

УДК 338.48

Яковець Т.А.

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу ТНЕУ

ТУРИЗМ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Yakovets T.A.

TOURISM IN THE UNITED TERRITORIAL COMMUNITY AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE DOMESTIC TOURISM INDUSTRY

Туризм входить в ТОП-10 світових галузей за рівнем доходів і щорічно зростає на 6%. Загалом по Україні надходження від суб'єктів господарювання туристичної галузі до зведеного бюджету держави в 2018 році зросли на 250%. Було 1,7 млрд грн, а зараз отримали 4,2 млрд грн. Соціологічні дослідження свідчать про те, що дві третини українців не були за кордоном, а протягом останніх п'яти років більшість не вирушала ані до Європи, ані до країн СНД. Оптимістичнішою виглядає статистика міжрегіональних подорожей: так, 75% опитаних франківців і 59% харків'ян хоча б раз виїжджали в інший регіон (28% і 18% з них відповідно — багато разів) [1].

Проте, аналіз ситуації в Україні показує, що більш популярними є закордонні тури. У 2018 р. реалізовано 1546223 путівки для подорожей за кордон, що на 701322 більше, ніж 2017 р. Щодо показників внутрішнього туризму, то кількість реалізованих путівок знижується впродовж останніх років на 43294 одиниць [2].

З розвитком процесу децентралізації важливим стратегічним напрямком розвитку внутрішнього туризму є саме стратегічна орієнтація туристичного потенціалу об'єднаних територіальних громад (далі ОТГ), що сприятиме розширенню інфраструктури та елементів туристичної сфери.

Якщо розглядати вплив туризму саме на економічний розвиток ОТГ, то можемо виділити кілька напрямків: збільшує надходження до бюджету, стимулює розвиток малого бізнесу у понад 50 суміжних галузей економіки, створює робочі місця (кожні 26 туристів створює одне робоче місце), розвиває інфраструктуру, покращує якість життя, зменшує відтік людей.

Що ж потрібно зробити ОТГ, щоб туризм став прибутковим бізнесом?

По-перше чітко окреслити матеріально-технічну базу туристично-рекреаційних об'єктів громади, розробити чітку стратегію розвитку туризму в ОТГ з планом заходів, кошторисом й термінами виконання. Налагодити співпрацю з широким колом бізнес-партнерів.

По-друге створити туристичний портал та організувати промо-тури й, звичайно, ребрейдинг. Враховуючи наявність в Україні вагомих факторів розвитку туризму, а саме: історичні, географічні, природні, економічні, соціально-демографічні, можливим є інтерпретація цікавих туристичних продуктів в особливій формі, з врахуванням специфіки місцевості.

Приміром, згідно статистичних даних в Тернопільській області переважають такі види туризму, як діловий (1%) , дозвілля (97%) та спортивний (3%) [2]. Разом з тим, в Тернопільській області налічується 54 ОТГ. Враховуючи місцевість цих ОТГ, можливим є реалізація таких видів туризму як трекінг туризм, етнографічні тури та відповідно до особливостей цього регіону, інтерпретувати на даному маршруті джайлоо туризм. Цікавий формат, привабить туристів, тим самим сприятиме розвитку внутрішнього туризму.

По-третє, на постійній основі здійснювати соціально-економічний аналіз розроблених проектів для визначення сильних та слабких сторін.

Цікавою практикою щодо розвитку туризму ОТГ, є створення туристичного кластеру, шляхом об'єднання активу кількох ОТГ.

Туристичний кластер можна визначити як географічно сконцентрована група взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, підприємств у суміжних галузях, а також пов'язані з їх діяльністю організації (університети, агентства зі стандартизації, торговельні об'єднання, які конкурують і при цьому здійснюють сумісну діяльність») [3].

Впровадження кластерного підходу дозволяє забезпечити ефективну взаємодію між спорідненими організаціями, їх партнерами та органами державної влади. При цьому завдання влади - виявити основні кластери, в яких зацікавлений регіон, через формування інституціонального механізму в законодавчому плані, знайти шляхи об'єднання наявного інтелектуального та науково-освітнього потенціалу, матеріально-технічних й інших ресурсів, визначити стратегічні основи розвитку [4 с.342].

Для розвитку туристичних кластерів в ОТГ, вважаємо необхідним є запровадження ряду заходів, а саме: створити раду кластеру; обрати менеджера кластеру; визначити зони відповідальності кластеру; окреслити показники діяльності керівника кластеру; розробити стратегію діяльності кластеру. Основоположним в діяльності туристичного кластеру ОТГ є взаємодія з бізнес структурами. Ефективна її побудова може забезпечувати вигоду як для ОТГ, так і для бізнесу (рис 1.).

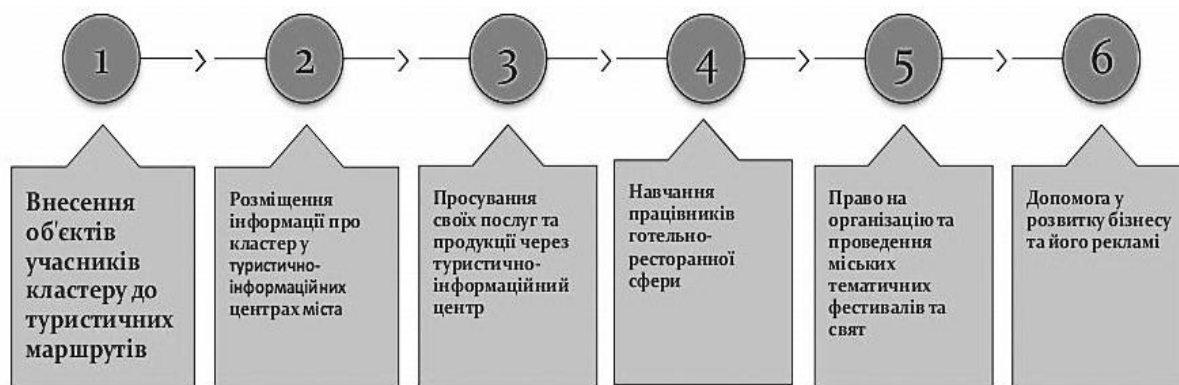


Рис. 1. Вигода для бізнесу у взаємодії з туристичним кластером ОТГ

Наведені рекомендації дозволять усунути проблеми, що гальмують розвиток туризму та туристичної індустрії в Україні. Саме розвиток туризму в ОТГ вплине на розбудову внутрішньої туристичної інфраструктури та покращення економічного, так і соціального розвитку країни.

Список використаних джерел:

1. Четверте всеукраїнське муніципальне опитування. URL: http://ratinggroup.ua/research/regions/chetvertyy_vseukrainskiy_municipalnyy_opros.html.
2. Туристична діяльність в Україні. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Porter M.E. On Competition / M.E. Porter. - Updated and Expanded Edition. - A Harvard Business Review Book, 2008. - 544 p.
4. Михайліченко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону / Г.І. Михайліченко // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : збірник наук. праць. - 2012. - С.341-349.