризму до 2010 року.

Наступною була постанова Кабінетів Міністрів України про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 рр., яка передбачала виконання комплексу заходів для покращення системи управління туристичною сферою, прийняття нормативно-правових актів, проведення на туристичних підприємствах необхідних

структурних змін у фінансових та кадрових ресурсах, укріплення наявної матеріально-технічної бази, підвищення ефективності системи статистики, сприяння реалізації інвестиційних проектів. Дана програма розпочала державне регулювання туристичної діяльності.

У 2013 році Кабінет Міністрів України прийняв «Концепцію Державної цільової програми розвитку туризму та курортів до 2022 року», яка була створена і запропонована Державним агентством України з туризму та курортів, підвищення рівня надання послуг готелями та іншими закладами проживання. А також був прийнятий план дій з гармонізації українського законодавства і нормативної бази згідно із стандартами Європейського союзу [254].

В процесі виконання Державної цільової програми планується виконання робіт по визначенню туристичної спеціалізації регіонів, та поділ країни на туристичні райони, в основному це стосується місцевостей, що є важливими у розвитку туризму.

Під час виконання цієї програми планується провести комплекс різноманітних заходів з дерегуляції туристичної діяльності та впровадження державно-приватного партнерства у сферу туризму, а також вдосконалення системи статистичної звітності на основі методики Всесвітньої туристичної організації.

Однак, динамічність навколишнього середовища зумовлює необхідність адаптації та змін окремих положень існуючого Закону. До основних невідповідностей дії даного Закону слід розглядати те, що створюються штучно умови для економії туристичної галузі.

Наступним обмежуючим фактором поживлення туристичної активності на туристичному ринку є те, що туроператори по своїй суті є «юридичними особами, які проваджують організацію та забезпечення туристичної підприємницької діяльності». Наша думка зосереджена в їх компетенції є недоліком даного Закону, оскільки за умов, що склалися з приводу конкуренції на туристичних ринках було б доцільним розширити перелік функціональних

зобов'язань туристичних активів задля розвитку внутрішніх інвестицій, які заклали би основу відтворення інфраструктури та матеріально-технічного базису загалом.

Про вищесказане свідчить і закордонний досвід свободи діяльності та розширення кола функцій. Не зовсім чітко обумовлено законом фінансове підґрунтя існування туристичних суб'єктів, а також складною та занадто бюрократичною є процедура ліцензування. В обох випадках за ради формування підвищеної туристичної активності слід обмежити бар'єри по цих питанням. Останнім аргументом є розробка нормативно-правового забезпечення не лише для класичного туризму, але і інших видів оновлених послуг в межах релігійного, сільського, сакрального, гастротуризму, зеленого, водного, тощо.

Для уникнення зазначених огріхів, якими характеризується Закон України «Про туризм» слід дотримуватися ряду заходів:

- обмежити ПДВ (податок на додану вартість) імпортного обладнання;
- значно спростити порядок та процедуру отримання ліцензії суб'єктами туристичної діяльності;
- знизити податкові стягнення з суб'єктів туристичної діяльності, котрі впроваджують модернізацію або реконструкцію туристично-готельних об'єктів та елементи їх інфраструктури.

До 2015 року основною установою, яка регулювала туристичну діяльність було Державне агентство України з туризму та курортів, яке розпочало свою діяльність в квітні 2011 року відповідно до п.1 Указу Президента України № 70 «Питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади» [170].

На сьогоднішньому етапі функціональне призначення органу виконавчої влади для забезпечення туристичної політики країни покладено на Управління туризму та курортів України при Міністерстві економічного розвитку та торгівлі України [169].

Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України оперує загальними

положеннями свого існування, за яких формується та реалізується державна політика у сфері туристичних послуг, однак без здійснення належного контролю над функціонуванням їхніх суб'єктів.

В своїй діяльності Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України керується Конституцією України, актами та указами Президента України та Кабінетом Міністрів України,. Алгоритм взаємодії суб'єктів та об'єктів туристичного ринку відображено на рисунку 2.5.

На даному рисунку видно, що головним споживачем туристичних послуг є турист. Задля ефективності регулювання туристичним ринком слід мати постійний взаємозв'язок між сферами обслуговування, готельно-обслуговуючими закладами та суб'єктами туристичного ринку.

Виконавчою ланкою функціонування та існування туристичного ринку є туроператори, тур агенти та суб'єкти екскурсійної діяльності. А законодавчою ланкою є – місцеві органи влади, які підпорядковані Міністерству економіки, торгівлі та сільського господарства України.



*\* Удосконалено авторами на основі [254].*

Рис. 2.5. Алгоритм взаємодії суб'єктів та об'єктів туристичного ринку

Однак, узагальнення законодавчих та нормативних документів основного та спеціального призначення на основі уніфікованого підходу, який і регулює діяльність

регіональних туристичних ринків може свідчити про важливість та доречність дотримання принципу ієрархії нормативно-правових взаємозв'язків між суб'єктами в галузях туризму. Тому комплексність та впорядкованість регулювання процесних відносин в сфері туризму впливатиме на отримання подальшого ефекту туризму як виду підприємницької діяльності, як в межах регіону так і країни загалом. Стратегічно важливими об'єктами регулювання

регіональних ринків туристичних послуг в правовій площині є установи, які надають якісні туристичні послуги суб'єктами господарювання та адаптація інфраструктурного забезпечення відносно наданих послуг суб'єктами господарювання.

Отже, вдосконалення нормативно-правового забезпечення туристичної діяльності регіону має відображати інтереси регіону та національні пріоритети в напрямі задоволення потреб не лише українських, але й закордонних туристів.

### **2.3. Напрями державного регулювання інноваційної діяльності**

Інноваційні заходи є цілісним процесом, який націлений на пошук ідей та нововведень по створенню нового продукту відносно потреб споживачів, просування оновленого товару на ринку, моніторингу кон'юнктури його реалізації та подальшого існування. Саме інноваційна діяльність і є важливим напрямом розвитку національної економіки, тому що нововведення дозволятимуть отримувати результати від підвищення ефективності праці, від ресурсозбереження та оновлення сегментів ринку на засадах конкуренції. Саме інноваційна спрямованість підприємств регіону дозволить їм уникнути банкрутства та відсталості соціально-економічних параметрів.

Успішність впровадження інновацій та розвиток національної економіки суттєво залежить від ефективної державної інноваційної політики. Її головна мета полягає у створенні соціально-економічних, організаційних і правових умов для систематичного відновлення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно-безпечних умов розвитку, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та підвищення рівня конкурентоздатності країни та регіону загалом [254].

В напрямі нормативно-правового супроводу інноваційних заходів підприємницькими осередками варто вважати Конституцію України, Господарський Кодекс, ЗУ «Про наукову та науково-технічну діяльність», ЗУ «Про інноваційну діяльність», ЗУ «Про пріоритетні напрямки розвитку інноваційної діяльності в Україні», ЗУ «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків», а також низки інших документів, які формують організаційні, економічні, правові вектори державного регулювання інноваційної діяльності України та регіонів [164, 165].

Міжнародні установчі документи, які схвалені Європейською Комісією стверджують що інновація є результатом наукових та творчих ідей та проєктів, яка знаходить вираз в формі нового або вдосконаленого товару або послуги. Зокрема Господарським Кодексом України пропонується розглядати інноваційну діяльність виключно в сфері господарських відносин з приводу реалізації інвестиційної політики за умови виконання довгострокових науково-технічних проєктів в межах тривалого періоду [52].

Наукові напрацювання вітчизняних та закордонних дослідників вказують на програму емпіричних пошуків та методів впливу інноваційної діяльності на туристичних ринках, особливо важливо застосовувати показники виміру інноваційної активності саме на регіональних туристичних послуг опираючись на системний, факторний



аналіз, аналітичний, порівняльний та підсумковий підходи, які будуть розглянуті нами нижче.

Держава будучи одним із суб'єктів інноваційної діяльності виконує функції реалізації інноваційних заходів в економічному та правовому руслі.

Водночас, напрями державного регулювання знайшли втілення в Законі України «Про інноваційну діяльність» шляхом:

- місцевого регіонального, галузевого та національного стимулювання пріоритетних видів інноваційної діяльності;
- економіко-правового супровідну розвитку пріоритетних інноваційних видів діяльності;
- заохочення діяльності суб'єктів інноваційної діяльності;
- фінансування стратегічно важливих для розвитку сфер та галузей економіки інноваційних проектів;
- застосування системи пільгового оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності;
- інвестування у розбудову сучасної інноваційної інфраструктури регіону та країни.

Компетентними органам з виконання та врегулювання питань щодо інноваційної діяльності є Державна інспекція, Державні інститути (Державне агентство України з інвестицій та інновацій), функціональний осередок, який не оподатковується та погоджується Кабінетом Міністрів України та є центральним органом виконавчої влади. Основні напрями діяльності Держінвестицій полягають у наступному:

- запровадженні та реалізації інвестиційно-інноваційної політики регіону, держави;
- моніторингу та контролю над виконанням органами влади по успішної реалізації інвестиційної діяльності у регіонах на інноваційних засадах.
- формування та забезпечення національної інноваційної системи, яка б могла запропонувати в галузях та сферах економіки регіонів державну інноваційну політику.

В цьому сенсі слід відмітити певний симбіоз інтересів та мотивів підприємців ринку з інноваційним вектором держави. Саме за вірними інноваційними рішеннями знаходиться економічний вибір господарського розвитку в процесі розвитку соціально-економічних систем багатьох розвинених країн світу.

Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність» роль інновацій є надзвичайно важливою в визначені пріоритетних напрямів конкурентоспроможності технологічних, продуктивних, виробничих, комерційних, адміністративних інновацій які суттєво покращують складові та якісно виробничі та соціальні сторони суспільства.

Передумовою інноваційної моделі розвитку підприємницьких структур є взаємоузгодженість усіх суб'єктів в частині комерціалізації технологічних результатів. Дана модель стимулює генезис освітніх підходів, розміщення інноваційної інфраструктури, трансферту технологій та інтелектуальної власності, а також пошук рівноваги між попитом та пропозицією. Більше того, законодавчо під «інноваціями» пропонується визнавати значення первинних або вдосконалених технологій, товарів, послуг, методів та ефектів управління, виробництва, комерціалізації, які видозмінюють до кращого структуру та якість виробничих та невиробничих сфер.

Однак інновації не можуть бути уніфікованими в своїх проявах для різних сфер економіки. Здебільшого це є слідством не чіткості правового супроводу. Не дивлячись на те, що Закони, кодекси та норми поведінки учасників інноваційної діяльності втілено в 13 законодавчих актів, 90 нормативно-правових наказів, документів Уряду, 150 найрізноманітніших документів. Загальний нормативний супровід не розкриває сучасних складностей з якими стикнулася законодавча парадигма інноваційного розвитку. На жаль, не висвітлено проблеми щодо захисту інтелектуальної власності, шляхів залучення та удосконалення венчурного капіталу, доступності та

прозорості продуктивних елементів діяльності суб'єктів інноваційного розвитку, тощо [79].

До основних принципів державної інноваційної політики відносять:

- спрямування та розвиток економіки України шляхом впровадження інноваційних проектів;

- встановлення пріоритетів інноваційного розвитку;

- створення нормативно-правової бази для підтримки та регулювання інноваційної діяльності;

- формування необхідних умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу [117];

- забезпечення співпраці науки, фінансово-кредитної сфери, виробництва, освіти у розвитку інновацій;

- продуктивне використання ринкових важелів та механізмів для підтримки конкурентного середовища підприємств в напрямі науково-виробничої та інноваційної діяльності;

- фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності [174];

- забезпечення розвитку інноваційної інфраструктури;

Спираючись на дані принципи, державне регулювання здійснюється шляхом:

- 1) Встановлення та сприяння пріоритетних напрямів інноваційної діяльності функціонування суб'єктів господарювання на різних рівнях: державному, галузевому, регіональному та місцевому;

- 2) Створення та реалізація різноманітних програм розвитку підприємств та галузей регіону;

- 3) Створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності [275].

- 4) Надання фінансової допомоги для виконання інноваційних проектів;

- 5) Відстоювання прав та інтересів представників інноваційної діяльності;

6) Стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;

7) Надання пільг у сфері оподаткування суб'єктам інноваційної діяльності;

8) Підтримка сучасної інноваційної інфраструктури в питаннях функціонування та розвитку.

Пріоритетні напрями інноваційної діяльності – це законодавчо та науково обґрунтовані напрями інноваційної діяльності, спрямовані на забезпечення потреб суспільства у високотехнологічній конкурентоспроможній продукції, високоякісних послугах та збільшення експортного потенціалу країни [275]. Вони поділяються на стратегічні та середньо-стратегічні (рис. 2.6).

Стратегічні пріоритетні напрями інноваційної діяльності реалізуються через систему загальнодержавних програм, науково-технічного, економічного, соціального, культурного розвитку і охорони довкілля.

Середньострокові інноваційні пріоритети загальнодержавного рівня реалізуються через національні прогнози і програми соціального та економічного розвитку країни, на основі конкурсного принципу через державне замовлення; відповідно галузевий та регіональний рівні – через інноваційні проекти та програми.

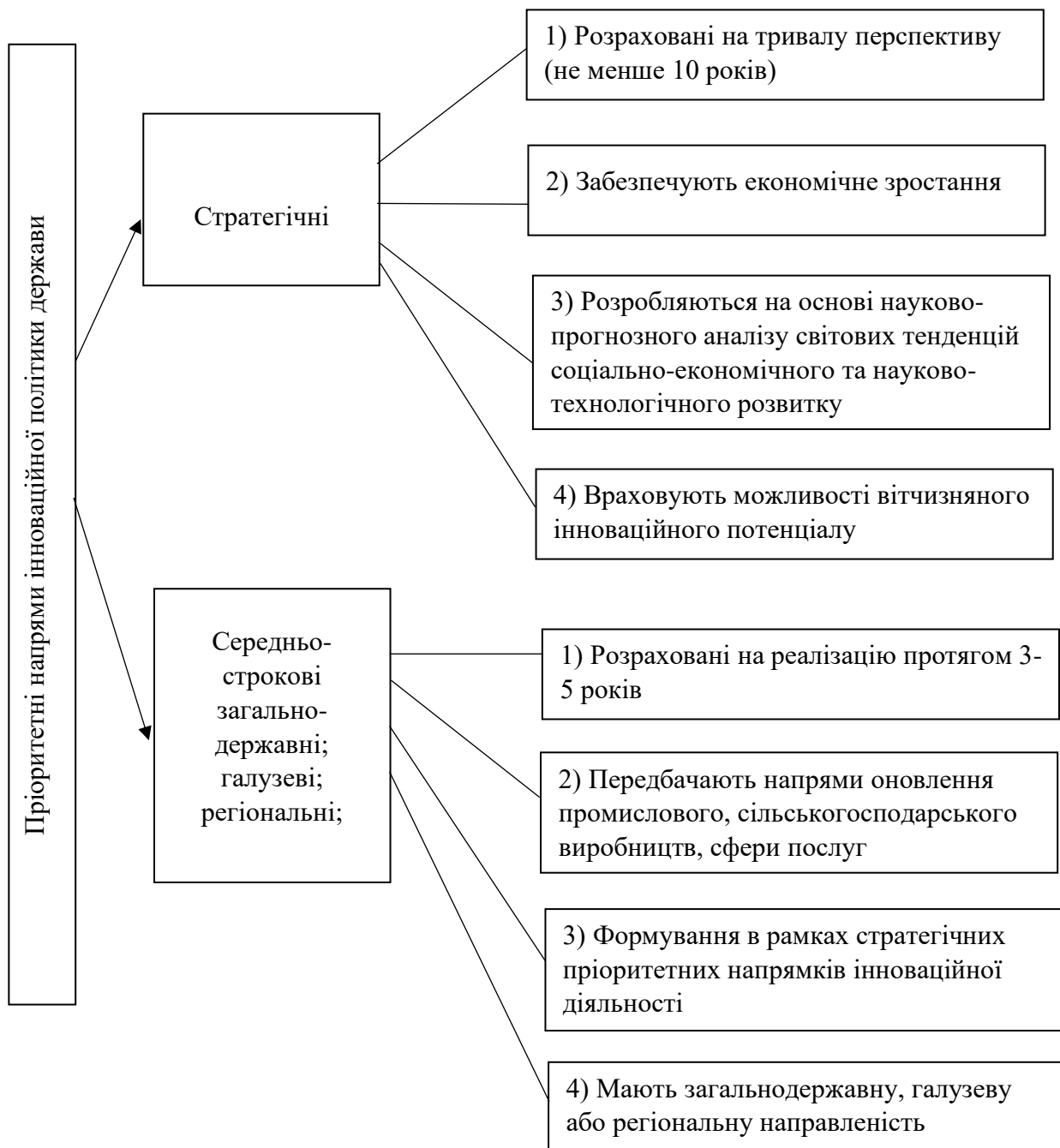
Стратегічно-пріоритетними напрями інноваційного розвитку регіону 2018-2031 років є:

- впровадження новітніх технологій транспортування енергії, освоєння енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, опанування альтернативних джерел енергії;

- перейняття досвіду прогресивно інноваційних країн з новітніх технологій високотехнологічного розвитку ракетно-космічної галузі, транспортної системи, авіа-та суднобудування, військового забезпечення;

- впровадження сучасних технологій виробництва матеріалів, їхнє оброблення та поєднання, формування індустрії наноматеріалів і нанотехнологій;

- оновлення технологічних процесів і розвиток аграрної галузі;



\* побудовано авторами з використанням джерел: [275]

Рис. 2.6. Характеристика пріоритетних напрямків інноваційної політики держави та регіонів

Формування стратегічних пріоритетних напрямів інноваційної політики держави здійснюється центральним органом виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності із залученням Національної та галузевих академій наук України на основі ґрунтовних прогнозно-аналітичних досліджень, тенденцій світового науково-технологічного розвитку, моніторингу інноваційної діяльності в країні,

інноваційного потенціалу та інноваційної культури суспільства.

Аналізуючи актуальність наявних проблем в Україні, які потребують негайного наукового забезпечення, пріоритетними напрямками державної підтримки є:

- наукова сфера – підготовка та перепідготовка працівників у сфері науки; прикладні дослідження та технології; фундаментальна парадигма; інформаційне та матеріальне забезпечення наукової діяльності; вирішення різноманітних проблем науковими методами;

- технологічна сфера – проведення досліджень та формування умов для підвищення продуктивності праці; створення та впровадження засобів для збереження та захисту здоров'я людини; розробка енерго- та ресурсозберігаючих технологій; розробка новітніх технік та технологій для переробних галузей; агропромислового комплексу, харчової та легкої промисловості, електроенергетики;

- виробнича сфера – сприяння формуванню конкурентоспроможних переробних виробництв; модернізація основних галузей економіки країни; створення наукоємних виробничих процесів; підтримка найбільш рентабельних інноваційно-інвестиційних проектів, впровадження яких призведе до прогресивних змін у виробництві; допомога при створенні та становленні інноваційних структур;

- фінансово-кредитна сфера – стимулювання створення спеціалізованих інноваційних банків, а також фондів довгострокового кредитування функціонуючих комерційних банків шляхом встановлення відповідних пільг з оподаткування коштів, що інвестуються для досягнення технологічних змін; диференціація ставки податку на прибуток комерційних банків, залежно від напрямів використання ресурсів, шляхом зниження – в разі їх довгострокового кредитування високотехнологічних проектів і підвищення – в разі вкладання коштів у високоприбуткові операції фінансового ринку; створення системи пільгового рефінансування комерційних банків,

які надають пільгові кредити для реалізації інвестиційних проектів щодо розроблення і впровадження високотехнологічного обладнання та іншої інноваційної продукції; запровадження спеціального порядку створення інноваційних асоціацій, які є інвестиційно-виробничими об'єднаннями юридичних та фізичних осіб, що беруть участь у здійсненні інноваційного проекту та випуску нової конкурентоспроможної продукції; запровадження державної системи страхування ризиків інноваційної діяльності за рахунок спеціально створеної страхової компанії тощо [22, 180].

Одним із найефективнішим способів регулювання державою інноваційної діяльності є встановлення особливого податкового і митного режиму.

Зокрема, впродовж строку чинності свідоцтва про державну реєстрацію інноваційного проекту і за умови, що виконання проекту розпочато не пізніше вісімнадцяти місяців від дати його державної реєстрації, оподаткування об'єктів інноваційної діяльності здійснюється у порядку, за яким 50% податку на додану вартість по операціях з продажу товарів (виконання робіт, надання послуг), пов'язаних з виконанням інноваційних проектів, і 50% податку на прибуток, одержаний від виконання цих проектів, залишаються у розпорядженні платника податків, зараховуються на його спеціальний рахунок і використовуються ним лише на фінансування інноваційної, науково-технічної діяльності і розширення власних науково-технологічних і дослідно-експериментальних баз [22].

Таке пільгове оподаткування здійснюється за умови, якщо суб'єкт інноваційної діяльності за місяць до початку реалізації повідомляє Державну податкову адміністрацію і відповідно по господарських операціях, які будь-яким чином пов'язані з інноваційним проектом, здійснює окремий бухгалтерський облік.

Кошти у розмірі 50% податку на додану вартість і податку на прибуток, що залишаються у розпорядженні платника податків і не використані протягом строку

пільгового оподаткування і дванадцяти місяців після нього, підлягають зарахуванню до Державного бюджету України. Інноваційні підприємства мають можливість сплачувати земельний податок у розмірі п'ятдесяти відсотків від діючої ставки.

Також, підприємствам, що займаються інноваційною діяльністю надається право на прискорену амортизацію основних фондів (ОФ) і надається двадцяти відсоткова норма на прискорену амортизацію ОФ з групи.

Для підтримки інноваційних проектів держава також надає ряд допоміжних заходів фінансової підтримки для суб'єктів інноваційної діяльності:

1) Пріоритетні інноваційні проекти мають повне безвідсоткове кредитування;

2) До п'ятдесяти відсотків безвідсоткового надання кредитів інноваційним проектам;

3) Часткова або повна компенсація відсотків, які сплачував суб'єкт інноваційної діяльності до комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ ;

4) Державні гарантії, що надаються комерційним банкам, які проводили кредитування інноваційних проектів із пріоритетними напрямками;

5) Проведення майнового страхування впровадження інноваційних проектів у страхових компаніях.

Перераховані напрями державного регулювання інноваційної діяльності актуальні на сьогодні і за наявної фінансової підтримки реалізації інноваційних проектів слугуватимуть активізацією інноваційної праці в країні.

Якщо брати до уваги конкретно туристичні ринки, то інноваційна діяльність в них асоціюється з принципово новими та досі не застосованими процесами трансформації існуючих поглядів та підходів з метою відтворення існування туристичної галузі регіону.

Багатогранність та динамічність різновидів туристичних продуктів та послуг спрямована не лише на застосування науково-технічних результатів, надаючи перевагу також змінам форм та змісту існуючих туристичних продуктів, технологічним ресурсам, аспектам



організації, управлінської, регулюючої, збутової та інформаційної інноваційної активності.

Однак інноваційні технології туристичної сфери не дають миттєвого ефекту оскільки є необхідним певний проміжок часу протягом якого інновації застосовуються, приживаються та згодом матимуть економічно обґрунтований результат для суб'єктів туристичного ринку. Загалом регіональний туризм досягатиме стійких форм свого розвитку за умов гарантії та систематичності регіонально-державної політики.

Узагальнюючи, слід резюмувати, що державне регулювання інноваційної діяльності на РРТП розглядається сукупністю діяльності органів державної влади для створення сприятливого середовища для розвитку туризму та формування відповідних орієнтирів пріоритетності з подальшим ініціюванням створення цілісних концепцій їх організаційно-правового та науково-фінансового саморозвитку.

Основною метою державного регулювання інноваційної діяльності суб'єктів туристичної сфери є відтворення туристично-рекреаційної активності регіону, що спрямоване на втамування споживацьких потреб в здійсненні мандрівок, збільшення попиту на робочу силу, зростання доходів усіх суб'єктів економічної системи та збереження екологічних норм навколишнього природного середовища.

Практика окремих розвинених країн свідчить про відсутність основного регулятора туристичної діяльності на інноваційних засадах. В основному відбувається взаємне узгодження окремих організаційних питань між суб'єктами господарювання шляхом цивільно-правового регулювання. Водночас інші країни, де є політика регулювання з боку державних органів застосовують два сценарії: спеціальні органи державної влади або багатопрофільні організації.

Відносно РРТП України є прийнятним регулювання інноваційних процесів з використанням адміністративних (прямих) та економічних (не прямих) методів з різними інструментами застосування. Адміністративні методи, як

правило є методами прямої дії та покликані впорядковувати діяльність туристичних суб'єктів в межах встановленого правового поля. Вони застосовують інші правила поведінки суб'єктів туристичного ринку та виконання встановлених порядків. Найбільш прийнятними інструментами адміністративних методів є ліцензування, технічні дозволи, нормативно-правове регулювання, тощо. Економічні методи зазвичай є не прямими чинниками впливу на вибір шляхів розвитку діяльності суб'єкта туристичної сфери та прийняття ним самостійного господарського рішення.



\* Авторська розробка

Рис 2.7. Методи державного регулювання інноваційної діяльності РРТП

За умови приналежності регулюючої функції держави до управлінського процесу, слід акцентувати увагу на алгоритмі який реалізується через взаємодію між органами державної виконавчої влади та РРТП. Тому слід розглянути систему органів виконавчої влади країни та регіонів наближено сформованими до кола покладених завдань. (рис. 2.8).



\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерела: [277].

Рис. 2.8. Алгоритм регулювання інноваційної діяльності РРТП органами виконавчої влади.

Аналізуючи схематичне зображення алгоритму регулювання інноваційної діяльності РРТП слід застосувати систематичний підхід щодо подальшого вибору стратегії та цілей державних та регіональних органів влади. Дієвим інструментом існуючих та майбутніх стратегій є впровадження та застосування діючих та оновлених на державному та регіональному рівнях цільових програм розвитку інновацій в туризмі, що зрештою поширюватиме ефект і на суміжні галузі та сфери. Зазначений алгоритм застосовується за умов системного, аналітичного, факторного, підсумкового та порівняльного підходів.

Системний підхід передбачає розробку кількісних та якісних показників інноваційного сприйняття туристичними суб'єктами. До таких показників, що регулюють інноваційну активність туристичних ринків за

регіонами слід відносити: економічні особливості, інноваційних рівень розвитку, рівень інвестиційного забезпечення, показники туристичного ринку, узагальнюючі показники туристичного ринку, рівень малого та середнього бізнесу: рівень фінансової сомодосконалоті; рівень розвитку інфраструктури та схеми її розвитку; ефективність ринку праці, рівень якості умов довкілля та раціонального природокористування, рівень соціального захисту, доступність медичного обслуговування.

Також систематичність процесів заходів регулювання інноваційної діяльності туристичних ринків враховує і постійний моніторинг туристичної сфери та завершальні контрольні заходи. Важливість проведення цих заходів викликана впливом на дану галузь політичних, економічних та екологічних чинників що і передбачає положення управлінських дій [96].

В контексті регулюючих процесів яскраво простежується також аналітичний підхід, який буде доцільним при зборі та систематизації величезної кількості даних туристичних ринків в результаті діяльності туристичних суб'єктів. Існуючий міжнародний стандарт по статистичній динаміці інноваційного розвитку, який розроблено експертами організацій економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) разом із Євростатом є методологічним підтвердженням щодо рекомендацій збору та аналізу даних про інновації, уніфіковану систему понять та принципів, впливу ряду показників та вимірювання загального ефекту [189].

Імплементация аналітичного підходу на вітчизняних туристичних ринках передбачає аналіз даних про різного виду інновації в туризмі. Для досліджуваних ринків України це є продуктові, сервісні, управлінські та збутові інновації, а також до уваги береться витратна складова на втілення інновацій підприємствами туристичної сфери та факторів, які гальмують інноваційний процес. Аналітичний підхід загалом покликаний надавати

рекомендації відносно збору та аналізу даних щодо активних проявів інновацій туризму.

В подальшому ця інформація може бути методологічним підґрунтям для здійснення порівняння між регіональними туристичними ринками та формування індикаторів подальших рейтингових осередків [71, 72]. Результативністю запровадження даного підходу, на нашу думку є розподіл підприємств та інноваційно-привабливі та інноваційно депресивні. Загалом інноваційно привабливими підприємствами слід вважати ті, які забезпечують елементи осучаснення товарів та послуг, збутових інструментів, організацію технологій та методики виробництва товарів, надання послуг та вдосконалення управлінської практики., а інноваційно-депресивні констатують зворотній процес.

Третім важливим підходом у розв'язанні проблем пов'язаних з регулюванням інноваційної активності на РРТП є факторний. Даний підхід передусім є відображенням потенціалу наявних туристично-рекреаційних економічних, соціальних та інших передумов ресурсного забезпечення.

Окрім того, факторний підхід передбачає проведення оцінки матеріальних та нематеріальних складників факторного потенціалу на предмет їх реалізації та застосування саме в інноваційних стратегіях туристичної діяльності регіону.

Четвертим підходом на нашу думку є наслідковий підхід, який є підсумковим етапом визначення кількості реалізованих інновацій та їх ефекту на мікроекономічному та регіональному рівнях.

Підсумовуючи існуючі підходи слід враховувати складності, що пов'язані з об'єктивним проведенням аналізу застосованих даних під час інноваційної активності. З огляду на зазначений недолік в подальших дослідженнях ми будемо оперувати визначеними показниками інноваційної активності, які на наші переконання є найбільш прийнятними.

I, нарешті завершаючим підходом регулювання інноваційної діяльності на РРТП є порівняльний, оскільки для інноваційної активності туристичних підприємств дуже важливе значення має порівняння результативності запровадження та ефекту інноваційних заходів між конкуруючими підприємствами.

За даних умов існує активне застосування методу бенчмаркетингу, який передбачає порівняння та співставлення ряду показників з аналогічними, в результаті чого можна підвищити та вдосконалити власні або запозичені методи покращення інноваційної діяльності. Однак даний підхід передбачає високий рівень відкритості та доступності інформації для опрацювання відповідних показників.

Закордонний досвід свідчить що систематизацією та порівнянням показників займаються центри з бенчмаркінгу, які в основному функціонують на приватних засадах.

Поєднання та взаємоузгодження туристичної діяльності в соціально-економічних стратегіях розвитку регіону забезпечують комплексність та досягнення подальших результатів в усіх без виключення сферах регіону. Отже пропонуємо розглядати напрями розвитку інноваційної діяльності регіональних туристичних ринків в схематичній сукупності в контексті макроекономічного та мікроекономічного блоків (рис. 2.9).

Однак слід передусім охарактеризувати туристичну діяльність в регіонах нашої країни як ту, яка має значний та вагомий туристично-ресурсний потенціал для свого розвитку та відтворення, проте протікає у неприйнятній для неї ситуації, яка пов'язана з наступними обставинами:

- непривабливий стан об'єктів інфраструктурного значення гальмує імідж РРТР серед внутрішніх та зовнішніх туристів;

- описовість а не практичність цільових та стратегічних програм розвитку туристичної сфери, суттєво послаблює процес запровадження інноваційних заходів;



*\* Побудовано та систематизовано авторами.*

Рис. 2.9. Напрями розвитку інноваційної діяльності регіональних туристичних ринків макроекономічного та мікроекономічного блоків

- низький рівень конкурентоспроможності суб'єктів туристичної діяльності регіону порівняно з іноземними аналогами;

- недостатня чисельність професійно підготовлених працівників та фахівців туристично-рекреаційної сфери регіону;

- суспільний та низький рівень обслуговування туристів та впровадження збутових заходів суб'єктами підприємницької діяльності.

Тому очевидним та вкрай необхідним є запровадження різноманітних інноваційних напрямків в туристичних сферах регіону та усіх організаційних та виконавчих органах влади, наукових та навчальних установ, підприємницькій спільноті регіону.

Ключовим об'єктом та водночас споживачем туристичних послуг є турист. Задля забезпечення синергетичного ефекту туристичної галузі слід забезпечити постійну взаємодію між сферами обслуговування, засобами розміщення суб'єктами ринку туристичних послуг, цього можливо досягти через взаємодію та консолідацію зусиль між державними органами та місцевими організаціями.

Безпосереднім надавачем туристичних послуг є туроператор, турагент та інші суб'єкти екскурсійної діяльності. Законотворчі органи забезпечуються місцевими органами влади, які є підлеглими Міністерству економічного розвитку та торгівлі України [232, 233, 234].

Зазвичай місцеві органи регулювання туристичними процесами в області несуть ряд зобов'язань:

- розробка та реалізація стратегічних планів розвитку туризму в регіоні;

- стимулювання інвестиційного клімату туристичної галузі;

- промоція професійної активності працюючих в туристичній галузі;

- популяризація здійснення модернізаційних заходів по створенню нових туристичних об'єктів та реконструкцію старих;

- відновлення інших видів в'їзного, внутрішнього, а також сільського та зеленого туризму.



Практика деяких транскордонних міст свідчить про формування так званих регіональних туристичних корпорацій, які синтезують різні види туризму, узгоджують інформаційний супровід пропозиції туристичних послуг, формують конкурентне ціноутворення.

В той же час, державні адміністрації в межах власних повноважень теж сприяють та частково регулюють туристичну сферу, зокрема це проявляється в:

1) Розробці та виконанні завдання від державних органів, зокрема в контексті розвитку курортної сфери регіону;

2) Сприяння популяризації туристичної діяльності регіону та створення необхідної мережі туристичної інфраструктури;

3) Проведення та аналітичної оцінки соціальної реклами туристичних ресурсів;

4) Розроблення заходів щодо привабливості та безпечності дитячої туристичної індустрії;

5) Підвищення професійної кваліфікації працівників у галузі регіонального туристичного ринку;

6) Здійснення консультативної та дорадчої допомоги суб'єктами туристичного ринку з метою покращення їх ефективності надання послуг.

Тому проаналізувавши місце та значення регулюючих органів місцевого та регіонального рівня можна зробити наступний висновок, що регулювання діяльності в туристичній галузі відіграє важливу роль, та залежить безпосередньо від консолідації відносин між суб'єктами туристичного ринку регіону. Окрім того, регулюючі процеси залежать від наявності розвитку туристично-рекреаційного потенціалу місцевості та розвитку туристичного ринку, ефективності споживання туристичних продуктів, визначення цінової кон'юнктури та факторів на ринку, моніторингу діяльності конкурентів за рівнем їх конкурентоспроможності та наявності купівельноспроможного попиту з боку споживання.

Особливої уваги задля здійснення процесів регулювання та розвитку туризму в регіоні належить

практиці транскордонних країн. Тому досвід міжнародного регулювання туристичних процесів є корисним в умовах посилення трансформаційних процесів в напрямі створення інтеграційних туристичних кластерів.

Зокрема, на думку професора Пуцентаейла П.Р. міжнародне регулювання - це «міжнародна система впливу та заходів, націлених на управління певним видом міжнародної діяльності відповідно до призначення міжнародних принципів, норм і стандартів» [22, 76].

Дослідники В.Ф. Семенов, В.Г. Герасименко та І.П. Горбань, переконані, що міжнародне регулювання – це «комплекс заходів, націлених на підтримку сталого розвитку туризму, упорядкування туристичної діяльності, ефективне управління окремими секторами туристичної індустрії, забезпечення їх скоординованої взаємодії, стандартизації туристичного обслуговування».

Врахування практики просування свого внутрішнього туристичного потенціалу резидентам та нерезидентам країни сприятиме регіональному співробітництву між країнами ЄС в наступних напрямках:

- зменшення різноманітних обмежень та субсидіювання підприємництва пріоритетних видів туристичної діяльності;
- стратегічне планування в частині фінансування подальшого розвитку туристичної галузі в регіоні;
- модернізація комфортного інфраструктурного забезпечення галузі.

Враховуючи досвід провідних країн світу слід організовувати та розвивати регіональний туризм. Між країнами світу використовують три моделі так званої державної участі в регулюванні туризму в регіоні [22, 83].

Перша модель була заснована в США у 1997 році після ліквідації найкрупнішої на той час туристичної корпорації U.S. Travel Administration, яка тривалий час була в ролі монополіста, штучно обмежуючи інших конкуруючих суб'єктів. Вагомою рисою цієї моделі було відсутність центрального регулюючого органу туристичної галузі, та панування хаотичного ціноутворення.

Придатність даної моделі характеризує високорозвинені країни, які отримують значні доходи від зовнішнього товарообігу, формують надзвичайну популярність завдяки своїй історії та є признаними місцями відвідування міжнародних туристів, де туристична галузь розвивається на дуже високому рівні і не потребує жодних державних настанов.

Для другої моделі, є притаманним регулюючий орган, який контролюватиме та регулюватиме туристичну галузь країни. Дана модель зазвичай застосовується такими країнами: Туреччиною, Єгиптом, Тунісом, Мексикою та іншими державами. Водночас, ця модель вимагає значних фінансових вкладень задля забезпечення модернізації туристичних продуктів та здійснення постійної промоції.

В основному дана модель була притаманна для країн, які запізно здійснили процес індустріалізації, тим самим перебувають на стадії переходу від однієї економічної системи до іншої. Дохід від туризму є основним для економіки зазначених країн.

Третя модель в основному є адаптованою розвиненими європейськими країнами, з чітко уповноваженими компетентностями відносно регулювання міністерствами відповідних галузей, до обов'язків яких відносять розроблення нормативно-правового базису та провадження інвестиційно-збутової діяльності.

Досвід Великобританії переконливо свідчить про наявність певних організацій, які займаються виключно розробкою та фінансуванням різноманітних туристичних програм (British Tourist Authority), в Італії – ENIT, в Норвегії – NORTRA, в Іспанії – Turespana.

Зазначені туристичні суб'єкти займаються поширенням популяризації розвитку власного внутрішнього туристичного продукту в інші країни, здійснюють різноманітну промоцію та інформують туристів про переваги надання туристичних послуг. Окрім того супутніми послугами регулюючих органів є програми щодо спрощення обмеження прикордонних режимів, створення оптимальних умов для забезпечення збільшення

ВВП країни, вдосконалення туристичної інфраструктури регіону та підготовку спеціалізованих кадрів [253].

Регулювання туристичної галузі Іспанії забезпечується Державним секретаріатом з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу, який моніторить та забезпечує ліцензування туристичних послуг. До складу Державного секретаріату з розвитку туризму, залучено усіх представників державної влади та приватного сектора. Основним та відповідальним органом Іспанії є Turismo, яка орієнтується на залучення зовнішнього туриста, та неодноразово за даними ВТО посідає перше місце у світі за споживанням свого національного продукту.

Міністерство культури засобів масової інформації та спорту, разом з «VisitBritain» є регулюючими органами туристичної діяльності у Великобританії. Важливими напрямками діяльності є розвиток внутрішнього туризму, консалтингова підтримка, відео-реклама туристичного об'єкта. Італійський Департамент з туризму, підпорядкований Міністерству виробничої діяльності, корегує діяльність внутрішніх турагенств, розробляє необхідні нормативно-правові положення, здійснює збір та аналіз інформації.

Для країн Європи отримали широке використання Національні трасти, які об'єднують зусилля у сфері охорони довкілля, збереження туристичних, культурних, історичних пам'яток та об'єктів, споруд та ресурсного потенціалу.

На державному та регіональному рівнях слід сприяти формуванню механізмів розвитку та розширення діяльності регіональних туристичних ринків, адаптувати їх до сучасних динамічних процесів на міжнародних туристичних просторах, впроваджувати інформаційно-віртуальні комунікації.

Без сумніву, перевага в сучасних інноваційних процесах саме в туристичній сфері торкається виключно технологічного виду інновацій, які спрямовані на покращення якості послуг та оптимізаційне поєднання витратної та доходної складових підприємницької діяльності. В цьому напрямі державна інноваційна

активність повинна охопити наступні суттєві прогалини в регулюванні туристичної діяльності:

- стимулювати інвестиційну політику на рівні держави та регіонів в тому числі створювати умови для залучення коштів в туристичні сектори регіонів;

- практикувати субсидювання модернізації або будівництва об'єктів туристичної інфраструктури в межах цільових програм розвитку;

- поживляти та ініціювати міжрегіональні зв'язки з метою активізації прикордонною та кластерний туристичних зон;

- підтримувати певний рівень комунікації та промоційну політику по підвищенню інтересу регіональних туристичних суб'єктів;

- забезпечувати політичну стабільність в регіонах та державі;

- прогнозувати бюджетне фінансування пошукових та наукових досліджень по розвідці нових комплексів туристичних послуг та видовості туристичної діяльності регіону.

В той же час, як було відмічено недостатній рівень освіченості та трудового кваліфікаційного персоналу в туристичній сфері потребує суттєвих змін та запровадження інноваційних рішень. Зокрема науковим та навчальним установам слід:

- забезпечувати якісну підготовку кваліфікованого персоналу туристичної сфери шляхом постійного вдосконалення освітніх навчальних програм розвитку та підготовки фахівців туристичної діяльності через оновлення, заміну методів та засобів навчального процесу відповідно світовим стандартам;

- брати до уваги під час навчального процесу, специфіку, особливості соціально-економічні показників регіонального туристично-рекреаційного потенціалу;

- ініціювати інноваційно-активні науково-дослідні заходи по впровадженню нових технологій та вдосконалення існуючої практики популяризації та маркетингової політики туристичної діяльності;

- практикувати розвиток та функціонування таких наукових видів туризму як: науковий туризм, бізнес-туризм, прогрес-туризм, тощо.

- розширювати освітній туристичний потенціал шляхом налагодження міждержавних комунікаційних відносин та подальших обмінів інформаційними результатами.

Ключова роль в запровадженні інноваційних результатів розвитку на РРТР належить підприємницькій спільноті, яка в цьому процесі зосереджена в наступному:

- впроваджувати інноваційні види та послуги туристичної діяльності тим самим підвищувати регіональний рівень конкурентоспроможності не лише туризму але й інших сфер та галузей;

- постійно оновлювати сучасні методи та форми управління та збутової політики підприємств, реалізувати досвід провідних європейських та світових практик;

- брати участь у різноманітних партнерських проєктах щодо активізації туристичної діяльності;

- розробляти та вдосконалювати інноваційні персоналізовані види туристичних послуг, які забезпечуватимуть збільшення клієнтських уподобань та в подальшому заволодіння певним туристичним сегментом.

Отже, свідченням констатації вище переліченого є те, що глобалізаційні процеси суспільства ставлять виклики підсилення життєво необхідних сфер та галузей економіки включаючи і туристичну активність в основному в тих країнах, які не мають достатнього соціально-економічного потенціалу свого розвитку. Різке та динамічне поширення туристичних потоків, відбувається одночасно з переміщенням товарів, послуг, інформаційних, інвестиційних та трудових ресурсів між країнами.

За таких умов зростає міжнародна конкуренція та формується однорідний міжнародний туристичний ринок, де домінуватиме той прошарок підприємницьких суб'єктів, які мають високий рівень конкурентоспроможності, який в свою чергу є індикатором цілісності економічного розвитку держави та запровадженню інноваційних рішень.

## **РОЗДІЛ 3. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ**

### **3.1. Інноваційні заходи на регіональних туристичних ринках**

Забезпечення стійкості конкурентних позицій підприємств є відображенням міри застосування інноваційних заходів. Безперервне функціонування підприємницьких структур значною мірою залежать від використання інновацій, як протидії кризовим явищам та стратегії виживання на ринку. Інноваційні явища, які мають місце в туризмі торкаються не лишень туристичних суб'єктів, але й впливають на інфраструктурне забезпечення, формуючи такий синергетичний ефект. Інновації туризму постійно викликають теоретичний та практичний інтерес практиків та теоретиків.

Туристична індустрія виробляє, реалізує, споживає послуги, що безпосередньо пов'язані з організацією туристичних мандрівок для туристів, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання і не реалізують оплачену діяльність за місцем знаходження [71, 72].

Туристична індустрія охоплює найрізноманітніші підприємства різних видів діяльності функціонування яких, націлено на організацію та покращення якості обслуговування клієнтів, збільшення пропозиції сервісних можливостей та доведення до найкомфортнішого рівня відповідно до туристичного попиту [12, 13]

Узагальнюючи, варто відзначити що туристична індустрія – це є сукупність готельно-ресторанних та транспортних засобів, об'єктів харчування, а також розважальних, пізнавальних, лікувальних, спортивних, ділових, релігійних осередків, які забезпечують туроператорську та турагентську діяльність та надають туристично-екскурсійні послуги [51].

Однак не дивлячись на різнобічність поглядів науковців щодо інновацій в сфері туризму, виникають складнощі відносно уточнення предметності цього поняття. До найбільш об'єктивніших за змістовим та предметним наповненням тлумачень варто віднести наступні визначення, які представлено у таблицях 3.1, 3.2, 3.3.

Таблиця 3.1

Тлумачення категорії «інновації в туризмі»  
за Й. Шумпетером, В. Новіковим, О. Давидовою

<i>Автор</i>	<i>Сутнісне визначення</i>
1) Й. Шумпетер	Впровадження нової продукції та тієї, яка має інші (відмінні властивості). Процес виробництва товарів та послуг, які застосовують невідомого походження сировину (предмети праці), нові технічні та технологічні процеси що реалізуються на нових сегментах ринку.
2) В. Новіков	Кінцевий результат діяльності, який націлений на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, послуг, нових каналів збуту, застосування нових підходів комунікації та інформативного поширення, вдосконалення туристичних, транспортних, готельно-ресторанних послуг та сучасних управлінських рішень.
3) О. Давидова	Ефекти від використання новації туристичної сфери з ймовірним підвищенням ефективності та одержання в тому числі й комерційного ефекту для стратегічного функціонування галузі.

\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерел: [150, 278, 279].

Загалом, нововведення туризму розглядаються вченими, як постійний та динамічно-розповсюджений процес, який впроваджується через нові ідеї, продукти, підходи шляхом досягнення максимального прибутку, заохочення інвестиційних ресурсів для адаптації індустрії туризму до оновлених стратегій збуту [236].



Таблиця 3.2

Тлумачення категорії «інновації в туризмі» за О. Ільною, Н. Власовою, В. Смирновою, Н. Семенченко, Т. Ткаченко, С. Мельниченко, М Бойко

<i>Автор</i>	<i>Сутнісне визначення</i>
4) О. Ільна	Найрізноманітніші організаційно-управлінські підходи, які є наслідком цілеспрямованих змін та трансформацій усіх рівнів туристичної індустрії.
5) Н. Власова, В. Смирнова, Н. Семенченко	Систематичні дії та заходи, які мають диференційовані та принципово нові якісні підходи, які позитивно впливають на відтворення галузі в регіоні.
6) Т. Ткаченко, С. Мельниченко, М. Бойко та ін.	Отримання соціального та економічного ефекту через розроблення та впровадження нововведень, які надають користь.

\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерел: [86].

Таблиця 3.3

Тлумачення категорії «інновації в туризмі» за Г. Яковлевим, О. Гарберою, Л. Маклашиною, С. Hall, A. Williams, Н.В. Зінько

<i>Автор</i>	<i>Сутнісне визначення</i>
7) Г. Яковлев	Застосування оновлених технологій та технічних рішень у створенні та наданні традиційних послуг з новими властивостями, змінами в організації виробничих процесів, споживчих особливостей туристичного продукту, використання нових туристичних видів та ресурсів, пошук нових ринків збуту
8) О. Гарбера	Особливої уваги потребують нововведення, які відновлюють та розвивають духовні та фізичні сили туристів, якісне вдосконалення туристичних продуктів, ефективне функціонування інфраструктурного забезпечення, підвищення та реалізацію туристичних послуг, доцільний перерозподіл факторного застосування (обмежене транспортування туристів, покращення стимулювання та віддачі трудового потенціалу туристичної індустрії, популяризація туристичного продукту та підвищення конкурентоспроможності підприємства.)

Продовження таблиці 3.3.

9) Л. Маклашина	За рахунок досліджень науки та техніки, технологій, а також передового досвіду та маркетингу підвищується ефективність таких нормативних законів: створення нових туристичних маршрутів, підвищення рівня зайнятості в туристичній сфері, зростання доходності регіону, збільшення соціально-економічної активності
10) С. Hall, A. Williams	Можливість адаптації середовища до створення, прийняття та реалізації нових методів, ідей, продуктів та послуг туристично-готельної індустрії.
11) Н.В. Зінько	Надання корисності новій думці, ініціативі, практичному застосуванню для вирішення нових завдань для задоволення людських потреб

\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерел: [26, 27, 28, 72, 118, 283, 289]

Тому пропонуємо розуміти, *інновації в туризмі це* – комплекс заходів, що містять якісну новизну, які направлені на позитивні зрушення туристичної галузі та є частиною інноваційного процесу, який поширюється через туристичний ринок на рівень задоволеності туриста і завдяки адаптації осередків туристичної інфраструктури до впровадження продуктових, технологічних, маркетингових, організаційно-управлінських інновацій [155, 156, 157].

В свою чергу, для більш змістовного та ґрунтовного всебічного дослідження інновацій в туристичній галузі, нами було систематизовано можливі їх аспекти, що відображено на рисунку 3.1.

Вважаємо, що на сьогодні також важливою є сама *характеристика інновацій*, аспект їх новизни, що в своїй сукупності сприятиме розширенню спектру:

- модифікацій споживацького запиту;

- нарощенню туристично-споживчого потенціалу;
- розширенню функціональності та змісту самого туристичного продукту.



*\* Авторська розробка*

Рис. 3.1. Інноваційний зміст і вплив на регіональні ринки туристичних послуг та організації, що функціонують в їх межах

На нашу думку, до *інноваційних заходів в туристичній галузі* варто віднести ті, що супроводжуються наступними факторами, серед яких наступні:

- систематичне підвищення рівня результативності процесу управління розвитком туристичної галузі в державі;

- постійне покращення іміджевих позицій організацій, що є суб'єктами туристичної галузі та регіональних туристичних ринків відповідно;

- постійне підвищення рівня ефективності споживання туристичних послуг та їх позиціювання на регіональних ринках туристичних послуг;

- постійні тенденції до покращення різного роду виробничих факторів, що в тій чи іншій мірі впливають на реалізацію інноваційних та прогресивних механізмів, методів трансформації виробничих факторів безпосередньо в самі послуги.

В свою чергу, до основних *напрямків функціонування туристичних підприємств у сфері інновацій* варто відносити:

- використання новітніх технологій та технік у наданні туристичних, готельних та транспортних послуг;

- створення нових продуктів у сфері туризму;

- використання раніше не залучених туристичних ресурсів;

- виявлення та реалізація на нових збутових ринках туристичної продукції.

Туристичні фірми, що активно використовують інноваційні заходи є більш конкурентоспроможними та стійкішими на туристичному ринку. Адже на сьогоднішній день це є важливим фактором функціонування підприємства.

На впровадження інноваційних продуктів в туристичну діяльність впливають різноманітні фактори:

- соціальний стан населення;

- економічна ситуація в державі;

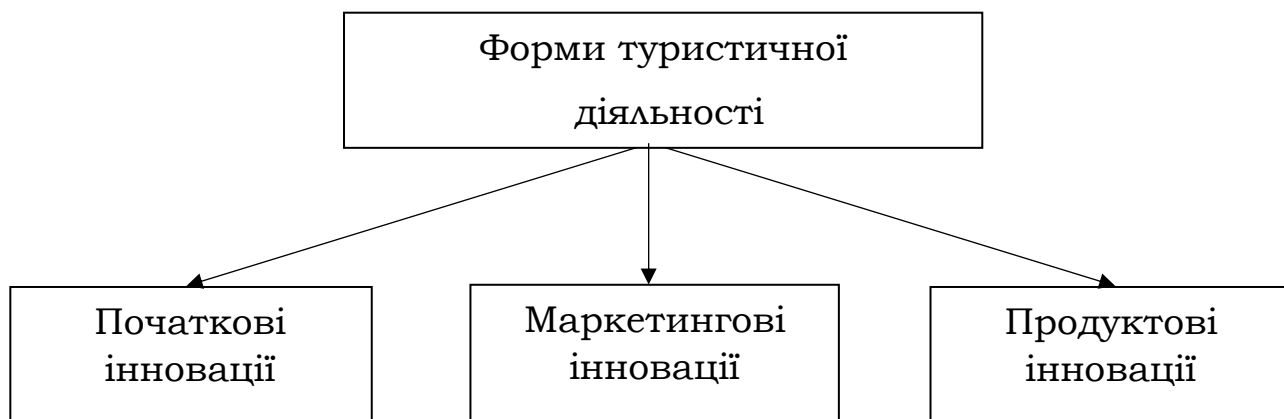
- законодавство і різноманітні міжнародні та міждержавні угоди.

До характерних *рис, які провокують появу інновацій у сфері туризму* включають:

- зростання прагнення населення всебічно розвиватися, вивчати нові регіони, міста, культуру, історію та менталітет різноманітних регіонів;

- велика кількість однакових, стандартних пропозицій на туристичному ринку, збільшення конкурентних підприємств;
- стандартизовані туристичні путівки;
- поєднання привабливих умов подорожей і відпочинку: особливостей природи і культури, покупка специфічних, нестандартних пропозицій, для задоволення усіх потреб клієнтів;
- надання переваги економіці попиту над економікою пропозиції;

Спираючись на положення Генеральної угоди щодо торгівлі туристичними послугами і товарами, інноваційна діяльність розвивається в певних формах, які представленні на рис.3.2.



*\* Побудовано авторами з використанням джерел: [133]*

Рис. 3.2. Форми інноваційної діяльності в туристичній сфері

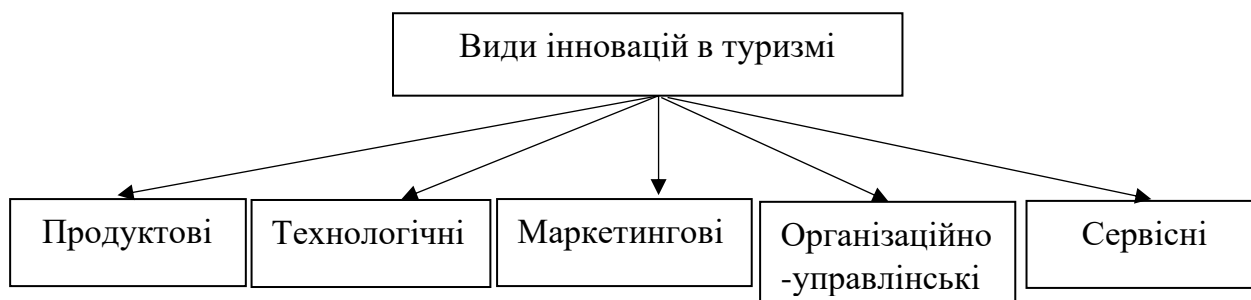
1) Первинні інновації (організаційні), пов'язані з: ефективними змінами на підприємствах і туристичному бізнесі в системі та структурі управління, включаючи укрупнення, реорганізацію, поглинання конкуруючих суб'єктів на базі новітньої техніки та передових технологій; кадровою політикою; раціональною фінансовою та економічною діяльністю.

2) Маркетингові інновації, дають можливість охоплювати перспективних клієнтів або здійснювати пошук нових споживачів;

3) Продуктові нововведення, направлені на розвиток споживчих властивостей продукту туристичної сфери та надають конкурентні переваги туристичному суб'єкту [150].

У сучасній практиці виділяють такі види інновацій за змістом в сфері туризму (рис. 3.3):

- продуктові;
- технологічні;
- маркетингові;
- організаційно-управлінські;
- сервісні;



*\* побудовано авторами з використанням джерел: [169].*

Рис. 3.3. Види інновацій в туристичній галузі

*Продуктові інновації* включають наступні аспекти:

- генерування новітніх туристичних продуктів;
- удосконалення споживчих властивостей існуючих туристичних продуктів;
- відкриття нових рекреаційних територій;
- отримання нових рекреаційних і туристичних ресурсів;
- опанування новітніх видів туризму;
- вивчення та впровадження нових маршрутів і напрямів туристичних подорожей.

*До технологічного виду інновацій* відносять:

- використання комунікаційних і інформаційних технологій у туристичному секторі;

- розроблення інноваційних моделей сервісного обслуговування туристів, звертаючи увагу на звичаї і культуру туристично-рекреаційних зон;
- використання новітніх технологій при реалізації традиційних туристичних послуг;
- розроблення нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування [183];
- удосконалення наданих послуг;
- новація у системі надання транспортних послуг;
- підтримка екологічних норм в технології обслуговування;
- впровадження нових форм обліку та звітності туристичних підприємств [183].

*Інновації маркетингу поділяються на:*

- освоєння новітніх сегментів туристичного ринку;
- розроблення нових моделей позиціонування та рекламування туристичного продукту;
- розроблення нових моделей позиціонування та рекламування рекреаційно-туристичних місцевостей.

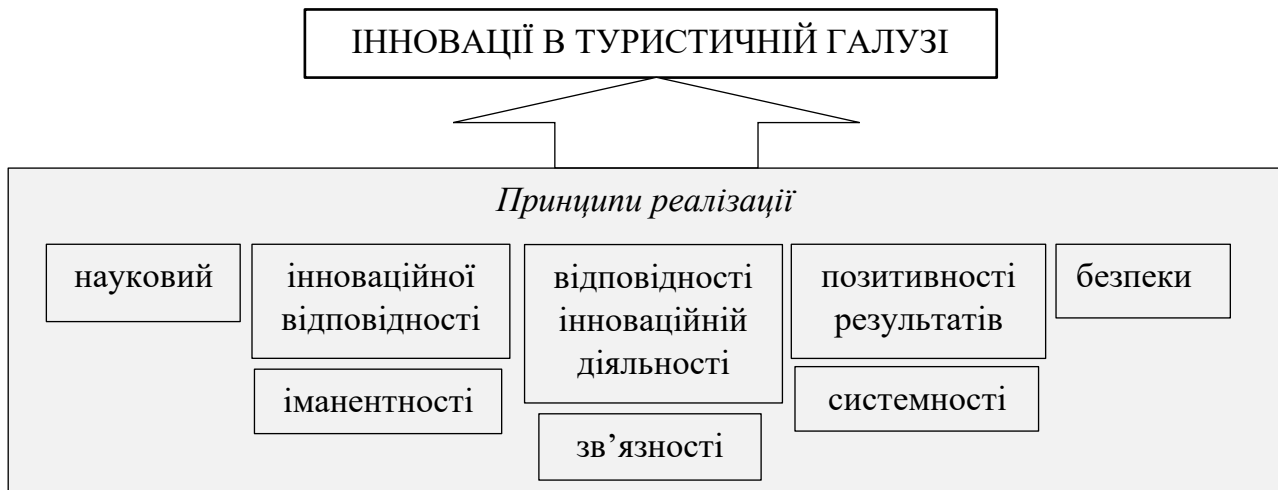
*Інновації організаційно-управлінської сфери передбачають:*

- нові методи та форми керування працівниками туристичного бізнесу підприємства;
- реалізація новітніх форм організації діяльності в галузі туризму [21];
- удосконалення регіонального управління туристичною галуззю;
- удосконалення інформаційного забезпечення туристичної діяльності.

*Останній вид інновацій – сервісні, до них відносять:*

- застосування передових методів освіти, підготовки і перепідготовки працівників туристичного бізнесу [183].
- створення інноваційних моделей по розміщенню трудових ресурсів у туристичній сфері.

У працях «Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства С.А. Севастьянова та «Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України» О.Є. Гербера описано вісім принципів інновацій в туризмі а саме (рис. 3.4) [28, 231]:



\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерел: [28, 231].

Рис. 3.4. Принципи реалізації інноваційної діяльності в туристичній галузі

- науковий принцип – застосування наукових методів та знань для реалізації інновацій, згідно з потребами споживачів;

- принцип інноваційної відповідності туристичним потребам – впровадження тих нововведень, що справді необхідні клієнтам, а не тих, що туристична фірма може впровадити самостійно;

- принцип відповідності інноваційної діяльності, її результатів стану розвитку суспільства;

- принцип позитивності результатів – не розробляти інноваційні продукти, що несуть небезпеку для споживача, туристичного підприємства, навколишнього середовища і суспільства загалом;

- принцип іманентності. Для проведення необхідних досліджень, розробки й матеріалізації інновацій використовуються інвестиційні ресурси, ефективність



яких визначається ступенем значимості й масштабністю нововведень [231].

- принцип зв'язності – будь-який інноваційний продукт на певному життєвому циклі повинен викликати й стимулювати ідею впровадження наступної інновації, що забезпечуватиме фінансову підтримку даному процесу;

- принцип безпеки – означає, що інноваційний продукт повинен забезпечувати відсутність шкоди для споживачів і навколишнього середовища;

- принцип системності – створена стратегія розвитку інновацій в регіональному туризмі має враховувати умови та фактори, потрібні для задоволення потреб споживачів у рекреації, і відпочинку; фактори непрямого і прямого зовнішнього середовища.

Здійснивши огляд існуючих підходів та принципів інноваційної активності сфери туризму, пропонуємо розглядати інновації в туристичній сфері як постійні заходи, що містять якісну новизну, яка призводить до позитивних змін забезпечуючи постійне функціонування та розвиток туризму в регіоні.

Загалом, використання інновацій у туристичній галузі направлено на формування новітніх туристичних продуктів, пропозицій унікальних туристичних послуг, використання новітніх маркетингових підходів, застосування нових технік та ІТ-технологій, які забезпечать підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту як на національному так і на міжнародному ринках, спричинить виникнення нових туристичних видів.

Водночас, підприємствам туристичної галузі слід шукати баланс між інноваційною діяльністю та кінцевою ціною туристичних послуг, що пропонується споживачам.

В процесі трансформації ринкового середовища України, туризм є однією з небагатьох бізнесових сфер, що пожвавлює інтерес підприємницького сектору. Це зумовлено рядом обставин:

- туристична діяльність по своїй природі є посередницькою одиницею, яка на конкурентних засадах не потребує значних інвестиційних ресурсів;

- існує консолідація зусиль між підприємствами туристичного сектору не залежно від їх розміру;
- соціалізація туризму, яка проявляється у постійно зростаючому попиті туристів відносно якісного туристично-рекреаційного відпочинку;
- інтеграція регіонів в міжнародні туристичні центри.

Забезпечення повноцінної системи відтворення туристичних послуг регіону знаходиться в площині управлінських дій: планування, регулювання, координації та контролю над його розвитком. Це впливає на необхідність запровадження цілеспрямованої регіональної політики регіону.

Регіональна політика розвитку туристичних ринків має на меті формувати засади самостійності та стимулювання саморозвитку господарюючих суб'єктів, оптимально розподіляти регіональні ресурси завдяки чому підвищувати конкурентні позиції туристичних підприємств. В.Гусєв розглядає регіональну інноваційну політику, як частку національної інноваційної стратегії в регіональному вимірі націлену на пролонгацію центральними регіональними органами державної влади, а також іншими регіонально-державними структурами скоординованими заходами відносно інноваційності залучення науково-технічного потенціалу, а також запровадження комплексу заходів організаційного, науково-технічного характеру [54].

Об'єктами регіональної інноваційної політики виступають:

- інноваційний потенціал регіону та стратегія його посилення;
- комплексність діючих регіональних проєктів (програми, об'єкти прав інтелектуальної власності, фінансовані туристичні проєкти), які стимулюють регіональний розвиток;
- ресурсне забезпечення інноваційних процесів науково-технологічних, виробничих та споживчих сфер.

Суб'єктними одиницями регіональної інноваційної політики виступають центральні та регіональні владні органи, державні органи та регіональні осередки, які акумулюють інноваційні процеси, їх координацію та підтримку їх розвитку за визначеними пріоритетами

Основні цілі регіональної інноваційної політики охоплюють ряд аспектів:

- економічний ріст привабливості регіональних туристичних ринків поширення міри пропорційності інноваційної політики на міжгалузевому рівні;

- балансування стратегічних дій та заходів регіональною галузевою політикою та державними цілями досягнення;

- посилення конкурентних позицій інших галузей та сфер відстаючих регіонів;

- раціональне використання територіальних та природньо-рекреаційних особливостей регіону для вдосконалення туристичної інфраструктури;

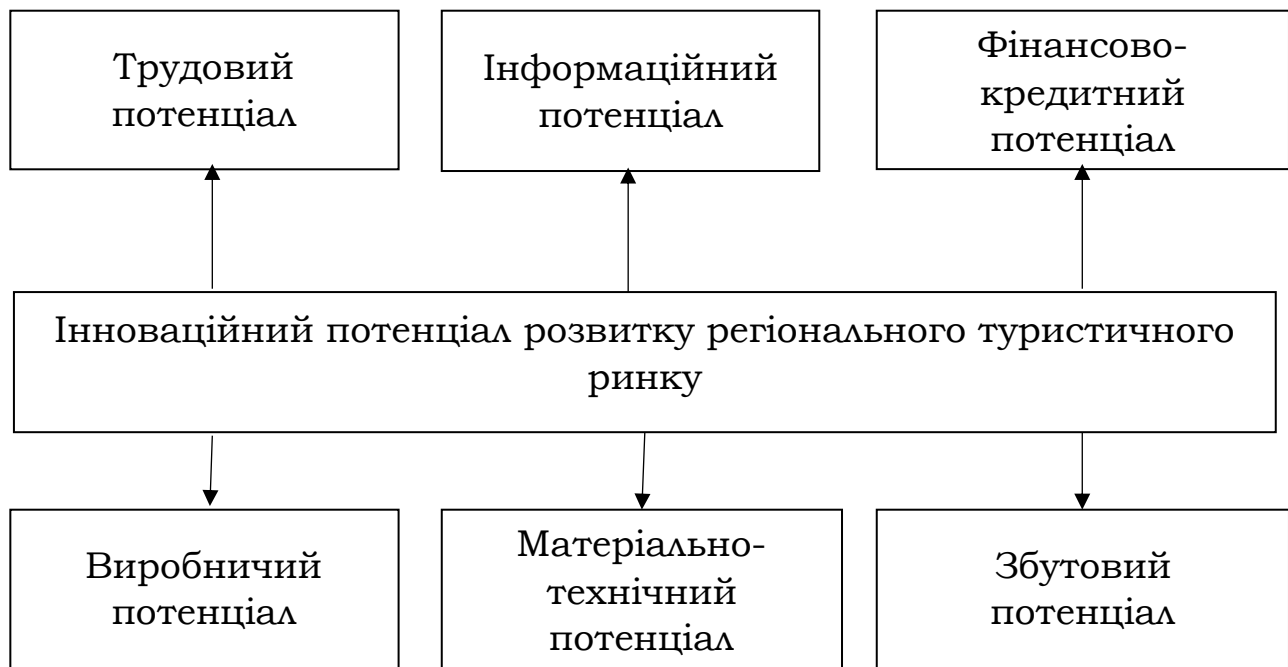
- інтеграція зусиль співпраці міжрегіонального рівня на внутрішніх та зовнішніх ринках [178].

Науковці А. Мартюшева і В. Калиненко відмічають, що структуроутворюючою рисою та ознакою готовності до інноваційної діяльності є наявний інноваційний потенціал, під яким вони пропонують розуміти: «сукупність організованих в різних соціально-економічних формах ресурсів, що спроможні при певних діючих внутрішніх та зовнішніх чинниках інноваційного середовища бути спрямованими на реалізацію інноваційної діяльності задля втамування потреб суспільства» [124].

Інноваційний потенціал розвитку регіональних туристичних ринків передбачає використання та належного застосування ряду ресурсів необхідних для цього. Передусім це трудові, інформаційні, матеріально-технічні, фінансово-кредитні, збутові та виробничі. Зазначено зображено нами в алгоритмі ресурсного потенціалу регіонального туристичного ринку.

Професійний трудовий потенціал спроможний функціонувати креативно, активно реалізовувати

інноваційні ідеї та збільшувати ефективність регіональних туристичних ринків. Виходячи з цього, гнучка, дієздатна та виражена кадрова політика є необхідною складовою інноваційної політики регіону. Окрім того, високопрофесійний трудовий потенціал матиме змогу запроваджувати виробничі та науково-дослідні результати в практичну, інноваційну стратегію розвитку туристичного ринку [145].



\* Побудовано авторами з використанням джерел: [251, 252, 253].

Рис. 3.5. Алгоритм інноваційного потенціалу регіонального туристичного ринку

На переконання дослідниці О. Панухник: трудові ресурси регіональних туристичних ринків отримують перспективнішого виду в разі залучення молодих верств населення. Це пояснюється тим, що молодь володіє більшими перевагами в частині передачі нагромадженого українським народом історичного досвіду, культурної спадщини, звичок, формування цілісних підприємницьких світоглядних цілей та морального оздоровлення» [174].

Одразу напрошується висновок, що в регіонах дедалі більше постає необхідність запровадження такого різновиду туризму як «соціальний туризм», з огляду на

цілковиту комерціалізацію туристичної галузі. Розвиток «соціального туризму» передбачає широке застосування соціальної функції держави. В цьому сенсі мається на увазі соціалізація як симбіоз методів, заходів, інструментів державної та регіональної політики щодо стимулювання споживання туристичного продукту дітьми, сиротами, учнями, студентами, пенсіонерами, інвалідами та малозабезпеченими [2].

Наступною складовою інноваційного потенціалу регіональних туристичних ринків є інформаційний потенціал та сучасне застосування технології інформації. Від наповненості та сфери поширення даного складника залежить величина туристичного попиту, а зрештою і джерела наповнення туристичної діяльності. Інформаційний потенціал виступає передумовою прийняття суб'єктами регулювання регіональних туристичних ринків, управлінські рішення інноваційного характеру, що становлять інформаційний потенціал розвитку.

Фінансово-кредитну складову інноваційного потенціалу слід розглядати в сукупності фінансових та кредитних складників регіонального туристичного ринку, що є важливою частиною формування туристичного підприємництва.

Виробничий інноваційний потенціал обумовлює наявність основного (матеріально-технологічного) потенціалу, елементи якого, в свою чергу, є чинниками формування господарської діяльності екологічних суб'єктів, підвищуючи ефективність регіональних туристичних ринків.

Отже, матеріально-технологічний потенціал, це шлях до реалізації на виробничому процесі основних технологічно-адаптивних рішень на інноваційних засадах [60, 61].

Серед раніше розглянутого алгоритму інноваційного потенціалу, особливе значення належить матеріально-технологічним ресурсам. Саме вони за переконанням вчених та дослідників спричиняють суттєвий вплив на

регіональні туристичні ринки, який проявляється в наступному:

- результативністю нових технологічних нововведень на ефективність реалізації туристичного продукту;
- зміну типу управління за умов динамічності технологічних результатів;
- нове стратегічне бачення бізнесу нової технологічної моделі;
- досвід та практика функціонування світових туристичних ринків;
- труднощі та переваги в управлінні програмами та проектами.

Збутова інноваційна складова, яка формує його потенціал, має чи не найважливіше значення для туристичної діяльності, не дивлячись на відсутність виробничого характеру. Загалом, під побутовим потенціалом регіональних туристичних ринків, варто розуміти адміністративну готовність самого регіону, навиків та вмінь збутової політики виконувати свої функції з метою надання якісних туристичних послуг [165].

При обрані відповідної стратегії розвитку регіональних туристичних ринків, здійснення маркетингового аналізу ринку необхідно врахувати світові тенденції інноваційних циклів, а також базові інноваційні оновлення технологічного, виробничого сектору, що відбулися в Японії та країнах Заходу та вплинули на інші країни.

Відлік туристичної індустрії та її бурхливий розвиток було розпочато третьою хвилею базових інновацій 80-90 тих років ХХ століття, що пов'язано безпосередньо із п'ятим постіндустріальним способом виробництва, який започаткував технологічний стрім (комп'ютерні технології, інтернет-зв'язок, мобільні оператори, біотехнологічні рішення, генетично модифіковані продукти, лікарські препарати, туристичні послуги).

Проте, не дивлячись на величезне значення туризму в процвітанні національної економіки та необхідність використання інноваційних векторів розвитку, є певні перешкоди, які знижують опір інноваціям на

мікроекономічному рівні та формують так звані «комунікаційні бар'єри» наукової та фахової спільноти [254].

Підприємства туризму зосереджують свою діяльність на інноваціях туристичних послуг, яка є наслідком інноваційних рішень технологічного типу. Інновація туристичних послуг – нові підходи до споживання у сфері надання туристичних послуг.

Загалом розрізняють наступні типи інновацій, які є традиційними для регіональної туристичної сфери:

- стимулюючі, які покращують або оновлюють окремі частини туристичного продукту, не специфікуючи його сутності;

- динамічні, які характеризують швидким переходом на оновлений високий рівень технологічної розробки і виробництва.

Інноваційні ознаки туристичного продукту надають більшої ваги та цінності для споживачів, наповнюючи їх споживчим змістом, що є передумовою додаткового джерела доходу, який популяризує новий вид продукту на ринку.

Позитивний ефект від інновацій в туризмі полягає в наступному:

- координації зусиль науковців та адміністрації туристичних підприємств під час розроблення та обрання інноваційної цілі;

- ефективній політиці підвищення кадрового потенціалу;

- здатності практичного запровадження інновацій.

Також важливим елементом в процесі планування має бути стратегічна послідовність дій, яка повинна включати:

- конкретизацію цілей досліджень;

- консолідацію підходів туристичних суб'єктів в довгострокових стратегіях безпечного та перспективного розвитку;

- впровадження оцінки науково-дослідних проектів, виходячи з потенціалу виробничих можливостей підприємств;

- організація наукових досліджень та виробничої діяльності задля забезпечення трансферту технологій з теорії в практичне русло.

Довгострокові цілі державної інноваційної діяльності та відповідні регіональні програми повинні включати модернізацію технологічної бази для забезпечення туризму регіону. реалізація якого дозволить:

- здійснити будівництво та модернізацію мережі готельно-ресторанних комплексів;
- розробляти транспортно-туристичні маршрути;
- будувати річковий туристичний флот;
- інформаційно забезпечувати та транспортно обслуговувати сучасні перспективні маршрути;
- формувати дорожню інфраструктуру;
- підсилювати рівень безпеки іноземних туристів;
- створити схематичне наповнення кварталів та інтернет-сайтів, заповідників, культурних та музейних пам'яток, природних ландшафтів та заповідників.

Окремим стратегічним напрямом інноваційної діяльності є відтворення та функціонування туристично-рекреаційних комплексів регіону. По своїй суті, туристично-рекреаційний комплекс регіону охоплює систему туристично-рекреаційних елементів, інфраструктурного забезпечення та дотичних галузей, які характеризуються тісними виробничими та економічними зв'язками, спільно використовуючи ресурси задля втамування різносторонніх лікувальних, ознайомчих, культурних та інших потреб туристів.

Відносно новими на підприємствах регіонального туризму є процеси інноваційно-маркетингових операцій та інноваційний менеджмент. Основана ціль першого – отримати вищі комерційні результати, більший прибуток та оволодіти потужнішим сегментом ринку [89, 170, 248]

До завдань зазначених інноваційних процесів слід віднести:

- сегментацію частки ринку з відносно високим платоспроможним попитом та сферою обслуговування;



- аналіз ринкової кон'юнктури визначених сегментів, задля аналізу інформації та отриманих результатів щодо потенційних та поточних потреб туристів;
- пропонування необхідних послуг туристам;
- здійснення опитування клієнтів на постійній основі по питанню задоволення ними спожитих послуг та висловлювання пропозицій по удосконаленню останніх [48, 49].

Підсилюючи важливість раніше висвітленого матеріалу хотілося б розглядати регіональний розвиток, шляхом запровадження інноваційно-інвестиційної моделі загалом, яка базується на забезпеченні росту наукового, технологічного та людського потенціалу, підвищення конкурентоспроможності регіону на внутрішніх та зовнішніх ринках.

Важливим інструментом стимулювання регіонального розвитку виступатимуть угоди. Регіональні угоди згідно практичності діяльності покликані пом'якшити проблему бюджетних надходжень, шляхом комбінації різноманітних ресурсів регіону: інтелектуальних, фінансових, туристично-рекреаційних, організаційних, адміністративних.

Обумовлена угода в межах конкретного регіону забезпечує йому урахування інтересів та стратегічних цілей регіональної влади і навпаки. Регіональна угода є своєрідним договором між органами місцевого самоврядування та органами представництва держави задля досягнення суспільної стратегії розвитку територій з подальшим регулюванням покладених угодою зобов'язань [161].

Світовий досвід переконливо свідчить про позитивну практику угод регіонального розвитку.

Основна ціль запровадження контактних відносин держава – регіон передбачає чітко закріплені пріоритети реалізувати які можливо обом суб'єктам. Для цього слід виділити ресурси, які слід наділити практичним забезпеченням визначених проектів.

Україна, формуючи угоди або певні проекти регіонального розвитку керується Постановою Кабінету Міністрів України від 23 травня 2007 року №751, яка передбачає:

- сумісність дій центральних та місцевих органів влади та місцевого самоврядування, з метою реалізації довгострокової стратегії регіонального розвитку;
- обумовленість розмірів та термінів фінансування спільних заходів визначеними сторонами відповідно до Державного бюджету та місцевих бюджетів;
- інформаційну узгодженість щодо впровадження сторонами угоди відносно регіонального розвитку;
- посилення відповідальності сторін за належну чи неналежну реалізацію намічених ними заходів;
- ймовірність внесення змін в умови угоди;
- порядок набуття дії та строки тривалості угоди [145].

Окрім того, інноваційність заходів для регіонального розвитку обумовлює узагальнені для різних сфер енерго та ресурсозберігаючі технології, як вагомий елемент конкурентоспроможності регіону. Активація інформаційних, управлінських, комунікаційних, технологічних рішень сприятиме зрештою до підвищення інвестиційних можливостей регіону, як міжнародного туристичного осередку.

### **3.2. Вплив інновацій на ефективність функціонування регіональних туристичних ринків**

Сучасні конкурентоспроможні стратегії та практичні заходи підприємств істотно поліпшують структуру, якість та обслуговування споживачів, активно впроваджуючи інноваційні результати. Останні проявляють себе в комплексній інноваційній діяльності, яка націлена на новостворені або удосконаленні конкурентоспроможності технологічних, організаційних, виробничих, збутових та адміністративних рішень шляхом наукової та практичної консолідації зусиль.

За умов ринку інноваційна діяльність спроможна забезпечити підприємству здобути сильні конкурентні позиції та отримати безперечні переваги над конкурентами в даній царині. Більш відчутний ефект від інноваційної діяльності простежується в основному на підприємствах з чітко визначеним матеріальним продуктом. Менш відчутним є результативність сфери обігу, яка обумовлює пропозицію певного набору послуг.

Особлива увага серед наукового кола та підприємців практиків прикута до процесів інноваційної діяльності сфери туризму. Серед чималої кількості науковців та дослідників, яких цікавить проблема інноваційних заходів на підприємствах туристичної сфери, варто перелічити: О.М. Лютак, В.В. Лагодієнка, Л.Ю. Матвійчук., О.М. Павлову, К.В. Павлова, В.Ф. Семенова та інших

Однак, не зважаючи на різнобічність та системність окреслених кроків дослідників, не зовсім чітко намічено вплив інноваційної активності на підвищення ефективності регіональних туристичних ринків, що і слугує підґрунтям нашого дослідження.

Синтезуючи процесність та об'єктність нашого дослідження, широке розуміння цього поєднання дозволяє розглядати інноваційну діяльність регіональних туристичних ринків процесом спрямованим на створення нового або модифікацію наявного туристичного продукту, вдосконалення форм та видів транспортних, готельно-ресторанних та інших обслуговуючих послуг, освоєння та запровадження нових комунікаційних, управлінських, збутових та інших форм інноваційного вдосконалення.

Практична реалізація інноваційності туризму в регіональному аспекті спроможна відобразитися в створенні, в проектуванні нових туристичних маршрутів, форм та видів туристичного продукту, інструментів та підходів технологічного обслуговування, опанування наукових підходів та інформаційних ресурсів.

«Інновації, як істотна зміна функціонального призначення виробленого продукту, яка поєднує та комерціалізує фактори виробництва шляхом

запровадження нових процесів та організаційних форм» стверджував [279].

Інновації, насамперед – є процесом, що поєднує в собі процедуру інвестиційної реалізації, в процесі якої зливається в єдине: економіка, управління, підприємництво, наука, техніка, технології [104].

З метою максимального усвідомлення змісту структури та послідовності інноваційного процесу нами було прийнято рішення про побудову рисунку 3.6, де зображено етапи реалізації інноваційних процесів в туристичній галузі.



*\* Побудовано та систематизовано авторами*

Рис. 3.6. Етапи реалізації та послідовності інноваційних процесів на регіональних ринках туристичних послуг

Відтак, на першому етапі відбувається процес виявлення та подальшого окреслення необхідності в тих, чи інших інноваційних рішеннях. В туристичній же сфері, як

і в багатьох інших, інноваційний процес бере свій початок з моменту виявлення інноваційної необхідності.

На другому етапі відбувається процес інноваційного виникнення – зародження початкової ідеї. На даному етапі виникає початкова думка про невідкладну необхідність інноваційної підтримки, що потрібна для реалізації нових проектів (відкриття нових туристичних маршрутів, або ж вдосконалення вже існуючих); реалізації сучасних технологічних та комунікативних підходів. Реалізується процес проведення маркетингових досліджень регіональних ринків туристичних послуг. Визначається обсяг можливих витрат, що буде спрямовано на генерування та подальше застосування інновацій. Після чого здійснюється оцінка економічної, соціальної та комерційної ефективності, що досить часто базується на припущеннях щодо граничних меж витрат та доходів.

На третьому ж етапі відбувається процедура безпосередньої розробки самої ідеї. Відтак, після завершення етапу оформлення ідеї майбутнього нового туристичного продукту, відбувається дослідження практичної реалізації ідеї. Має місце процедура пошуку, а також подальшого обрання майбутніх партнерів (співорганізаторів), продумуються можливі нові основні та супутні можливі послуги, серед яких варто відзначити наступні послуги: страхування, зокрема медичного, транспортні послуги, екскурсійні тощо.

На четвертому ж етапі забезпечується процедура введення у виробництво, або в дію, або ж експеримент. В цей момент відбувається практичне введення новозгенерованого туристичного продукту, або послуги, здійснюється технологічне оформлення (документарне), відбувається підготовка спеціалізованого персоналу. Здійснюється в якості експерименту «запуск» нового продукту (оцінка ринкових позицій в т.ч. попиту/пропозиції) з його ринковою презентацією.

На п'ятому етапі відбувається процес комерціалізації, де передбачено певний комплекс спільно організованих заходів, за змістом своїм направлених на ринкове

просування нового туристичного продукту, проекту, чи рішення. Подальшу їх ринкову реалізацію з обов'язковою комерціалізацією, серед чого варто відмітити наступні заходи: всебічне стимулювання реалізації продукції, рекламні та маркетингові заходи.

Шостий етап передбачає процедуру інноваційної реалізації, коли утворюється управлінська система процедурами виробництва та подальшого збуту туристичної продукції.

Сьомий-восьмий етап за змістом своїм передбачає процес перетворення в інноваційний продукт на ринку туристичних послуг. Саме на даному етапі добігає свого завершення інноваційний цикл.

Також варто відзначити, що досить значний вплив на процеси інноваційного характеру в туристичній сфері мають різного роду чинники та впливи, серед яких:

- політичне, економічне та соціальне становище в державах світу;
- мінлива кон'юнктура регіональних ринків туристичних послуг (структурна зміна попиту; нові-високі якісні стандарти відносно туристичної продукції тощо);
- нові технологічні рішення щодо розвитку технічних та наукових рішень;
- конкурентна боротьба серед туристичних організацій;
- розробка державою нових концепцій розвитку туристичної галузі;
- нові знання щодо різних туристичних послуг в різних кінцях світу;
- державні нормативно-правові акти, що віддзеркалюють політично-економічні засади функціонування організації туристичної сфери;
- нові за редакцією нормативно-правові акти, що регулюють питання економічного та соціального балансу туристичних суб'єктів;
- різного роду рішення профільних туристичних міжнародних організацій, серед яких: нові форми спільної

праці; правила реалізації взаємин на соціальному та економічному рівнях;

- практична інноваційна реалізація суміжних з туристичним бізнесів.

Відтак, аналізуючи вище викладене можемо зробити висновок, що інноваційна реалізація в туристичній галузі відіграє досить значну роль.

Не секрет, що важливою проблемою економіки сучасної України є інноваційне забезпечення будь-якої сфери та галузі. Інвестиції є носієм інновацій, тому актуально та об'єктивно стверджувати про інноваційно-інвестиційну діяльність.

Водночас самі інновації є передумовою модифікації виробничого та обслуговуючих процесів, якісних та кількісних параметрів продуктів та появи нових товарів та послуг.

За ринкових умов господарювання, інновації пронизують усі ресурси (працю, капітал, підприємницькі здібності, природні ресурси), продуктивні сили (засоби та предмети праці, трудовий потенціал) та виробничі відносини (системне управління, поділ, спеціалізацію та кооперацію праці) [23].

Закон України «Про інноваційну діяльність» відстоює позицію про те, що інновації – це новостворені (застосовані) або вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного та іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва або соціальної сфери.

До критеріїв оцінки формування та ефективності інноваційної діяльності регіональних туристичних ринків, слід віднести інноваційний потенціал, який і визначає потенційні можливості суб'єктів ринку туристичних послуг.

Інноваційний потенціал туристичного ринку є запорукою поширення науково-дослідних рішень, технологічних експериментів, рекреаційних переваг, які сприяють комплексного вирішення проблем на регіональному рівні.

Практичне втілення інноваційної стратегії туристичної регіональної діяльності зосереджується в комплексному поєднанні інноваційних етапів, які впливають на підвищення ефективності організаційного, фінансового, трудового, матеріально-технічного напрямів.

Сучасний стан інноваційного потенціалу туристичних ринків регіону перебуває не особливо на високому рівні. Несприятливі та загрозливі обставини політичного, екологічного, економічного підґрунтя, підсилені хронічними карантинами та закритістю національних туристичних ринків від зовнішнього туриста ставлять під загрозу майбутнє не лише регіональних, але й національних туристичних осередків.

Центром інноваційної діяльності регіональних туристичних ринків є дотримання певних принципів, які покликані сприяти успішному функціонуванню самих регіональних систем. Зокрема, до вказаних принципів, слід віднести:

- вплив інноваційної активності туристичних суб'єктів задля досягнення конкурентоспроможності;
- нормативно-правове сприяння туристичному зростанню регіону;
- забезпечення прозорих та чесних конкуруючих відносин між туристичними суб'єктами;
- динамічність та багатоваріантність інноваційного потенціалу регіонального туристичного ринку;
- узгодження зусиль наукового, освітнього та підприємницького сегментів туристичного ринку регіону;
- стратегічне поєднання доступності та комфортності магістрального сполучення, готельно-ресторанного обслуговування, в'їзного оформлення документів зовнішніх туристів;
- постійна якісна промоція туристичних послуг на регіональних ринках туристичних послуг.

Природнім наслідком ефективної інноваційної політики на регіональних ринках туристичних послуг є оздоровлення конкурентного середовища на засадах інноваційного відтворення суб'єктів діяльності,



впровадження нових технологічних, обслуговуючих, збутових методик [254].

Передумовами необхідності запровадження інноваційної діяльності сфери туризму слід розуміти:

- сильне конкурентне протистояння між підприємствами туризму, постійно зростаюча пропозиція стандартизованих туристичних продуктів;

- зменшення інтересу населення щодо традиційних видів внутрішнього туризму;

- зростаючі потреби туристів до специфіки культури, традицій та інших туристично-рекреаційних принад інших регіонів та країн;

- технологічні інновації та експансія асортименту послуг туризму та дотичних галузей [131];

- зростання ролі та значення сфери обслуговування у суспільному виробництві країн.

Однак, не дивлячись на вимушений характер інновацій в туристичній сфері, багато туристичних підприємств не застосовують або вагаються застосуванні результатів інноваційної діяльності. Це пояснюється невизначеністю в очікуванні прогнозованості майбутніх результатів, ризиковістю сприйняття нововведень потенційними туристами, небажання витратити кошти на запровадження інноваційних заходів. Виходячи з вищезазначеного, ефективно впровадження інновацій на підприємствах туризму є можливим за умов цілеспрямованої інноваційної стратегії, яка поєднує в собі комплекс дій, що чинить вплив на інноваційну діяльність туристичного підприємства на довгострокову перспективу.

До вказаного комплексу дій стратегічного планування інноваційної діяльності пропонуємо розуміти набір регіональних чинників формування інноваційної привабливості регіонів, врахування зарубіжного досвіду, запровадження інноваційної політики в сфері туризму, започаткування молодіжного туризму, як інноваційно-спрямованого на відтворення туристичної сфери, інноваційне управління туризмом та державне сприяння інноваційної діяльності регіональних туристичних ринків.

Регіональні чинники формування інноваційної привабливості регіонів охоплюють передусім явища та процеси, як підсилюють інноваційно-інвестиційну привабливість регіону з його наявним туристично-рекреаційним потенціалом.

Таблиця 3.4

Напрями інноваційного розвитку регіональних туристичних ринків в контексті зарубіжного досвіду

Самодостатній напрям	Централізований напрям	Змішаний напрям
<p>Легалізує самостійне вирішення залучення інвестиційно-інноваційних ресурсів самим підприємством. Надаються державою значні преференції та послуги туристичним суб'єктам різноманітних варіантів інноваційного розвитку. На засадах цілковитої свободи та неутручання держави у діяльність туризму регіону. Типова країна: США</p>	<p>Продукує підсилену роль ключового міністерського органу в діяльності суб'єктів господарювання туристичної сфери регіону. Забезпечує в цю галузь значні фінансові вливання, інфраструктурну модернізацію з метою орієнтації на зовнішні валютні надходження. Типовими країнами є: Єгипет, Туреччина</p>	<p>Комбінує механізм промоції інноваційних ідей, шляхом залучення багатогалузевих міністерських структур, які, в свою чергу регламентують два спектри: загальне сприяння туристичній активності на національному рівні та збутову політику та часткову компенсацію витрат для залучення інновацій різних типів на популяризацію туристичних продуктів на світових туристичних ринках. Типові країни: Великобританія, Італія, Ірландія, Норвегія</p>

\* Удосконалено авторами на основі джерела [62].

Практично, це є дії, які започатковуються та впроваджуються державними та місцевими органами влади, задля розв'язання питань, які пов'язані з інвестиційно-зростаючим попитом та адаптивною нормативно-правовою обставиною в повній мірі сприяння інвестиціям, водночас із заходами, які розширюють інфраструктуру обслуговування суб'єктів інвестиційної діяльності за умов їх відповідного рівня безпеки [165].

Мотиваційні чинники, на нашу думку є системоутворюючими регіональними чинниками для ефективного регіонального розвитку, слід групувати за такими ознаками:

1) специфічності, які є детермінантами інвестиційного вкладання з огляду на наявність в регіоні: туристично-рекреаційних, трудових, виробничих, інфраструктурних, фінансових та споживацько-туристичних ресурсних переваг;

2) ризиковості, які обумовлюють ймовірність інвестиційних ризиків для різних етапів функціонування та відтворення регіональних туристичних суб'єктів з огляду на загрози політичного, законодавчого, соціального, економічного, екологічного, комерційного характеру;

3) сприятливості, які дозволяють поживавлювати інвестиційно-інноваційну активність, передбачають появу нових виробничих, обслуговуючих ефектів та поширення споживацьких тенденцій на туристичних ринках регіону.

Різні регіони України різняться інтенсивністю інноваційних процесів методами управління інноваціями на підприємствах та інвестиційним середовищем, та законодавчими підвалинами його стабілізації в межах регіону. Зокрема, інвестиції є найважливішою компонентою у впровадженні інноваційної політики туризму, що підсилюватиметься політичною та правовою захищеністю інвестора, прозорим використанням коштів та активізацією інвестиційного ринку серед значущих напрямів поширення інноваційної діяльності туристичних ринків, слід виокремити наступні:

- капіталовкладення в пріоритетні види туристичної діяльності регіону;
- акумуляція альтернативних форм та джерел нагромадження фінансових активів шляхом створення інвестиційних фондів, венчурних підприємств, фінансових консалтингових груп та туристичних кластерів;
- активізація державного сприяння інноваційної активності науково-навчального та фінансового стимулювання не розкритих досі видів туристичної діяльності (діловий, зелений, сакральний, молодіжний) [116].

Зарубіжний досвід інноваційного сприяння розвитку туризму, переконує, що немає чіткого сценарію розвитку конкретного регіону, що зумовлюється передусім диференціацією їх розвитку та різноманітністю методів та інструментів регулювання.

Загалом, інноваційна складова розвитку туризму в розвинених країнах світу поєднує у собі такі напрями поєднання державно-регіонального впливу.

Найбільш прийнятний для управлінських реалій, є змішаний напрям, який аргументує активну взаємодію органів центральної влади різних рівнів регулювання туристичного підприємництва, дає змогу посилити фінансові позиції задля ефективного розвитку туризму регіону. Даний напрям є потрібним для українських туристичних ринків та є відповідним до ст. 6 Закону України «Про туризм», в межах якого стимулюються пріоритетні напрями розвитку економіки та культурно-рекреаційної сфери країни [22, 182].

Тому при виборі напрямку інноваційної спрямованості вітчизняних регіональних туристичних ринків, варто орієнтуватися на проблеми у формуванні механізму управління та регулювання цієї ж сфери, передусім інноваційних та економічних інструментів суб'єктної взаємодії, де вагоме місце належить молоді. Саме молодь, як ефективний кадровий ресурс і складає основу інноваційного потенціалу функціонування туристичних підприємств. Водночас, під «інноваційним потенціалом»

туристичної сфери регіону пропонуємо розуміти: «комплексну взаємодію відповідних ресурсів соціально-економічного призначення внутрішньої та зовнішньої дії, які мають безпосередній вплив на реалізацію інноваційної діяльності, задля соціального та виробничого ефекту спільноти регіону та країни. Сам інноваційний потенціал, як комплекс ресурсів показує можливість використання наявних в його розпорядженні трудових, інформаційних, матеріально-технічних, збутових, фінансових складових» [174]. Зрозуміло, що молоді, амбітні працівники спроможні креативно та цілеспрямовано генерувати задуми та інноваційні ідеї, надаючи їм більш влучного та вірного практичного ефекту. Саме молодь є гнучкою, адаптивно мотивованою та інформаційно підготовленою складовою трудового потенціалу, який спроможний втілити інноваційні рішення в сфері туризму. Окрім того, висока кваліфікація та матеріальна стимуляція, комунікативність між молодими людьми дозволить досягти саме цьому віковому прошарку високих науково-технічних, збутових, виробничих результатів в будь-яких галузях загалом.

Молодий трудовий потенціал дозволить передавати нагромаджений українським менталітетом життєвий необхідний історичний досвід та матеріально-культурної спадщину. За умов цілковитої підприємницької та комерційної націленості туристичного ринку регіону слід розвивати соціальний туризм та доступність до нього широких верств населення, включаючи дітей, молодих людей, студентства, пенсіонерів, інвалідів. Соціальні туристичні напрями сприятимуть ефективному впровадженню державної та регіональної політики, створення належного соціального середовища у вигляді поєднання форм, методів та напрямів державного впливу, формуючи ціннісне та культурно-моральне сприйняття. За таких умов можливо налагодити взаємодію особи з соціумом та поетапне інтегрування молоді шляхом інтерпретації різних соціальних ролей (подорожуючого, організатора туристичних послуг). Зрештою, це дозволить змоделювати молоду особистість, яка націлена на

соціалізацію, розширення свідомості, процесів самовдосконалення та формування соціального середовища [3].

Потрібний інноваційний ефект молодіжного трудового потенціалу дозволить:

- згрупувати нові типи суб'єктів підприємницької діяльності, інформаційних туристичних ресурсів: тур-консультантів;

- модернізувати підходи до обслуговування туристів та споживачів туристичних послуг;

- вдосконалювати на всіх рівнях сервісне обслуговування туристів;

- здійснювати віртуалізацію пропозиційного середовища шляхом інтернет-комфортності мережевого простору;

- підвищення комунікаційної доступності туристичного попиту.

В свою чергу, на сьогодні інноваційні процеси на регіональних туристичних ринках є викликом часу, що відкриває повний спектр можливостей для інноваторів, які перебувають у пошуку нових ідей та мають амбітні цілі та стратегії перетворення задуму в необхідний інноваційний проект. Сам інноваційний проект в галузі туризму поєднує в собі три складових: туристичний бізнес; інноваційні технічні переваги, а також інноваційні технології управління. Обумовлені складові дозволяють дотримувати туристичний продукт з подальшим наданням інформації клієнту, яка дозволить йому зробити вибір стосовно обрання майбутнього маршруту. Питання доцільності ІТ – стартапів розглядається багатьма вченими та дослідниками. Для прикладу, Т.І. Ткаченко надає перевагу важливості застосування таких інноваційних стартапів, як «smart- місія» та «smart-дестинації». Перевагами даних проектів на думку дослідника є : здійснення процесу кластеризації туристичної громадськості міста; створення зручного туристичного мобільного додатку. Міста: застосування QR-кодів на усіх туристичних об'єктів та з

представленням різних мов; застосування хмарних технологій, розширення території WI-FI покриття.

Туристичний бізнес за умов сьогодення застосовує оновлені інноваційні технології, зокрема що ефективно використовується, як перевага туристичних суб'єктів відносно складання програм, складання електронного бронювання та планування майбутніх турів. Тому, електронні комунікації зв'язку, інтернет-мережі, міжнародні системи спілкування та глобальні системи резервування є невід'ємними інструментами технологічних відносин між туроператорами, туристичними агентами та рештою інституціями, які забезпечують послугами гостинності, харчування, фінансування, страхування тощо.

До найбільш використовуваних систем слід віднести Amadens, який охоплює 35% ринку, та зазвичай застосовується в Європі, та Азії; Gallilco – 28% охоплює світового споживання та застосовується в Європі та Північній Америці; SABRE – 24% частин світового ринку та застосовується в Америці; Woldspan – 13% світового споживання.

Однак дані системи є надзвичайно вартісними в обслуговуванні та потребують особливого програмного забезпечення. За умов коли турист спроможний самотужки здійснити замовлення квитків, номерів, путівок шляхом відповідних інтернет-сайтів авіакомпаній, готельно-ресторанних комплексів, туристичних фірм шляхом застосування інтернет-смарт – додатків та платформи з відгуками: Booking, Go Euor, idealo Hotel, Tripadvisor, trivago, Agoda, Hotels.com, роль туристичних інтернет систем падає.

Мережа доступу інтернету дає можливість застосовувати особливий підхід до споживачів, які в свою чергу розширюють збутові концепції надаючи перевагу самостійному обранню сайтів, мобільні додатки, які володіють відповідною інформацією з можливістю оберненого зв'язку відносно потенційних клієнтів та виробниками туристичних послуг.

Окрім того, важливе місце в інноваційному розвитку туризму належить так званому «таймер індустрії», що дає змогу пов'язати в туристичній галузі зручність та комфорт, що відображається в готелях типу «регате». Окрім того, розвиток готельно-ресторанної індустрії, а залежним від застосування інновацій технологічного типу водночас автоматизації діяльності, щодо швидкості та комфортності прийняття гостей.

Найбільшій популярності заслуговує автоматизована система розміщення Фіделіо, що дозволить здійснити контроль та ефективно забезпечення функції гостинності, розміщення та обслуговування. З автоматизованою системою документообігу, аналізу недоліків в процесі автоматизованого бронювання номерів, оптимізує цінову політику та регулювання тарифоутворенням.

Виходячи з світових тенденцій застосування автоматизованих технологій туристичної сфери можна констатувати про можливість зниження працемісткості управлінських процесів та зрештою мінімізувати у тричі пришвидшити процес прийняття рішень.

Тому акумульований інноваційний процес на регіональних туристичних ринках зосереджується у створенні нових вже послуг та ринкових сегментів, формуванні стратегічних бізнес-осередків, осучасненому підході відносно технологічних результатів та удосконалення форм та методів управління.

Оновленою парадигмою інноваційного розвитку туристичної системи є модернізаційні процеси по промоції ролі та значення регіонів в контексті соціально-екологічного розвитку. В цьому сенсі, як уже було відмічено актуальними та потрібними на нашу думку є сприяння утворення механізмів державно-приватного партнерства, яка поживавлюватиме певні види туристичної активності, зокрема гастрономічного, сакрального, молодіжного, зеленого тощо. Зазначенні механізми покликані залучати інвестиційні ресурси та створенню інноваційних умов для організації різноманітних видів туризму в контексті історичних, культурних, етичних напрямів, а також



формувати комфортне та сприятливе середовище суб'єктів туристичної діяльності.

Водночас категорія «партнерство» є дуже широко вживаною в науковому обігу, нормативних документів, в міжнародних організаціях, що передбачає необхідність диференціації партнерства. Зокрема важливим його компонентом є соціокультурна, яка проявляється в міжнародній туристичній динаміці. Україна територіально розташована між Заходом та Сходом та формує вплив на специфіку взаємовідносин в контексті соціального партнерства, що поширюється на усі контингенти. Практика туристичного партнерства, як показало дослідження є притаманними для мережевих туристичних підприємств. Створюючи соціальні передумови розвитку туризму, сформується партнерський плацдарм між провідними туроператорами та турагентами задля створення економічних відносин. Яскравим прикладом цьому є TUI Ukraine, яка є складовою міжнародної туристичної організації TUI та переконливо вважає, що їх фінансова стійкість є запорукою формування довіри туристів до іміджу організації.

Як висновок, послугами даної організації користуються близько 30 млн. туристів в усіх куточках світу. Особливе місце в партнерських взаємовідносинах між туристичними суб'єктами належать франчайзинговій системі. Саме в осередку вказаної форми співпраці можна класифікувати види партнерства на: державно-приватне, соціально-комунікативне, нормативне, громадське, тощо.

Водночас державно-приватне партнерство в туристичній галузі обумовлює державний вплив в діяльність господарюючих суб'єктів регіону з подальшим істотним покращення становища. Тому важливим є досягнення оптимального балансу поєднання туристичних цілей регіону. Слід абстрагуватися від того щоб зазначений вплив призвів до підвищення ефективності запровадження обмежених ресурсів туристичної галузі в процесі ефективного відтворення. Для туристичної сфери державно-приватне партнерство має форму кластерної

моделі, основною метою якої є підвищення спектру послуг туристом з урахуванням наявних компонентів туристичної галузі, готельно-ресурсних комплексів, виробничої сфери та науково-освітньої діяльності. Тому кластерний підхід є інноваційною формою концентрації ділової активності, формуватиме пропозицію робочих місць, покращенню якості послуг на його території.

### **3.3. Характеристика інноваційно-інвестиційної активності регіональних ринків туристичних послуг**

Динаміка світового розвитку в більшій мірі залежить від туристичної активності підприємницьких структур світу. Це в свою чергу дозволяє щорічно працевлаштовувати близько 10% трудового потенціалу та забезпечувати 10% наповнення ВВП. Щорічно галузь потребує 8% світових інвестиційних потоків, податкових стягнень до різних рівнів бюджету, загалом формує 30% від частини усіх світових обігових послуг та здійснює 11% світових споживчих витрат.

Окрім того, туристична сфера є найважливішим чинником соціально-економічного відображення постійно оновлюючи та збагачуючи підходи, інструменти та форми туристичного продукту та обслуговування. Маючи потужні переваги в світовому споживанні та залученні інвестицій, туристична галузь перебуває на безперервному самовдосконаленні що пов'язано з впровадженням найновітніших технологічних рішень інформаційних ресурсів, спеціалізованого устаткування, програмної мережі комунікації, акумулювання глобального співробітництва, тощо. Це в свою чергу потребує дослідження та розробки подальших кроків міжнародного співробітництва, інвестиційних джерел залучення у туристичні об'єкти, постійне мовлення оновлення сервісного обслуговування та збільшення частини конкурентоспроможності на міжнародних туристичних ринках.

Сучасне ринкове середовище, яке сформоване на екологічно-соціалній цільовій направленості тісно поєднане з інноваційним розвитком суспільства. Це передбачає безперервний потік ідей, можливостей впровадження інновацій та підвищення ефективності функціонування суспільного виробництва товарів та послуг з подальшою перспективою світового та національного масштабів розвитку туризму. Усе це в перш чергу потребує ретельного вивчення природи та категорій «інновації» та формування концепцій її практичного застосування на туристичних підприємствах.

Останнім часом поняття «інновації» видозмінилося, що пов'язано передусім з осучасненням та науковим призначенням суті цього поняття. Суттєвим поштовхом для цього стало посилення в інноваційному напрямі технологічного складника (розвиток віртуальних автоматизованих систем, кібернізованих механізмів, біологічних та генетичних модифікованих продуктів, прогресивних управлінських результатів тощо).

Ці прикінцеві результати та багато іншого в науковому сенсі «нового» адаптуються до нових реалій та ринків збуту, характеризуються їх природою та підсилюють практичну незалежність інноваційного сприйняття [92].

Ситуація на міжнародних ринках товарів та послуг розвивається не на користь Україні, адже не може забезпечувати свою експортну квоту екстенсивним чином зростання, що підводить до розуміння організації національної інноваційної діяльності.

В свою чергу, інноваційна складова стимулюватиме процеси та результати модернізації підприємств, ефективності технологічних впроваджень, мінімізації кадрових, матеріальних та фінансових збитків, дозволить по іншому здійснювати прийняття управлінських рішень та досягнути позитивних результатів. Однак, аналізуючи суть та природу інновацій слід відмітити її неоднорідність та відмінність протікання на різних підприємницьких об'єктах.

Одні підприємства надають перевагу інноваційним проектам – запровадженням та просуванням «нового» продукту на ринок, інші – акцентують свою увагу на модернізації виду, форми та послідовності процесу виробництва товару або наданні послуги. В обох випадках є присутньою інноваційність, яка застосовує макроекономічні (локальні) зміни та водночас формує суперечність процесів систематичності змін. Наслідковим ефектом є швидка реакція на інноваційний результат та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Загалом слід окреслити наступні форми інноваційної діяльності:

1) внутрішньо-організаційна інноваційна окресленість, яка стимулює усі процеси розвитку та відтворення в межах підприємства шляхом ефективності діяльності спеціалізованих відділів та їх синергетичного ефекту співпраці в рамках інноваційного проекту;

2) зовнішньо-організаційна інноваційна стабільність, яка обумовлює контрактні угоди між суб'єктами підприємництва з метою створення та освоєння інноваційного середовища між зовнішніми підприємствами;

3) венчурна інноваційна активність що передбачає реалізацію інноваційних проектів на системі розгалуження венчурних підприємств з метою забезпечення дострокових ресурсів та первинних джерел фінансових надходжень [242].

Однак для України є характерним запровадження другої форми організації інноваційної діяльності, за умов розробки інноваційних результатів для збільшення замовлення на засадах використання внутрішнього потенціалу.

Перша форма має меншу практику свого використання що пов'язано з відсутністю достатнього досвіду та технологічного потенціалу управлінських підприємств. Однак, не суттєво, якою є форма організації інноваційної діяльності, кінцевим результатом має стати підвищення економічної ефективності підприємницької

діяльності, що орієнтується на розробку та впровадження нових продуктів та товарів, процесів, механізмів, інструментів просування та реалізації результатів виробництва при зміні організаційно-прийнятної практики та структури виробництва.

Попри все, інноваційна діяльність підприємства повинна відбуватися в межах встановлених правил та має стати загальноприйнятною та поширеною. Будучи складним процесом, інноваційна діяльність включає симбіоз наукових, технологічних, фінансових, організаційних та збутових етапів, які формують реалізацію в повному сенсі інноваційної діяльності окремої структури.

Відмінною особливістю є протікання інноваційних процесів на туристичних підприємствах. Більшість науковців об'єдналися до висновку що інноваційні сфери туризму є «новими» концепціями сервісу, новими формами співпраці з клієнтами, оновленими технологічними рішеннями та формами, які чинять вплив на пропозицію товарів, та послуг, оновлюють функції фірми та потребують нових технологічних, організаційних та наукових можливостей.

Змістовно цікавим є твердження запропоноване В. Новіковим що «інновації» є усупільненим результатом дій та заходів спрямованих на створення нового та заміну існуючого звичайного товару на ринку, заволодіння новими споживчими сегментами, застосування передових інформаційних та інших технологій, пристосування та адаптацію сервісних, транспортних, ресторанних та інших видів обслуговування, формування стратегічних сегментів для відтворення туристичного підприємництва та започаткування нових видів організації управління туристичною галуззю [150].

Інші науковці А.П. Дурович та Н.Н. Малахова розглядають інновації туристичної галузі в контексті застосування інформаційних технологій, яка об'єднує туристичні ринки в міжнародному контексті [66, 119].

Проте, на нашу думку це значно обмежує практичне застосування інновацій. Пропонуємо розуміти під «інноваціями туризму» створення якісно нової туристичної послуги або продукту, які покликані всебічно втамовувати існуючі потреби туристів на усіх етапах реалізації туристичного ефекту що дозволить стримати максимальний ефект для усіх учасників.

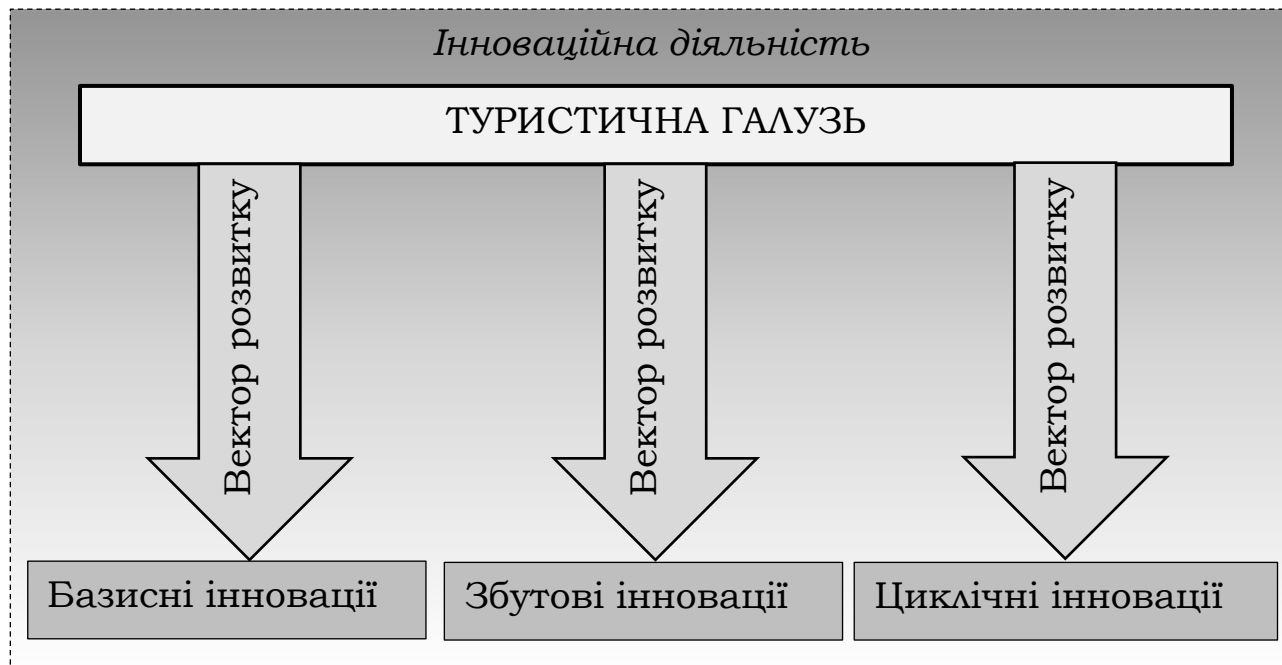
Беручи до уваги особливість туристичної сфери, варто розуміти під ефектом економічну, соціальну та екологічну віддачу одержану в процесі використання інновацій від туристичних підприємств. Зокрема економічний результат пов'язаний з підвищенням прибутку, оновленням матеріально-технічної складової, покращенням інфраструктурного середовища тощо. Соціальні результати слід очікувати при втамуванні соціальних потреб споживачів в туристичних послугах, підвищення культурного та освітнього рівня населення регіону та соціальної значимості туристично-рекреаційних принад регіону. Екологічний результат буде досягнуто шляхом дотримання необхідного природнього балансу природно-рекреаційного середовища туристичної галузі, реконструкції архітектурних, музейних та інших осередків за умов екологічно допустимих норм.

Як було зазначено раніше, що інновація проявляється по різному в кожній галузі господарства та має свої риси. Загалом інновації туризму супроводжуються такими процесами:

- зміною бажань щодо реалізації нових духовних та пересічних інтересів туристів, якісно новими характеристиками туристичного продукту;
- збільшенням активності матеріальних та транспортних ознак туристичної інфраструктури;
- вдосконалення організації управлінської структури розвитку туристичної сфери регіону;
- широке позиціонування туристичних продуктів на внутрішніх та зовнішніх ринках;
- мінімізація витрат та інтенсифікація застосовуваних факторів виробництва;

- підвищення іміджу конкурентоздатності підприємств туристичної індустрії;

Інноваційна діяльність туристичної галузі охоплює три вектори свого розвитку (рис. 3.7):



*\* Розробка авторів*

Рис. 3.7. Основні вектори розвитку інноваційної діяльності в туристичній галузі

*Базисні інновації*, пов'язані передусім з організацією впровадження інновацій в туристичну діяльність, в частині управлінського процесу що нерідко супроводжується міжсуб'єктними конфліктами пов'язаними з поглинанням та об'єднанням конкуруючих суб'єктів шляхом технологічних нововведень кадрових інноваційних рішень, економічної та фінансової діяльності;

*Збутові інновації* є найважливішою складовою продовження інноваційної активності для впровадження потреб цільових споживачів та залучення нових споживацьких сегментів;

*Циклічні інновації*, які пов'язані з зміною якісних можливих випробувань туристичних продуктів з нормальним їх позиціонуванням.

Досвід прогресивних країн переконливо засвідчує що застосування інновацій на регіональних туристичних ринках стабілізує приріст продуктивності праці, об'єми виробничої потужності та реалізації готельного сервісу та освоєння нових видів та послуг.

Аналіз найбільших туристичних підприємств засвідчує наступні тенденції в розвитку туризму:

- зношеність чи моральне старіння матеріально-технічної бази, яка вимагає капітального переоснащення, модернізації та фундаментальної реконструкції;
- відсутність осучаснених засобів розміщення туристів;
- не пристосованість транспортних та розважальних чи інших складових туристичної інфраструктури;
- неохайність та непривабливий вигляд пам'яток культури музейних принад;
- відсутність комплексних стратегій розвитку туризму регіону;
- хаотичність та цілковита невпорядкованість організації туристичної діяльності;
- недоступність та низька оцінка споживача наявних природньо-рекреаційних об'єктів;
- брак висококваліфікованих працівників в частині організації та розвитку внутрішньо-регіонального туризму;
- збільшення частини попиту вітчизняних підприємств на іноземні туристичні ринки;
- не впорядкований туристично-екскурсійний потенціал України;
- відсутність інформаційного туристичного центру;
- екологічно-деструктивні наслідки.

Проведене дослідження організацією «TRAVEL and Tourism Competitiveness Report» для потреб Світового екологічного форуму (WEF) а також в партнерстві з Світовою організацією туризму (ЮНВТО), Світовою Радою з подорожей та туризму (WTTC), Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA) та аудиторською фірмою Devoitte різних показників 124 країн світу Індексу конкурентоспроможності засвідчує його пряму залежність



від успішного конкурентоспроможного сектору розвитку самої країни.

Показник Індексу конкурентоспроможності країн згідно подорожей, динаміки туристів включає загальну оцінку чинників, що стимулюють туристичний бізнес окремих країн. Водночас щодо тезису «Зростання, не заважаючи на перешкоди» у доповіді 2015 року пояснюється динамічність туризму, як світового чинника та відсутність дестабілізуючого ефекту з боку негативних чинників, що зрештою підсумовує стійке зростання міжнародного туризму навіть за умов світових економічних криз та колапсів [307].

Здійснений аналіз 2015 року зумовив досліджуваний підхід ряду країн з огляду саме на Індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму за шкалою від 1 до 7 за оцінкою країн за чотирма критеріями, що охоплюють 14 складових та 90 індивідуальних індикаторів (рис. 3.8).

Водночас, міжнародна практика туризму в повній мірі розповсюджує новації, спрямовані на всебічне якісне та сервісне вдосконалення, формування потреби комфортного відпочинку та дозвілля.

Особливо динамічно запровадження інновацій відбувається на об'єктах перевезення та транспортування. Зокрема, оновлені готельно-ресторанні комплекси та сучасні енерго та ресурсозберігаючі технології покликані продовжувати життєвий цикл туристичного продукту та знизити його собівартість.

Інноваційні ефекти особливо є помітними в ІТ-просторі: мобільний інтернет, електронні варіанти пропозиції туристичних продуктів, on-line бронювання, автоматизація та доступність інформаційних ресурсів, прокладання нових туристичних маршрутів, програмне забезпечення, кіберзахист та інше.

Для ґрунтовнішого сприйняття закономірного впливу інновацій в туристичній сфері слід їх класифікувати за певними видами та за рядом ознак. Класифікаційні

підходи є різними з огляду на досвід, реалізацію інновацій та певні обставини.



\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерела: [307].

Рис. 3.8. Модифікована структура індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей

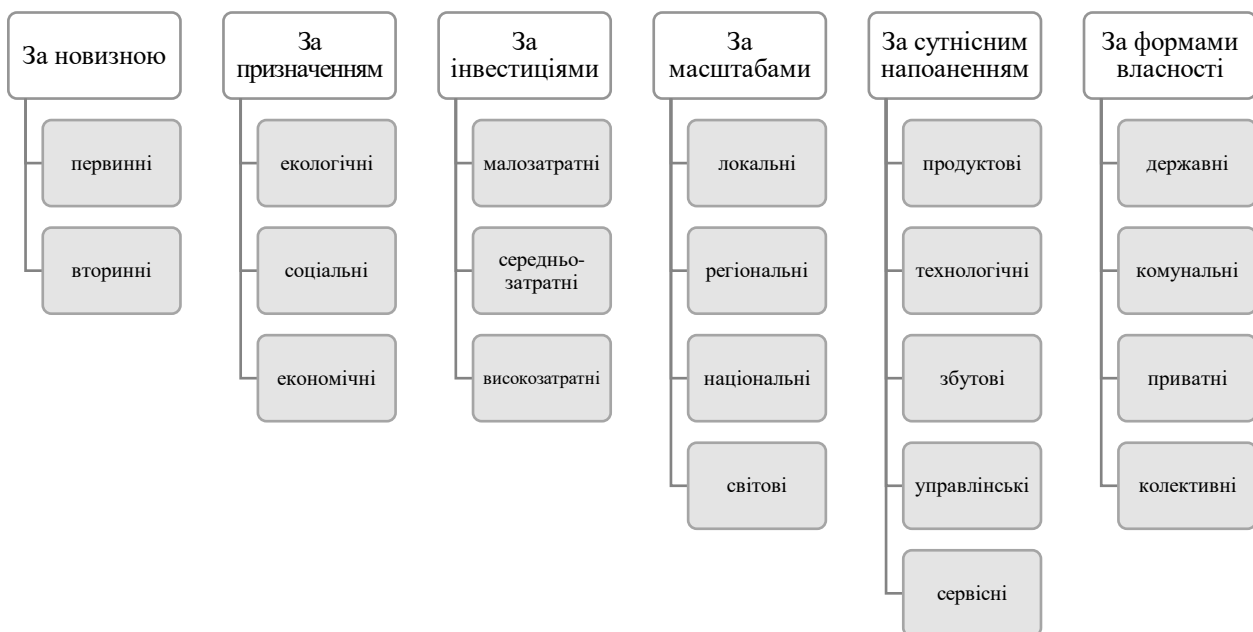
Так, Саак А.Е. виділяють наступні види інновацій:

- технологічні, які обумовлені використанням нових різновидів технічних засобів, інструментів, прийомів та способів обслуговування;
- організаційно-технічні, які безпосередньо пов'язані з принципово новими видами послуг та більш ефективним обслуговуванням клієнтів;
- універсальні, які охоплюють водночас різні сторони та напрями якісного обслуговування;

- управлінські – зорієнтовані на вдосконалення різних видів діяльності підприємств на засадах нових підходів до управління [190].

Узагальнюючи, слід відмітити що класифікаційні види туристичних інновацій мають важливе практичне значення в діяльності та відтворенні підприємницького росту та є потенційною можливістю використовувати це як конкурентну перевагу.

Отже, на основі існуючих напрацювань пропонуємо класифікаційну видовість інновацій на регіональних туристичних ринках (Рис. 3.9).



\* Побудовано та систематизовано авторами з використання джерела: [170]

Рис. 3.9. Класифікаційна видовість інновацій на регіональних туристичних ринках

Рушієм успішного запровадження інновацій на регіональних туристичних ринках є практична реалізація ідеї. За новизною ідеї та започаткування інновацій слід виділити наступні види інновацій: первинні та вторинні. За формою видовості туристичні інновації слід класифікувати на державні, комунальні, приватні, колективні.

Державні та комунальні інновації є ефектом фінансування, яке здійснюється органами державного управління та місцевими виконавчими органами в межах бюджетних проєктів.

Водночас приватні та колективні інновації є осередками приватної та колективної власності. Форма власності є результатом вільної конкуренції. Інновації можуть мати різне призначення: економічні, екологічні та соціальні. Економічні інновації спрямовані на збільшення зростання показників економічної діяльності підприємств, збільшення розмірів якого стимулює інноваційну діяльність.

Соціальні інновації мають тісний взаємозв'язок з розвитком суспільства та його культурною спадщиною. Це в свою чергу загострює соціальні проблеми. Екологічні інновації в свою чергу покликані оздоровлювати та покращувати стан навколишнього середовища та забезпечувати сприятливі умови відпочинку туристів.

За інвестиціями виділяють малозатратні, середньозатратні та великозатратні інвестиції, які залежать від розміру інвестованого капіталу.

Найбільш затратними вважаються інвестиції більш технічно складні, які потребують науково-дослідних та конструкторських рішень що потребують значних часових та матеріальних втрат.

Практика інвестиційного залучення водночас передбачає використання середньозатратних сценаріїв, які не передбачають наукових досліджень. Хоча для невеликих туристичних суб'єктів є характерними інвестування незначного обсягу коштів. Основні, види інновацій класифіковано за змістом та представлено на рисунку 3.10.

Окреслена класифікація інновацій має практичну сторону та формує принципи та форми інновацій, які є результатом засвоєння підприємством туристичної галузі та дозволяє більш чітко сформулювати кожну інновацію: з'ясувати сферу її застосування, значення, та місце серед інших інноваційних рішень. Окрім того, різноманітність

кваліфікаційних ознак інновацій формує передумови для нормування та вдосконалення екологічних механізмів та форм управління туристичним підприємством [304].

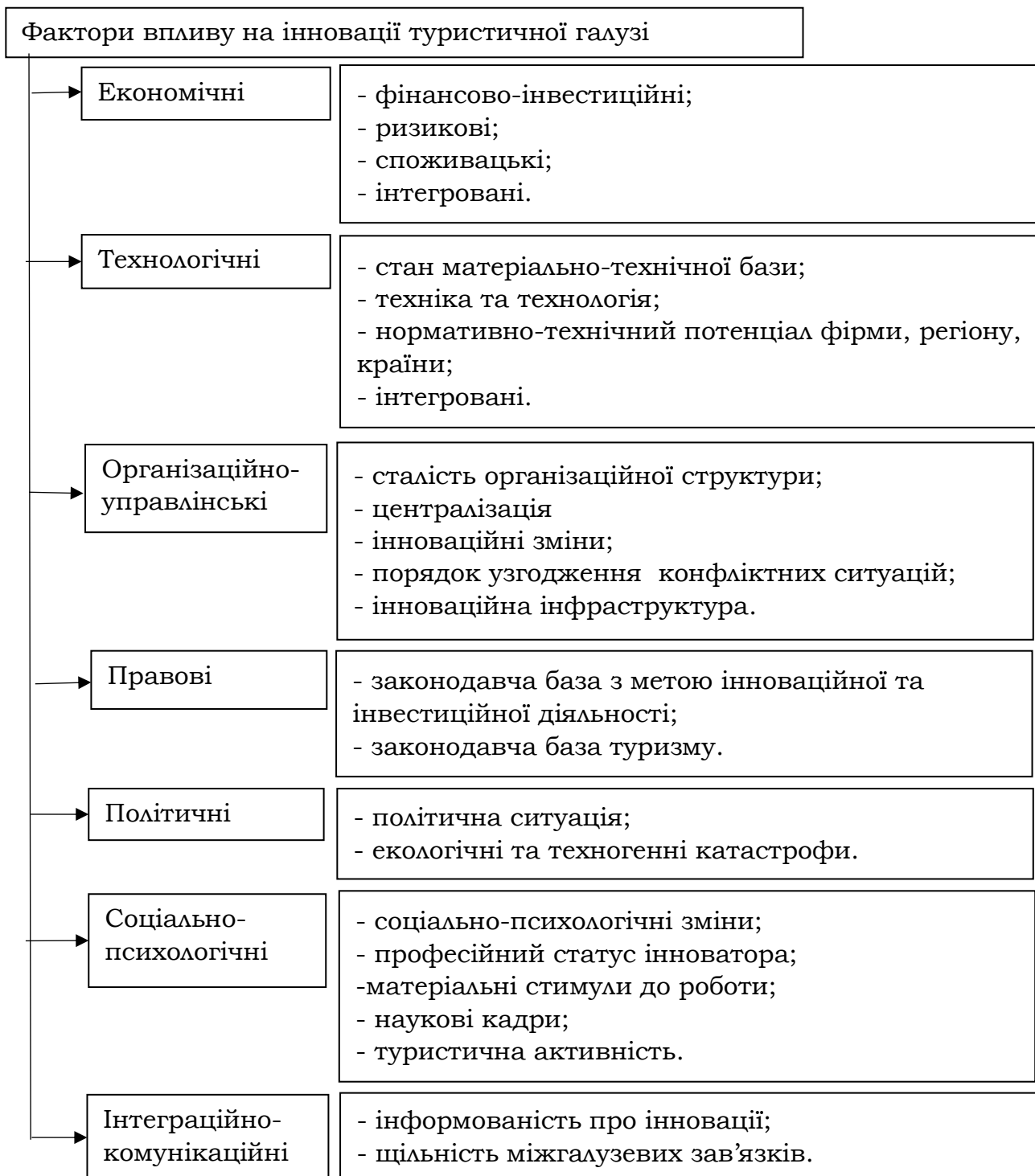


*\* Побудовано та систематизовано авторами*

Рис. 3.10. Види інновацій в туризмі за змістом

Реалізація інноваційних результатів та очікування соціального, економічного та екологічного ефектів може мати різні наслідки за умови впливу ряду факторів, що відображено на рисунку 3.11.

Отже, місце та значення інноваційної діяльності в системі цілей розвитку економіки та ефективного функціонування регіональних туристичних ринків важко переоцінити з огляду на те що запровадження інноваційної моделі з огляду на сучасні зміни. Окрім того, ефективність туристичної діяльності шляхом впровадження інновацій створює сприятливе середовище для малого та середнього бізнесу, стимулювання кадрового потенціалу, підвищення ефективності праці, надання послуг кращої якості тощо.



*\* Побудовано та систематизовано авторами*

Рис. 3.11. Фактори впливу на інновації туристичної галузі

*Формування та функціонування інвестиційних механізмів стимулювання регіональних ринків туристичних послуг. Закон України "Про інвестиційну діяльність" описує інвестиції, як сукупність усіх видів*

рухомих та не рухомих, майнових і інтелектуальних цінностей, що вносяться до об'єктів підприємницької діяльності, що отримує прибуток чи досягається соціальний ефект [78, 79]. До них відносять:

- гроші, пайові надбання, рахунки в банках та інші цінні папери;

- майно, що має статус рухомого і нерухомого;

- інтелектуальна власність;

- права надані на використання земельних, водних і природних ресурсів;

- система економічних і технічних знань у вигляді документації, досвіду, навичок, що можуть бути використані при виробництві туристичних товарів або послуг, але вони не є чужою інтелектуальною власністю.

Відповідно, нагадаємо, що інвестування – це процес застосування системи трудових, фінансових та матеріальних ресурсів, що направлені на приріст капіталу, збільшення, модернізацію та технічне оснащення виробництва. Розрізняють приватні, державні та іноземні інвестиції. Перший тип проводиться за рахунок використання власного капіталу підприємства, позик і залученого капіталу. Такий вид інвестицій здійснюється власником організації. Другий тип це державні асигнування та інші довгострокові позики. Третій тип – це кошти, що надходять на підприємство із закордону: фізичних або юридичних осіб.

В свою чергу, інвестиційна політика – це одна із основних складових національного механізму управління туристичною сферою, він включає комплекс методів і заходів, що направлені на залучення капіталу для розвитку інфраструктури туристичної сфери. Останнім часом велика нестача та відсутність фінансових ресурсів у туризмі свідчить про те, що національна інвестиційна політика є недосконалою, вона не формує необхідних умов для надходження іноземного та вітчизняного капіталу.

Інвестиції в туризмі – це залучення коштів або інших матеріальних і нематеріальних ресурсів інвесторів у підприємство туристичної галузі, з ціллю отримання

прибутку. В туристичній індустрії капітал є один із найголовніших чинників виробництва, тому можливість виготовлення продукції прямо повністю залежить від величини вкладених коштів.

Основні фактори, що вивчають інвестори перед вкладанням капіталу:

- ступінь розвитку туристичного продукту та використання новітніх технологій обслуговування в галузі туризму. Даний фактор свідчить про те, що чим краще використовуються новітні методи в роботі тур фірм, тим менші витрати несе підприємство, при тому збільшуючи обсяги прибутку. Новітній туристичний продукт добре продається на ринку;

- вартість отримання і застосування капіталовкладень в туристичну економіку, що впливає на віддачу інвестицій [122]. Чим нижча вартість тим більша віддача від інвестицій, тим більший прибуток отримає інвестор;

- необхідна сума коштів, для покупки матеріально-речових об'єктів. Затрати, що направлені на придбання оборотних і основних засобів є елементом інвестування. У такій ситуації тільки представник, що проводить інвестування, встановлює напрями та розміри застосування капіталу;

- політика держави, що підтримує інвестиційну активність на регіональних туристичних ринках, що проявляється у вигляді: податкових пільг та інших заходів, що пожвавляють інвестиційну діяльність.

Для регіональних туристичних ринків інвестиції є важливим елементом активації розвитку.

Разом з цим, від структури регіональних туристичних ринків та їх розміру залежать:

- інтенсивний розвиток туризму в довгостроковій перспективі;

- показники фінансово-економічної діяльності туристичної сфери в майбутньому;

- показники якісного стану туристичних об'єктів у перспективі;



- виробнича потужність, пропускна спроможність та місткість підприємств туристичної галузі;
- рівноважний розвиток усіх складових туристичної галузі: мережі харчування, транспорту, готелів;
- загальна кон'юнктура попиту і пропозиції в туризмі у територіальному розрізі [122].

У Законі України «Про туризм» визначено, що заохочення іноземних та національних інвестицій в туристичний розвиток є одним з базових напрямків національної політики туризму [77].

До заходів, що направлені залучити інвестиційний капітал в туристичну сферу в Україні включають:

- формування потрібних умов для інвестиційного розвитку в туризмі;
- створення стимулюючих механізмів створення та реконструкції різноманітних об'єктів курортної і туристичної інфраструктури;
- формування інформаційної бази даних об'єктів, що є потенційно привабливими для інвесторів з метою розвитку туристичної галузі.

Інвестиційна політика, що регулює регіональні туристичні ринки поєднує в собі зацікавленість регіональних та загальнодержавних інтереси завдяки тісній взаємодії різних рівнів органів влади.

Зі сторони держави відбувається нормативне і правове регулювання, формування стратегії вербування інвестицій, визначення територій і об'єктів туризму, що мають пріоритетний напрям для інвестицій.

Регіональна інвестиційна політика містить маркетингові дослідження інвестиційного ринку, здійснює моніторинг туристичних ресурсів, для перспективних підприємств туристичної сфери розробляє пропозиції з інвестування, створює інвестиційно привабливі карти регіону.

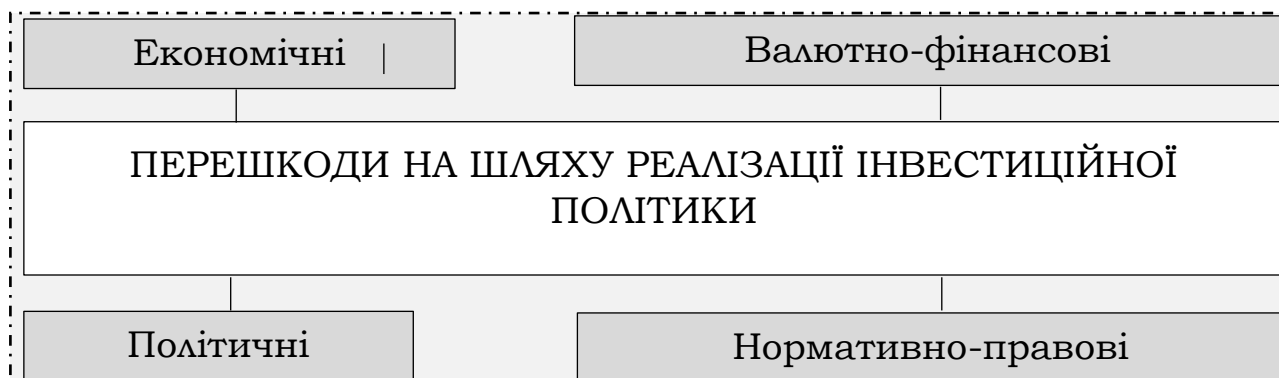
Найбільш привабливими для інвесторів на сьогоднішній день є проекти по створенню трас для гірськолижного катання, спортивних об'єктів та оздоровчих комплексів, підйомники.

В Україні існує багато перешкод та ризиків для проведення інвестиційної політики див. рис. 3.12.

За думкою фахівців, туристична сфера бізнесу є високорентабельною, але великі прибутки несуть великий ризик для капіталовкладень. За рівнем інвестиційного ризику, галузь туризму посідає 8 місце поміж інших складових національної економіки України.

Виділяють такі стратегічні цілі інвестиційної політики туристичної галузі:

- формування законодавчого підґрунтя регіонів та надання гарантій на інвестування іноземців в туристичне підприємство.
- створення позитивного іміджу регіонів;
- стимулювання надходження капіталовкладень у модернізацію та створення новітніх туристичних об'єктів, що дотримуються міжнародних стандартів;
- формування нових туристичних турів, які розкривають екологічні, геополітичні, етнокультурні фактори особливості регіонів;



\* Розроблено авторами

Рис. 3.12. Види перешкод при проведення інвестиційної політики на регіональних ринках туристичних послуг

Розглянемо пріоритетні напрями та інструменти інноваційного стимулювання регіональних ринків туристичних послуг.

- оцінка регіональних туристичних ресурсів та створення на їхній базі туристичних підприємств. Дане

завдання може бути виконане за допомогою кошторисного фінансування тих ніш економіки, що мають відношення до туристичного сектору, що є привабливими зі сторони пропозиції, попиту, прогнозів та програм розвитку можливостей регіональних інститутів;

- залучення потенційних інвесторів до перспективних об'єктів туристичної діяльності;

- формування передумов активації розвитку підприємств туристичної галузі, їхня підтримка та популяризація в різноманітних регіональних інформаційних джерелах.

В свою чергу, створення стабільного регіонального туристичного ринку та полегшення доступу до нього потенційним інвесторам, забезпечення інтеграції різних форм і суб'єктів господарювання при інвестуванні досягається за допомогою використання державних асигнувань на безоплатній основі для впровадження регіональних туристичних програм розвитку [105].

Формування туристичних кластерів та їхнє об'єднання. Ефективна співпраця між учасниками, що формує витривалі конкурентні переваги туристичних суб'єктів, при тому зміцнюючи конкурентні можливості регіональних туристичних ринків.

Діагностика регіональних туристичних можливостей, формування пріоритетів, найбільш ефективних форм їхнього розвитку, методом використання ресурсних переваг регіону. Виконується завдяки застосування дотацій та субвенцій. Такий інноваційний інструмент стимулювання інноваційної діяльності в галузі туризму допомагає створювати загальнодержавні стратегії росту туристичної сфери, удосконалення регіональної інфраструктури, підтримку фінансового становища місцевих органів самоврядування, залучення усіх необхідних ресурсів для формування туристичних можливостей. Формування комунікаційних площадок для потенційних інвесторів з метою їхньої інтеграції в процесі розробки й реалізації туристичних стратегій, сприяння обміну досвідом між регіонами [105].

Створення соціальної і ринкової інфраструктури з метою встановлення на їхній основі туристичних комплексів. Досягається завдяки встановленню порядку проведених затрат пов'язаних із створенням та функціонуванням ринкової інфраструктури та підтримці розвитку суміжних галузей. В даному випадку інвестиційні фонди туристичної галузі формуються за допомогою державної підтримки, але за рахунок приватних осіб. Надання гарантій кредитування суб'єктам туристичного бізнесу.

Зміцнення регіональної туристичної інфраструктури, що впливає на розвиток даної галузі. Виконується за допомогою цільового фінансування із бюджету країни, направлених на впровадження довгострокової політики по розвитку туризму. Затрат направлених на розвиток науки та наукових досліджень в сфері туризму. Застосування податкової знижки в напрямку інвестицій, з метою формування привабливих умов потенційним інвесторам туристичного бізнесу.

Створення та забезпечення функціонування і розвитку територій пріоритетного розвитку у найбільш конкурентоспроможних туристичних центрах [105]. Досягається завдяки інвестування з державного кошторису в мережу забезпечення транспортних технологій: будівництво внутрішніх та міжнародних аеропортів, автомобільних доріг, розвиток міжрегіональної транспортної мережі.

Така підтримка туристичної галузі зі сторони держави здійснюється за рахунок різноманітних субвенцій та дотацій, з боку регіональних бюджетів завдяки формуванню спеціалізованих підприємств комунального призначення. Нарахування пільг у сфері податку у регіональних межах, що містять пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі.

Дослідження та аналіз конкурентних переваг регіональних туристичних ринків та підвищення інвестиційної зацікавленості. Фінансове, організаційне і інформаційне забезпечення туристичних підприємств.

Воно включає створення політики регіонального розвитку туристичної сфери, зменшення податкового тиску на туристичні підприємства завдяки зменшенню місцевих податків, нормативно-організаційне забезпечення туристичного розвитку, формування різного роду освітніх програм, залучення інвесторів та їхня підтримка.

Використання бюджетного кредитування для формування та діяльності туристичних кластерів та забезпечення функціонування нормативного та правового регулювання, інформаційної та фінансової підтримки їхньої діяльності зважаючи на особливості відповідного регіону.

Для того щоб туристична галузь була привабливою для внутрішніх та іноземних інвестицій важливими є наступні аспекти:

- активна діяльність регіональних органів влади в галузі рекламно-інформаційної діяльності: розкриття туристично-рекреаційних особливостей регіонів.

- ліберальна адміністративна і податкова політика як місцевих органів влади, так і державної влади, що заохочує приватну інвестиційну ініціативу;

- проведення місцевими та загальнодержавними органами влади дієвої проти кримінальної та проти монопольної політики, що направлена на активацію правильного конкурентного середовища [120, 121, 122, 123].

На сьогоднішній день державна інвестиційна політика потребує ефективних комплексних рішень для вирішення існуючих проблем та пришвидшення процесу формування сприятливих умов для інвестиційного клімату.

Провівши аналіз формування та функціонування інвестицій в системі стимулювання регіональних туристичних ринків, можна сказати, що вони відіграють важливе значення в даній галуззі і значно впливають на її розвиток. Чим більший обсяг інвестиційних вкладів, тим продуктивніша діяльність туристичного підприємства. Він капіталовкладень також залежить розвиток підприємства в майбутньому.

## РОЗДІЛ. 4. ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ УКРАЇНИ

### 4.1. Методологічні підходи до оцінки рівня інноваційно-інвестиційної привабливості регіональних ринків туристичних послуг та їх рейтингування

4.1.1. *Методологічні підходи до визначення рівня залежності регіональних ринків туристичних послуг від інвестиційних та інноваційних чинників*

З метою визначення рівня залежності (незалежності) регіональних ринків туристичних послуг від інвестиційних та інноваційних чинників впливу було прийнято рішення побудови парної лінійної регресії з кожної з областей Західного регіону України, а також наступну послідовність:

$$\tilde{y}_i = b_0 + b_1 x_i \quad (4.1)$$

Однак, щоб знівелювати зайвий вплив розмірів ринків туристичних послуг (так званий ефект масштабу), досліджувані абсолютні показники конвертуємо у відносні (темпи приросту).

1. Оцінимо параметри лінійної регресії, знайшовши коефіцієнти  $b_0$  і  $b_1$  для рівняння (1) за формулою:

$$\begin{cases} b_0 = \bar{y} - b_1 \bar{x}; \\ b_1 = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{x^2 - \bar{x}^2} \end{cases} \quad (4.2)$$

2. Для побудови поля кореляції та графіку лінії регресії розрахуємо модельні значення

$$y_i = b_0 + b_1 x_i \quad (4.3)$$

3. Для оцінки тісноти зв'язку між залежною змінною  $Y$  та незалежною змінною  $X$  використаємо коефіцієнт кореляції, який обчислюється за формулою:

$$r_{xy} = \frac{cov(x,y)}{\sigma_x \sigma_y} \quad (4.4)$$

де  $cov(x,y) = \overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}$  – коваріація статистичних величин  $x$  і  $y$ ;

$\sigma_x = \sqrt{\overline{x^2} - \bar{x}^2}$  – середньо-квадратичне відхилення статистичної величини  $x$ ;

$\sigma_y = \sqrt{\overline{y^2} - \bar{y}^2}$  – середньо-квадратичне відхилення статистичної величини  $y$ .

4. Проведемо оцінку якості побудованої моделі. Коефіцієнт детермінації для парної лінійної регресії зв'язаний з коефіцієнтом кореляції формулою:

$$R^2 = r_{xy}^2 \quad (4.5)$$

Середня помилка апроксимації знаходиться за формулою:

$$\bar{A} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left| \frac{y_i - \hat{Y}_i}{y_i} \right| \cdot 100\% \quad (4.6)$$

5. Коефіцієнт еластичності знаходять за формулою:

$$\bar{E} = b_1 \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \quad (4.7)$$

6. Перш ніж оцінювати отримане рівняння парної лінійної регресії складемо таблицю дисперсійного аналізу. Загальний вигляд таблиці дисперсійного аналізу представлено в таблиці 4.1. Тут  $n$  – кількість вимірювань, за якими складена модель парної лінійної регресії (у нашому випадку  $n=9$ );  $m$  – кількість незалежних змінних моделі (у нашому випадку  $m=1$ ).

Таблиця 4.1

## Загальний вигляд таблиці дисперсійного аналізу

Компоненти дисперсії	Сума квадратів	Кількість ступенів свободи	Дисперсія на одну ступінь свободи
Загальна	$SST = \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2$	$n-1$	$S_{\text{заг}}^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}{n-1}$
Факторна	$SSR = \sum_{i=1}^n (\tilde{Y}_i - \bar{y})^2$	$m$	$S_{\text{факт}}^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (\tilde{Y}_i - \bar{y})^2}{m}$
Залишкова	$SSE = \sum_{i=1}^n (y_i - \tilde{Y}_i)^2$	$n-m-1$	$S_{\text{зал}}^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \tilde{Y}_i)^2}{n-m-1}$

\* Авторська розробка

Розрахункову величину  $F$ -критерія Фішера знаходять за формулою:

$$F_{\text{розр}} = \frac{S_{\text{факт}}^2}{S_{\text{зал}}^2} \quad (4.8)$$

Розрахункове значення  $F$ -критерія Фішера слід порівняти з табличним значенням  $F$ -критерія Фішера.

Якщо, то рівняння парної лінійної регресії є статистично значущим, в іншому випадку все навпаки.

7. Для оцінки статистичної значущості параметрів регресії та коефіцієнта кореляції перш за все слід провести оцінку їх дисперсії за формулами:

$$m_{b_0} = \sqrt{S_{\text{зал}}^2 \frac{\sum_{i=1}^n x_i^2}{n^2 \sigma_x^2}} \quad (4.9)$$

$$m_{b_1} = \sqrt{\frac{S_{\text{зал}}^2}{n \cdot \sigma_x^2}} \quad (4.10)$$



$$m_{r_{xy}} = \sqrt{\frac{1-r_{xy}^2}{n-2}} \quad (4.11)$$

Далі визначаємо розрахункові значення  $t$ -статистики Стьюдента для кожної з величин за формулами:

$$t_{b_0} = \frac{b_0}{m_{b_0}} \quad (4.12)$$

$$t_{b_1} = \frac{b_1}{m_{b_1}} \quad (4.13)$$

$$t_r = \frac{r_{xy}}{m_r} \quad (4.14)$$

Якщо розраховане значення  $t$ -статистики Стьюдента більше за табличне, то відповідна величина визнається статистично значущою. Табличне значення  $t$ -критерія Стьюдента можна знайти у табличному процесорі MsExcel за допомогою функції Стюдраспробр.

8. Для розрахунку довірчих інтервалів для кожного з параметрів парної лінійної регресії необхідно розрахувати відповідні граничні похибки за формулами:

$$\Delta_{b_0} = t_{\text{табл}} m_{b_0} \quad (4.15)$$

$$\Delta_{b_1} = t_{\text{табл}} m_{b_1} \quad (4.16)$$

Тоді довірчі інтервали можна записати так:

$$b_0 - \Delta_{b_0} \leq b_0 \leq b_0 + \Delta_{b_0} \quad (4.17)$$

$$b_1 - \Delta_{b_1} \leq b_1 \leq b_1 + \Delta_{b_1} \quad (4.18)$$

9. Для здійснення прогнозу спочатку необхідно знайти значення  $x_{np}$ . За умовою, воно має бути на 10% більше від максимального значення фактора  $x$ .

Для точкового прогнозу достатньо значення  $x_{np}$  підставити у формулу (3) і зробити відповідні обчислення (табл. 4.2):

Таблиця 4.2

Прогнозні значення

$X_{np} =$	114,17
$Y_{np} =$	74,23

\* Авторська розробка

Для інтервального прогнозу слід знайти оцінку дисперсії та відповідну граничну похибку за формулами:

$$m_{Y_p} = \sqrt{S_{\text{зал}}^2 \cdot \left(1 + \frac{1}{n} + \frac{(x_{\text{пр}} - \bar{x})^2}{n \cdot \sigma_x^2}\right)} \quad (4.19)$$

$$\Delta_{Y_p} = m_{Y_p} \cdot t_{\text{табл}} \quad (4.20)$$

Тоді інтервальний прогноз запишеться:

$$Y_{\text{пр}} - \Delta_{Y_p} \leq Y_{\text{пр}} \leq Y_p + \Delta_{Y_p} \quad (4.21)$$

На основі проведених розрахунків (Дод. А, Б), і беручи до уваги значущість коефіцієнта кореляції (табл. 4.3), ми можемо зробити висновок, що варто досліджувати лише, що високий рівень кореляції спостерігається між Темпом приросту кількості туристів, % ( $y$ ) та Темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, % ( $x$ ) для Чернівецької області.

Таблиця 4.3

Значущість коефіцієнта кореляції

Кореляція	Негативна	Позитивна
Відсутня	-0.09 до 0.0	0.0 до 0.09
Низька	-0.3 до -0.1	0.1 до 0.3
Середня	-0.5 до -0.3	0.3 до 0.5
Висока	-1.0 до -0.5	0.5 до 1.0

\* Авторська розробка

Зокрема, ми можемо зробити наступні висновки для побудованої функції залежності Темпу приросту кількості туристів від Темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок для Чернівецької області:

1) Результат проведених розрахунків у MSExcel подано в таблиці 4.4.

Таблиця 4.4

Копія робочого листа MsExcel з оцінками параметрів парної лінійної регресії (для прикладу -Чернівецька область)

№	xi	yi	xi*yi	xi <sup>2</sup>	Yi=b0+b1 xi
2011	0,01	-0,44	-0,005396242	0,000152436	-0,26
2012	-0,01	-0,47	0,002983557	3,94975E-05	-0,30
2013	0,10	-0,02	-0,002039501	0,010851067	-0,11
2014	-0,03	-0,11	0,003152487	0,000842291	-0,33
2015	0,26	-0,05	-0,014054292	0,067171636	0,15
2016	0,33	0,24	0,079959607	0,111347024	0,27
2017	0,12	0,05	0,005618187	0,013875388	-0,09
2018	0,27	0,45	0,123312505	0,073995072	0,17
2019	0,21	-0,08	-0,016632737	0,043261357	0,06
<b>Сер знач</b>	0,14	-0,05	0,02	0,04	-0,05
$\sigma^2$	0,015754924719	0,08			
<b>Коефіцієнти рівняння парної лінійної регресії</b>					
<b>b1=</b>	1,68	<b>b0=</b>	-0,29		
<b>Рівняння регресії:</b>		<b><math>y=-0,29+1,68x</math></b>			

\* Авторська розробка

Отже, отримано рівняння регресії:

$$y=-0,29+1,68x$$

Величину коефіцієнту  $b_1$  можна пояснити так: зі збільшенням темпів приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок на 1% темпи приросту кількості туристів збільшуються на 1,68 %.

2) Для побудови поля кореляції та графіку лінії регресії розрахуємо модельні значення за формулою. У розрахункову таблицю додамо ще один стовпчик. Результати розрахунків подано в таблиці 4.5 відповідно.

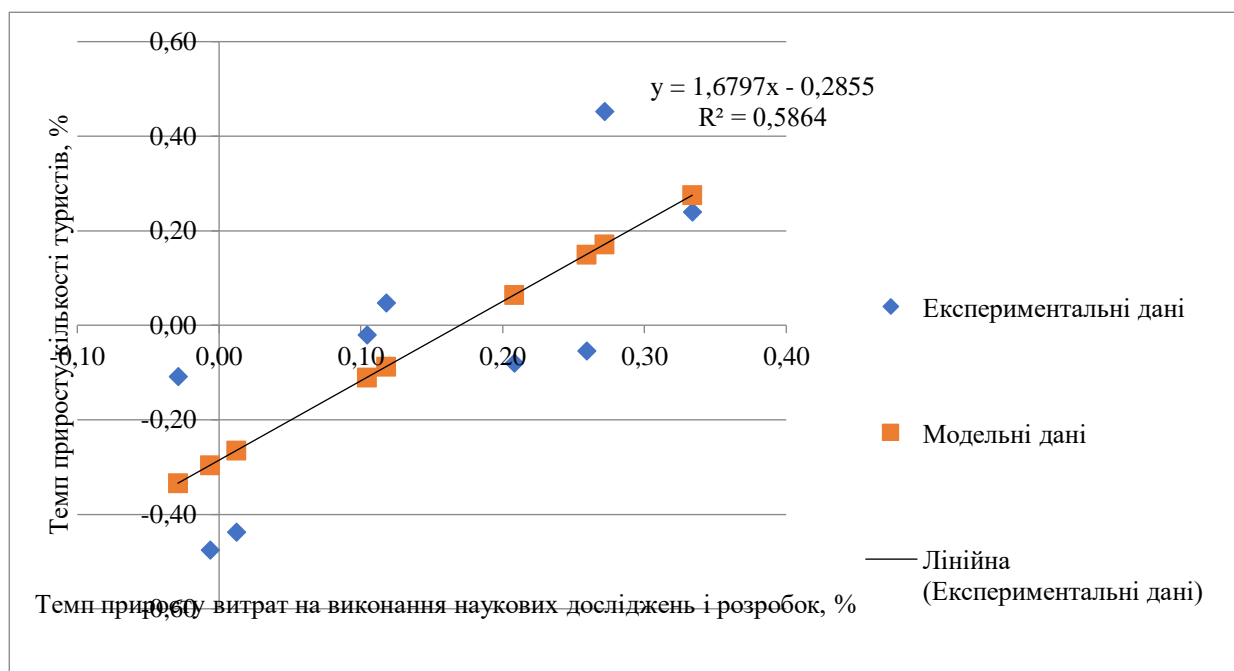
Таблиця 4.5

Копія робочого листа MsExcel з розрахунками модельних значень  $Y_i$  (стовпчик  $F$ )

№	$x_i$	$y_i$	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$Y_i = b_0 + b_1 x_i$
2011	0,01	-0,44	-0,005396242	0,000152436	-0,26
2012	-0,01	-0,47	0,002983557	3,94975E-05	-0,30
2013	0,10	-0,02	-0,002039501	0,010851067	-0,11
2014	-0,03	-0,11	0,003152487	0,000842291	-0,33
2015	0,26	-0,05	-0,014054292	0,067171636	0,15
2016	0,33	0,24	0,079959607	0,111347024	0,27
2017	0,12	0,05	0,005618187	0,013875388	-0,09
2018	0,27	0,45	0,123312505	0,073995072	0,17
2019	0,21	-0,08	-0,016632737	0,043261357	0,06
<b>Сер знач</b>	0,14	-0,05	0,02	0,04	-0,05
$\sigma^2$	0,015754924719	0,08			

\* Авторська розробка

Побудуємо кореляційне поле та графік модельних даних (рис. 4.1).



\* Авторська розробка

Рис. 4.1. Кореляційне поле та графік модельних даних

На рисунку 4.1. прямою лінією зображено модельні дані, а окремо розкидані точки є кореляційним полем

3) Для оцінки тісноти зв'язку між залежною змінною  $Y$  та незалежною змінною  $X$  використаємо коефіцієнт кореляції.

Таблиця 4.6

Копія робочого листа MsExcel з результатами розрахунків  
 $y^2$  (стовпчик G)

№	$x_i$	$y_i$	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$Y_i = b_0 + b_1 x_i$	$y_i^2$
2011	0,01	-0,44	-0,005396242	0,000152436	-0,26	0,191028
2012	-0,01	-0,47	0,002983557	3,94975E-05	-0,30	0,225372
2013	0,10	-0,02	-0,002039501	0,010851067	-0,11	0,000383
2014	-0,03	-0,11	0,003152487	0,000842291	-0,33	0,011799
2015	0,26	-0,05	-0,014054292	0,067171636	0,15	0,002941
2016	0,33	0,24	0,079959607	0,111347024	0,27	0,05742
2017	0,12	0,05	0,005618187	0,013875388	-0,09	0,002275
2018	0,27	0,45	0,123312505	0,073995072	0,17	0,2055
2019	0,21	-0,08	-0,016632737	0,043261357	0,06	0,006395
<b>Сер знач</b>	0,14	-0,05	0,02	0,04	-0,05	0,08
$\sigma^2$	0,015754924719	0,08				
<b>Коефіцієнти рівняння парної лінійної регресії</b>						
<b><math>b_1 =</math></b>	1,68	<b><math>b_0 =</math></b>	-0,29			
<b>Рівняння регресії:</b>			<b><math>y = -0,29 + 1,68x</math></b>			
$r_{xy} =$	0,77		<b><math>R^2 =</math></b>	0,59	<b><math>\bar{A} =</math></b>	185,16

\* Авторська розробка

Таблиця 4.7

Загальний результат всіх розрахунків

№	$x_i$	$y_i$	$x_i \cdot y_i$	$x_i^2$	$Y_i = b_0 + b_1 x_i$	$y_i^2$	$A_i$	$(y_i - \bar{y})^2$	$(Y_i - \bar{Y})^2$	$(y_i - Y_i)^2$
2011	0,01	-0,44	-0,005396242	0,000152436	-0,26	0,191028	0,39	0,15	0,05	0,03
2012	-0,01	-0,47	0,002983557	3,94975E-05	-0,30	0,225372	0,38	0,18	0,06	0,03
2013	0,10	-0,02	-0,002039501	0,010851067	-0,11	0,000383	4,65	0,00	0,00	0,01
2014	-0,03	-0,11	0,003152487	0,000842291	-0,33	0,011799	2,08	0,00	0,08	0,05
2015	0,26	-0,05	-0,014054292	0,067171636	0,15	0,002941	3,76	0,00	0,04	0,04
2016	0,33	0,24	0,079959607	0,111347024	0,27	0,05742	0,15	0,08	0,10	0,00
2017	0,12	0,05	0,005618187	0,013875388	-0,09	0,002275	2,84	0,01	0,00	0,02
2018	0,27	0,45	0,123312505	0,073995072	0,17	0,2055	0,62	0,25	0,05	0,08
2019	0,21	-0,08	-0,016632737	0,043261357	0,06	0,006395	1,80	0,00	0,01	0,02
<b>Сер знач</b>	0,14	-0,05	0,02	0,04	-0,05	0,08	1,85			
$\sigma^2$	0,015754924719	0,08								
<b>Коефіцієнти рівняння парної лінійної регресії</b>										
<b><math>b_1 =</math></b>	1,68	<b><math>b_0 =</math></b>	-0,29							
<b>Рівняння регресії:</b>			<b><math>y = -0,29 + 1,68x</math></b>							
$r_{xy} =$	0,77		<b><math>R^2 =</math></b>	0,59	<b><math>\bar{A} =</math></b>	185,16	<b><math>\bar{E} =</math></b>	-4,93		
<b>Компонент дисперсії</b>		<b>Сума квадратів</b>	<b>Кількість ступенів свободи</b>	<b>Дисперсія на одну ступінь свободи</b>		<b>Fрозрах</b>	9,92			
Загальна		0,68	8	0,09		<b>Fтабл</b>	4,75			
Факторна		0,40	1	0,40						
Залишкова		0,28	7	0,04						
<b><math>m_{b_0} =</math></b>	0,10	<b><math>t_{b_0} =</math></b>	-2,83	<b><math>\Delta b_0 =</math></b>		0,24				
<b><math>m_{b_1} =</math></b>	0,53	<b><math>t_{b_1} =</math></b>	3,15	<b><math>\Delta b_1 =</math></b>		1,26				
<b><math>m_r =</math></b>	0,24	<b><math>t_r =</math></b>	3,15				-0,52	<b><math>s_{b_0 \leq}</math></b>	-0,05	
		<b><math>t_{табл} =</math></b>	2,36				0,42	<b><math>s_{b_1 \leq}</math></b>	2,94	
<b><math>\chi_{пр} =</math></b>	0,367055716	<b><math>\Delta y =</math></b>	4,25				-3,92	<b><math>s_{\Delta y \leq}</math></b>	4,58	
<b><math>Y_{пр} =</math></b>	0,33									
<b><math>m_y =</math></b>	1,80									

\* Авторська розробка

Додамо у таблицю ще один стовпчик і здійсимо відповідні розрахунки, результат яких зображено в таблиці 4.6. Загальний результат всіх розрахунків подано в таблиці 4.7.

В цей же час, як ми можемо спостерігати на таблиці 4.7, коефіцієнт кореляції  $r_{xy} = 0,77$ , що свідчить про прямий досить тісний зв'язок між змінними  $x$  та  $y$ .

4. Проведемо оцінку якості побудованої моделі.

За розрахунками, коефіцієнт детермінації  $R^2 = 0,59$ . Це означає, що 59% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є досить прийнятним для подальшого дослідження моделі.

Середня помилка апроксимації  $\bar{A} = 185,16\%$ , що більше за 10%. Однак, враховуючи задовільне значення коефіцієнта детермінації, подальшу оцінку і дослідження отриманого рівняння парної лінійної регресії варто продовжити.

5. У наших розрахунках коефіцієнт еластичності  $E = -4,93$ . Цей результат можна розтлумачити так: при відхиленні фактора  $x$  (темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок) на 1% від свого середнього значення результат  $y$  (темп приросту кількості туристів) у середньому по сукупності відхилиться на 4,93% від своєї середньої величини.

6. Результат розрахунку величин для дисперсійного аналізу за даними нашого прикладу наведено у табл. 4.8.

Таблиця 4.8

Таблиця дисперсійного аналізу

Компонент дисперсії	Сума квадратів	Кількість ступенів свободи	Дисперсія на одну ступінь свободи
Загальна	0,68	8	0,09
Факторна	0,40	1	0,40
Залишкова	0,28	7	0,04

\* Авторська розробка

Так як  $F_{розр} \geq F_{табл}$  ( $9,92 > 4,75$ ), то рівняння парної лінійної регресії є статистично значущим.

7. Так як всі розраховані значення t-статистики більші за табличне значення (2,36), то коефіцієнти парної лінійної регресії і коефіцієнт кореляції не випадково відрізняються від нуля і є статистично значущими.

8. Так як  $\Delta_{b0}=0,24$  та  $\Delta_{b1}=1,26$ , відповідні довірчі інтервали запишуться так (табл. 4.9):

Таблиця 4.9

Довірчі інтервали

-0,52	$\leq b_0 \leq$	-0,05
0,42	$\leq b_1 \leq$	2,94

9. Для здійснення прогнозу спочатку необхідно знайти значення  $x_{np}$ . За умовою, воно має бути на 10% більше від максимального значення фактора  $x$ .

Для точкового прогнозу достатньо значення  $x_{np}$  підставити у формулу (3) і зробити відповідні обчислення (табл 4.10):

Таблиця 4.10

Прогнозні значення

$x_{np} =$	0,37
$y_{np} =$	0,33

\* Авторська розробка

З проведених розрахунків можна зробити такі висновки:

1) прогнозне значення Темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок,  $x_{np} = 0,37\%$ ;

2) точковий прогноз зростання Темпу приросту кількості туристів,  $y_{np} = 0,33$ ;

3) гранична похибка прогнозу Темпу приросту кількості туристів у 95% випадків не буде перевищувати  $\Delta Y = 4,25\%$ ;

4) здійснений прогноз росту Темпу приросту кількості туристів з ймовірністю  $p = 0,95$  буде знаходитися в межах від  $-3,92\%$  до  $4,58\%$ .

#### *4.1.2 Методологічні підходи до визначення рівня конкурентоспроможності регіональних ринків туристичних послуг методом рейтингування*

Для оцінки конкурентоспроможності туристичних ринків Західного регіону було прийнято рішення про використання методологічних підходів реалізації моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики, з вдосконаленням ще кількома групами показників.

Моніторинг та оцінку соціально-економічного розвитку досліджуваних регіонів було проведено на підставі наявних офіційних статистичних даних, інформації центральних органів виконавчої влади, обласних держадміністрацій за показниками, зазначеними у Додатках А, Б, В.

Оцінка розвитку регіональних ринків туристичних послуг здійснювалася шляхом розрахунків рейтингової оцінки (ранжування) регіональних ринків туристичних послуг за кожним напрямом та розрахунку загальної рейтингової оцінки в цілому за всіма напрямами.

Рейтингову оцінку було проведено шляхом порівняння відхилення значень показників за кожним конкретним регіональним ринком туристичних послуг від їх найкращих значень за регіонами за відповідний (звітний) період та відповідне ранжування регіонів від 1-го до 27-го місця (кількість областей України, АР Крим, м. Київ, м. Севастополь).

Рейтингова оцінка проводиться на основі підрахунку відносних відхилень показників кожного регіону від максимальних та мінімальних значень таких показників інших регіонів за наступною формулою:



$$R_j = \sum_{i=1}^n \frac{X_{maxi} - X_{ij}}{X_{maxi} - X_{mini}} + \sum_{i=1}^n \frac{X_{ij} - X_{mini}}{X_{maxi} - X_{mini}} \quad (4.22)$$

де  $R_j$  - сума рейтингових оцінок конкретного регіону за кожним з показників, що характеризують окремий напрям діяльності;

$x_{ij}$  - значення  $i$ -го показника  $j$ -го регіону;

$x_{max i}$  - максимальне значення  $i$ -го показника;

$x_{min i}$  - мінімальне значення  $i$ -го показника.

Перша частина формули використовується для оцінки показників, підвищення яких має позитивне значення (наприклад, обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення); друга частина - для оцінки показників, підвищення яких має негативне значення (наприклад, сума заборгованості з виплати заробітної плати).

Визначення середнього арифметичного значення суми рейтингових оцінок конкретного регіону за всіма показниками щорічної оцінки, що характеризують окремий напрям діяльності, здійснюється за формулою:

$$R_{cpj} = \frac{R_j}{n}, \quad (4.23)$$

де  $R_{cpj}$  - середнє арифметичне суми рейтингів конкретного регіону за всіма показниками окремого напрямку;

$n$  - кількість показників, за якими проводився розрахунок за окремим напрямом.

За результатами розрахунків визначається інтегральна рейтингова оцінка як середнє арифметичне значення суми рейтингових оцінок конкретного регіону за всіма напрямками за формулою:

$$I_j = \frac{\sum_1^m R_{cpj}}{m}, \quad (4.24)$$

де  $I_j$  - середнє арифметичне суми рейтингів конкретного регіону за всіма напрямками;

$m$  - кількість напрямів, за якими проведено розрахунок.

Що стосується туристичних ринків західного регіону, то, на нашу думку, їх конкурентоспроможність варто оцінювати комплексно, виходячи з двох груп показників:

- показники туристичного ринку;
- показники розвитку регіону загалом.

До показників туристичного ринку відносяться статистичні дані в розрізі регіонів, наведені в щорічних довідниках «Туристична діяльність в Україні».

Проте, щоб нівелювати вплив масштабів ринку, у своєму дослідженні ми використали відносні показники, скоригувавши статистичні дані відносно загальноукраїнського показника. А саме:

- питома вага кількості суб'єктів туристичної діяльності (юр. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага кількості суб'єктів туристичної діяльності (фопи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага середньооблікової кількості штатних працівників (юр. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага середньооблікової кількості штатних працівників (ФОПи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага середньооблікової кількості штатних працівників (юр. особи), які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага середньооблікової кількості штатних працівників (фіз. особи), які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага доходу від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) (юр. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага доходу від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) (фіз. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага кількості реалізованих туроператорами туристичних путівок (юр. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага кількості реалізованих населенню турагентами туристичних путівок (фіз. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага вартості реалізованих туроператорами туристичних путівок (юр. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага вартості реалізованих населенню турагентами туристичних путівок (фіз. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага кількості туристів, обслугованих турагентами (фіз. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами (юр. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага кількості туроднів за реалізованими туроператорами туристичними путівками в Україні (юр. особи) регіону до загальноукраїнського показника;

- питома вага кількості туроднів за реалізованими турагентами туристичними путівками (фіз. особи) регіону до загальноукраїнського показника.

## 4.2. Оцінка залежності регіональних ринків туристичних послуг від інноваційно-інвестиційних чинників

### 4.2.1. Соціально-економічні особливості регіональних ринків туристичних послуг

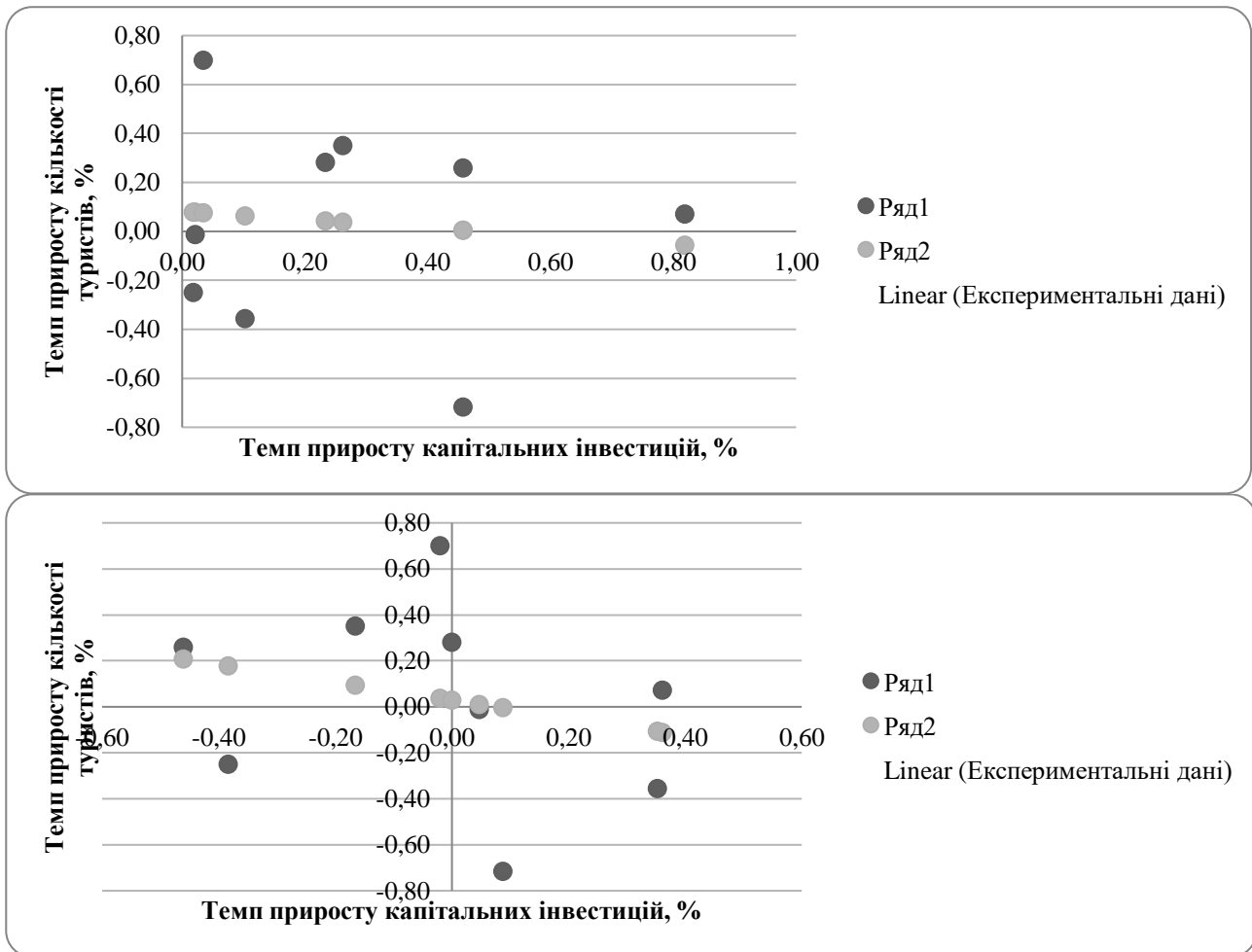
Волинська область. Як можемо переконатися з таблиці 4.11, протягом 2010-2019 років кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами у Волинській області зменшилася майже на 47 % (з 52041 осіб до 27403 осіб) (табл. 4.11).

Таблиця 4.11

Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Волинській області протягом 2010-2019 рр., [37]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	Капітальні інвестиції, тис. грн	Витрати на виконання наукових досліджень і розробок - усього, тис. грн	Темп приросту кількості туристів, %	Темп приросту капітальних інвестицій, %	Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %
1	2	3	4	5	6	7
2010	52041	1766967	17356,9			
2011	14657	2577117	18884,4	-0,72	0,46	0,09
2012	19789	3254394	15769,9	0,35	0,26	-0,16
2013	19490	3327142	16521	-0,02	0,02	0,05
2014	14593	3389726	10188,4	-0,25	0,02	-0,38
2015	15620	6166812	13873,9	0,07	0,82	0,36
2016	26526	6384165	13604,1	0,70	0,04	-0,02
2017	17047	7041881	18414,9	-0,36	0,10	0,35
2018	21807	8687043	18434,7	0,28	0,23	0,00
2019	27403	12663952	9948,3	0,26	0,46	-0,46

\* Побудовано та систематизовано авторами на основі додатків А та Б.

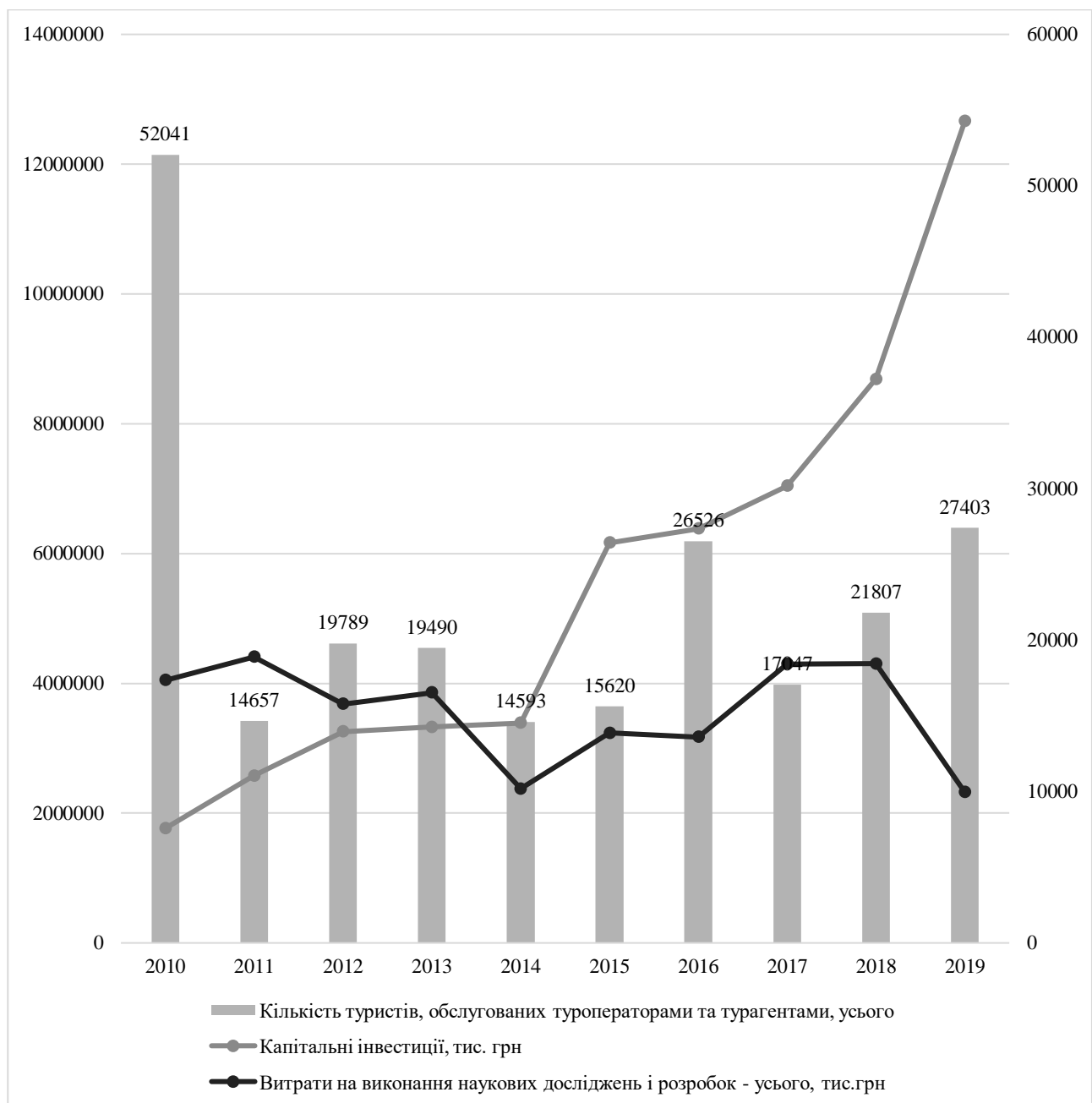


\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.2 Кореляційне поле та графік модельних даних при розрахунку показників по Волинській області

В свою чергу, спираючись на проведене нами дослідження з метою визначення кореляційного поля та графіку модельних даних при розрахунку показників по Волинській області було визначено, що динаміка витрат на виконання наукових досліджень і розробок демонструвала практично ідентичну низхідну динаміку (-43%). В той же час, обсяг капітальних інвестицій навпаки зріс в понад 6 разів (рис. 4.2).

Тобто ми можемо припустити, що розвиток ринку туристичних послуг у Волинській області *не залежить від інвестиційних чинників*, а вплив інноваційного фактору варто додатково досліджувати, щоб зробити відповідні висновки.



*\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.*

Рис. 4.3. Динаміка кількості туристів, обслужованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Волинській області протягом 2010-2019 рр., [37]

*Хмельницька область.* Як можемо переконатися з таблиці 4.12, протягом 2010-2019 років кількість туристів, обслужованих туроператорами та турагентами у Хмельницькій області зменшилася майже на 54 % (з 59806 осіб до 27613 осіб).

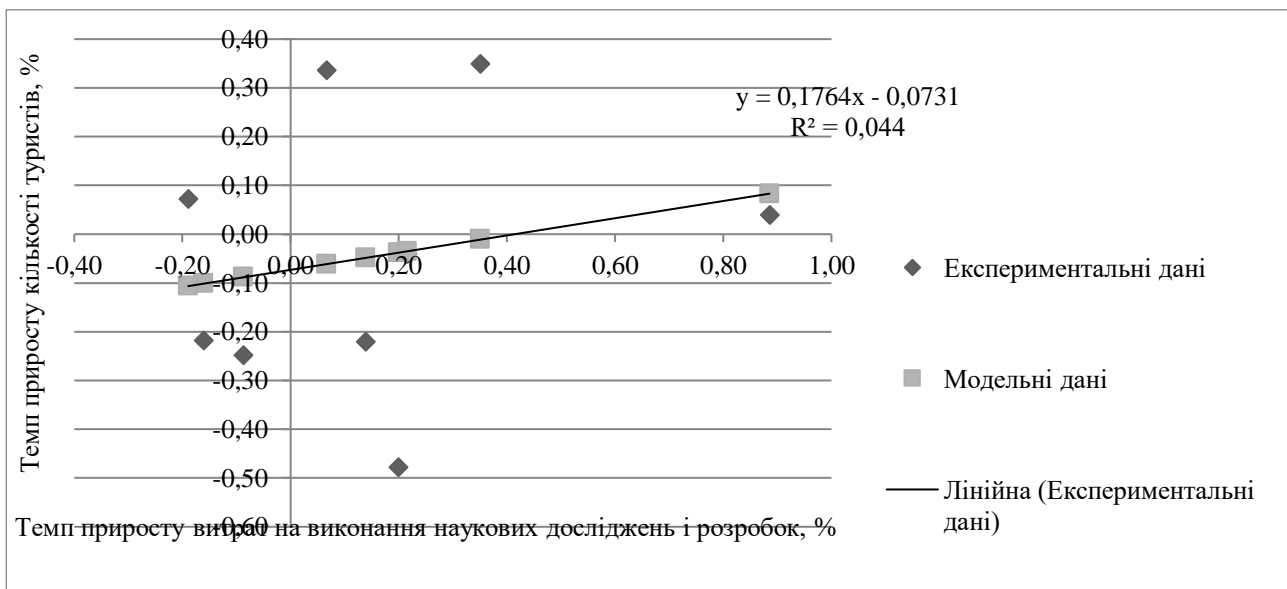
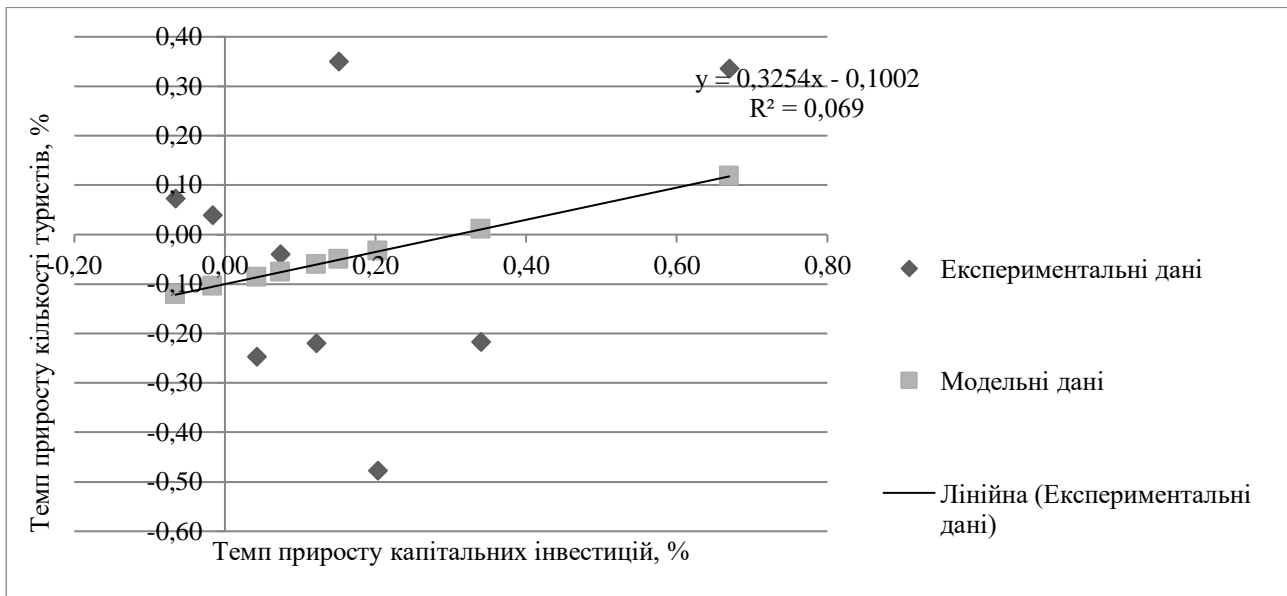
Таблиця 4.12

Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Хмельницькій області протягом 2010-2019 рр., [43]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	Капітальні інвестиції, тис. грн	Витрати на виконання наукових досліджень і розробок - усього, тис. грн	Темп приросту кількості туристів, %	Темп приросту капітальних інвестицій, %	Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %
1	2	3	4	5	6	7
2010	59 806	2947584	6164			
2011	31 212	3546804	7389,8	-0,48	0,20	0,20
2012	32 437	3489339	13932,6	0,04	-0,02	0,89
2013	24 402	3637605	12715,5	-0,25	0,04	-0,09
2014	19 027	4078277	14485,8	-0,22	0,12	0,14
2015	25 416	6809321	15445,1	0,34	0,67	0,07
2016	19 885	9123259	12959,2	-0,22	0,34	-0,16
2017	26 829	10499875	17510	0,35	0,15	0,35
2018	25 738	11274895	21286,9	-0,04	0,07	0,22
2019	27 613	10534118	17254,7	0,07	-0,07	-0,19

\* Побудовано та систематизовано автором на основі додатків А та Б.

В свою чергу, спираючись на проведені нами дослідження з метою визначення кореляційного поля та графіку модельних даних при розрахунку показників по Волинській області було визначено, динаміка витрат протягом 2010-2019 років на виконання наукових досліджень і розробок (зросла у 1,8 раза) та обсягу капітальних інвестицій (зросла у 2,6 раза) демонструвала ідентичну висхідну динаміку (рис. 4.4).

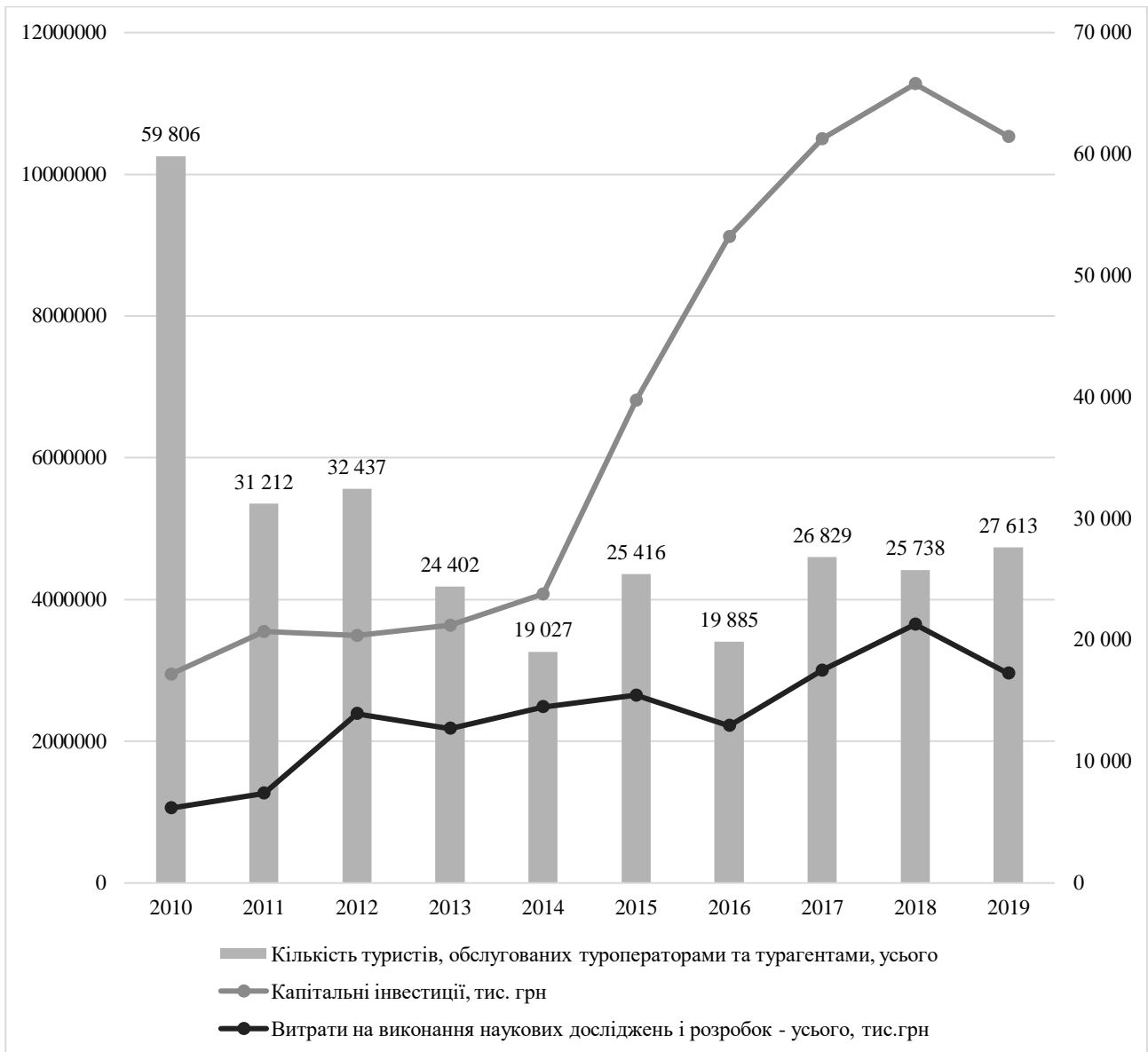


\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.4 Кореляційне поле та графік модельних даних при розрахунку показників по Хмельницькій області

Тобто ми можемо припустити, що розвиток ринку туристичних послуг у Хмельницькій області залежить від інноваційно-інвестиційних чинників, однак це варто додатково досліджувати.





*\* Авторська розробка*

Рис. 4.5. Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Хмельницькій області протягом 2010-2019 рр., [43]

Львівська область. Як можемо перекопатися з таблиці 4.13, протягом 2010-2019 років кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами у Львівській області зростає понад в 3 рази (з 79695 осіб до 249442 осіб).

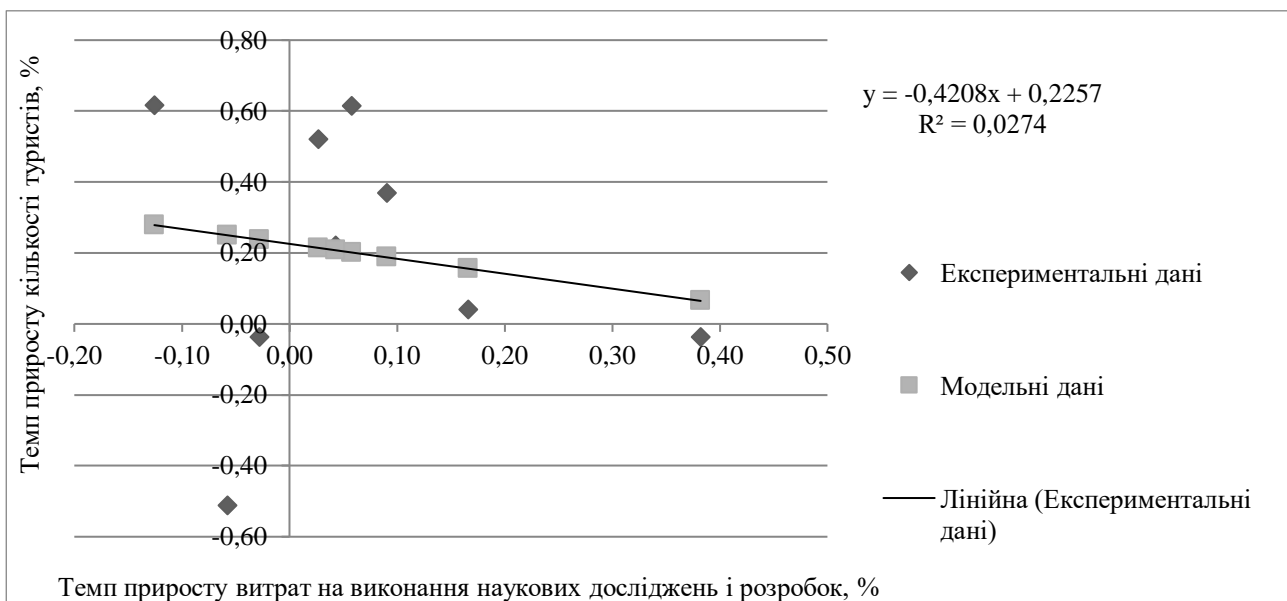
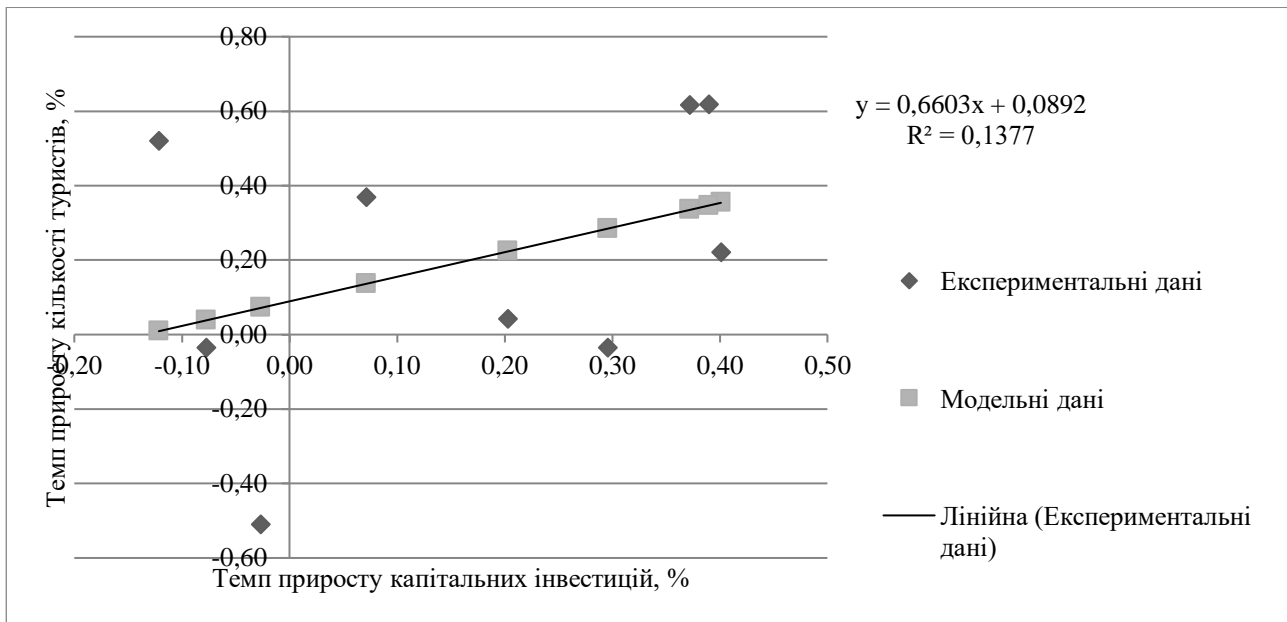
Таблиця 4.13

Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Львівській області протягом 2010-2019 рр., [40]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	Капітальні інвестиції, тис. грн	Витрати на виконання наукових досліджень і розробок - усього, тис. грн	Темп приросту кількості туристів, %	Темп приросту капітальних інвестицій, %	Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %
1	2	3	4	5	6	7
2010	79 695	8 830,20	291877			
2011	128 709	12 114,00	308666	0,62	0,37	0,06
2012	124 013	11 173,30	300107	-0,04	-0,08	-0,03
2013	188 520	9 816,70	308121	0,52	-0,12	0,03
2014	92 128	9 555,00	290363	-0,51	-0,03	-0,06
2015	112 472	13 386,50	302826	0,22	0,40	0,04
2016	181 827	18 605,20	264800	0,62	0,39	-0,13
2017	175 150	24 105,90	366000	-0,04	0,30	0,38
2018	182 255	28 995,50	426800	0,04	0,20	0,17
2019	249 442	31 061,50	465500	0,37	0,07	0,09

\* Побудовано та систематизовано авторами на основі додатків А та Б.

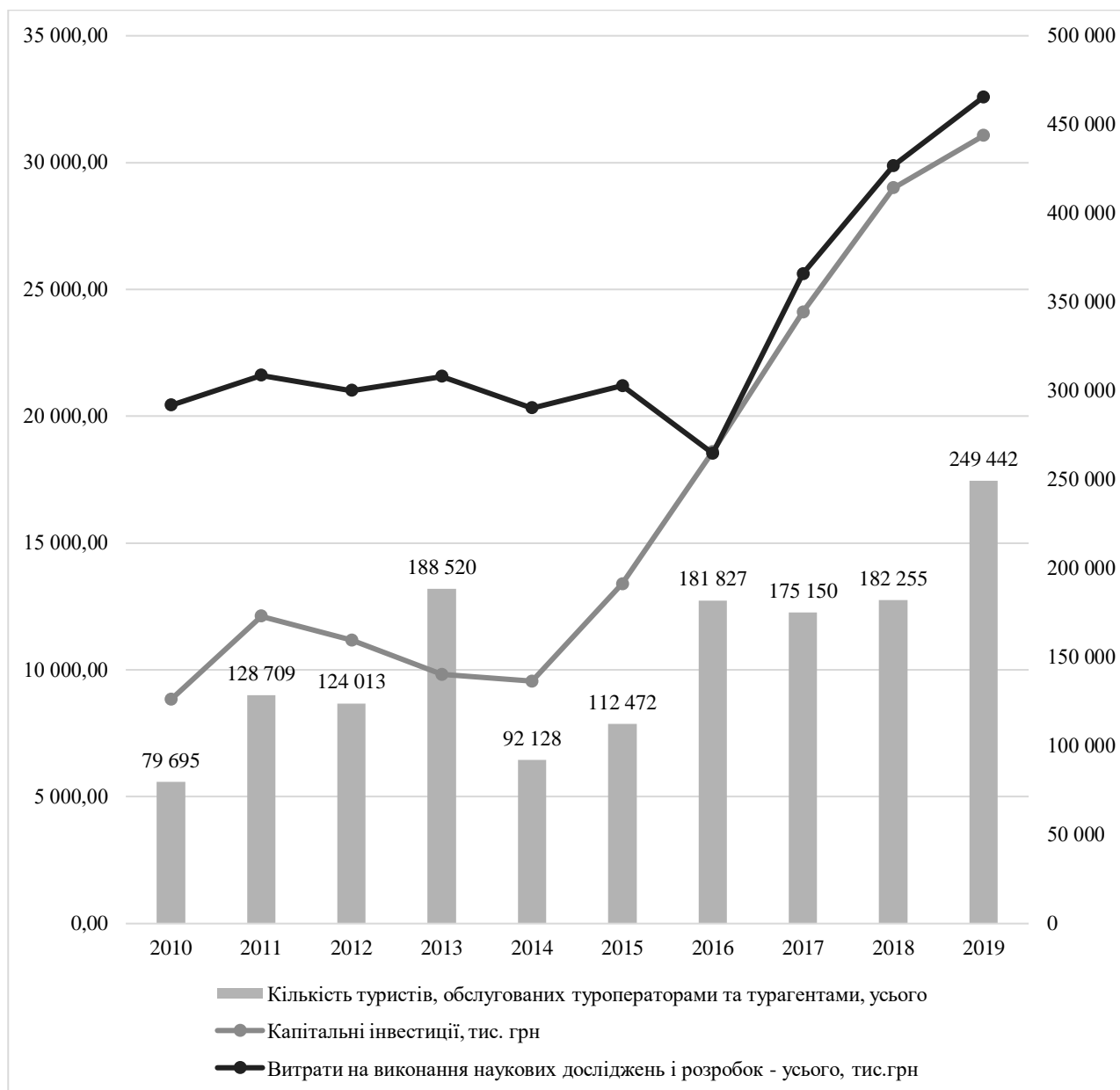
В свою чергу, спираючись на проведене нами дослідження з метою визначення кореляційного поля та графіку модельних даних при розрахунку показників по Волинській області було визначено, що динаміка витрат протягом 2010-2019 років на виконання наукових досліджень і розробок (зросла у 1,6 раза) та обсягу капітальних інвестицій (зросла у 3,5 раза) демонструвала ідентичну висхідну динаміку (рис. 4.6).



*\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.*

Рис. 4.6. Кореляційне поле та графік модельних даних при розрахунку показників по Львівській області

Тобто ми можемо припустити, що розвиток ринку туристичних послуг у Львівській області залежить від інноваційно-інвестиційних чинників, однак це варто додатково досліджувати.



*\* Авторська розробка*

Рис. 4.7. Динаміка кількості туристів, обслужованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Львівській області протягом 2010-2019 рр., [40]

*Чернівецька область.* Як можемо перекопати з таблиці 4.14, протягом 2010-2019 років кількість туристів, обслужованих туроператорами та турагентами у Чернівецькій області зменшилася на 58% (з 64084 осіб до 27198 осіб).

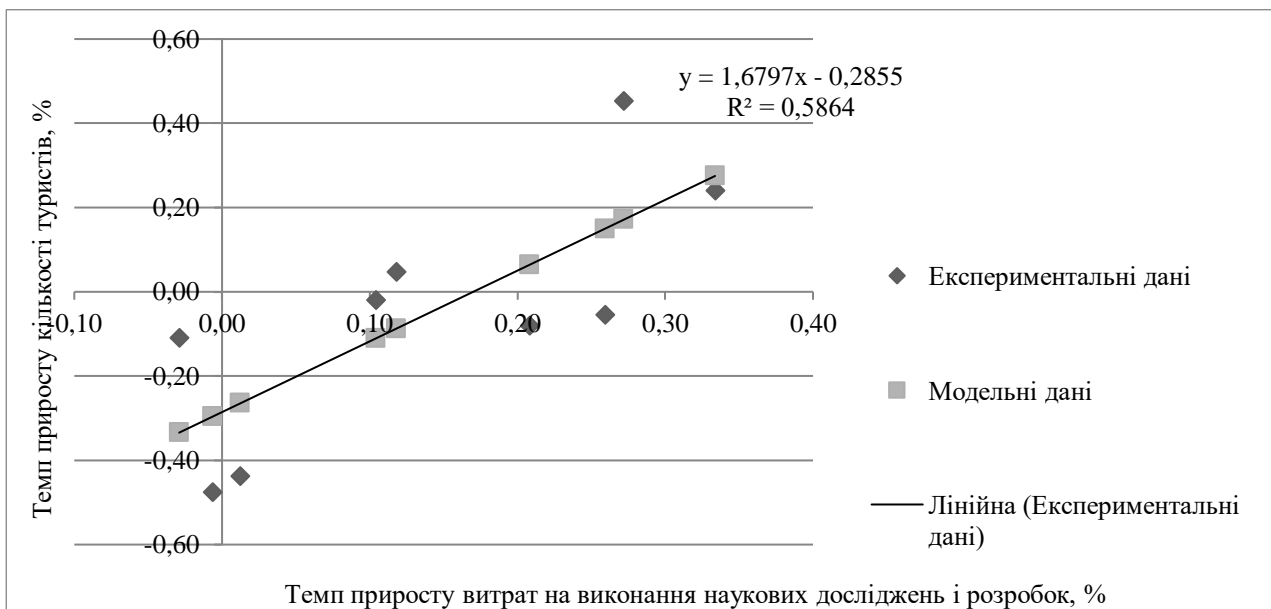
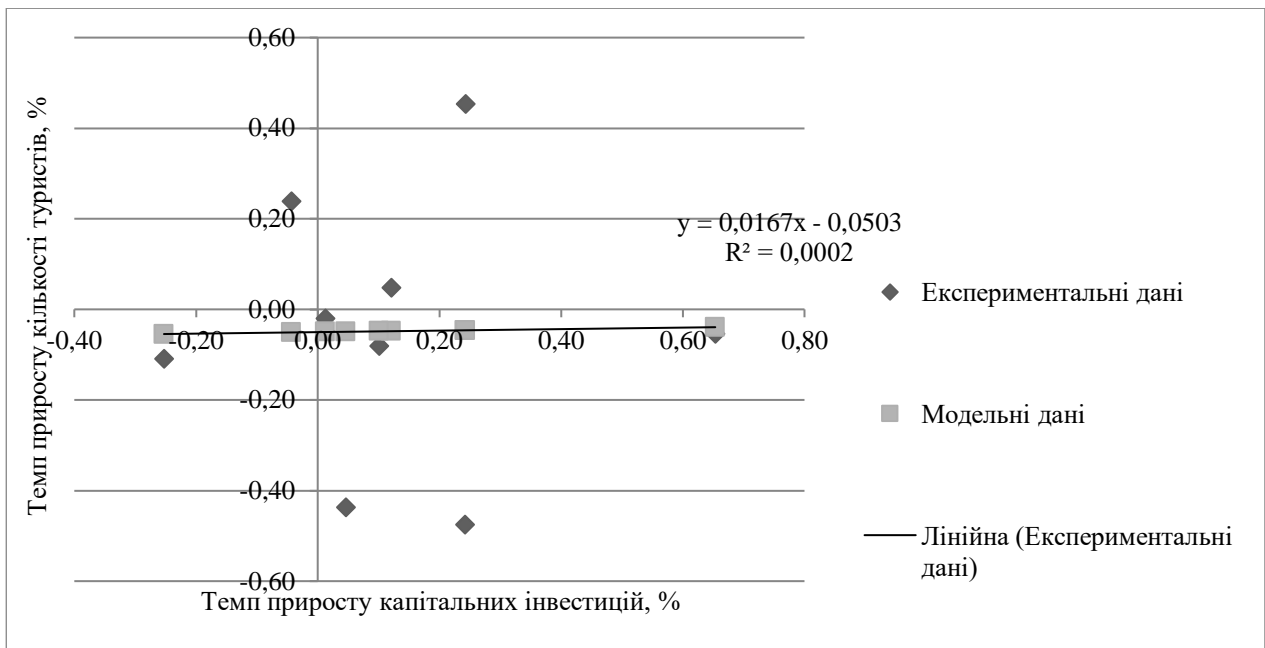
Таблиця 4.14

Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Чернівецькій області протягом 2010-2019 рр., [44]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	Капітальні інвестиції, тис. грн	Витрати на виконання наукових досліджень і розробок - усього, тис.грн	Темп приросту кількості туристів, %	Темп приросту капітальних інвестицій, %	Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %
1	2	3	4	5	6	7
2010	64084	1714677	33588,5			
2011	36075	1794320	34003,2	-0,44	0,05	0,01
2012	18949	2229278	33789,5	-0,47	0,24	-0,01
2013	18578	2257350	37309,3	-0,02	0,01	0,10
2014	16560	1686948	36226,5	-0,11	-0,25	-0,03
2015	15662	2789194	45615,5	-0,05	0,65	0,26
2016	19415	2668813	60836,8	0,24	-0,04	0,33
2017	20341	2992111	68003	0,05	0,12	0,12
2018	29562	3720598	86501,2	0,45	0,24	0,27
2019	27198	4096834	104492,9	-0,08	0,10	0,21

\* Побудовано та систематизовано автором на основі додатків А та Б.

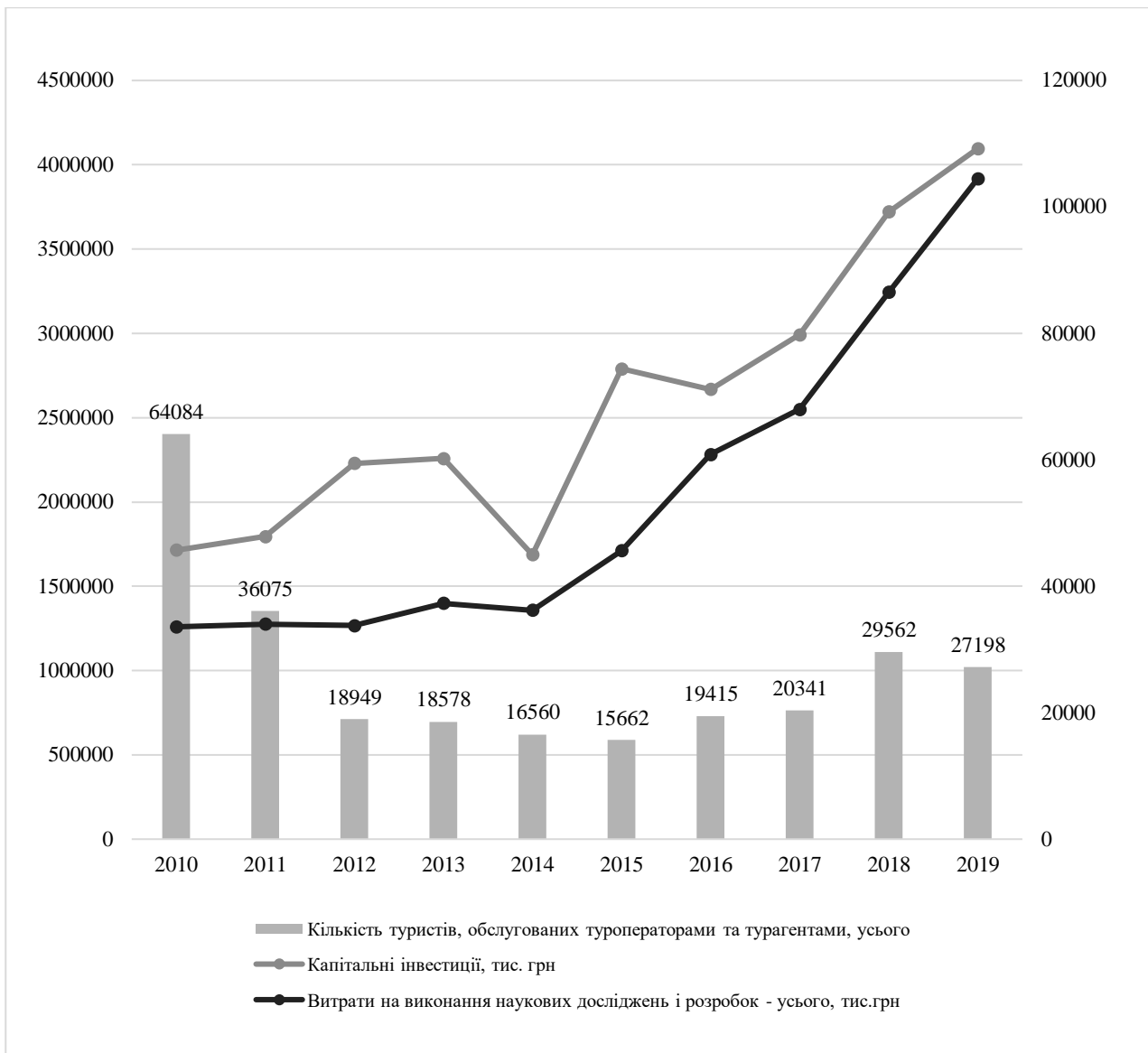
В свою чергу, спираючись на проведені нами дослідження з метою визначення кореляційного поля та графіку модельних даних при розрахунку показників по Волинській області було визначено, що динаміка витрат протягом 2010-2019 років на виконання наукових досліджень і розробок (зросла у 2,1 раза) та обсягу капітальних інвестицій (зросла у 1,4 раза) демонструвала низхідну динаміку (рис.4.8).



\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.8. Кореляційне поле та графік модельних даних при розрахунку показників по Чернівецькій області

Тобто ми можемо припустити, що розвиток ринку туристичних послуг у Чернівецькій області не залежить від інноваційно-інвестиційних чинників, однак це варто додатково досліджувати.



\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.9 Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Чернівецькій області протягом 2010-2019 рр., [44]

*Закарпатська область.* Як можемо переконатися з таблиці 4.15, протягом 2010-2019 років кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами у Закарпатській області зменшилася на 46% (з 52080 осіб до 28044 осіб).

Таблиця 4.15

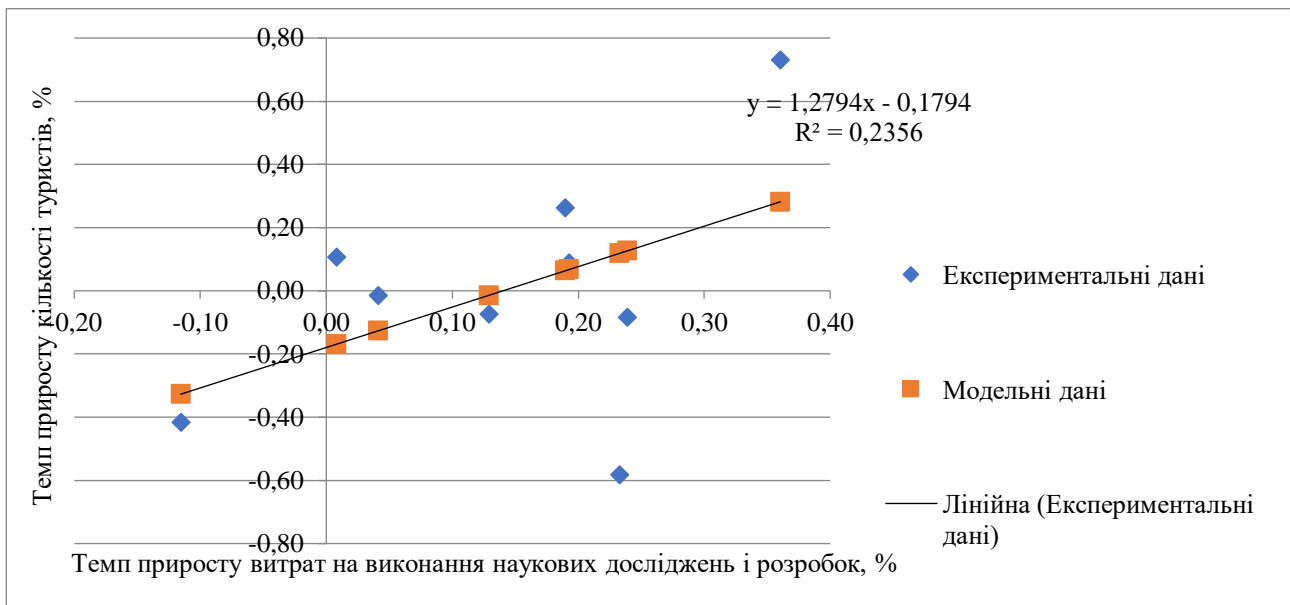
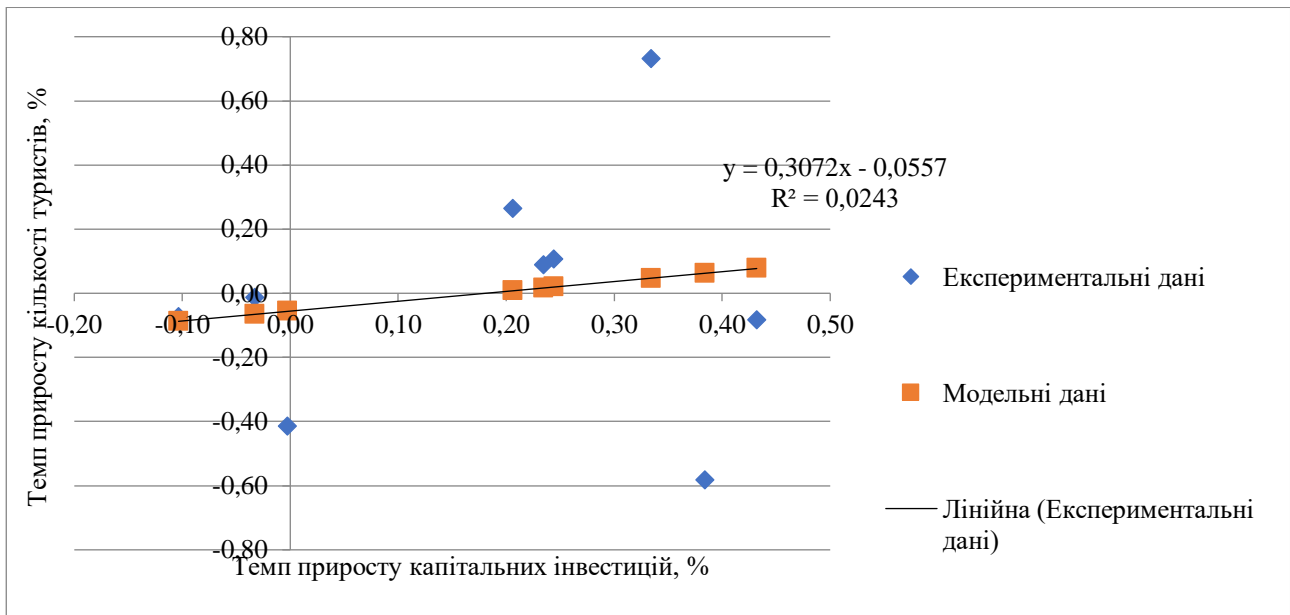
Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Закарпатській області протягом 2010-2019 рр., [38]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	Капітальні інвестиції, тис. грн	Витрати на виконання наукових досліджень і розробок - усього, тис. грн	Темп приросту кількості туристів, %	Темп приросту капітальних інвестицій, %	Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %
1	2	3	4	5	6	7
2010	52080	2205374	24500			
2011	21773	3051927	30200	-0,58	0,38	0,23
2012	20180	2736109	34100	-0,07	-0,10	0,13
2013	19892	2645793	35500	-0,01	-0,03	0,04
2014	11625	2638670	31400	-0,42	0,00	-0,12
2015	10656	3778415	38900	-0,08	0,43	0,24
2016	11601	4662988	46400	0,09	0,23	0,19
2017	14652	5623663	55200	0,26	0,21	0,19
2018	25348	7500586	75100	0,73	0,33	0,36
2019	28044	9330284	75700	0,11	0,24	0,01

\* Побудовано та систематизовано автором на основі додатків А та Б.

В свою чергу, спираючись на проведене нами дослідження з метою визначення кореляційного поля та графіку модельних даних при розрахунку показників по Волинській області було визначено, що динаміка витрат протягом 2010-2019 років на виконання наукових досліджень і розробок (зросла у 2,1 рази) та обсягу капітальних інвестицій (зросла у 3,2 рази) демонструвала низхідну динаміку (рис. 4.10).

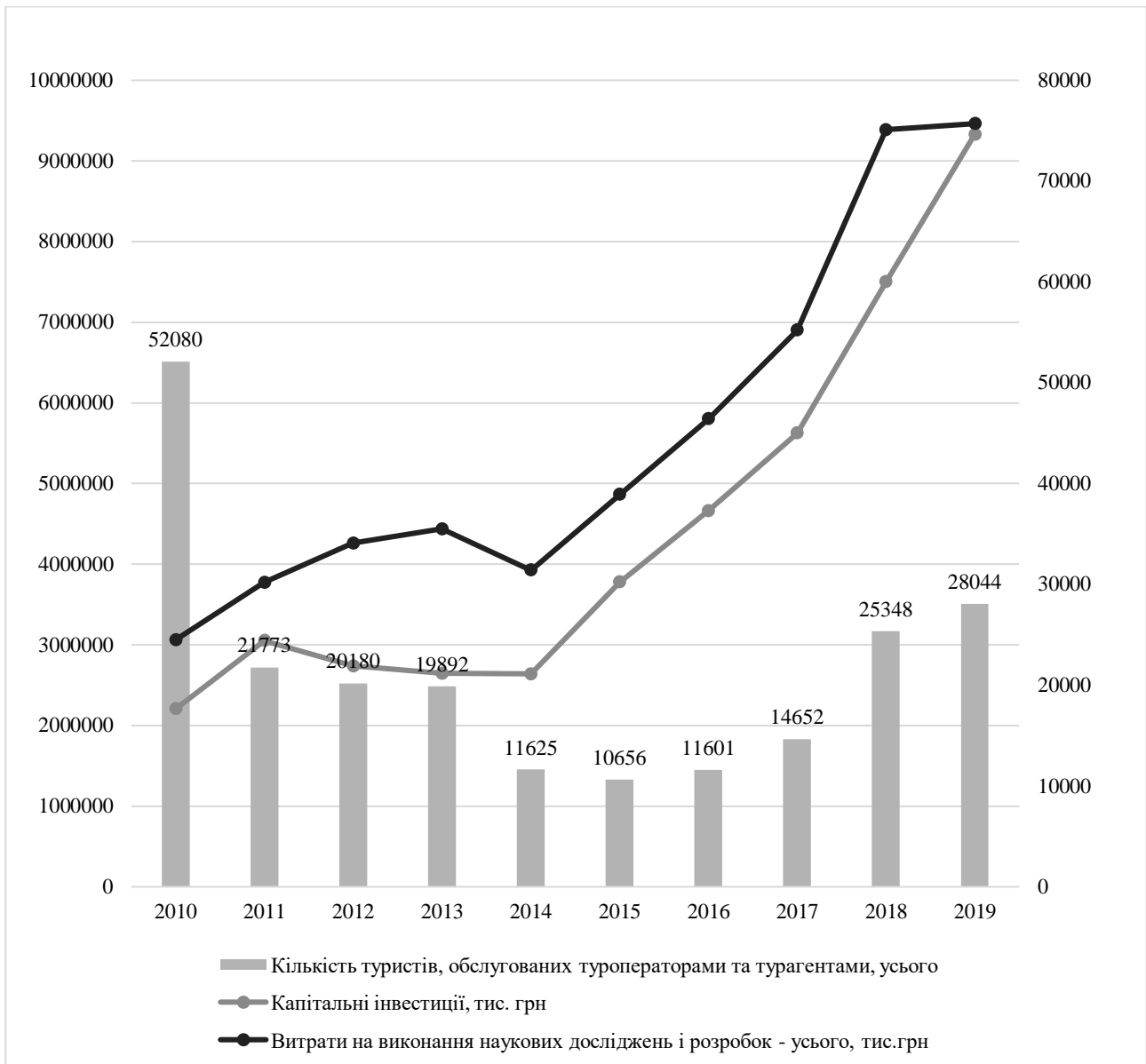




\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.10. Кореляційне поле та графік модельних даних при розрахунку показників по Закарпатська області

Тобто ми можемо припустити, що розвиток ринку туристичних послуг у Закарпатській області *не залежить від інноваційно-інвестиційних чинників*, однак це варто додатково досліджувати.



\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.11. Динаміка кількості туристів, обслужованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Закарпатській області протягом 2010-2019 рр., [38]

*Івано-Франківська область.* Як можемо переконатися з таблиці 4.16, протягом 2010-2019 років кількість туристів, обслужовуваних туроператорами та турагентами в Івано-Франківській області зростає на 19% (з 53333 осіб до 63545 осіб).

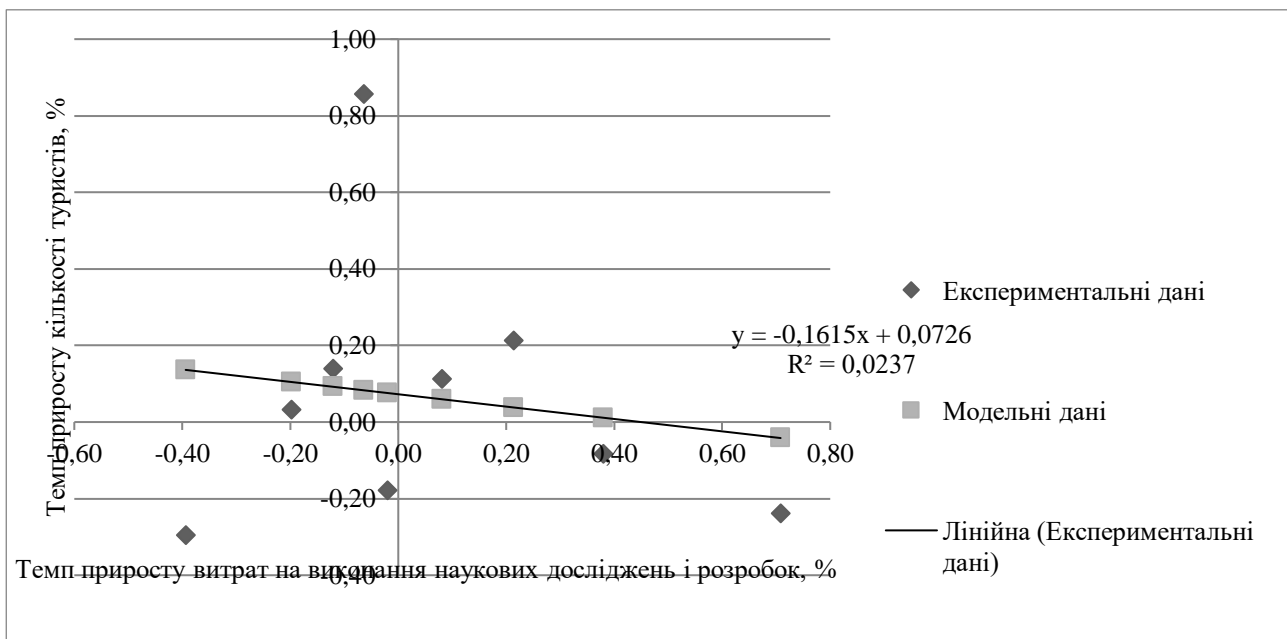
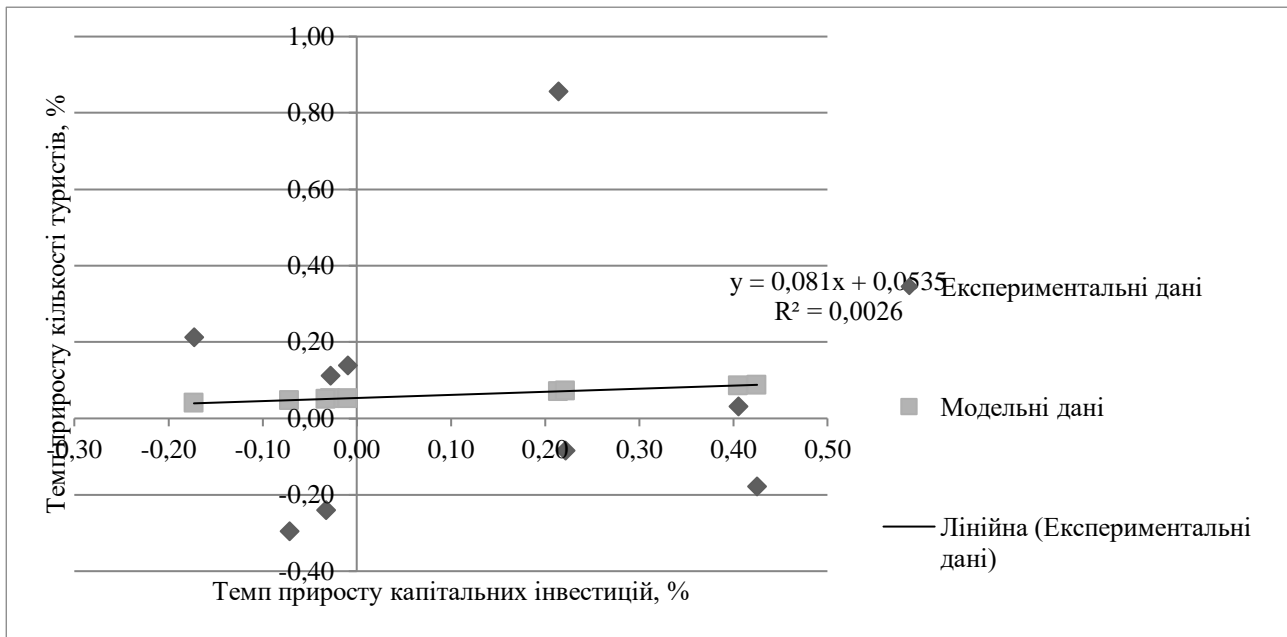
Таблиця 4.16

Динаміка кількості туристів, обслужованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок в Івано-Франківській області протягом 2010-2019 рр., [39]

Роки	Кількість туристів, обслужованих туроператорами та турагентами, усього	Капітальні інвестиції, тис. грн	Витрати на виконання наукових досліджень і розробок - усього, тис.грн	Темп приросту кількості туристів, %	Темп приросту капітальних інвестицій, %	Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %
1	2	3	4	5	6	7
2010	53333	4378716	34720,1			
2011	59327	4256221	37526,7	0,11	-0,03	0,08
2012	110162	5166935	35120,7	0,86	0,21	-0,06
2013	77666	4797231	21289,3	-0,29	-0,07	-0,39
2014	63848	6837474	20870,5	-0,18	0,43	-0,02
2015	65885	9609271	16746,7	0,03	0,41	-0,20
2016	79973	7947642	20325,8	0,21	-0,17	0,21
2017	73309	9707832	28051,2	-0,08	0,22	0,38
2018	55781	9393710	47914,5	-0,24	-0,03	0,71
2019	63545	9305479	42107,7	0,14	-0,01	-0,12

\* Побудовано та систематизовано автором на основі додатків А та Б.

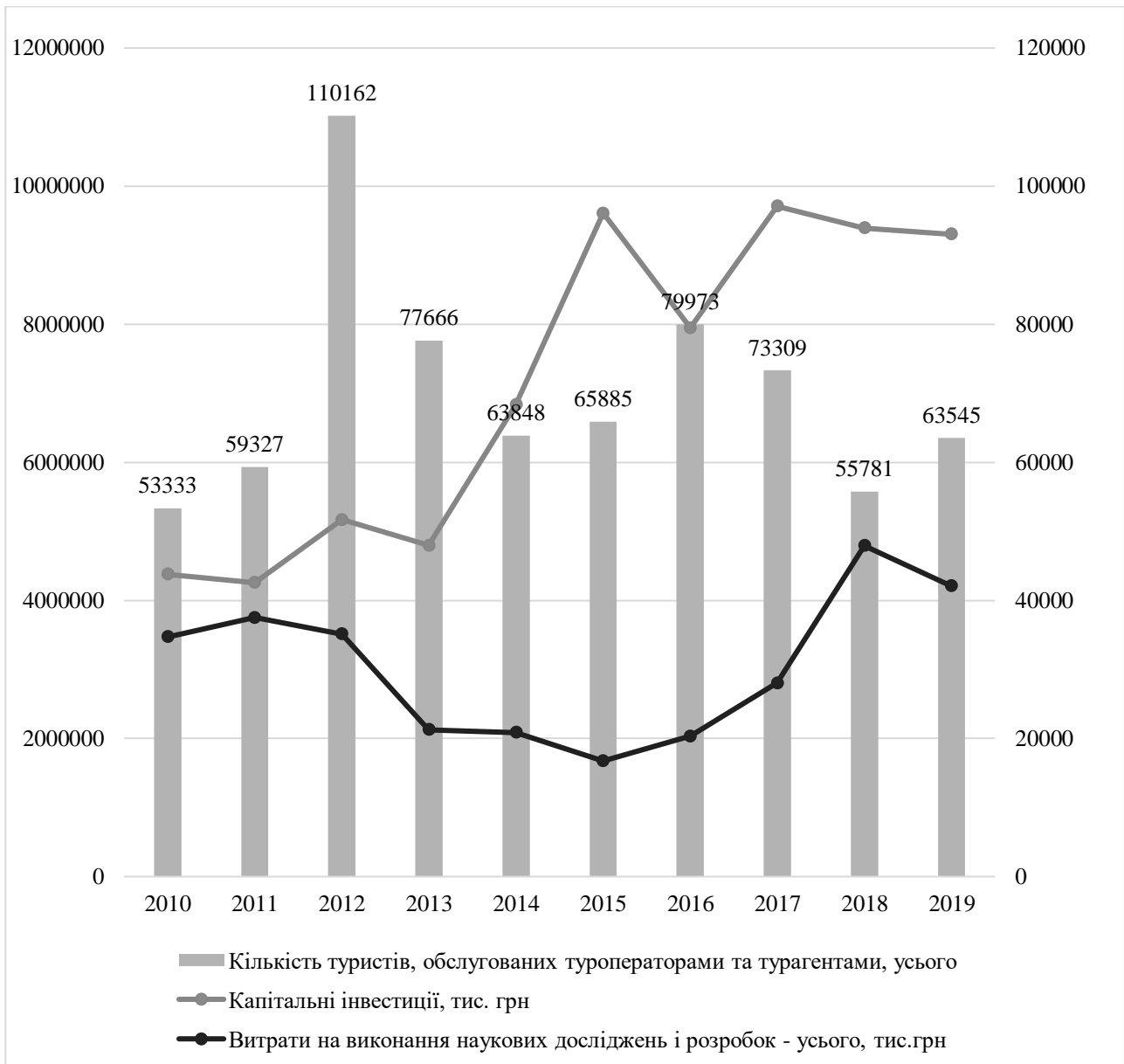
В свою чергу, спираючись на проведене нами дослідження з метою визначення кореляційного поля та графіку модельних даних при розрахунку показників по Волинській області було визначено, що динаміка витрат протягом 2010-2019 років на виконання наукових досліджень і розробок (зросла на 0,21%) та обсягу капітальних інвестицій (зросла у 1,1 рази) демонструвала висхідну динаміку (рис. 4.12).



\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.12. Кореляційне поле та графік модельних даних при розрахунку показників по Івано-Франківській області

Тобто ми можемо припустити, що розвиток ринку туристичних послуг у Івано-Франківській області залежить від інноваційно-інвестиційних чинників, однак це варто додатково досліджувати.



\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.13 Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок в Івано-Франківській області протягом 2010-2019 рр., [39]

*Тернопільська область.* Як можемо переконатися з таблиці 4.17, протягом 2010-2019 років кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами в Тернопільській області зростає в 22 рази (з 1341 особи до 31425 осіб).

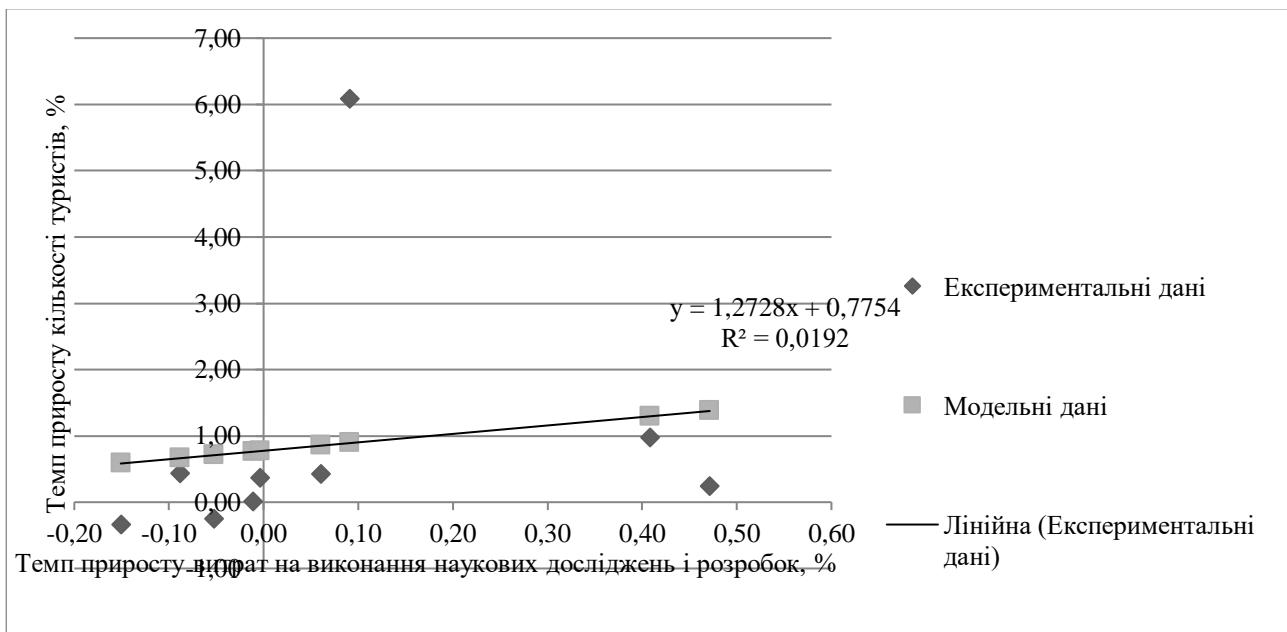
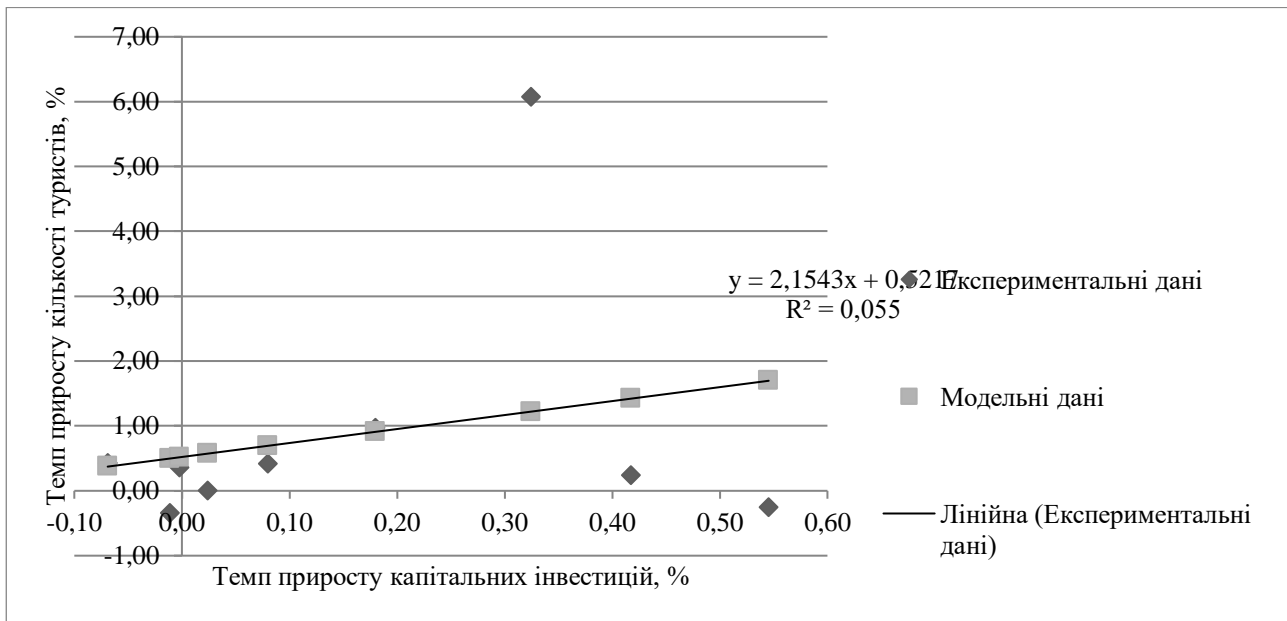
Таблиця 4.17

Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок в Тернопільській області протягом 2010-2019 рр., [42]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	Капітальні інвестиції, тис. грн	Витрати на виконання наукових досліджень і розробок - усього, тис. грн	Темп приросту кількості туристів, %	Темп приросту капітальних інвестицій, %	Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %
1	2	3	4	5	6	7
2010	1341	1937089	10176,2	-	-	-
2011	9490	2565835	11103,8	6,08	0,32	0,09
2012	13473	2770912	11775,3	0,42	0,08	0,06
2013	13545	2837341	11639,2	0,01	0,02	-0,01
2014	8936	2804554	9883	-0,34	-0,01	-0,15
2015	6640	4334225	9363,4	-0,26	0,55	-0,05
2016	9022	4324071	9327,1	0,36	0,00	0,00
2017	11168	6126758	13723,8	0,24	0,42	0,47
2018	22027	7227975	19323,8	0,97	0,18	0,41
2019	31425	6729238	17619	0,43	-0,07	-0,09

\* Побудовано та систематизовано автором на основі додатків А та Б.

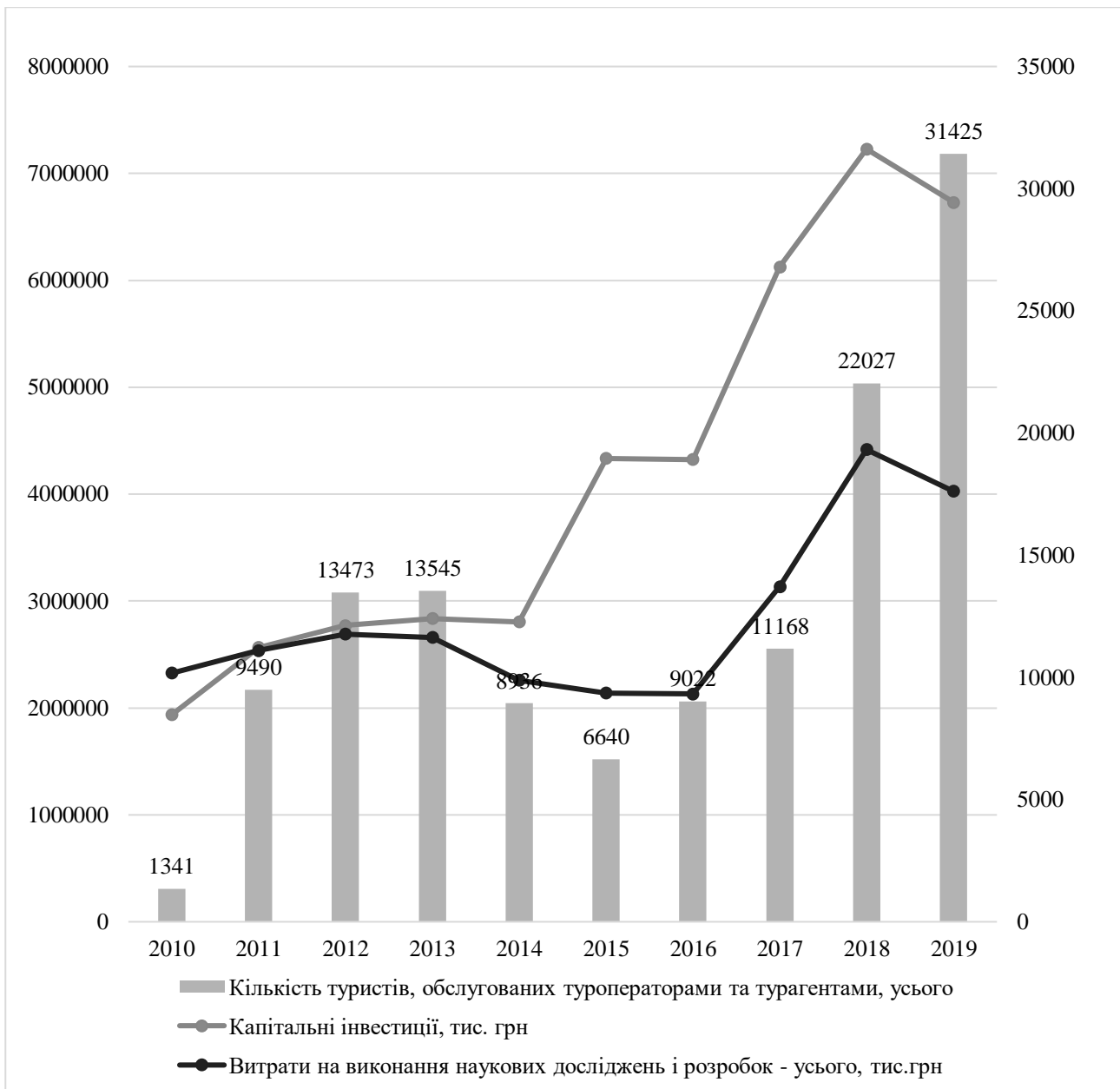
В свою чергу, спираючись на проведене нами дослідження з метою визначення кореляційного поля та графіку модельних даних при розрахунку показників по Волинській області було визначено, що динаміка витрат протягом 2010-2019 років на виконання наукових досліджень і розробок (зросла на 0,73%) та обсягу капітальних інвестицій (зросла у 2,47 рази) демонструвала висхідну динаміку (рис. 4.14).



\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.14. Кореляційне поле та графік модельних даних при розрахунку показників по Тернопільській області

Тобто ми можемо припустити, що розвиток ринку туристичних послуг у Тернопільській області *слабко залежить від інноваційно-інвестиційних чинників*, однак це варто додатково досліджувати.



\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.15. Динаміка кількості туристів, обслужованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Тернопільській області протягом 2010-2019 рр., [42]

*Рівненська область.* Як можемо переконалися з таблиці 4.18, протягом 2010-2019 років кількість туристів, обслужованих туроператорами та турагентами в Рівненській області зменшилася на 47% (з 52041 особи до 27403 осіб).



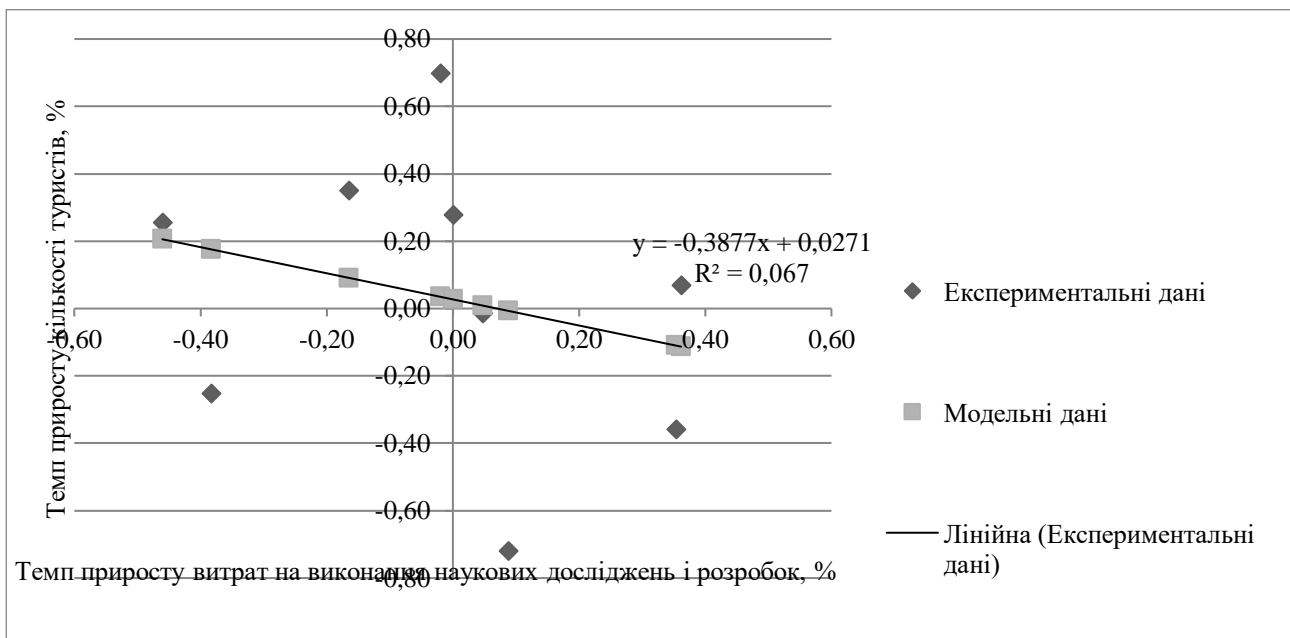
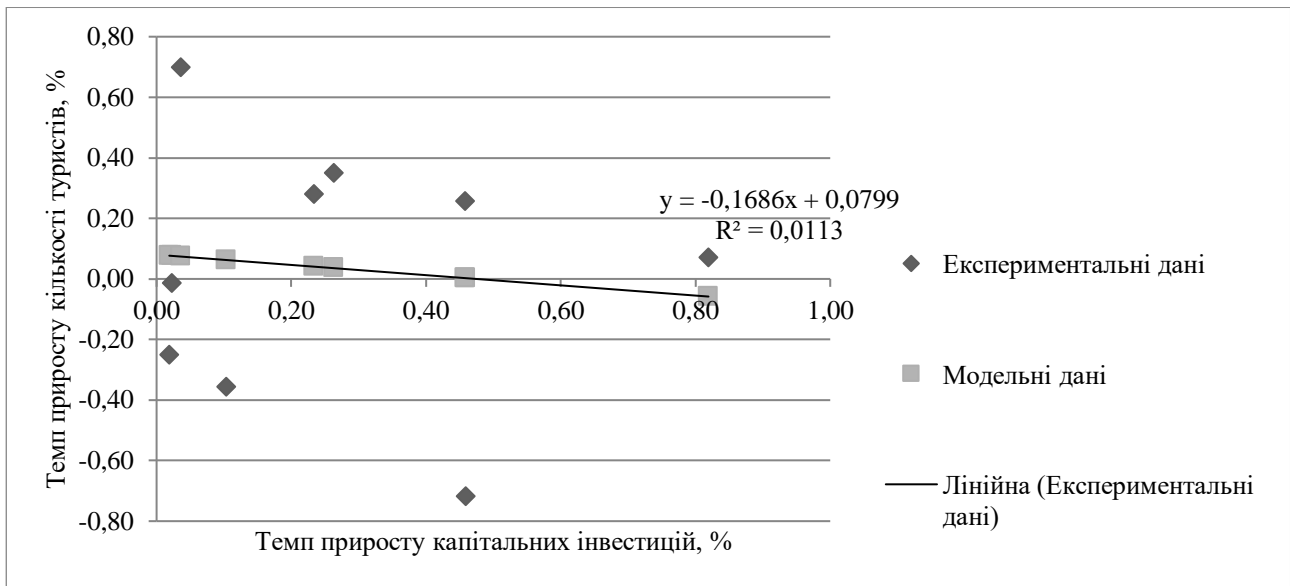
Таблиця 4.18

Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок в Рівненській області протягом 2010-2019 рр., [42]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	Капітальні інвестиції, тис. грн	Витрати на виконання наукових досліджень і розробок - усього, тис. грн	Темп приросту кількості туристів, %	Темп приросту капітальних інвестицій, %	Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %
1	2	3	4	5	6	7
2010	52041	1766967	17356,9	-	-	-
2011	14657	2577117	18884,4	-0,72	0,46	0,09
2012	19789	3254394	15769,9	0,35	0,26	-0,16
2013	19490	3327142	16521	-0,02	0,02	0,05
2014	14593	3389726	10188,4	-0,25	0,02	-0,38
2015	15620	6166812	13873,9	0,07	0,82	0,36
2016	26526	6384165	13604,1	0,70	0,04	-0,02
2017	17047	7041881	18414,9	-0,36	0,10	0,35
2018	21807	8687043	18434,7	0,28	0,23	0,00
2019	27403	12663952	9948,3	0,26	0,46	-0,46

\* Побудовано та систематизовано автором на основі додатків А та Б.

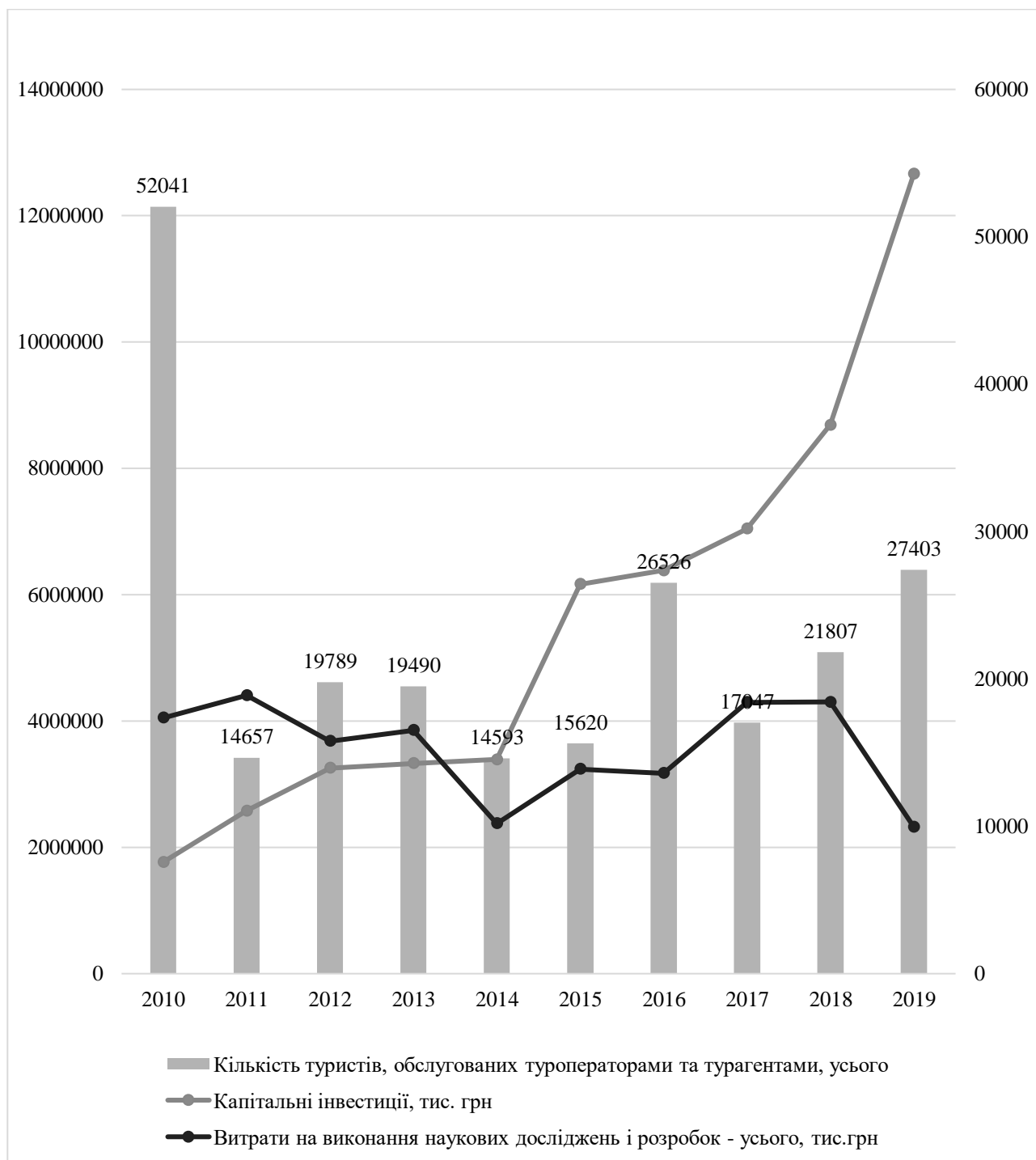
В свою чергу, спираючись на проведене нами дослідження з метою визначення кореляційного поля та графіку модельних даних при розрахунку показників по Волинській області було визначено, що динаміка витрат протягом 2010-2019 років на виконання наукових досліджень і розробок зменшилася на 42,7%), а обсяги капітальних інвестицій зросли в 6,2 раза, продемонструвавши висхідну динаміку (рис. 4.16).



\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.16. Кореляційне поле та графік модельних даних при розрахунку показників по Рівненській області

Тобто ми можемо припустити, що розвиток ринку туристичних послуг у Рівненській області *не залежить від інвестиційних чинників*, проте можливий зв'язок з інноваційними факторами. Вважаємо, що дану гіпотезу варто додатково перевірити.



\* Авторська розробка на основі даних в додатках А та Б.

Рис. 4.17. Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок у Рівненській області протягом 2010-2019 рр., [42]

*4.2.2. Результати розрахунків впливу обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок на кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в розрізі регіональних ринків туристичних послуг*

Від так, спираючись на запропоновані нами в розділі 4.1. методологічні підходи до оцінки рівня інноваційної-інвестиційної привабливості регіональних ринків туристичних послуг (РРТП) та їх рейтингування в частині в частині визначення рівня залежності регіональних ринків туристичних послуг від інвестиційних та інноваційних чинників в результаті проведених розрахунків було отримано наступні результати (додаток А):

1. Волинська область

*Темп приросту капітальних інвестицій.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту капітальних інвестицій:

$$y=0,08-0,17x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту капітальних інвестицій, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.01$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – **ВІДСУТНІЙ**;

Це означає, що 1% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

*Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок:

$$y=0,03-0,39x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.07$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 7% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

## 2. Хмельницька область

*Темп приросту капітальних інвестицій.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту капітальних інвестицій:

$$y=-0,10+0,33x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту капітальних інвестицій, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.07$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 7% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

*Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок:

$$y = -0,07 + 0,18x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.04$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 4% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

### 3. Львівська область

*Темп приросту капітальних інвестицій.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту капітальних інвестицій:

$$y = 0,09 + 0,66x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту капітальних інвестицій, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.14$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *НИЗЬКИЙ*;

Це означає, що 0% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

*Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок:

$$y=0,23-0,42x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.03$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній –0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький – 0.3 до –0.1; 0.1 до 0.3; Середній – 0.5 до – 0.3; 0.3 до 0.5; Високий –1.0 до –0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 3% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

#### 4. Чернівецька область

*Темп приросту капітальних інвестицій.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту капітальних інвестицій:

$$y=-0,05+0,02x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту капітальних інвестицій, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.00$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 0% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

*Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок:

$$y = -0,29 + 1,68x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.59$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *ВИСОКИЙ*;

Це означає, що 59% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

## 5. Закарпатська область

*Темп приросту капітальних інвестицій.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту капітальних інвестицій:

$$y = -0,06 + 0,31x$$



де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту капітальних інвестицій, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.02$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 2% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

*Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок:

$$y = -0,18 + 1,28x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.24$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *НИЗЬКИЙ*;

Це означає, що 2,4% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

#### б. Івано-Франківська область

*Темп приросту капітальних інвестицій.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту капітальних інвестицій:

$$y=0,07-0,16x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту капітальних інвестицій, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.02$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 2% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

*Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок:

$$y=0,05+0,08x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.00$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 0% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

## 7. Тернопільська область

### *Темп приросту капітальних інвестицій.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту капітальних інвестицій:

$$y=0,13-0,06x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту капітальних інвестицій, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.14$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *НИЗЬКИЙ*;

Це означає, що 14% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

*Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок:

$$y=0,02+0,60x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.15$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *НИЗЬКИЙ*;

Це означає, що 15% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом

приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

### 8. Рівненська область

*Темп приросту капітальних інвестицій.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту капітальних інвестицій:

$$y=0,52+2,15x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту капітальних інвестицій, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.05$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3; Середній - 0.5 до - 0.3; 0.3 до 0.5; Високий -1.0 до -0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 5% варіації темпу приросту кількості туристів ( $y$ ) пояснюється варіацією фактора  $x$  – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

*Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень.*

Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок:

$$y=0,78+1,27x$$

де,  $y$  - темп приросту кількості туристів, %;  $x$  - темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %;

Коефіцієнт детермінації:  $R^2 - 0.02$ ;

Вплив залежить від значення детермінації (Відсутній -0.09 до 0.0; 0.0 до 0.09; Низький - 0.3 до -0.1; 0.1 до 0.3;

Середній – 0.5 до – 0.3; 0.3 до 0.5; Високий –1.0 до –0.5; 0.5 до 1.0) – *ВІДСУТНІЙ*;

Це означає, що 2% варіації темпу приросту кількості туристів (у) пояснюється варіацією фактора х – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

### **4.3. Оцінка рівня конкурентоспроможності західноукраїнського регіонального ринку туристичних послуг**

Окрім того важливим питанням стійкості туристичної галузі є її конкурентоспроможність, зокрема в контексті господарювання фізичних та юридичних осіб, які створюють туристичний продукт. Уніфікуючи існуючі напрацювання слід розуміти під конкуренцією в туризмі- постійну боротьбу туристичних підприємств за досягнення найбільш вигідних позицій виробництва та реалізації продукції для досягнення найбажаніших результатів діяльності.

Основна мета конкуренції в туристичній галузі економіки полягає в збільшенні кількості туристичних суб'єктів, які є потенційними споживачами товарів та послуг. Суперництво за оволодіння певним сегментом ринку акумулюється мінімізацією собівартості туристичних послуг та дотримання відповідних умов якості.

Загалом конкуренція на регіональних ринках туристичних послуг є представлене такими різновидами як: внутрішньогалузева, яка виникає між суб'єктами туристичного ринку в межах однієї галузі (для прикладу туристичні послуги по розміщенню туристів).

Міжгалузева конкуренція здійснюється між суб'єктами туризму різних галузей. Даний вид передбачає процес перетікання капіталів між різними галузями, які характеризуються стагнуючими показниками. Досконала

конкуренція характеризує вид ринку на якому реалізуються однотипні або стандартизовані туристичні товари або послуги за відсутності впливу будь-якого суб'єкта на певну частину ринку.

Окрім того важливим чинником впливу на конкуруючі відносини має сезонний чинник. Тому при нароцтуванні стратегії поведінки споживача слід враховувати чинників кількості покупців та продавців туристичного товару або послуги.

В процесі конкурентних відносин відбувається чітке розмежування конкуренції на цінову та нецінову. Ціновий вид конкуренції проявляється за умов реалізації туристичних продуктів за умови нижчих цін а ніж у конкурентів. Економічна доцільність визначення ціни відбувається на засадах мінімізації рівня витрат або за умови зниження валового доходу.

Як правило малі туристичні підприємницькі осередки з метою виживання на регіональному туристичному ринку можуть прагнути до оволодіння лишень не великої частки ринку. Стратегія великих туристичних підприємств іноді обирають стратегію відмови від отримання прибутку шляхом низьких цін на товари та послуги, що дасть змогу виміщати конкурентів з даного ринку з метою подальшого підвищення ціни задля компенсації понесених збитків.

Друга форма є не ціновим видом конкуренції, яка виникає за умов пропозиції товарів та послуг вищого виду якості з широким асортиментом вибору. Для даного виду особливим є зовнішні та естетичні чинники вигляду товару.

Не менш важливе значення в стратегії туристичної діяльності належить репутаційним особливостям туристичної фірми. На сучасному етапі нецінова конкуренція тісно взаємодіє з стратегією виживання на ринку. Зазвичай прийнятним інструментом конкурентного змагання є скорочування торгових марок.

Найбільш жорсткою конкуренція є між дотичними до туристичного ринку суб'єктами: авіакосмічними, залізничними осередками, морським транспортом, фаст-фудами швидкого виду обслуговування, прокат автівок. Більш лояльні конкуруючі засади характеризуються серед

готельно-ресторанних послуг, культурних пропозицій, оскільки до уваги береться замовленість, середня вартість проживання, ефективність діяльності обслуговуючого персоналу.

Тому слід розуміти під конкурентами туристичних суб'єктів - фізичних та юридичних осіб, які активно впроваджують туристичну діяльність, яка націлена на споживчий сегмент споживачів за умови якісного та ефективного втамування потреб.

Досвід розвинених світових туристичних ринків свідчить про напружену конкурентну атмосферу, яка протікає при наступних обставинах:

- величезної кількості туристичних суб'єктів (виробників товарів та послуг);
- потенційні можливості формування та реалізації однотипних туристичних подорожей на регіональних ринках туризму;
- наявність величезної кількості дотичних туристичних суб'єктів;
- відсутність економічних та технічних обмежень щодо входу в туристичну галузь інших галузевих-фірм конкурентів;
- наполегливість та тривалий туристичний досвід регіону.

Стратегія підвищення конкурентоспроможності регіональних туристичних ринків мала б враховувати наступні аспекти:

- регіонально-державні заходи стимулювання внутрішнього та зовнішнього туризму в тому числі в частині оподаткування;
- підвищення якості характеристики туристичних послуг та покращення сервісного обслуговування для ефективності діяльності;
- модернізація, будівництва та реконструкція туристичних об'єктів;
- фінансове забезпечення відновлення культурно-рекреаційного фонду регіону;

- оновлення та відтворення стратегічної важливої інфраструктурної складової туризму (доріг, вокзалів, аеропортів системи водопостачання, комунікацій тощо).

Пошвавлення приватного сектору місцевості задля ініціювання туристичного підприємництва та дотичної діяльності туристичних суб'єктів:

- стимулювання активних видів туризму (лікувально-оздоровчого; екологічного сакрального та інших);

- покращення регіонального вітчизняного туристичного продукту на міжнародному ринку шляхом міждержавних угод та програм;

- формування системи інформаційно-збутової служби туристичного бізнесу;

- ініціювання науково-дослідних видів діяльності в туристично-рекреаційних засадах регіональних туристичних ринків.

Загалом інноваційний процес є запорукою конкурентоспроможності, який може розглядатись з різних сторін. З однієї сторони інноваційний процес є послідовним процесом забезпеченням науково-дослідної технічної, інноваційної та виробничої активності. З іншої сторони, інноваційний процес передбачає запровадження різного роду новацій: товарних, виробничих, технологічних, організаційних, фінансових. Вагомим аспектом будь-яких інновацій є охоплення реалізації інвестиційних рішень в процесі яких можна поєднати науку, підприємницькі здібності, технологічно-управлінські процеси. Водночас інноваційні рішення туризму залежать від різноманітних чинників типу: нових векторів, розвитку науки та техніки, технологічних новинок, економічну та політичну ситуацію в країні та регіонах; новаторські результати на міжнародних туристичних ринках, правила та норми поведінки, нові взаємостосунки, нормативно-правові відносини тощо.

Найважливішим складником інновацій є її новизна, яка формуватиме розширенню середовища туристів, динаміка зміни споживчих вподобань, різносторонність функціональності туристичних послуг.



Від так, з метою здійснення оцінки рівня конкурентоспроможності західноукраїнського регіонального ринку туристичних послуг та його секторів (обласних регіональних ринків туристичних послуг), нами було узагальнено результати дослідження (проведених розрахунків) в наступному.

На основі запропонованої методології було розраховано та оцінено позиції досліджуваних регіональних ринків туристичних послуг в межах України та Західного регіону. Узагальнені показники рейтингового значення регіональних ринків туристичних послуг відображено в таблиці 4.19.

Таблиця 4.19

Уніфіковані значення рейтингових позицій ринків туристичних послуг що включено в межі Західного регіону за роками

№	Рік	Позиція РРТП в межах Західного регіону							
		Волинський РРТП	Львівський РРТП	Рівненський РРТП	Чернівецький РРТП	Івано-Франківський РРТП	Закарпатський РРТП	Хмельницький РРТП	Тернопільський РРТП
1	2015	5	1	7	4	2	3	6	8
2	2016	4	1	8	5	2	3	6	7
3	2017	3	1	8	6	2	7	4	5
4	2018	5	1	8	2	3	4	7	6
5	2019	5	1	3	2	4	7	8	6
<b>Середнє значення</b>		<b>4,4</b>	<b>1</b>	<b>6,8</b>	<b>3,8</b>	<b>2,6</b>	<b>4,8</b>	<b>6,2</b>	<b>6,4</b>

\* Побудовано та систематизовано авторами, на основі визначених та розрахованих даних, що розміщено у додатках.

В свою чергу, при умові більшого заглиблення в процедуру та послідовність розрахунків, ми можемо спостерігати наступне.

Таблиця 4.20

Рейтингові позиції ринків туристичних послуг що включено в межі Західного регіону за роками, за 2015 рік

№	Групи показників	2015 рік							
		Позиція області в межах Західного регіону							
		Волинський РРП	Львівський РРП	Рівненський РРП	Чернівецький РРП	І.Франківський РРП	Закарпатський РРП	Хмельницький РРП	Тернопільський РРП
	Позиція РРП за напрямком "Показники туристичного ринку"	5	1	7	4	3	6	2	8
	Позиція РРП за напрямком "Показники економічної та соціальної згуртованості"	8	1	3	5	2	6	4	7
	Позиція РРП за напрямком "Показники економічної ефективності"	2	1	4	4	3	6	5	7
	Позиція РРП за напрямком "Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці"	1	4	7	8	3	2	5	6
	Позиція РРП за напрямком "Показники фінансової самодостатності"	3	1	5	2	7	4	6	8
	Позиція РРП за напрямком "Показники розвитку малого та середнього підприємництва"	6	2	7	3	4	5	1	8
	Позиція РРП за напрямком "Показники ефективності ринку праці"	6	2	8	3	5	1	4	7
	Позиція РРП за напрямком "Показники розвитку інфраструктури"	5	3	7	5	5	4	3	4
	Позиція РРП за напрямком "Показники відновлюваної енергетики та енергоефективність"	2	5	4	3	5	1	5	5
	Позиція РРП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері освіти"	5	8	6	4	2	7	1	3
	Позиція РРП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я"	7	4	2	3	5	1	8	6
	Позиція РРП за напрямком "Показники соціального захисту та безпеки"	2	5	1	4	3	7	6	2
	Позиція РРП за напрямком "Показники раціонального природокористування та якості довкілля"	4	3	7	2	5	1	6	8
	Позиція РРП за напрямком "Показники інноваційного розвитку"	6	1	8	5	2	3	7	4
	<b>Позиція РРП за всіма напрямками</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

\* Побудовано та систематизовано авторами, на основі визначених та розрахованих даних, що розміщено у додатках.

Позиція РРП за напрямком "Показники туристичного ринку". В межах загальноукраїнського показника, позиції західних областей (РРП) виглядають дещо слабкими.

Таблиця 4.21

Рейтингові позиції ринків туристичних послуг що включено в межі Західного регіону за роками, за 2016 рік

№	Групи показників	2016 рік							
		Позиція області в межах Західного регіону							
		Волинський РРТП	Львівський РРТП	Рівненський РРТП	Чернівецький РРТП	І.Франківський РРТП	Закарпатський РРТП	Хмельницький РРТП	Тернопільський РРТП
	Позиція РРТП за напрямком "Показники туристичного ринку"	4	1	7	2	3	6	5	8
	Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної та соціальної згуртованості"	7	1	4	8	3	6	2	5
	Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної ефективності"	5	2	8	7	4	6	3	1
	Позиція РРТП за напрямком "Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці"	3	1	8	7	5	2	6	4
	Позиція РРТП за напрямком "Показники фінансової самодостатності"	2	1	7	3	4	5	6	8
	Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку малого та середнього підприємництва"	7	4	5	2	3	6	1	8
	Позиція РРТП за напрямком "Показники ефективності ринку праці"	4	3	8	1	7	2	5	6
	Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку інфраструктури"	8	2	7	5	4	6	1	3
	Позиція РРТП за напрямком "Показники відновлюваної енергетики та енергоефективність"	1	5	4	6	7	2	8	3
	Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері освіти"	3	8	5	2	4	6	1	7
	Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я"	7	3	1	6	5	2	8	4
	Позиція РРТП за напрямком "Показники соціального захисту та безпеки"	2	5	1	7	3	8	6	4
	Позиція РРТП за напрямком "Показники раціонального природокористування та якості довкілля"	2	7	6	3	5	1	8	4
	Позиція РРТП за напрямком "Показники інноваційного розвитку"	7	1	8	5	2	4	6	3
	<b>Позиція РРТП за всіма напрямками</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

\* Побудовано та систематизовано авторами, на основі визначених та розрахованих даних, що розміщено у додатках.

Адже, наприклад, лише Львівська область протягом 2015-2019 років займає високе 2-3 місце. Решта областей західного регіону традиційно розміщені на низьких

позиціях (лише Івано-Франківська область входить в десятку – 9 місце у 2019 році. Якщо розглядати рейтинг областей в межах Західного регіону, то найбільш конкурентоздатнішою областю виступає Львівська, на другій позиції – Івано-Франківська, на третій – Рівненська.

Таблиця 4.22

Рейтингові позиції ринків туристичних послуг що включено в межі Західного регіону за роками, за 2017 рік

№	Групи показників	2017 рік							
		Позиція області в межах Західного регіону							
		Волинський РРТП	Львівський РРТП	Рівненський РРТП	Чернівецький РРТП	І.Франківський РРТП	Закарпатський РРТП	Хмельницький РРТП	Тернопільський РРТП
	Позиція РРТП за напрямком "Показники туристичного ринку"	4	1	7	5	2	6	3	8
	Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної та соціальної згуртованості"	5	1	3	7	4	8	2	6
	Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної ефективності"	8	2	6	5	1	7	3	4
	Позиція РРТП за напрямком "Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці"	4	1	7	8	2	3	5	6
	Позиція РРТП за напрямком "Показники фінансової самодостатності"	1	3	6	8	4	7	2	5
	Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку малого та середнього підприємництва"	2	1	7	5	8	6	4	4
	Позиція РРТП за напрямком "Показники ефективності ринку праці"	6	7	8	1	4	2	3	5
	Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку інфраструктури"	8	2	6	7	4	5	1	3
	Позиція РРТП за напрямком "Показники відновлюваної енергетики та енергоефективність"	3	7	5	6	8	5	7	3
	Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері освіти"	3	8	6	2	5	7	1	4
	Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я"	7	5	2	4	3	1	8	6
	Позиція РРТП за напрямком "Показники соціального захисту та безпеки"	3	2	1	4	5	7	8	6
	Позиція РРТП за напрямком "Показники раціонального природокористування та якості довкілля"	2	7	5	3	6	1	8	4
	Позиція РРТП за напрямком "Показники інноваційного розвитку"	6	1	8	4	2	5	7	3
	<b>Позиція РРТП за всіма напрямками</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

\* Побудовано та систематизовано авторами, на основі визначених та розрахованих даних, що розміщено у додатках.

Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної та соціальної згуртованості". За цим показником ситуація для областей Західного регіону дещо складніша. Наприклад, у 2019 році Львівська область займає лише 7 місце в межах України (1 місце в межах регіону). Решта областей розташувалася на позиціях, нижче 15. Причиною цього є низький соціально-економічний розвиток досліджуваних областей.

Таблиця 4.23

Рейтингові позиції ринків туристичних послуг що включено в межі Західного регіону за роками, за 2018 рік

№	Групи показників	2018 рік							
		Позиція області в межах Західного регіону							
		Волинський РРТП	Львівський РРТП	Рівненський РРТП	Чернівецький РРТП	І.Франківський РРТП	Закарпатський РРТП	Хмельницький РРТП	Тернопільський РРТП
Позиція РРТП за напрямком "Показники туристичного ринку"	6	1	5	3	2	4	7	8	
Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної та соціальної згуртованості"	3	1	5	7	2	6	4	8	
Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної ефективності"	8	2	5	4	1	6	3	7	
Позиція РРТП за напрямком "Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці"	3	2	8	7	6	1	5	4	
Позиція РРТП за напрямком "Показники фінансової самодостатності"	8	2	1	6	3	7	4	5	
Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку малого та середнього підприємництва"	3	4	7	5	8	2	1	6	
Позиція РРТП за напрямком "Показники ефективності ринку праці"	4	6	8	1	3	7	5	2	
Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку інфраструктури"	4	3	7	5	8	6	1	2	
Позиція РРТП за напрямком "Показники відновлюваної енергетики та енергоефективність"	3	6	4	5	7	2	8	1	
Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері освіти"	3	7	5	2	4	8	1	6	
Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я"	8	5	2	3	4	1	7	6	
Позиція РРТП за напрямком "Показники соціального захисту та безпеки"	2	4	1	3	5	7	8	6	
Позиція РРТП за напрямком "Показники раціонального природокористування та якості довкілля"	4	7	5	2	6	1	8	3	
Позиція РРТП за напрямком "Показники інноваційного розвитку"	7	1	8	4	2	5	6	3	
<b>Позиція РРТП за всіма напрямками</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	

\* Побудовано та систематизовано авторами, на основі визначених та розрахованих даних, що розміщено у додатках.

Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної ефективності". Конкурентоспроможність областей Західного регіону залишається теж низькою. Львівська та Рівненська області розташувалися на 11 позицій (1 та 2 позиція в межах Західного регіону), Чернівецька область - на 12 позиції (2 позиція в межах Західного регіону).

Таблиця 4.24

Рейтингові позиції ринків туристичних послуг що включено в межі Західного регіону за роками, за 2019 рік

№	Групи показників	2019 рік							
		Позиція області в межах Західного регіону							
		Волинський РРТП	Львівський РРТП	Рівненський РРТП	Чернівецький РРТП	І.Франківський РРТП	Закарпатський РРТП	Хмельницький РРТП	Тернопільський РРТП
	Позиція РРТП за напрямком "Показники туристичного ринку"	6	1	3	4	2	5	8	7
	Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної та соціальної згуртованості"	4	1	5	7	3	6	2	8
	Позиція РРТП за напрямком "Показники економічної ефективності"	8	1	2	3	4	7	6	5
	Позиція РРТП за напрямком "Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці"	1	2	8	6	4	3	7	5
	Позиція РРТП за напрямком "Показники фінансової самодостатності"	6	1	5	8	4	7	2	3
	Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку малого та середнього підприємництва"	3	2	7	4	8	6	1	5
	Позиція РРТП за напрямком "Показники ефективності ринку праці"	8	1	5	2	3	6	4	7
	Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку інфраструктури"	7	6	4	3	8	5	1	2
	Позиція РРТП за напрямком "Показники відновлюваної енергетики та енергоефективність"	5	4	2	6	8	3	7	1
	Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері освіти"	1	8	6	2	4	7	3	5
	Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я"	7	5	1	3	4	2	8	6
	Позиція РРТП за напрямком "Показники соціального захисту та безпеки"	4	5	1	2	3	7	8	6
	Позиція РРТП за напрямком "Показники раціонального природокористування та якості довкілля"	3	6	5	2	7	1	8	4
	Позиція РРТП за напрямком "Показники інноваційного розвитку"	4	1	7	6	2	5	8	3
	<b>Позиція РРТП за всіма напрямками</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>6</b>

\* Побудовано та систематизовано авторами, на основі визначених та розрахованих даних, що розміщено у додатках.

*Позиція РРТП за напрямком "Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці"*. Тут ситуація привабливості областей західного регіону суттєво краща. Насамперед, на нашу думку, це пов'язано з близькістю досліджуваних областей до кордонів ЄС. Адже Волинська, Львівська та Закарпатська області входять в першу десятку конкурентоспроможних областей за даним показником.

*Позиція РРТП за напрямком "Показники фінансової самодостатності"*. За цим показником ми можемо переконатися, що в плані фінансової самодостатності регіони є обмеженими, що не може не позначатися на привабливості областей для туризму.

Наприклад, найвище місце в Україні серед досліджуваних регіонів займає лише Львівська область – 11 позиція (перша в межах Західного регіону).

*Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку малого та середнього підприємництва"*. Конкурентоспроможність досліджуваних областей є невисокою.

Наприклад, Львівська та Хмельницька області займають 9 позицію в Україні (1 та 2 позиції в межах Західного регіону відповідно), Івано-Франківська область – лише на 18 позиції (8 позиція в межах Західного регіону).

*Позиція РРТП за напрямком "Показники ефективності ринку праці"*. Тут області Західного регіону розмістилися на 10-15 позиціях, що свідчить про проблеми в даній сфері.

*Позиція РРТП за напрямком "Показники розвитку інфраструктури"*. Конкуренція регіонів досить щільна. Лише можна виокремити Хмельницьку область – 6 позиція в Україні (1 позиція в регіоні).

*Позиція РРТП за напрямком "Показники відновлюваної енергетики та енергоефективність"*. Лідерами за цим аспектом є Закарпатська, Рівненська та Волинська області.

*Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері освіти".* Досить дестимулюючий вплив на конкурентність туризму відіграє освіта в досліджуваних областях. У 2019 році лише Чернівецька область може похвалитися високою конкурентоспроможністю якістю і доступністю освіти.

Як результат, 9 місце в Україні. В той же час решта західних областей перебувають далеко позаду рейтингу.

*Позиція РРТП за напрямком "Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я".* Конкуренція досить висока між регіонами. Як результат, - в Україні досліджувані області займають 7-12 позиції.

В той же час, Рівненська, Чернівецька та Івано-Франківська області є лідерами, що пов'язано з вищою увагою місцевих органів влади до даної проблематики.

*Позиція РРТП за напрямком "Показники соціального захисту та безпеки".* Рівненська, Чернівецька та Івано-Франківська області за цим аспектом найконкурентоспроможніші в Західному регіоні (та займають 4, 5 і 6 позиції відповідно в Україні)

*Позиція РРТП за напрямком "Показники раціонального природокористування та якості довкілля".* Даний показник негативно впливає на Львівську та Хмельницьку області (займають відповідно 13 та 18 місце в Україні). Це, на нашу думку, пов'язано із розвитком промисловості в цих областях.

Водночас в інших областей Західного регіону даний показник підвищує туристичну привабливість досліджуваних регіонів. Наприклад, як результат, Закарпатська область обіймає 2 місце в Україні, Волинська та Чернівецька області – 4 місце в Україні.

*Позиція РРТП за напрямком "Показники інноваційного розвитку".* Негативне значення на конкурентоспроможність регіонів здійснює цей аспект.



Адже, наприклад, Львівська область погіршила свої показники протягом 2015-2019 років і обіймає лише 6 позицію. Решта областей Західного регіону займають позиції нижче 15.

Резюмуючи – відзначимо, що спираючись на уніфікований підхід до рейтингування в межах Західного регіону вдалося визначити, що найбільш конкурентними є Львівській, Івано-Франківській та Чернівецький регіональні ринки туристичних послуг.

В цей же час, в недостатній мірі конкурентними характеризуються: Волинський РРТП; Закарпатський РРТП; Волинський РРТП; Хмельницький РРТП; Тернопільській РРТП.

## **РОЗДІЛ 5. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ**

### **5.1. Організаційна структура та напрями вдосконалення інституційного середовища регіональних ринків туристичних послуг**

#### *5.1.1. Суб'єктна структура функціонування інституційного середовища регіональних ринків туристичних послуг*

На сьогодні, становлення та подальше функціонування ринку туристичних послуг є неможливим без оновлення основних підвалин у вигляді суб'єктів зазначеного ринку-інститутів, що за своїм змістом також являють собою так звані обсяги суть яких також широко досліджується економічною теорією.

Не секретом є те, що тенденції, які на сьогодні мають місце у світі свідчать, що сфера туристичних послуг – як окрема галузь створює умови для появи так званого ефекту «мультиплікатора», що за своїм змістом чинить вплив на загальні тенденції економічного оздоровлення.

Саме з зазначених причин поняття «туризму» розглядається значно ширше. Якщо уточнити – як якийсь собі фактор, що за змістом своїм впливає на функціонування основних економічних секторів, серед яких можна визначити наступні: будівництво, торгівлю, транспорт, продукування товарів широкого використання, сільське господарство. В свою чергу, становлення та розвиток ринку комплексу туристичних послуг держави забезпечує постійний процес покращення інвестиційного середовища в країні, а також в достатній мірі активує підприємництво, тощо.

В свою чергу, потреба у вивченні інституційного середовища, та механізмів які функціонують в його межах зумовлене тим, що на сьогодні досить гостро поставлене питання щодо запровадження різних інститутів в

організаційну систему та професійну площину діяльності господарюючих суб'єктів.

В результаті останнього дослідження, що було на сьогодні нами розглянуто можна затверджувати, що вивчення узагальнення аспектів щодо інституціоналізму, а також окремих його засад – актуальні. Водночас слід відзначити, що зазначений термін варто досліджувати з двох позицій:

- з позиції інституційного продукту;
- з позиції структурного підходу.

Що ж стосується першого – загальноприйнята структурна система взаємодії та відносин економічних суб'єктів, що за своїм змістом формується на основі інститутів. До другого – інституційний механізм являє собою безумовну структурну частину господарського механізму економіки загалом, який також характеризується власною структурою [87].

Отже, інституційний механізм – це за своїм змістом певна особлива структура, яка в свою чергу є структурною складовою економічної системи держави, що за своїм змістом забезпечує утворення певних правил та норм; суб'єктивну взаємодію з метою досягнення максимально ефективної реалізації економічних суспільних інтересів та забезпечення збалансованого функціонування та розвитку ринкового середовища. Саме він є особливою та важливою системною складовою функціонування ринків та регулювання ринкових відносин на них; поряд з економічними, фінансовими та організаційними засобами, що повинні використовуватися в комплексі, які в кінцевому результаті і забезпечать максимально ефективний рівень досягнення цілей державної політики, а також постійно сприятиме максимізації її ефективності [129].

Зрештою, якщо ж мову вести про туризм з точки зору інституційного підходу, то він являє собою певну сукупність об'єктів та суб'єктів, що функціонують в сфері туризму та туристичних послуг, а також різної форми взаємних відносин, що постійно впливають між ними.

Водночас, розуміючи під туризмом, так званий елемент загальної економічної системи, варто відзначити, що він досить тісно переплітається з іншими економічними сферами та галузями.

Цікавим є аспект, що туристична система, як і інші характеризується своєю однорідністю, в ній інституційні складові між собою тісно «комунікують», як слідство, виникає так звана мультисистемна структурна будова в якій надлишковий вплив – тиск на одну із ланок, неминуче відзначиться на створених межах, що в кінцевому своєму значенні матиме конкретний результат.

Як слідство, з умовами будь-яких системних перетворень має місце необхідність врахування основних принципів «комплексності» з інституційної позиції, як стверджують, що інститути мають місце бути та доповнюють одне одного, а кінцевий економічний ефект можливо досягнути лише базуючись на основі пов'язаних інституційних змін.

Важливо пам'ятати, що інституційна система формується:

- у чітко окреслених межах значення податкового навантаження, різностороннього нормативно-правового регулювання тощо;

- у визначеному інституційному середовищі, що не може забезпечити стовідсоткової впевненості в тому що має місце вірний набір системних елементів.

Саме з цих причин вважаємо, що необхідно очікувати природної появи достатньо ефективних та перспективних інститутів, що показують достатню елітність та ефективно функціонують у сформованому середовищі.

Загалом, потребу в підтримці та регулюванні туристичної галузі та сфери туристичних послуг на сьогодні було обґрунтовано значною кількістю як зарубіжний, так і вітчизняних вчених, серед яких: С. Галянт, В. Герасименко, С. Галасюк, О. Павлова, К. Павлов, О. Стрішенець. [19, 159, 161, 164, 169, 250, 251, 252].

Як відомо, саме держава являє собою основний інститут, що в сукупності та на основі застосування

спеціалізованих механізмів окреслює шляхи можливого розвитку як туристичної сфери загалом, так і безпосередньо регіональних ринків туристичних послуг.

Саме держава повинна брати на себе усі зобов'язання щодо утворення (формування) інституційного механізму регулювання та функціонування регіональних ринків туристичних послуг, окреслення засад поведінки суб'єктів ринку туристичних послуг. Іншими словами – саме держава окреслює межі з наступним створенням інформаційних каналів обміну зв'язками.

Не секрет, що саме постійне вдосконалення структури індустрії (туристичної сфери), являє собою один з основних напрямів реалізації національної туристичної політики до якої належать наступні напрями:

- постійне заохочення туристичних взаємин із державами світу, що являють собою активних та надійних торгових партнерів;

- розвиток в недостатній мірі відомих туристичних локацій та дистанцій;

- сприяння розширенню спектра та загальної частки туристів, що характеризуються максимальним рівнем так званого «мультиплікативного ефекту».

В свою чергу, базову структуру схеми формування ринку туристичних послуг зображено на рисунку 5.1.

Відтак, з позиції об'єктивних та суб'єктивних відносин структура механізму взаємодії між собою органів державної влади, а також суб'єктивних посередників, що надають спектр туристичних послуг туризму (кінцева споживацька ланка) – введення в дію нормативних та правових актів, а також створення необхідних для розвитку регіонального ринку туристичних послуг умов та обставин. Отже, саме визначені послідовні механізми являють собою інституційні фактори розвитку сфери туристичних послуг в регіоні.

В свою чергу, досить складною інституційною дилемою є забезпечення процесів належного регулювання регіональних ринків туристичних послуг, а також координація дій суб'єктів ринку туристичних послуг, що

для успішного рішення потребує синхронних дій в досить різних сферах та сегментах, серед яких наступні:

- інформація та інформатизація туристичних процесів;
- розважальна та торговельна діяльність;
- транспортна інфраструктура;
- харчова галузь.



\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерела: [129].

Рис. 5.1. Інституційна структура функціонування регіонального ринку туристичних послуг

В такому випадку, якщо не придати зазначеному аспекту достатньо уваги, існує досить велика ймовірність виникнення ринкових координаційних провалів. До них відносяться:

1) В недостатній мірі досконала конкуренція та асиметричні прояви інформаційного супроводу;

2) Негативні екстерналії, як складова зовнішніх ефектів приватної підприємницької діяльності;

3) Попередження різного роду циклічних змін, що характеризуються різними змінами;

4) З метою забезпечення засад економічної та соціальної справедливості – здійснення «періодичного розподілу». Оскільки саме ринковий розподіл доходів лише сприятиме соціальній несправедливості та нерівності;

5) Реалізація постійного контролю за дотриманням вже існуючого нормативно-правового базису, та прийняття нового;

6) Практичне значення безумовного дотримання взятих договірних зобов'язань;

7) Забезпечення дотримання права приватної власності.

Як вже було відзначено, основним регулятором на регіональних ринках туристичних послуг виступає держава, а для реалізації даного права використовує набір різних інструментів (їх можна сприймати як певні інститути розвитку), до них належать:

- агентства;

- банки;

- фонди;

- профільне законодавство;

- установи, що забезпечують всебічну підтримку державного, координаційного, організаційного значення.

Не менш важливим для розвитку туристичної сфери, а також регіональних ринків туристичних послуг є:

- підтримка з боку держави малого підприємництва;

- розробка різного роду спеціалізованих програм розвитку туризму;

- організація функціонування консультативних та координаційних рад та туристичних осередків, що утворено при профільних органах управління та регулювання.

Як свідчить практика, велика кількість наявних структурних інститутів не визначає високій рівень їх якості. В цей же час, має місце і нецільове використання зазначених інститутів. Однією з найбільш поширених є умовна організація інституту, або умови, за яких даний інститут формується – як правило, під тиском різних зовнішніх факторів.

На регіональному рівні окремі інститути впроваджуються, як одна з обов'язкових умов отримання різного роду фінансування з боку держави або різних грантових виплат з боку міжнародних фінансових організацій.

За умов формального функціонування даних інституцій не виконуються початково покладені на них обов'язки, або ж, взагалі вони в значній мірі модифікуються.

Як слідство особливо важливої для оновлення регіональних ринків туристичних послуг така інституція, як «асоціація підприємців туристичного бізнесу» в силах забезпечувати становлення та виконання правил та норм взаємодії та ведення туристичного бізнесу, однак за сучасних умов не має реального розвитку.

В кінці-кінців маємо наступну ситуацію. Як на регіональному, так і на загально-національному рівнях зазначені інституції існують, але в цей же час, не виконують свої основні та головні цілі.

Відзначена організація ринкових інституцій в сфері надання туристичних послуг в значній мірі знижує їх рівень ефективності відносно зменшення обсягів різних трансакційних витрат.

Отже, можна резюмувати, що одну з основних ролей в створенні та подальшому функціонуванні інституційної складової механізму регулювання регіональних ринків туристичних послуг відіграє саме держава – яка приймає на себе зобов'язання щодо утворення інституційної структури туристичної сфери, окреслення та наступного дотримання засад взаємного існування та поведінки



ринкових суб'єктів, а також формування різного роду заходів з контролю їх діяльності.

З позиції інституційного підходу – туризм є сукупністю суб'єктів, що функціонують в туристичній сфері, в тому числі і взаємних відносин, що формуються в процесі функціонування.

Він являє собою новий за змістом – диверсифікований комплекс, що поєднує різні організації з різних галузей, що створює чіткі умови для дотримання загальної концепції комплексного, а також міжгалузевого характеру туризму.

Держава являє собою інститут, що на основі практичного застосування профільних та спеціальних механізмів окреслює шляхи формування та подальшого розвитку регіональних ринків туристичних послуг.

Також слід звернути увагу і на певні особливості, а іноді і складнощі, що в тій чи іншій мірі впливають на процес регулювання туристичного бізнесу в нас в державі, який є притаманним також і іншим країнам, серед яких:

- жорстка форма конкуренції на ринку туристичних послуг;

- проблема «сезонності», як необхідність постійного та високого рівня попиту та послуги в туристичній сфері;

- постійний дефіцит фінансових результатів;

- низький рівень туристичних послуг.

Отже, сам туризм, як окремий вид економічної діяльності ставить перед державою окремі умови. З одного боку представляє так званий міжгалузевий комплекс, що вимагає окремого регулювання; з іншого – загальна регламентація в значній мірі обмежує розвиток ринкових взаємин.

В результаті проведення досліджень, коли було сформовано перелік основних завдань що мають першочергове виконання перед державною політикою в туристичній сфері для населення та основного розвитку регіональних ринків туристичних послуг:

- введення в дію механізму, який би сприяв залученню додаткової інвестиційної підтримки для розвитку

загальнонаціональної та регіональної туристичної інфраструктури;

- постійне «оновлення» нормативно-правових, економічних та фінансових засад розвитку туристичної сфери;

- підтримка малого бізнесу в туристичній галузі;

- підвищення рівня професіоналізму працівників туристичної сфери;

- реалізація програм направлених на конкретизацію продуктів національної сфери туристичних послуг на інтернаціональному рівні.

### *5.1.2. Організаційний та інституційний базис функціонування регіональних ринків туристичних послуг*

Як вже було відзначено раніше за текстом, функціонування туристичної сфери в державі за умов ринкових реалій (низький рівень платоспроможного попиту), особливо на регіональному рівні призводить до значного темпу зниження економічної зацікавленості щодо подальшого розвитку як регіонального, так і загальнонаціонального ринку туристичних послуг.

Як слідство, маємо становище, за якого регіональні ринки туристичних послуг (РРТП) вимагають здійснення масштабного та систематичного покращення – вдосконалення. Особливо звертаючи увагу на те, що саме РРТП відіграють одну з основних ролей в регіональному розвитку країни та її економічного становища, забезпечення гуманітарних та соціальних гарантій [125].

Дослідження туристичних та організаційних засад, ефективності інституційного базису функціонування РРТП на сьогодні є в недостатній мірі висвітленим.

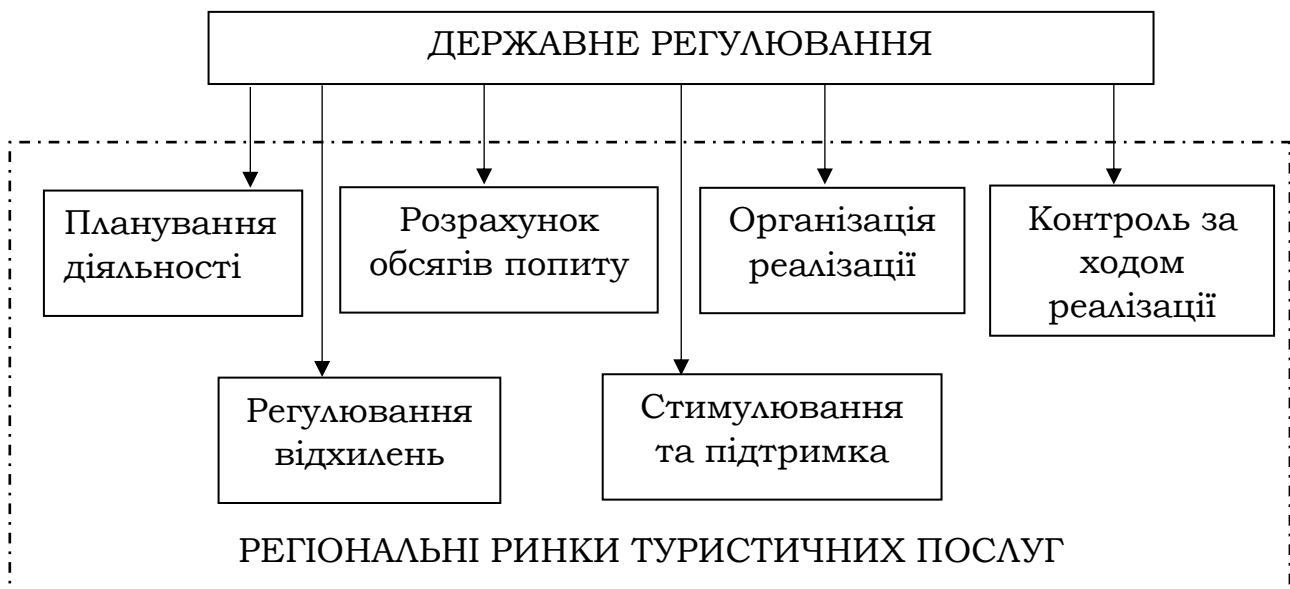
Специфічне забезпечення регулювання в процесі становлення та подальшого розвитку РРТП характеризується в основному економічними підходами. В той час, коли адміністративні засоби застосовуються в

більшій мірі, в частині регулювання процесів цінового утворення та реалізації туристичної послуги [125].

В свою чергу вплив з боку держави формується лише з позиції загальноприйнятих фінансово-економічних важелів. До того ж відомо, що без збалансованої туристичної інфраструктури в державі – відповідно неефективно розвиватися вона буде і в регіоні. Відносно до регулювання процесів з боку держави нами було віднесено наступні аспекти:

- регламентацію організаційних процесів в туристичній сфері;
- опосередкування нормативно-правових процесів в галузі;
- окреслення функціональних та територіальних меж реалізації туристичної послуги;
- інвестиційний супровід як самої туристичної галузі держави, так і процесів, що виникають на ринку туристичних послуг;
- оподаткування операцій в туристичній сфері.

Відповідно, до основних державних функцій щодо регулювання на РРТП було віднесено (рис. 5.2):



*\*Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерела: [125].*

Рис. 5.2. Основні державні функції регулювання регіональних ринків туристичних послуг

1) Планування діяльності – окреслення відповідних цілей та напрямів розвитку туристичної сфери/послуги; окреслення потрібних для цього базисних факторів.

Насамперед, під час реалізації «планування» слід зважати на послідовність здійснення оцінки можливих змін на регіональному ринку туристичних послуг, зважаючи при цьому на регіональний туристичний потенціал, а також конкурентну кон'юнктуру пропозиції туристичних послуг.

2) Розрахунок обсягів попиту/пропозиції на різні туристичні послуги у визначених регіональних межах.

3) Організація реалізації – забезпечення організаційних дій відносно практичної реалізації запланованих до виконання заходів на РРТП.

Під час організаційних процесів слід насамперед реалізовувати організаційні заходи конкретно за функціонуванням регіональних ринків туристичних послуг та дотримання балансу сил серед його учасників.

4) Контроль за процесом реалізації – забезпечення заходів щодо контролю процесу реалізації послуг на регіональних туристичних ринках.

Функція контролю в першу чергу покликана забезпечувати визначення чітких засад та критеріїв ефективності заходів, що реалізуються на ринку туристичних послуг; забезпечувати новий контроль за послідовністю виконання взятої за основу стратегії розвитку туризму в державі та її регіонах. Слугувати надійним базисом для коригування основних критеріїв та послідовності дій.

5) Регулювання відхилень – забезпечення регуляторного впливу за умов виникнення різного роду системних відхилень від запланованого.

Частина регулювання можливих відхилень за змістом своїм повинна забезпечити необхідні передумови для реалізації можливості коригування основних підходів впливу, а також можливості їх інтенсивної реалізації.

Є необхідність в забезпеченні та можливості обрання заходів та інструментів впливу забезпечення умов дотримання конкурентного балансу серед суб'єктів РРТП.

б) Стимулювання та підтримка – реалізація дій пов'язаних з стимулюванням учасників туристичного ринку (регіональний, загальнонаціональний масштаб) з метою досягнення останніми поставлених завдань.

Функція ж стимулювання та підтримки повинна втримати інтерес учасників регіональних ринків туристичних послуг до виконання їх професійних обов'язків.

Разом з тим, роль держави на сьогодні щодо регулювання регіональних ринків туристичних послуг реалізується недостатньо. Відчутні зміни в нормативно-правовому базисі все більше та більше ускладнюють туристичну справу.

Держава завжди намагається контролювати розвиток туризму в регіонах країни різними регулюючими підходами, в той же час державна підтримка гравців на туристичному ринку незначна; виникнення ряду економічних та політичних криз впродовж останнього десятиріччя, високий рівень бюрократії в значній мірі погіршують рівень платоспроможного попиту, що в сукупності своїй відчутно знижують рівень діючої активності учасників туристичного ринку [78, 80].

Для порівняння, приведемо для прикладу деякі показники. Загальна кількість учасників ринку туристичних послуг в Харкові в 2017 році знаходилася на рівні близько 3450 од. (в тому числі юридичні та фізичні особи), що невеликим менше 50 одиниць у порівнянні з 2016 роком.

Разом з тим, слід відмітити і ряд позитивних змін, адже станом на початок 2019 року було видано близько 2740 дозволів на реалізацію ліцензованої діяльності організаціям, що займаються наданням туристичних послуг. Цей показник, (2660 ліцензій) в свою чергу є вищим в порівнянні з 2018 роком майже на 80 позицій [134].

Також є цікавим той факт, що впродовж останніх двох років спостерігається зріст находжень до державного бюджету. В результаті сплати туристичного збору. Даний показник на 01.01.2020 року становив близько – 3850 млн. грн. від юридичних осіб; 380 млн. грн. від фізичних осіб.

Такого стану справ вдалося досягти завдяки змінам в процедурі до нарахування туристичного збору, що здійснюється на основі змісту Закону України «Про внесення зміни до Податкового Кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків та зборів №2628 від 23.11.2018 року».

У відповідності до змісту зазначеного Закону України починаючи з 01.01.2019р. верхня гранична ставка туристичного збору встановлюється виключно місцевими громадами на рівні до 0,5% - за внутрішнім туризмом та до 5% за статтею «в'їзного туризму». Зазначені платежі формуються у відповідності до встановленої мінімальної заробітної плати для однієї людини за одну добу перебування на тимчасовій території [77].

Отже не зважаючи на досить несприятливі умови для розвитку регіональних ринків туристичних послуг (РРТП), все ж досить важливе значення відіграє держава та її роль у врегулюванні процесів, що відображаються на РРТП. Відповідно і регулювання вище зазначених процесів на регіональному рівні можуть бути сформованими та відповідати підвалинам вже існуючої державної економічної, соціальної та господарської політики.

Підтримуємо думку Л.Ю. Матвійчук та М.І Ленкого, що в регіонах серед основних завдань для здійснення максимального ефективного розвитку РРТП слід:

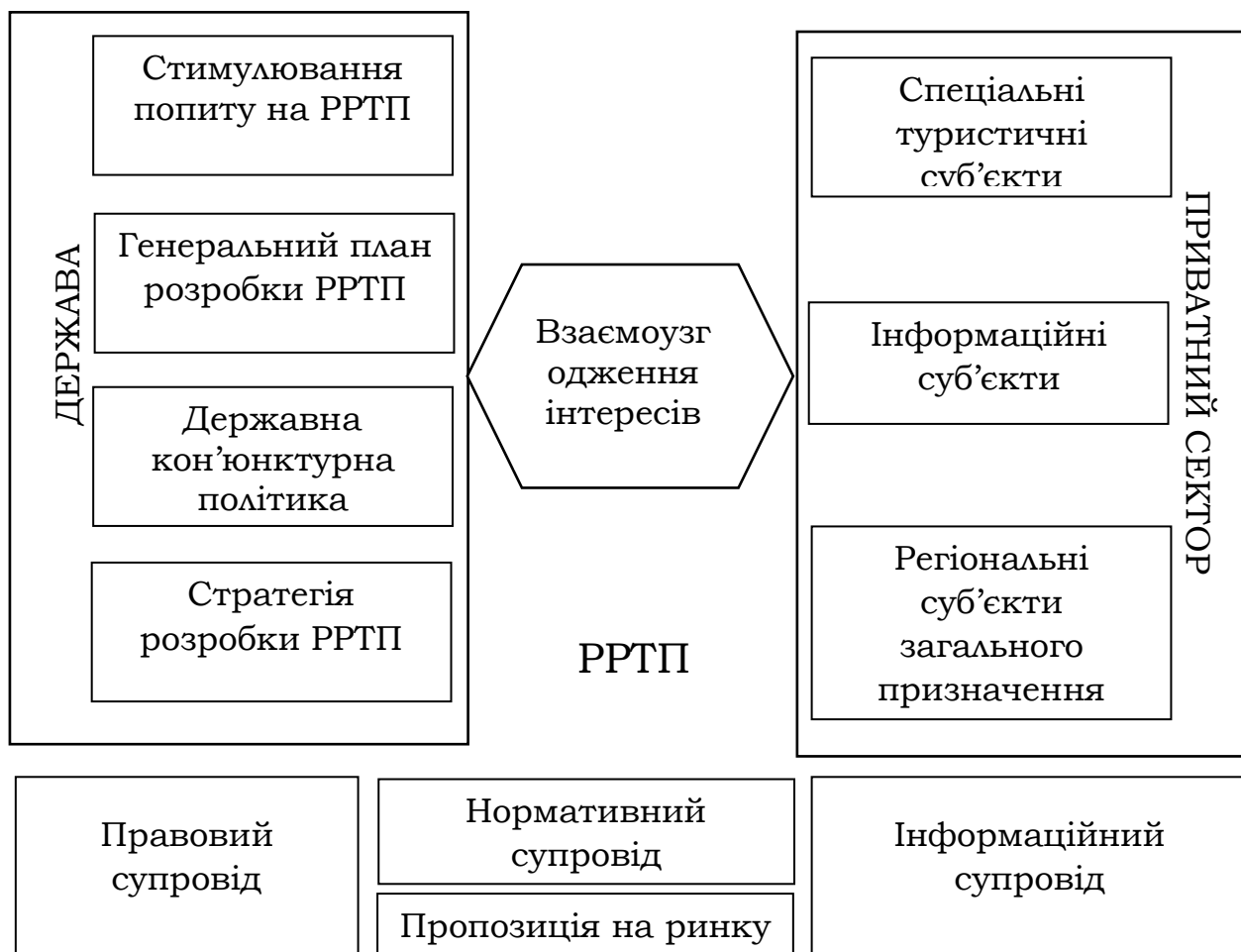
- стимулювати сільське населення для ведення бізнесу в туристичній сфері насамперед;

- реалізувати дійсні та реальні програми стимулювання туристичної сфери загалом, а також окремих регіональних ринків туристичних послуг.

Водночас, туристичні ринки в регіонах утворюються та навіть функціонують базуючись на приватній ініціативі

та водночас мають потреби до постійного втручання державних органів влади з метою забезпечення найбільшого та ефективного контролю за відповідністю загальноприйнятим стандартам туристичної галузі, безпечності та раціонального використання туристичних ресурсів, забезпечення необхідних умов участі суб'єктів туристичного ринку [184].

Важливо відзначити, що поряд з вищевикладеним слід відмітити повне взаємоузгодження інтересів приватного та державного секторів (Рис. 5.3).



*\*Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерела: [125].*

Рис. 5.3. Схема забезпечення взаємоузгодження інтересів приватного та державного секторів регіональних ринків туристичних послуг.

Регіональний ринок туристичних послуг за своїм змістом як повністю комерціалізована структура завжди

тяготить до максимізації свого прибутку. Водночас, до отримання прибутків тяготіють і інші суб'єкти з інфраструктурного забезпечення РРТП. В цей же час, володіючи постійним інтересом до оподаткування, держава зобов'язана організувати та забезпечувати безпечні умови для перебування туристів на ринку; водночас здійснювати роботи з постійного покращення економічних, господарських та соціальних характеристик регіону.

Також слід відзначити те, що інституційний вплив на РРТП характеризується в тому числі «зворотними» процесами. Водночас, він передбачає вплив на учасників РРТП, з іншого боку – прогнозує певну реакцію, що відображається у показниках значно вищого рівня якості життя населення, РРТП, найвищі показники економічної, господарської та фінансової діяльності суб'єктів РРТП (туристичних компонентів), потенціал місцевості [93].

Водночас, забезпечення максимально-сприятливого середовища функціонування та розвитку регіональних ринків туристичних послуг – дуже важливе та вимагає постійної підтримки органів місцевої влади.

Вважаємо, що особливу увагу в зазначеному процесі слід приділити невеликим підприємствам, що реалізують свою діяльність в туристичній сфері (наприклад об'єкти місцевого зеленого туризму).

Забезпечення економічного, господарського та загалом, інституційного регулювання розвитку РРТП повинно брати до уваги не лише його географічні межі, а й альтернативність різних підходів до поєднання, взаємного узгодження з наступною реалізацією насправді результативних шляхів утворення збалансованого структурного розвитку туристичного сектору. В свою чергу, послідовність та поетапність дій, що сприяють максимально ефективному розвитку регіональних ринків туристичних послуг зображено на рисунку 5.4.

В свою чергу, діяльність місцевих органів влади, керується принципам та завданнями щодо можливих потреб туристів та повинна робити все, що сприятиме



місцевим підприємствам в темпах розвитку потенціалу їх виробничих потужностей своїх туристичних організацій та їх комерційної діяльності; формуванню найбільш оптимального інфраструктурного забезпечення та розвитку туристичної галузі в регіоні; формуванні соціальної структури обсягу об'єктів туристичної діяльності, що є придатними для практичного використання; побудові загального комплексу туристичного продукту регіону.



*\*Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерела: [125].*

Рис. 5.4. Послідовність та поетапність дій, які стимулюють найефективніший розвиток регіональних ринків туристичних послуг.

Останнім часом вже розроблено цілий ряд профільних регіональних та місцевих програм що в тій, чи іншій мірі передбачають розвиток туристичної галузі регіону, а також регіональних ринків туристичних послуг. Проте, всі вони в певній мірі є виконаними.

Пов'язано це насамперед з: відсутністю, або нестачею фінансового забезпечення; неврахуванням в певній мірі умов та факторів, що передбачають цілісний характер, а також цінність їх реалізації.

Своєчасно взяти до уваги цілісні фактори реалізації програм туристичного розвитку дозволяє оцінити продукцію їх місії з обов'язковим впровадженням стану, що має місце, а також обґрунтування такого стану об'єктів туристичного характеру в регіоні.

Важливо також відзначити, що «бажаний об'єм», що панує на підприємстві на основі практичної реалізації вагомих програм розвитку туризму та туристичних послуг є «умовним». В свою чергу його обґрунтування є досить складним та вимагає розробки і впровадження в життя відповідного наукового та методичного базису.

В свою чергу результати прийнятих Державних програм цільового розвитку регіонального туризму підкреслюють, що їх зміст не передбачає дослідження їх складових як окремих між собою проектів.

Існуючі та функціонуючі міські та регіональні профільні програми розвитку за своїм змістом не передбачають профілювання їх місії, а також відзначають проблемні питання, що мають місце на сьогодні в сфері туристичних послуг. Все це свідчить насамперед що те, що досить складним є процес обґрунтування профільних програм зазначеного типу [175].

Отже, спираючись на вищевикладене можна резюмувати та відзначити наступні недоліки, що присутні в переважній більшості щоденних цільових програм туристичного розвитку:

- механізм контролю профільних спеціалізованих програм з позиції нормативно-правового забезпечення є досить недосконалим, адже за їх змістом не передбачено практичне застосування однотипних критеріїв з оцінювання результатів виконання даних програм та планових проектів.

- відсутніми є поняття, а також необхідні механізми відносно практичної реалізації відповідних та конкретних

заходів. Адже відомо, що неможливою є реалізація профільних цільових програм в окремо взятому регіональному утворенні без обов'язкової реалізації супутніх цільових програм розвитку, із яким основні цільові програми є напряду пов'язаними на фінансовому, матеріальному рівнях.

- є потреба в регулюванні максимально-ефективного розвитку туризму загалом та туристичних послуг в регіонах країни та взаємного узгодження інтересів учасників програм.

Зважена, вивірена та послідовна діяльність виробників туристичних послуг, що реалізується у новій відповідності до запитів часу та загальноприйнятих в світі стандартів якості, створює умови для забезпечення розвитку туристичної сфери та ефективного розвитку ринків туристичних послуг в регіонах держави.

Основними принципами, що в тій чи іншій мірі створюють умови для операторів туристичних послуг підвищуватимуть відповідальність, при цьому утворюють формування системи сертифікованого та безпечного продукування туристичних послуг, серед яких наступні:

- підсилення іміджевих позицій;
- навчання персоналу, а також формування продуктивності праці;
- ілюстрування результатів діяльності організацій, що функціонують в туристичній галузі та заперечують функціонування регіональних ринків туристичних послуг;
- податкові пільги;
- додаткові та альтернативні шляхи реалізації нарощення інвестиційного забезпечення;
- інноваційна активність.

В свою чергу, авторській підхід до бачення нової структури та процедури утворення інституційної інфраструктури максимально-ефективного рівня розвитку регіональних туристичних ринків зображено на рисунку 5.5.

Не секрет, що на сьогодні інституційна структура та середовища регіональних ринків туристичних послуг функціонує базуючись на взаємних та спільних діях ряду

формальних та неформальних міжнародних та національних інституційних утвореннях.



*\*Розроблено авторами*

Рис. 5.5 Послідовність утворення інституціональної інфраструктури формування регіональних туристичних послуг

Відтак, до формальних інституцій варто віднести наступні суб'єкти: аудиторські, сертифікаційні, нормативно-правові, державні осередки тощо.

До неформальних інституцій відносяться: освітні інституції; екологічні, господарського контролю, наукові, тощо.

Важливо відзначити те, що особливу роль в структурі інституційного забезпечення господарського рівня та діяльності регіональних туристичних послуг становлять так звані неформальні інституції, серед яких:

- різні міжнародні проекти за зазначеним напрямом;
- різноманітні програми-підтримки.

Важливо відмітити, що досить важливим для розвитку регіональних ринків туристичних послуг є введення в дію так званих «географічних зазначень», як один з видів невизначеного ринку товарів та послуг від можливих проявів на ринку туристичних послуг від недобросовісних конкурентних товарів та послуг на ринку туристичних послуг.

Адже саме географічні значення являють собою так звані та своєрідні надбання нашої держави. Як слідство, це сприятиме: виділенню та окресленню особливих характеристик та якості серед товарів з однорідними характеристиками, конкурують між собою; інформатизація споживача, про природу покращення сировини, місця та підходів до виробництва товарів та послуг.

Відомо, що користуючись «рамками» виконання нашою державою нових обов'язків, що було у змісті угоди про Асоціацію з Європейським Союзом передбачено гармонізацію вітчизняного нормативно-правового базису до Європейського, в тому числі забезпечення необхідних умов та рівня належного правового захисту малого здобутку ідентичних засад захисту для управлінських географічних значень на ринку Європейського союзу.

Особливою умовою позитивного розвитку регіональних ринків туристичних послуг є забезпечення саме максимального та високого рівня конкурентної спроможності виробників товарів та туристичних послуг.

Конкурентний баланс являє собою комплекс економічних інструментів, що за змістом своїм активізують різні економічні чинники, що формують так званий фактор загальності відносно регіональних ресурсів.

Загалом результат аналізу економічного, інституційного та організаційного базису розвитку регіональних ринків туристичних послуг дозволяє виділити підвалини практичної реалізації яка сприяє забезпеченню максимально-ефективному процесу формування інституційної інфраструктури подальшого розвитку регіонального ринку, що на певний момент досліджується, серед чого:

- утворення продукту (туристичної послуги, що базується на основі їх сертифікаційних характеристик та географічних особливостей);
- нормативно-правове забезпечення безперервного процесу виробництва високоякісного туристичного продукту;
- формування стимулюючих систем фінансово-інвестиційної підтримки малого та середнього бізнесу, що працює в туристичній сфері;
- формування взаємин серед учасників РРТП та різних форм їх господарювання;
- підготовка висококваліфікованих працівників туристичної галузі;
- покращення «інфраструктурних комірок» туристичної сфери [286].

Відтак, організація та подальше забезпечення усіх процесів, сприятимуть інфраструктурному розвитку регіональних ринків туристичних послуг повинно здійснюватися у відповідності до чинного нормативно-правового базису спираючись при цьому на чесні стандарти. В такому процесі основну роль відіграє саме інституційна інфраструктура, що панує в регіоні.

Структура інституційного забезпечення повинна будуватися на засадах еластичності та успішності, що об'єднала б в собі матеріальну, організаційну, інституційну, правову та інвестиційно-фінансову складові. Та в своїй сутності регламентуватимуть взаємини щодо учасників регіональних ринків туристичних послуг.

Оскільки туристична інфраструктура регіональних туристичних послуг – система елементів, що гарантує

стабільний функціоналізм взаємозв'язків між господарськими одиницями туристичної сфери, а також конкуренцію туристичного продукту на ринку послуг [125].

Також варто відзначити й те, що саме інституційна інфраструктура регіональних туристичних послуг за своїм змістом загалом забезпечує стабільне та безперебійне функціонування галузей системи ринку у певній відповідності до споживчого стимулювання вже окресленої економічної практики регіону, яка в свою чергу формується під прямим впливом неформальних та формальних інститутів та адже укладених на ринку угод.

Консультація та інформативна складові інституційної інфраструктури регіональних ринків туристичних послуг є обов'язковим та невід'ємними складовими інституційної інфраструктури. Їх функціональним призначенням є саме інформаційна підтримка популяризаційної та виробничої діяльності регіональних туристичних організацій.

Загалом, в основу формування регіональних ринків туристичних послуг покладено спеціалізовану інфраструктуру як утворення, що забезпечуватиме процес стабільного та безперебійного продукування туристичного продукту.

Вважаємо, що сформована інфраструктура – основа для забезпечення найбільш сприятливих засад для зростання економічних показників регіональних ринків туристичних послуг в регіоні. Саме вона окреслюється як складова економічної діяльності туристичних суб'єктів регіону, що характеризується як своїм основним функціональним призначенням, так і закономірним балансуванням максимально ефективною діяльністю регіонального ринку туристичних послуг.

Вона включає в себе систему складників що обслуговують туристичний сектор регіонального ринку:

- громадські інститути;
- приватні інститути;
- державні інститути;
- інші технічні засоби.

Так вже склалося, що на сьогодні регіональні ринки туристичних послуг функціонують за вже сформованими нормами та правилами, що за своїм прямим призначенням так би мовити коригують вектор реалізації своєї діяльності у вже окресленому напрямі, а їх сукупність носить назву – інституції [125, 240, 241].

В свою чергу інституції прийнято поділяти на такі наступні підгрупи: неформальні, формальні. В основу перших покладено масив загальної соціальної інформації на кшталт культурного надбання-спадщини, що за своїм змістом виражається в вигляді традицій (в тому числі правил, норма, загальноприйнятої поведінки), їх було сформовано за умов повної відсутності «формальних» регуляторних механізмів, які являють собою також одного з основних елементів розвитку регіональних ринків туристичних послуг [240, 241].

Другі є чітко окресленими, що виражено окресленими межами, правилами та обмеженнями. Вони, як правило базуються на засадах «неформальних інституцій». Формальні інституції завжди несуть під собою нормативно-правовий базис.

Результати дослідження свідчать, що становлення регіональних ринків туристичних послуг перебуває під постійним впливом інституційних змін, серед яких варто відзначити наступні:

- зміна норм і правил;
- різного роду неофіційні обмеження;
- характерні особливості процедури дотримання встановлення норм всіма учасниками, що приймають участь в процесі обміну різного роду ресурсами [177].

Від так, інституційне завдання та загалом, процедура максимально-ефективного розвитку регіональних туристичних ринків послуг основних перегляд окремих його складових елементів та з наступною їх систематизацією.

Вважаємо, що на сьогодні схем інституційного інфраструктурного значення регіональних туристичних



послуг в основі своїй сформовано за наступними складовими елементами (Рис. 5.6).

- інституції загального впливу;
- інституції регламентуючого характеру;
- спеціалізовані інституції;
- інституції інформаційної підтримки [125].



*\*Вдосконалено авторами на основі джерела [125].*

Рис. 5.6. Базова структура реалізації інституційного призначення функціонування регіональних ринків туристичних послуг

Є очевидним факт, що високий рівень ефективності становлення та розвитку регіональних ринків туристичних послуг перебуває в прямій залежності саме від інституційної будови інфраструктури регіонального ринку туристичних послуг, що створює належний рівень

забезпечення оптимального взаємозв'язку інтересів усіх учасників туристичної сфери, відіграватиме роль «зв'язкового» між споживачем туристичного продукту та його виробником – створить так звану «платформу обміну».

Отже, резюмуючи визначимо, що основне інституційне завдання, та система, що забезпечує процес регулювання усіх інтересів які мають вплив на функціонування регіональних ринків туристичних послуг, повинні бути збалансованими на оптимальних для всіх суб'єктів засадах.

Зважаючи на достатність нормативно-правового забезпечення та нормативно-коригуючих санкцій, можливим є дати дублювання різного роду заходів та завдань, що лише сприятиме значенню рівня ефективності та гармонізації інституційного середовища та подальшого розвитку регіональних ринків туристичних послуг.

Вважаємо, що надалі реалізовувати політику інституційного базису слід зважаючи на необхідність збагачення підходів регулювання з боку держави на системних засадах.

### *5.1.3. Вдосконалення інституційного середовища функціонування регіональних ринків туристичних послуг*

Відомо, що скоординований підхід та комплексно об'єднаний інституційний базис в будь якій сфері, чи то галузі окреслює рівень ефективності її функціонування на всіх рівнях (регіональний, національний).

Не виключенням є і туристична галузь, оскільки саме у ній важливе значення відіграє комплексний підхід відносно реалізації регіональної (місцевої) та національної політики що реалізується з обов'язковим фінансовим супроводом на належному рівні.

Усе це повинно бути реалізовано на засадах взаємоузгодженості, в тому числі з діями інших відомчих організацій що в ході своєї діяльності приймають участь у формуванні регіональних цільових програм, нормативно-

правового забезпечення, загалом сприяють нарощенню обсягів реалізованого туристичного продукту на туристичних ринках різних рівнів тощо.

На сьогодні, все ж лишається ряд невирішених проблем щодо вдосконалення інституційного супроводу на шляху розвитку туристичної сфери в державі, серед яких є наступні:

- обмеженість кількості популяризаційних заходів, пропорційних дійств відносно туристичних осередків (центрів) в Україні;

- недосконалість вітчизняного нормативно-правового базису та його відмінність відносно закордонного законодавства;

- генерація неконкурентного вітчизняного галузевого продукту (туристичної послуги), що за своїми якісними характеристиками в повній мірі не відповідає викликам сьогодення та міжнародним стандартам;

- повна відсутність дій відносно розвитку сприятливої туристичної інфраструктури, особливо у віддаленій місцевості (на селі);

- низький рівень співпраці серед вітчизняних та міжнародних (в .т.ч. іноземних) інституційних галузевих формувань.

Загалом, прийнятним є те, що саме державна політика та відповідно, державні галузеві установи являють собою так звані інституційні центри, що спираючись на спеціальні профільні інструменти та механізми сприяють вирішенню проблеми обрання потенційних шляхів розвитку туристичної галузу в державі [12, 13, 284].

Не секретом є те, що саме державна політика, а також звісно, державні установи у своїй сукупності формують основоположну інституцію, що і окреслює подальші вектори розвитку туристичної галузі в країні.

Механізм забезпечення інституційної взаємоузгодженості саме з боку органів державної влади повинна лунати ініціатива щодо інституційного регулювання туристичної сфери, а також окреслення чітко визначених поведінкових підвалин усіх учасників

регіональних ринків туристичних послуг з обов'язковим обумовленням засад контролю за реалізацією їх професійної діяльності. Саме в особі державного суб'єкту окреслюються межі та інформаційні зв'язки, формулюючи при цьому спрямування різного роду економічних та соціальних процесів в туристичній сфері [284].

Загалом, не секретом є те, що одним з пріоритетних шляхів реалізації державою економічної та соціальної політики є саме туристична галузь, а також належне її функціонування. З метою досягнення належного рівня реалізації даного напряму слід застосувати заходи:

- стимулювання взаємин в туристичній сфері на міжнародному рівні (в тому числі країнами-партнерами, з якими відбувається активний процес ринкових обмінів, як правило це прикордонні держави);

- сприяння розвитку маловідомих туристичних компонентів, нарощення загального валу туристичних програм та турів, що характеризуються мультиплікативним ефектом;

Подолання наявних бар'єрів та наступне досягнення відзначених цілей перебуває в прямій залежності від рівня розвиненості приватного сектору в туристичній сфері, що характеризуються як правило потужними стимулами до розширення «ринкового панування» [127].

В цей же час, відомими є механізми для практичної реалізації в державі повноцінного середовища для ведення підприємницької діяльності, серед яких:

- повноцінне нормативно-правове регулювання;
- зниження рівня навантаження на суб'єктів ринку в частині оподаткування;

- безупинний процес боротьби з проявами корупційних дій в галузі;

- тіньовий ринок, тіньова економіка.

Відомим є той факт, що безпосередньо політику розвитку туристичної галузі в державі та її регіонах формують як державні, так і не державні управлінські організації. Які в свою чергу є утворені для різних цілей та на різних рівнях. Призначенням їх є реалізація прийнятих

рішень у відповідності до передбачених повноважень, до яких можна віднести наступні:

- розвиток валютних відносин;
- грошово-кредитна політика;
- фінансово-податкова політика;
- інформаційний супровід.

Важливо відзначити, те що кожна держава вповноважена до самостійного обрання та прийняття відповідних рішень, в тому числі обрання органів, що реалізовуватимуть загальну політику в туристичній сфері з наступним регулюванням останньої [132].

В процесі дослідження можливих економічних, правових та організаційних специфічних ознак, що мають місце в процесі регулювання в туристичній сфері загалом, а також зважаючи на результати наукових досліджень прийнято виділяти наступні управлінські моделі в туристичній сфері, серед яких:

- повної автономії;
- державного регулювання;
- партнерської (змішаної) [284].

На сьогоднішній день в нашій державі практично реалізується саме партнерська форма взаємин між учасниками ринку (держава-підприємці). Дана форма передбачає за своїм змістом «керування» туристичною сферою через Державне агентство розвитку туризму.

Відзначимо, що не беручи до уваги те, що туризм в Україні вбачається як один з найбільш пріоритетних напрямів, що сприятиме нарощенню економічних показників, державна політика щодо утворення певного механізму по управлінню галуззю туризму є в недостатній мірі послідовною [31].

В деякій мірі таке становище спричинене постійними процесами структурних змін (реорганізації) в центральних та профільованих органах державної влади.

У зв'язку з тим, що в нашій державі на постійній основі повноваження профільних організацій та їх кількість піддаються змінам – фінансуються вони також не стабільно. Як слідство, маємо недостатню ефективну

діяльність профільних організацій для достатнього рівня популяризації сфери туристичних послуг як в межах самої держави, так і закордоном [284].

В основі, засад, що відображають недостатність рівня вже сформованого базису інституційного забезпечення туристичної галузі держави загалом, а також окремих регіональних ринків туристичних послуг є наступні:

- низький рівень взаємовідносин, а відповідно галузевої співпраці серед учасниками туристичного ринку (галузевими інституціями) на регіональних ринках туристичних послуг, що характеризуються своїм транскордонним розташуванням;

- асиметричній моделі регіонального представлення різного роду туристичних підприємств (організацій) призначенням яких є саме просування туристичних ідей, заходів, подій, програм в державі;

- недостатній рівень інституційної стабільності в частині управлінських заходів та регулювання туристичної галузі в державі;

- постійний дефіцит висококваліфікованих кадрів, а також низький рівень підготовки спеціалістів туристичної сфери;

- дефіцит інформаційно-популяризаційного супроводу.

Отже, можемо зробити висновок, що максимально дієвий інституційний базис туристичної сфери повинен будуватися на умовах дотримання принципів ефективності, оперативності, систематичності, за умови обов'язкової співпраці з іншими учасниками регіональних туристичних ринків, що є також зацікавленими в розвитку туристичної галузі [272].

В основі поставлених завдань перед інституційним забезпеченням туристичної галузі в державі на сам перед повинно бути створення максимально сприятливих умов з метою її розвитку.

Важливо відмітити, що на сьогодні рівень розвиненості та стан глобальної економіки потребує специфічних підходів до формування інституційного базису туристичної сфери. Вважаємо також те, що

важливо брати до уваги різні рівні та особливості реалізації, серед яких:

- світового (глобального) значення;
- інтернаціонального значення;
- національного значення;
- регіонального значення;
- районного значення;
- місцевого значення.

На сьогодні, однією з складностей при реалізації інституціональних питань щодо забезпечення, підтримки та наступного регулювання туристичної сфери є самокоординованість дій серед суб'єктів регіональних ринків туристичних послуг, адже саме даний аспект є основою для успішного розвитку інституціонального базису (відпочинкова його частина):

- транспорт;
- інформаційне забезпечення;
- оздоровлення;
- розміщення та проживання;
- комунікаційні зв'язки.

Якщо ж розглядати дане питання на рівні галузі, то до основних проблемних питань, що слід в обов'язковому порядку вдосконалити, нами було віднесено наступні (рис. 5.7):

*- реалізація в дію окремих стандартів з метою реалізації уніфікованого підходу відносно норм та правил реалізації туристичних послуг на регіональних ринках туристичних послуг (у відповідності до вимог часу та загальноприйнятих світових стандартів з обов'язковим врахуванням специфічних особливостей національного та етнографічного змісту);*

*- боротьба з проявами асиметричного інформаційного поширення та недосконалими засадами конкурентних умов спільного функціонування учасників регіональних ринків туристичних послуг. У зв'язку з тим, що для ринку туристичних послуг є непідвласним самостійне обмеження фактів виникнення будь яких форм монополій велику надію покладено саме на галузеві державні органи влади;*



*\* Розробка авторів*

Рис. 5.7 Основні галузеві перешкоди розвитку регіональних ринків туристичних послуг.

- попередження так званих «зовнішніх ефектів», що є слідством ведення приватної підприємницької діяльності. В результаті виникнення яких можуть мати місце різного роду негативні екстерналиї, що відображаються в діях направлених на пригнічення інших (суміжних) видів діяльності; можливі прийняті рішення з боку споживацького сектора щодо використання інших видів послуг, або ж продукції;

- прийняття в дію нового, а також змістовне розширення існуючого нормативно-правового базису. Що регламентує функціонування та майбутній розвиток



туристичної сфери в державі, регіонах та окремо на регіональних ринках туристичних послуг;

- пошук нових шляхів для реалізації соціального балансу та економічної справедливості серед населення. Оскільки на сьогодні градація фінансового забезпечення серед населення в певній мірі спричиняє дисбаланс соціально-економічних можливостей. В цей же час, одним з основних завдань держави, як інституціонального центру є забезпечення належного рівня населення, що характеризується досить низьким рівнем доходів.

Зазвичай, в ролі регулятора виступає сама держава, що для реалізації своєї ролі як правило використовує різного роду інститути розвитку -інструментарій:

- профільні агентства, що покликані для підтримки на координаційному, організаційному, фінансовому рівнях;
- банківські установи;
- нормативно-правовий базис;
- спеціалізовані фонди [188].

Це в свою чергу проявляється у процесі утворення різного роду спеціалізованих інституцій; розробки спеціалізованих програм для туристичного розвитку; підтримки з боку держави малих підприємств та самої підприємницької діяльності тощо.

Водночас, як свідчить досвід, кількісне значення структурних інститутів немає нічого спільного з їх якісними характеристиками. Разом з цією проблемою, також має місце факт нецільового застосування зазначених інституцій [284].

До тих, що є найбільше розповсюдженими серед недоліків можна віднести «формальний підхід» в процесі діяльності інституту. На кшталт процес його створення знаходиться в прямій залежності від зовнішніх чинників.

В свою чергу, в регіонах, окрім інституційні утворення реалізуються як умова для забезпечення підтримки з боку держави (у різних формах прояву). По факту ж, зазначені інституції не виконують свого основного призначення та покладених на них обов'язків.

Як слідство, маємо наступну ситуацію, коли спеціалізована інституція здатна забезпечити процес становлення з наступною реалізацією засад ведення та взаємодії в сфері туризму і в цей же час не отримує достатнього рівня розвитку [284].

На сьогодні, не зважаючи на те, що офіційно організації даного типу функціонують вони не виконують своїх прямих функцій, що на них покладено. А їх фактичне призначення направлене на захист окремих учасників туристичної сфери [100].

А від так, відзначений формалізований підхід до реалізації ринкових засад та інституцій в туристичній галузі в значній мірі зменшує рівень їх ефективності відносно зниження рівня трансакційних витрат, що досить негативно відзначається на оцінці з боку громадськості, або ж створює умови для зацікавлених лиць стримувати можливий розвиток даних інституцій.

## **5.2. Напрями модернізації та регулювання конкурентного середовища на регіональних ринках туристичних послуг**

Сучасна економічна політика України покликана стимулювати та забезпечувати стабільність та сталість регіонального розвитку шляхом підвищення конкурентоспроможності його регіонів. Динамічні темпи розвитку туристичного сектору регіонів, забезпечення комплексного конкурентоспроможного середовища вимагає усе нових та нових підходів для прогнозування розвитку подій в майбутньому та прийняття на цій основі виважених та правильних рішень [98].

За умов ринкового господарювання, місце та вплив конкуренції є всеосяжним та необхідним етапом для прозорості та сприятливості середовища, в якому перебувають підприємницькі структури. Однак на туристичних ринках відбувається зворотна реакція, оскільки соціально-економічні параметри регіону

визначатимуть подальше формування кон'юнктури ринку зазначеного регіону.

Будучи виключно регіональною категорією, туристичний ринок щороку отримує все більше популярності залучаючи постійно зростаючий попит віддаленого спектру туристів. Водночас, здатність досягти конкуруючого балансу між виробниками та споживачами товарів та послуг характеризує суть такої економічної категорії, як конкурентоспроможність. Ринкове середовище створює передумови досягнення високого рівня «конкурентоспроможності», яка гарантує досягнення успіху на внутрішніх і зовнішніх ринках. Не аби якого значення за сучасних умов набуває розуміння конкурентоспроможності між регіональними туристичними ринками, що створює конкуруючі засади для ще більшої активності туристичних суб'єктів.

Ефект і видова результативність поняття «конкурентоспроможність» є диференційованою категорією, яка отримує різних рис для різноманітності товарів та послуг. Проте, не враховуючи різноплановість та різнооб'єктність товарних та споживчих ринків, передусім категорія «конкурентоспроможність» відбиває здатність об'єкту дослідження використовувати найефективніші методи та прийоми для досягнення найкращих результатів відносно своїх конкурентів.

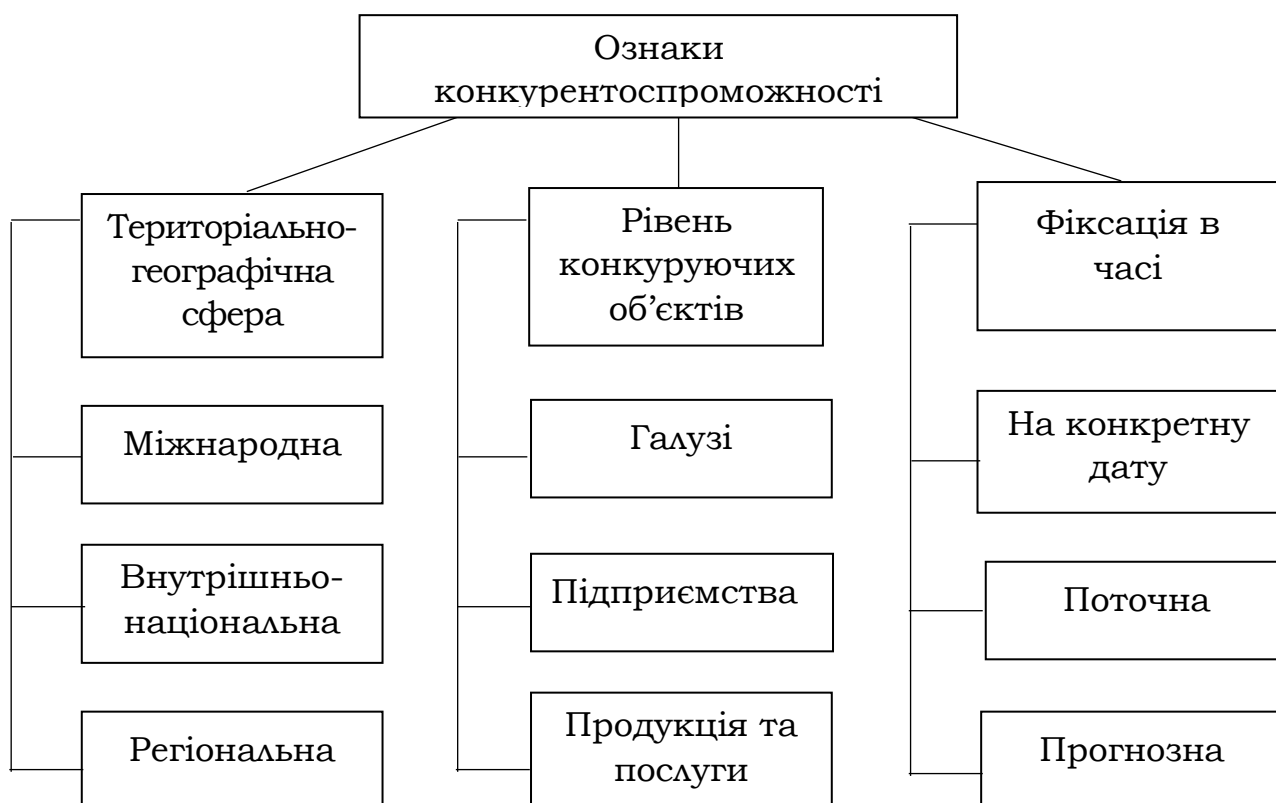
Узагальнюючи існуючі підходи до категорії «конкурентоспроможність» варто під нею розуміти: постійну боротьбу між суб'єктами ринку туристичних послуг за найкращу позицію на ринку з метою надання на реалізації якісних туристичних послуг. Кон'юнктура туристичного ринку піддається впливу державно-регіонального регулювання, регіональної стратегії розвитку ринку та конкурентоспроможності туристичних послуг.

За переконанням дослідниці О.О. Любіцевої існує три підходи аналізу ринкової кон'юнктури регіонального туристичного ринку. Серед них:

- моніторинг туристично-рекреаційного стану регіонального туристичного ринку;

- прогнозування подальшого формування туристичного ринку;
- стратегічне планування розвитку регіональних туристичних систем в майбутньому [23].

На регіональних ринках туристичних послуг, конкуренція слугує регулятором темпів та обсягів виробництва, спонукає до інноваційної діяльності та різноманітних модернізацій на підприємстві. Розглядаючи конкурентоспроможність, як складову економіки, слід сказати, що вона представлена деякою відносною інтегральною характеристикою, що відображає відмінність певного туристичного продукту від конкурента, та встановлює його привабливість для споживача.



\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерела: [103].

Рис. 5.8. Систематизація конкурентоспроможності за вибраними ознаками

Конкурентоспроможність підприємства – це система порівняльної характеристики, що відбиває низку переваг над іншими підприємствами-конкурентами за

об'єднанням оцінюючих показників функціонування на регіональних туристичних ринках, за встановлених проміжків часу [237]. Вона досягається за умов:

- використання наукових методів в стратегічному менеджменті;
- інноваційно-технологічного розвитку підприємства;
- використання новітніх методів дослідження та розробок;
- управління усіма процесами підприємства на будь-якій стадії об'єкта;
- розробка комплексу заходів по забезпеченню конкурентоспроможності різних секторів та об'єктів підприємства.

Дане поняття можна класифікувати за різними ознаками (рис. 5.8).

1. Територіально-географічною сферою;
2. Рівнем конкуруючих об'єктів;
3. Фіксацією у часі.

Конкурентоспроможність туристичного підприємства містить такі властивості: просторовість, предметність, динамічність, атрибутивність, об'єктивність, порівняння і системність.

Розглядаючи детальніше данні поняття можна сказати, що просторовість свідчить про те, що конкурентні переваги туристичної фірми встановлюються в межах туристичного ринку, адже за наявності однакових умов воно може володіти конкурентоспроможністю на даному ринку, і бути аутсайдером на іншому.

Предметність передбачає виділення набору параметрів, що створюють конкурентоспроможність туристичного підприємства: високу якість продукції; використання сучасних технічних засобів та технологій; високий рівень кваліфікації персоналу; формування позитивного іміджу підприємства та його продукції в свідомості споживачів; застосування комплексу маркетингу при просуванні продукції на ринок; забезпеченість підприємства матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами; наявність різноманітних

патентів; застосування ефективних управлінських технологій тощо [103].

Динамічність означає те, що дане поняття обмежене в часі, оскільки конкурентоспроможність може бути в одному часі та повністю відсутня в іншому.

Атрибутивність свідчить про виділення унікальних характеристик, що створюють конкурентні переваги туристичних організацій: унікальність туристичної продукції, додаткові сервісні послуги, неповторна технологія залучення та обслуговування клієнтів.

Об'єктивність означає те, що визначення конкурентоспроможності туристичного підприємства повинне спиратися на перевірену, достовірну інформацію, що точно показує об'єктивну дійсність, у свою чергу висновки повинні бути підтвердженні точними аналітичними розрахунками.

Порівняння між потенційними конкурентами, що реалізують таку ж продукцію (товари чи послуги) та працюють на регіональному туристичному ринку.

Системність передбачає дослідження всієї сукупності параметрів і умов, що створюють конкурентоспроможність підприємства, а також взаємозв'язки між ними і взаємообумовленості їх складових [103].

На конкурентоспроможність туристичних підприємств впливають фактори, що можна поділити на: зовнішні та внутрішні (рис. 5.9).

До зовнішніх відносять сукупність різних показників господарювання: суспільних, економічних та природніх умов та чинників, що функціонують в навколишньому середовищі та мають певний вплив на діяльність туристичного підприємства.

До внутрішніх чинників включають усі складові діяльності підприємства, які піддаються контролю. Найпоширеніші з них:

- робота керівників та процес управління підприємством;

Фактори конкурентоспроможності підприємства

ЗОВНІШНІ

- політична ситуація в державі;
- економічні зв'язки;
- наявність конкурентів;
- розміщення виробничих сил;
- наявність сировинних ресурсів;
- рівень техніки та технологій;
- система управління виробництвом;
- система управління виробництвом;
- концентрація виробництва;
- законодавча база.

ВНУТРІШНІ

- система та методи управління підприємством;
- рівень організації процесу виробництва на підприємстві;
- прогнозування та планування;
- орієнтація на маркетингову концепцію;
- інноваційні технології виробництва;
- ступінь задоволення потреб споживача;
- якість виробленої продукції з точки зору оптимальності якісних і технічних параметрів товару.

*\* Побудовано та систематизовано авторами на основі джерел: [120, 121, 122, 123]*

Рис. 5.9. Фактори, що впливають на конкурентні переваги підприємства

- розвиток технологічно-інноваційних процесів. Використання новітніх та модернізація старих, технік та методів виробництва, обслуговування клієнтів та реалізації продукції;

- якість надання послуг, забезпечення захисту клієнта та інформації, вміння повністю задовольнити бажання споживача. Основний чинник у становленні конкурентоспроможності туристичного підприємства. Адже воно співпрацює в першу чергу з клієнтами і від них залежать прибутки підприємства;

- збут продукції. Даний фактор є одним із суттєвих у встановленні конкурентоспроможності підприємства. Адже керівники підприємства проводяться усі необхідні заходи по збільшенню обсягів продажів, розширення ринків збуту.

Заходи щодо регулювання конкурентоспроможності на регіональних туристичних ринках проводить державними органами влади, вони отримали назву – конкурентна національна політика. За його допомогою забезпечується розвиток туристичної галузі і конкурентоспроможність його середовища. Її основною метою є: сталий розвиток туристичної галузі та суспільний добробут, яка досягається за допомогою:

- надання однакових і справедливих можливостей функціонування на туристичному ринку, та можливість отримання прибутку;
- надання свободи вільного вибору і доступність регіонального туристичного ринку для споживачів;
- підтримка процесу росту та збільшення туристичної галузі в регіоні.

З огляду на різноманіття та видовість конкурентоспроможних форм на ринку туристичних послуг слід провести наступну кваліфікацію (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Класифікація конкурентних форм взаємодії між суб'єктами на туристичному ринку

<i>За наданими послугами різними туристичними суб'єктами</i>	<i>За способом конкуруючої боротьби</i>	<i>За рівнем прояву конкурентних відносин</i>	<i>За інструментами конкуруючої боротьби</i>
Традиційна	Добросовісна	Мережева	Цінова
Специфічна	Недобросовісна	Змішана	Нецінова

\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерел: [62, 116, 254]

Запропонована класифікація тлумачиться в наступних твердженнях:

- традиційна конкуренція – це конкурентний стан ринку з якого здійснюється обіг однотипних туристичних послуг за умов приблизно однакових якісних параметрів. Відмінність полягає в засобах та інструментах обслуговування та умовах трансформування;



- специфічна конкуренція акумулюється через надмірне суперництво між суб'єктами туристичного ринку, які надають різні за якістю та сферою обслуговування туристичні послуги;

- добросовісна конкуренція виражається в благоприємному становищі туриста, який може обирати туристичні послуги високої якості за умов відносно низької ціни, як результат чесного змагання підприємств на прозорих ринкових засадах;

- недобросовісна конкуренція туристичного ринку супроводжується застосуванням конкурентами фінансових махінацій та не добросовісних способів виживання, наслідком яких дуже часто витіснення малих та відносно нових підприємницьких структур;

- мережева конкуренція – це змагання за однакових ринкових умов та однакових туристичних продуктів. В основному зазначеними суб'єктами є турагенства та туристичні операції;

- змішана конкуренція здійснюється суб'єктами господарювання, котрі окрім туристичних видів займаються суспільними послугами, іноді навіть міжгалузевого характеру. До зазначених суб'єктів можна віднести кредитно-банківські установи та туристичні підприємства, які працюють за режимом бронювання та резервування;

- цінова конкуренція – означає суперництво між суб'єктами туристичного ринку шляхом цінового маніпулювання на туристичні послуги;

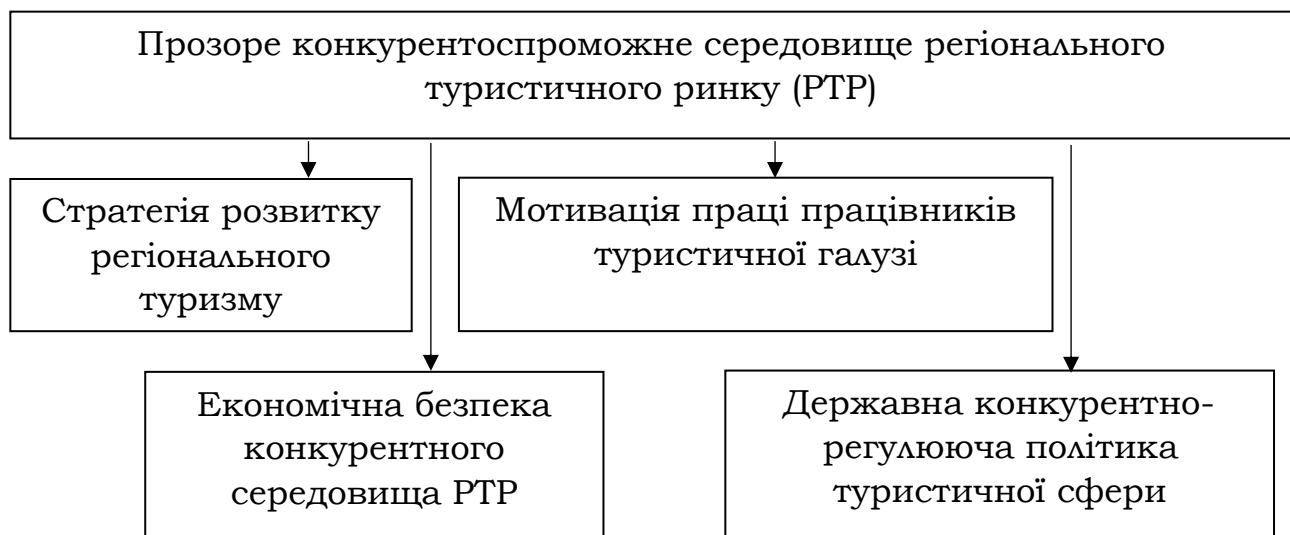
- нецінова конкуренція передбачає за умов однакової вартості туристичної послуги, здійснювати конкурування між суб'єктами шляхом вдосконалення якісних показників однакових пропозицій та інших вдосконалюючих сервісних критеріїв.

Тому суперництво на регіональних туристичних ринках обумовлено туристичним продуктом, залучення більшої кількості клієнтів, презентування туристичних послуг вищої якості а ніж конкуренти, застосовувати інноваційних підходів до обслуговування, перевезення.

Все це вплинуло на формування політики конкурентоспроможності внутрішніх та зовнішніх параметрів регіонального туристичного ринку. Суб'єктами конкурентоспроможності внутрішнього походження вважаємо туроператорів, турагентів, транспортних організацій, готельно-ресторанні установи, які конкурують за отримання більш вищих позицій [131].

З огляду на багатогранність та різну функціональність суб'єктів туристичного ринку, на нашу думку, найбільш оптимальних та необхідних напрямів спрямованого конкурентного середовища можливо досягти за умов:

- чіткості, послідовності стратегії розвитку регіонального туризму;
- посилення економічної безпеки конкурентного середовища регіональних туристичних ринків;
- сприяння механізму мотивації праці працівників туристичної сфери;
- реалізації державної конкуренто-регулюючої політики туризму (рис. 5.10).



*\* Удосконалено авторами*

Рис. 5.10. Компоненти забезпечення конкурентоспроможного середовища РРТП

1) Стратегія розвитку регіонального туризму покликана організувати протікання ефективної та високорентабельної туристичної активності шляхом

чіткого та послідовного процесу розвитку туристичної сфери регіонів. Наша думка акумулюється таким сценарієм відтворення туристичної індустрії на десять років (з 2021 по 2031) з огляду дотримання наступних етапів.

2) Перший етап (2021-2024 рр.) запроваджується виключно за умов затвердженої «Стратегії» сталого розвитку туризму та курортів в Україні та Генеральної схеми планування території України [8, 258, 259].

Тобто даний етап має бути націлений на реалізацію стратегії по вдосконаленню заходів та процесів регулювання туристичною сферою, інформатизацію та систематизацію туристично-ресурсного потенціалу країни, здійснення необхідних туристичних розвідок. Водночас даний етап потребує виважених фінансово-кредитних інструментів стимулювання даного ринку: ефективного підходу щодо доступності санаторно-курортних, туристично-екскурсійних, оздоровчих та інших видів послуг для споживача середнього рівня доходів та оптимізаційного підходу до управління туристично-рекреаційними комплексами загалом.

На другому етапі (2024-2028рр.) слід приділити увагу осучасненню туристично-рекреаційної сфери до міжнародних туристичних стандартів, інтегрувати вітчизняну туристичну інфраструктуру в міжнародні магістральні туристичні шляхи та сполучення, мотивування кваліфікованих кадрів, стимулювання молодіжного, дитячого, інклюзивного туризму, сприяння ліцензуванню туристичної діяльності та розширення спектру туристичних послуг [191].

І звісно на третьому етапі обумовлена стратегія (2028-2033рр.) передбачає зростання частини інвестицій якісних туристичних послуг відносно міжнародних запитів шляхом розміщення та промоції вітчизняного туристичного ринку для іноземних туристів, забезпечення еколого-оптимального поєднання раціонального природокористування: відтворення осередків історико-культурної спадщини регіонів; інтенсивне забезпечення

розвитку регіональних туристичних ринків, державну політику сприяння конкурентоспроможності регіональних туристичних ринків за умов соціально-стимулюючого підприємництва.

Водночас запропоновані етапи реалізації стратегії регіонального розвитку туризму є комплексним проектом в поліпшенні національної стратегії економічного розвитку регіонів водночас є перспективним планом подолання хронічних кризових явищ та інтернаціоналізації туристичного продукту в глобалізаційних проявах.

Наступним напрямом є мотивація праці працівників підприємницької сфери, оскільки від зусиль та бажань реалізації економічних інтересів суб'єктів поживається підприємницька ініціатива, що позитивно впливає на розвиток регіону загалом. В даному напрямі існує декілька ключових моментів, які пов'язані із взаємодією між державою та суб'єктами підприємницької сфери.

По-перше, держава покликана забезпечувати конкурентне середовище та обмежувати прояви зловживання як зі сторони туристичних фірм, агенцій та представництв так і забезпечувати матеріальну спроможність споживача туристичних послуг щодо користування здебільшого внутрішніми туристичними приладами. Це проявляється у безпосередньому процесі захисту споживачів щодо сприймання якісних та безпечних туристичних послуг.

В цьому випадку, держава оперує заходами по ліцензуванню, сертифікації та стандартизації туристичного продукту, що без сумніву підвищує конкурентоспроможність регіональних туристичних ринків.

По-друге, виклики ринкового середовища вимагають застосування різних інноваційних заходів по вдосконаленню господарської практики туристичної сфери. Тому сучасні туристичні заходи мають бути націленими на заохочення та впровадження технологічних управлінських, соціальних та інших інновацій націлених на

збільшення доходності та чисельності потенційних туристів.

Доречним в цьому аспекті є інноваційні підходи щодо модернізації інфраструктури, мотивації праці кадрового потенціалу, тощо.

По-третє, особливий підхід до мотивування слід застосовувати за умов обслуговування людей з особливими потребами, фізичними вадами та малозабезпечених верств населення.

По-четверте, екологічний підхід, податкове стимулювання, спрощення та прозорість адміністративних процедур, участь туристичних суб'єктів у прийнятті важливих рішень щодо туристичного розвитку, маркетингова підтримка регіонального туристичного продукту зорієнтований на пожвавлення туристичного підприємництва та підвищенні конкурентоспроможності регіону [281].

Зазначені заходи по стимулюванню ділової активності підприємств туристичної сфери та заохочення персоналу до ефективного трудового відтворення в майбутньому забезпечуватиме досягнення потрібного синергетичного ефекту за умов стимулюючого для регіону рівня продуктивності праці підприємств, установ та інших туристичних осередків, також важливою складовою мотивації праці працівників туристичної галузі регіону має соціалізація туристичного ринку та формування передумов стимулювання споживання туристичних продуктів незахищених та мало захищених верств населення, підвищення рівня соціально-економічної стабільності та економічної безпеки кадрового потенціалу, пожвавлення динаміки туристичних потоків, зростання конкурентоспроможності не лише регіону, але й країни загалом.

Наступною ознакою дотримання оптимального рівня конкурентоспроможності є економічна безпека конкуруючого середовища.

Задля підвищення рівня конкурентного середовища регіональних туристичних ринків необхідно розглядати це

питання крізь призму моніторингу регіональної економічної безпеки в контексті національного масштабу [179].

Загалом це є системний процес, який охоплює попередження, аналіз та проведення оцінки найважливіших показників економічної безпеки регіону.

Систематичний моніторинг та діагностика туристичної сфери передбачає формуванню відповідного органу (агентства регіонального моніторингу, конкурентоспроможності туризму) у вигляді некомерційних організацій. Узагальнюючі цілі агентства по моніторингу конкурентоспроможності регіонального туризму покликані реалізовувати наступні заходи:

- стимулювання зусиль щодо дотримання певних норм регіональної економічної безпеки та стимулюючих чинників розвитку туризму в регіоні;

- аналіз та розробка пропозицій стимулювання інвестиційного клімату регіону;

- запровадження та розроблення бізнес-процесів, програм та стратегії туристичного розвитку регіону;

- оцінка ефективності реалізації стратегій та програм щодо підвищення конкурентоспроможності регіону.

Водночас в цьому напрямі слід дотримуватися наступних принципів:

- розробки коротко, середньо та довгострокових програм розвитку регіональних туристичних інтересів задля стабільності розвитку регіону;

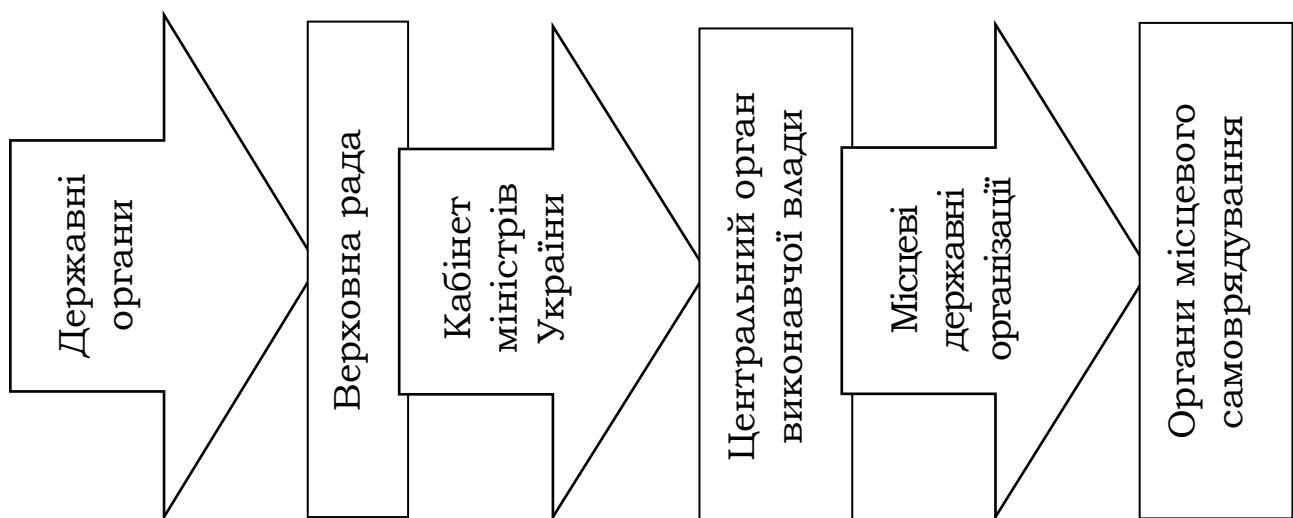
- виокремити та оперувати систему показників конкурентоспроможності туристичних осередків зовнішніх та внутрішніх загроз регіональному відтворенню економічної безпеки, та запровадити систему заходів, які ґрунтуються на економічних, нормативних, інституційних, управлінських та інших чинниках підвищення рівня конкурентоспроможності регіону [98].

Зовнішніми чинниками тиску на конкурентоспроможність туристичних підприємств регіону слід вважати державу, як суб'єкта та певні умови, які складаються в конкурентній країні: соціально-

економічна активність країни, транспортна інфраструктура, туристично-рекреаційний потенціал.

Однак, важливе значення для країн регульованого ринку належить регулюванню політики державних та недержавних туристичних установ. Найголовніша роль в зазначеному питанні належить державі, а точніше «державному регулюванню» регіональної туристичної діяльності.

Тому, модернізуючи існуючі підходи пропонуємо розуміти під державним регулюванням – узагальнену взаємодію інструментів та способів впливу на дієвий господарський механізм з подальшим моніторингом ринкової кон'юнктури, створення умов безперервного та якісного функціонування ринкового середовища туристичного ринку (Рис. 5.11) [254].



*\* Побудовано та систематизовано авторами*

Рис. 5.11. Регулювання туристичною діяльністю в регіоні

Регулювання туристичною діяльністю регіону є певним чином структурованим процесом, що характеризується суб'єктно-вертикальною взаємодією національно-регіонального регулювання. Регулювання регіонального туристичного ринку нагадує собою суб'єктну вертикальну взаємодію різних рівнів.

Зокрема, вчений В.І. Биркович формує своє власне бачення стосовно державного регулювання туристичною діяльністю, застосовуючи різноманітні важелі. Важелі прямої дії охоплюють закони, нормативно-правові акти, слідкування, здійснення моніторингу потреб та бажань туристів, застосування сертифікації та стандартизації, врахування безпеки впливу туризму на здоровий спосіб населення. Інші важелі впливу на державне-регіональне регулювання туристичної діяльності варто віднести державну стратегію регулювання туризму, формування сприятливого середовища, стимулювання ринкової кон'юнктури, інвестиційне залучення, підтримка ринкової конкуренції, обмеження монополізму, інформаційний супровід.

Профільним органом щодо регулюючого аспекту туристичної діяльності слід вважати з 2015 року Державне агентство України з туризму та курортів, яке було створене згідно Указу президента України №370 «питання оптимізації центральних органів виконавчої влади, що забезпечує туристичну політику країни забезпечується управління туризмом та курортами України при Міністерстві економічного розвитку та торгівлі України».

Стрімке зростання міжнародних та світових векторів розвитку туристичної сфери значно посилило конкурентні засади. Формування наукової проблеми з боку «конкуренції» та регіональних туристичних ринках не нове та торкається праці та наукових підходів багатьох теоретиків та практиків [171].

Зокрема, дослідження М.П. Мальська досліджуючи економічні засади туризму переконана, що конкуренція в туризмі це змагання між туристичними підприємствами.

Однак, найважливішою складовою промоційної діяльності туристичних продуктів регіону є взаємоузгоджена та консолідована співпраця між державними та місцевими органами влади.

На разі, усупільнення цілей та шляхів реалізації налічується в контексті створення регіональних туристичних ринків та регіональних туристичних



корпорацій, які популяризують туризм та інформують виробників туристичних послуг відносно промоції та переваги купівлі того чи іншого туристичного продукту. До згаданих осередків обласного рівня можна віднести туристичні фірми, центри туристичної інформації та послуг, відділ туризму обласних державних адміністрацій.

Відносно місцевого рівня регулювання туристичної діяльності є місцеві осередки, які охоплюють низку наступних повноважень:

- аргументувати та реалізувати стратегічні плани розвитку туристичної діяльності регіону;
- стимулювати підвищення інвестиційного потенціалу та належного рівня зайнятості;
- ознайомити потенційних туристів та населення регіону відносно об'єктів туристичної діяльності;
- вдосконалювати та розширювати видовість суміжних та нових туристичних послуг та модернізувати об'єкти інфраструктурного забезпечення загалом.

Окрім злагодженої політики державних та регіональних органів регулювання туризмом слід застосувати ряд інших соціально-економічних інструментів, а саме: бюджетно-інвестиційного, фінансово-податкового, страхового, інформаційного, інституційного характеру.

Вище перелічені інструменти охоплюють системність регіонального розвитку регіону в межах ринкового механізму. Зазначені програми покликані сприяти ринковому середовищу регіональних туристичних ринків, функціонують за підтримки КМУ, активності стимулювання центральних та місцевих органів влади, а також органів місцевого самоврядування. Задля ефективності перелічених ресурсів слід забезпечити застосування необхідних фінансових, науково-технічних виробничих та туристичних ресурсів.

Діючі програми розвитку покликані аналізувати існуючий стан галузі, основні проблеми питання та напрями їх реалізації, різноманітні цільові орієнтири, певний рівень фінансової підтримки, моніторинг наявних

туристично-рекреаційних ресурсів, поточний контроль над виконанням певних програм.

Відтак, існують ще й державні цільові програми, які зосереджені на вкрай необхідних та термінових проблемах регіонального розвитку туризму, які фінансуються за кошти державного бюджету.

«Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки» від 29 квітня 2002 року №583, а також Указ Президента України від 10 серпня 1999 року №973 «про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року» - це був найважливіший нормативно-правовий документ після розпаду Радянського Союзу. В 2017 році було схвалено Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року. Стратегія оперувала показниками частки до світового ВВП Українських туристичних послуг становить 10%, а кількість працевлаштованих становить 11% [22 ].

Стратегія аналізує також економічний стан країни, фінансову заборгованість, анексію Криму, обмеження в'їзних поїздок до України.

Пріоритетними орієнтирами зазначеної стратегії розвитку туризму та курортів є:

- надання переваги конкуруючому середовищу в межах держави;

- фінансова підтримка ключових та фундаментальний завдань внутрішнього туристичного ринку;

- сприяння розвитку бізнес-середовища та засад добросовісної конкуренції;

- промоційні види діяльності щодо поширення інформації про регіональні туристичні принади;

- інфраструктурне поширення необхідних закладів та комунікацій.

Особливістю туристичної діяльності регіональних ринків є комплексне обслуговування туристичного продукту: транспортні сполучення, готельно-ресторанне обслуговування, консультаційна підтримка, тощо. В свою чергу, це обумовлює застосування великого нормативно-правового забезпечення. Зокрема, дозвільні документи на

надання в'їзних віз регламентуються адміністративним законодавством, погашення міжнародної заборгованості за надані туристичні послуги забезпечується валютним законодавством, рух товарів та послуг через митницю дозволяється митним законодавством. Окрім того, існують відповідні нормативні акти, які погоджені Держстандартом України відносно сертифікації туристичних послуг для різних груп споживачів [248, 250].

Ще одним регулюючим інструментом туристичної діяльності є ліцензування.

Цей процес є керований статтею 17 ЗУ «Про туризм» з можливістю створення різних можливостей суб'єктами туристичної діяльності забезпечуючи захист та права громадян країни, захист навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування шляхом ліцензування туроператорської та турагентської діяльності [22].

Учасник туристичного ринку, який готовий займатися підприємницькою діяльністю, має ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України. Однак, є прийнятним коли туроператор проваджує діяльність без відповідної ліцензії на туроператорську діяльність.

Ліцензія згідно ЗУ не видається на туроператорську та турагентську діяльність суб'єктами підприємницької діяльності за умови коли назва туристичної фірми є тотожною назві іншого самостійного суб'єкта, якому ліцензію було видано раніше та інформація про нього внесена до відповідного реєстру [183].

Згідно ЗУ «Про туризм» ліцензування туристичної діяльності можливе для таких видів:

- організації і проведення іноземного туризму;
- організації та проведення внутрішнього туризму;
- організації та проведення закордонного туризму;
- організації та проведення екскурсійної діяльності.

Водночас ліцензування туристичної діяльності чітко регламентує права та обов'язки сторін. Зокрема, суб'єкти туристичної діяльності мають право:

- ініціювати пропозиції відносно заходів по охороні туристично-рекреаційних об'єктів з подальшим їх з'єднанням та відновленням їх цілісності, умов використання;

- надавати та пропонувати послуги згідно діючого законодавства;

- отримувати своєчасно інформацію про функціонування інших суб'єктів туристичного ринку на рівні органів державної та місцевої влади;

- брати участь в розробці програм розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери.

До цілей державної конкурентної політики включають:

- забезпечення якості конкурентоспроможного середовища, що сприяло б стимулюванню новацій в діяльності підприємства, покращенню рівня продуктивності і мотивувало до розподілу ресурсів на користь того представника, що найефективніше їх використовує;

- затвердження нормативних і правових актів та концепцій, що направлені на зменшення різноманітного негативного впливу на регіональний туристичний ринок;

- запровадження кваліфікованої, професійної, результативної взаємодії державних органів з метою захисту конкурентного середовища на регіональних туристичних ринках;

- підтримка рівноваги між споживачами і виробниками в період проведення регулювання державою регіональних ринків, де в результаті технологічних особливостей рівень конкуренції не здійснює повне забезпечення попиту.

- розробка конкурентних принципів і виявлення та ліквідація проти конкурентних норм та практик;

- дотримання, забезпечення і просування потреб споживачів через розширення можливого вибору товарів і послуг із оптимальними цінами.

До основних напрямів модернізації конкурентного середовища на регіональних туристичних ринках, відносять:

По-перше, збільшення асортименту туристичної пропозиції: впровадження нових туристичних пропозицій. Це в свою чергу збільшить обсяги надходження доходів підприємства, та підвищить рівень його конкурентоспроможності.

По-друге, проведення різноманітних інноваційних проектів по удосконаленню наявних туристичних продуктів і маркетингової політики підприємства. Завоювання новітніх рекламних ресурсів. Що призведе до більшої популяризації туристичної фірми.

Третє- впровадження заходів щодо покращення цінової та збутової політики організації. В результаті отримаємо удосконалену систему реалізації туристичної продукції, що збільшить обсяги продажів.

Четверте – налагодження та підтримка відносин із клієнтами підприємства. Споживач є одним із основних та пріоритетних напрямів діяльності туристичної діяльності. Адже саме від нього залежать поточні та майбутні надходження доходу підприємства, що в свою чергу впливає на рівень конкурентоспроможності.

Отже, конкурентоспроможність один із основних чинників функціонування туристичних фірм, як і будь-якого підприємства, від якого залежить їхнє становище на туристичному ринку, прибуток та перспектива майбутньої діяльності. Вона потребує постійної модернізації та удосконалення. Також важливу роль в регулювання конкурентного середовища відіграє держава. Національна політика повинна постійно підтримувати та впроваджувати потрібні заходи для її підтримки що стимулює соціальний та економічний ріст регіону.

### **5.3. Механізми стимулювання інноваційної діяльності на регіональних ринках туристичних послуг**

Туристичний бізнес України спроможний подолати негативні тенденції та вади соціально-економічних систем шляхом застосування нововведень. Інноваційний стимул дасть поштовх високій конкурентоспроможності середовища. Значний вплив на інноваційне запровадження сфери туризму здійснюють такі чинники, як:

- сучасні наукові напрями дослідження;
- нові технологічні рішення;
- економічне та політичне становище в країні, тощо.

Інноваційна практика туризму орієнтується на створення оновленого або заміну вже існуючого туристичного продукту, а також на лібералізацію якості та видовості транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринкових сегментів, застосування передових інформаційних та технічних результатів та прогресивно-оновлених управлінських форм.

Важливою формою інноваційного підприємництва в туризмі виступає кластер, який являє собою комплекс об'єднань туристичних та споріднених підприємств, які взаємодіють з інституційними осередками регіонального туристичного середовища, органами владних структур та забезпечують конкурентоспроможність внутрішніх та зовнішніх ринків.

Кластерне угруповання можливе за умови поєднання різних підприємств за внутрішньогалузевої конкуренції та практичного значення консолідації зусиль задля розробки та реалізації спільних цілей та горизонтів.

Тобто, кластерна модель обумовлює не лише чіткість та високоорганізованість між охоплюючими інституціями, а водночас передбачає конкуруючі аспекти між ними.

Кластерні формування є на сьогодні однією із форм ефективного відтворення регіонального зростання на інноваційних засадах.

Основна ціль послідовного підходу в середині кластеру передбачає не тільки підвищення конкурентоспроможності

кожної інституції, а й модернізацію витрат від зазначеної форми кооперації. Кластерні об'єднання формують специфічне економічне середовище із чітко визначеними стратегіями розширення підприємницької пропозиції та попиту, вільного руху капітальних та трудових ресурсів.

Саме кластерний підхід лежить в основі політики соціально-економічного розвитку регіону чи галузі [48].

Туристична сфера будь-якої країни в вузькому та широкому сенсі є джерелом інвестиційного, соціального, економічного наповнення регіонів. «Кластер», як категорія є маловідомою для України, але все ж таки характеризується поодинокими проявами. Особливу нішу в кластерному системоутворенні займають їх «туристичні кластери». Постійне змагання суб'єктів туристичної діяльності в напрямі підвищення конкурентоспроможних позицій приводить їх до застосування «кластерного підходу», який передбачає отримання певних переваг та завоювання вигідних позицій не одного підприємства, а системи підприємств, які територіально розмежовані, але об'єднанні туристичною діяльністю.

Питанням кластеризації присвячували свої праці вітчизняні та зарубіжні вчені. Особливої ваги цій проблемі надавали вчені: В.Ф. Семенов, К.В. Павлов, О.М. Павлова, О.М. Ляшенко, А.Г. Охріменко, Т.У. Михайліченко, М. Портер. Отримані результати дозволяють сформулювати нове розуміння та функціональне призначення кластерної взаємодії та її місце в регіональній політиці загалом.

Однак, багатогранність та водночас внутрішньо-структурна диверсифікована взаємодія учасників туристичному кластеру потребує деталізованого усвідомлення змістовності дефініції в загальному регіональному розвитку туристичного ринку, з визначенням його векторної пріоритетності при розбудові туристичних ринків регіону. Зокрема дослідження підсилюється відсутністю єдності думок наукових публікацій відносно сутності поняття «вектори регіонального туристичного кластеру».

Історично, є доведений факт, появи кластерних угруповань ще у 80-х роках минулого століття в дослідженнях французьких економістів, які займалися проблемами торгівлі та невиробничої сфери загалом.

В середньовічній Данії, Італії, Німеччині, Іспанії де економічна система нагадувала симбіоз взаємопов'язаних галузей та ремесл, кластери склалися як неформальні механізми стимулювання збуту на внутрішніх ринках країни.

Ефект кластеру важко усвідомити не звертаючись до географічної просторовості суміжних галузей та сфер. Тому американські дослідження М. Енрайт та М. Портер враховуючи географічне положення та масштаби конкуруючого ринку запропонували розглядати регіональний кластер, як географічно-узгоджену кооперацію фірм, які займаються діяльністю в межах однієї або декількох дотичних галузей [11].

Зокрема сам М. Портер характеризує «кластер» як: концентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, підприємств, які надають послуги, фірм в суміжних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств по стандартизації торгових об'єднань) у певних сферах, які конкурують між собою, але ведуть спільну діяльність [96].

Загальноприйнятим слід вважати таке змістовне наповнення кластеру, як мережа незалежних або сервісних фірм (охоплюючи також її постачальників), виробників технологічних ноу-хау (науково-дослідний та університетсько-інжиниринговий сегмент), пов'язаних між собою інститутів та інституцій (брокери, консультанти) та споживачів, що співіснують один з одним в мережах єдиного ланцюга створення вартості [232, 233, 234].

Поява та функціонування туристичного кластеру охоплює тривалий структурний процес, який комплексно поєднує в собі чималу кількість взаємоузгоджених організацій, які беруть участь в кругообігу між фірмами, трудовим потенціалом, капітальними та інформаційними



ресурсами [251]. Бюрократичні етапи становлення кластеру включають: формування фокус-групи, дослідження видозмін ринкової кон'юнктури, конкретизацію цілей та місії кластера, затвердження статуту діяльності та реєстраційний облік кластера [156, 157].

Специфічною рисою кластеру регіонального масштабу є економічно-інституціональне просторове середовище, яке є узагальненою сферою діяльності складових самого кластера та поєднує трансферні технології, трудові ресурси, інвестиційно-правове заохочення [31].

Загалом кластери асоціюють з «генераторами нових ідей», адже вся їх спрямованість націлена на утворення регіональних інновацій. Формування нових кластерних утворень мотивує галузі та сфери регіону, збільшує інноваційну активність та вдосконалює конкурентні позиції туристичного продукту [5].

З огляду на різносторонність змістовного наповнення «кластеру», визначення «туристичного кластеру» має суттєві відмінності. Загалом, «туристичний кластер» - це комплексне поєднання підприємств на одній географічній території, які застосовують спільні туристичні ресурси, створюючи нові та вдосконалюючи існуючі туристичні послуги.

Територіальні межі туристичних кластерів мають динамічність свого розширення поєднуючи все нові підприємницькі одиниці в межах галузевої та міжгалузевої діяльності. Загальним призначенням туристичних кластерів є стабільність позицій та охоплення відповідних сегментів внутрішнього ринку туристичних послуг та виходом на міжнародні ринки [164].

Регіональні туристичні кластери – це сукупність в певному регіоні підприємств, які функціонують на туристичному ринку та взаємодіють один з одним з метою розвитку туристичної галузі та поширення синергетичного ефекту на інші сфери регіону. В його структурі прийнято виділяти такі сектори:

I сектор – виробники туристичної продукції – це усі підприємства і фізичні особи, що купують товари та послуги для подальшого їхнього застосування та для виробництва інших продуктів. Туроператори і туристичні агенти, заклади харчування та проживання, організації з різних видів перевезень, компанії та установи, що пропонують різного роду дозвілля.

II сектор – сервісний, представлений різноманітними закладами освіти туристичного напрямку і компанії, що надають послуги зі страхування. Дані фірми надають різноманітний спектр послуг для інших представників кластеру.

III сектор – допоміжний, він формується з трьох основних елементів: організації, що займаються виготовленням продукції туристичного призначення та різноманітних сувенірів, поліграфії, картографії, телевізійних та радіо компаній, регіональних туристичних установ.

IV сектор – забезпечення життєво необхідними потребами інші регіональні туристичні кластери. Він сполучає між собою усі сектори, гарантуючи їхнє спільне функціонування та взаємовигідну взаємодію.

Використання кластерного підходу підприємницької сфери регіону дозволить стимулювати підприємницьку активність, інвестувати кошти, використовувати важливі галузі регіону для досягнення спільних стратегій та цілей.

Суттєвим є також і економічна сторона, збільшення кількості податкових надходжень та диверсифікація економічного розвитку регіону. Окрім того підприємницькі структури отримують значні переваги які проявляються в кадровому взаємодоповненні, дослідницькій інфраструктурі, мінімізації витрат та інтеграції до міжнародних підприємницьких ринків.

Експерти з регулювання зазначають на кінцевий позитивний регіональний ефект кластерного підходу для якісного туристичного вдосконалення та ефективного державного регулювання інфраструктурного середовища,

досягнення збалансованого природокористування та забезпечення конкурентоспроможності регіону загалом.

Цілями туристичного кластеру є об'єднання потенціалу та можливостей для формування інноваційності регулювання надання туристичних послуг, спільні зусилля по розробці маркетингової стратегії, популяризація туристичної діяльності, розширення інвестиційних програм розвитку регіону.

Окрім того, туристичний кластер зорієнтований здебільшого на експортне споживання не обмежуючись лишень внутрішнім потоком.

Становлення кластеру є процесом тривалим та поетапним та охоплює наступні етапи:

- 1) партнерську взаємодію між підприємствами;
- 2) координацію технологічних процесів споріднених підприємницьких структур (готельної, туристичної, транспортної та інших модернізацій);
- 3) інституціоналізацію дотичних та стимулюючих підприємств;
- 4) раціональне використання економічного середовища;
- 5) договірну взаємодію [17].

Л.М. Васільєва зазначає, що ефективно кластерне угруповання мотивує за умови погодження стратегії регіону та стратегії розвитку самої кластерної системи.

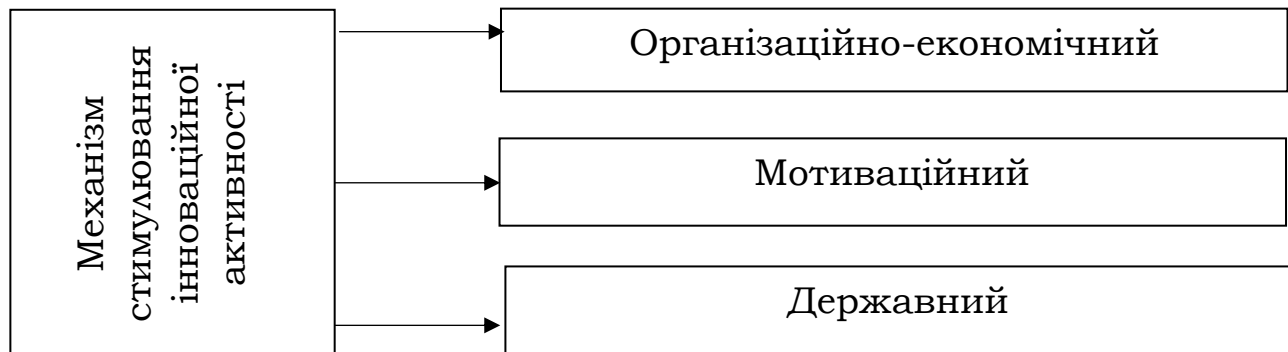
Стійкість кластеру можлива також за активної підтримки місцевими органами влади шляхом залучення державних органів в інтеграційні підходи кластерного угруповання.

Оскільки досвід більшості європейських країн переконує в досягненні найвищих результатів розвитку регіонів при правильному державному регулюванні, зокрема що проявляється в необхідності фінансового стимулювання кластерів на етапі становлення.

Яскравими прикладами кластерних угруповань зазначеного типу стала Хмельниччина, де розпочався процес кластеризації ще наприкінці 90-х років ХХ ст.

Переважно швейного, будівельного, харчового та туристичного осередків.

На сьогодні Хмельниччина і надалі є осередком найбільших сконцентрованих туристичних кластерів «Оберіг», «Кам'янець», «Кам'янецький дивокрай», «Зелені Товтри» та інші [256].



*\* Побудовано та систематизовано авторами*

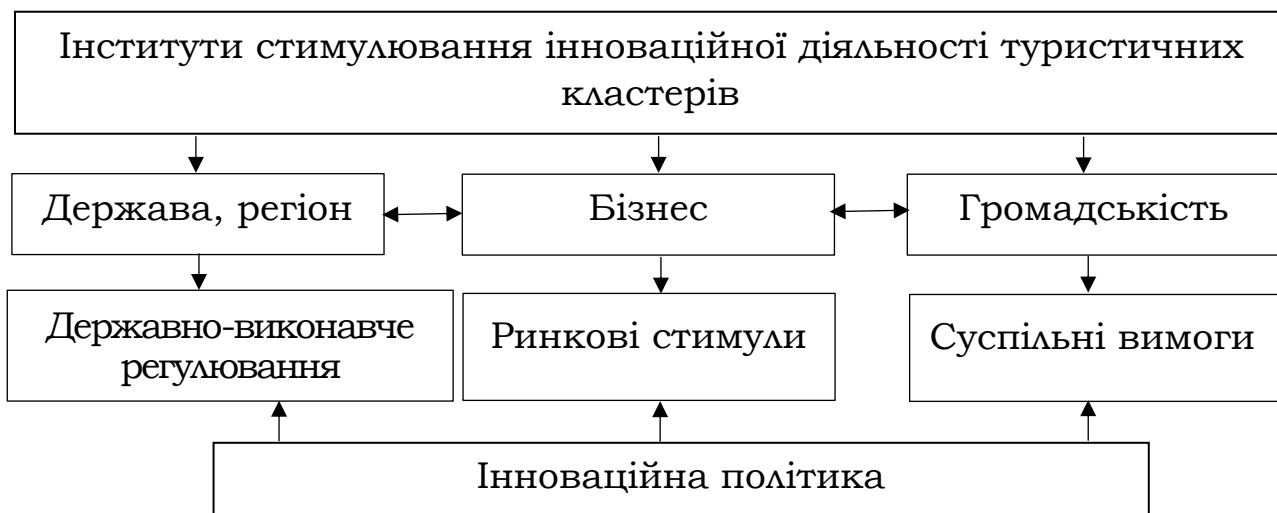
Рис. 5.12. Види стимулювання інноваційної активності інноваційних кластерів.

Будучи осередками інноваційного механізму модернізації регіональних туристичних ринків, кластери потребують ефективного механізму стимулювання, який буде забезпечувати стабільний розвиток регіону та країни. Для цього слід застосувати такі види стимулювання інноваційної активності туристичних кластерів (рис. 5.12).

Відповідно стимулювання інноваційної активності за рахунок сукупності економічних важелів та інструментів у національних та ринкових системах. Виділяють три види інститутів стимулювання інноваційної діяльності туристичних кластерів (Рис. 5.13)

Процес стимулювання інноваційного розвитку має дві сторони, перша – інтерес представника туристичної діяльності в конкретних організаційно-економічних діях, що несуть позитивні зрушення в економіці та соціальній сфері країни чи регіону.

Друга – стимул направлений на конкретних осіб, від продуктивності яких залежить продуктивність туристичного суб'єкта.



\* Авторська розробка на основі джерел: [106, 107].

Рис. 5.13. Інститути мотивування інноваційної активності

Виділяють два шляхи такого стимулювання:

Перший – стимули для власників туристичних послуг підприємств, з ціллю отримання додаткового доходу, ринків збуту чи інвестицій, за рахунок впровадження програми розвитку і відкриттю нових туристичних видів діяльності. Внаслідок такої діяльності отримаємо покращення якості туристичної продукції, збільшення ринків збуту, завоювання нових клієнтів збільшення грошових надходжень.

Другий – формування мотиваційного механізму для працівників туристичного підприємства. Головна мета даного способу: формування особистого інтересу в підпорядкованих осіб, з перспективою збільшення їхнього доходу.

Отже, загалом можна сказати, що економічний механізм включає регулювання цін, покращення конкурентних позицій, стимулювання працівників, надання фінансових ресурсів для покращення функціонування туристичного підприємства.

Своєю чергою, організаційний механізм складається із сукупності елементів, якими можна управляти, що сприяє взаємодії підрозділів, врахуванню потреб підприємців, дії чинників зовнішнього середовища та покращує показники діяльності [274].



*\* Авторська розробка*

Рис. 5.14. Схема мотиваційного механізму внутрішнього та зовнішнього середовища інноваційної діяльності на регіональних туристичних кластерах

До елементів механізму організаційно-економічного стимулювання інноваційної активності кластерів відносять:

- законодавчу базу;
- бюджет;
- фінансове забезпечення;
- податки;
- пільгове кредитування;
- здійснення науково-дослідницьких робіт;
- стратегія керування інноваційною діяльністю;
- вплив ринкового середовища;
- стратегія інвестиційного розвитку;

- система керування інвестиційними заходами на підприємстві;
- стратегія загального розвитку.

Наступний вид стимулювання інноваційної активності – мотиваційний.

Цей різновид, який містить зворотній зв'язок, що охоплює стимули, які у менеджерів організації формують мотиваційні преференції по виконанню інновацій як базового засобу досягнення конкурентних переваг (Рис. 5.14) [282].

Відповідно умови стимулювання встановлюють власники або керівники організації, що формують взаємозалежність між винагородою працівників туристичного підприємства і результативністю їхньої роботи, прийняття ефективних рішень та дій.

Щоб процес залучення до роботи в сфері інновацій був продуктивніший, необхідно залучити тих осіб, що можуть продовжувати нові або інноваційні ідеї – вищий керівний апарат фірми.

Стимулювання призведе до активації працівників, буде залучатися їхня ініціативність, відбуватимуться пошуки варіантів вирішення можливих проблем, здійснюватиметься інноваційних пошук з ціллю збільшити можливості туристичного підприємства.

Дані процеси будуть відбуватися тільки тоді, коли очікування робітників у плані стимулювання будуть підтвердженні, в такому випадку у них появляються мотиви, які активують інноваційну діяльність, що призведе до появи інноваційного продукту або нового рішення, впровадження, який на туристичній фірмі призведе до підвищення ефективності його функціонування.

Розглядаючи реалізацію інноваційного продукту, то можна сказати, що його учасники також потребують стимулювання їхньої роботи. Середня ланка менеджменту, що переважно задіяна в даній роботі, потребує мотивування, яке пов'язане не лише із матеріальною стороною: премії, надбавки, зростання ЗП, а й яке повинне включати кар'єрні перспективи та похвалу.

Це накладає на працівників повноваження по використанню наявних ресурсів, задля досягнення запланованих результатів.

Важливим елементом мотиваційного механізму стимулювання є переконання усіх працівників інноваційних зрушень у вигоді не тільки для туристичної фірми, а й для кожного робітника окремо. Тому система стимулів інноваційних процесів має містити, з одного боку, складові поточного мотивування, а з іншого – стимулювання, що спираються на результати функціонування всієї організації. Перший вид повинен охоплювати звичайних працівників, що беруть участь в інноваційному процесі, їхнє основне завдання виконувати заплановані роботи у встановлені терміни, що прискорює реалізацію інновацій. Другий вид включає учасників інноваційних процесів, що належать до вищого рівня менеджерів, авторів нововведень. В другому випадку важливо мотивувати правильне та швидке інноваційне впровадження. Елементи стимулювання обов'язково повинні включати систему заохочення розвитку творчого потенціалу робітників підприємства, що є передумовою формування нововведень.

Важливими умовами успіху мотиваційного методу стимулювання ІД є постійність та його всебічне удосконалення.

Державний механізм інноваційної діяльності на туристичних кластерах – це сукупність організаційно-економічних, правових та інших заходів країни, направлених на формування необхідних умов для підтримки розвитку інноваційних впроваджень в сфері туризму та мотивування ефективної реалізації інноваційних продуктів у туристичну діяльність. Інколи його називають державною інноваційною політикою. Вона здійснюється в напрямках: сприяння збільшенні інноваційної активності; пріоритетна підтримка інновацій, які формують базу сучасного технологічного процесу; єдність національної політики в сфері інновацій з позитивною конкуренцією в даній сфері; гарантування



захисту інтелектуальної власності інноваційного підприємства; підтримка регіонального, міжрегіонального і міжнародного співробітництва.

Державна інноваційна політика містить різноманітні методи і заходи по підтримці та стимулюванні розвитку інноваційної діяльності в кластерних формуваннях. Їх поділяють на два види: прямого і опосередкованого впливу. Перші включають: субсидії, пільгові кредити, дотації, спеціальні програми розвитку. Заходи опосередкованого впливу – це застосування пільгової системи оподаткування для підприємств, діяльність яких орієнтована на розвиток інновацій, оподаткування прибутку за зниженими ставками, звільнення від сплати податків на прибуток на деякий період (податкові канікули), страхування, митні пільги тощо [33].

До основних методів державного механізму стимулювання ІД відносять:

- надання пільг в сфері податків і вигідних показників для суб'єктів ІД;
- мотивування фірм до створення особистих інноваційних фондів;
- фінансова підтримка впровадження інноваційних продуктів;
- вдосконалення нормативної та правової бази по відношенню до інвестиційної та ІД;
- формування та підтримка співпраці на міжнародному рівні;
- створення та впровадження регіональних інноваційних програм.

Розглянемо механізм податкового стимулювання, який входить до непрямих методів. Його суть полягає у скасуванні частини податкових надходжень в державний бюджет в обмін на збільшення кількості інноваційних проектів із визначеними пріоритетними напрямками, які в результаті призведуть до більших податкових надходжень в інші періоди. Таке стимулювання впроваджується в залежності від поставленого завдання та мети за рахунок санкцій або пільг.

Згідно з ПКУ податкові пільги – це часткове чи інколи повне звільнення від загальноприйнятих обов'язків чи правил або спрощення умов їхнього виконання [22]. Це один із елементів проведення податкової політики і державного регулювання. Вони є важливою складовою використання державних інструментів для проведення правового та економічного стимулювання ІД.

За умови, що збільшення податкових надходжень більше за суму наданих пільг в оподаткуванні, податкове стимулювання є економічно вигідним не тільки для суб'єктів ІД, а також для держави [22].

Проаналізувавши чинне законодавство України, загальний перелік стимулів ІД включають:

- надання абсолютно безвідсоткових кредитів інноваційним проектам із статусом пріоритетності;
- надання не повних безвідсоткових кредитів інноваційним програмам;
- часткова або абсолютна компенсація відсоткових надходжень, перерахованих учасниками інноваційної діяльності;
- підтримка комерційних банків, що проводять кредитування інноваційних програм.

Основна частка податкових механізмів мотивування інноваційної діяльності використовують зменшення податкової бази на суму витрат витрачених на реалізацію інноваційних проєктів.

Проведемо аналіз податкового механізму стимулювання інноваційної діяльності туристичного кластеру в іноземних країнах та в Україні. У податковому стимулюванні застосовуються такі форми мотивування: списання витрат пов'язаних із дослідженнями та розробкою, кредит на оподаткування на дослідження, знижки в сфері податків, спеціальні режими амортизації основних фондів, податковий кредит для інвесторів, податковий стимул на прибуток від іноземних джерел, стимули в сфері податків на дохід від реалізації, податковий кредит наданий на ЗП.

Всі вони містять свої особливості:

- списання витрат - найбільш застосовуваний метод податкового механізму стимулювання, що надає можливість списати утворені витрати внаслідок створення та впровадження інноваційних проектів. Загалом даний метод використовують такі країни: Бразилія, Австралія, Китай, Канада, Франція, Норвегія, Індія, США. В Україні даний метод не використовується;

- кредитування - це сукупність податкових заборгованостей, на суму яких підприємство має можливість зменшити податкову фактичну суму, що виникла до сплати. Найпопулярнішим метод є в: США, Норвегії, Франції, Канаді, Великобританії, Китаї, Бразилії, Індії та Японії. В нашій країні відсутні особливості такого податкового мотивування;

- знижки - зменшення суми до оподаткування. Вони можуть нараховуватися як відповідна відсоткова ставка, що зменшує розмір нарахованого податку. Цей метод отримав визнання у: Австрії, Данії, Чехії, Туреччині, Угорщині. В Україні теж існує стаття ПКУ з даним методом, але вони не враховують інновації;

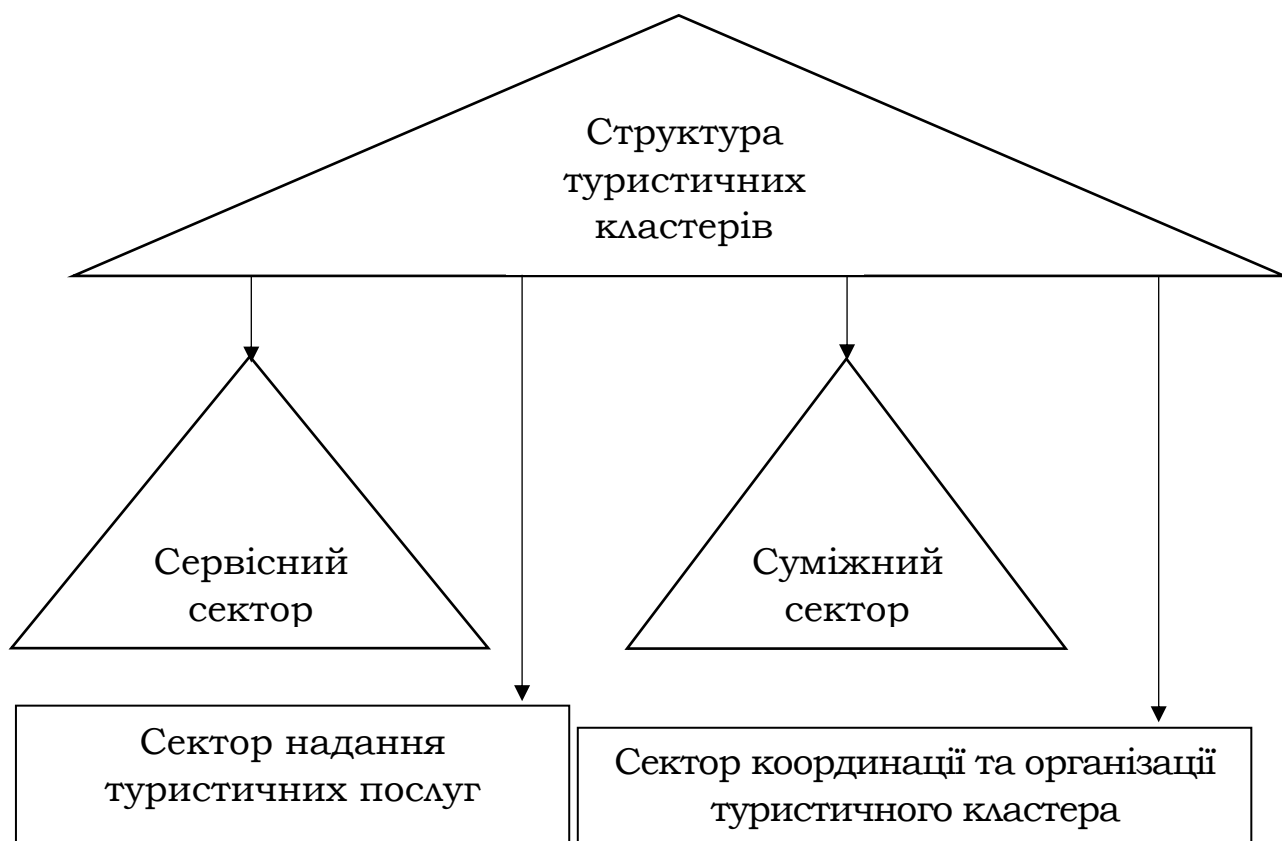
- спец амортизація ОФ - надає можливість використання різноманітних видів амортизації. Даний метод у своїй практиці застосовують Австрія, Данія, Бельгія, Іспанія, Італія, Швеція, Португалія, Китай та США. У нашій країні застосовують двадцяти відсоткову норму пришвидшеної амортизації ОФ для 3 і 4 груп;

- податковий кредит у сфері інвестицій надає можливість інвесторам або іншим зацікавленим особам зменшити оподаткований прибуток. Цей спосіб застосовується тільки в США;

- кредит на ЗП означає зменшення податкових заборгованостей, покладених на фонд заробітної плати. Метод податкового кредиту, що накладається на ЗП є одним із найпопулярніших в інноваційній діяльності туристичних та інших організаціях. Даний метод найактивніше використовується в таких країнах як: Бельгія, Нідерланди, Угорщина, Туреччина і Іспанія. В Україні даний спосіб не застосовується.

Загалом проаналізувавши податковий механізм стимулювання ІД туристичних кластерів в іноземних країнах та Україні можна сказати, що в нашій державі відсутня ефективна податкова система підтримки та мотивування інноваційної діяльності.

Отже для систематизації різних підходів щодо кластеризації, особливої уваги потребує структура туристичних кластерів, яка на нашу думку має наступний вигляд (рис. 5.15)



*\*Удосконалено авторами на основі: [161].*

Рис. 5.15. Структура туристичного кластера за секторами

Окрім того важливу роль у відтворені кластерної діяльності слід відвести екологічним, соціальним, географічним та іншим чинникам.

Географічна спорідненість туристичних кластерів асоціюється з місцем нагромадження критичної маси ресурсного потенціалу капіталу, праці, навколишнього

багатства, науки, інформації, інновацій, інституційного середовища.

Інфраструктура туристичних кластерів є доволі розгалуженою: осередки по наданню туристичних-рекреаційних послуг, постачальники специфічних ресурсів, сервісне обслуговування, фінансові інститути, організації та постачальники суміжних сфер діяльності, спеціалізовані провайдери інфраструктурного забезпечення, наукові організації, осередки по збору інформації, торгові асоціації.

В центрі уваги завжди знаходиться декілька великих компаній, навколо яких концентрується увага малих та середніх організацій, взаємодіючих та конкуруючих між собою.

Формуючи розуміння системності туристичної кластеризації, варто детально дослідити структуру туристичного кластеру регіону, яка побудована шляхом комбінації системоутворюючих компонентів.

На рисунку 5.15 відображено структуру туристичного кластеру, яка розмежовується за: сервісним сектором, сектором надання туристичних послуг, суміжним сектором та сектором координації та організації туристичного кластера.

Зокрема сервісний сектор – це осередок, який обслуговує організації, що полегшують функціональність кластера. Сюди слід віднести соціально-інформаційні мережі, страхові агенції, лізингові фірми, аутсорсингові компанії.

Суміжний сектор-осередок який адаптує свій вид діяльності до туристичних особливостей кластеру. Даний сектор орієнтований на інформаційний супровід потенційним споживачам туристичних послуг, пропозицію сувенірної продукції, маркетингове спрямування популяризації, туристичного продукту. До осередків варто відносити: органи регіонального регулювання, регіональні стратегії та програми розвитку, поліграфічні підприємства, рекламні та посередницькі організації, періодичні видання, тощо.

Сектор надання туристичних послуг включає до свого середовища ряд суб'єктів туристичної діяльності, які надають та забезпечують споживання туристами турагенства, туроператорів, готельно-ресторанні комплекси, екскурсійні та розважальні бюро, харчові заклади, трансфертні осередки та лікувальні заклади.

Сектор координації та організації туристичного кластера – узгоджене прийняття рішень керівними особами об'єднаних підприємств по моніторингу. Організації та подальшому регулюванні вищезазначених секторів, їх ефективне функціонування та суб'єктивну взаємодію.

Особливої важливості отримує Європейський досвід в частині туристичної кластеризації, як зразок наслідування українських регіональних туристичних ринків.

Лідерами туристичних кластерних утворень вважаються Італія, Угорщина, Франція та країни Балтики. Наступною країною де є теж позитивна динаміка поширення туристичних кластерів є Польща. Особливість кластеризації Польщі та спорідненість культурних, історичних, туристично-рекреаційних, етичних та харчових особливостей дають змогу для запозичення досвіду та впровадження на українських теренах.

Не поступаються досвідом і ряд пострадянських країн. Зокрема в Естонії ще в 2011 році створено туристичних кластер оздоровчого туризму, який об'єднав в собі санаторно-курортне лікування, розважальні послуги, готельно-ресторанну індустрію та харчові заклади.

Позитивні наслідки діяльності європейських країн активно вивчаються та застосовуються українськими вченими та фахівцями з туризму. За рахунок регіональних стратегій розвитку протягом останніх 10 років кластерні структури значно зросли. Це зрештою обумовило дослідження економічно-соціальних особливостей регіонів на ймовірність формування кластерів. На разі сьогодні започатковано активізацію кластерної взаємодії, як стратегія розвитку регіону.

На сьогодні в Україні налічується близько 50 туристичних кластерів розміщених в різних регіонах України та галузей, але однаково вони відстають від потенціалу Європейських країн. Недофінансування туристичних організацій, розпорошеність та недбалість інфраструктурного забезпечення, військові конфлікти, сезонні пандемії захворювання COVID-19 – це основні риси, які є на заваді досягнення провідних позицій на ринку туристичних послуг та репрезентування туристичних продуктів на міжнародному ринку [151, 165].

Перший український кластер був сформований ще в кінці 1990 року в Хмельницькій області, де за основу було взято популяризацію туристичної діяльності міста.

У 2008 році був створений туристичний кластер «Гоголівські місця Полтавщини».

Волинський туристичний кластер було створено в рамках проекту міжнародної технічної допомоги «Створення інформаційного комплексу в сфері екологічного туризму в «Єврорегіоні Буг», який започатковано в рамках Програми міжнародного співробітництва «Польща-Білорусь-Україна 2007-2013». Застосування кластерної моделі в управлінні регіональним розвитком туризму обумовлює наявність переваг для діяльності регіональних органів управління, регіонального бізнесу та суб'єктів регіонального туристичного кластеру.

В процесі управління регіональним туристичним кластером є можливість досягнення наступних результатів: збільшити кількість платників податків, зробити щільнішим взаємозв'язок органів місцевої влади з бізнесом, збільшення чисельності зайнятих, розробити та втілити на практику структурну перебудову економіку регіону; розширити інвестиційну привабливість обласних центрів, підвищити соціальну, економічну та політичну значимість регіону.

Якщо брати до уваги розвиток туристичного бізнесу регіону то перевагами є:

- зменшення частини трансакційних витрат;

- збільшення можливості глобалізації шляхом просування туристичної послуги за межі країни;
- посилення інноваційної активності;
- модернізація елементів інституційного забезпечення.
- планувати та експериментувати туристичні маршрути та досліджувати нові туристичні об'єкти;
- забезпечувати екскурсійні, культурно-історичні та екологічні послуги;
- прокладати водні, лісові, велосипедні та зелені тури;
- популяризувати логотип туристичної послуги шляхом продажу сувенірної продукції;
- враховувати досвід інших компонентів кластерного угруповання шляхом різних видів співпраці та взаємовигідної допомоги;
- широко популяризувати регіональний туристичний кластер.

Для створення регіонального туристичного кластера слід мати потенціал наступних ресурсів: наукових, освітніх, інтелектуальних, кадрових, інформаційних, фінансових, природних. Важливим є також передумови інституційних, структурних, організаційно-управлінських, інноваційних та політичних.

Окрім того для успішного функціонування, слід забезпечити державні та регіональні комфортні умови: прозоре нормативно-правове забезпечення, регіональна підтримка кластерного угруповання, наявність попиту та туристичні продукти, присутність консолідації між учасниками угруповання, інноваційне спрямування, відповідний розвиток туристично-рекреаційної галузі, професійний науковий потенціал, співпраця органів управління бізнесом.

Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні» започаткувало створення в Україні та її регіонах моделі інноваційної інфраструктури на 2012-2021 року, яке передбачає «визначення загальних умов створення та розвитку кластерів для забезпечення диверсифікації економіки» та пріоритетності державної та регіональної



політики, яке відображено в регіональних та державних цільових програмах.

Туристичні кластери є територіально сумісними підприємницькими суб'єктами регіонального призначення, які пов'язані з використанням туристично-рекреаційних ресурсів, туристичної інфраструктури, туристичним обслуговуванням, інформаційного поширення переваг туристичних ринків, конкурентними відносинами.

Системний аналіз результативності туризму дозволяє стверджувати про так званий «Синергетичний ефект», який є особливо відчутним в регіональному масштабі, адже щільність та контактність учасників кластеру позитивно впливає на відтворюючі процеси туризму регіону загалом.

Майже усі регіони України мають передумови для запровадження кластерної моделі туризму. Звісно особливо придатними та адаптованими відносно кластерних туристичних угруповань є транскордонні регіони нашої країни.

Загалом до стимулюючих обставин, як передбачають утворення регіонального туристичного кластеру слід віднести:

- регіональні та локальні конкурентні відносини між учасниками туристичного ринку;
- зловживання масштабною потужних туристичних агенцій відносно витіснення ринку, а згодом і поширення дрібних туроператорів;
- незадовільне становище інфраструктурного туристичного середовища регіону.

Заданий синергетичний ефект туристичного кластеру впливає на підвищення міжгалузевої спорідненості та відмічає вплив на спільне господарство, торгівлю, промисловість, тощо (рис. 5.16).

Сам синергетичний ефект, як комплексний системний процес кількісного та якісного покращення проявляється в наступному:

- трансферту інноваційних запозичень вдосконалення інфраструктури туристичних ринків;

- підвищення рівня кваліфікаційних вмінь та навичок працівників;
- відокремлення від поведінки та стратегії конкуруючих туристичних суб'єктів;
- запровадження уніфікованих в межах кластеру підходів щодо оподаткування, інвестування, правового забезпечення та субсидіювання.



*\*Побудовано автором на основі [149,156, 157].*

Рис. 5.16. Синергетичний ефект туристичного кластера на соціально-економічний розвиток регіону

З огляду на інноваційний, інвестиційний та конкурентоспроможний вектори своєї діяльності,

туристичний кластер потребує методичних підходів до ефективності свого функціонування.

Задля оцінки ефективності туристичного кластеру найбільше влучною є методика М. Байка, яка оцінює показник доходу від реалізації туристичної ренти за визначенням:

$$Y_{ij} = S_i(1 + n - b_i(p_{ij} - p)), \quad (5.1)$$

де,  $Y_{ij}$  – дохід від реалізації послуг ( $i$ );

туристичного кластеру ( $j$ );  $S_i$  – реалізація послуг ( $i$ ) усього в межах країни;

$n$  – кількість підприємств туристичної галузі що надають ці послуги,  $b_{ij}$  – еластичність попиту, яка вказує на залежність ринкової частини туристичного кластеру від ціна на його послуги;

$p_{ij}$  – ціна послуг певного кластеру;

$p$  – середня ціна конкуруючих аналогічних послуг в інших регіональних (міжнародних) туристичних кластерах.

Дослідниця Н. Підгурська функціонування туристичного кластеру розглядає за умов відповідності певним обставинам (табл. 5.1):

- локаційної приналежності туристично-рекреаційних підприємств;

- широкого спектру привабливих туристичних рекреацій;

- високій конкурентоспроможній напрузі на регіональному туристичному ринку;

- розгалуженій туристичній інфраструктурі.

З огляду на різносторонній екскурс по змістовним, сутнісним та видовим особливостям туристичного кластеру, яскраво доведено, що він є інноваційною формою туристичного співробітництва регіону. Очевидно, що синергетична дія призведе до щільності відносин між туристичними підприємствами, осередками готельно-ресторанних послуг, торгівельними структурами, що

вплине на привабливість туристично-рекреаційних принад не лишень конкретного регіону, але й країни загалом.

Таблиця 5.1

Регіональні туристичні кластери

<i>Регіон</i>	<i>Кластер</i>
Хмельницька область, смт Гриців	«Кластер сільського туризму»
АР. Крим	«Південне туристичне кільце»
Київська область	«Славутич»
Миколаївська область	«Вознесенськ»
Полтавська область	«Гоголівські місця Полтавщини»
Харківська область	«Слобожанщина»
Херсонська область	«Південні ворота України»
Хмельницька область	«Поділля перший», «Оберіг»
Чернігівська область	«Кластер водного туризму»
Тернопільська область	«Дністровський каньйон»
Львівська область	«Трускавець»
Волинська область	«Єврорегіон Буг»

\* Побудовано та систематизовано авторами з використанням джерел: [176].

Однак, не дивлячись на інноваційні форми прояву, кластеризації туризму вносить не лишень характер збалансування міжгалузевих відносин, а також потребує значної координації зусиль та спільного бачення вирішення поставлених завдань перед учасниками та місцевими органами влади, що включає низку заходів:

- раціоналізації залучення ресурсів шляхом інноваційних результатів найоптимальнішого їх поєднання для досягнення максимально вигідного ефекту;
- посилене фінансування науково-дослідницької складової освітніх закладів у підготовці фахівців туристичної галузі;
- стимулювання інвестиційних надходжень та фінансово-кредитних засобів на вигідних умовах;
- вдосконалення до потреб ринку нормативно-правових, інформаційних та пропорційних інструментів та заходів по лібералізації туристичного продукту для близьких та віддалених територій;

- модернізацію підходів до обслуговування туристів та споживачів туристичних послуг;
- вдосконалювати на всіх рівнях сервісне обслуговування туристів;
- віртуалізація препозиційного середовища шляхом інтернет-комфортності мережевого простору;
- підвищення комунікаційної доступності туристичного попиту.

Інституційна консолідація кластерів та реалізація вище перелічених заходів дозволить регіонам більш продуктивно реалізовувати свої програми розвитку та забезпечувати надійність та привабливість організаційного, фінансового-інвестиційної, транспортної та іншої інфраструктури.

## ВИСНОВКИ

У монографії обґрунтовано теоретично-методологічні, методичні та прикладні засади, а також розроблено практичні рекомендації щодо вирішення важливої наукової проблеми модернізації механізмів регулювання і стимулювання інноваційної діяльності регіональних туристичних ринків. За результатами дослідження зроблено висновки теоретичного, методологічного і науково-прикладного характеру:

1. Застосовано системний підхід в дослідженні регіональних ринків туристичних послуг, пов'язаний з відтворенням системності виробництва реалізації та споживання різного виду туристичних продуктів в межах окресленого територіального угруповання. Запропоновано сутнісне визначення регіональних ринків туристичних послуг, яке являє собою чітко визначену територію, що може охоплювати одну, або декілька областей має туристичні та конкурентні переваги, розвинену туристичну інфраструктуру та характеризується постійним оновленням туристичної пропозиції та попиту.

2. Окреслено позитивні та негативні результати туризму як секторального процесу. Деталізовано особливості впливу держави на туристичний розвиток, які включають опосередкований, стримуючий та стимулюючі підходи. Виділено існуючі ризики регіональних туристичних ринків, до яких слід віднести суспільно-політичні, економічні адміністративні, регіональні. Визначено інструменти туристичного регулювання, які є співзвучними із загальними інтересами держави та регіону та включають правові, економічно-фінансові, адміністративно-організаційні. Визначено, що регіональний ринок туристичних послуг складається з ринку рекреаційного туризму, ринку зеленого туризму, ринку етнічного туризму, ринку ділового туризму, ринку спортивного туризму, ринку релігійного туризму та ринку екстремального туризму. Окрім того, регіональний ринок туристичних послуг поділяється за пропозицію наданих

туристичних послуг на ринок послуг з розміщення, харчування, додаткового туристичного обслуговування та туристичних перевезень. За віковою категорією пропонуємо розрізняти ринок молодіжного, сімейного та пенсійного туризму.

3. Зроблено акцент на дослідженні гастротуризму, як різновиду туризму, який знайомить з місцевою кухнею та її кулінарними принадами, особливість якого полягає в дегустаційних процесах, вивченні вікових традицій та національного духу через приготування та споживання різноманітних страв. Їжа дозволяє краще зрозуміти менталітет людей та особливості їхнього життя. Теоретико-практичний аналіз гастротуризму, як різновиду туристичних послуг, та складається з: сільського (зеленого) та міського. До першого відносять збір ягід, грибів у лісі, овочів та фруктів на спеціалізованих фермах. Другий включає відвідування гастрономічних фестивалів, фермерських ринків, продовольчих ярмарків, кафе, ресторанів. Застосовано систематичний метод в результаті з'ясовано, що збільшення туристичних потоків в країні є характерним для Західного економічного району України з огляду на систематичні заходи: тематичні ярмарки, тури, народні свята, фестивалі.

4. Запропоновано авторське бачення регіонального розподілу в межах Західного регіонального туристичного ринку, згідно якого відбувається умовний поділ території України з урахуванням економічних, соціальних, географічних, кліматичних та транскордонних відмінностей. Зазначені вище критерії дозволяли враховувати до авторського регіонального розподілу такі критерії, як цілісність, перспективність, однорідність та статистичної ідентичності, об'єктивність, складності та проблеми. Тому пропонуємо відносити до ЗРРТП Волинську, Рівненську, Львівську, Тернопільську, Хмельницьку, Закарпатську, І.-Франківську, Чернівецьку області. До уваги взято широкий спектр ознак, які виокремлюють та диференціюють складники в структурі ЗРРТП, серед яких економічні особливості, соціальної та

економічної згуртованості, інноваційного розвитку регіону; інноваційного забезпечення, показники туристичного ринку, рівень розвитку малого та середнього бізнесу, рівень фінансової самодосконалості; рівень розвитку інфраструктури та схеми її розвитку; ефективність ринку праці; рівень якості умов довкілля та раціонального природокористування, рівень соціального захисту, доступність медичного обслуговування.

5. Здійснений екскурс понять «інновація» та «інноваційний процес» резюмував зміни ознаками та повноваженнями з виокремленням окремих рис, які притаманні кожній категорії: технічні, економічні, організаційні, соціальні, виробничі. Тому найважливішими рисами інновацій є їх новизна та споживацькі потреби, які задовольняють ринковий попит, забезпечують прибуток виробникові та формують комерційний успіх. Отже, інноваційна діяльність на регіональних ринках туристичних послуг - це процес орієнтований на пошук нових підходів по створенню сучасних туристичних продуктів та надання послуг, а також освоєння нових ринків збуту, впровадження сучасних технологічних та виважених інформаційних рішень. Впровадження в практичній діяльності туристичних регіональних ринків інноваційних технологій та сучасних видів продуктів та послуг з нестандартними способами заохочення туристів є основною рушійною силою економічної стабільності розвитку регіонів.

6. Систематизовано теоретичні процеси становлення національного, а згодом і регіональних ринків туристичних послуг. Здійснено моніторинг первинних та діючих нормативно-правових та інших регламентуючих туристичну активність документів. З'ясовано причини динамічних змін законодавчих процесів туристичної галузі. Виокремлено недоліки в нормативній площині функціонування регіональних туристичних ринків. Розкрито суть основного документа ЗУ «Про туризм» в контексті реалізації державної політики, виконання повноважень та інших функціональних заходів.



Закцентовано увагу на необхідності змін окремих положень існуючого Закону до динамічності навколишнього середовища. Ці зміни стосуються необхідності внесення поправок до діючого документу в частині розширення переліку функціональних зобов'язань туристичних аспектів для інвестиційного забезпечення, врахування закордонного досвіду та розширення правомочних засад не лише для класичного, а й для інших видів туризму. Тому, вдосконалення нормативно-правового забезпечення туристичної діяльності регіону має відображати інтереси регіону та національні пріоритети в напрямі задоволення потреб не лише українських, а й закордонних туристів.

7. Резюмовано, що державне регулювання інноваційної діяльності на регіональних ринках туристичних послуг є сукупністю діяльності органів державної влади для створення сприятливого середовища розвитку туризму та формування відповідних орієнтирів пріоритетності з подальшим ініціюванням створення цілісних концепцій наукового, організаційного та фінансово-економічного саморозвитку. Тому основною метою державного регулювання інноваційної діяльності суб'єктів туристичної сфери є відтворення туристично-рекреаційної активності регіону, що є спрямованим на задоволення споживацьких намірів, здійснення мандрівок, збільшення попиту на робочу силу, зростання доходів усіх суб'єктів економічної системи та дотримання екологічних норм навколишнього природного середовища.

8. Поєднання та взаємоузгодження туристичної діяльності в соціально-економічних стратегіях розвитку регіону забезпечують комплексність та досягнення подальших результатів в усіх без виключення сферах регіону. Запропоновано розглядати напрями розвитку інноваційної діяльності регіональних ринків туристичних послуг в схематичній сукупності в контексті макроекономічного та мікроекономічного блоків. Актуалізовано роль та значення практики застосування регулювання та розвитку закордонних країн. Узгоджено

напрями та спектри регіонального співробітництва між країнами ЄС та регіонами України. Здійснено огляд закордонних моделей державного регулювання туризму. Встановлено, що на державному та регіональному рівнях необхідно формувати механізми розвитку та розширення діяльності регіональних туристичних ринків, адаптовувати їх до сучасних динамічних процесів на міжнародних туристичних просторах, впроваджувати інформаційно-віртуальні комунікації.

9. Для оцінки конкурентоспроможності регіональних туристичних ринків використано методичні підходи моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики. Моніторинг та оцінку соціально-економічного розвитку досліджуваних регіонів було проведено на основі наявних та офіційних статистично-облікових даних, інформації центральних органів виконавчої влади, обмежених державних адміністрацій. Оцінка розвитку (РРТП) здійснювалася шляхом розрахунків рейтингової оцінки для кожного напрямку та розрахунку загальної рейтингової оцінки в цілому за всіма напрямками. Рейтингова оцінка здійснювалася шляхом порівняння відхилень значень показників за кожним конкретним РРТП від їх найкращих значень за регіонами за відповідний (звітний) період та відповідне ранжування регіонів від 1-го до 27-го місця (кількість областей України, АР Крим, м. Київ, м. Севастополь). В результаті розрахунків визначено інтегральну рейтингову оцінку, як середнє арифметичне значення суми рейтингових оцінок конкретного регіону за усіма напрямками.

10. Комплексна оцінка конкурентоспроможності регіонального ринку туристичних послуг оцінювалася двома групами показників: показники туристичного ринку та показники розвитку регіону загалом. Показники першої групи охоплюють статистичні дані в розрізі регіонів. До другої групи було включено відносні показники у співвідношенні до загальноукраїнського показника: питома вага діяльності, суб'єктів туристичної діяльності

регіону (юридичні особи та ФОПи), питома вага кількості штатних працівників, питома вага середньооблікованої кількості штатних працівників, які мають вищу або середньо спеціальну освіту в галузі туризму регіону (фізичні та юридичні особи), питома вага доходу від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових стягнень (юридичні та фізичні особи) регіону, питома вага кількості реалізованих туроператорами туристичних путівок (юридичними та фізичними особами) регіону, питома вага вартості реалізованих туроператорами туристичних путівок (юридичні та фізичні особи), питома вага кількості туристів регіону обслугованих туроператорами (фізичних та юридичних осіб), питома вага кількості туроднів реалізованих туроператорами регіону за туристичними путівками в Україні (юридичними та фізичними особами).

11. Проведено оцінку залежності регіональних ринків туристичних послуг від інноваційно-інвестиційних чинників, де за основу бралися такі соціально-економічні особливості як: динаміка кількості туристів, обсяг капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок кожної області протягом 2010-2019 років, отримані розрахунки дозволили припустити, що розвиток ринку туристичних послуг у Волинській, Чернівецькій, Закарпатській областях не залежить від інвестиційних чинників, а вплив інноваційного фактору варто додатково досліджувати, щоб зробити відповідні висновки. Розвиток ринку туристичних послуг Хмельниччини, Львівщини, Івано-Франківщини залежить від інноваційно-інвестиційних чинників. Розвиток ринку туристичних послуг Тернопільщини є слабо залежним від інноваційно-інвестиційних чинників, а Рівненщини не залежить від інвестиційних чинників, проте є слабо залежним від інноваційного фактору.

12. На основі запропонованої методології, було розраховано та оцінено позиції досліджуваних РРТП в межах України та областей Західного економічного району. Це дозволило здійснити оцінку рівня

конкурентоспроможності регіональних ринків туристичних послуг. Даний обрахунок враховував часовий період активності РРТП в межах досліджуваного регіону протягом 2015-2019 рр. До уваги бралася послідовність розрахунків за позиціями: «показники туристичного ринку», «показники економічної та соціальної згуртованості», «показники економічної ефективності», «показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці», «показники фінансової самодостатності», «показники розвитку малого та середнього підприємництва», «показники ефективності ринку праці», «показники розвитку інфраструктури», «показники відновлювальної енергетики та енергоефективності», «показники доступності та якості послуг у сфері освіти», «показники доступності та якості послуг у сфері здоров'я», «показники соціального захисту та безпеки», «показники раціонального природокористування та якості дозвілля», «показники інноваційного розвитку». Встановлено, що спираючись на уніфікований підхід до регіонування в межах Західного економічного району вдалося визначити, що найбільш конкурентними є Львівський, Івано-Франківський та Чернівецький регіональні ринки туристичних послуг. В цей же час в недостатній мірі конкурентними характеризуються: Волинський РРТП, Закарпатський РРТП.

13. На основі інституційного та структурного підходів окреслено інституційний механізм регіональних туристичних ринків, який на відміну від існуючих досі переконань є загальноприйнятною структурою взаємодії та відносин економічних суб'єктів з приводу впливу на туристичні об'єкти, що за своїм змістом формуються на основі інститутів, що функціонують в сфері туризму, де інституційні складові тісно комунікують між собою створюючи мультисистемну структуру з кінцевим економічним ефектом, якого можна досягти базуючись лише на основі пов'язаних інституційних змін. Концептуалізовано інституційну структуру регіональних ринків туристичних послуг, яка відображає взаємодію між

собою органів державної влади, а також суб'єктних посередників, що надають спектр туристичних послуг (кінцева споживацька ланка) – введення в дію нормативних та правових актів, а також створення необхідних умов та обставин для розвитку регіональних ринків туристичних послуг.

14. Здійснено різносторонній екскурс по змістовним, сутнісним та класифікаційним особливостям туристичного кластеру, в результаті чого доведено що він є інноваційною формою туристичного співробітництва регіону. Уточнено поняття регіональні туристичні кластери, які на відміну від досі існуючих понять формуються через сукупність підприємств певного регіону, які функціонують на туристичному ринку та взаємодіють один з одним, з метою розвитку туристичної галузі та поширення синергетичного ефекту на інші сфери діяльності регіону. Узагальнено структуру регіональних туристичних кластерів, куди вважаємо слід віднести 4 сектори: виробники туристичної продукції, сервісний, допоміжний сектор, забезпечення життєво необхідними потребами. Уніфіковано види стимулювання інноваційної активності шляхом організаційно-економічних, мотиваційних та державних стимулів. Побудовано структуру туристичного кластеру, яка розмежовується за сервісним сектором, сектором надання туристичних послуг, суміжний сектор координації та організації туристичного кластера. Внаслідок системного аналізу туристичної діяльності доведено існування синергетичного ефекту, який є особливо відчутним на регіональному рівні.

На рівень конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі чинять вплив зовнішні та внутрішні чинники. До зовнішніх чинників відносять сукупність різних показників господарювання: суспільних, економічних та природних умов та факторів, які функціонують в навколишньому середовищі та чинять тиск на суб'єкта туристичних послуг. До внутрішніх чинників включають усі складові діяльності підприємства, які піддаються контролю. Найпоширенішими з них є:

управлінські, виробничі та збутові заходи. З огляду на багатогранність та різну функціональність суб'єктів туристичного ринку, на наше переконання найбільш оптимальних та необхідних напрямів сприятливого конкурентного середовища можливо досягти за умови: чіткості; послідовності стратегії розвитку регіонального туризму; посилення економічної безпеки конкурентного середовища туристичного ринку; сприяння механізму мотивації праці працівниками туристичної сфери; реалізації державної конкурентнорегулюючої політики туризму.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми прикладної економіки : [колект. монографія] / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Стрішенець. Луцьк : Вежа-Друк. 2017. 156 с.
2. Алексеева Ю. В. Державне регулювання туристичної галузі України в контексті досвіду Франції : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02. Київ, 2005. 24 с.
3. Аніщенко А. П. Організація туристичної подорожі, як важливої умови забезпечення ефективного процесу соціалізації молоді. *Соціальний всесвіт* : сайт. URL: <http://socsvit.org/node/55>
4. Антохов А. А. Регіональна економіка та інтелектуалізація суспільства: інноваційні аспекти взаєморозвитку : монографія. Львів : вид-во «Бона», 2016. 420 с.
5. Балабанов Н. Е., Балабанов А. П. Экономика туризма : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям. М. : Финансы и статистика, 2003. 116 с.
6. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 45. С. 128–132.
7. Безугла В. О. Аналіз конкурентоспроможності регіонів України. *Регіон. економіка*. 2004. № 4. С. 64–68.
8. Бейдик О. О. Україна: стратегія розвитку національного туризму : навч.- метод. посіб. Київ : Обрії, 2009. 236 с.
9. Білик Р. Р. Конкурентоспроможність регіонів України в системі зміцнення їх економічної безпеки : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05. Львів, 2017. 459 с.
10. Білик Р. Р. Конкурентоспроможність регіонів України в системі зміцнення їх економічної безпеки ; автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05. Львів, 2017. 40 с.
11. Білоус О. Г. Економічна система глобалізму. Київ : КНЕУ, 2003. 357 с.

12. Бойко М. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства : підручник. Київ : Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
13. Бойко М. Засади формування пріоритетних напрямів туристичної політики України. *Регіональна економіка*. 2005. № 1. С. 222–229.
14. Бусигин А. Г. Как организовать курортный туризм? *Гостиничный и ресторанный бизнес*. 2008. № 2. С. 74–76.
15. В'їзний туризм : навч. посіб. / П. Ф. Коваль, Т. П. Агурєєва, О. О. Зеленська, Т. В. Григор'єва. Ніжин, 2010. 304 с.
16. Валентюк І. В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України : автореф. дис. канд. наук держ. упр. : 25.00.02. Київ, 2005. 19 с.
17. Васільєва Л. М. Кластер як механізм модернізації рекреаційної сфери регіону. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення: 29.03.2021).
18. Васюк І. Гастрономічні особливості Франції. *Світ мандрівників*: сайт. URL: <http://svitmandr.com.ua/гастрономічні-особливості-франції> (дата звернення: 29.03.2021).
19. Веблен Т. Теория празного класса / пер. с англ. С. Г. Сорокина. М. : Прогресс, 1984. 346 с.
20. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг : навч. посіб. Харків : Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова, 2013. 202 с.
21. Вергун Л. І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в регіонах України. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 11. С. 157–164. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt\\_2011\\_11\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2011_11_27) (дата звернення: 29.03.2021).
22. Верховна рада України : офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
23. Волкова О. І. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2004. 145 с.



24. Всё, что вы хотели знать о гастротуризме, но боялась спросить. *Travel Hunter*. 2018. URL: <http://thunter.ru/>.

25. Всесвітня туристична організація (ВТО) *United Nations World Tourism Organization; UNWTO* : офіц. сайт. URL: <http://www2.unwto.org/>

26. Гарбера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 23. С. 29–31.

27. Гарбера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інновації: практика та досвід*. 2009. № 23. С. 29–32.

28. Гарбера О. Є. Особливості інноваційних процесів в туристичній індустрії. *Все о туризме* : сайт. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/garbera.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/garbera.htm) (дата звернення: 29.03.2021).

29. Гастрономический туризм в Испании. URL: <https://mytravell.ru/gastronomicheskij-turizm-v-ispanii>

30. Гастрономічні фестивалі українців : інформ. вид. / упоряд. С. Ю. Колодій. Львів, 2016. URL: [www.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374](http://www.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374) (дата звернення: 29.03.2021).

31. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Управління національним туризмом в контексті міжнародного досвіду. *Вісник ДІТБ*. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. 2008. Вип. 12. С. 160–167.

32. Герасимчук З. В. Регіональна політика розвитку рекреаційного природокористування: механізм формування та реалізації. Луцьк : Надстир'я, 2007. 172 с.

33. Гладинець Н. Ю. Механізм реалізації державної інноваційної політики в регіоні. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Львів, 2010. № 683: Проблеми економіки та управління. С. 60–65.

34. Глобальний етичний кодекс туризму : від 01.10.1999. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983\\_001#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001#Text)
35. Гоблик Н. М. Методологічні засади визначення маркетингових цінових стратегій в галузі туризму. *Вісник Хмельницького Національного Університету. Економічні науки*. Хмельницький. 2007. № 6, т. 3. С. 309–313.
36. Гоблик-Маркович Н. М. Маркетингове забезпечення розвитку туризму в прикордонному регіоні : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Ужгород, 2011. 23 с.
37. Головне управління статистики у Волинській області. URL: <http://lutsk.ukrstat.gov.ua/>.
38. Головне управління статистики у Закарпатській області. URL: <http://uz.ukrstat.gov.ua/>.
39. Головне управління статистики у Івано-Франківській області. URL: <http://www.ifstat.gov.ua/>.
40. Головне управління статистики у Львівській області. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/>.
41. Головне управління статистики у Рівненській області. URL: <http://www.gusrv.gov.ua/>.
42. Головне управління статистики у Тернопільській області. URL: <https://gusrv.gov.ua/>.
43. Головне управління статистики у Хмельницькій області. URL: <http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm>.
44. Головне управління статистики у Чернівецькій області. URL: <http://www.cv.ukrstat.gov.ua/>.
45. Голод А. П. Теоретико-методологічні засади модернізації регіональних туристичних систем : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05. Чернігів, 2017. 38 с.
46. Гонак І. М. Маркетинговий вимір регіонального туристичного продукту : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05. Івано-Франківськ, 2015. 194 с.
47. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні : навч. посіб. Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
48. Горецький А. І. Державні механізми формування кластерів у рекреаційній сфері Карпатського регіону.

*Державне будівництво*. 2013. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2013\\_2\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2013_2_14) (дата звернення: 26.03.2021).

49. Горецький А. І. Механізми інноваційного розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону. *Теорія та практика державного управління*. 2014. Вип. 1. С. 142–146. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpdu\\_2014\\_1\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpdu_2014_1_23) (дата звернення: 26.03.2021).

50. Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації : монографія. Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д.О., 2016. – 305 с.

51. Горішевський П. А., Васильєв В. П., Зінько Ю. В. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.

52. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

53. Гук Н. А. Розвиток регіональної системи міжнародного туризму в Україні : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02. Київ, 2008. 21 с.

54. Гусєв В. Г. Державна інноваційна політика, як засіб розвитку національної економіки : навч. посіб. Київ : Вид-во НАДУ, 2007. 60 с.

55. Дахно І. І. Світова економіка : навч. посіб. Київ : ЦНА, 2006. 264 с.

56. Дацко О. І. Організаційно-економічне забезпечення формування міжрегіональних кластерів народних текстильних промислів : автореф. дис. ... канд. екон. наук.: 08.00.02. Львів, 2010. 20 с.

57. Дегтяр А. О., Соболев Р. Г. Науково-теоретичні засади інноваційного розвитку та інтелектуальної власності, як його головної складової : метод. рек. Київ : НАДУ 2013. 48 с.

58. Державна служба статистики України : офіц. сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

59. Державне агентство з туризму і курортів України. URL: <http://www.tourism.gov.ua>

60. Дзюбіна А. В. Розкриття змісту поняття «інноваційний потенціал» та визначення його складових.

*Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Львів, 2008. № 628 : Проблеми економіки та управління. С. 72–77. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/1981> (дата звернення: 29.03.2021).

61. Добрянська Н.А., Саркісян Г.О., Крупіца І.В. Особенности государственного управления развития морского туризма в регионе. "Проблемы и вызовы экономики региона в условиях глобализации", национальная научно- практическая конференция (6 ; 2020 ; Комрат). Сборник статей VI Национальной научно-практической конференции "Проблемы и вызовы экономики региона в условиях глобализации", 26 ноября 2020 г., Комрат / под общей редакцией: Пармакли Д. М.; организационный комитет: Пармакли Д. М. [et al.]. – Комрат : Б. и., 2020 (Тірогр. "Centrografic"). С. 13-20.

62. Должикова-Поліщук А. В. Особливості та тенденції управління туристичною діяльністю. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 9. С. 103–112.

63. Долішній М. І. Макрорегіоналізація України як основа здійснення регіональної політики. *І* : *Незалежний культурологічний часопис*. 2001. № 23. С. 6–30.

64. Доценко М. С. Інновації в туризмі України. *Сучасні тенденції розвитку туризму* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. Миколаїв, 2015. Ч. 2. С. 31–34.

65. Драпушко Р. Г. Індустрія туризму: міжнародний та вітчизняний досвід. *Вісн. Ін-ту розвитку дитини*. Серія: Філософія, педагогіка, психологія. 2014. Вип. 35. С. 31–36.

66. Дурович А. П. Организация туризма : учеб. пособие. Минск : Новое издание, 2003. 632 с.

67. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2004. 145 с.

68. Економіка та організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2007. 344 с.

69. Економіка туризму: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. А. Мандзюк. Київ : Центр учб. літ., 2016. 554 с.

70. Жук І. З. Управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні : дис.. канд. екон. наук : 08.00.03. Львів, 2015. 201 с. URL: [https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/dis\\_zhuk.pdf](https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/dis_zhuk.pdf) (дата звернення: 26.03.2021).

71. Жукович І. А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. *Science and Science of Science*. 2017. № 2. С. 69–81.

72. Жукович І. А. Методологічні аспекти формування вибіркової сукупності звітних оди ниць для проведення обстеження інноваційної діяльності підприємств. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2015. № 3. С. 7–12.

73. Заворуєва О. С. Удосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України : дис. . канд. екон. наук : 08.00.03. Запоріжжя. 2019. 205 с.

74. Зайчук К. А. Аналіз рейтингування соціально-економічної активності Західного регіонального туристичного ринку. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки* : журнал / уклад.: Л. Г. Ліпич, М. Б. Кулинич. Луцьк, 2019. № 4. С. 149–157

75. Зайчук К. А. Особливості структури туристичного ринку та взаємозв'язку між його суб'єктами. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки* : журнал. Луцьк, 2016. № 4. С. 7–12.

76. Закон України “Про стимулювання розвитку регіонів” : від 08.09.2005 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/annot/2850-15>

77. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» (№324/95-ВР). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text>

78. Закон України «Про внесення змін до Податкового Кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів». *Відомості Верховної Ради*. 2018. № 49. ст. 399.

79. Закон України «Про інвестиційну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>
80. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» : № 1775-III від 01.06.2000 р. : за станом на 7 серпня 2011 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
81. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text>
82. Закон України «Про службу безпеки України» : від 25.03.1992. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-12#Text>
83. Закон України «Про транскордонне співробітництво» : від 24.06.2004 №1861-IV. URL: <http://www.rada.gov.ua>
84. Закон України «Про туризм» : № 324/95-ВР від 15.09.1995 р.: за станом на 4 серп. 2011 р. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
85. Зорин І. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности : учебник. М. : Финансы и статистика. 2005. 288 с.
86. Ильина Е. Н. Туроперейтинг. Организация деятельности : учебник. М. : Финансы и статистика, 2014. 240 с.
87. Истомин С. В Особенности институционального механизма в трансформируемой экономике России : дис. канд. ... экон. наук :08.00.01. Челябинск. 2011. 145 с.
88. Ілляшенко С. М. Управління інноваційною діяльністю : Основи інноваційного менеджменту. Суми : Унів. кн., 2015. 856 с. URL: [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1607\\_22552682.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1607_22552682.pdf) (дата звернення: 29.03.2021).
89. Інноваційний менеджмент / А. І. Михайлюк, О. І. Гутаров, С. Т. Тірчіна, І. О. Шарко. Київ, 2015. 284 с.
90. Каліновський Д. І. Рекреаційні ресурси озер Волинської області: оцінювання та конструктивно-географічні засади раціонального використання : дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.11. Луцьк, 2014. 243 с.

91. Кальченко О. М. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. *Вісник Чернівецького державного технологічного університету*. 2011. № 4. С. 147–155.

92. Кардашов О. М. Організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності в промисловості України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.07.01. Київ, 2003. 20 с.

93. Кифяк В. Ф. Стратегія розвитку територіально-рекреаційної системи: теорія, методологія, практика : монографія. Чернівці : Книги-ХХІ. 2010. 432 с.

94. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/potoki2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm)

95. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник. Київ : Знання, 2010. 502 с.

96. Коваль П. Ф. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського туризму. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері)*. 2008. № 12. С. 199–204.

97. Ковешніков В. С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.

98. Кожухівська Р. Б. Менеджмент економічної безпеки та конкуренто-спроможності підприємств туристичної індустрії у регіонах України. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 4. С. 107–110.

99. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2015. 272 с.

100. Колосінська М. І., Ротар А. Є. Перспективи розвитку туристичної сфери в Україні. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. 2017. № 18. С. 34–37. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj\\_2017\\_18\(2\)\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2017_18(2)_8) (дата звернення: 26.03.2021).

101. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. М. : Экономика. 2002. 767 с.
102. Котельбан С. В. Хронологічні та хорологічні підходи до визначення сутності поняття "інновація". *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 9. С. 91–97.
103. Кримінальний Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>
104. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України : дис. ... д-ра екон. наук : 08.04.01. Київ, 2002. 422 арк.
105. Крушинська А. В. Особливості стимулювання інвестиційної привабливості туристичних комплексів на основі їх кластеризації : Ефективна економіка. 2014. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3686> (дата звернення: 29.03.2021).
106. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 350 с.
107. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник. Київ, 2012. 343 с.
108. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. *SWorld*. 2013. 19-30 March. URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf> (дата звернення: 26.03.2021).
109. Кулішов В., Мустафін В., Сонько С. Сучасні особливості формування регіональних ринків. *Економіка України*. 2001. № 7. С. 40–43.
110. Лагодієнко В.В., Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Векторна спрямованість регіональних туристичних кластерів та їх змістовна характеристика. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*, 2018, випуск 3(78), С. 90-97.
111. Лучишин Н. П., Лучишин П. В. Економіка та організація міжнародного туризму : навч. посіб. Луцьк : РВВ «Вежа», 2003. 230 с.
112. Любіцева О. О. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/lubiceva\\_rtp.htm](https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp.htm)



113.Любіцева О. О. Рекреаційна географія і розвиток туризму. Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 4-6 черв. 2004 р. Київ, 2004. Ч. 2. С. 81–82.

114.Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.

115.Лютак О. М., Хамаза А. О., Шевчук О. Д. Аналіз інфраструктурного та логістичного забезпечення санаторно-курортного туризму в сучасних умовах. *Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія»* : зб. наук. пр. Луцьк, 2019. Вип. 16. С. 90–99.

116.Мазій Н., Войтюк О. Інвестиційно-інноваційна діяльність та регіональні чинники формування привабливості регіонів. *Актуальні проблеми державного управління*. 2015. № 2. С. 128–135.

117.Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність : підруч. для студентів вищ. навч. закл. Київ : Центр учб. літ., 2009. 472 с.

118.Маклашина Л. Роль інновацій в розвитку туризму. *Креативная экономика*. 2011. № 12. С. 130–136.

119.Малахова Н. Н. Инновации в туризме и сервисе. Ростов н/Д. : Издательский центр Мар Т, 2008. 224 с.

120.Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2004. 272 с.

121.Мальська М. П., Антонюк Н. В. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ, 2008. 661 с.

122.Мальська М. П., Гаталяк О. М., Ганич Н. М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник. Київ : Центр учб. літ., 2013. 304 с.

123.Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2004. 272 с.

124.Мартюшева Л. Інноваційний потенціал підприємства, як об'єкт економічного дослідження. *Фінанси України*. 2002. № 10. С. 61–66.

125.Матвійчук Л. Ю., Лепкий М. І. Організаційно-інституційне забезпечення розвитку регіональних

туристичних ринків. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 9. С. 106–118.

126. Мельниченко О. А., Величко Л. Ю. Індустрія туризму: сутність, складові, кластери, необхідність державного регулювання. *Теорія та практика державного управління*. 2015. Вип. 4. С. 3–9.

127. Мерзляк А., Соловйова О. Удосконалення організаційної структури державного регулювання сфери рекреаційних послуг в Україні. URL: [http://ww.dbuapa.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010\\_04\(7\)/10mavrupu.pdf](http://ww.dbuapa.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_04(7)/10mavrupu.pdf) (дата звернення: 29.03.2021).

128. Микитюк П.П., Сенів Б. Г. Інноваційна діяльність : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2009. 392 с.

129. Мирна Н. В. Опрацювання комплексного механізму державної регіональної політики. *Державне будівництво*. 2010. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu\\_2010\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu_2010_1_20)

130. Миронов Ю. Б. Інноваційна діяльність та розвиток інноваційного потенціалу у сфері туризму. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., Львів, 18-19 трав. 2017 р. Львів, 2017. С. 155–157.

131. Миронов Ю. Б. Маркетинг в туризмі : конспект лекцій. Дрогобич : ДДПУ ім. І.Франка, 2005.

132. Мігущенко Ю. В. Інституційне забезпечення розвитку туризму у українсько-польському транскордонному регіоні : аналіт. зап. *Національний інститут стратегічних досліджень* : сайт. Київ, 2019. URL: <https://bit.ly/3fmcsIC>

133. Мізюк Б. М., Полотай Б. Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. Львів, 2016. Вип. 51. С. 45–49.

134. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України : офіц. сайт. URL: [www.we.gov.ua](http://www.we.gov.ua)

135. Мірошник Р. О., Щир І. В. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми. *Вісн. Нац. ун-ту "Львівська політехніка"*. Львів, 2013. Вип. 754. С. 41–46.

136. Моїсеєва Н. І., Діденко Д. Ф. Ринок туристичних послуг регіону: сутність, теоретичні основи сегментації, диференціації. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2019. URL: [http://visen.knau.kharkov.ua/20191\\_15.html](http://visen.knau.kharkov.ua/20191_15.html).

137. Мойсеєнко І. П. Інвестування : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 490 с.

138. Мокляк А. В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (у контексті українсько-польських туристичних зв'язків) : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02. Київ, 2014. 17 с.

139. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за 2015 рік : доповідь / М-во регіон. розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Департамент з питань регіонального розвитку. URL: <https://bit.ly/3m3r4OI>

140. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за 2016 рік : доповідь / М-во регіон. розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Департамент з питань регіонального розвитку. URL: <https://bit.ly/39ojvqp>

141. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за 2017 рік : доповідь / М-во регіон. розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Департамент з питань регіонального розвитку. URL: <https://bit.ly/3sxSmz0>

142. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за 2018 рік : доповідь / М-во регіон. розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Департамент з питань регіонального розвитку. URL: <https://bit.ly/31txE7y>

143. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за 2019 рік : доповідь / М-во регіон. розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Департамент з питань регіонального розвитку. URL: <https://bit.ly/3rx8SxN>

144.Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання та регулювання туристичної привабливості території : автореф. дис.. .... канд. екон. наук. Львів, 2007. 23 с.

145.Наторняк Г. Інновації, як пріоритетні напрямки розвитку туристичної сфери в Україні. *Соціально-економічні проблеми та держава*. 2008. № 1. С. 121–128.

146.Наукова та інноваційна діяльність України. 2017 : стат. зб. / Держ. служба статистики України. Київ, 2018. URL:

[http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/09/zb\\_nauka\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_nauka_2017.pdf)

147.Наукова та інноваційна діяльність України. 2018 : статист. зб. / відп. за вип. М. С. Кузнецова. Київ, 2019. URL:

[http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/09/zb\\_nauka\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf)

148.Наукова та інноваційна діяльність України. 2019 : статист. зб. / відп. за вип. М. С. Кузнецова. Київ, 2020. URL:

[http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/09/zb\\_nauka\\_2019.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/09/zb_nauka_2019.pdf)

149.Ніколаєв Ю. О. Туристичні кластери в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 4. С. 336–341.

150.Новиков В. С. Инновации в туризме : учеб. пособие. М. : Академия, 2007. 208 с.

151.Новосад О. В., Стрішенець О. М., Коротя М. І. Диференціація інноваційних заходів на газорозподільних підприємствах України в контексті Європейського досвіду. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2018. № 2. С. 7–12.

152.Огієнко М. М., Огієнко А. В., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Формування інноваційної стратегії розвитку туристичного бізнесу в регіоні. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2020. № 4 (частина 2). С. 122-189.

153.Огієнко М. М., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Розвиток регіональних туристичних ринків шляхом

впровадження інновацій. *Економічний простір*. №164. 2020 (2). С. 152-159.

154.Оксенюк К. І. Кластерна модель нарощення стратегічного потенціалу регіону. *Економічний форум*. 2011. Вип. 2. С. 19–29.

155.Орлов Б. В. Правові проблеми визначення понять курортних, лікувально-оздоровчих і рекреаційних територій. *Підприємництво, госп-во і право*. 2000. № 5. С. 48–50.

156.Охріменко А. Г. Особливості функціонування рекреаційного комплексу в умовах сталого розвитку. *Регіональна економіка*. 2006. № 2. С. 224–228.

157.Охріменко А. Г. Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку. *Університетські наукові записки*. 2013. № 1. С. 495.

158.Павлов В. І., Павлова О. М. Формування та регулювання конкурентних відносин на регіональних ринках житла України. Луцьк, 2019. 542 с.

159.Павлов К. В. Змістовна характеристика функціонування регіональних ринків нерухомості. *Економічних часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2017. № 1. С. 102–109.

160.Павлов К. В. Інноваційний підхід до регулювання ринків житлової нерухомості. *Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету «Наука й економіка»*. 2017. № 2. С. 78–85.

161.Павлов К. В. Кластеризація як засіб активізації впливу будівництва на розвиток ринку нерухомості. *Кластеризація – вагомий фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. / за заг. ред. В.В. Оскольського; упоряд М. Ф. Ярош ; Спілка економістів України. Київ, 2014. С. 245–252.

162.Павлов К. В. Оцінка конкурентоспроможності регіональних ринків житлової нерухомості України : монографія. Луцьк : Волин. обл. друк., 2018. 482 с.

163.Павлов К. В. Регулювання інвестиційно-житлових відносин в Україні : монографія. Рівне : НУВГП, 2013. 250 с.

164.Павлов К. В., Павлова О. М. Інноваційно-інвестиційний потенціал транспортної галузі України. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Т. 5, № 1. С. 17–24.

165.Павлов К. В., Павлова О. М. Формування та регулювання конкурентних відносин на регіональних ринках житла України : монографія. Луцьк : Терен, 2019. 542 с.

166.Павлов К. В., Стрішенець О. М. Особливості конкурентних відносин на регіональних ринках нерухомості. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»* : зб. наук. пр. Ужгород, 2016. Вип.1, т. 2. С. 35–38.

167.Павлова О. М. Товарна форма організації суспільного виробництва в умовах розвитку національної економіки України (другої половині XVII – кінця XVIII ст.) : монографія. Луцьк : Терен, 2019. 480 с.

168.Павлова О. М. Формування та регулювання конкурентних відносин на регіональних ринках житла України. Луцьк : ПрАТ «Волинська обласна друкарня», 2019. 541 с.

169.Павлова О. М., Зайчук К. А. Інституційне забезпечення туристичного ринку Волинської області. *Актуальні проблеми прикладної економіки* : монографія. Луцьк, 2019. С. 114–122.

170.Павлова О. М., Павлов К. В., Новосад О. В. Інноваційна політика підвищення конкурентоспроможності регіональних газорозподільчих підприємств : монографія. Луцьк : СПД Гарян Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2011. 296 с.

171.Павлова О. М., Стрішенець М.М., Павлов К. В. Просте товарне виробництво і зародження мануфактур в Україні : монографія. Луцьк : Терен, 2019. 292 с.

172.Павлюк Т. Д. Управління розвитком регіонального туристичного ринку : дис.. ... канд. екон. наук : 08.00.05. Івано-Франківськ, 2015. 200 с.

173.Паленсік П. Словаччина чекає на українців. *Український туризм*. 2013. № 1. С. 44–45.

174. Панухник О. Інноваційний потенціал регіонального розвитку туризму та рекреацій із залученням молодіжного туризму: передумови формування та векторність управління. *Галицький екон. вісн.* 2015. № 2. С. 5–12.

175. Панюк Т. Н. Аналіз туристичної галузі України в контексті розвитку зеленого туризму. *Вісник Приазовського державного технічного університету.* 2016. № 2. С. 78–85.

176. Панюк Т. П., Лукомська О. Аналіз туристичної галузі України в контексті розвитку зеленого туризму. *Вісник Приазовського державного технічного університету.* 2016. № 2. С. 78–85.

177. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : [колект. монографія] / за наук. ред. А. Ю. Матвійчук. Луцьк : РВ Луцького НТУ, 2019. 324 с.

178. Поважний С. В. Менеджмент в сфері послуг. Донецьк : ВНК, 2004. 824 с.

179. Пономаренко В. С., Клебанова Т. С., Чернова Н. Л. Экономическая безопасность региона: анализ, оценка, прогнозирование. Харьков : ИД «ИНЖЭК». 2011. 144 с.

180. Постанова Верховної Ради України «Про Концепцію науково-технологічного та інноваційного розвитку України» : Документ 916-XIV, поточна ред. від 13.07.1999. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/916-14#Text>

181. Похомчикова Е. О. Индустрия гостеприимства: эволюционный поход : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Иркутск, 2015. 192 с.

182. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : від 16.03.2017 № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>

183. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2007. 344 с.

184. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименко. Одеса : Астропринт, 2013. 334 с.

185.Рогова О. В. Економічний розвиток регіонів України на засадах реалізації Єврорегіонального співробітництва : автореф. дис.. ... канд.. екон. наук : 08.00.02. Київ. 2013. 20 с.

186.Рожнова В., Терес Н. Проблеми та перспективи розвитку етнотуризму: зарубіжний та український досвід. *Етнічна історія народів Європи.* : зб. наук. пр. Київ, 2013. Вип. 39. С. 35–44.

187.Роль інновацій для розвитку туризму / Н. С. Кампов, Л. І. Медвідь, О. В. Касинець, С. С. Махлинець. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Економічні науки.* 2017. № 23. С. 246–255.

188.Романюк І. А. Системно-структурні дефініції категорій у галузі сільського зеленого туризму: узагальнення та використання. *Науковий вісник ХДУ. Серія «Економічні науки».* Херсон, 2015. Вип. 15, ч. 3. С. 29–31.

189.Руководство Осло : Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям / Совместная публикация ОЭСР и Евростата. 3-е изд. М.: ЦИСН 2010. 192 с.

190.Саак А. Е. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие. СПб : Питер, 2007. 512 с.

191.Сажнева Н. М., Арсененко І. М. Актуальні напрями розвитку конкурентоспроможного ринку туризму в Україні. *Український географічний журнал.* 2012. № 1. С. 40–43.

192.Саркисян А.О., Власов С. Теоретические аспекты популяризации тематического туризма : вина Европы Глобальна економіка в посткризовий період та Україна», Тернопіль, збірка тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених 17-18 лютого 2011 р. Тернопіль, 2011. - С.147-150.

193.Саркисян А.О., Ереган В. Сравнительный анализ эффективности анимационной деятельности в развитии готельного бизнеса Турции, Египта и Украины. Інтеграційні та інноваційні напрями розвитку індустрії гостинності: збірка тез ІІ Всеукр. науков. конф. студентів і аспірантів, Одеса, 13-14 листопада 2013. Одеса, 2013. С.54-60.



194.Саркісян А.О., Карплюк А., Состояние рынка гостиничной индустрии в Ураине и перспетивы ее развития. Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: збірка тез ІІ Всеукр. науков. конф. студентів і аспірантів, Одеса, 4-5 жовтня 2012. Одеса, 2013. - С.84-88.

195.Саркісян А.О. Інноваційний розвиток регіональних туристичних ринків : теорія, методологія, практика. Монографія. Харків: Друкарня Мадрид. 2020. 330 с.

196.Саркісян А.О., Ліганенко М.Г., Камбіз Шейда Голбад Сучасні детермінанти потреб споживачів і аналіз ринку пелоїдотерапії у spa-закладах. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*. 2020. №15. С.157-170.

197.Саркісян Г. О. Туристичний ринок: сучасний регіональний вимір. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства «Економічні науки»*, 2020. Вип. 210. С. 43-55.

198.Саркісян Г.О. Деякі аспекти регулювання туристичної галузі регіону. *Бізнес-інформ*. 2020. №8. С. 83-87.

199.Саркісян Г.О. Дослідження властивостей продуктів переробки винограду з огляду використання в SPA та Wellness індустрії. *Харчові наука і технологія*. Одеса, 2019. Вип. 1. С. 11–19.

200.Саркісян Г.О. Загальна характеристика регіональних туристичних ринків України. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2020. № 2. С. 95-100.

201.Саркісян Г.О. Запровадження інноваційних технологій в клінічному санаторії ім. Пирогова «Куяльник» з метою розвитку санаторно-курортної бази України. Туризм та курорти: Досвід Ізраїлю для України: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Київ, 23-24 квітня 2018, Київ, 2018. С.36-38.

202.Саркісян Г.О. Інноваційні напрямки розвитку регіонального туризму. *Бізнес-Навігатор*. 2020. №6. С. 54-62.

203.Саркісян Г.О. Методичні підходи до оцінки сили впливу інноваційної діяльності та привабливості регіональних туристичних ринків. *Вісник Хмельницького*

національного університету. Серія Економічні науки. 2020, № 3, Том 2 (283). С. 180-186.

204.Саркісян Г.О. Необхідність та регіональні особливості розвитку гастрономічного туризму. Інтеграція світових наукових процесів як основа суспільного прогресу: збірник матеріалів IV міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27-28 листопада 2020 р.). – Одеса.: ГО «Інститут інноваційної освіти», 2020. С. 59-63.

205.Саркісян Г.О. Особливості формування регіональних туристичних кластерів. Наука, технології, інновації: світові тенденції та регіональний аспект: збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 25–26 вересня 2020 р.). – Одеса.: ГО «Інститут інноваційної освіти», 2020. С. 59-63.

206.Саркісян Г.О. Регіональний туристичний ринок: суть та структура. *Slovak international scientific journal*. (2020). № 44. VOL.1. Pp. 15-20.

207.Саркісян Г.О. Розробка проекту етнотуристичного розважального готельно-ресторанного комплексу в с. Холодна Балка Одеської області Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи": текст: зб. матер. IV Всеукраїнської наук. практич. конф. Молодих вчених, Львів, 25 лютого 2016. Львів. С. 232-240.

208.Саркісян Г.О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 1. С. 312–320.

209.Саркісян Г.О. та ін. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики. За редакцією Д.І. Басюк. Вінниця: ПП "ТД"Едельвейс і К", 2017. 318с.

210.Саркісян Г.О. та ін. Привабливість туристичного та дегустаційного бізнесу Одеської області. За редакцією О.О. Меліх. Київ: Друкарня «Хамелеон К», 2018. 137 с.

211.Саркісян Г.О. та ін. Сучасний стан галузей національної економіки України: проблеми та шляхи вирішення. За редакцією І.І. Савенка, І.О. Седікової. Харків: ТОВ «Пром-Арт», 2018. 433 с.

212.Саркісян Г.О. Теоретичні підвалини конкурентних відносин на регіональних туристичних ринках. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2020. № 2. С. 250-263.

213.Саркісян Г.О., Дишкантюк О.В. Аналитическое обоснование необходимости создания ампело- и энотерапевтических спа-комплексов в курортных регионах Украины. *Індустрія гостинності у країнах Європи : матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції, Сімферополь, 29-31 березня 2012. Сімферополь, 2012. - С. 99-101.*

214.Саркісян Г.О., Дишкантюк О.В. Популяризація професії «винний гід» на Україні. Збалансований розвиток туристичних регіонів: національний і світовий досвід: збірка тез I Міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 25-26 вітня 2013. Львів, 2013. С. 23-24.

215.Саркісян Г.О., Іванова Л.О., Страхова Т.В., Федченко Ю.С. Інноваційні технології у виноробній галузі. Одеса: Астропринт, 2019. 248 с.

216.Саркісян Г.О., Ліганенко М.Г. Аналіз потенційних можливостей для організації еногастрономічних турів в Одеському регіоні. *Tendenze attuali della moderna ricerca scientifica, Band 4, 5. Juni, 2020, Stuttgart, Deutschland – С. 100-105.* (конференцію внесено в перелік Міжнародних наукових конференцій ResearchBib; сертифіковано Euro Science Certification Group за стандартом SCC- 2000; зареєстровано УкрІН-ТЕІ (держ. наукова установа у сфері управління МОН України).

217.Саркісян Г.О., Ліганенко М.Г., Лавандовий агрокластер у просуванні лікувального туризму в Одеській області. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі»: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 2020). С. 102-104.

218.Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Інноваційний вплив на регіональні туристичні ринки. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2020. № 1. С. 166-176.

219.Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. *Інноваційні*

напрямки розвитку туристичного бізнесу як складової економічного та соціокультурного середовища регіону. Сучасні аспекти модернізації науки в Україні: стан, проблеми, тенденції розвитку: збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції (м. Лондон (Великобританія), 07 листопада 2020 р., дистанційно). – Лондон; Великобританія: ФОП КАНДИБА Т.П. С. 122-127.

220.Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. Напрями модернізації та регулювання конкурентоспроможного середовища на регіональних туристичних ринках. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”*. № 3. 2020. с. 318-330.

221.Саркісян Г.О., Любаров Ю.Й. *Складові інноваційного туристичного бізнесу для розвитку економічного та соціокультурного середовища регіону*. Управління розвитком соціально-економічних систем: збірник матеріалів Четвертої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції присвяченої 90-річчю ХНТУСГ ім. Петра Василенка (м. Харків, 08 жовтня 2020 р.). – Харків: ХНТУСГ ім. Петра Василенка, 2020. С. 59-63.

222.Саркісян Г.О., Меліх О.О., Ліганенко М.Г. Управління інвестиціями в туристичні дестинації Одеської області. «NEW ECONOMICS - 2020». Матеріали II Міжнародного наукового форуму (м. Київ, 31 жовтня 2020 р.), С. 143.

223.Саркісян Г.О., Новічкова Т.П., Асауленко Н.В. Ресурсний потенціал куюльницького лиману для розвитку рекреації в Одеському регіоні. Теоретичні і прикладні напрями розвитку туризму та рекреації в регіонах України: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Кропивницький, 5-6 квітня 2018. Кропивницький, 2018. С. 142-152.

224.Саркісян Г.О., Рогоцька Л. Організація винного фестивалю в м. Одеса. Інтеграційні та інноваційні напрями розвитку індустрії гостинності: збірка тез II Всеукр. науков. конф. студентів і аспірантів, Одеса, 19 квітня 2018. Одеса, 2018. - С.54.

225.Саркісян Г.О., Тітомир Л.А. Розробка інноваційної комплексної програми гостинності для покращення

міжнародних україно-французських відносин. Географія та туризм. – Київ, 2019. – Вип. 50. - С.160-168.

226.Саркісян Г.О.,Добрянська Н.А. Современное состояние реализации кризисного потенциала Одесской области. INTERNATIONAL SYMPOSIUM. Experience. Knowledge. Contemporary Challenges. 7th Edition. „Contemporary Economy and Society. Challenges and Solutions” December 16th-17th, 2020, Bucharest, Romania.

227.Саркісян, Г. О. Напрями впровадження інноваційних заходів на регіональних туристичних ринках. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 2. С. 343–351.

228.Саркісян, Г. О. Нормативно-правове забезпечення та регулювання діяльності регіональних туристичних ринків. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 4. С. 114 – 122.

229.Саркісян. Г.О. Комплексна та видова характеристика інноваційної активності регіональних туристичних ринків. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економічні науки*. 2020, № 4, Том 2 (284). С. 177-183.

230.Саркісян. Г.О., Крупіца І.В., Павлюк С.І., Панасюк Ю.О. Регулювання та стимулювання туристичної діяльності в регіонах України. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 3. С. 377–386.

231.Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостинничного хозяйства : учеб. пособие. М., 2015. 256 с.

232.Семенов В. Ф. Державне регулювання та управління регіональним розвитком туризму. *Економіка и управление*. 2010. № 1. С. 40–41.

233.Семенов В. Ф., Герасименко В. Г., Горбань Г. П. Управління регіональним розвитком туризму : навч. посіб. Одеса ; Сімферополь : ВД «Арган» 2012. 340 с.

234.Семенов В. Ф., Проценко Т. О. Регіональна економіка : навч. посіб. Київ : «МП Леся», 2009. 708 с.

235.Сенин В. С. Организация международного туризма. М. : Финансы и статистика, 2000. 400 с.

236.Скавронська І. В. Інноваційні процеси у сфері туризму в умовах євроатлантичної інтеграції України. *Дослідження і розробки у сфері євроатлантичної інтеграції України* : зб. наук. праць. 2008. С. 187–195.

237.Смолій В. А., Федорченко В. К Енциклопедичний словник – дослідник з туризму. Київ : видавн. дім «Слово». 2006. 312 с.

238.Сорока С. В. Розвиток підприємств харчування в системі туристичних та рекреаційно-оздоровчих комплексів : автореф. дис.. ... канд. екон. наук : 08.07.05. Донецьк, 2012. 20 с.

239.Соціальні та креативні індустрії в розвитку концепції розумних міст / О. М. Павлова, К. В. Павлов, М. О. Бляянюк, Ю. С. Євпак. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2019. № 4. С. 7–14.

240.Соціально-економічне районування України / М. І. Долішній, М. М. Паламарчук, О. М. Паламарчук, Л. Т. Шевчук ; Ін-т регіон. дослідж. Львів. 1997. 50 с.

241.Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: вектори регіонального туризму : нац. доп. / за заг. ред. акад. НАН України Е. М. Лібанової, акад. НАН України М. А. Хвесика. Київ : ДУ ІСПС НАН України. 2017. 874 с.

242.Стельмащук А. М. Державне регулювання економіки : навч. посіб. Тернопіль, 2000. 315 с.

243.Степасюк Л. М., Суліма Н. М., Величко О. В. Економіка і фінанси підприємства. Київ : ЦП «Компринт», 2014.

244.Стеченко Д. М., Мельник А. І., Безутлий І. В. Становлення регіональних ринків рекреаційно-туристичних послуг. *Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління*. Серія 1, Економіка. 2013. Вип. 2. С. 14.

245.Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2010. 596 с.

246.Стрішенець О. М. Аналітичний огляд фінансової стійкості підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2018. № 3. С. 58–66.

247.Стрішенець О. М. До питання про майбутнє теорії ринкового фундаменталізму. *Науковий вісник. Серія: Економічні науки* / Буков. держ. фінанс. ун-т. Чернівці, 2012. Вип. 1. С. 386–391.

248.Стрішенець О. М. Маркетингове дослідження фінансово-економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Т. 3, № 3. С. 219–227.

249.Стрішенець О. М. Основні тенденції розвитку товарного виробництва в Україні. *Вісник Волин. нац. ун-ту. Серія: Економічні науки*. Луцьк, 2011. № 2. С. 16–20.

250.Стрішенець О. М., Зайчук К. А. Аналіз діяльності суб'єктів туристичних послуг на Волині протягом 2014-2015 років. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень* : матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. аспірантів та студентів (15–16 трав. 2018 р.). Луцьк, 2018. С. 236–239.

251.Стрішенець О. М., Зайчук К. А. Пріоритетні напрями функціонування туристичних кластерів у Волинській області. *Актуальні проблеми прикладної економіки* : колект. монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Стрішенець. Луцьк, 2017. С. 129–138.

252.Стрішенець О. М., Зайчук К. А. Регулювання конкурентних відносин між суб'єктами туристичного ринку регіону. *Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку* : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. з нагоди 10-ої річниці створення кафедри туризму та готельного господарства у Східноєвроп. нац. ун-ті імені Лесі Українки (м. Луцьк, 27 верес. 2018 р.) / відп. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк, 2018. С. 10–12.

253.Стрішенець О. М., Капись А. В., Зайчук К. А. Кластерна діяльність туристичних організацій. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень* :

матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. аспірантів і студентів (16–17 трав. 2017 року). Луцьк, 2017. Ч. 2. С. 701–703. URL:

<https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/12706/1/701-703.pdf> (дата звернення: 26.03.2021).

254. Стрішенець О. М., Ляшенко О. М. Теоретичні аспекти туристичних кластерів як детермінант соціально-економічного розвитку регіону. *Економічний часопис СХУ ім. Лесі Українки*, Луцьк, 2017. № 4. С. 7–13.

255. Тимчишин-Чемерик Ю. В. Туристичний кластер – форма розвитку та успіху туристичної діяльності регіону. *Вісник Аграрної науки Причорномор'я*. 2015. Вип. 4. С. 44–57.

256. Ткачук Л. М., Сайчук В. С. Інноваційно-інвестиційна політика як інструмент модернізації туристично-рекреаційного комплексу України. *Географія та туризм* : зб. наук. пр. Київ, 2014. Вип. 28. С. 28–36.

257. Томаневич Л. М. Організаційно-економічний механізм управління туристично-рекреаційними комплексами в Україні. Львів, 2005. 209 с.

258. Топчієв О. Г. Основи суспільної географії : підручник. Одеса : Астропринт, 2009. 544 с.

259. Топчієв О. Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики : навч. посіб. Одеса : Астропринт, 2005. 623 с.

260. Туристична діяльність в Україні у 2015 році : стат. зб. / Держ. служба статистики України. Київ, 2016. URL:[http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm)

261. Туристична діяльність в Україні у 2016 році : стат. зб. / Держ. служба статистики України. Київ, 2017. URL:[http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv\\_u/15/Arch\\_td\\_bl.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm)

262. Туристична діяльність в Україні у 2017 році : стат. зб. / Держ. служба статистики України. Київ, 2018. URL:[http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/05/zb\\_td\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf)

263. Туристична діяльність в Україні у 2018 році : стат. зб. / Держ. служба статистики України. Київ, 2019. URL:



[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwia8sXorPjuAhXR\\_-ioKHxYrDrkQFjAAegQIAhAD&url=http%3A%2F%2Fwww.ukrstat.gov.ua%2Foperativ%2Foperativ2019%2Ftyr%2Ftyr\\_dil%2Ftur\\_dil\\_18.xls&usg=AOvVaw2YdfX7RXsjn-tra3y2\\_4fg](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwia8sXorPjuAhXR_-ioKHxYrDrkQFjAAegQIAhAD&url=http%3A%2F%2Fwww.ukrstat.gov.ua%2Foperativ%2Foperativ2019%2Ftyr%2Ftyr_dil%2Ftur_dil_18.xls&usg=AOvVaw2YdfX7RXsjn-tra3y2_4fg)

264. Туристична діяльність в Україні у 2019 році : стат. зб. / Держ. служба статистики України. Київ, 2020. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/tur.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm)

265. Федорова В. А., Татарчук Ю. І. Теоретичні відомості з питання інновацій. *Економічний простір*. 2015. № 100. С. 66–73.

266. Федорченко В. Занимательное питание. *Гостиничный и ресторанный бизнес*. 2005. № 2. С. 86–89.

267. Федулова Ф. А. Інноваційна економіка : підручник. Київ : Либідь, 2006. 480 с.

268. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та культурологія. Київ. Центр навчальної літератури. 2017. 312с.

269. Формування та регулювання регіональних енергетичних систем: теорія, методологія та практика : монографія / В. Р. Купчак, О. М. Павлова, К. В. Павлов, В. В. Лагодієнко. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2019. 346 с.

270. Хорів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль : Екон. думка, 2003. 326 с.

271. Цибульський В. О. Дослідження сутності попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг та факторів впливу на них. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2015. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2015\\_2\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_2_21) (дата звернення: 25.03.2021).

272. Цопа Н. В., Зарончицева Н. В. Організаційно-правовий аспект управління розвитком туристичної галузі. *Економіка та управління*. 2008. № 5. С. 76–81.

273. Цьохла С. Ю. Стратегія економічного розвитку курортно-рекреаційної сфери : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. Донецьк, 2009. 48 с.

274.Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : підручник. Київ : Знання, 2013. 334 с.

275.Швайка Л. А. Державне регулювання економіки : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 435 с.

276.Шепелева О., Саркісян Г.О. Гастрономічний фестиваль як аттрактивна складова еногастрономічного туризму на прикладі туристичної дестинації Болградського району Одеської області. VII-а Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні аспекти модернізації науки в Україні: стан, проблеми, тенденції розвитку», 07 березня 2021 року, у м. Зальцбург (Австрія), С.170.

277.Шпак Л. О. Економічні передумови державного регулювання розвитку регіонального туристичного рекреаційного комплексу. Ефективна економіка / Дніпропетр. держ. аграр.-екон. ун-т. 2011. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2715> (дата звернення: 29.03.2021).

278.Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М. : Директ-Медиа, 2007. 400 с.

279.Шумпетер Й., Новиков В. С. Инновации в туризме. М. : Академия, 2007. 208 с.

280.Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия / пер. с англ., под общ. ред. В. С. Автономова. М., 1995. 540 с.

281.Юр'єва-Юрій А. В. Моделювання організаційно-економічного механізму стимулювання праці туристичних підприємств. *Ефективна економіка* / Дніпропетр. держ. аграр.-екон. ун-т. 2010. № 11. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2010\\_11\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_11_6) (дата звернення: 25.03.20210).

282.Юрченко С. О., Юрченко О. Є Релігійний туризм у християнстві на сучасному етапі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм.* Харків, 2017. Вип. 6. С. 216–220.

283.Яковлев Г. А. Экономика и статистики туризма : учеб. пособие. М. : Изд-во РЛ, 2004. 376 с.

284.Яровий В. Ф. Сутність та вдосконалення інституційного забезпечення розвитку туристичної галузі на регіональному, національному та міжнародному рівнях. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 15. С. 156–159.

285.Ярош А. І. Конкурентоспроможність регіонів та еволюція регіональної політики Європейського Союзу. *Регіональна економіка*. 2004. № 1. С. 188–195.

286.Ярошевська Т. В. Шляхи вдосконалення законодавства України у сфері охорони прав на географічні значення до Європейських стандартів та Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2017. № 1. С. 42–46.

287.Godin B. (2008). Innovation: The History of a Category. Project on the Intellectual History of Innovation. Working Paper № 1. URL: <http://www.csiic.ca/PDF/IntellectualNo1.pdf> (Last accessed: 12.03.2021).

288.Godin B. Models of Innovation: The History of an Idea. Cambridge, MA : MIT Press, 2017. URL: <https://mitpress.mit.edu/books/models-innovation> (Last accessed: 12.03.2021).

289.Hall C. M., Williams A. Tourism and innovation. London : Routledge, 2008. 263 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=-LFAgAAQBAJ&hl=ru> (Last accessed: 7.04.2017).

290.Maclaurin W. R. The Sequence from Invention to Innovation and its Relation to Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*. 1953. N 67. P. 97–111.

291.Mansfield E. (1971). *Research and Innovation in the Modern Corporation*. New York : Norton and Co. URL: <https://www.abebooks.co.uk/9780393098266/Research-innovation-modern-corporation-Mansfield-0393098265/plp> (Last accessed: 12.03.2021).

292.Mensch, G. (1979). *Stalemate in Technology: Innovation Overcome the Depression*. Cambridge, Mass: Ballinger Pub. Co. URL: [https://books.google.com.ua/books/about/Stalemate\\_in\\_tec](https://books.google.com.ua/books/about/Stalemate_in_tec)

[hnology.html?id=DW2aAAAAIAAJ&redir\\_esc=y](http://www.growingscience.com/dsl/online/dsl_2020_22.pdf) (Last accessed: 12.03.2021).

293. Official web-portal of the Parliament of Ukraine (<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/en/168-2017-%D1%80>) Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine; Strategy on March 16, 2017 № 168-p.

294. Pavlov K. V. Competitive features in market structure of housing property with regard to regional definitions. *Baltic Journal of Economic Studies*. Riga, 2017. Vol. 3, № 4. P. 191–198.

295. Pavlov K., Pavlova Olena and al. Optimization of multi-channel queuing systems with a single retail attempt: Economic approach. *Decision Science Letters*. *Decision Science Letters* 9 (2020). URL:

[http://www.growingscience.com/dsl/online/dsl\\_2020\\_22.pdf](http://www.growingscience.com/dsl/online/dsl_2020_22.pdf)

296. Pavlov K., Pavlova O., Kupchak V. Integral Indicators Based on Competitiveness Capacity Characteristics of Regional Real Estate Markets of Ukraine. *Journal of Competitiveness*. 2019. N 11(3). P. 87–108. URL: <https://doi.org/10.7441/joc.2019.03.06>

297. Pavlova O., Pavlov K. et al. (2021) Strategic Priorities for Socio-economic Development of Ukraine in Comparison with the Republic of Poland. *Human Systems Engineering and Design III. IHSED 2020. Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 1269. Springer, Cham. URL: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-58282-1\\_49](https://doi.org/10.1007/978-3-030-58282-1_49).

298. Sarkisian H., Liganenko M.. Formation of the basic objects register for Odessa region enogastronomic routes. *Trends, Prospects and Challenges of Sustainable Tourism Development*. м. Львів, С. 164-179.

299. Sarkisian, H., & Liganenko, M. (2020). Аналіз інноваційного середовища розвитку виноробних підприємств як інфраструктурної складової винних маршрутів. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*, 2(6), 55-65. <https://doi.org/10.32750/2020-0205>.

300. Sarkisyan A., Lyubarov Y. Latest aspects of the development of gastronomic tourism as a component of the

economic and socio-cultural environment of the regions of Ukraine [Новітні аспекти розвитку гастрономічного туризму як складової економічного і соціокультурного середовища регіонів України]. East European Scientific Journal. Том 1 № 11(63). Jerozolimskie 85/21, 02-001 Warsaw, Poland. 2020. P.66-72.

301.Schumpeter J. A. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Cambridge: Harvard University Press, 1934. URL: [https://pdfrog.com/download/the\\_theory\\_of\\_economic\\_development\\_an\\_inquiry\\_into\\_profits\\_capital\\_credit\\_interest\\_and\\_the\\_business\\_cycle\\_joseph\\_a\\_schumpeter.pdf](https://pdfrog.com/download/the_theory_of_economic_development_an_inquiry_into_profits_capital_credit_interest_and_the_business_cycle_joseph_a_schumpeter.pdf) (дата звернення: 12.03.2021).

302.Schumpeter J.A. Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process. New York: McGraw-Hill, 1939. URL: [https://www.researchgate.net/publication/319503069\\_Schumpeter\\_Joseph\\_Alois\\_1939\\_Business\\_Cycles\\_A\\_Theoretical\\_Historical\\_and\\_Statistical\\_Analysis\\_of\\_the\\_Capitalist\\_Process](https://www.researchgate.net/publication/319503069_Schumpeter_Joseph_Alois_1939_Business_Cycles_A_Theoretical_Historical_and_Statistical_Analysis_of_the_Capitalist_Process) (дата звернення: 12.03.2021).

303.Smith, G. E., Malinowski, B., Spinden, H. J., Goldenweiser, A. (1927). Culture: The Diffusion Controversy. New York: Norton and Co. URL: <https://archive.org/details/culturediffusion00smitrich> (Last accessed: 12.03.2021).

304.Strishenets O., Novosad O. Innovation Policy of Gas Distribution Enterprises on Increasing Competitiveness. *International Journal of New Economics, Public Administration and Law*. 2018. N 1. P. 40–48.

305.Tard G. The laws of imitation. New York: Henry Holt and Company, 1903. URL: [https://openlibrary.org/books/OL7240797M/The\\_laws\\_of\\_imitation](https://openlibrary.org/books/OL7240797M/The_laws_of_imitation) (дата звернення: 12.03.2021).

306.Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K. (2005). Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change (3rd ed.). London: John Wiley & Sons Ltd. URL: [https://www.researchgate.net/publication/228315617\\_Managing\\_innovation](https://www.researchgate.net/publication/228315617_Managing_innovation)

[ng Innovation Integrating Technological Market And Organizational Change](#) (Last accessed: 12.03.2021).

307.Travel and Tourism Competitiveness Report. 2015.  
URL:

[http://www.wforum.org/doc/WEF\\_TTC\\_Report\\_2015.pdf](http://www.wforum.org/doc/WEF_TTC_Report_2015.pdf).

308.Xiugqi L. The Stualu of City T echnological Innovation Envivonment Construction in the View of System Managment, Chang P.L., Shin H.Y. The innovation systems of Taiwan and China: a comparative analysis. *Techno vafion*. 2004. N 24. P. 529–539.

309.Yakymchuk A., Pavlov K., Pavlova O., et al. (2020) Public Administration and Economic Aspects of Ukraine's Nature Conservation in Comparison with Poland. *Advances in Human Factors, Business Management and Leadership*. AHFE 2020. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 1209. Springer, Cham.

310.Yursten H.R. Sustainnalle bastronomic tourism in bokceada (Imbvos): local and Authen bic Perspectives. *International Journal of Humanities and Social Scince*.2011. Vol. 18. P. 17–26.

## **ДОДАТКИ**

# ДОДАТОК А Додаток А.1

## Групи показників та їх значення, що було використано в дослідженні, Волинська область, 2015-2019 рр.

№	Групи показників	2015		2016		2017		2018		2019	
		Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу
<b>Показники туристичного ринку</b>											
1	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (юр. особи) в регіоні, од	21	18	21	17	23	16	27	17	21	18
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (фоті), в регіоні, од	47	11	48	13	43	13	66	19	75	13
3	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, осіб	49	17	48	17	60	14	50	16	45	17
4	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, осіб	34	18	34	19	50	16	50	20	51	21
5	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	35	11	31	12	40	11	24	14	24	17
6	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	17	16	16	18	22	15	28	14	26	17
7	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (юр. особи), тис. грн	9427,5	10	12395,4	12	2158,6	11	15339,5	13	19476,6	12
8	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в регіоні (фіз. особи), тис. грн	4807,8	10	5961	13	7127,8	15	8286,6	20	13724,2	17
9	Кількість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами в регіоні, (юр. особи), од	5036	11	14856	6	6064	7	5853	13	6904	12
10	Кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок регіоні (фіз. особи), од	4684	10	6860	10	5364	13	6220	17	8645	15
11	Вартість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами (юр. особи) в регіоні, тис. грн	29632,5	11	70476,6	12	95945,8	11	74530,5	16	101766,7	14
12	Вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (фіз. особи)	49576	13	63422,7	14	89585,2	13	131488	19	209691,4	15
13	Кількість туристів, обслужених турагентами в регіоні (фіз. особи) в регіоні, од	7068	10	10001	12	9545	13	12294	18	18156	16
14	Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами в регіоні (юр. особи), од	13549	11	16525	8	7502	11	9513	13	9247	17
15	Кількість туристів, обслужених туроператорами туристичними путівками в регіоні (юр. особи), од	44269	22	64275	11	54834	14	63132	14	73581,5	14
16	Кількість туристів, обслужених турагентами туристичними путівками в регіоні (фіз. особи), од	8757	11	60666	10	65809	8	81110	17	137940	13
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		13		13		16		16	
<b>Показники економічної та соціальної згуртованості</b>											
17	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, грн	22318	20	30387	18	34310	19	49987	15	58297	17
18	Навний дохід населення у розрахунку на одну особу населення, грн	24473,5	20	28312,5	20	35710,3	20	46475,1	20	52879	20
19	Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, проміле	134	10	45,3	7	76	7	146,5	7	142,4	8
<b>Місце регіону за напрямком</b>		17		15		15		14		15	
<b>Показники економічної ефективності</b>											
20	Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року, %	98,6	4	100,2	17	105,7	12	102,2	12	94,9	21
21	Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, грн	17690,8	21	21422,4	20	26066,9	19	29798,5	19	30585,3	19
22	Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року, %	95,4	12	102,1	16	104,4	7	103,1	17	100,2	12
23	Обсяг виробництва продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, грн	761,2	12	774	12	810,9	11	836,4	12	840	13
24	Індекс будівельної продукції будівництва, відсотків до попереднього року, %	133,8	1	110,6	16	99	23	100,7	17	122,4	15
25	Обсяг виконаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, грн	1047,4	10	1262,7	11	1430,2	15	1772	14	2259,4	16
26	Індекс споживчих цін, відсотків	143,3	9	111,8	9	114,6	20	109,9	20	104,9	24
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		14		15		16		17	
<b>Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічного співпраці</b>											
27	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	102,5	1	97,5	21	105,5	23	112,1	8	174,2	1
28	Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з	5190,1	5	5665,3	11	6632,5	16	7488,9	14	11800,5	5
29	Індекс зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року	91,5	10	95	20	106,4	10	103,3	12	119,5	3
30	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з початку інвестування, грн	238,6	14	225,9	14	255,9	13	251	13	297,5	12
31	Частка реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) суб'єктів реалізованої промислової продукції, %	2,5	8	2,2	9	2,2	9	3,1	18	1	12
32	Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, дол. США	605,8	10	578,1	11	663	11	694,4	14	671,6	15
<b>Місце регіону за напрямком</b>		8		14		14		13		8	
<b>Показники фінансової самодостатності</b>											
33	Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року, %	166,3	1	147,7	19	158,7	1	104,9	25	111,6	22
34	Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	1,8	19	2,6	20	4,2	16	4,4	19	4,9	20
35	Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	0,6	10	0,8	11	0,8	18	0,9	16	0,9	19
36	Темп зростання (зменшення) податкового боргу за грошовими зобов'язаннями платників податків, відсотків до початку року	144,1	21	110,3	5	132,2	13	143,3	23	181,6	24
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		14		12		21		21	
<b>Показники розвитку малого та середнього підприємництва</b>											
37	Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	3,1	15	2,9	15	3	15	3	15	3,2	15
38	Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	459	13	469,5	13	448,7	12	402,4	16	375,2	20
39	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції)	32,6	19	37,1	15	54,1	1	63,1	1	56,4	1
40	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у загальному	23,3	17	23,5	19	23	21	20,3	22	21,7	22
<b>Місце регіону за напрямком</b>		16		16		12		14		15	
<b>Показники ефективності ринку праці</b>											
41	Продуктивність праці, %	109,8	6	98,5	6	113,3	2	109,9	1	102,3	14
42	Рівень безробіття населення у віці 15–70 років (за методологією МОП), відсотків до економічно активного населення відповідного віку	9,8	13	11,5	20	12,5	23	11,4	22	10,6	21
43	Індекс реальної зарплатної плати, відсотків до відповідного періоду попереднього року, %	78,9	8	109	13	125,5	9	112,7	8	109,3	11
44	Сума заборгованості з виплати зарплатної плати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітного періоду, %	2,2	12	0,5	4	1,5	13	1,2	10	1,7	13
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		11		12		10		15	
<b>Показники розвитку інфраструктури</b>											
45	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів	307,1	7	288,4	10	288,7	11	89	7	89,1	7
46	Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення, тис. тонн-кілометрів	6486,6	13	3522,3	16	3766,5	17	3275,4	7	4041,9	17
47	Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів	22,2	20	22,5	20	23	19	23,5	20	23,9	20
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		15		16		11		15	
<b>Показники відновлюваної енергетики та енергоефективності</b>											
48	Обсяги паливноенергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тонн нафтового еквіваленту	0,82	3	0,73	5	0,8	6	0,87	6	0,76	7
49	Частка сумарної потужності котельень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котельень регіону, %	8,5	6	21,7	1	21,8	2	22	3	22	6
<b>Місце регіону за напрямком</b>		5		3		4		5		7	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері освіти</b>											
50	Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному	70,9	22	75,1	21	78,3	22	78,3	22	0	22
51	Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано підвезення до місця навчання і додому, відсотків до загальної кількості учнів, які	97,6	14	97,7	16	98,1	18	97,2	20	98,8	15
52	Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку, %	74,8	14	74,2	9	71,1	8	67,8	11	63,4	12
<b>Місце регіону за напрямком</b>		17		15		16		18		16	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я</b>											
53	Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	13,2	7	12,9	7	13,1	7	13,2	7	12,9	6
54	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	71,35	9	71,51	9	71,76	9	71,94	11	71,49	12
55	Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	12,8	3	12,5	3	11,5	4	10,9	4	10,1	4
56	Планова ємність амбулаторнополіклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну	178,7	23	179,4	23	180	23	180,4	23	184,7	23
<b>Місце регіону за напрямком</b>		11		11		11		11		11	
<b>Показники соціального захисту та безпеки</b>											
57	Питома вага дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання, у загальній кількості	93,9	5	94,1	7	94,9	6	95,1	6	94,3	8
58	Кількість кримінальних правопорушень вчинених проти життя та здоров'я особи на 10 тис. осіб населення, одиниць	11	7	9	6	7	1	7	1	9	5
<b>Місце регіону за напрямком</b>		6		7		4		4		7	
<b>Показники раціонального природокористування та якості довкілля</b>											
59	Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн	0,17	4	0,14	2	0,13	2	0,09	3	0,08	3
60	Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків	0,5	13	0,6	14	0,6	16	1,2	18	8,3	5
<b>Місце регіону за напрямком</b>		9		8		9		11		4	
<b>Показники інноваційного розвитку</b>											
61	Кількість організацій, які здійснили НДР, за регіонами, одиниць	10	22	10	22	9	22	9	22	6	25
62	Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР, за регіонами, одиниць	188	24	258	24	314	24	317	23	202	23
63	Витрати на виконання НДР за регіонами, тис. грн	17761,4	22	13604,1	24	18414,9	22	18434,7	24	9948,3	25
64	Кількість інноваційно активних промислових підприємств за напрямками	12	22	11	23	17	18	14	18	11	22
65	Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної	65280,3	17	147411,3	14	162077,9	11	85399,8	19	93083,9	17
66	Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію)	11	22	11	22	16	15	8	22	11	20
67	Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію	7	24	13	18	12	8	13	19	8	18
68	Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами, тис. грн	383598,6	24	383598,6	24	66820,5	21	330587,5	19</		



## Додаток А.2

### Групи показників та їх значення, що було використано в дослідженні, Хмельницька область, 2015-2019 рр.

№	Групи показників	2015		2016		2017		2018		2019	
		Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу
<b>Показники туристичного ринку</b>											
1	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (юр. особи) в регіоні, од	27	14	27	13	26	13	25	15	25	14
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (фоліо), в регіоні, од	51	9	62	10	64	11	64	14	63	19
3	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, осіб	85	10	83	11	82	11	42	19	42	20
4	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, осіб	55	11	68	12	77	12	78	15	71	17
5	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	28	16	30	13	27	14	16	22	15	21
6	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	29	12	28	9	28	9	27	16	15	21
7	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (юр. особи), тис. грн	4868,5	17	5439,4	17	6760,2	16	4322,3	21	6877,9	17
8	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (фіз. особи), тис. грн	4399,6	16	5495,4	16	6958	16	8288,3	19	9642,2	22
9	Кількість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами в регіоні, (юр. особи), од	6962	8	6983	10	6644	8	3646	18	6562	15
10	Кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (фіз. особи), од	10086	7	6863	9	10099	8	9834	12	10077	12
11	Вартість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами (юр. особи) в регіоні, тис. грн	38467,4	12	60759,2	13	64615,8	13	38521,8	23	64506,9	20
12	Вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (фіз. особи)	47501,8	14	61923,5	15	76533,3	14	118155,8	21	125999,4	22
13	Кількість туристів, обслугованих турагентами в регіоні (фіз. особи) в регіоні, од	14296	6	10566	11	19265	8	20711	11	18212	15
14	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в регіоні (юр. особи), од	11130	9	9319	13	7564	11	5027	21	9401	16
15	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в регіоні (фіз. особи), од	42374	9	40609	15	45900	10	22067	23	42443	21
16	Кількість туристів, обслугованих турагентами туристичними путівками в регіоні (фіз. особи), од	53887	8	53901	15	63674	15	79325	18	59469	23
<b>Місце регіону за напрямком</b>		11		13		12		18		18	
<b>Показники економічної та соціальної згуртованості</b>											
17	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, грн	24662	18	31660	16	37881	16	49916	16	59583	16
18	Навний дохід населення у розрахунку на одну особу населення, грн	28339,5	12	32650	12	40022,7	12	52487,6	12	58008	16
19	Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, проміле	159,3	19	45,4	8	76,1	8	227,8	20	185,4	17
<b>Місце регіону за напрямком</b>		16		12		12		16		16	
<b>Показники економічної ефективності</b>											
20	Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року, %	95,7	11	104,7	14	101,6	16	95,3	23	85,5	25
21	Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, грн	20309,5	16	25533,4	13	29448,6	16	33670,7	16	34392	16
22	Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року, %	87,7	22	107,5	8	109,7	1	104,5	14	99,6	15
23	Обсяг виробництва продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, грн	779,8	11	832,5	11	920,5	9	981,8	9	965,4	9
24	Індекс будівельної продукції будівництва, відсотків до попереднього року, %	108,9	5	107,6	17	127,2	11	121	6	109	19
25	Обсяг виконаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, грн	1032	12	1221	12	1796,4	10	2679,6	9	3061,2	10
26	Індекс споживчих цін, відсотків	142,5	7	111,4	5	113,8	12	109,2	7	104,4	17
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		11		11		12		16	
<b>Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці</b>											
27	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	136,5	2	123,4	16	111,6	18	96,5	18	94,2	25
28	Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення нарастачим підсумком з	4925,8	7	6555,6	6	7910,6	9	7705,9	12	6812,2	18
29	Темп зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року	88,2	17	96,8	14	108,8	6	116,8	2	101,2	23
30	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення нарастачим підсумком з початку інвестування, грн	128,9	20	124,5	21	134,7	21	157,5	22	161,6	20
31	Частка реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції, %	0,9	22	0,7	18	0,7	18	0,1	20	0,1	25
32	Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, дол. США	309,5	20	243,7	22	365,4	20	502,7	19	509,9	20
<b>Місце регіону за напрямком</b>		15		16		15		16		22	
<b>Показники фінансової самодостатності</b>											
33	Темп зростання (зменшення) дохідів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року, %	145,7	10	148,8	18	142,5	9	115,6	13	117,1	7
34	Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одиницю населення, тис. грн	1,9	18	2,8	18	4,1	18	4,8	17	5,6	17
35	Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	0,5	16	0,6	19	0,9	16	1	14	1,2	14
36	Темп зростання (зменшення) податкового базу за грошовими зобов'язаннями платників податків, відсотків до початку року	140,1	18	141,9	16	102,1	3	129,6	15	141	12
<b>Місце регіону за напрямком</b>		16		18		12		15		13	
<b>Показники розвитку малого та середнього підприємництва</b>											
37	Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	3	17	2,8	17	2,8	17	3	15	3,1	16
38	Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	494	7	507	7	454,3	10	452,6	7	479,3	6
39	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (з урахуванням обсягу реалізованої продукції)	43,2	9	43	11	46,2	9	48,8	4	49,4	5
40	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у загальному	39,8	3	39,3	5	40,6	6	38,2	9	38,5	9
<b>Місце регіону за напрямком</b>		9		10		11		9		9	
<b>Показники ефективності ринку праці</b>											
41	Продуктивність праці, %	112,5	2	96,1	15,5	99,4	20	105,2	8	100,6	18
42	Рівень безробіття населення у віці 15–70 років (за методологією МОП), відсотків до економічно активного населення відповідного віку	10,2	17	9,4	71,77	8,3	9	8,4	9	8	10
43	Індекс реальної зарплатної плати, відсотків до відповідного періоду попереднього року, %	77,8	19	106,9	9,9	128	5	111,8	15	110,1	8
44	Сума заборгованості з виплати зарплатної плати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітного періоду, %	0,6	3	0,2	202,8	0,4	4	0,7	6	0,2	2
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		75		10		10		10	
<b>Показники розвитку інфраструктури</b>											
45	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів	348	5	345,7	4	345,7	4	101,8	3	101,9	3
46	Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення, тис. тонн кілометрів	7758,2	12	5903	9	6401,3	9	3134,8	9	6068,8	10
47	Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів	26	6	26,3	6	27	6	27,4	5	29	4
<b>Місце регіону за напрямком</b>		8		6		6		6		6	
<b>Показники відновлюваної енергетики та енергоефективності</b>											
48	Обсяги паливноенергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тонн нафтового еквіваленту	1,25	17	1,28	19	1,17	15	1,03	11	0,88	11
49	Частка сумарної потужності котельень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котельень регіону, %	5,5	11	6,6	17	16,9	7	11,9	17	14,3	15
<b>Місце регіону за напрямком</b>		11		17		16,9		11,9		17	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері освіти</b>											
50	Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному	99,2	5	91,1	11	91,7	16	91,7	16	91,7	16
51	Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано підвезення до місця навчання і додому, відсотків до загальної кількості учнів, які	99,9	5	100	1	100	1	100	1	100	19
52	Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку, %	78,5	7	72,4	11	69,9	11	65,6	15	62,8	13
<b>Місце регіону за напрямком</b>		6		8		9		11		16	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я</b>											
53	Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	15,8	13	15,5	12	15,3	14	15,5	11	15,4	12
54	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	71,73	7	71,77	8	72,31	7	72,18	9	72,28	7
55	Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	10,6	12	9,9	12	9	12	8,4	12	7,9	11
56	Планова ємність амбулаторнополіклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну	200,5	20	202,8	18	205,5	18	208	18	207,2	19
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		13		13		13		12	
<b>Показники соціального захисту та безпеки</b>											
57	Питома вага дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання, у загальній кількості	90	17	90,3	19	92	19	90,6	19	89,8	20
58	Кількість кримінальних правопорушень зчинених проти життя та здоров'я особи на 10 тис. осіб населення, одиниць	11	7	9	6	10	11	11	15	11	12
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		13		15		17		16	
<b>Показники раціонального природокористування та якості довкілля</b>											
59	Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн	0,53	13	0,45	14	0,44	13	0,33	14	0,29	13
60	Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків	0,5	13	0,4	16	0,4	18	1	21	1,2	22
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		15		16		18		18	
<b>Показники інноваційного розвитку</b>											
61	Кількість організацій, які здійснювали НДР, за регіонами, одиниць	8	25	8	25	8	25	8	25	9	23
62	Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР, за регіонами, одиниць	368	25	321	23	380	20	348	20	373	19
63	Витрати на виконання НДР за регіонами, тис. грн	15839,3	25	12959,2	24	17510	20	21286,9	22	19233,7	23
64	Кількість інноваційно активних промислових підприємств за напрямками	18	18	18	19	8	24	11	22	10	24
65	Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної	66659,4	14	47994,7	22	24552,5	22	14615,3	22	15639,2	24
66	Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію)	18	17	17	17	8	23	25	24	10	21
67	Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію	16	15	12	20	4	23	10	21	7	22
68	Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами, тис. грн	127076,3	21	127076,3	20	27769,1	23	56403,5	15	219969,4</	

## Додаток А.3

### Групи показників та їх значення, що було використано в дослідженні, Львівська область, 2015-2019 рр.

№	Групи показників	2015		2016		2017		2018		2019	
		Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу
<b>Показники туристичного ринку</b>											
1	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (юр. особи) в регіоні, од	137	3	149	3	159	2	142	2	148	2
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (фопи), в регіоні, од	84	4	123	4	123	5	200	3	272	3
3	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, осіб	587	3	628	2	677	2	645	2	725	2
4	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, осіб	80	5	147	4	125	5	166	7	235	4
5	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	338	2	343	2	358	2	327	2	366	2
6	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	46	4	66	4	60	5	63	2	87	4
7	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (юр. особи), тис. грн	177567,8	3	251773,8	3	380990,5	2	442823,2	2	564885,5	2
8	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в регіоні (фіз. особи), тис. грн	11082,8	5	22054,2	4	32155,1	4	68767,2	1	90753,1	2
9	Кількість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами в регіоні, (юр. особи), од	81365	3	160384	2	177029	2	244662	2	500976	2
10	Кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок (фіз. особи), од	11229	3	29491	1	36157	1	37829	2	52725	2
11	Вартість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами (юр. особи) в регіоні, тис. грн	555951,9	3	654489,1	2	929662	2	1261474,4	2	1542569,2	2
12	Вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (фіз. особи)	126298,4	4	222949,1	4	382472	5	643550,4	3	884251,1	3
13	Кількість туристів, обслужених турагентами в регіоні (фіз. особи) в регіоні, од	19389	2	43779	1	52665	1	67891	2	106220	1
14	Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами в регіоні (юр. особи), од	93083	2	138048	2	122485	2	114364	2	143222	2
15	Кількість туроднів за реалізованими туроператорами туристичними путівками в регіоні (юр. особи), од	804527	2	1438328	2	1361912	2	1611749	2	3253757	2
16	Кількість туроднів за реалізованими турагентами туристичними путівками в регіоні (фіз. особи), од	143560	2	333153	1	412681	1	463079	2	536501,3	3
<b>Місце регіону за напрямком</b>		3		3		3		2		2	
<b>Показники економічної та соціальної згуртованості</b>											
17	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, грн	28731	11	37338	11	45319	12	58221	11	70173	11
18	Навняний дохід населення у розрахунку на одну особу населення, грн	28795,7	9	33673,5	10	41908,9	9	55510,7	10	65691	7
19	Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, проміле	93,7	4	83,5	17	86,2	10	129,9	4	118,9	4
<b>Місце регіону за напрямком</b>		8		13		10		8		7	
<b>Показники економічної ефективності</b>											
20	Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року, %	98,5	5	99,3	19	106	11	102,4	10	97	16
21	Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, грн	21275,9	14	26392,6	12	32344,9	13	39681,9	13	41829,4	13
22	Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року, %	96,9	10	102	18	105,7	3	104,7	13	100,7	10
23	Обсяг виробничої продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, грн	871,8	8	891,9	8	948,3	5	996,5	8	1014,8	6
24	Індекс будівельної продукції будівництва, відсотків до попереднього року, %	120,1	3	122,3	8	111,9	18	111,5	9	123,3	13
25	Обсяг виконаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, грн	1457,4	7	1945,5	6	2478,8	7	3410	8	4391,2	8
26	Індекс споживчих цін, відсотків	145,2	21	111,9	10	113	3	110,1	22	104,2	12
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		12		9		12		11	
<b>Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці</b>											
27	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	106,5	15	130,7	13	126	14	101,9	17	115,5	11
28	Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з	455,8	9	6512,8	7	9025,7	6	9194,1	6	10137,4	8
29	Темп зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року	90,8	12	99,3	10	106,9	8	99,2	21	117,8	4
30	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з початку інвестування, грн	495,8	9	434,5	8	472,5	8	367,8	9	446,8	9
31	Частка реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції), %	2,1	12	1,9	10	1,9	10	0,8	13	1	12
32	Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, дол. США	475,7	15	496,5	12	626,2	12	750,6	10	874,9	10
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		10		10		13		9	
<b>Показники фінансової самодостатності</b>											
33	Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року, %	1659	2	147,7	2	134,6	18	113,8	16	118,3	3
34	Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одиницю населення, тис. грн	2,3	9	2,6	9	5	9	5,7	9	6,8	9
35	Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	0,7	6	0,8	6	1,5	8	2,1	6	2,4	8
36	Темп зростання (зменшення) податкового боргу за грошовими зобов'язаннями платників податків, відсотків до початку року	148,5	23	110,3	3	135,7	15	136,8	20	156,2	22
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		5		13		13		11	
<b>Показники розвитку малого та середнього підприємництва</b>											
37	Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	3,4	12	3,2	10	3,3	10	3,4	8	3,9	7
38	Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	460,3	12	471,6	12	449,2	11	434,7	10	453,5	8
39	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції)	43,8	8	36,6	17	40,7	14	43,2	15	44,9	7
40	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у загальному	28,2	16	34	12	36,4	11	36,7	13	34,7	15
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		13		12		12		9	
<b>Показники ефективності ринку праці</b>											
41	Продуктивність праці, %	107,4	9	94,9	16	98,8	21	103,4	14	104,6	4
42	Рівень безробіття населення у віці 15–70 років (за методологією МОП), відсотків до економічно активного населення відповідної віку	8,2	6	7,7	5	7,5	5	6,9	5	6,5	5
43	Індекс реальної зарплати (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції)	79,4	7	110,3	8	123,6	12	112,7	8	107,5	19
44	Сума заборгованості з виплати зарплати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітного періоду, %	4,1	18	3,4	18	2,2	16	1,7	15	2,7	22
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		12		14		11		13	
<b>Показники розвитку інфраструктури</b>											
45	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів	384,1	1	376,2	1	377,6	1	85,7	9	86,5	9
46	Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення, тис. тонн-кілометрів	8061	11	4964,8	14	5316,8	15	4220,4	4	5071,9	14
47	Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів	22,8	18	22,8	18	28,1	18	23,6	19	24	17
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		11		11		11		13	
<b>Показники відновлюваної енергетики та енергоефективності</b>											
48	Обсяги паливноенергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тонн нафтового еквіваленту	1,05	11	1,07	14	1,01	12	1,27	14	1,16	15
49	Частка сумарної потужності котелень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котелень регіону, %	1,1	19	12,8	9	15,2	9	20,5	5	23,9	3
<b>Місце регіону за напрямком</b>		15		12		11		10		9	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері освіти</b>											
50	Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному	48,6	24	61,2	24	82,8	24	82,8	20	82,8	23
51	Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано надання їм доміцилу навчання і додому, відсотків до загальної кількості учнів, які	91,1	22	90,7	22	91,5	20	91,9	22	92,8	23
52	Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку, %	59	23	56,8	23	55,3	23	53	23	51,7	23
<b>Місце регіону за напрямком</b>		23		23		22		22		23	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я</b>											
53	Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	13	6	12,7	5	12,7	6	13	6	13,1	7
54	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	73,08	4	73,33	3	73,55	4	73,49	5	73,36	5
55	Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	11	9	10,7	8	9,9	7	9,2	7	8,7	8
56	Планова ємність амбулаторнополіклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну	202,8	18	198,8	20	203,5	20	205,4	20	203,1	21
<b>Місце регіону за напрямком</b>		9		9		9		10		10	
<b>Показники соціального захисту та безпеки</b>											
57	Питома вага дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання, у загальній кількості	90,9	15	92,9	10	94,2	7	95	7	94,4	7
58	Кількість кримінальних правопорушень вчинених проти життя та здоров'я особи на 10 тис. осіб населення, одиниць	12	11	13	18	9	6	9	6	12	18
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		14		7		7		13	
<b>Показники раціонального природокористування та якості довкілля</b>											
59	Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн	1,38	18	1,08	18	0,89	19	0,74	19	0,6	18
60	Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків	3,9	4	3,8	5	4,3	5	5	6	7,3	8
<b>Місце регіону за напрямком</b>		11		12		12		13		13	
<b>Показники інноваційного розвитку</b>											
61	Кількість організацій, які здійснювали НДР, за регіонами, одиниць	68	3	73	3	75	3	72	3	69	3
62	Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР, за регіонами, одиниць	7629	4	4648	4	4680	4	4869	4	4155	4
63	Витрати на виконання НДР за регіонами, тис. грн	307952,9	6	267775,7	6	370532,7	5	426789,7	5	465522,2	5
64	Кількість інноваційно активних промислових підприємств за напрямками	64	3	64	3	48	4	44	5	44	5
65	Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної	27796,2	8	429278,9	9	310047,7	9	416914,5	8	342258,1	11
66	Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію)	61	3	58	4	47	3	44	5	36	6
67	Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію	44	3	44	5	24	4	40	5	24	6
68	Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами, тис. грн	1193855,9	7	1193855,9	7	763079,4	6	1243427,2	6	87190	

## Додаток А.4

### Групи показників та їх значення, що було використано в дослідженні, Чернівецька область, 2015-2019 рр.

№	Групи показників	2015		2016		2017		2018		2019	
		Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу
<b>Показники туристичного ринку</b>											
1	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (юр. особи) в регіоні, од.	44	7	36	9	38	8	39	8	35	8
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (фони), в регіоні, од.	21	23	30	23	27	23	38	24	44	23
3	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, осіб	136	8	127	8	111	9	127	8	77	11
4	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, осіб	31	20	45	16	53	15	67	17	83	15
5	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	68	8	59	8	54	8	43	9	34	10
6	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	17	15	26	10	33	8	37	11	54	7
7	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (юр. особи), тис. грн	2461,8	9	2221,6	7	4039,9	6	21578,1	10	19255,9	13
8	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (фіз. особи), тис. грн	4057,4	15	9283,8	10	12502,8	11	7412	22	9637,1	23
9	Кількість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами в регіоні, (юр. особи), од.	3601	14	3911	16	5434	17	7803	10	6881	13
10	Кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок регіоні (фіз. особи), од.	4918	10	4984	15	4895	14	7937	13	8556	16
11	Вартість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами (юр. особи) в регіоні, тис. грн	64798,1	7	90830	9	108480,2	14	137734,4	10	155164,5	10
12	Вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (фіз. особи)	59907,3	10	69036,9	12	75790,5	15	130670,4	20	142612,5	21
13	Кількість туристів, обслужених турагентами в регіоні (фіз. особи) в регіоні, од.	5801	13	7684	15	6785	18	11616	20	12020	22
14	Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами в регіоні (юр. особи), од.	9861	10	11731	9	13556	9	17946	9	15178	11
15	Кількість туристів за реалізованими туроператорами туристичними путівками в регіоні (юр. особи), од.	70757	9	85434,3	8	108933	7	120388	9	136126	10
16	Кількість туристів за реалізованими турагентами туристичними путівками в регіоні (фіз. особи), од.	47853	10	55762	13	56083	24	88100	16	100317	18
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		12		13		14		14	
<b>Показники економічної та соціальної згуртованості</b>											
17	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, грн	16552	24	20338	24	23365	24	31509	24	37441	24
18	Навний дохід населення у розрахунку на одну особу населення, грн	23490,5	21	26838,3	22	33099	21	42850,4	22	48255	22
19	Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, проміле	81,9	2	26,5	2	44,2	2	90,5	2	85,7	2
<b>Місце регіону за напрямком</b>		16		16		16		16		16	
<b>Показники економічної ефективності</b>											
20	Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року, %	98,3	7	96,9	22	106,7	8	105,8	3	100,3	9
21	Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, грн	7409,8	25	9499,5	25	11499	24	17094	24	15093,2	24
22	Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року, %	94,4	14	101	21	105,1	5	105,4	12	98,1	18
23	Обсяг виробництва продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, грн	984,9	3	965	5	1000,9	3	1054,3	5	1032,7	5
24	Індекс будівельної продукції будівництва, відсотків до попереднього року, %	89	17	99,5	22	109,1	19	93,3	21	138,7	5
25	Обсяг виконаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, грн	1038	11	1120,8	13	1405,4	16	1604,1	19	2347,4	13
26	Індекс споживчих цін, відсотків	142	5	111	4	112,4	1	108,7	1	103,8	8
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		16		11		12		12	
<b>Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці</b>											
27	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	132,4	3	85,9	24	106,4	22	106,7	13	114,2	12
28	Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення нарастаючим підсумком з	2750,4	22	2500,8	24	3001,6	24	3277,6	24	3716,9	24
29	Темп зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року	86,4	19	97,2	13	101	20	103,4	11	116,4	6
30	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення нарастаючим підсумком з початку інвестування, грн	65,4	24	63,4	23	63,8	24	48,8	25	58,9	24
31	Частка реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції, %	2	13	2,4	7	2,4	7	0,9	11	0,5	16
32	Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, дол. США	119	24	116,3	25	165,1	24	221	24	236,8	24
<b>Місце регіону за напрямком</b>		18		19		20		18		18	
<b>Показники фінансової самодостатності</b>											
33	Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року, %	158,8	3	160,5	1	123,8	23	111,1	21	111,2	23
34	Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одиницю населення, тис. грн	1,6	23	2,5	21	3,2	24	3,5	25	3,9	25
35	Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	0,5	16	0,7	14	0,8	18	0,9	16	0,8	22
36	Темп зростання (зменшення) податкового боргу за грошовими зобов'язаннями платників податків, відсотків до початку року	94,3	4	117	10	110,8	4	95,8	2	139	9
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		12		17		16		20	
<b>Показники розвитку малого та середнього підприємництва</b>											
37	Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	2,1	23	1,8	24	1,8	23	1,9	23	2,1	22
38	Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	512,2	5	523,7	6	492	6	478,1	5	479	7
39	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у загальному	39,7	15	42,7	12	37,3	19	37,9	20	38,6	17
40	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у загальному	56,9	1	57,3	1	58,4	1	57,7	1	57	1
<b>Місце регіону за напрямком</b>		11		11		12		12		12	
<b>Показники ефективності ринку праці</b>											
41	Продуктивність праці, %	103,9	17	95,6	11	97,9	23	102,6	15	103,5	8
42	Рівень безробіття населення у віці 15–70 років (за методологією МОП), відсотків до економічно активного населення відповідного віку	9,3	11	8,7	7	8,4	6	7,9	7	6,9	6
43	Індекс реальної зарплатної плати, відсотків до відповідного періоду попереднього року, %	78,1	17	112,1	5	129,1	3	112,7	8	108,3	20
44	Сума заборгованості з виплати зарплатної плати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітної періоду, %	0,2	1	0,3	2	0,2	1	0	1	0	1
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		6		8		8		9	
<b>Показники розвитку інфраструктури</b>											
45	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів	354,9	4	355,5	3	355,5	3	104,7	2	104,8	2
46	Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення, тис. тонн-кілометрів	2718	21	1425,1	23	1471,4	23	1288,8	23	1766,4	21
47	Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів	24	13	24,4	12	24,7	12	24,8	12	25,2	12
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		13		13		12		12	
<b>Показники відновленої енергетики та енергоефективності</b>											
48	Обсяги паливноенергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тони нафтового еквіваленту	0,87	6	0,74	6	0,75	3	0,61	1	0,55	1
49	Частка сумарної потужності котельень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котельень регіону, %	4	13	4,4	19	4,5	20	4,7	20	4,8	20
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		13		12		11		11	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері освіти</b>											
50	Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному	90,4	13	99,4	4	99,7	4	99,7	4	97	4
51	Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано підвезення до місця навчання і додому, відсотків до загальної кількості учнів, які	98,4	18	99,2	10	100	1	100	1	100	1
52	Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку, %	95,7	22	60,9	21	57,9	22	55,8	22	54,2	22
<b>Місце регіону за напрямком</b>		18		12		9		9		9	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я</b>											
53	Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	12,9	5	12,7	5	12,4	3	12,4	3	12,3	2
54	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	73,18	3	72,96	5	73,34	5	73,71	3	73,83	2
55	Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	11,7	5	11,3	5	10,4	6	9,6	6	9,2	5
56	Планова ємність амбулаторнополіклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну	192,3	22	192,2	22	193,1	22	195,9	22	195,6	22
<b>Місце регіону за напрямком</b>		9		9		9		9		8	
<b>Показники соціального захисту та безпеки</b>											
57	Питома вага дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання, у загальній кількості	94,5	3	92,3	14	95,2	5	96	5	95,3	5
58	Кількість кримінальних правопорушень вчинених проти життя та здоров'я особи на 10 тис. осіб населення, одиниць	14	14	10	10	9	6	10	12	9	5
<b>Місце регіону за напрямком</b>		9		12		6		9		5	
<b>Показники раціонального природокористування та якості довкілля</b>											
59	Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн	0,16	2	0,17	4	0,14	3	0,11	4	0,08	3
60	Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків	3,4	5	3,4	6	4,3	5	7,4	5	8,4	4
<b>Місце регіону за напрямком</b>		4		5		4		5		4	
<b>Показники інноваційного розвитку</b>											
61	Кількість організацій, які здійснювали НДР, за регіонами, одиниць	20	12	19	18	18	14	18	13	13	17
62	Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР, за регіонами, одиниць	545	10	837	10	809	11	731	11	609	11
63	Витрати на виконання НДР за регіонами, тис. грн	46331,3	16	61289,4	13	68333,9	13	87928,1	11	105729,7	9
64	Кількість інноваційно активних промислових підприємств за напрямками	9	24	11	25	8	24	9	22	7	25
65	Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної	18756,8	23	19034,5	25	26091,6	21	54811,6	19	15403,3	25
66	Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію)	5	25	7	25	8	23	9	21	6	25
67	Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію	8	23	9	24	7	22	9	22	5	24
68	Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами, тис. грн	99981,9	22	99981,9	22	46313,1	22	49276,1	23	26896,1	24
<b>Місце регіону за напрямком</b>		19		20							

## Додаток А.5

### Групи показників та їх значення, що було використано в дослідженні, Закарпатська область, 2015-2019 рр.

№	Групи показників	2015		2016		2017		2018		2019	
		Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу
<b>Показники туристичного ринку</b>											
1	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (юр. особи) в регіоні, од	37	10	35	10	31	10	28	11	30	11
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (физ.), в регіоні, од	30	20	30	23	32	20	63	15	57	21
3	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, осіб	64	12	63	13	60	13	67	12	71	12
4	Середньооблікова кількість штатних працівників (физ. особи) в регіоні, осіб	32	19	31	20	37	18	58	19	47	22
5	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	33	13	26	15	28	12	22	17	28	13
6	Середньооблікова кількість штатних працівників (физ. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	13	19	9	22	13	20	27	16	22	19
7	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (юр. особи), тис. грн	5281,7	16	7643	14	10652,3	14	14580,1	14	20751,9	11
8	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в регіоні (физ. особи), тис. грн	4159,7	14	5531,3	14	6049	19	14542,3	13	14138	16
9	Кількість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами в регіоні, (юр. особи), од	3839	8	3478	17	4369	10	6192	12	7971	11
10	Кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (физ. особи), од	1777	18	2006	22	2437	23	5424	20	6582	22
11	Вартість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами (юр. особи) в регіоні, тис. грн	31144,2	10	35664,2	19	62776,1	11	120469	11	118494,5	12
12	Вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (физ. особи)	32080,9	16	42847,5	16	61710,9	18	138508,6	16	154465,5	19
13	Кількість туристів, обслужених турагентами в регіоні (физ. особи) в регіоні, од	3646	18	4896	19	7255	15	13707	15	14522	20
14	Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами в регіоні (юр. особи), од	7010	12	6705	14	7397	13	11641	12	13522	13
15	Кількість туристів, обслужених туроператорами туристичними путівками в регіоні (юр. особи), од	42380	8	47064	13	54294	9	71109	12	92218	12
16	Кількість туристів, обслужених турагентами туристичними путівками в регіоні (физ. особи), од	26176	16	33926	18	46549	18	90966	15	92943	19
<b>Місце регіону за напрямком</b>		14		17		15		14		16	
<b>Показники економічної та соціальної згуртованості</b>											
17	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, грн	19170	23	22989	23	25727	23	34202	23	41706	23
18	Навний дохід населення у розрахунку на одну особу населення, грн	21446,7	23	25045,3	23	30930,5	23	40471,6	23	47495	23
19	Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, проміле	43,2	1	21,3	1	37	1	52	1	47,7	1
<b>Місце регіону за напрямком</b>		16		16		16		16		16	
<b>Показники економічної ефективності</b>											
20	Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року, %	79,7	23	105,9	9	100,3	18	105,1	4	86,1	24
21	Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, грн	11033,4	24	13951,8	24	16540,8	23	18976	23	19086	23
22	Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року, %	93	17	95,9	24	99,1	13	106,5	9	99,1	16
23	Обсяг виробництва продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, грн	960,4	5	916,8	7	932,4	8	1017	6	1013,8	7
24	Індекс будівельної продукції будівництва, відсотків до попереднього року, %	115,2	4	118,6	9	150,7	2	104,2	12	122,8	14
25	Обсяг вимонаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, грн	493,8	24	637,9	21	1081	20	1394,5	20	1770,8	21
26	Індекс споживчих цін, відсотків	144	14	111,7	8	113,9	16	112,2	24	104,3	14
<b>Місце регіону за напрямком</b>		16		15		14		14		17	
<b>Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці</b>											
27	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	114,1	8	93,9	22	132,4	9	117,3	7	126,4	6
28	Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення на ринку зростаючим підприємством з	2830,1	21	2897,1	22	4346,6	22	5291,3	23	7010,9	17
29	Темп зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року	93,2	6	101,9	6	103,6	14	104,6	8	105,1	16
30	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення на ринку зростаючим підприємством з початку інвестування, грн	247,9	13	252,9	12	261,5	12	271	12	288,1	13
31	Частка реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємства (у загальному обсязі реалізованої продукції), %	8,4	3	4,6	2	4,6	2	1,8	4	2,4	4
32	Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, дол. США	869	7	925,6	7	1149,4	6	1319,5	6	1186,9	6
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		12		11		10		10	
<b>Показники фінансової самодостатності</b>											
33	Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року, %	154,4	4	153,4	8	150	4	110,7	22	117,1	18
34	Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	1,5	24	2,3	24	3,4	22	3,8	23	5,6	24
35	Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	0,6	10	0,7	14	0,8	18	0,7	23	1,2	16
36	Темп зростання (зменшення) податкового боргу за грошовими зобов'язаннями платників податків, відсотків до початку року	106,3	7	114,9	7	147,3	20	123,6	10	141	23
<b>Місце регіону за напрямком</b>		11		13		16		20		20	
<b>Показники розвитку малого та середнього підприємництва</b>											
37	Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	2,2	22	2,1	21	2,1	22	2	22	2,1	22
38	Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємства) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	454,7	14	472,7	11	445,3	13	411	15	405,4	15
39	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції)	52,3	3	57,1	1	47,7	6	47,1	6	43,7	10
40	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємства) у загальному	34,9	8	36,4	9	46,3	3	47	3	46,6	3
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		11		11		12		13	
<b>Показники ефективності ринку праці</b>											
41	Продуктивність праці, %	106,7	10	93,9	19	98,7	22	105	9	102,7	12
42	Рівень безробіття населення у віці 15–70 років (за методологією МОП), відсотків до економічно активного населення відповідної віку	9,2	10	10	13	10,5	13	10	16	9,1	13
43	Індекс реальної зарплатної плати, відсотків до відповідного періоду попереднього року, %	80	6	112,6	4	129,2	2	112,5	11	105,9	25
44	Сума заборгованості з виплати зарплатної плати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітного періоду, %	0,8	5	0,3	2	0,2	1	0,2	2	0,2	2
<b>Місце регіону за напрямком</b>		8		10		10		10		13	
<b>Показники розвитку інфраструктури</b>											
45	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів	261,6	15	260,8	15	260,6	15	72,4	16	73,1	16
46	Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення, тис. тонн-кілометрів	10506,6	9	5654,5	11	6093,6	10	2950,5	10	5665	12
47	Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів	24	13	24,2	14	24,4	13	24,7	13	24,8	14
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		13		13		13		14	
<b>Показники відновлюваної енергетики та енергоефективності</b>											
48	Обсяги паливноенергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тонн нафтового еквіваленту	0,76	1	0,68	3	0,71	2	0,62	2	0,55	1
49	Частка сумарної потужності котельень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котельень регіону, %	9,6	4	10,2	11	12	12	12	16	18,3	8
<b>Місце регіону за напрямком</b>		3		7		7		9		5	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері освіти</b>											
50	Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному	71,1	21	74,3	22	77,2	23	77,2	23	66	19
51	Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано підвезення до місця навчання і додому, відсотків до загальної кількості учнів, які	88,4	24	90,3	23	91,9	22	91,2	24	89,9	24
52	Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку, %	67	18	64,7	18	61,6	20	57,2	20	56,2	19
<b>Місце регіону за напрямком</b>		21		21		22		22		21	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я</b>											
53	Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	12,3	2	12,2	2	12	2	12,2	2	12,4	4
54	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	71,16	11	70,66	15	70,92	15	71,31	16	70,99	16
55	Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	13,3	2	12,7	2	11,6	3	11	3	10,4	3
56	Планова ємність амбулаторнополіклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну	237,2	11	237,4	11	236,7	10	239,8	10	245,1	10
<b>Місце регіону за напрямком</b>		7		8		8		8		8	
<b>Показники соціального захисту та безпеки</b>											
57	Питома вага дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання, у загальній кількості	84	24	85,2	24	84,5	23	85,8	23	85,8	24
58	Кількість кримінальних правопорушень вчинених проти життя та здоров'я особи на 10 тис. осіб населення, одиниць	13	13	10	10	9	6	9	6	10	11
<b>Місце регіону за напрямком</b>		19		17		15		15		18	
<b>Показники раціонального природокористування та якості довкілля</b>											
59	Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн	0,16	2	0,15	3	0,15	4	0,07	2	0,07	2
60	Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків	13,3	1	15,9	1	27,1	1	29,6	1	19,7	1
<b>Місце регіону за напрямком</b>		2		2		3		2		2	
<b>Показники інноваційного розвитку</b>											
61	Кількість організацій, які здійснили НДР, за регіонами, одиниць	10	23	9	24	8	25	8	25	10	21
62	Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР, за регіонами, одиниць	617	14	678	16	562	17	526	17	548	13
63	Витрати на виконання НДР за регіонами, тис. грн	47799,8	15	46430	15	55241,8	14	75107,8	15	77694,5	11
64	Кількість інноваційно активних промислових підприємств за напрямками	14	21	15	21	12	20	12	20	9	24
65	Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної	2530,6	22	59666,1	20	26249,6	20	20206,2	22	44617,9	21
66	Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію)	7	22	10	21	12	20	11	20	6	25
67	Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію	8	23	7	24	9	20	8	24	4	25
68	Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами, тис. грн	583169,7	10	583169,7	10	358075,8	13	609655,9	14	138821	23
<b>Місце регіону за напрямком</b>		19		19		19		20		20	
<b>Місце регіону за всіма напрямками</b>		12		13		13		13		14	

\* Побудовано та систематизовано автором на основі особистих розрахунків

## Додаток А.6

# Групи показників та їх значення, що було використано в дослідженні, Івано-Франківська область, 2015-2019 рр.

№	Групи показників	2015		2016		2017		2018		2019	
		Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу
<b>Показники туристичного ринку</b>											
1	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (юр. особи) в регіоні, од	40	8	36	9	34	9	34	9	31	9
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (фони), в регіоні, од	43	12	71	9	71	9	94	9	93	8
3	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, осіб	485	4	482	4	487	4	436	4	385	4
4	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, осіб	53	12	87	8	95	9	118	9	129	8
5	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	113	6	96	6	118	5	80	7	76	7
6	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	16	17	18	15	27	11	36	12	45	9
7	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (юр. особи), тис. грн	260757,2	2	338141,4	2	271876,8	3	437913,7	3	314013,3	3
8	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в регіоні (фіз. особи), тис. грн	2128,2	22	2930,5	21	10159,13	13	15486,2	12	30940,1	8
9	Кількість туристичних путівок, реалізованих турагентами та турагентствами в регіоні, (юр. особи), од	59986	2	72790	3	63859	3	40174	4	41196	4
10	Кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок регіоні (фіз. особи), од	1611	20	3090	18	3205	20	5984	18	8699	14
11	Вартість туристичних путівок, реалізованих турагентами та турагентствами (юр. особи) в регіоні, тис. грн	131617,2	4	313086,3	5	374913,9	3	348427,3	7	388223	7
12	Вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (фіз. особи)	21211,4	22	38973,5	20	72802	19	148606	15	191330,6	17
13	Кількість туристів, обслужених турагентами в регіоні (фіз. особи) в регіоні, од	3360	20	5054	18	7000	16	12810	16	19684	14
14	Кількість туристів, обслужених турагентами та турагентствами в регіоні (юр. особи), од	62525	3	74919	3	126728	3	42971	4	43861	5
15	Кількість туристів за реалізованими турагентами туристичними путівками в регіоні (юр. особи), од	237920	3	415057	3	318739	3	150698	8	149368	8
16	Кількість туристів за реалізованими турагентами туристичними путівками в регіоні (фіз. особи), од	19492	20	26979	21	38031	21	72564	21	105936	17
<b>Місце регіону за напрямком</b>		11		10		9		10		9	
<b>Показники економічної та соціальної згуртованості</b>											
17	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, грн	27232	14	33170	15	37220	17	46312	18	57033	18
18	Навний дохід населення у розрахунку на одну особу населення, грн	25612,7	19	29975,4	18	36988,5	18	48367,7	18	55537	18
19	Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, проміле	95,7	5	53,6	12	84,6	9	125,8	3	96,7	3
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		15		15		13		13	
<b>Показники економічної ефективності</b>											
20	Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року, %	89,1	20	95,5	24	112	2	110,3	1	95,6	19
21	Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, грн	236,35	12	25410,3	15	34320,4	12	51739,3	9	48750,1	11
22	Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року, %	95,4	12	101,5	20	103,4	9	101,1	20	98,2	17
23	Обсяг виробництва продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, грн	1124,9	1	1140,5	2	1182,5	1	1204,6	3	1206,7	2
24	Індекс будівельної продукції будівництва, відсотків до попереднього року, %	106,3	6	103,5	19	134,4	7	117,9	8	107,8	20
25	Обсяг виконаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, грн	960	14	1087,9	14	1668,9	11	2412,5	11	2701,6	12
26	Індекс споживчих цін, відсотків	143,4	10	110,9	3	113,7	11	109,1	5	104,5	20
<b>Місце регіону за напрямком</b>		11		14		8		8		14	
<b>Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці</b>											
27	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	110,2	12	65,3	25	132,1	10	84,7	25	102	20
28	Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення нарастаючим підсумком з	6644,5	4	4614,5	16	6811,8	15	5870,4	20	5969,9	24
29	Темп зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року	90,4	14	97,8	12	109,9	4	98,9	23	80,9	22
30	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення нарастаючим підсумком з початку інвестування, грн	606,3	5	593,6	6	660,3	5	651,6	5	529,3	7
31	Частка реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції, %	3,8	5	1,3	15	1,3	15	0,4	17	1,1	12
32	Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, дол. США	279,8	22	395	16	482,6	16	633,8	16	665,1	16
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		15		11		18		17	
<b>Показники фінансової самодостатності</b>											
33	Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року, %	140,2	18	146,5	22	139,4	13	116,3	8	116,4	14
34	Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	1,7	21	2,5	21	3,4	22	4	21	4,7	21
35	Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	0,6	10	0,8	11	1,1	10	1,1	13	1,9	10
36	Темп зростання (зменшення) податкового боргу за грошовими зобов'язаннями платників податків, відсотків до початку року	138,5	17	141,1	15	116,9	7	125,2	11	142,4	14
<b>Місце регіону за напрямком</b>		17		17		13		13		15	
<b>Показники розвитку малого та середнього підприємництва</b>											
37	Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	2,3	21	2,1	21	2,2	21	2,2	20	2,5	21
38	Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	394,3	22	399,3	22	364,5	22	359	20	379,9	19
39	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції)	54,3	1	51,2	2	44,9	11	44	10	38,3	19
40	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у загальному	35,8	6	37,2	8	38,3	9	39,5	8	35,9	13
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		13		16		15		18	
<b>Показники ефективності ринку праці</b>											
41	Продуктивність праці, %	100,3	21	90,3	24	101,5	16	106,7	3	104,3	6
42	Рівень безробіття населення у віці 15–70 років (за методологією МОП), відсотків до економічно активного населення відповідного віку	8,4	7	8,8	8	8,5	7	7,8	6	7,2	7
43	Індекс реальної зарплатної плати, відсотків до відповідного періоду попереднього року, %	77,7	20	109,7	10	126,1	7	112,5	11	108,5	10
44	Сума заборгованості з виплати зарплатної плати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітного періоду, %	0,5	2	0,5	4	1,4	12	1,4	11	2	15
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		12		11		8		11	
<b>Показники розвитку інфраструктури</b>											
45	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів	300,2	10	295,7	9	296,3	9	72,2	17	72,6	17
46	Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення, тис. тонн-кілометрів	5886,7	17	1716,7	21	1552,2	22	1992	17	1459,8	24
47	Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів	25,3	8	25,7	7	26,3	7	26,9	7	27,4	7
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		12		13		14		16	
<b>Показники відновлюваної енергетики та енергоефективності</b>											
48	Обсяги паливноенергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тонн нафтового еквіваленту	1,38	18	1,22	17	1,46	20	2,98	22	2,85	22
49	Частка сумарної потужності котельень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котельень регіону, %	8,5	6	9,1	13	14,5	11	14,5	13	14,5	10
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		15		16		18		16	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері освіти</b>											
50	Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному	78,5	18	82,6	18	87,9	17	87,9	17	87,9	16
51	Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано відвізання до місця навчання і додому, відсотків до загальної кількості учнів, які	94,2	20	95,1	20	91,9	22	91,3	23	92,9	22
52	Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку, %	76	11	69,3	14	66,8	14	64,3	16	61,9	15
<b>Місце регіону за напрямком</b>		16		17		18		19		18	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я</b>											
53	Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	12,8	4	12,5	3	12,6	4	12,7	5	12,8	5
54	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	73,08	4	73,18	4	73,72	2	73,78	2	73,67	3
55	Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	11,3	8	10,6	9	9,7	8	9,2	7	8,8	6
56	Планова ємність амбулаторнополіклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну	196,6	21	197,1	21	197,9	21	202,7	21	206,6	20
<b>Місце регіону за напрямком</b>		9		9		9		9		9	
<b>Показники соціального захисту та безпеки</b>											
57	Питома вага дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання, у загальній кількості	92	11	92,6	12	92,8	15	93,7	12	93,5	10
58	Кількість кримінальних правопорушень вчинених проти життя та здоров'я особи на 10 тис. осіб населення, одиниць	8	2	8	3	7	1	7	1	8	2
<b>Місце регіону за напрямком</b>		7		8		8		7		6	
<b>Показники раціонального природокористування та якості довкілля</b>											
59	Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн	6,08	24	4,88	24	3,82	23	3,1	24	2,82	24
60	Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків	8,1	2	8,3	2	8,7	3	12,6	3	8,1	6
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		13		13		14		15	
<b>Показники інноваційного розвитку</b>											
61	Кількість організацій, які здійснювали НДР, за регіонами, одиниць	18	14	17	14	17	15	14	18	23	16
62	Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР, за регіонами, одиниць	674	16	524	17	580	16	600	16	483	16
63	Витрати на виконання НДР за регіонами, тис. грн	42907	17	20414,5	20	28051,2	20	47914,5	18	42107,71	16
64	Кількість інноваційно активних промислових підприємств за напрямками	27	12	27	9	28	9	28	9	22	16
65	Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної	92189	13	80467,5	17	134192,2	14	146153	13	230675,8	13
66	Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію)	23	11	19	15	23	12	25	10	21	13
67	Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію	14	17	15	16	14	13	25	11	15	12
68	Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами, тис. грн	241973,4	18	241973,4	18	105412	21	564035	16	141891,2	

## Додаток А.7

# Групи показників та їх значення, що було використано в дослідженні, Тернопільська область, 2015-2019 рр.

№	Групи показників	2015		2016		2017		2018		2019	
		Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу
<b>Показники туристичного ринку</b>											
1	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (юр. особи) в регіоні, од	20	20	19	20	17	20	16	22	22	16
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (фопи), в регіоні, од	23	22	34	20	28	22	43	22	72	14
3	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, осіб	44	19	41	20	36	20	45	18	51	15
4	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, осіб	34	16	46	15	36	19	59	18	95	13
5	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	17	19	16	20	17	18	22	17	17	20
6	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	12	20	15	19	15	19	10	21	28	14
7	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (юр. особи), тис. грн	3747,2	18	3174,8	20	4184,8	19	6344,6	19	6251,2	19
8	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в регіоні (фіз. особи), тис. грн	2137,1	22	2750,7	23	4621,9	22	6351,2	25	15504,6	14
9	Кількість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами в регіоні, (юр. особи), од	2054	21	1623	22	2414	23	3027	20	4593	18
10	Кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок (фіз. особи), од	1425	22	2310	34	2398	23	2648	25	6680	21
11	Вартість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами (юр. особи) в регіоні, тис. грн	13710,2	22	16103,6	24	20626,2	24	39970,4	21	6942,6	22
12	Вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (фіз. особи)	23296,4	21	36390,6	19	55519,6	22	67317,5	25	17097,7	18
13	Кількість туристів, обслужених турагентами в регіоні (фіз. особи) в регіоні, од	3387	19	4602	21	5920	22	7240	23	16149	19
14	Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами в регіоні (юр. особи), од	3281	18	2934	21	3638	22	5863	17	8450	19
15	Кількість туроднів за реалізованими туроператорами туристичними путівками в регіоні (юр. особи), од	18298	22	19622	21	24643	21	33517	21	50285	18
16	Кількість туроднів за реалізованими турагентами туристичними путівками в регіоні (фіз. особи), од	16935	22	28214	20	79138	13	51653	23	109879	16
<b>Місце регіону за напрямком</b>		20		19		21		21		17	
<b>Показники економічної та соціальної згуртованості</b>											
17	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, грн	20228	22	24963	22	29247	22	38593	22	46833	21
18	Навний дохід населення у розрахунку на одну особу населення, грн	23241,2	22	26884,4	21	32898,3	21	43512,5	21	49843	21
19	Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, проміле	104,7	6	36	5	70,9	3	196,9	16	140,3	6
<b>Місце регіону за напрямком</b>		17		16		16		20		16	
<b>Показники економічної ефективності</b>											
20	Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року, %	92,1	15	110,3	4	108,5	6	98,2	19	98,3	12
21	Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, грн	11075,8	23	14814,3	23	18451,2	22	20771,8	22	19914,5	22
22	Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року, %	89,1	20	104,4	12	106,6	2	103,9	15	98,1	18
23	Обсяг виробництва продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, грн	841,1	9	874,2	9	936,5	7	1014,2	7	1005,2	8
24	Індекс будівельної продукції будівництва, відсотків до попереднього року, %	95,9	12	129,6	6	103,1	22	93,6	20	126,9	10
25	Обсяг виконаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, грн	889,2	16	1268,9	10	1494	13	1726,9	16	2325	14
26	Індекс споживчих цін, відсотків	145,1	20	111,6	6	113,3	7	109,7	17	104,2	12
<b>Місце регіону за напрямком</b>		16		10		11		17		14	
<b>Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці</b>											
27	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	115,2	7	117,2	17	142,3	4	103,7	15	123,6	8
28	Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з	3192,7	18	3980,6	19	6525,1	17	6676,2	15	8016,4	13
29	Темп зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року	89,7	15	98,6	11	93,5	25	124,1	1	49,2	25
30	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з початку інвестування, грн	47	25	45,8	25	42,8	25	53,4	24	47,7	25
31	Частка реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) суб'єктів реалізованої промислової продукції, %	1,7	15	2,8	4	2,8	4	0,8	13	1,9	7
32	Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, дол. США	272,5	21	270,9	20	360,1	21	431,3	21	416,7	21
<b>Місце регіону за напрямком</b>		17		16		16		15		17	
<b>Показники фінансової самодостатності</b>											
33	Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року, %	155,7	5	145,5	23	144,4	6	119,7	3	118,5	2
34	Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одиницю населення, тис. грн	1,5	24	2,2	25	3,2	24	3,8	23	4,5	23
35	Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	0,4	22	0,5	22	0,6	25	0,7	23	1	16
36	Темп зростання (зменшення) податкового боргу за грошовими зобов'язаннями платників податків, відсотків до початку року	109,1	8	424,9	25	42	1	131	16	136,3	7
<b>Місце регіону за напрямком</b>		15		24		14		16		12	
<b>Показники розвитку малого та середнього підприємництва</b>											
37	Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	2,8	18	2,3	20	2,3	20	2,2	20	2,6	20
38	Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	403,6	19	416,3	20	377,7	19	338,9	22	349,2	22
39	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції)	27,5	22	30,1	22	53,2	2	53,2	2	51,3	3
40	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у загальному	20,4	20	22,7	20	44,3	5	42,1	6	40,3	8
<b>Місце регіону за напрямком</b>		20		21		12		13		13	
<b>Показники ефективності ринку праці</b>											
41	Продуктивність праці, %	115	1	96	10	96,8	24	107,8	2	100,4	19
42	Рівень безробіття населення у віці 15–70 років (за методологією МОП), відсотків до економічно активного населення відповідної віку	11,8	22	11,5	20	11,9	20	10,4	18	10	19
43	Індекс реальної зарплати (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції)	77,2	22	109,8	9	129,5	1	113,7	7	110,2	7
44	Сума заборгованості з виплати зарплати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітного періоду, %	0,7	4	0,8	9	0,4	4	1,1	8	2	15
<b>Місце регіону за напрямком</b>		12		12		12		9		15	
<b>Показники розвитку інфраструктури</b>											
45	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів	363	2	360,9	2	360,9	2	108,4	1	108,4	1
46	Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення, тис. тонн-кілометрів	3946,6	18	1715,6	22	1777,4	21	2055	16	1589,5	23
47	Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів	24,9	11	25,5	9	26	9	26,4	9	26,7	9
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		11		11		9		11	
<b>Показники відновлюваної енергетики та енергоефективності</b>											
48	Обсяги паливноенергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тонн нафтового еквіваленту	1,06	12	0,83	7	0,96	10	0,86	5	0,73	5
49	Частка сумарної потужності котелень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котелень регіону, %	1,7	15	15,1	6	24	1	25,3	2	26,8	2
<b>Місце регіону за напрямком</b>		14		7		6		4		4	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері освіти</b>											
50	Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному	71,9	19	74,2	23	79,2	21	79,2	21	79,2	22
51	Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано надання до місця навчання і додому, відсотків до загальної кількості учнів, які	88,5	13	90,2	24	94,3	12	91,9	16	96,7	17
52	Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку, %	70,2	16	65,5	15	62,2	17	56,7	21	54,7	21
<b>Місце регіону за напрямком</b>		16		21		17		19		20	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я</b>											
53	Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	14,3	8	14,1	8	14	8	14,3	9	14,2	9
54	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	73,23	2	73,35	2	73,69	3	73,58	4	73,39	4
55	Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	10,1	15	9,4	15	8,8	14	8,1	13	7,6	13
56	Питома ємність амбулаторнополіклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну	204,6	17	204,2	17	205,2	19	207	19	207,7	18
<b>Місце регіону за напрямком</b>		11		11		11		11		11	
<b>Показники соціального захисту та безпеки</b>											
57	Питома вага дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання, у загальній кількості	93,3	9	92,5	13	93,8	9	93,8	11	92,8	14
58	Кількість кримінальних правопорушень вчинених проти життя та здоров'я особи на 10 тис. осіб населення, одиниць	8	2	9	6	10	11	11	15	11	12
<b>Місце регіону за напрямком</b>		6		10		10		13		13	
<b>Показники раціонального природокористування та якості довкілля</b>											
59	Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн	0,38	9	0,32	9	0,29	11	0,26	12	0,21	10
60	Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків	2,7	7	4,4	4	6,1	4	14,7	2	18,7	2
<b>Місце регіону за напрямком</b>		8		7		8		7		6	
<b>Показники інноваційного розвитку</b>											
61	Кількість організацій, які здійснювали НДР, за регіонами, одиниць	11	21	13	20	13	20	12	20	9	23
62	Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР, за регіонами, одиниць	221	22	383	19	361	22	345	21	135	25
63	Витрати на виконання НДР за регіонами, тис. грн	11348,7	24	14335,7	22	19200,1	21	30195,3	21	29094,1	20
64	Кількість інноваційно активних промислових підприємств за напрямками	16	14	24	13	25	12	20	15	29	10
65	Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної	14557,7	24	85871,9	16	109734,7	15	137125,6	14	268009,7	13
66	Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію)	10	14	17	10	25	9	20	15	28	12
67	Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію	14	18	27	8	9	20	18	16	12	15
68	Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами, тис. грн	249303,3	17	249303,3	17	126930,5	19	4402			

## Додаток А.8

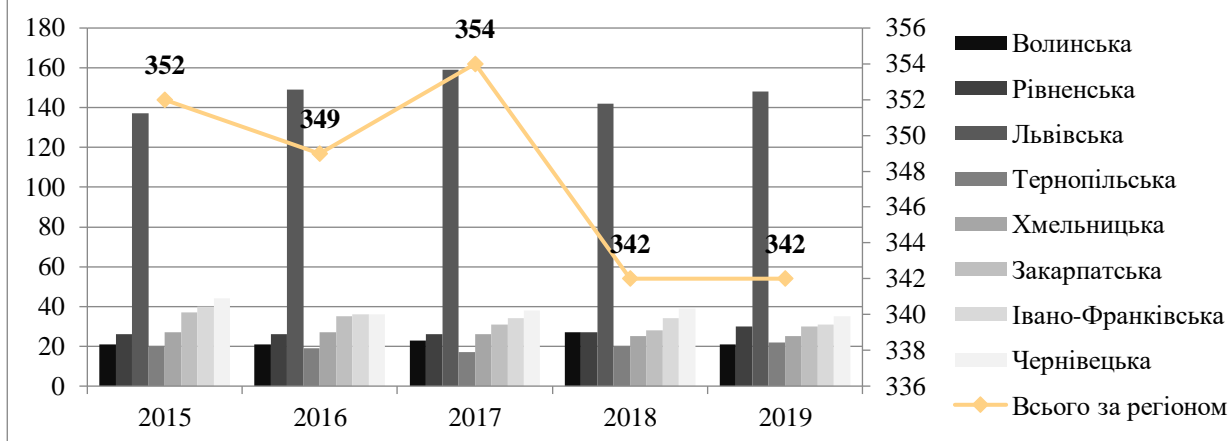
# Групи показників та їх значення, що було використано в дослідженні, Рівненська область, 2015-2019 рр.

№	Групи показників	2015		2016		2017		2018		2019	
		Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу	Значення показника	Місце в рейтингу
<b>Показники туристичного ринку</b>											
1	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (юр. особи) в регіоні, од	26	15	26	14	26	13	27	13	30	11
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (фопи), в регіоні, од	33	16	40	16	34	18	66	12	86	11
3	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, осіб	52	15	52	16	45	18	45	18	53	14
4	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, осіб	39	14	42	17	46	17	90	12	114	11
5	Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	20	18	19	19	14	20	17	19	24	17
6	Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб	22	12	22	13	23	14	34	13	36	13
7	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (юр. особи), тис. грн	7067,4	13	6537,2	15	8036,3	15	8458,6	16	13650,4	16
8	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Україні (фіз. особи), тис. грн	3012,1	19	4879,9	17	6528,6	17	11533,7	16	20586,4	12
9	Кількість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами в регіоні, (юр. особи), од	1850	13	2659	18	3054	15	3587	19	4113	19
10	Кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок (фіз. особи), од	1556	13	2456	19	3440	18	7927	14	9402	13
11	Вартість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами (юр. особи) в регіоні, тис. грн	31525,4	9	45172,6	18	68919,5	15	82424,5	15	114543,3	13
12	Вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (фіз. особи)	23481,4	20	41895,7	18	61405,1	20	198167,4	12	216990,8	13
13	Кількість туристів, обслужених турагентами в регіоні (фіз. особи) в регіоні, од	3060	21	4756	20	6317	19	16226	14	21931	12
14	Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами в регіоні (юр. особи), од	3580	17	4266	18	4851	16	5801	18	9494	14
15	Кількість туроднів за реалізованими туроператорами туристичними путівками в регіоні (юр. особи), од	30685	12	34610	17	44318	13	49877	16	74935	13
16	Кількість туроднів за реалізованими турагентами туристичними путівками в регіоні (фіз. особи), од	23964	19	31773	19	39955	19	78692	19	152919	11
<b>Місце регіону за напрямком</b>		15		17		17		15		13	
<b>Показники економічної та соціальної згуртованості</b>											
17	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, грн	24762	17	30350	19	33598	20	42038	20	49044	20
18	Навняний дохід населення у розрахунку на одну особу населення, грн	26042,2	18	29757,4	19	33959,6	19	47722,1	19	54183	19
19	Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, проміле	130,1	8	50,8	9	116,1	6	171,7	11	150,3	11
<b>Місце регіону за напрямком</b>		14		16		15		17		17	
<b>Показники економічної ефективності</b>											
20	Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року, %	100,3	3	98,1	21	109,3	5	95,6	22	106,9	3
21	Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, грн	22484,5	13	25449,1	14	29596,3	15	32481,9	17	37052,2	15
22	Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року, %	93,2	16	105	11	104,2	8	101,9	19	100,1	14
23	Обсяг виробництва продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, грн	796,5	10	833,1	10	868,7	10	892,9	11	901,8	11
24	Індекс будівельної продукції будівництва, відсотків до попереднього року, %	64,7	22	83,7	25	114,4	16	130,9	3	127,3	9
25	Обсяг виконаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, грн	1147,9	9	1035,9	15	1347,6	17	2175,8	13	2872,8	11
26	Індекс споживчих цін, відсотків	144,9	18	112,3	13	115	24	109,3	10	104,4	17
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		16		14		14		11	
<b>Показники інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці</b>											
27	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	126,9	4	91,2	23	134,6	7	108,7	11	94,6	24
28	Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з	3494,5	14	3408,5	21	5095,2	21	5680,3	22	5225,1	23
29	Темп зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року	83,6	22	91,3	23	106,2	12	99,5	20	103,2	17
30	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з початку інвестування, грн	189,8	17	157	20	145,9	20	115,3	22	116,7	22
31	Частка реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції), %	0,8	23	0,4	22	0,4	22	0	25	0,2	23
32	Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, дол. США	325,7	19	267,3	21	329,9	22	354,5	22	381,2	22
<b>Місце регіону за напрямком</b>		17		22		17		20		22	
<b>Показники фінансової самодостатності</b>											
33	Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року, %	139,5	19	147,6	20	147,8	5	111,7	20	116,7	11
34	Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одиницю населення, тис. грн	1,7	21	2,4	23	3,6	21	4	21	4,7	21
35	Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн	0,5	16	0,6	19	0,9	16	1,3	10	0,8	22
36	Темп зростання (зменшення) податкового боргу за грошовими зобов'язаннями платників податків, відсотків до початку року	98,9	5	112,7	6	158,5	22	87,7	1	150,1	19
<b>Місце регіону за напрямком</b>		15		17		16		13		18	
<b>Показники розвитку малого та середнього підприємництва</b>											
37	Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	2,6	20	2,4	19	2,5	19	2,5	19	2,9	18
38	Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	359	23	369,8	23	341,6	23	325,5	23	338,7	23
39	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції)	45,3	6	45,1	9	48,9	5	46,9	7	44,3	9
40	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у загальному	32,4	12	38,8	6	40,6	6	42,6	5	42,2	5
<b>Місце регіону за напрямком</b>		15		14		13		14		14	
<b>Показники ефективності ринку праці</b>											
41	Продуктивність праці, %	106,7	10	91,2	22	101,3	18	106,6	4	98,5	23
42	Рівень безробіття населення у віці 15–70 років (за методологією МОП), відсотків до економічно активного населення відповідної віку	9,9	15	10,6	16	11,6	19	9,7	13	8,3	11
43	Індекс реальної зарплати (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції)	58,5	24	107,1	17	119,4	18	111,6	17	111,1	6
44	Сума заборгованості з виплати зарплати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітного періоду, %	1,4	9	0,5	4	4	17	1,6	13	0,2	2
<b>Місце регіону за напрямком</b>		15		15		18		12		11	
<b>Показники розвитку інфраструктури</b>											
45	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів	254,7	17	253,3	16	253,3	16	100,7	4	100,1	4
46	Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення, тис. тонн-кілометрів	6319,7	14	6513,2	8	7367,6	7	2387,1	14	7485,3	6
47	Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів	21,8	23	22	23	22,3	22	22,3	22	22,8	21
<b>Місце регіону за напрямком</b>		18		16		15		13		10	
<b>Показники відновлюваної енергетики та енергоефективності</b>											
48	Обсяги паливноенергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тонн нафтового еквіваленту	1,13	14	0,97	13	0,97	11	0,87	7	0,73	5
49	Частка сумарної потужності котелень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котелень регіону, %	9,3	5	17	3	15,5	5	20	6	22,2	5
<b>Місце регіону за напрямком</b>		10		8		8		7		5	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері освіти</b>											
50	Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному	91,4	11	92,8	10	94,8	9	94,8	9	94,8	11
51	Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано надання їм додому, відсотків до загальної кількості учнів, які	93	21	98,6	14	97,8	19	97,4	19	98,2	20
52	Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку, %	52	24	49,4	24	49,5	24	46,2	25	44,5	25
<b>Місце регіону за напрямком</b>		19		16		17		18		19	
<b>Показники доступності та якості послуг у сфері охорони здоров'я</b>											
53	Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	12,7	3	12,5	3	12,6	4	12,5	4	12,3	2
54	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	71,16	11	71,35	10	71,56	11	71,62	13	71,88	9
55	Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	13,9	1	13,5	1	12,4	1	11,5	2	10,7	2
56	Питома ємність амбулаторнополіклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну	245,4	6	247,8	7	211,7	15	210,7	17	222	15
<b>Місце регіону за напрямком</b>		5		5		8		9		7	
<b>Показники соціального захисту та безпеки</b>											
57	Питома вага дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання, у загальній кількості	95,3	1	96,2	2	97,7	1	98	2	98,2	2
58	Кількість кримінальних правопорушень вчинених проти життя та здоров'я особи на 10 тис. осіб населення, одиниць	11	7	9	6	9	6	8	3	9	5
<b>Місце регіону за напрямком</b>		4		4		4		3		4	
<b>Показники раціонального природокористування та якості довкілля</b>											
59	Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн	0,4	10	0,29	8	0,23	7	0,19	6	0,16	5
60	Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків	0,4	16	0,4	16	0,6	16	3,8	8	6,9	9
<b>Місце регіону за напрямком</b>		13		12		12		7		7	
<b>Показники інноваційного розвитку</b>											
61	Кількість організацій, які здійснювали НДР, за регіонами, одиниць	12	20	11	20	11	21	11	21	12	18
62	Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР, за регіонами, одиниць	190	23	327	22	378	21	340	22	312	20
63	Витрати на виконання НДР за регіонами, тис. грн	11241,7	24	9327,1	25	13723,8	24	19323,8	22	17619	24
64	Кількість інноваційно активних промислових підприємств за напрямками	13	21	23	15	8	24	8	24	20	18
65	Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної	6865,9	25	40421,2	24	7315,4	25	5795,2	25	29023,5	22
66	Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію)	8	18	16	19	7	24	8	24	19	14
67	Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію	9	21	11	22	3	25	8	24	7	22
68	Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами, тис. грн	67324,7	25	67324,7	25	9266,5	25	53			

## ПОКАЗНИКИ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

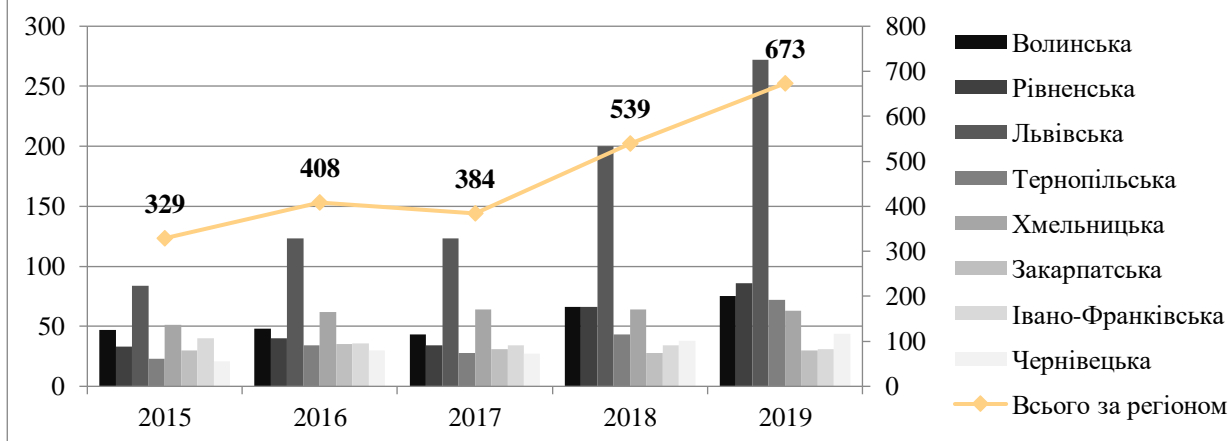
Кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні (юр. особи), од

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	21	21	23	27	21
Рівненська	26	26	26	27	30
Львівська	137	149	159	142	148
Тернопільська	20	19	17	20	22
Хмельницька	27	27	26	25	25
Закарпатська	37	35	31	28	30
Івано-Франківська	40	36	34	34	31
Чернівецька	44	36	38	39	35
<i>Всього за регіоном</i>	<i>352</i>	<i>349</i>	<i>354</i>	<i>342</i>	<i>342</i>
<b>Всього по Україні</b>	1785	1838	1743	1833	1867



Кількість суб'єктів туристичної діяльності (ФОПи), в регіоні, од

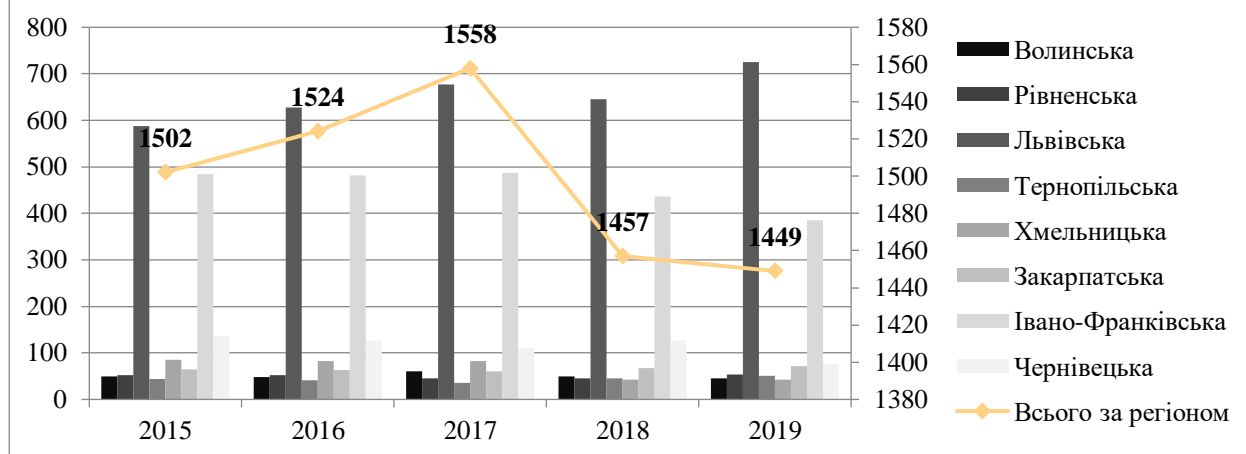
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	47	48	43	66	75
Рівненська	33	40	34	66	86
Львівська	84	123	123	200	272
Тернопільська	23	34	28	43	72
Хмельницька	51	62	64	64	63
Закарпатська	30	35	31	28	30
Івано-Франківська	40	36	34	34	31
Чернівецька	21	30	27	38	44
<i>Всього за регіоном</i>	<i>329</i>	<i>408</i>	<i>384</i>	<i>539</i>	<i>673</i>
<b>Всього по Україні</b>	1397	1668	1726	2460	2797





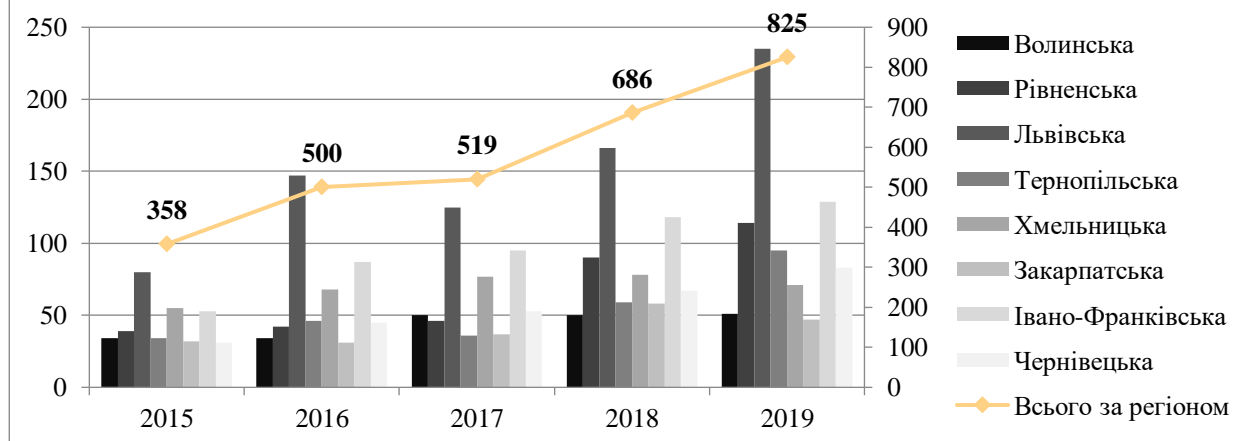
Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в Україні, осіб

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	49	48	60	50	45
Рівненська	52	52	45	45	53
Львівська	587	628	677	645	725
Тернопільська	44	41	36	45	51
Хмельницька	85	83	82	42	42
Закарпатська	64	63	60	67	71
Івано-Франківська	485	482	487	436	385
Чернівецька	136	127	111	127	77
<i>Всього за регіоном</i>	1502	1524	1558	1457	1449
<b>Всього по Україні</b>	8086	8545	8190	8934	9120



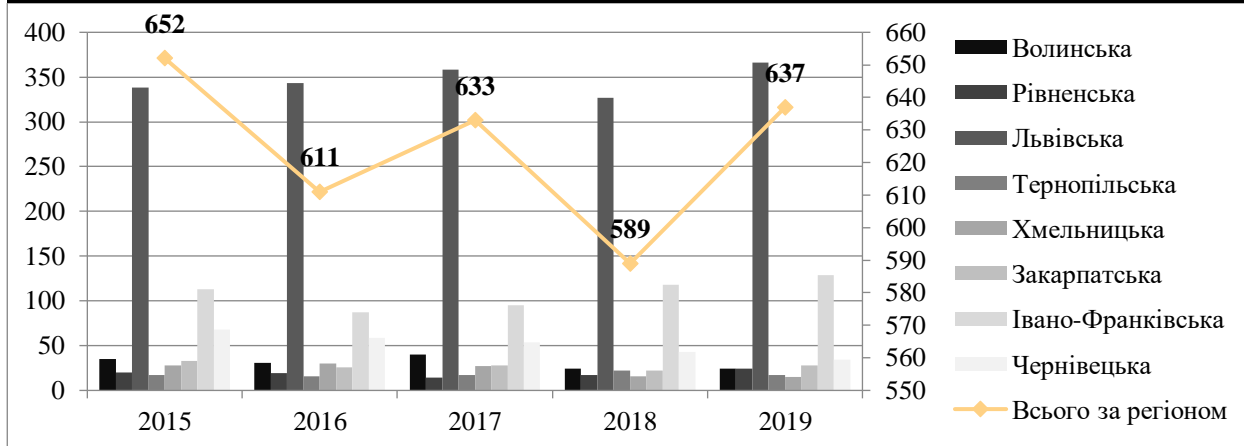
Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, осіб

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	34	34	50	50	51
Рівненська	39	42	46	90	114
Львівська	80	147	125	166	235
Тернопільська	34	46	36	59	95
Хмельницька	55	68	77	78	71
Закарпатська	32	31	37	58	47
Івано-Франківська	53	87	95	118	129
Чернівецька	31	45	53	67	83
<i>Всього за регіоном</i>	358	500	519	686	825
<b>Всього по Україні</b>	1502	1867	2101	2943	3345



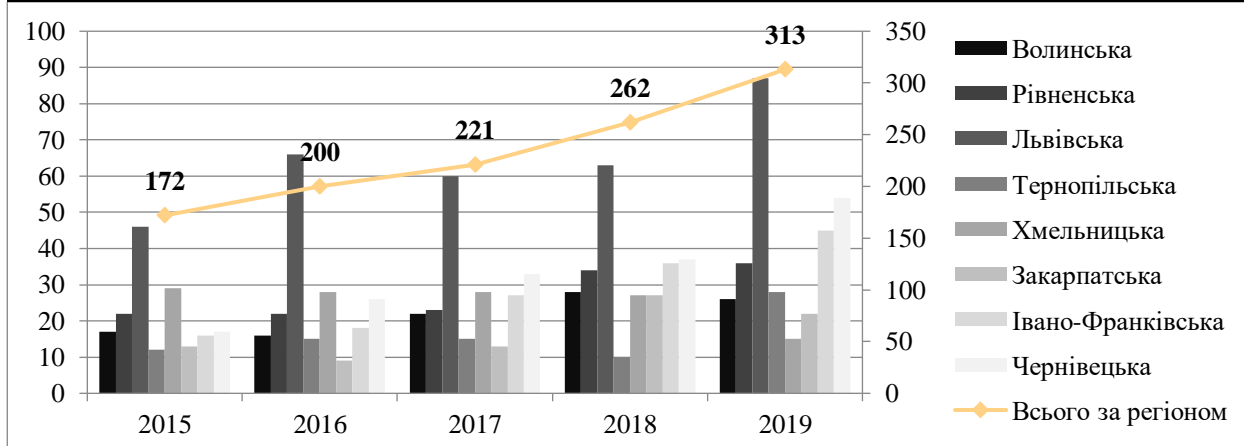
Середньооблікова кількість штатних працівників (юр. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	35	31	40	24	24
Рівненська	20	19	14	17	24
Львівська	338	343	358	327	366
Тернопільська	17	16	17	22	17
Хмельницька	28	30	27	16	15
Закарпатська	33	26	28	22	28
Івано-Франківська	113	87	95	118	129
Чернівецька	68	59	54	43	34
<i>Всього за регіоном</i>	<i>652</i>	<i>611</i>	<i>633</i>	<i>589</i>	<i>637</i>
<b>Всього по Україні</b>	3735	3723	3379	3531	3657



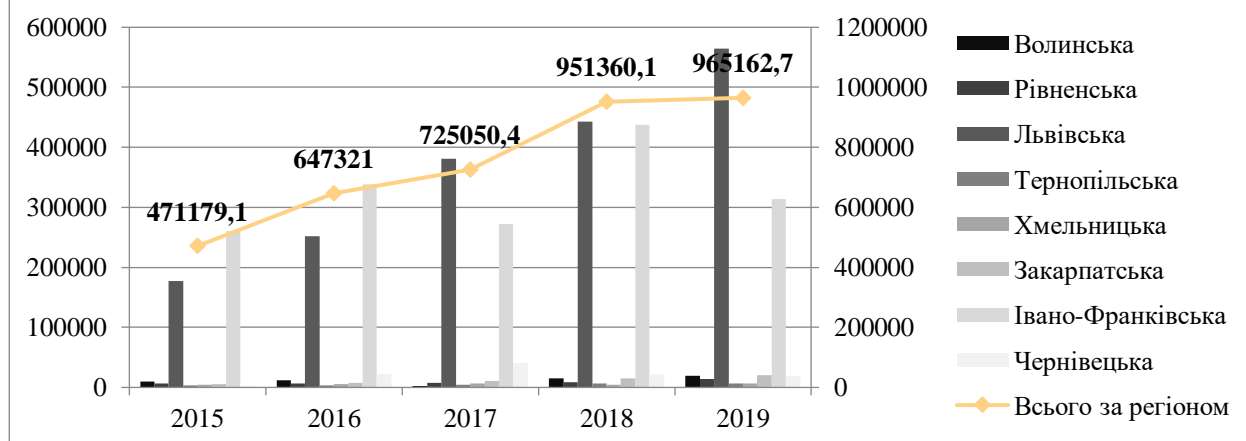
Середньооблікова кількість штатних працівників (фіз. особи) в регіоні, які мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму, осіб

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	17	16	22	28	26
Рівненська	22	22	23	34	36
Львівська	46	66	60	63	87
Тернопільська	12	15	15	10	28
Хмельницька	29	28	28	27	15
Закарпатська	13	9	13	27	22
Івано-Франківська	16	18	27	36	45
Чернівецька	17	26	33	37	54
<i>Всього за регіоном</i>	<i>172</i>	<i>200</i>	<i>221</i>	<i>262</i>	<i>313</i>
<b>Всього по Україні</b>	694	763	823	1067	1173



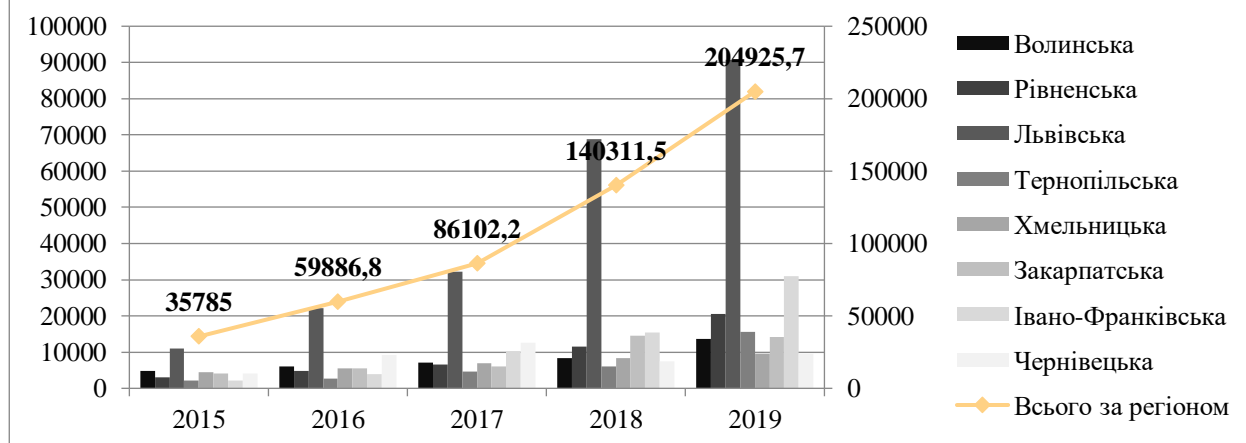
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів)  
в Україні (юр особи), тис. грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	9428	12395	2159	15340	19477
Рівненська	7067	6537	8036	8459	13650
Львівська	177568	251774	380991	442823	564886
Тернопільська	3747	3175	4185	6345	6251
Хмельницька	4869	5439	6760	4322	6878
Закарпатська	5282	7643	10652	14580	20752
Івано-Франківська	260757	338141	271877	437914	314013
Чернівецька	2462	22216	40391	21578	19256
<i>Всього за регіоном</i>	<i>471179,1</i>	<i>647321</i>	<i>725050,4</i>	<i>951360,1</i>	<i>965162,7</i>
<b>Всього по Україні</b>	4797732	11522520	18502975	21069269	31948701



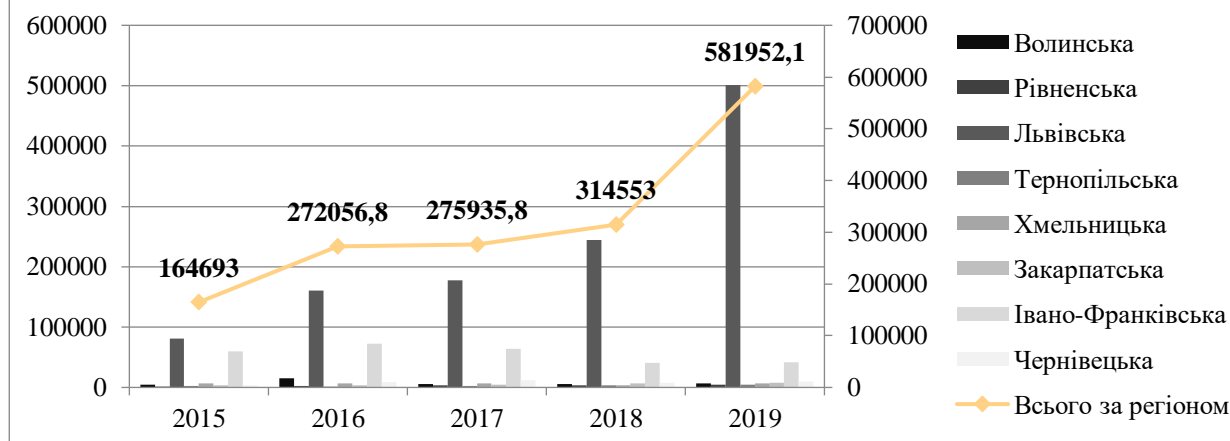
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів)  
в регіоні (фіз особи), тис грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	4808	5961	7128	8281	13724
Рівненська	3012	4880	6529	11534	20586
Львівська	11083	22054	32155	68767	90753
Тернопільська	2137	2751	4622	6001	15505
Хмельницька	4400	5495	6958	8288	9642
Закарпатська	4160	5531	6049	14542	14138
Івано-Франківська	2128	3931	10159	15486	30940
Чернівецька	4057	9284	12503	7412	9637
<i>Всього за регіоном</i>	<i>35785</i>	<i>59886,8</i>	<i>86102,2</i>	<i>140311,5</i>	<i>204925,7</i>
<b>Всього по Україні</b>	217618	413161	519654	556652	751475



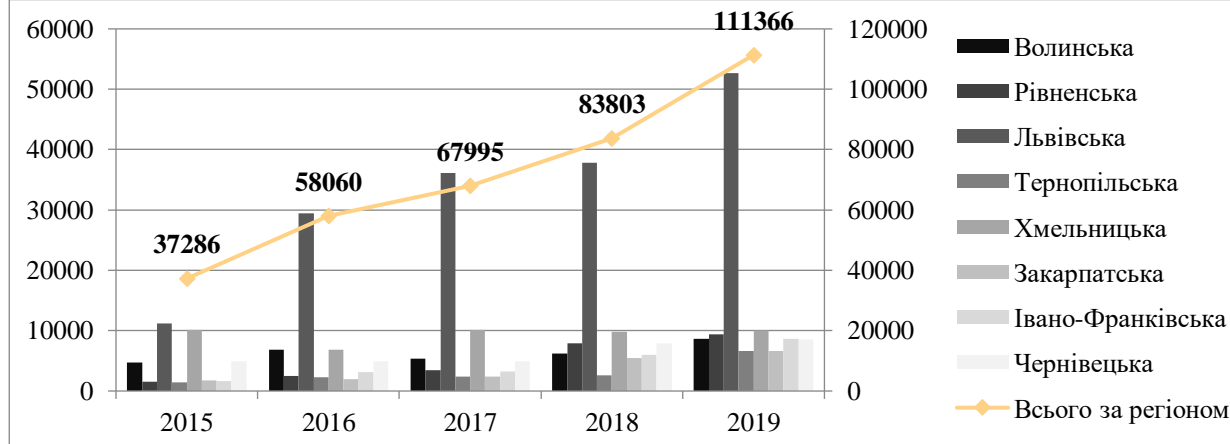
Кількість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами в регіоні, (юр. особи), од

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	5036	14856	6064	5853	6904
Рівненська	1850	2659	3054	3587	4113
Львівська	81365	160384	177029	244662	500976
Тернопільська	2054	1623	2414	3027	4593
Хмельницька	6962	6983	6644	3646	6562
Закарпатська	3839	3478	4369	6192	7971
Івано-Франківська	59986	72790	63859	40174	41196
Чернівецька	3601	9284	12503	7412	9637
<i>Всього за регіоном</i>	<i>164693</i>	<i>272056,8</i>	<i>275935,8</i>	<i>314553</i>	<i>581952,1</i>
<b>Всього по Україні</b>	1022896	1430395	1342947	2091692	2933680



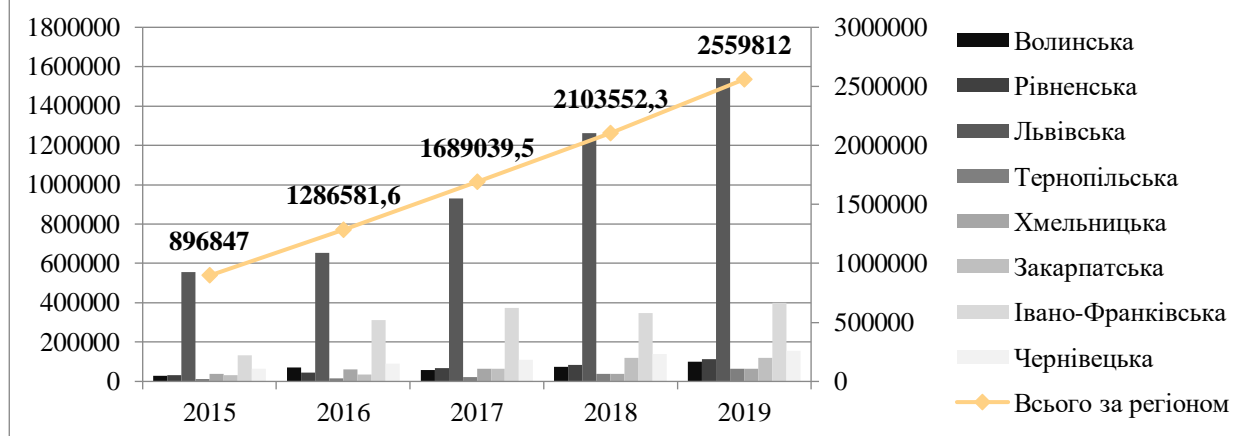
Кількість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок регіоні (фіз особи), од

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	4684	6860	5364	6220	8645
Рівненська	1556	2456	3440	7927	9402
Львівська	11229	29491	36157	37829	52725
Тернопільська	1425	2310	2398	2648	6680
Хмельницька	10086	6863	10099	9834	10077
Закарпатська	1777	2006	2437	5424	6582
Івано-Франківська	1611	3090	3205	5984	8699
Чернівецька	4918	4984	4895	7937	8556
<i>Всього за регіоном</i>	<i>37286</i>	<i>58060</i>	<i>67995</i>	<i>83803</i>	<i>111366</i>
<b>Всього по Україні</b>	129249	181607	225998	314447	411492



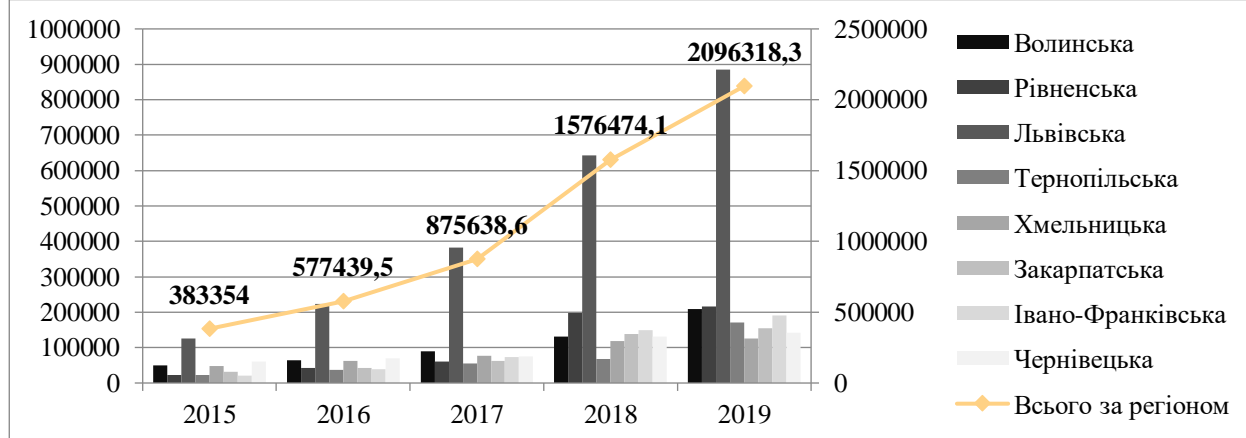
Вартість туристичних путівок, реалізованих туроператорами та турагентами (юр особи) в регіоні, тис. грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	29633	70477	59046	74531	101767
Рівненська	31525	45173	68920	82425	114545
Львівська	555952	654489	929662	1261474	1542569
Тернопільська	13710	16104	20626	39970	63943
Хмельницька	38467	60759	64616	38522	64507
Закарпатська	31144	35664	62776	120469	118495
Івано-Франківська	131617	313086	374914	348427	398822
Чернівецька	64798	90830	108480	137734	155165
<i>Всього за регіоном</i>	<i>896847</i>	<i>1286582</i>	<i>1689040</i>	<i>2103552</i>	<i>2559812</i>
<b>Всього по Україні</b>	17145433	24619311	23202923	43850846	60051850



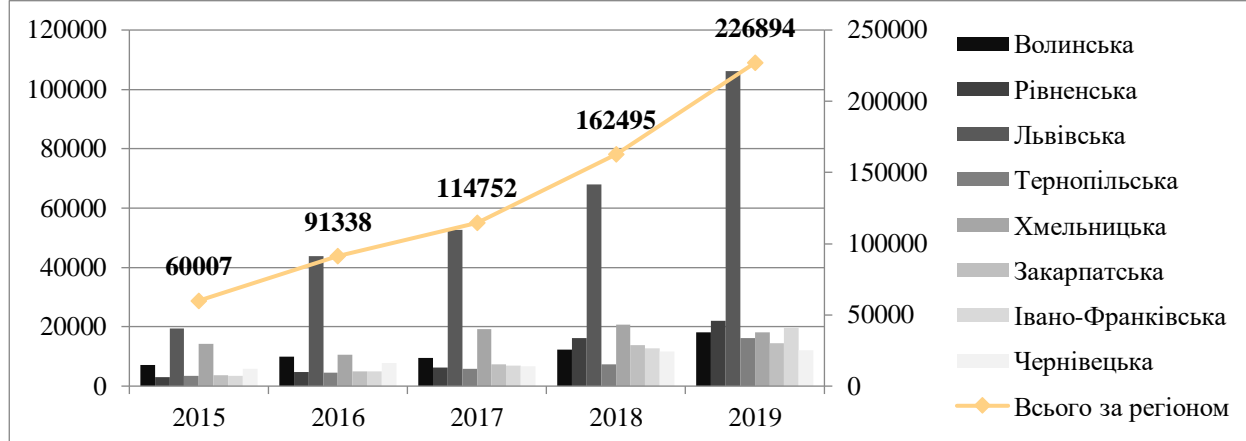
Вартість реалізованих населенню турагентами туристичних путівок в регіоні (фіз особи), грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	49576	63423	89585	131488	209691
Рівненська	23481	41896	61405	198167	216991
Львівська	126298	222949	382472	643550	884251
Тернопільська	23296	36391	55520	67318	170977
Хмельницька	47502	61924	76353	118166	125999
Закарпатська	32081	42848	61711	138509	154466
Івано-Франківська	21211	38974	72802	148606	191331
Чернівецька	59907	69037	75791	130670	142613
<i>Всього за регіоном</i>	<i>383354</i>	<i>577439,5</i>	<i>875638,6</i>	<i>1576474</i>	<i>2096318</i>
<b>Всього по Україні</b>	1780985	2802235	4513015	7226797	9708836



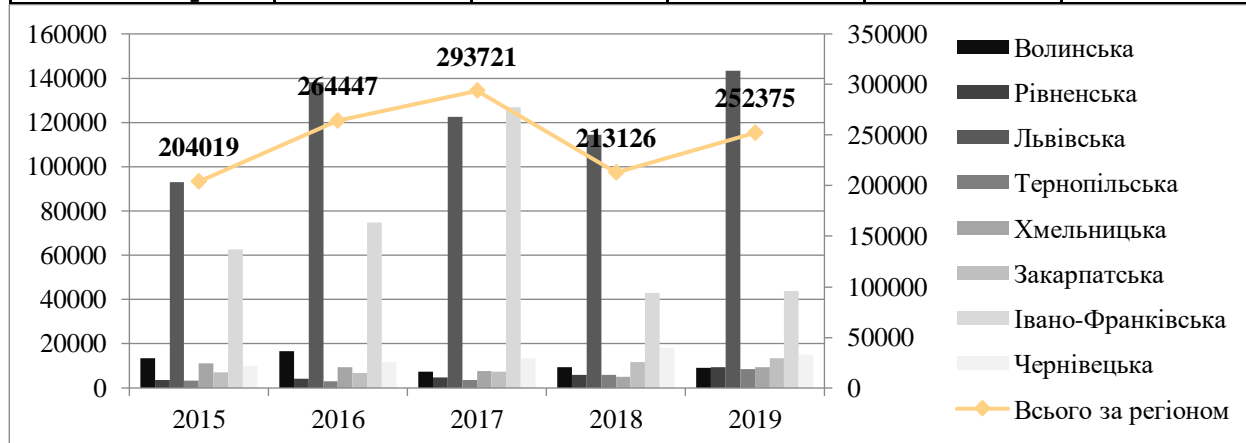
Кількість туристів, обслужених турагентами в регіоні (фіз особи) в регіоні, од

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	7068	10001	9545	12294	18156
Рівненська	3060	4756	6317	16226	21931
Львівська	19389	43779	52665	67891	106220
Тернопільська	3387	4602	5920	7240	16149
Хмельницька	14296	10566	19265	20711	18212
Закарпатська	3646	4896	7255	13707	14522
Івано-Франківська	3360	5054	7000	12810	19684
Чернівецька	5801	7684	6785	11616	12020
<i>Всього за регіоном</i>	<i>60007</i>	<i>91338</i>	<i>114752</i>	<i>162495</i>	<i>226894</i>
<b>Всього по Україні</b>	204749	299499	402439	599824	812145



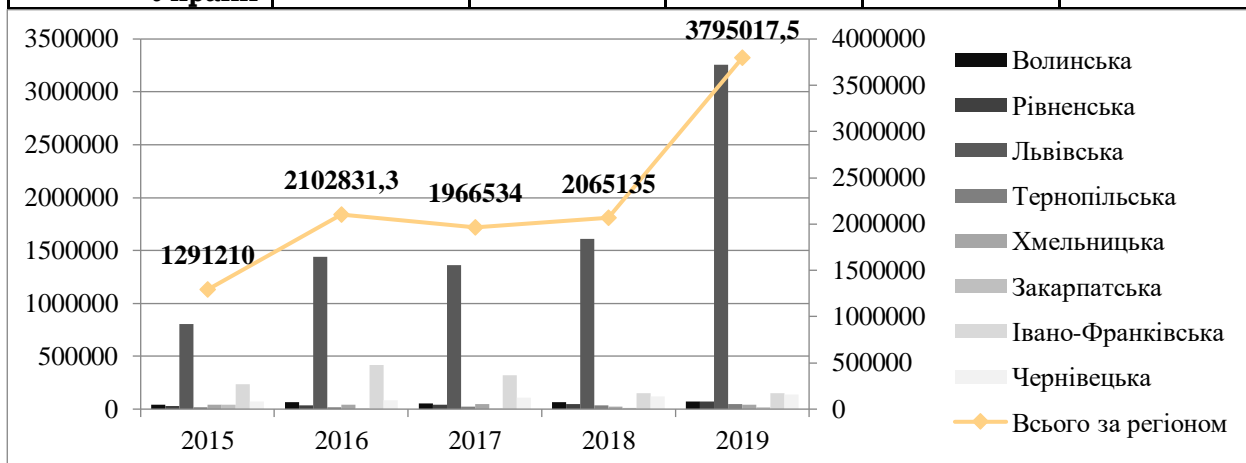
Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами в регіоні (юр особи), од

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	13549	16525	7502	9513	9247
Рівненська	3580	4266	4851	5801	9494
Львівська	93083	138048	122485	114364	143222
Тернопільська	3281	2934	3638	5863	8450
Хмельницька	11130	9319	7564	5027	9401
Закарпатська	7010	6705	7397	11641	13522
Івано-Франківська	62525	74919	126728	42971	43861
Чернівецька	9861	11731	13556	17946	15178
<i>Всього за регіоном</i>	<i>204019</i>	<i>264447</i>	<i>293721</i>	<i>213126</i>	<i>252375</i>
<b>Всього по Україні</b>	1814827	2250107	2403987	3957623	5319952



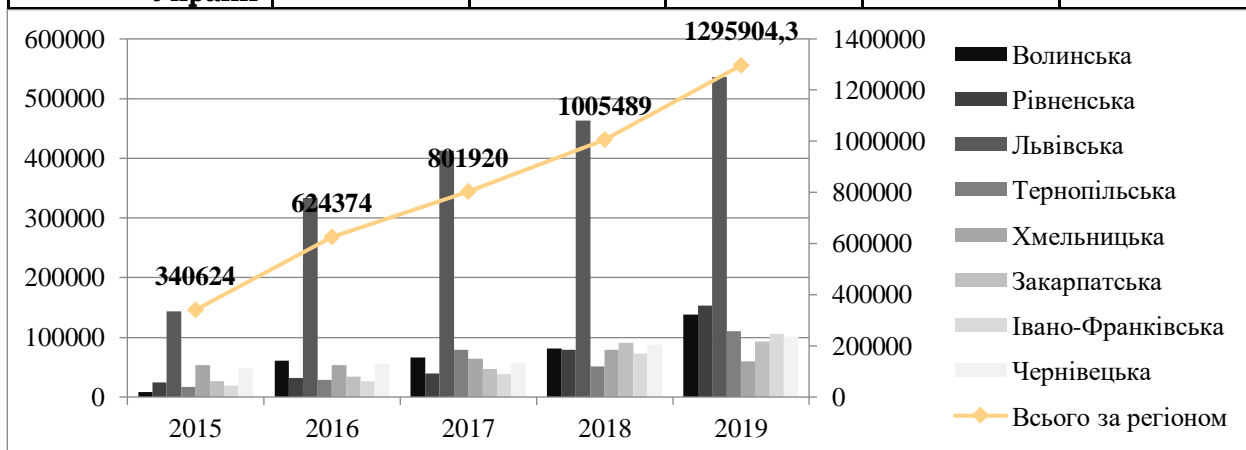
Кількість туроднів за реалізованими туроператорами туристичними путівками в регіоні, од

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	44269	64275	54834	63132	73582
Рівненська	30685	34610	44318	49877	74935
Львівська	804527	1438328	1361912	1611749	3253757
Тернопільська	18298	19622	24643	33517	50285
Хмельницька	42374	40609	45900	22067	42443
Закарпатська	42380	4896	7255	13707	14522
Івано-Франківська	237920	415057	318739	150698	149368
Чернівецька	70757	85434	108933	120388	136126
<i>Всього за регіоном</i>	<i>1291210</i>	<i>2102831</i>	<i>1966534</i>	<i>2065135</i>	<i>3795018</i>
<b>Всього по Україні</b>	9485142	14917368	16750382	24790502	26969283



Кількість туроднів за реалізованими турагентами туристичними путівками (фіз особи), од

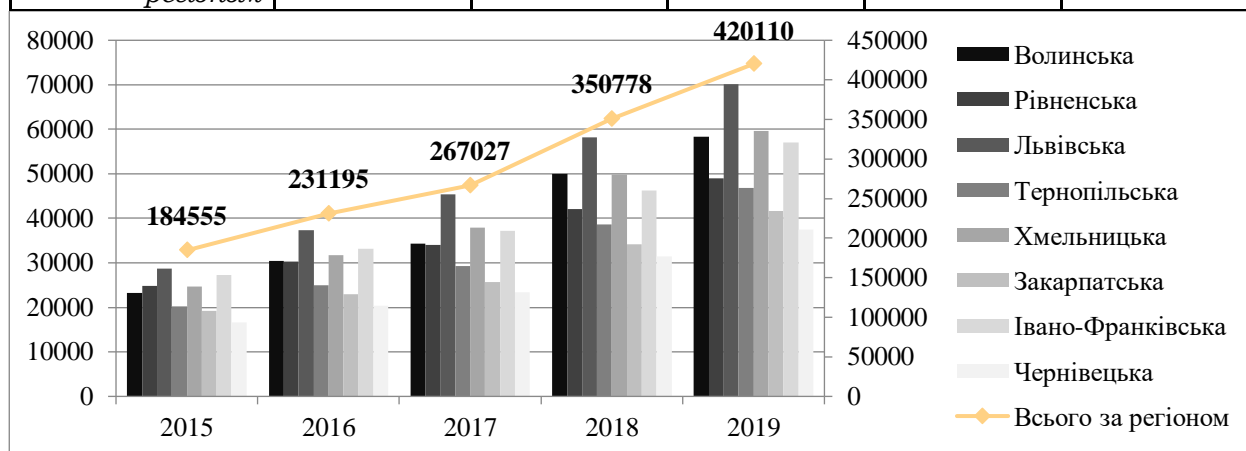
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	8757	60666	65809	81110	137940
Рівненська	23964	31773	39955	78692	152919
Львівська	143560	333153	412681	463079	536501
Тернопільська	16935	28214	79138	51653	109879
Хмельницька	53887	53901	63674	79325	59469
Закарпатська	26176	33926	46549	90966	92943
Івано-Франківська	19492	26979	38031	72564	105936
Чернівецька	47853	55762	56083	88100	100317
<i>Всього за регіоном</i>	<i>340624</i>	<i>624374</i>	<i>801920</i>	<i>1005489</i>	<i>1295904</i>
<b>Всього по Україні</b>	1394061	2088380	2927350	4285695	5325752



## ПОКАЗНИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ЗГУРТОВАНOSTI

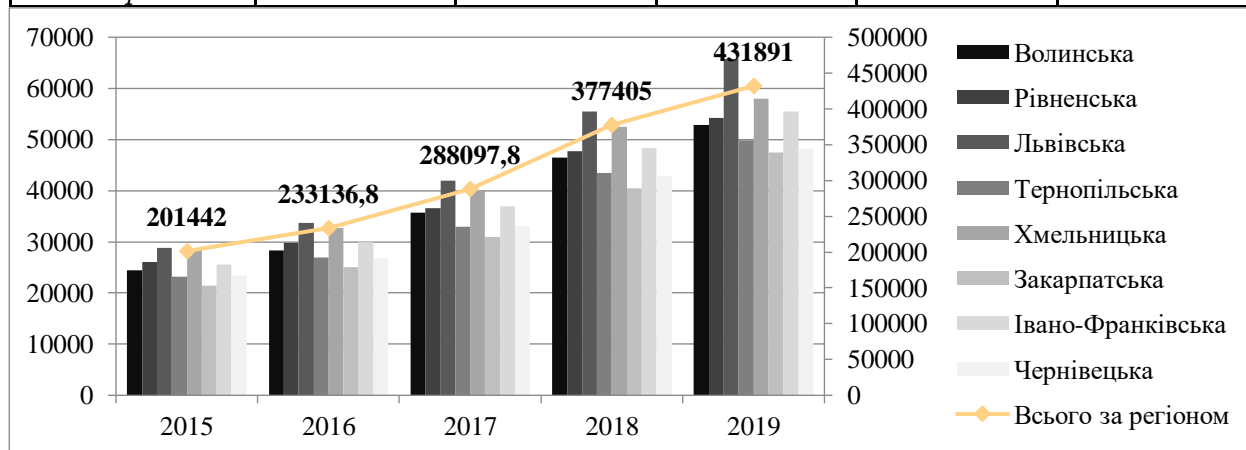
Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	23218	30387	34310	49987	58297
Рівненська	24762	30350	33958	42038	49044
Львівська	28731	37338	45319	58221	70173
Тернопільська	20228	24963	29247	38593	46833
Хмельницька	24662	31660	37881	49916	59583
Закарпатська	19170	22989	25727	34202	41706
Івано-Франківська	27232	33170	37220	46312	57033
Чернівецька	16552	20338	23365	31509	37441
<i>Всього за регіоном</i>	<i>184555</i>	<i>231195</i>	<i>267027</i>	<i>350778</i>	<i>420110</i>



Найвищий дохід населення у розрахунку на одну особу населення, грн

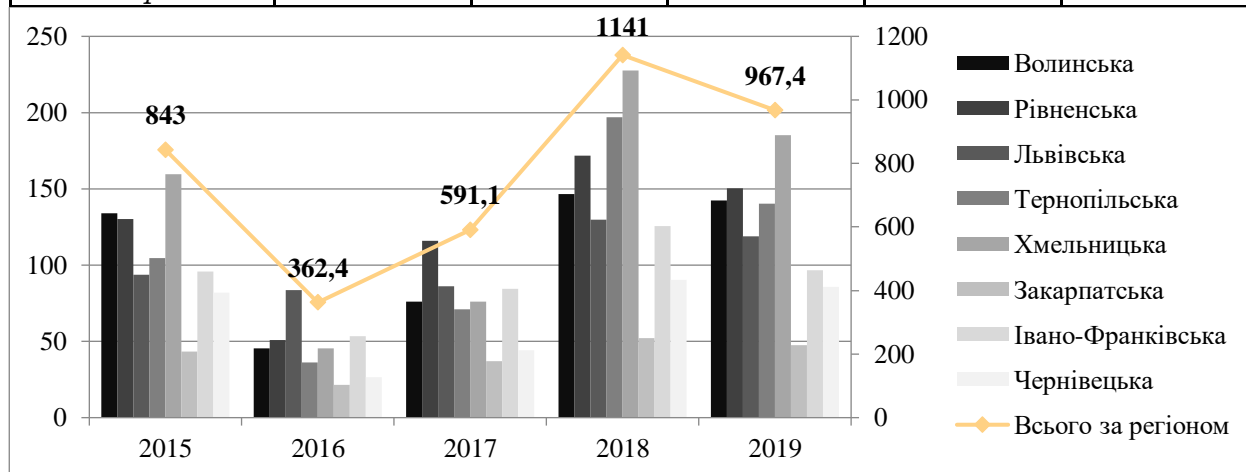
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	24474	28313	35710	46475	52879
Рівненська	26042	29757	36540	47729	54183
Львівська	28796	33674	41909	55511	65691
Тернопільська	23241	26884	32898	43513	49843
Хмельницька	28340	32650	40023	52488	58008
Закарпатська	21447	25045	30931	40472	47495
Івано-Франківська	25613	29975	36989	48368	55537
Чернівецька	23491	26838	33099	42850	48255
<i>Всього за регіоном</i>	<i>201442</i>	<i>233136,8</i>	<i>288097,8</i>	<i>377405</i>	<i>431891</i>





Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення, проміле

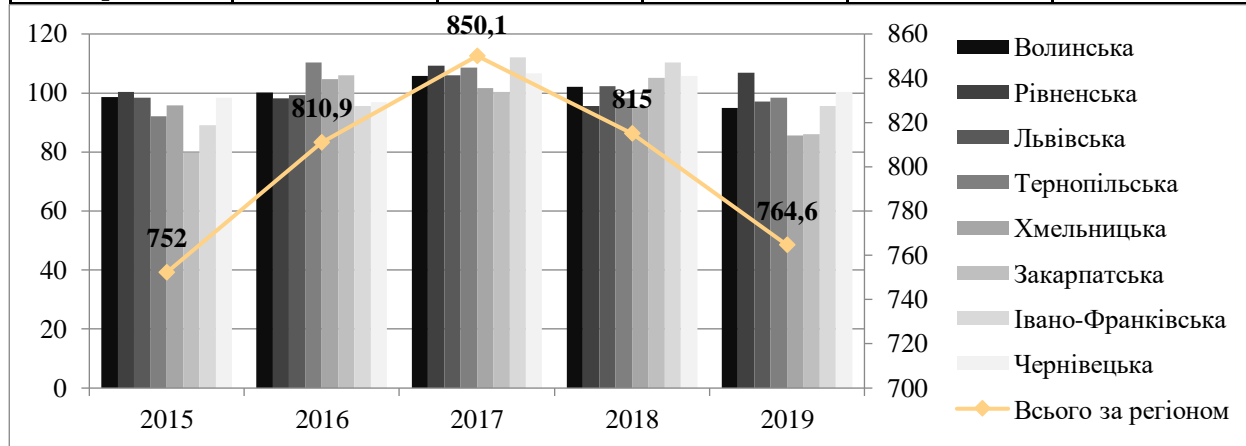
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	134	45	76	147	142
Рівненська	130	51	116	172	150
Львівська	94	84	86	130	119
Тернопільська	105	36	71	197	140
Хмельницька	160	45	76	228	185
Закарпатська	43	21	37	52	48
Івано-Франківська	96	54	85	126	97
Чернівецька	82	27	44	91	86
<i>Всього за регіоном</i>	<i>843</i>	<i>362,4</i>	<i>591,1</i>	<i>1141</i>	<i>967,4</i>



## ПОКАЗНИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

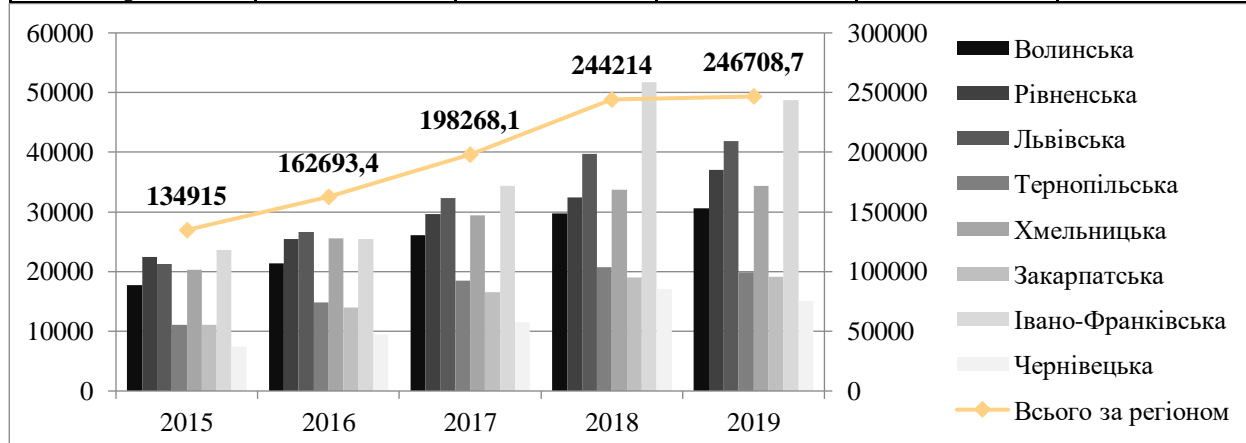
Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	99	100	106	102	95
Рівненська	100	98	109	96	107
Львівська	99	99	106	102	97
Тернопільська	92	110	109	98	98
Хмельницька	96	105	102	95	86
Закарпатська	80	106	100	105	86
Івано-Франківська	89	96	112	110	96
Чернівецька	98	97	107	106	100
<i>Всього за регіоном</i>	<i>752</i>	<i>810,9</i>	<i>850,1</i>	<i>815</i>	<i>764,6</i>



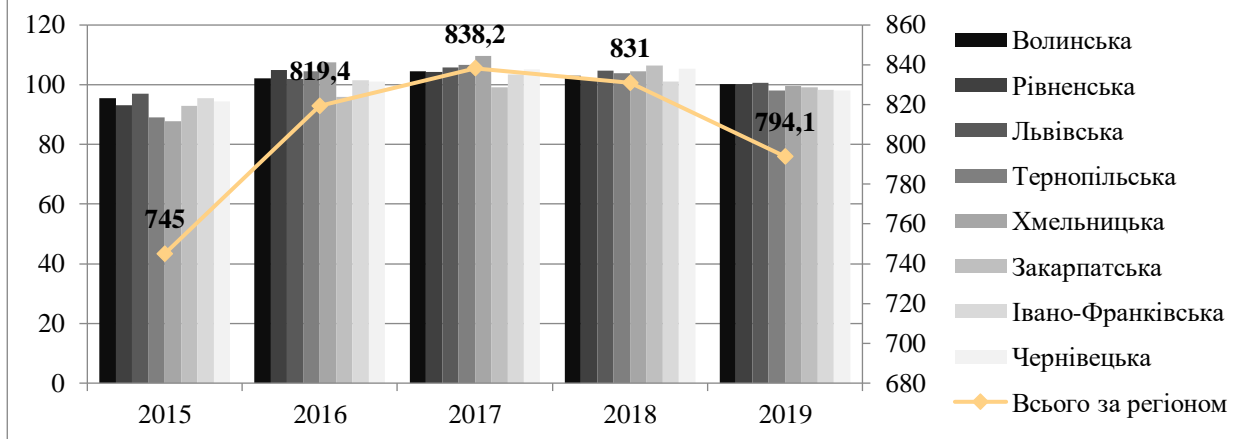
Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	17691	21422	26067	29799	30585
Рівненська	22485	25449	29596	32482	37058
Львівська	21276	26593	32345	39682	41829
Тернопільська	11076	14814	18451	20772	19915
Хмельницька	20310	25553	29449	33671	34392
Закарпатська	11033	13952	16541	18976	19086
Івано-Франківська	23635	25410	34320	51739	48750
Чернівецька	7410	9500	11499	17094	15093
<i>Всього за регіоном</i>	<i>134915</i>	<i>162693,4</i>	<i>198268,1</i>	<i>244214</i>	<i>246708,7</i>



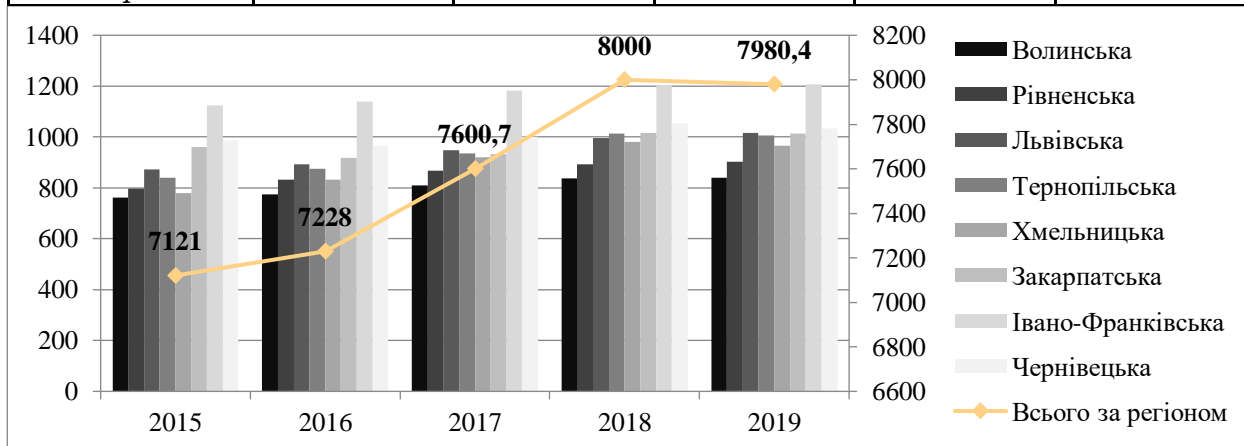
Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	95	102	104	103	100
Рівненська	93	105	104	102	100
Львівська	97	102	106	105	101
Тернопільська	89	104	107	104	98
Хмельницька	88	108	110	105	100
Закарпатська	93	96	99	107	99
Івано-Франківська	95	102	103	101	98
Чернівецька	94	101	105	105	98
<i>Всього за регіоном</i>	<i>745</i>	<i>819,4</i>	<i>838,2</i>	<i>831</i>	<i>794,1</i>



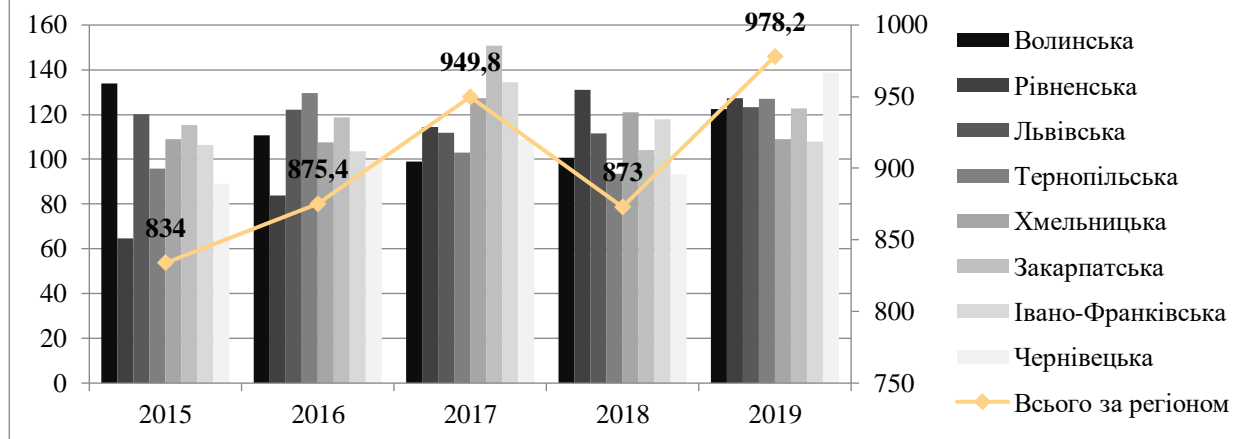
Обсяг виробництва продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	761	774	811	838	840
Рівненська	797	833	869	893	902
Львівська	872	892	948	997	1015
Тернопільська	841	874	937	1014	1005
Хмельницька	780	833	921	982	965
Закарпатська	960	917	932	1017	1014
Івано-Франківська	1125	1141	1183	1205	1207
Чернівецька	985	965	1001	1054	1033
<i>Всього за регіоном</i>	<i>7121</i>	<i>7228</i>	<i>7600,7</i>	<i>8000</i>	<i>7980,4</i>



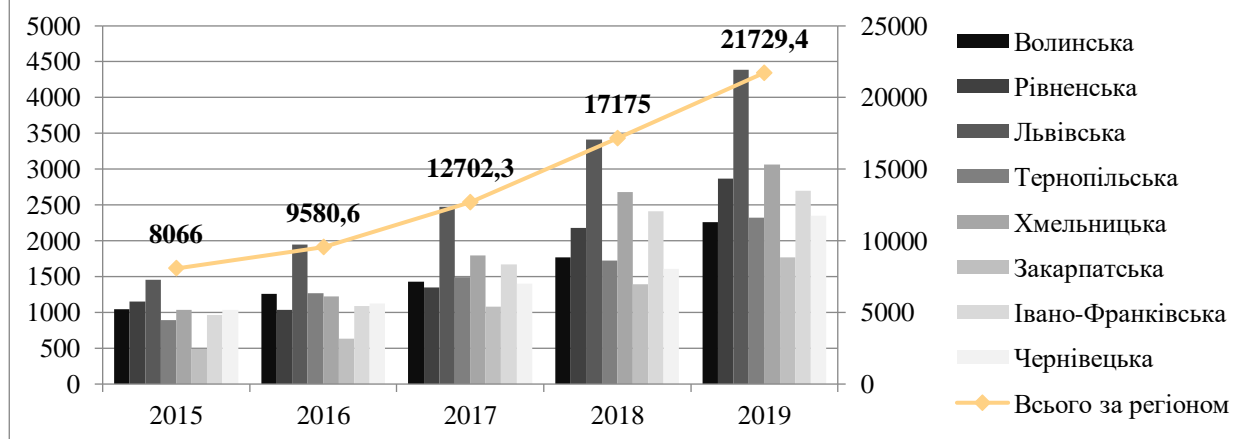
Індекс будівельної продукції будівництва, відсотків до попереднього року, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	134	111	99	101	122
Рівненська	65	84	114	131	127
Львівська	120	122	112	112	123
Тернопільська	96	130	103	94	127
Хмельницька	109	108	127	121	109
Закарпатська	115	119	151	104	123
Івано-Франківська	106	104	134	118	108
Чернівецька	89	100	109	93	139
<i>Всього за регіоном</i>	834	875,4	949,8	873	978,2



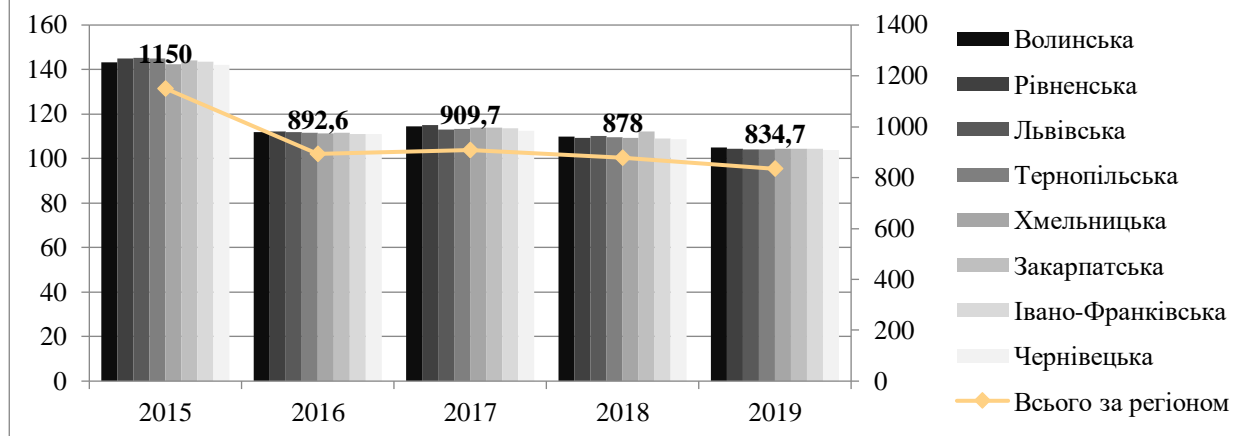
Обсяг виконаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	1047	1263	1430	1772	2259
Рівненська	1148	1036	1348	2176	2873
Львівська	1457	1946	2479	3410	4391
Тернопільська	889	1269	1494	1727	2325
Хмельницька	1032	1221	1796	2680	3061
Закарпатська	494	638	1081	1395	1771
Івано-Франківська	960	1088	1669	2413	2702
Чернівецька	1038	1121	1405	1604	2347
<i>Всього за регіоном</i>	8066	9580,6	12702,3	17175	21729,4



## Індекс споживчих цін, відсотків

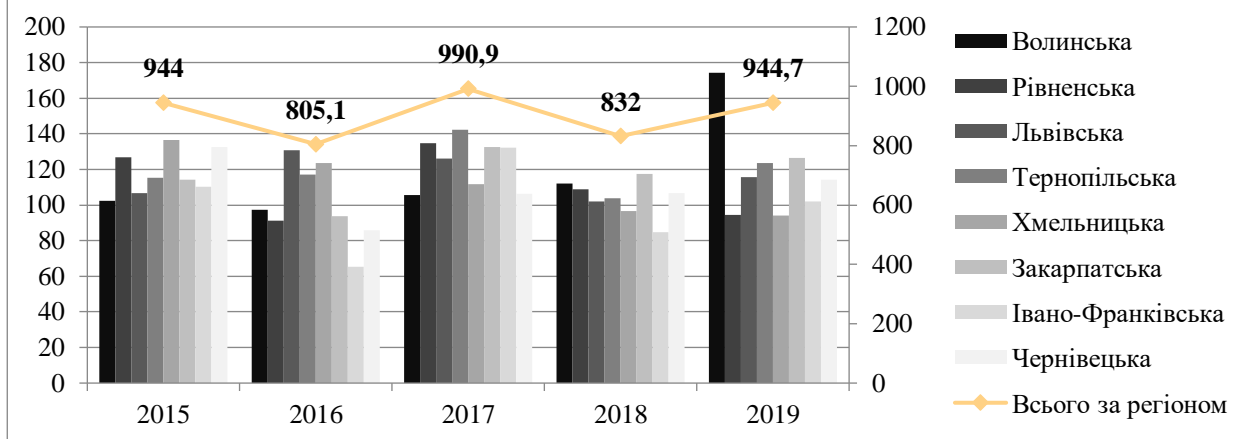
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	143	112	115	110	105
Рівненська	145	112	115	109	104
Львівська	145	112	113	110	104
Тернопільська	145	112	113	110	104
Хмельницька	143	111	114	109	104
Закарпатська	144	112	114	112	104
Івано-Франківська	143	111	114	109	105
Чернівецька	142	111	112	109	104
<i>Всього за регіоном</i>	<i>1150</i>	<i>892,6</i>	<i>909,7</i>	<i>878</i>	<i>834,7</i>



## ПОКАЗНИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ СПІВПРАЦІ

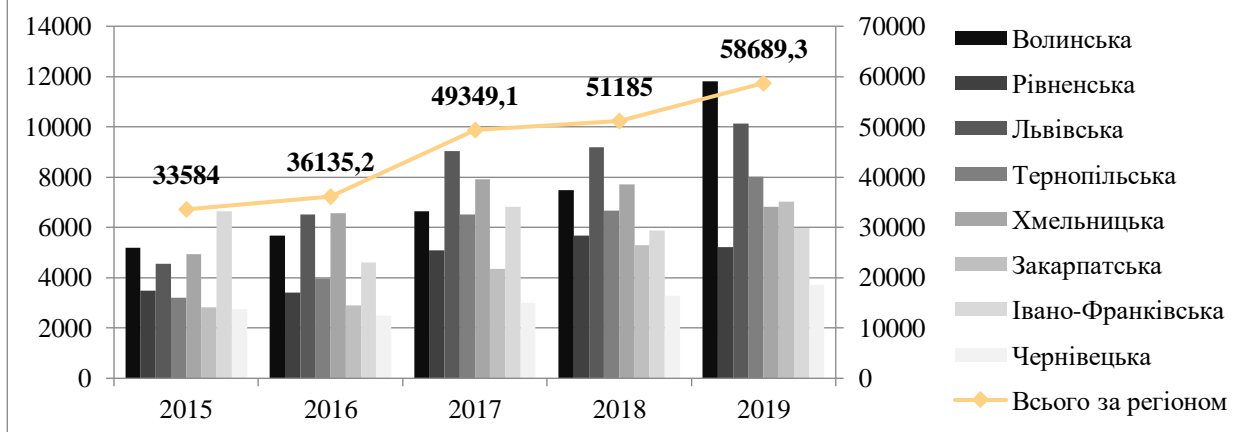
Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	103	98	106	112	174
Рівненська	127	91	135	109	95
Львівська	107	131	126	102	116
Тернопільська	115	117	142	104	124
Хмельницька	137	123	112	97	94
Закарпатська	114	94	132	117	126
Івано-Франківська	110	65	132	85	102
Чернівецька	132	86	106	107	114
<i>Всього за регіоном</i>	<i>944</i>	<i>805,1</i>	<i>990,9</i>	<i>832</i>	<i>944,7</i>



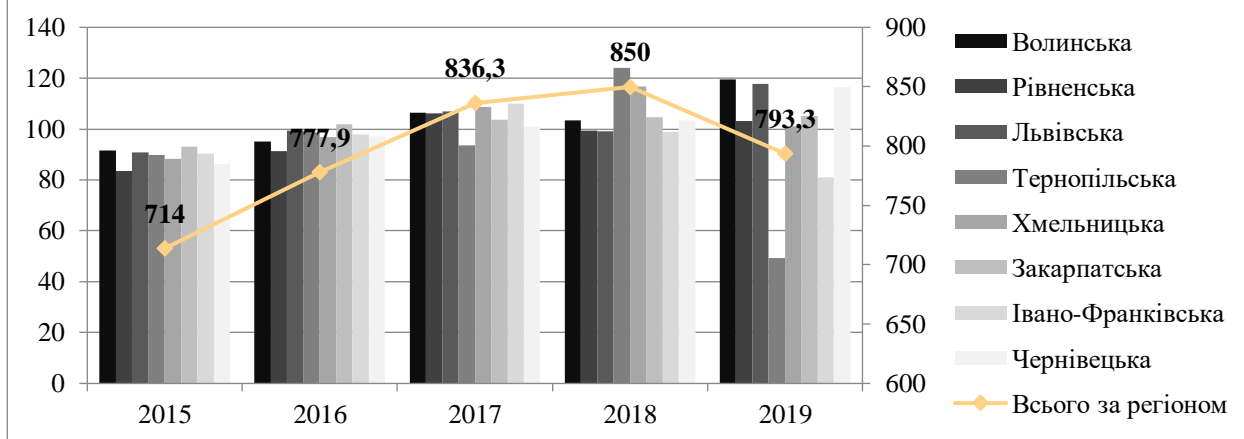
Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з початку року, грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	5190	5665	6633	7489	11801
Рівненська	3495	3409	5095	5680	5225
Львівська	4556	6513	9026	9194	10137
Тернопільська	3193	3981	6525	6676	8016
Хмельницька	4926	6556	7911	7706	6812
Закарпатська	2830	2897	4347	5291	7011
Івано-Франківська	6645	4615	6812	5870	5970
Чернівецька	2750	2501	3002	3278	3717
<i>Всього за регіоном</i>	<i>33584</i>	<i>36135,2</i>	<i>49349,1</i>	<i>51185</i>	<i>58689,3</i>



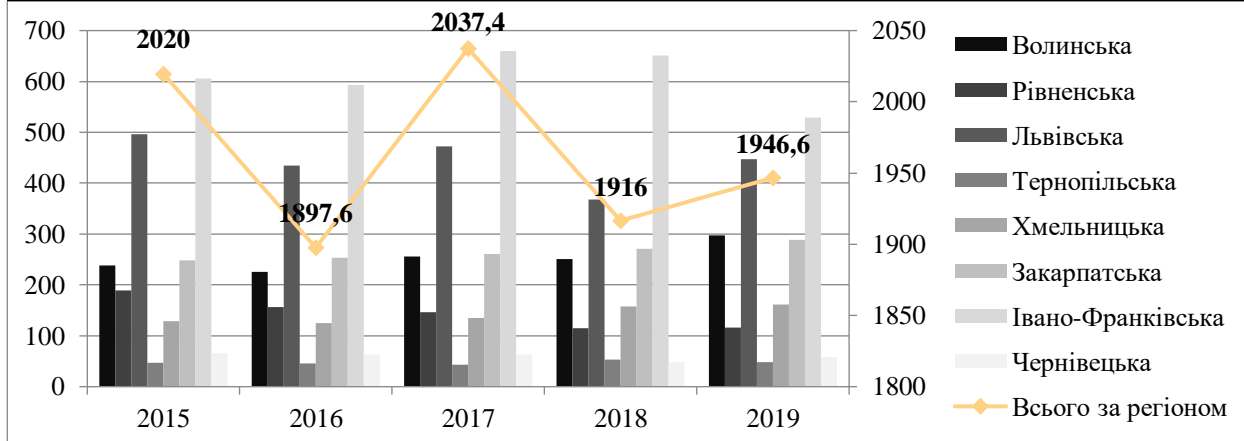
Темп зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	92	95	106	103	120
Рівненська	84	91	106	100	103
Львівська	91	99	107	99	118
Тернопільська	90	99	94	124	49
Хмельницька	88	97	109	117	101
Закарпатська	93	102	104	105	105
Івано-Франківська	90	98	110	99	81
Чернівецька	86	97	101	103	116
<i>Всього за регіоном</i>	<i>714</i>	<i>777,9</i>	<i>836,3</i>	<i>850</i>	<i>793,3</i>



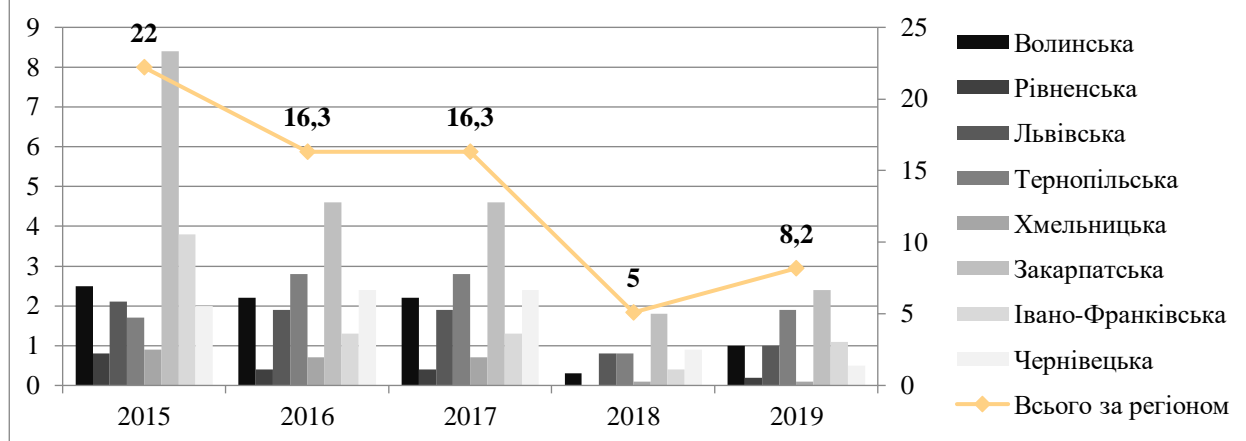
Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення нарастаючим підсумком з початку інвестування, грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	239	226	256	251	298
Рівненська	190	157	146	115	117
Львівська	496	435	473	368	447
Тернопільська	47	46	43	53	48
Хмельницька	129	125	135	158	162
Закарпатська	248	253	262	271	288
Івано-Франківська	606	594	660	652	529
Чернівецька	65	63	64	49	59
<i>Всього за регіоном</i>	<i>2020</i>	<i>1897,6</i>	<i>2037,4</i>	<i>1916</i>	<i>1946,6</i>



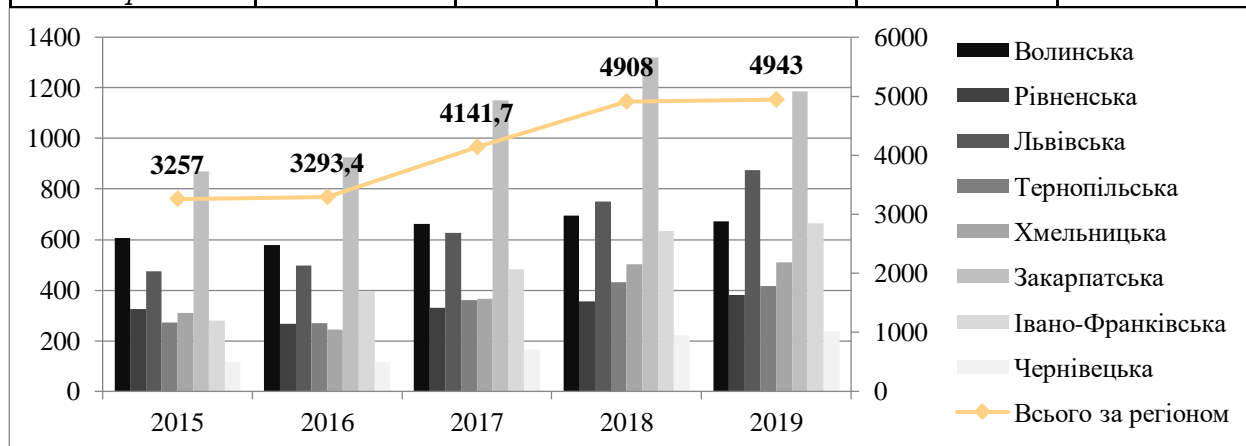
Частка реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	3	2	2	0	1
Рівненська	1	0	0	0	0
Львівська	2	2	2	1	1
Тернопільська	2	3	3	1	2
Хмельницька	1	1	1	0	0
Закарпатська	8	5	5	2	2
Івано-Франківська	4	1	1	0	1
Чернівецька	2	2	2	1	1
<i>Всього за регіоном</i>	<i>22</i>	<i>16,3</i>	<i>16,3</i>	<i>5</i>	<i>8,2</i>



Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, дол. США

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	606	578	663	694	672
Рівненська	326	267	330	355	381
Львівська	476	497	626	751	875
Тернопільська	273	271	360	431	417
Хмельницька	310	244	365	503	510
Закарпатська	869	926	1149	1320	1187
Івано-Франківська	280	395	483	634	665
Чернівецька	119	116	165	221	237
<i>Всього за регіоном</i>	<i>3257</i>	<i>3293,4</i>	<i>4141,7</i>	<i>4908</i>	<i>4943</i>

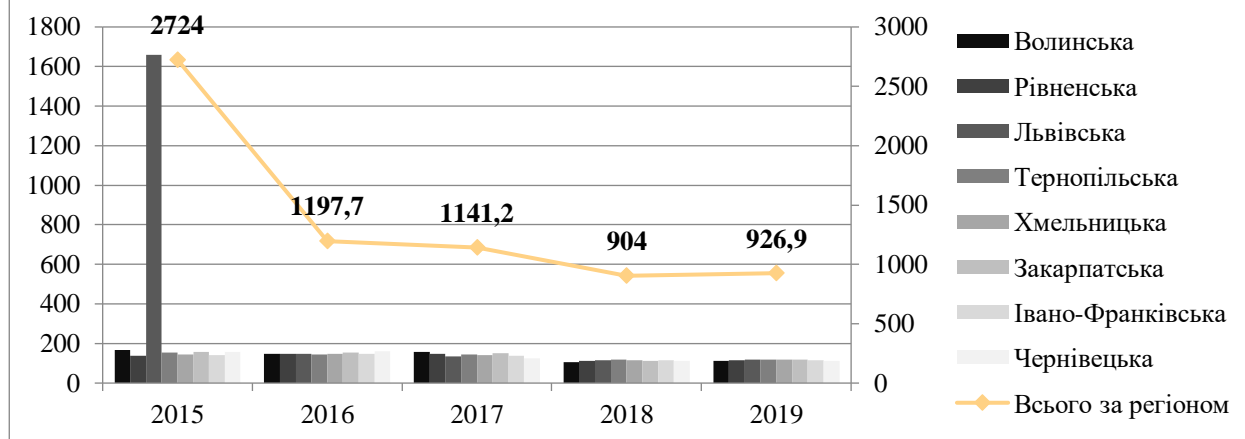




## ПОКАЗНИКИ ФІНАНСОВОЇ САМОДОСТАТНОСТІ

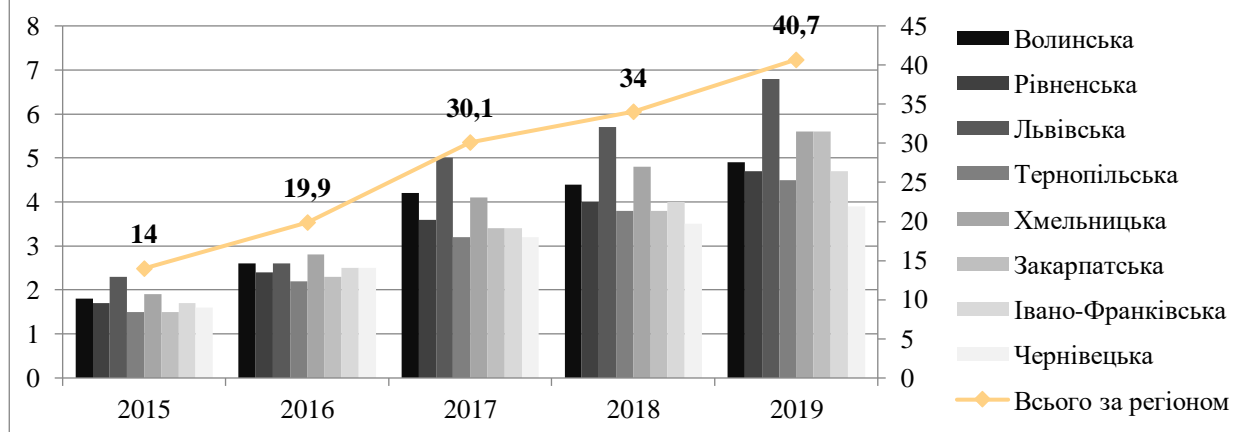
Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	166	148	159	105	112
Рівненська	140	148	148	112	117
Львівська	1659	148	135	114	118
Тернопільська	156	146	144	120	119
Хмельницька	146	149	143	116	117
Закарпатська	158	153	150	111	117
Івано-Франківська	140	147	139	116	116
Чернівецька	159	161	124	111	111
<i>Всього за регіоном</i>	<i>2724</i>	<i>1197,7</i>	<i>1141,2</i>	<i>904</i>	<i>926,9</i>



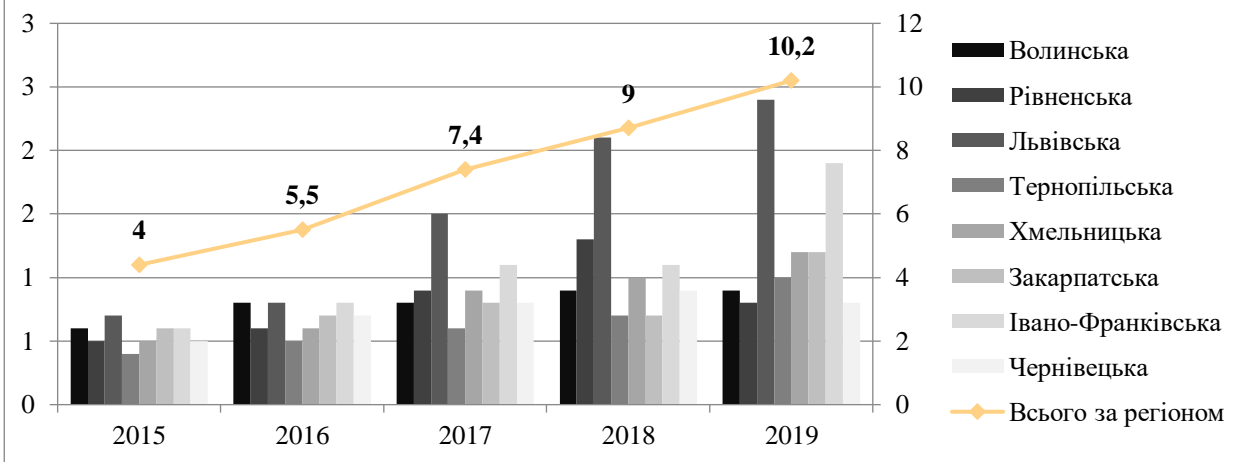
Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одиницю населення, тис. грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	2	3	4	4	5
Рівненська	2	2	4	4	5
Львівська	2	3	5	6	7
Тернопільська	2	2	3	4	5
Хмельницька	2	3	4	5	6
Закарпатська	2	2	3	4	6
Івано-Франківська	2	3	3	4	5
Чернівецька	2	3	3	4	4
<i>Всього за регіоном</i>	<i>14</i>	<i>19,9</i>	<i>30,1</i>	<i>34</i>	<i>40,7</i>



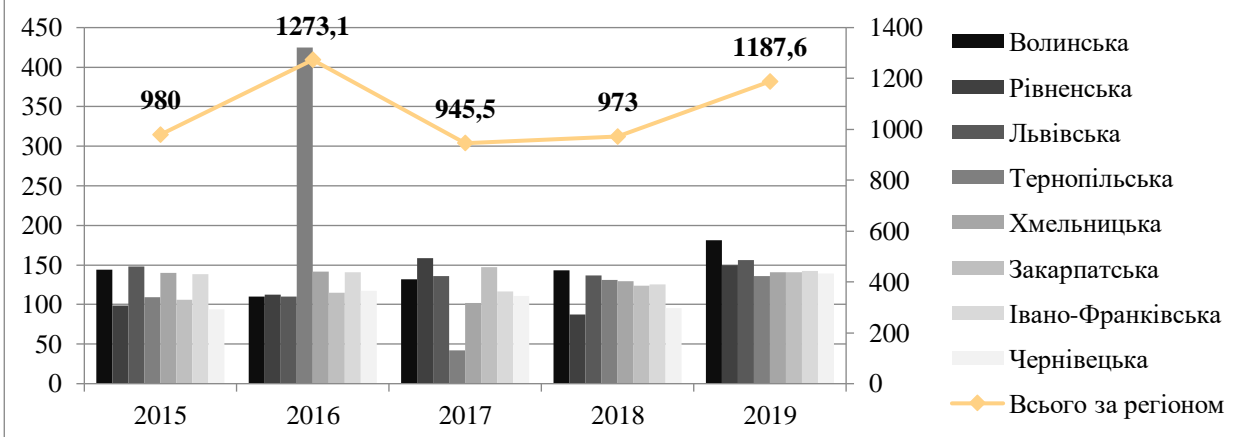
Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	1	1	1	1	1
Рівненська	1	1	1	1	1
Львівська	1	1	2	2	2
Тернопільська	0	1	1	1	1
Хмельницька	1	1	1	1	1
Закарпатська	1	1	1	1	1
Івано-Франківська	1	1	1	1	2
Чернівецька	1	1	1	1	1
<i>Всього за регіоном</i>	<i>4</i>	<i>5,5</i>	<i>7,4</i>	<i>9</i>	<i>10,2</i>



Темп зростання (зменшення) податкового боргу за грошовими зобов'язаннями платників податків, відсотків до початку року

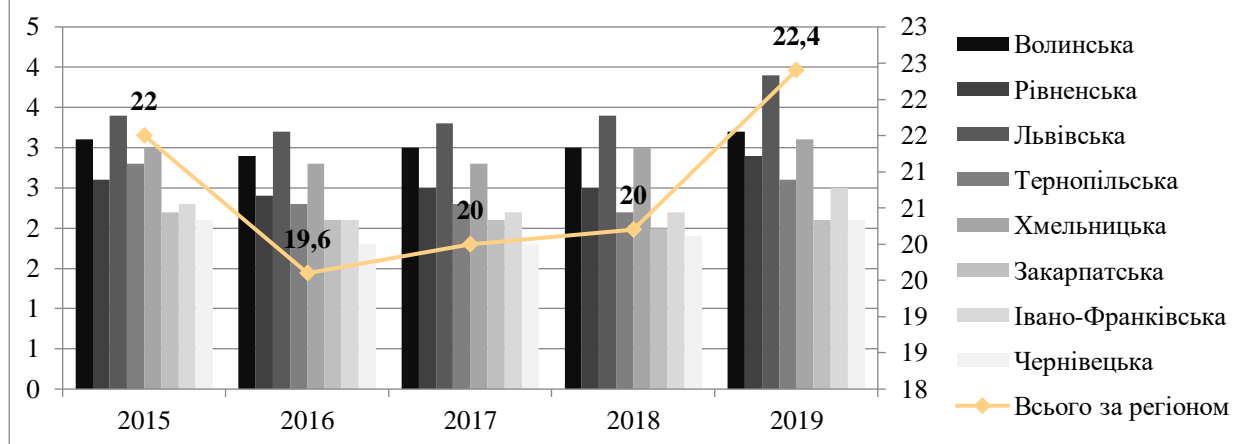
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	144	110	132	143	182
Рівненська	99	113	159	88	150
Львівська	149	110	136	137	156
Тернопільська	109	425	42	131	136
Хмельницька	140	142	102	130	141
Закарпатська	106	115	147	124	141
Івано-Франківська	139	141	117	125	142
Чернівецька	94	117	111	96	139
<i>Всього за регіоном</i>	<i>980</i>	<i>1273,1</i>	<i>945,5</i>	<i>973</i>	<i>1187,6</i>



## ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

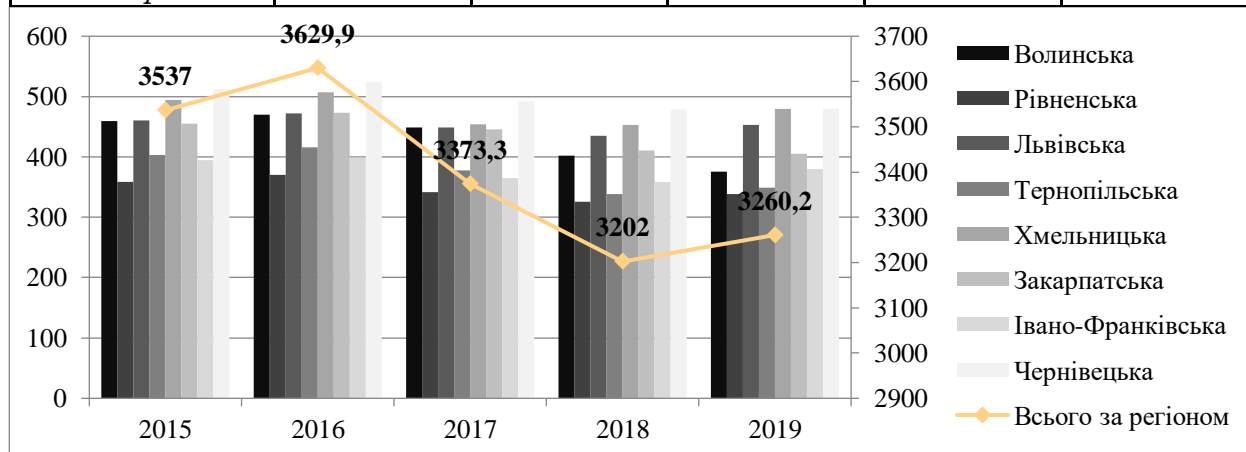
Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	3	3	3	3	3
Рівненська	3	2	3	3	3
Львівська	3	3	3	3	4
Тернопільська	3	2	2	2	3
Хмельницька	3	3	3	3	3
Закарпатська	2	2	2	2	2
Івано-Франківська	2	2	2	2	3
Чернівецька	2	2	2	2	2
<i>Всього за регіоном</i>	22	19,6	20	20	22,4



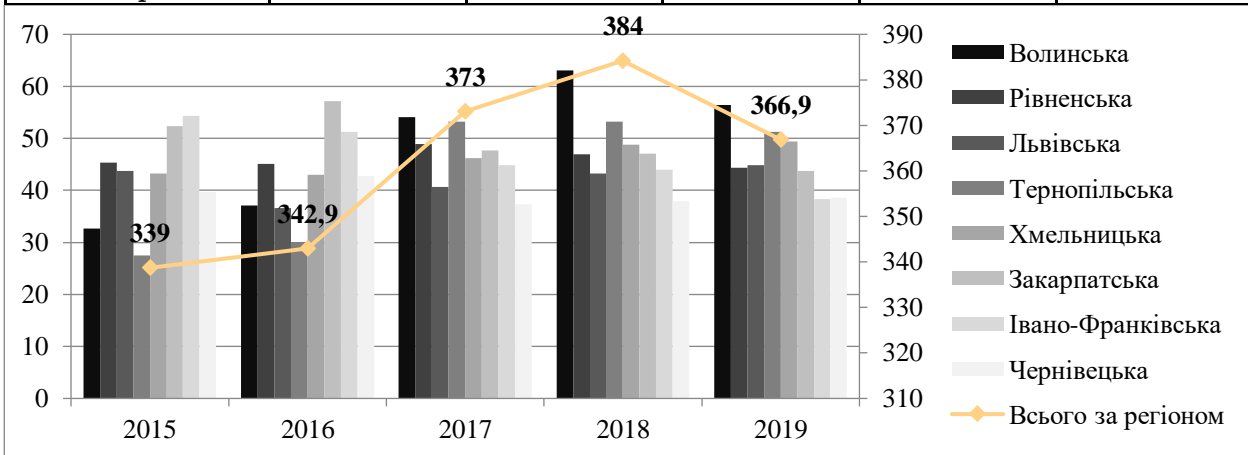
Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	459	470	449	402	375
Рівненська	359	370	342	326	339
Львівська	460	472	449	435	454
Тернопільська	404	416	378	339	349
Хмельницька	494	507	454	453	479
Закарпатська	455	473	445	411	405
Івано-Франківська	394	399	365	359	380
Чернівецька	512	524	492	478	479
<i>Всього за регіоном</i>	3537	3629,9	3373,3	3202	3260,2



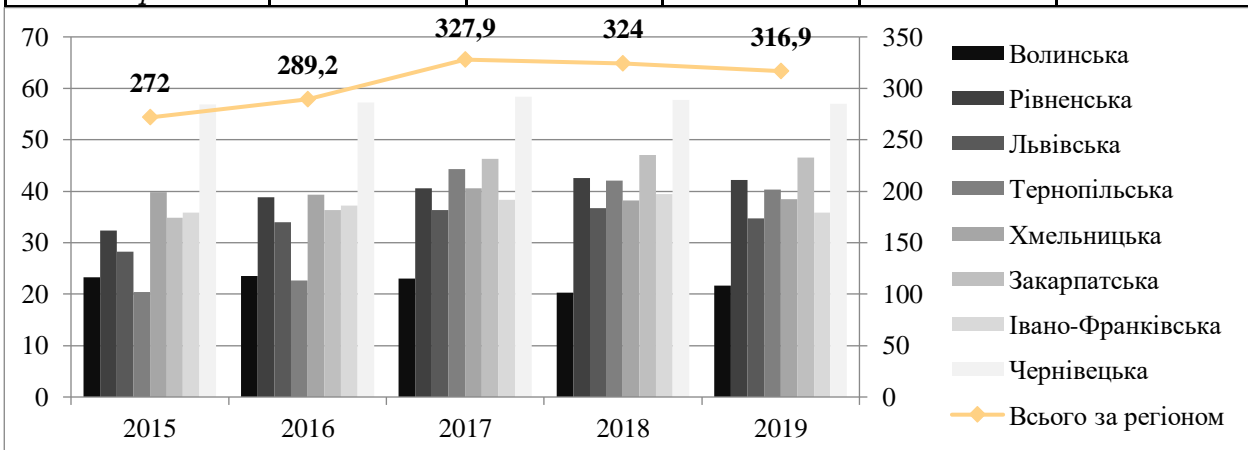
Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктами господарювання

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	33	37	54	63	56
Рівненська	45	45	49	47	44
Львівська	44	37	41	43	45
Тернопільська	28	30	53	53	51
Хмельницька	43	43	46	49	49
Закарпатська	52	57	48	47	44
Івано-Франківська	54	51	45	44	38
Чернівецька	40	43	37	38	39
<i>Всього за регіоном</i>	<i>339</i>	<i>342,9</i>	<i>373</i>	<i>384</i>	<i>366,9</i>



Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктами господарювання

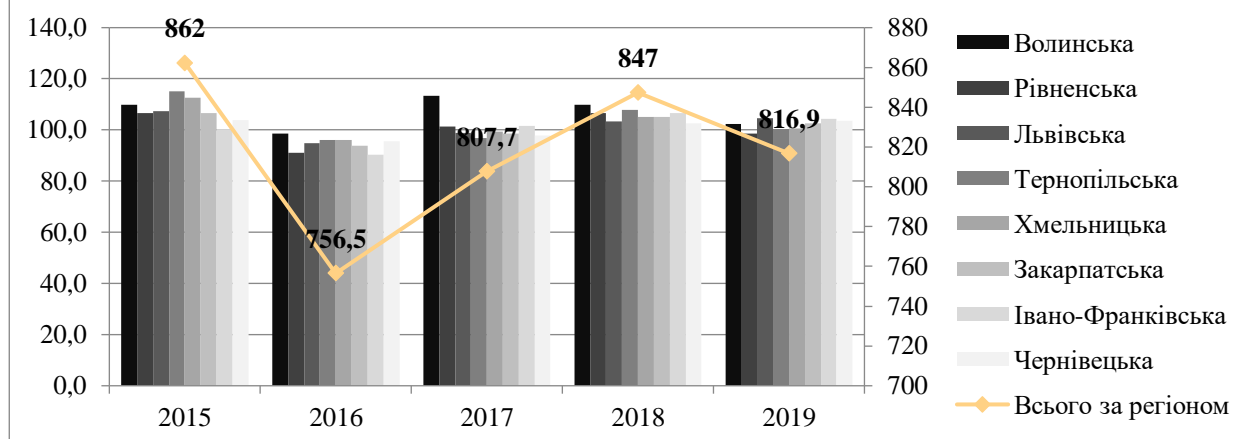
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	23	24	23	20	22
Рівненська	32	39	41	43	42
Львівська	28	34	36	37	35
Тернопільська	20	23	44	42	40
Хмельницька	40	39	41	38	39
Закарпатська	35	36	46	47	47
Івано-Франківська	36	37	38	40	36
Чернівецька	57	57	58	58	57
<i>Всього за регіоном</i>	<i>272</i>	<i>289,2</i>	<i>327,9</i>	<i>324</i>	<i>316,9</i>



## ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РИНКУ ПРАЦІ

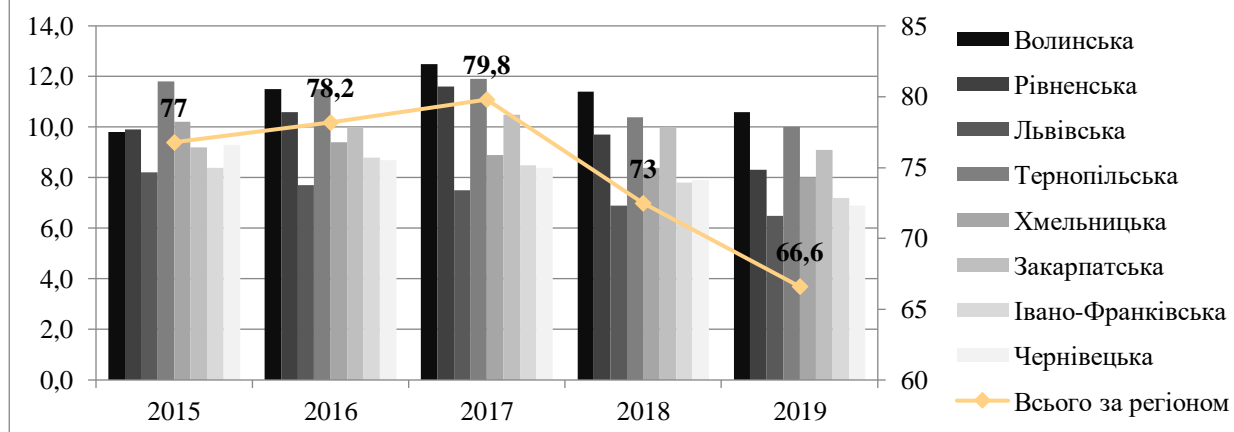
Продуктивність праці, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	109,8	98,5	113,3	109,9	102,3
Рівненська	106,7	91,2	101,3	106,6	98,5
Львівська	107,4	94,9	98,8	103,4	104,6
Тернопільська	115,0	96,0	96,8	107,8	100,4
Хмельницька	112,5	96,1	99,4	105,2	100,6
Закарпатська	106,7	93,9	98,7	105,0	102,7
Івано-Франківська	100,3	90,3	101,5	106,7	104,3
Чернівецька	103,9	95,6	97,9	102,6	103,5
<i>Всього за регіоном</i>	<i>862</i>	<i>756,5</i>	<i>807,7</i>	<i>847</i>	<i>816,9</i>



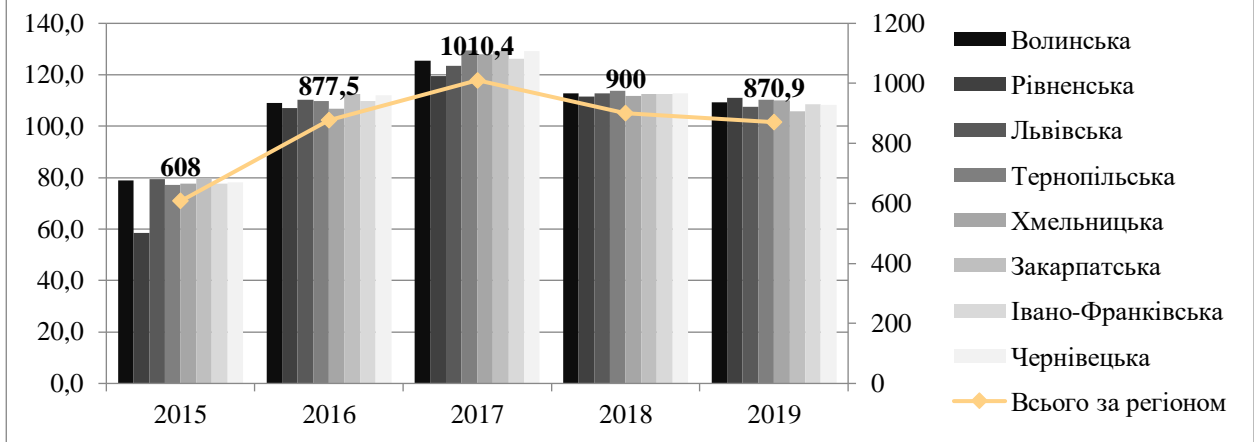
Рівень безробіття населення у віці 15—70 років (за методологією МОП), відсотків до економічно активного населення відповідного віку

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	9,8	11,5	12,5	11,4	10,6
Рівненська	9,9	10,6	11,6	9,7	8,3
Львівська	8,2	7,7	7,5	6,9	6,5
Тернопільська	11,8	11,5	11,9	10,4	10,0
Хмельницька	10,2	9,4	8,9	8,4	8,0
Закарпатська	9,2	10,0	10,5	10,0	9,1
Івано-Франківська	8,4	8,8	8,5	7,8	7,2
Чернівецька	9,3	8,7	8,4	7,9	6,9
<i>Всього за регіоном</i>	<i>77</i>	<i>78,2</i>	<i>79,8</i>	<i>73</i>	<i>66,6</i>



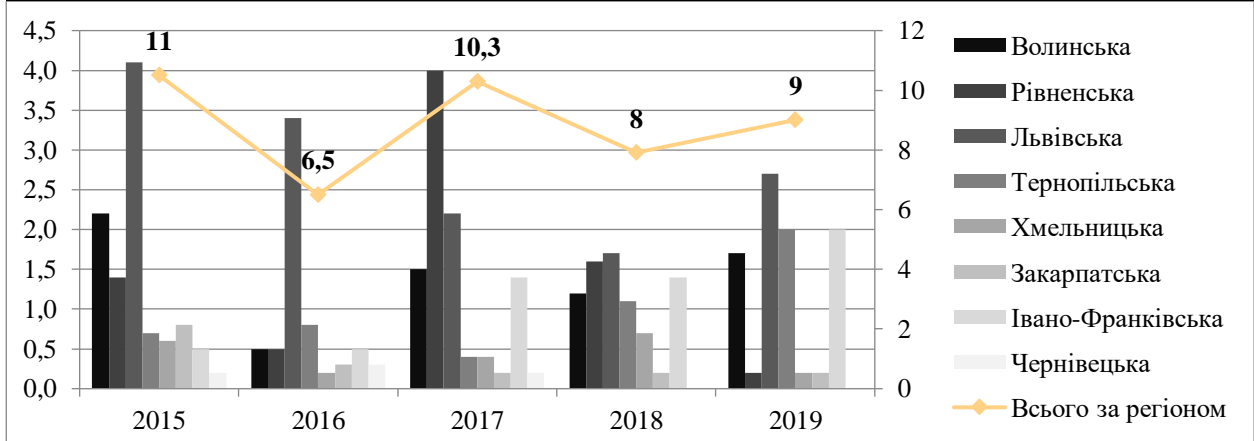
Індекс реальної заробітної плати, відсотків до відповідного періоду попереднього року, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	78,9	109,0	125,5	112,7	109,3
Рівненська	58,5	107,1	119,4	111,6	111,1
Львівська	79,4	110,3	123,6	112,7	107,5
Тернопільська	77,2	109,8	129,5	113,7	110,2
Хмельницька	77,8	106,9	128,0	111,8	110,1
Закарпатська	80,0	112,6	129,2	112,5	105,9
Івано-Франківська	77,7	109,7	126,1	112,5	108,5
Чернівецька	78,1	112,1	129,1	112,7	108,3
<i>Всього за регіоном</i>	<i>608</i>	<i>877,5</i>	<i>1010,4</i>	<i>900</i>	<i>870,9</i>



Сума заборгованості з виплати заробітної плати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітного періоду, %

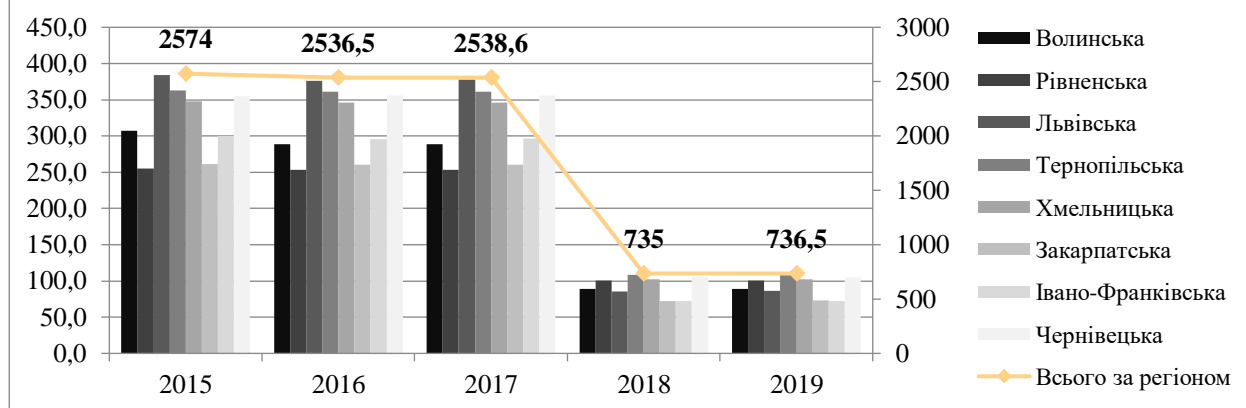
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	2,2	0,5	1,5	1,2	1,7
Рівненська	1,4	0,5	4,0	1,6	0,2
Львівська	4,1	3,4	2,2	1,7	2,7
Тернопільська	0,7	0,8	0,4	1,1	2,0
Хмельницька	0,6	0,2	0,4	0,7	0,2
Закарпатська	0,8	0,3	0,2	0,2	0,2
Івано-Франківська	0,5	0,5	1,4	1,4	2,0
Чернівецька	0,2	0,3	0,2	0,0	0,0
<i>Всього за регіоном</i>	<i>11</i>	<i>6,5</i>	<i>10,3</i>	<i>8</i>	<i>9</i>



## ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

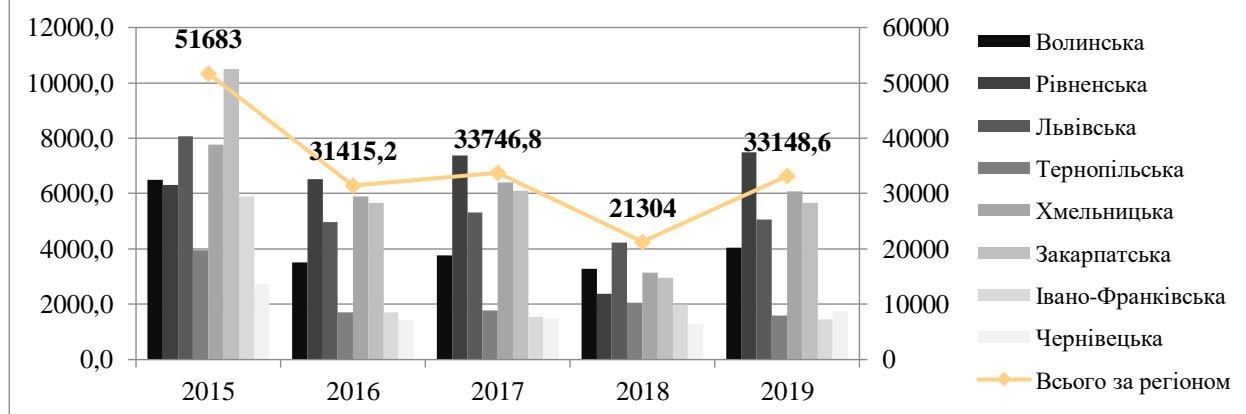
Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	307,1	288,4	288,7	89,0	89,1
Рівненська	254,7	253,3	253,3	100,7	100,1
Львівська	384,1	376,2	377,6	85,7	86,5
Тернопільська	363,0	360,9	360,9	108,4	108,4
Хмельницька	348,0	345,7	345,7	101,8	101,9
Закарпатська	261,6	260,8	260,6	72,4	73,1
Івано-Франківська	300,2	295,7	296,3	72,2	72,6
Чернівецька	354,9	355,5	355,5	104,7	104,8
<i>Всього за регіоном</i>	<i>2574</i>	<i>2536,5</i>	<i>2538,6</i>	<i>735</i>	<i>736,5</i>



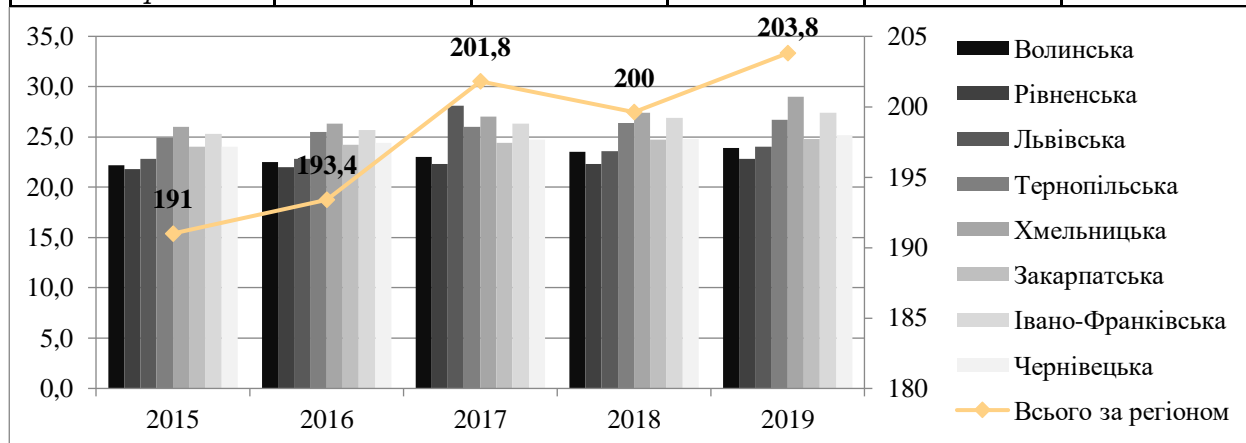
Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення, тис. тонн кілометрів

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	6486,6	3522,3	3766,5	3275,4	4041,9
Рівненська	6319,7	6513,2	7367,6	2387,1	7485,3
Львівська	8061,0	4964,8	5316,8	4220,4	5071,9
Тернопільська	3946,6	1715,6	1777,4	2055,0	1589,5
Хмельницька	7758,2	5903,0	6401,3	3134,8	6068,8
Закарпатська	10506,6	5654,5	6093,6	2950,5	5665,0
Івано-Франківська	5886,7	1716,7	1552,2	1992,0	1459,8
Чернівецька	2718,0	1425,1	1471,4	1288,8	1766,4
<i>Всього за регіоном</i>	<i>51683</i>	<i>31415,2</i>	<i>33746,8</i>	<i>21304</i>	<i>33148,6</i>



Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Волинська	22,2	22,5	23,0	23,5	23,9
Рівненська	21,8	22,0	22,3	22,3	22,8
Львівська	22,8	22,8	28,1	23,6	24,0
Тернопільська	24,9	25,5	26,0	26,4	26,7
Хмельницька	26,0	26,3	27,0	27,4	29,0
Закарпатська	24,0	24,2	24,4	24,7	24,8
Івано-Франківська	25,3	25,7	26,3	26,9	27,4
Чернівецька	24,0	24,4	24,7	24,8	25,2
<i>Всього за регіоном</i>	<i>191</i>	<i>193,4</i>	<i>201,8</i>	<i>200</i>	<i>203,8</i>

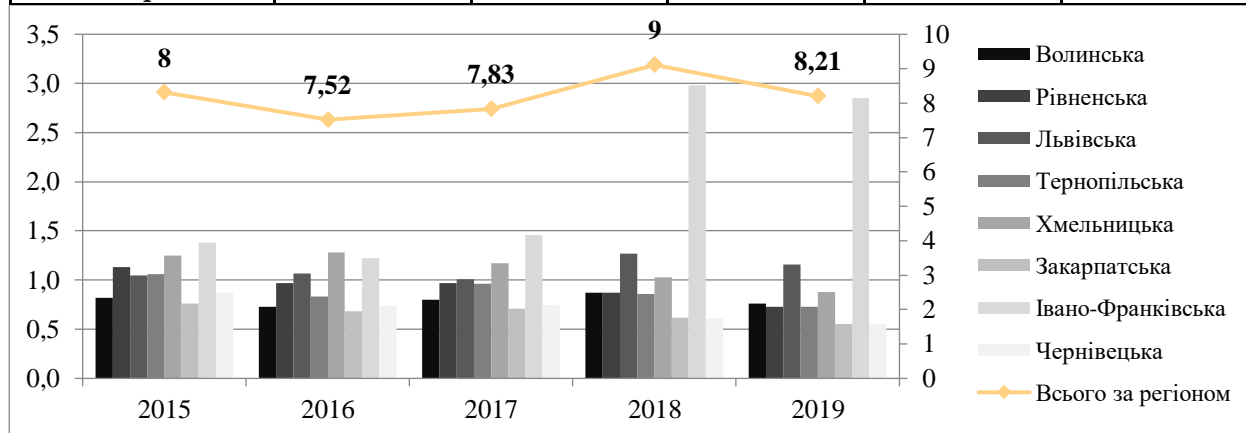




## ПОКАЗНИКИ ВІДЕОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ ТА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ

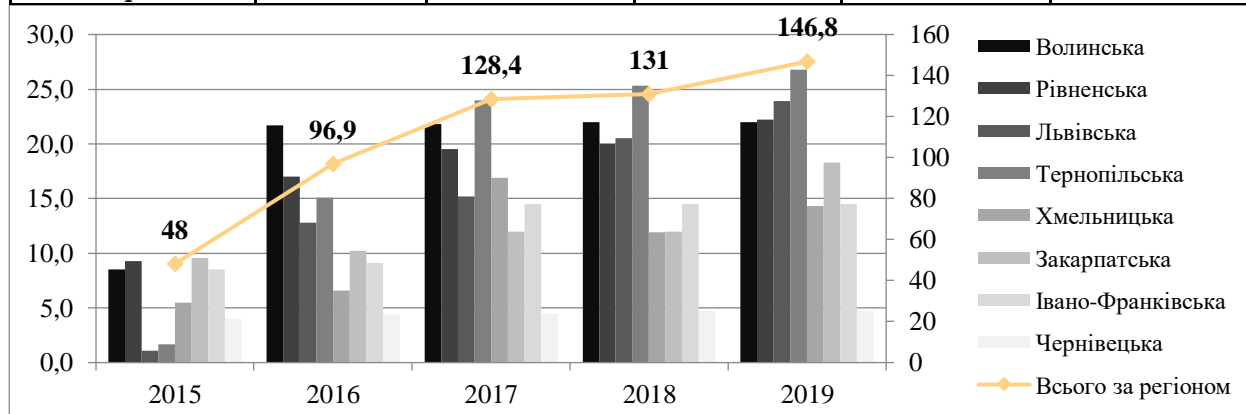
Обсяги паливноенергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тонн нафтового еквіваленту

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	0,8	0,7	0,8	0,9	0,8
Рівненська	1,1	1,0	1,0	0,9	0,7
Львівська	1,1	1,1	1,0	1,3	1,2
Тернопільська	1,1	0,8	1,0	0,9	0,7
Хмельницька	1,3	1,3	1,2	1,0	0,9
Закарпатська	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6
Івано-Франківська	1,4	1,2	1,5	3,0	2,9
Чернівецька	0,9	0,7	0,8	0,6	0,6
<i>Всього за регіоном</i>	8	7,52	7,83	9	8,21



Частка сумарної потужності котелень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котелень регіону, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	8,5	21,7	21,8	22,0	22,0
Рівненська	9,3	17,0	19,5	20,0	22,2
Львівська	1,1	12,8	15,2	20,5	23,9
Тернопільська	1,7	15,1	24,0	25,3	26,8
Хмельницька	5,5	6,6	16,9	11,9	14,3
Закарпатська	9,6	10,2	12,0	12,0	18,3
Івано-Франківська	8,5	9,1	14,5	14,5	14,5
Чернівецька	4,0	4,4	4,5	4,7	4,8
<i>Всього за регіоном</i>	48	96,9	128,4	131	146,8

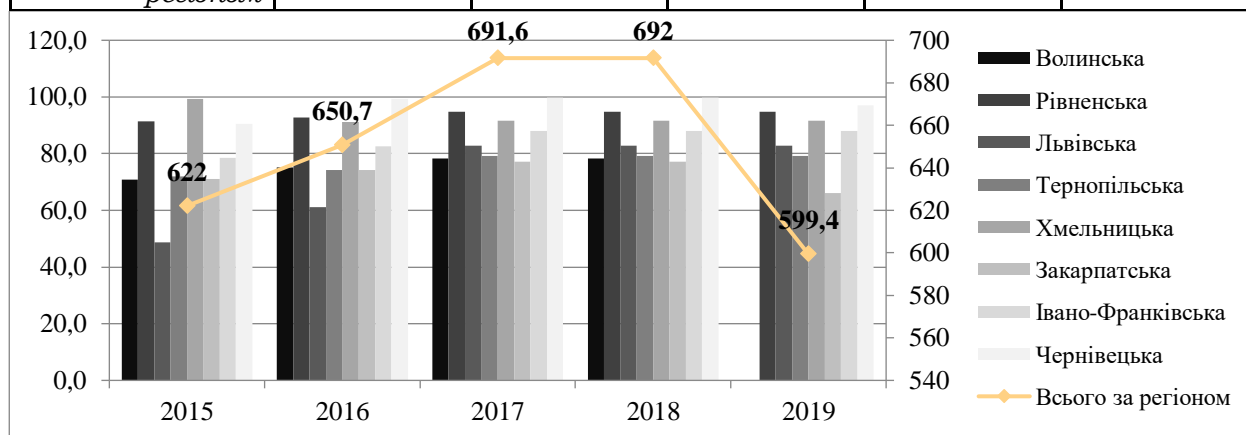


## ДОДАТОК И

### ПОКАЗНИКИ ДОСТУПНОСТІ ТА ЯКОСТІ ПОСЛУГ У СФЕРІ ОСВІТИ

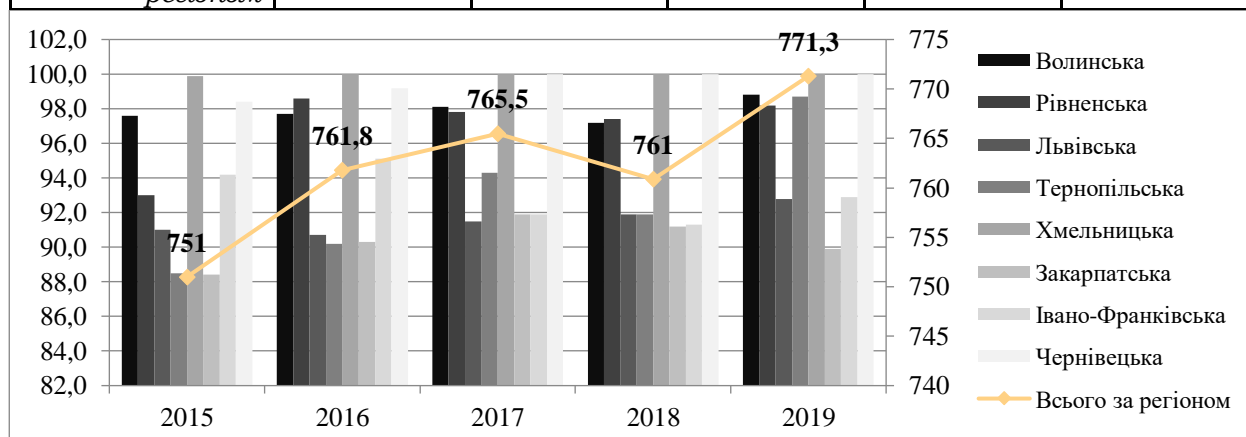
Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному процесі комп'ютерну техніку, підключену до Інтернету, відсотків до загальної кількості таких закладів, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	70,9	75,1	78,3	78,3	0,0
Рівненська	91,4	92,8	94,8	94,8	94,8
Львівська	48,6	61,2	82,8	82,8	82,8
Тернопільська	71,9	74,2	79,2	79,2	79,2
Хмельницька	99,2	91,1	91,7	91,7	91,7
Закарпатська	71,1	74,3	77,2	77,2	66,0
Івано-Франківська	78,5	82,6	87,9	87,9	87,9
Чернівецька	90,4	99,4	99,7	99,7	97,0
<i>Всього за регіоном</i>	<i>622</i>	<i>650,7</i>	<i>691,6</i>	<i>692</i>	<i>599,4</i>



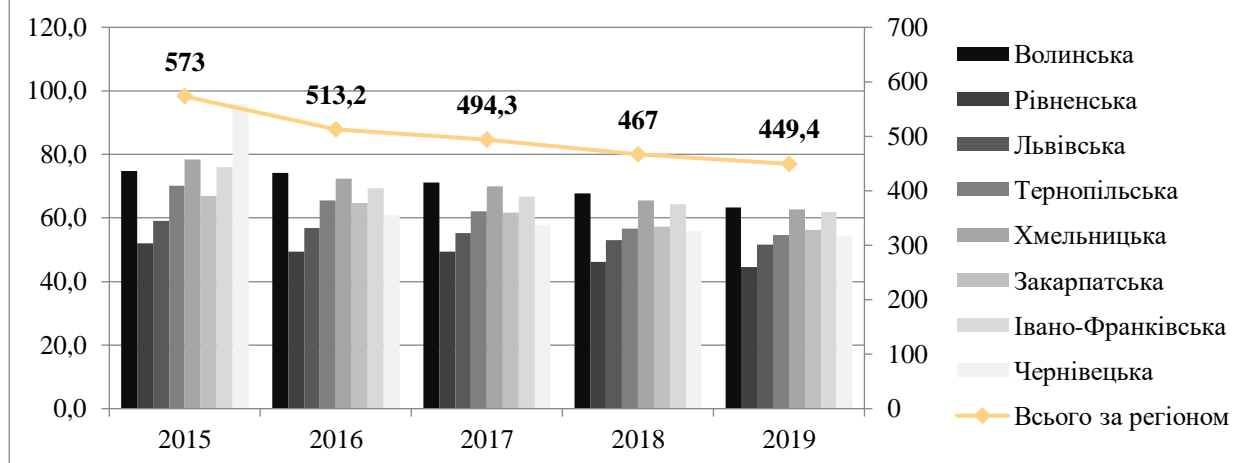
Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано підвезення до місця навчання і додому, відсотків до загальної кількості учнів, які того потребують, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	97,6	97,7	98,1	97,2	98,8
Рівненська	93,0	98,6	97,8	97,4	98,2
Львівська	91,0	90,7	91,5	91,9	92,8
Тернопільська	88,5	90,2	94,3	91,9	98,7
Хмельницька	99,9	100,0	100,0	100,0	100,0
Закарпатська	88,4	90,3	91,9	91,2	89,9
Івано-Франківська	94,2	95,1	91,9	91,3	92,9
Чернівецька	98,4	99,2	100,0	100,0	100,0
<i>Всього за регіоном</i>	<i>751</i>	<i>761,8</i>	<i>765,5</i>	<i>761</i>	<i>771,3</i>



Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку, %

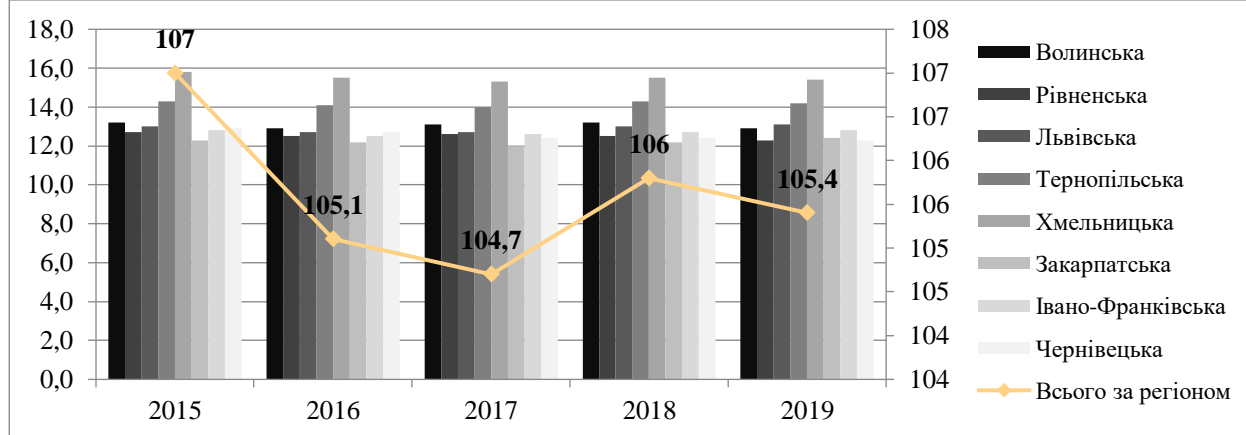
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	74,8	74,2	71,1	67,8	63,4
Рівненська	52,0	49,4	49,5	46,2	44,5
Львівська	59,1	56,8	55,3	53,0	51,7
Тернопільська	70,2	65,5	62,2	56,7	54,7
Хмельницька	78,5	72,4	69,9	65,6	62,8
Закарпатська	67,0	64,7	61,6	57,2	56,2
Івано-Франківська	76,0	69,3	66,8	64,3	61,9
Чернівецька	95,7	60,9	57,9	55,8	54,2
<i>Всього за регіоном</i>	<i>573</i>	<i>513,2</i>	<i>494,3</i>	<i>467</i>	<i>449,4</i>



## ПОКАЗНИКИ ДОСТУПНОСТІ ТА ЯКОСТІ ПОСЛУГ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

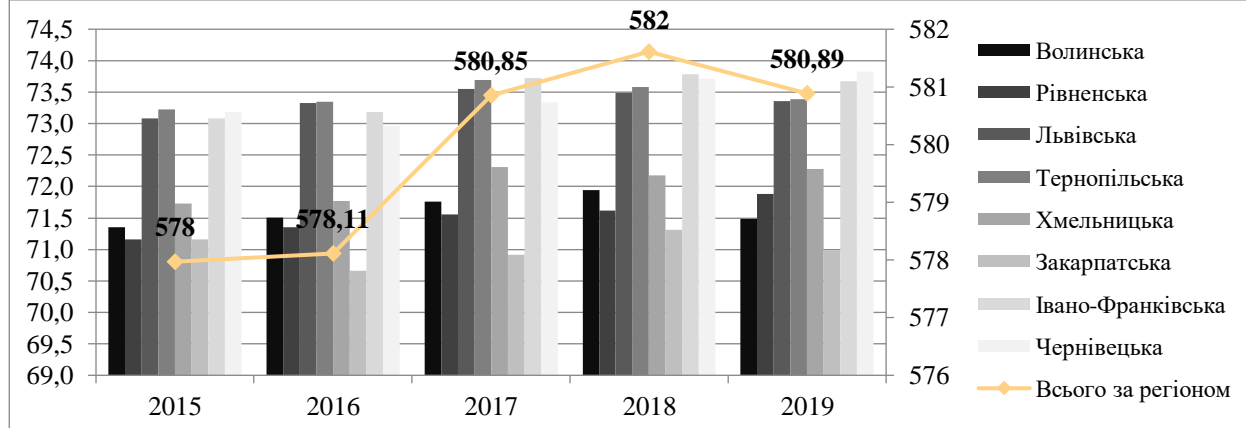
Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення, проміле

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	13,2	12,9	13,1	13,2	12,9
Рівненська	12,7	12,5	12,6	12,5	12,3
Львівська	13,0	12,7	12,7	13,0	13,1
Тернопільська	14,3	14,1	14,0	14,3	14,2
Хмельницька	15,8	15,5	15,3	15,5	15,4
Закарпатська	12,3	12,2	12,0	12,2	12,4
Івано-Франківська	12,8	12,5	12,6	12,7	12,8
Чернівецька	12,9	12,7	12,4	12,4	12,3
<i>Всього за регіоном</i>	<i>107</i>	<i>105,1</i>	<i>104,7</i>	<i>106</i>	<i>105,4</i>



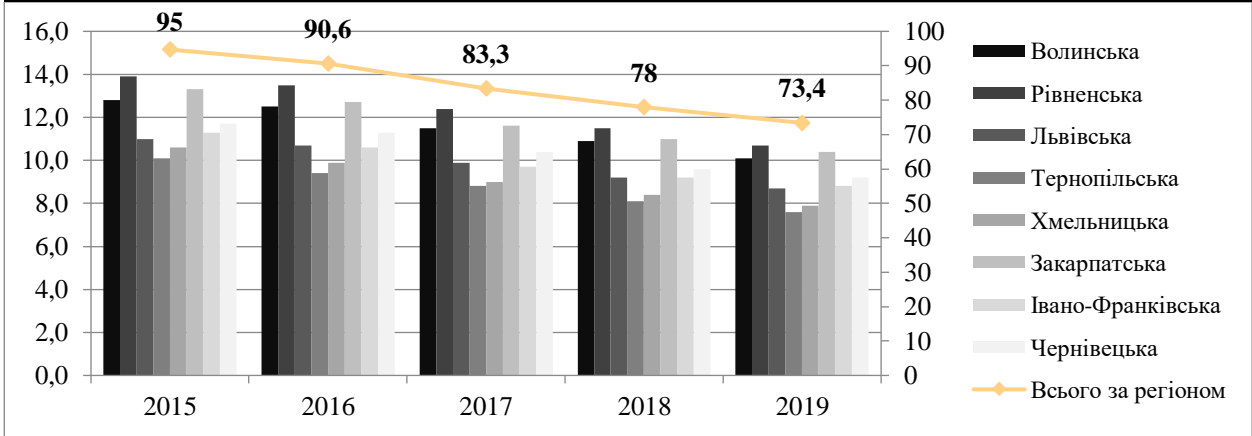
Середня очікувана тривалість життя при народженні, років

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	71,4	71,5	71,8	71,9	71,5
Рівненська	71,2	71,4	71,6	71,6	71,9
Львівська	73,1	73,3	73,6	73,5	73,4
Тернопільська	73,2	73,4	73,7	73,6	73,4
Хмельницька	71,7	71,8	72,3	72,2	72,3
Закарпатська	71,2	70,7	70,9	71,3	71,0
Івано-Франківська	73,1	73,2	73,7	73,8	73,7
Чернівецька	73,2	73,0	73,3	73,7	73,8
<i>Всього за регіоном</i>	<i>578</i>	<i>578,11</i>	<i>580,85</i>	<i>582</i>	<i>580,89</i>



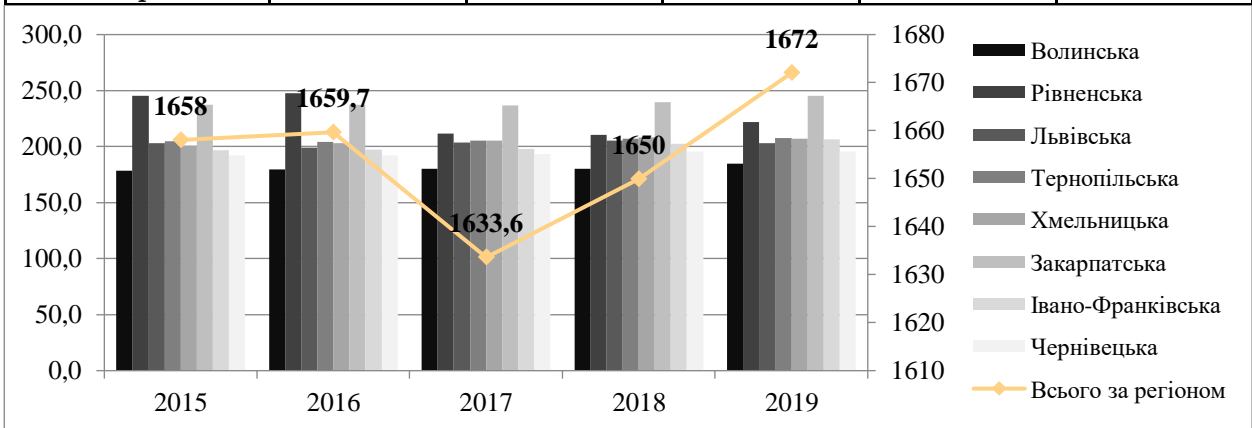
Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	12,8	12,5	11,5	10,9	10,1
Рівненська	13,9	13,5	12,4	11,5	10,7
Львівська	11,0	10,7	9,9	9,2	8,7
Тернопільська	10,1	9,4	8,8	8,1	7,6
Хмельницька	10,6	9,9	9,0	8,4	7,9
Закарпатська	13,3	12,7	11,6	11,0	10,4
Івано-Франківська	11,3	10,6	9,7	9,2	8,8
Чернівецька	11,7	11,3	10,4	9,6	9,2
<i>Всього за регіоном</i>	95	90,6	83,3	78	73,4



Планова ємність амбулаторнополіклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну

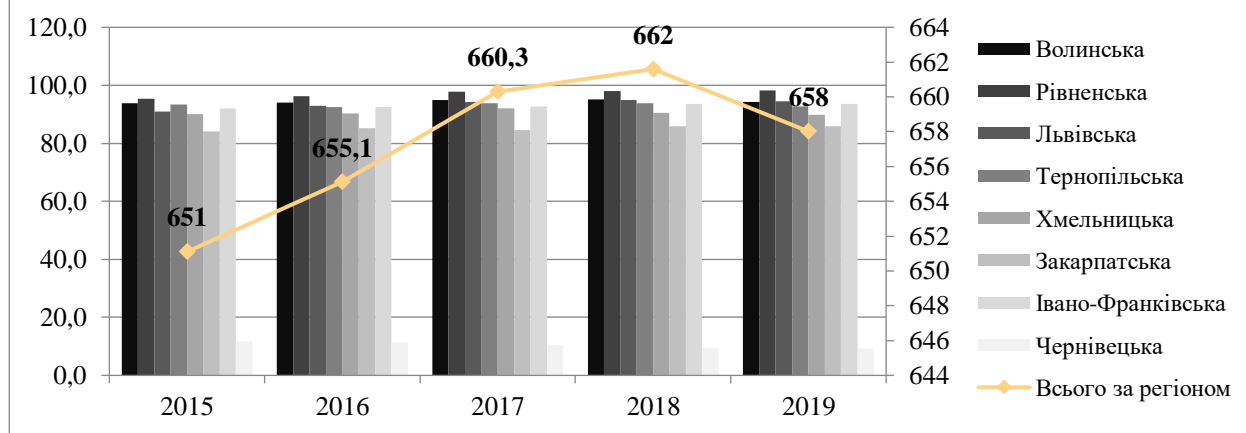
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	178,7	179,4	180,0	180,4	184,7
Рівненська	245,4	247,8	211,7	210,7	222,0
Львівська	202,8	198,8	203,5	205,4	203,1
Тернопільська	204,6	204,2	205,2	207,0	207,7
Хмельницька	200,5	202,8	205,5	208,0	207,2
Закарпатська	237,2	237,4	236,7	239,8	245,1
Івано-Франківська	196,6	197,1	197,9	202,7	206,6
Чернівецька	192,3	192,2	193,1	195,9	195,6
<i>Всього за регіоном</i>	1658	1659,7	1633,6	1650	1672



## ПОКАЗНИКИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ТА БЕЗПЕКИ

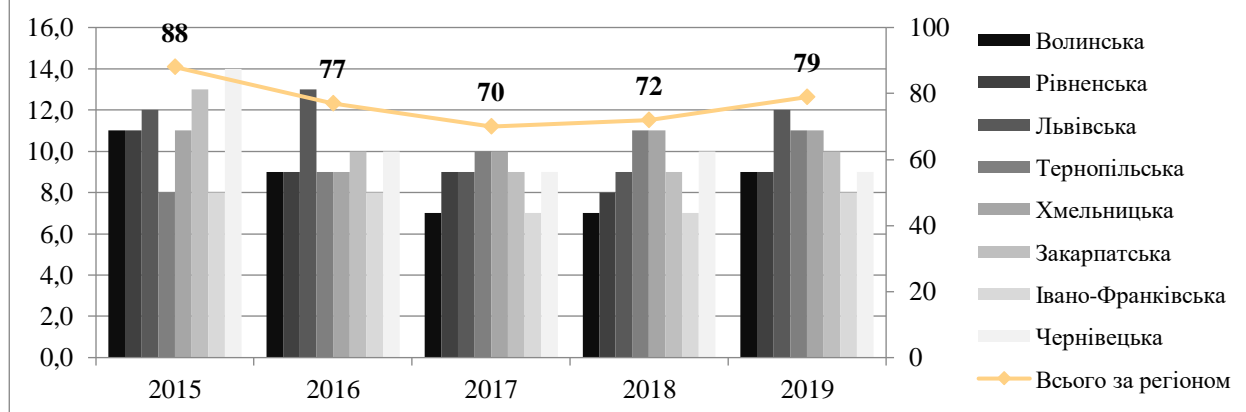
Питома вага дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання, у загальній кількості дітей даної категорії, %

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	93,9	94,1	94,9	95,1	94,3
Рівненська	95,3	96,2	97,7	98,0	98,2
Львівська	90,9	92,9	94,2	95,0	94,4
Тернопільська	93,3	92,5	93,8	93,8	92,8
Хмельницька	90,0	90,3	92,0	90,6	89,8
Закарпатська	84,0	85,2	84,5	85,8	85,8
Івано-Франківська	92,0	92,6	92,8	93,7	93,5
Чернівецька	11,7	11,3	10,4	9,6	9,2
<i>Всього за регіоном</i>	<i>651</i>	<i>655,1</i>	<i>660,3</i>	<i>662</i>	<i>658</i>



Кількість кримінальних правопорушень вчинених проти життя та здоров'я особи на 10 тис. осіб населення, одиниць

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	11,0	9,0	7,0	7,0	9,0
Рівненська	11,0	9,0	9,0	8,0	9,0
Львівська	12,0	13,0	9,0	9,0	12,0
Тернопільська	8,0	9,0	10,0	11,0	11,0
Хмельницька	11,0	9,0	10,0	11,0	11,0
Закарпатська	13,0	10,0	9,0	9,0	10,0
Івано-Франківська	8,0	8,0	7,0	7,0	8,0
Чернівецька	14,0	10,0	9,0	10,0	9,0
<i>Всього за регіоном</i>	<i>88</i>	<i>77</i>	<i>70</i>	<i>72</i>	<i>79</i>

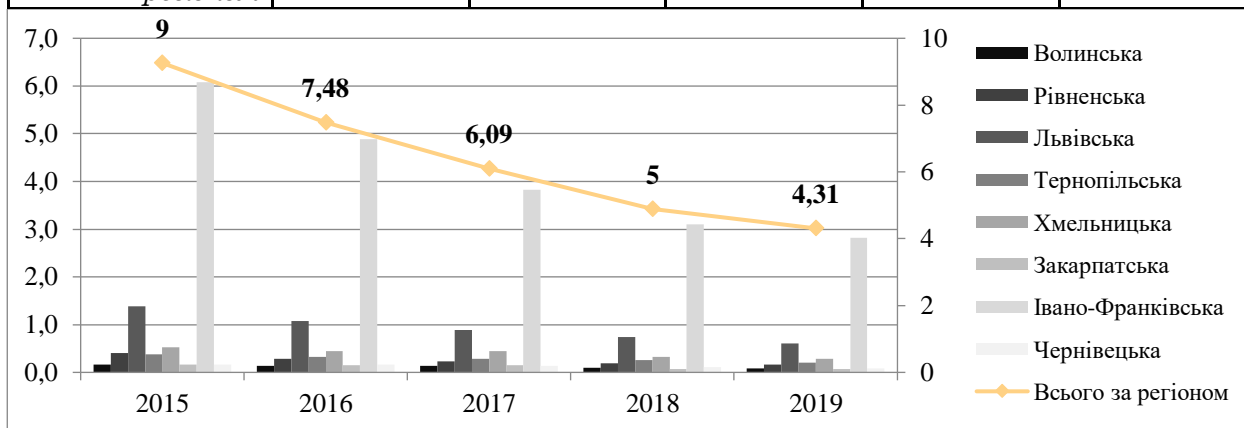


**ДОДАТОК М**

**ПОКАЗНИКИ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ЯКОСТІ ДОВКІЛЛЯ**

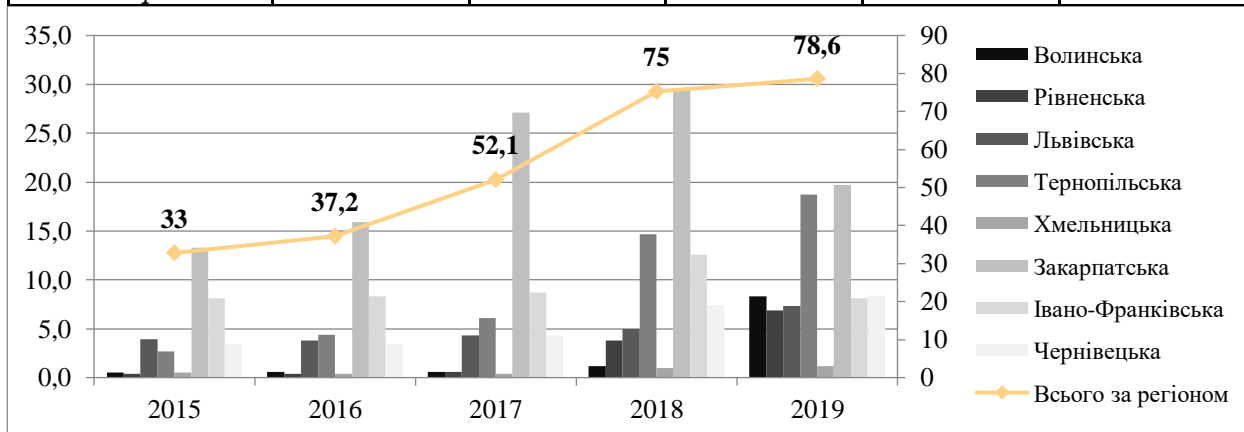
Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Рівненська	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
Львівська	1,4	1,1	0,9	0,7	0,6
Тернопільська	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2
Хмельницька	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3
Закарпатська	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Івано-Франківська	6,1	4,9	3,8	3,1	2,8
Чернівецька	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
<i>Всього за регіоном</i>	<i>9</i>	<i>7,48</i>	<i>6,09</i>	<i>5</i>	<i>4,31</i>



Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків

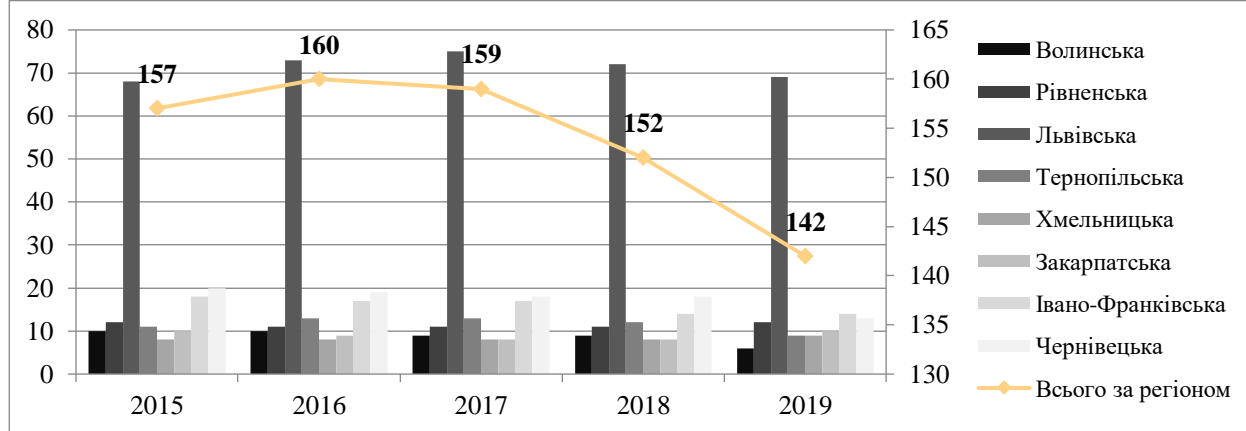
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	0,5	0,6	0,6	1,2	8,3
Рівненська	0,4	0,4	0,6	3,8	6,9
Львівська	3,9	3,8	4,3	5,0	7,3
Тернопільська	2,7	4,4	6,1	14,7	18,7
Хмельницька	0,5	0,4	0,4	1,0	1,2
Закарпатська	13,3	15,9	27,1	29,6	19,7
Івано-Франківська	8,1	8,3	8,7	12,6	8,1
Чернівецька	3,4	3,4	4,3	7,4	8,4
<i>Всього за регіоном</i>	<i>33</i>	<i>37,2</i>	<i>52,1</i>	<i>75</i>	<i>78,6</i>



## ПОКАЗНИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

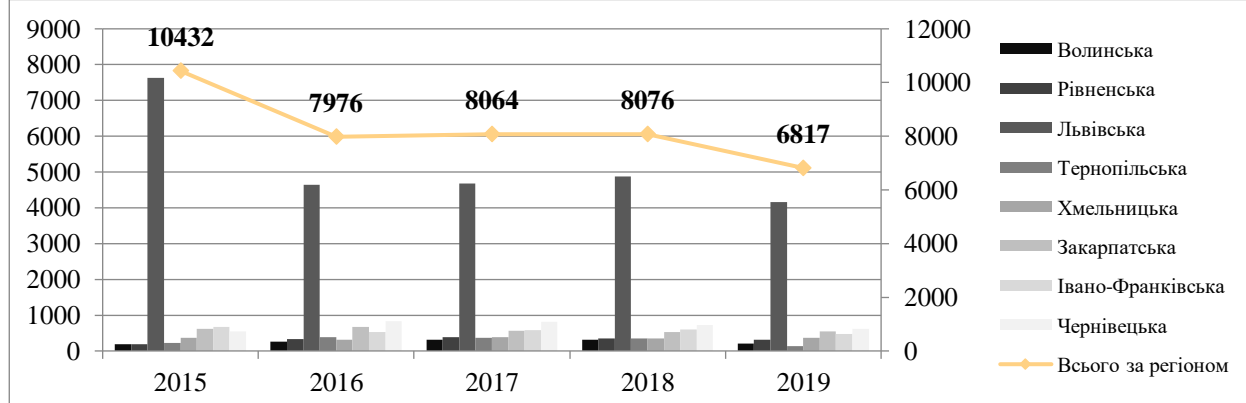
Кількість організацій, які здійснювали НДР, за регіонами, одиниць

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	10	10	9	9	6
Рівненська	12	11	11	11	12
Львівська	68	73	75	72	69
Тернопільська	11	13	13	12	9
Хмельницька	8	8	8	8	9
Закарпатська	10	9	8	8	10
Івано-Франківська	18	17	17	14	14
Чернівецька	20	19	18	18	13
<i>Всього за регіоном</i>	<i>157</i>	<i>160</i>	<i>159</i>	<i>152</i>	<i>142</i>
<b>Всього по Україні</b>	978	972	963	950	950



Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР, за регіонами, одиниць

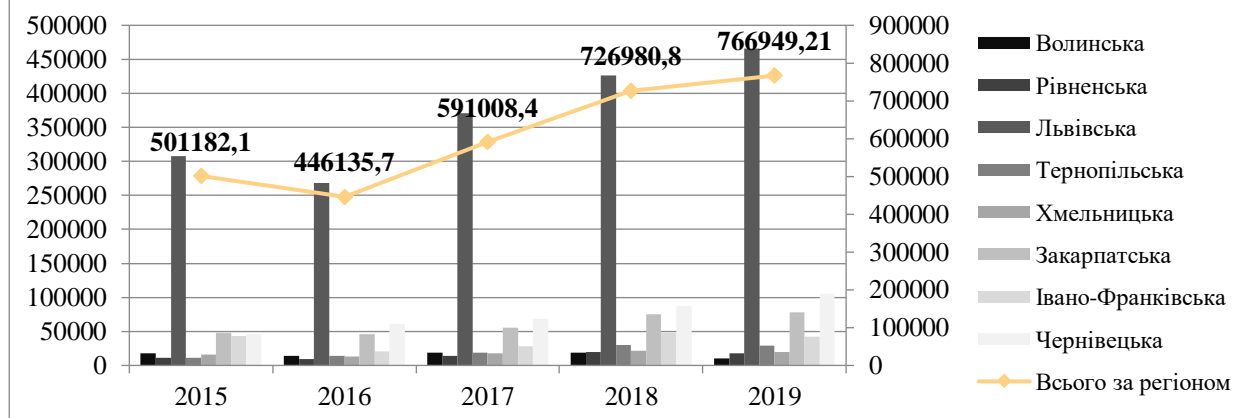
	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	188	258	314	317	202
Рівненська	190	327	378	340	312
Львівська	7629	4648	4680	4869	4155
Тернопільська	221	383	361	345	135
Хмельницька	368	321	380	348	373
Закарпатська	617	678	562	526	548
Івано-Франківська	674	524	580	600	483
Чернівецька	545	837	809	731	609
<i>Всього за регіоном</i>	<i>10432</i>	<i>7976</i>	<i>8064</i>	<i>8076</i>	<i>6817</i>
<b>Всього по Україні</b>	101598	97912	94274	88128	79262





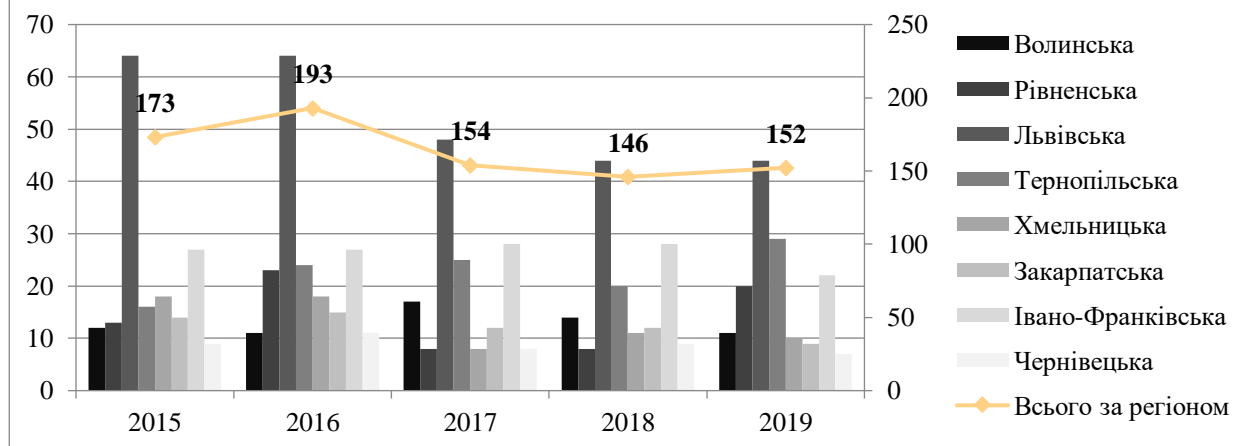
Витрати на виконання НДР за регіонами, тис. грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	17761,4	13604,1	18414,9	18434,7	9948,3
Рівненська	11241,7	9327,1	13723,8	19323,8	17619
Львівська	307952,9	267775,7	370532,7	426789,7	465522,2
Тернопільська	11348,7	14335,7	19200,1	30195,3	29094,1
Хмельницька	15839,3	12959,2	17510	21286,9	19233,7
Закарпатська	47799,8	46430	55241,8	75107,8	77694,5
Івано-Франківська	42907	20414,5	28051,2	47914,5	42107,71
Чернівецька	46331,3	61289,4	68333,9	87928,1	105729,7
<i>Всього за регіоном</i>	<i>501182,1</i>	<i>446135,7</i>	<i>591008,4</i>	<i>726980,8</i>	<i>766949,2</i>
<b>Всього по Україні</b>	13161363	12661014	13379292	16773725	17254630



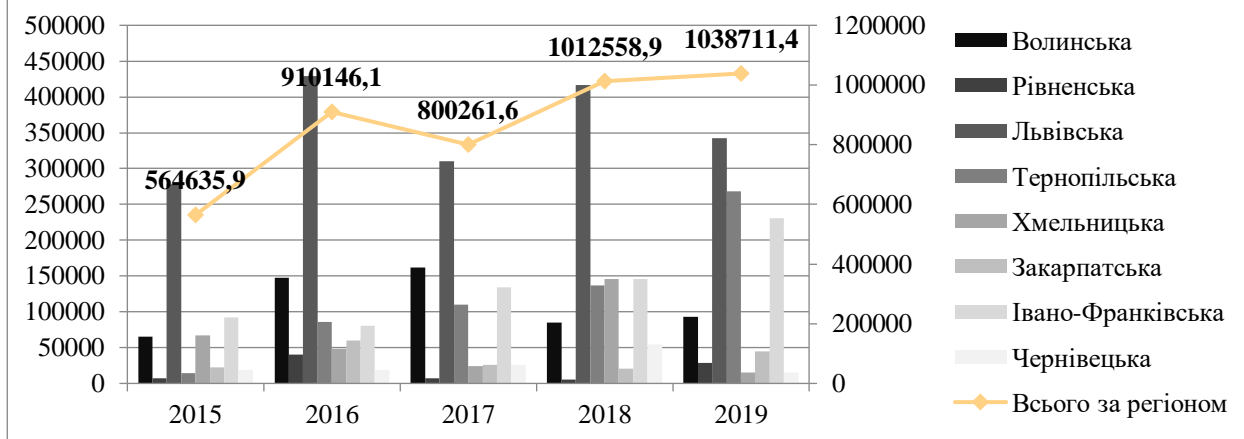
Кількість інноваційно активних промислових підприємств за напрямками інноваційної діяльності за регіонами, одиниць

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	12	11	17	14	11
Рівненська	13	23	8	8	20
Львівська	64	64	48	44	44
Тернопільська	16	24	25	20	29
Хмельницька	18	18	8	11	10
Закарпатська	14	15	12	12	9
Івано-Франківська	27	27	28	28	22
Чернівецька	9	11	8	9	7
<i>Всього за регіоном</i>	<i>173</i>	<i>193</i>	<i>154</i>	<i>146</i>	<i>152</i>
<b>Всього по Україні</b>	824	834	759	777	782



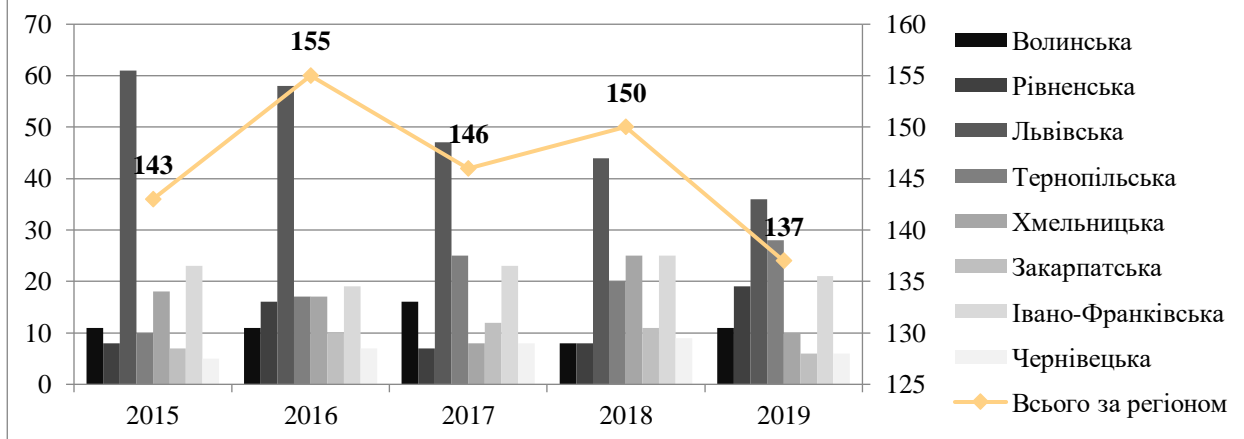
Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної діяльності за регіонами, одиниць

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	65280,3	147411,3	162077,9	85399,8	93083,9
Рівненська	6865,9	40421,2	7315,4	5795,2	29023,5
Львівська	277796,2	429278,9	310047,7	416914,5	342258,1
Тернопільська	14557,7	85871,9	109734,7	137125,6	268009,7
Хмельницька	66659,4	47994,7	24552,5	146153	15639,2
Закарпатська	22530,6	59666,1	26249,6	20206,2	44617,9
Івано-Франківська	92189	80467,5	134192,2	146153	230675,8
Чернівецька	18756,8	19034,5	26091,6	54811,6	15403,3
<i>Всього за регіоном</i>	<i>564635,9</i>	<i>910146,1</i>	<i>800261,6</i>	<i>1012559</i>	<i>1038711</i>
<b>Всього по Україні</b>	13813674	23229458	9117537	12180073	14220905



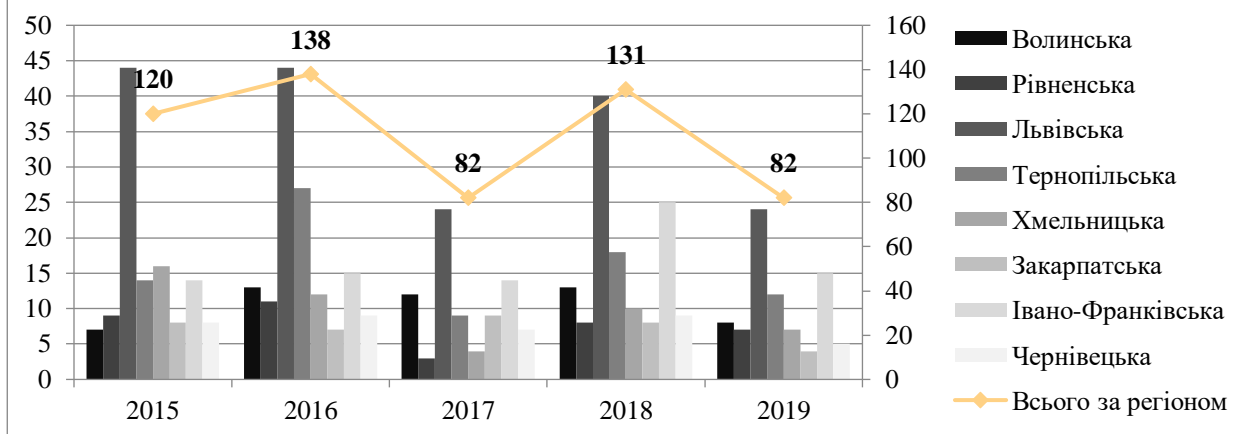
Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси) за регіонами, одиниць

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	11	11	16	8	11
Рівненська	8	16	7	8	19
Львівська	61	58	47	44	36
Тернопільська	10	17	25	20	28
Хмельницька	18	17	8	25	10
Закарпатська	7	10	12	11	6
Івано-Франківська	23	19	23	25	21
Чернівецька	5	7	8	9	6
<i>Всього за регіоном</i>	<i>143</i>	<i>155</i>	<i>146</i>	<i>150</i>	<i>137</i>
<b>Всього по Україні</b>	723	735	672	739	687



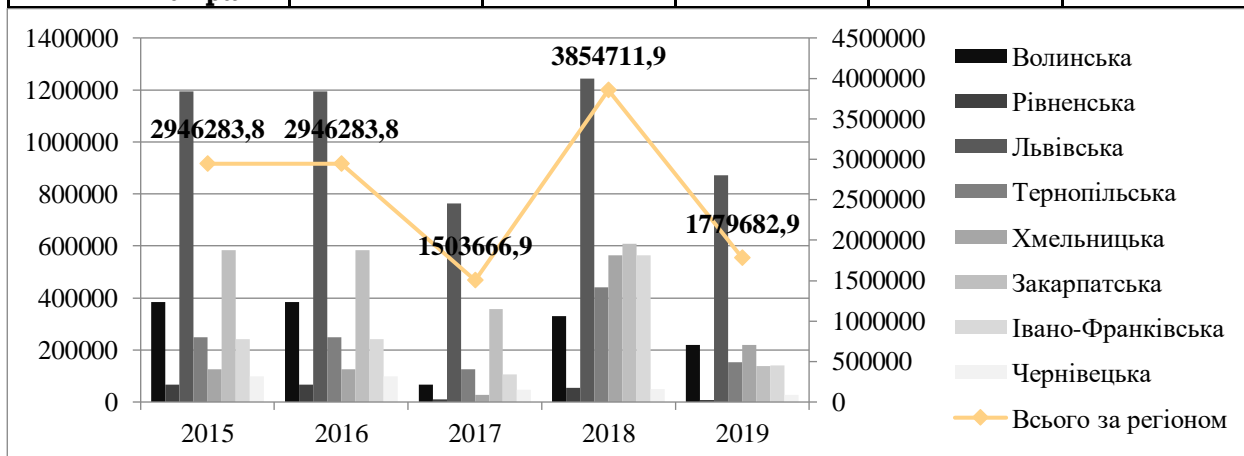
Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію (товари, послуги) за регіонами, одиниць

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	7	13	12	13	8
Рівненська	9	11	3	8	7
Львівська	44	44	24	40	24
Тернопільська	14	27	9	18	12
Хмельницька	16	12	4	10	7
Закарпатська	8	7	9	8	4
Івано-Франківська	14	15	14	25	15
Чернівецька	8	9	7	9	5
<i>Всього за регіоном</i>	<i>120</i>	<i>138</i>	<i>82</i>	<i>131</i>	<i>82</i>
<b>Всього по Україні</b>	570	632	450	674	442



Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами, тис. грн

	2015	2016	2017	2018	2019
Волинська	383598,6	383598,6	66820,5	330587,5	219429,4
Рівненська	67324,7	67324,7	9266,5	53435,7	7408,9
Львівська	1193855,9	1193856	763079,4	1243427	871902,7
Тернопільська	249303,3	249303,3	126930,5	440259,5	153364,2
Хмельницька	127076,3	127076,3	27769,1	564035	219969,4
Закарпатська	583169,7	583169,7	358075,8	609655,9	138821
Івано-Франківська	241973,4	241973,4	105412	564035	141891,2
Чернівецька	99981,9	99981,9	46313,1	49276,1	26896,1
<i>Всього за регіоном</i>	<i>2946283,8</i>	<i>2946284</i>	<i>1503667</i>	<i>3854712</i>	<i>1779683</i>
<b>Всього по Україні</b>	23050093	23050093	17714245	24861143	34264893



## РЕЙТИНГУВАННЯ. ДЖЕРЕЛА ПОКАЗНИКІВ.

Показники щорічної оцінки соціально-економічного розвитку регіональних ринків туристичних послуг, що було використано в процесі дослідження за 2015-2019 рр.

Найменування показника		Відповідальні за подання даних
<i>Економічна та соціальна згуртованість</i>		
1.	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу населення, гривень	Державне управління статистики
2.	Наявний дохід населення у розрахунку на одну особу населення, гривень	Державне управління статистики
3.	Загальний коефіцієнт вибуття сільського населення, у розрахунку на 10 тис. осіб наявного сільського населення*	Державне управління статистики
<i>Економічна ефективність</i>		
4.	Індекс промислової продукції, відсотків до попереднього року	Державне управління статистики
5.	Обсяг реалізованої промислової продукції у розрахунку на одну особу населення, гривень	Державне управління статистики
6.	Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва, відсотків до попереднього року*	Державне управління статистики
7.	Обсяг виробництва продукції сільського господарства на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, гривень*	Державне управління статистики
8.	Індекс будівельної продукції, відсотків до попереднього року	Державне управління статистики
9.	Обсяг виконаних будівельних робіт у розрахунку на одну особу населення, гривень	Державне управління статистики
10.	Індекс споживчих цін, відсотків	Державне управління статистики
<i>Інвестиційно-інноваційний розвиток та зовнішньоекономічна співпраця</i>		
11.	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	Державне управління статистики
12.	Обсяг капітальних інвестицій (крім інвестицій з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з початку року, гривень	Державне управління статистики
13.	Темп зростання (зменшення) обсягу прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), відсотків до обсягу на початок року	Державне управління статистики
14.	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з початку інвестування, доларів США	Державне управління статистики
15.	Частка реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції, відсотків	Державне управління статистики
16.	Обсяг експорту товарів у розрахунку на одну особу населення, доларів США	Державне управління статистики
<i>Фінансова самодостатність</i>		
17.	Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів (без трансфертів), відсотків до попереднього року	Мінфін
18.	Доходи місцевих бюджетів (без трансфертів) у розрахунку на одну особу населення, тис. гривень	Мінфін
19.	Капітальні видатки місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) у розрахунку на одну особу населення, тис. гривень	Мінфін
20.	Темп зростання (зменшення) податкового боргу за грошовими зобов'язаннями платників податків без урахування податкового боргу платників податків, які перебувають у процедурах банкрутства або щодо яких судом прийнято рішення (постанову) про зупинення провадження у справі, відсотків до початку року	Мінфін
<i>Розвиток малого та середнього підприємництва</i>		
21.	Кількість суб'єктів середнього підприємництва у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	Державне управління статистики
22.	Кількість суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва) у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	Державне управління статистики

23.	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів середнього підприємництва (у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктами господарювання, відсотків)	Державне управління статистики
24.	Частка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємства) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктами господарювання, відсотків	Державне управління статистики
<i>Ефективність ринку праці</i>		
25.	Продуктивність праці, відсотків	Мінекономіки
26.	Рівень безробіття населення у віці 15-70 років (за методологією Міжнародної організації праці), відсотків до економічно активного населення відповідного віку	Державне управління статистики
27.	Індекс реальної заробітної плати, відсотків до попереднього року	Державне управління статистики
28.	Сума заборгованості з виплати заробітної плати, відсотків до фонду оплати праці за останній місяць звітного року	Державне управління статистики
<i>Розвиток інфраструктури</i>		
29.	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення в регіоні, кілометрів на тис. кв. кілометрів	Мінінфраструктури
30.	Обсяг вантажообороту автомобільного та залізничного транспорту, тис. тонн-кілометрів на 1000 осіб населення	Мінінфраструктури
31.	Загальна площа житлового фонду у розрахунку на одну особу населення, кв. метрів	Державне управління статистики
<i>Відновлювана енергетика та енергоефективність</i>		
32.	Обсяги паливно-енергетичних ресурсів, спожитих у регіоні за звітний період на душу населення регіону, тонн нафтового еквіваленту	Держенергоефективності
33.	Частка сумарної потужності котелень на альтернативних видах палива в регіоні, відсотків до загальної потужності котелень регіону	Держенергоефективності
<i>Доступність та якість послуг у сфері освіти</i>		
34.	Частка загальноосвітніх навчальних закладів денної форми навчання сільської місцевості, що використовують у навчально-виховному процесі комп'ютерну техніку, підключену до Інтернету, відсотків до загальної кількості таких закладів*	МОН
35.	Частка дітей сільської місцевості, для яких організовано підвезення до місця навчання і додому, відсотків до загальної кількості учнів, які того потребують*	МОН
36.	Питома вага дітей, охоплених позашкільною освітою, відсотків до загальної кількості дітей шкільного віку	МОН
<i>Доступність та якість послуг у сфері охорони здоров'я</i>		
37.	Загальний коефіцієнт смертності на 1 тис. осіб наявного населення	Державне управління статистики
38.	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	Державне управління статистики
39.	Кількість живонароджених на 1 тис. осіб наявного населення, проміле	Державне управління статистики
40.	Планова ємність амбулаторно-поліклінічних закладів на 10 тис. осіб населення, тис. відвідувань за зміну	Державне управління статистики
<i>Соціальний захист та безпека</i>		
41.	Питома вага дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які виховуються у сімейних формах виховання у загальній кількості дітей даної категорії, відсотків	Мінсоцполітики
42.	Кількість кримінальних правопорушень, вчинених проти життя та здоров'я особи, на 10 тис. осіб населення, одиниць	Державне управління статистики
<i>Рациональне природокористування та якість довкілля</i>		
43.	Обсяги викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 млрд. гривень валового регіонального продукту, тис. тонн	Мінекоенерго
44.	Частка населених пунктів, у яких впроваджено роздільне збирання твердих побутових відходів, у загальній кількості населених пунктів регіону, відсотків	Мінрегіон
<i>Інноваційний розвиток</i>		
45.	Питома вага кількості організацій, які здійснювали НДР, за регіонами до загальноукраїнського показника	Державне управління статистики

46	Питома вага кількості працівників, задіяних у виконанні НДР за регіонами до загальноукраїнського показника	Державне управління статистики
47	Питома вага витрат на виконання НДР за регіонами до загальноукраїнського показника	Державне управління статистики
48	Питома вага кількості інноваційно активних промислових підприємств за напрямками інноваційної діяльності за регіонами до загальноукраїнського показника	Державне управління статистики
49	Питома вага витрат на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної діяльності за регіонами до загальноукраїнського показника	Державне управління статистики
50	Питома вага кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси) за регіонами до загальноукраїнського показника	Державне управління статистики
51	Питома вага кількості промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію (товари, послуги) за регіонами до загальноукраїнського показника	Державне управління статистики
52	Питома вага обсягу реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг) за регіонами до загальноукраїнського показника	Державне управління статистики

**ДОДАТОК П**

**Результати розрахунків впливу обсягу капітальних інвестицій та витрат на виконання наукових досліджень і розробок на кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в розрізі регіональних ринків туристичних послуг**

Темп приросту кількості туристів, %	Темп приросту капітальних інвестицій, %	Темп приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок, %	Функція залежності темпу приросту туристів від темпу приросту капітальних інвестицій (темпу приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок) $Y_i = b_0 + b_1 x_i$	Коефіцієнт детермінації $R^2$	Вплив (залежить від значення детермінації) Вплив Негативна Позитивна Відсутній -0.09 до 0.0 0.0 до 0.09 Низький -0.3 до -0.1 0.1 до 0.3 Середній -0.5 до -0.3 0.3 до 0.5 Високий -1.0 до -0.5 0.5 до 1.0	Економічне тлумачення функції
<b>Волинська область</b>						
y	x		$y = 0,08 - 0,17x$	0.01	відсутній	Це означає, що 1% варіації темпу приросту кількості туристів (y) пояснюється варіацією фактора x – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
y		x	$y = 0,03 - 0,39x$	0.07	відсутній	Це означає, що 7% варіації темпу приросту кількості туристів (y) пояснюється варіацією фактора x – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
<b>Рівненська область</b>						
y	x		$y = 0,52 + 2,15x$	0.05	відсутній	Це означає, що 5% варіації темпу приросту кількості туристів (y) пояснюється варіацією фактора x – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
y		x	$y = 0,78 + 1,27x$	0.02	відсутній	Це означає, що 2% варіації темпу приросту кількості туристів (y) пояснюється варіацією фактора x – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
<b>Тернопільська область</b>						
y	x		$y = 0,13 - 0,06x$	0.14	низький	Це означає, що 14% варіації темпу приросту

						кількості туристів (у) пояснюється варіацією фактора х – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
у		х	$y=0,02+0,60x$	0.15	низький	Це означає, що 15% варіації темпу приросту кількості туристів (у) пояснюється варіацією фактора х – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
<b>Івано-Франківська область</b>						
у		х	$y=0,07-0,16x$	0.02	відсутній	Це означає, що 2% варіації темпу приросту кількості туристів (у) пояснюється варіацією фактора х – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
у		х	$y=0,05+0,08x$	0	відсутній	Це означає, що 0% варіації темпу приросту кількості туристів (у) пояснюється варіацією фактора х – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
<b>Закарпатська область</b>						
у		х	$y=-0,06+0,31x$	0.02	відсутній	Це означає, що 2% варіації темпу приросту кількості туристів (у) пояснюється варіацією фактора х – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
у		х	$y=-0,18+1,28x$	0.24	низький	Це означає, що 2,4% варіації темпу приросту кількості туристів (у) пояснюється варіацією фактора х – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
<b>Чернівецька область</b>						
у		х	$y=-0,05+0,02x$	0	відсутній	Це означає, що 0% варіації темпу приросту кількості туристів (у) пояснюється варіацією



						фактора x – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
y		x	$y = -0,29 + 1,68x$	0.59	високий	Це означає, що 59% варіації темпу приросту кількості туристів (y) пояснюється варіацією фактора x – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
<b>Львівська область</b>						
y		x	$y = 0,09 + 0,66x$	0.14	низький	Це означає, що 0% варіації темпу приросту кількості туристів (y) пояснюється варіацією фактора x – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
y		x	$y = 0,23 - 0,42x$	0.03	відсутній	Це означає, що 3% варіації темпу приросту кількості туристів (y) пояснюється варіацією фактора x – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
<b>Хмельницька область</b>						
y		x	$y = -0,10 + 0,33x$	0.07	відсутній	Це означає, що 7% варіації темпу приросту кількості туристів (y) пояснюється варіацією фактора x – темпом приросту капітальних інвестицій. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.
y		x	$y = -0,07 + 0,18x$	0.04	відсутній	Це означає, що 4% варіації темпу приросту кількості туристів (y) пояснюється варіацією фактора x – темпом приросту витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Даний відсоток є неприйнятним для подальшого дослідження моделі.

\* Побудовано та систематизовано автором на основі особистих розрахунків

Навчальне видання

Володимир Вікторович Лагодієнко  
ПАВЛОВ Костянтин Володимирович  
ПАВЛОВА Олена Миколаївна  
Ганна Овсепівна Саркісян

**ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ  
НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ:  
МОДЕРНІЗАЦІЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ**

МОНОГРАФІЯ

Здано до набору 05.01.2022 р. Підписано до друку 12.11.2021 р.  
Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.  
Друк цифровий. Ум. Друк арк. 25,05. Обл. вид. арк. 24,2.  
Наклад 300 примірників.Замовлення № 217.

ФОП Гадяк Жанна Володимирівна Друкарня «Волиньполіграф»  
Свідоцтво Держкомінформу України ДК №3585 від 22.09.09 р.  
вул. Привокзальна, 12, м. Луцьк, 43021  
Тел.: (0332) 77 07 14, 77 05 02. e-mail: vpolygraf@gmail.com  
[www.vpolygraf.com.ua](http://www.vpolygraf.com.ua)

**Лагодієнко В.В., Павлов К.В., Павлова О.М., Саркісян Г.О.**  
П 12 **Інноваційна діяльність на регіональних туристичних ринках: модернізація та регулювання:** монографія / В.В. Лагодієнко, К.В. Павлов, О.М. Павлова, Г.О. Саркісян – Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. – 402 с.

ISBN 978-617-7843-32-9

В монографії висвітлено суть, значення, передумови формування та сегментацію регіональних ринків туристичних послуг, надано загальну характеристику та класифіковано туристичні послуги, з'ясовано роль та особливості гастрономічного туризму в структурі регіональних туристичних ринків. Узагальнено теоретико-наукові засади змісту та значення ринку туристичних послуг, конкретизовано його функціональну приналежність, класифіковано види. Обумовлено позицію формування регіональних туристичних ринків на основі їх територіальних відмінностей залежно від приналежності, масштабності, заселення, транскордонного походження, характеру та способу господарювання, релігійних та етнічних традицій народу. Усвідомлено розуміння туристичного попиту та його закономірностей, окреслено чинники впливу на нього. До узагальнених чинників слід віднести комплексні та економічні. Наукове тлумачення регіональних туристичних ринків та їх функціонального призначення є доволі неоднорідним, малодослідженим та потребує конкретизації своєї об'єктивності не зважаючи на представлені наукові доробки значної кількості науковців і дослідників. До уваги взято широкий спектр ознак, які виокремлюють та диференціюють складники в структурі РРТП, серед яких: економічні особливості соціальної та економічної згуртованості, інноваційного забезпечення, показники туристичного ринку, рівень розвитку малого та середнього бізнесу, рівень фінансової сомодосконаlostі, рівень розвитку інфраструктури та схеми її розвитку, ефективність ринку праці, рівень якості умов довкілля та раціонального природокористування, рівень соціального захисту, доступність медичного обслуговування. Визначено позитивні та негативні наслідки туризму регіону, як секторального процесу, в результаті чого синхронізовано дії держави у вигляді опосередкованого, стримуючого та стимулюючого підходів до поживавлення туристичної активності. Деталізовано існуючі ризики РРТП, до яких слід віднести суспільно-політичні, економічні, адміністративні та регіональні. Виділено основні суб'єкти туристичного ринку. Кожен із зазначених суб'єктів характеризується системною взаємодією з іншим та утворенням структури функціонування ринку туристичних послуг загалом.

УДК 338.487-027.541:330.341.1

