

Розвиток науково-методичного інструментарію зміцнення економічної безпеки регіону через удосконалення технологій маркетингового забезпечення туризму

В. В. Ратинський, Н. С. Тимошик, Р. П. Шерстюк, О. П. Дудкіна, І. В. Дунаєв,
І. О. Петровська, О. Г. Мітал, О. О. Носирєв

Розроблено концепцію маркетингового забезпечення зміцнення економічної безпеки регіону за рахунок активізації туристичного бізнесу. Встановлено, що економічна безпека регіону є результатом впливу низки процесів різної природи і ступеня впливу. Оцінка безпеки залежить від її мети і груп часткових показників, що надають комплексну оцінку. Результатом здійснення процедури оцінювання повинен бути ґрунтовний висновок щодо одного з можливих станів: економічна безпека, економічна небезпека, економічний ризик, економічна загроза. Туристичний сектор, впливаючи на рівень безпеки регіону через генерування додаткових фінансових і супутніх їм потоків, вимагає уточнення змісту науково-методичних підходів до управління. Пропонується виокремити адміністративні методи і ринкові механізми як доповнюючі один одного. На рівні окремих туристичних підприємств та їх об'єднань доцільно впроваджувати маркетингові стратегії традиційного розширення ринку, продукту, і інноваційного оновлення портфеля туристичних продуктів. Основними інструментами і технологіями досягнення поставлених цілей виступають цифрові інформаційно-комунікаційні технології. Їх застосування пов'язане з використанням методу економіко-математичного моделювання, а також технології SWOT-аналізу і використання спеціальної платформи BITOUR. Використання запропонованих теоретико-методичних пропозицій уможливить оцінку економічної безпеки регіону в частині можливого його стану. Також це стане в нагоді при розробці стратегічних і тактичних планів щодо регулювання туристичного бізнесу в системі забезпечення економічного розвитку регіону.

Ключові слова: економічна безпека, туристичний бізнес, маркетингова стратегія, інформаційно-комунікаційні технології, великі дані, бізнес-аналітика.

1. Вступ

Національна економічна система зазнала суттєвих змін в своєму складі під впливом некерованих чинників зовнішнього середовища. Відповідні зрушення відбулись і на регіональному рівні, що спричинило поглиблення кризи і призвело до скорочення можливостей подальшого зміцнення економічної безпеки регіональних територіальних громад, про що свідчить погіршення основних соціально-економічних показників розвитку [1]. В результаті деструктивних змін зростає рівень соціальної напруги і погіршуються умови життя, відбувається зменшення реальних обсягів виробництва в різних сферах національного господарства, скорочуються фінансові потоки до бюджетів різного рівня. Це

звужує можливості розвитку інфраструктури, негативно впливає на інвестиційний клімат, уповільнює темпи економічного та інноваційного розвитку. Відновлення рівня економічної безпеки регіонів і національної економіки в цілому, за таких умов, повинно забезпечуватись як відповідним рівнем внутрішніх факторів (стимулюванням внутрішнього попиту, наприклад), так і відповідними флюїдами зовнішнього середовища. Внутрішні чинники є в більшості своїй прогнозованими і контрольованими порівняно із чинниками макrorівня, які важко піддаються управлінню з регіонального рівня. Тому відновлення і подальше зміцнення економічної безпеки повинно базуватись передусім на врахуванні і використанні внутрішніх факторів. До таких джерел традиційно відносять пошук і використання резервів прискорення розвитку в секторах економіки — промисловості, сільському господарстві, будівництві, різних видах торгівлі, житлово-комунальному господарстві, зв'язку, фінансовому секторі. На цьому фоні роль туристичного бізнесу і його потенціалу в забезпеченні економічного зростання практично не розглядається через незначний внесок в загальний фінансово-економічний результат. Однак, враховуючи численність видів і форм здійснення туристичної діяльності, їх взаємозв'язок з іншими секторами і галузями економіки, даний напрямок є перспективним. Він вимагає більшої наукової-методичної уваги для розкриття можливостей в зміцненні економічної безпеки і захисту економічних інтересів регіонів і національної економіки в цілому. За таких умов відповідних коригувань вимагатимуть діагностика економічної безпеки з урахуванням множини інформації щодо її стану і ступеня мінливості, ризиків отриманих результатів. Це потребуватиме відповідних змін в складі та механізмі реалізації інструментів управління розвитком туристичного бізнесу як потенційно важливого чинника зміцнення економічної безпеки. В умовах бурхливого розвитку інформаційного середовища саме інформація щодо кількості та якості туристичного продукту стає основою його подальшого просування. Тому основними інструментами активізації туристичного бізнесу повинні стати маркетингові підходи, що забезпечують доставку відповідного продукту до кінцевого споживача з найбільшою в існуючих умовах ефективністю для всіх суб'єктів туристичної діяльності.

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

Традиційно зміцнення економічної безпеки пов'язують з розвитком внутрішнього ринку промислової продукції, сільського господарства, зв'язку, фінансового сектору тощо. Недооціненим чинником формування економічної безпеки залишається розвиток внутрішнього туризму, що представлений багатма напрямками та видовим різноманіттям за всіма регіонами національної економіки. За оцінками World travel and tourism council [2], туризм є третьою найбільшою складовою валового внутрішнього продукту, на яку припадало 10,4 % в 2019 р. Значний потенціал туризму є результатом його видового різноманіття, кожен з яких має характерні властивості, які стануть чинником активізації вкладу в економічний розвиток. Традиційний для більшості громадян сезонний літній туризм можна поєднувати з відпочинком на гірськолижних курортах в зимовий період. Міжсезоння традиційно заповнюється численними

турами вихідного дня, оскільки всі територіальні громади історично мають у своєму розпорядженні як місцеві, так і загальнонаціональні пам'ятки. Набуває розвитку так званий "зелений туризм", певним попитом користується використання мисливських угідь і риболовних водойм – як способів активного відпочинку, поширюється медичний та спа-туризм – як виклик сьогоденню у боротьбі з Ковід-19. В роботі [3] розглядається можливість і особливості здійснення туристичного відпочинку шляхом активного полювання, що впливає на стан екосистеми регіону. Результатом нераціонального використання природних ресурсів стає погіршення економічної безпеки регіону шляхом втрати доходів від здійснення туристичної діяльності. Аналогічна ситуація може спостерігатися в усіх регіонах світу, де традиційними є певні сектори туризму. Поки що специфічним, однак таким, що має великі перспективи поширення, може бути визнано медичний бізнес за спеціалізацією окремих країн [4], в тому числі його різновид – спа-туризм [5]. Разом з перевагами у вигляді генерації додаткових доходів в бюджет і зростання ступеня зайнятості у відповідних секторах економіки, існують значні економічні недоліки. Зростання вартості послуг для резидентів і диспропорції на ринку праці, спричинені спеціалізацією, негативно впливатимуть на рівень економічної безпеки. Виникають нові форми туристичної діяльності, як от спортивний туризм в тих країнах, де основний сегмент бізнесу сконцентровано в базовій добувній промисловості [6]. Така регіональна стратегія розвитку формує підґрунтя подальшого зміцнення економічної безпеки за рахунок диверсифікації видів діяльності, що також забезпечує зниження рівня ризиків. Розвивається дикий кемпінг як можливість бюджетного повноцінного відпочинку в межах своєї країни [7], що створює додаткові переваги над іншими видами туризму. Оскільки даний вид відноситься до внутрішніх переміщень, то за таких умов не виникає відтоків грошових коштів за межі регіону. Важливим аспектом активізації туристичних подорожей стає стан і традиції харчування тієї чи іншої країни, які манять відповідних поціновувачів [8]. Таке різноманіття видів туристичних продуктів є характерним для практично всіх країн і Україна не є винятком. Однак використання даного чинника прискорення розвитку складає лише від 1,4 до 8,8 % ВВП щорічно [9], що значно менше від світового рівня і складає резерв зміцнення економічної безпеки національної економіки. За таких умов набуває актуальності розвиток теоретичних та методичних аспектів оцінки впливу результатів туристичного бізнесу регіональних утворень на загальний рівень їх економічної безпеки та формування подальших передумов зміцнення. Це, в своє чергу, вимагає застосування відповідних економічних інструментів підтримки та поживлення активності процесів, пов'язаних із реалізацією туристичних продуктів. Сучасна економічна теорія та практика державного та регіонального управління сформувала набір таких підходів, що забезпечує задоволення споживача туристичного продукту та досягнення системи цілей туристичного бізнесу. Одночасно вони забезпечують баланс інтересів розвитку регіону шляхом формування та просування туристичного продукту за ланцюжком створення цінності [10].

Маркетингова концепція як один з підходів до управління економічною безпекою регіону потребує використання як теоретичних надбань, так і практи-

чних інструментів, які повинні доповнювати один одного [11]. Разом з тим, класичні постулати теоретичного маркетингу мають певні прогалини, які заповнилися лише останніми десятиліттями. До таких прогалин відноситься, зокрема, можливість мас-медіа впливати на уподобання споживачів в частині задоволення конкретних потреб, наприклад, в туристичних подорожах [12]. Безліч фактичних і потенційних маркетингових інструментів потребують їх уточнення в умовах особливостей сучасного етапу розвитку національної економіки і її територіальних громад, в тому числі кризь призму галузевої структури.

Зміцнення економічної безпеки регіону як результат її оцінювання потребує перш за все уточнення сутності і структури для здійснення подальших розрахунків. Досі відсутнє єдине трактування категорії, яке б охоплювало її характерні риси і особливості прояву в різних економічних системах. Так, в роботі [13] під економічною безпекою регіону розуміють відповідний стан підсистем регіону в частині забезпечення його (регіону) прогресивного розвитку в умовах впливу негативних факторів зовнішнього середовища. Економічна безпека, як система, складається відповідно до цього підходу з таких підсистем, як економічна, екологічна, технологічна, соціальна та правова. Підсистеми повинні забезпечувати економіці регіону економічну незалежність в частині контролю регіональних органів за ресурсами; досягнення певного рівня конкурентоспроможності продукції та послуг, стабільність регіональної політики та здатність до розвитку і прогресу. Оцінку рівня економічної безпеки за таких умов доцільно обґрунтовувати за допомогою рівня прибутку регіону. Його доцільно представити у вигляді факторної економічної моделі відповідного типу із загальновідомими підходами економічного аналізу. Це стане у нагоді для визначення впливу окремих чинників на зміну загального результативного показника. Застосування такого підходу вимагає точності в формуванні факторної системи показника прибутку регіону, що забезпечить адекватність оцінки впливу окремих чинників на рівень економічної безпеки. Це вимагає відповідного інформаційного забезпечення в частині формування масиву інформації щодо досліджуваного показника, а також технологій досягнення встановленої мети в частині методів розрахунку і застосування засобів комунікації. Разом з тим, автор не уточнює, який саме показник прибутку мається на увазі, що ускладнює практичне застосування такого підходу. Вирішення цього важливого методичного питання, очевидно, належить до площини методології національних рахунків та статистики, що різняться поміж країнами світу.

Деяко іншою вважається структура економічної безпеки регіону в роботі [14], який пропонує включати такі компоненти, як фінансова (в розрізі регіонів-донорів і регіонів-реципієнтів), інформаційна, інвестиційна, інноваційно-технологічна, енергетична, виробнича, соціально-демографічна, продовольча, екологічна. Аналогічний підхід демонструється в роботі [15], де пропонують виділяти також зовнішньоторговельну складову економічної безпеки регіону. Зазначені дослідження фактично прирівнюють всі складові економічної безпеки регіону. Однак з розвитком ринку інформації і технічних способів її обробки, інформаційно-комунікаційні технології починають відігравати провідну роль. Оскільки вони пронизують наскрізь складові, функції, методи, мету і цілі

економічної безпеки регіону. Саме наявність інформації про внутрішній та зовнішній стан економіки регіону стає вихідним моментом формування його безпеки. При цьому слід наголосити, що останнім часом економічні акценти у вказаному напрямку зміщуються в бік переважної ролі впровадження “дітищ” цифрової технології. Загальна логіка таких науково-методичних підходів полягає у структуруванні економічної безпеки як складного соціально-економічного процесу, з подальшим виділенням ключових показників, що їх найяскравіше характеризують, у відповідних роботах. Це, в свою чергу, формує передумови здійснення керованого впливу на них, з метою досягнення гарантованого визначеного результату. Для цього необхідно визначитись із кількісною оцінкою рівня економічної безпеки як вихідного моменту регулювання процесу її формування, для чого необхідні значні масиви інформації та відповідні методи їх обробки. Це вимагає дотримання визначених вимог, реалізація яких забезпечує об’єктивність і незалежність результатів оцінки, а саме:

- репрезентативності як широкого охопту і відображення важливих аспектів економічної безпеки регіону;
- точності близького до фактичного кількісного і якісного рівня економічної безпеки;
- придатності до використання як інструменту подальших управлінських дій із досягнення встановлених цілей розвитку регіону [16].

Зазначені вимоги в повній мірі стосуються насамперед інформаційної складової економічної безпеки регіону і їх ефективна реалізація потребує застосування спеціалізованих програмних продуктів, націлених на фіксування, деталізацію та аналіз достатнього масиву даних. В цьому контексті необхідно зробити наголос щодо вкрай важливого питання із визначення мети економічної безпеки регіону, яка є вихідним моментом оцінювання. Її традиційно представляють у вигляді захисту економічних інтересів [17], що доцільно вимірювати валовим регіональним продуктом або прибутком, як всеохоплюючими узагальнюючими економічними показниками, про що зазначалось вище.

Питання формування кількісного виміру різних аспектів економічної безпеки регіону і її мети знаходяться в центрі уваги багатьох вчених, наприклад, [18, 19]. Узагальнення результатів цих досліджень дає змогу зробити ряд висновків. Перелік складових і показників економічної безпеки регіону варіюється відносно мети дослідження, як було деталізовано вище щодо складових економічної безпеки. Він включає – від суто економічних і традиційних фінансових показників до узагальнених груп індикаторів. Останні формують не тільки економічне начиння, а й надають оцінку всім компонентам макро-, мезо- і мікрооточення економічної безпеки регіону, включаючи обов’язкову оцінку ризику. Остання повинна включати обґрунтування методів оцінювання, статистичної бази оцінки та формування відповідних методичних положень різного спрямування задля досягнення встановлених цілей. Разом з тим, частина дослідників вказує на граничні значення окремих груп або окремих показників економічної безпеки регіону. Це дозволяє не тільки оцінити окремих регіон серед інших, але й надати факторну оцінку отриманим результатам, що створює підґрунтя подальшого використання отриманих наробок. Окремим питанням постає

залежність узагальнюючої оцінки економічної безпеки регіону від її складових і показників, що формують такі складові. Традиційно це суперечливе питання вирішується за допомогою застосування статистичних процедур отримання експертних оцінок із дотриманням вимог необхідності формування незалежних об'єктивних результатів. Для цього достатньо скористатись такими цифровими інструментами, як бізнес-аналітика, великі дані [20, 21], які мають в своєму розпорядженні відповідний математичний інструментарій. Також їх використання спрощує візуалізацію і подальше застосування отриманих результатів в системі забезпечення ефективного економічного розвитку регіону шляхом впровадження інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій.

Для цілей даного дослідження систематизуємо всі підходи до оцінки економічної безпеки регіону на дві групи, базуючись на теоретичних та практичних можливостях діагностики кожної складової економічної безпеки. Принципом поділу підходів є наявність критеріїв оцінки безпеки за кожним показником групи індикаторів, в тому числі граничних параметрів, що надають змістовну характеристику економічній безпеці регіону.

Численні дослідження першої групи надають економічну безпеку регіону у вигляді сукупності традиційно двох складових – економічної та фінансової. Такий підхід диктується взаємопов'язаністю фінансових результатів регіону (у вигляді системи абсолютних та відносних показників) та економічних процесів, що лежать в основі економічної безпеки регіону), наприклад [22]. Левова частка таких показників тією чи іншою мірою характеризують валовий регіональний продукт, не надаючи ґрунтовного деталізування іншим складовим економічної безпеки регіону, в т.ч. особливостям його положення в державі.

Частина досліджень, в якості поділу економічної безпеки регіону на складові, зазначає на необхідності виділення внутрішніх та зовнішніх компонент. Подібне структурування стане підґрунтям застосування відповідних економічних інструментів управління в системі формування та зміцнення економічної безпеки [23]. Такий підхід забезпечує комплексну оцінку всіх аспектів економіки регіону, з точки зору формування загальної оцінки. Однак за такої надвеликої кількості показників кожен з них окремо не матиме суттєвого впливу на загальний результат, що звужує можливості широкого практичного використання у кількісному вимірюванні стратегії і тактики економічної безпеки регіону. Оцінювання економічної безпеки регіону у вигляді низки макроекономічних показників [24, 25], також характеризується суттєвими недоліками, поряд із простотою оцінювання і широкими можливостями практичного застосування. Практично головним фактором формування і розвитку економічної безпеки регіону в зазначених дослідженнях вважається наявність і практичні можливості застосування інноваційних технологій в промисловості. Це відкидає традиційні непромислові регіони в загальному рейтингу на останні місця. Однак в сучасних умовах інноваційна діяльність проявляється не тільки у промисловості. На зміну традиційним процесам створення і впровадження нововведень приходять нові способи формування та обробки інформаційних потоків, що здатне змінити статус-кво промислових регіонів. Тому впровадження новітніх інформацій-

но-комунікаційних технологій стає вирішальним фактором зміцнення економічної безпеки регіону.

В якості узагальнюючого висновку за даними підходами слід вказати на ускладнену процедуру формування та оцінювання економічної безпеки регіону, незважаючи на беззаперечне охоплення всіх можливих її аспектів. Формування навіть такого вичерпного переліку всеохоплюючих індикаторів потребує обґрунтування та застосування критеріїв або порогових значень окремих показників, що відсутнє в низці зазначених вище науково-методичних пропозицій. Досягненню такої задачі повинно сприяти більш широке застосування методів бізнес-аналітики [26, 27], яка базується на значних масивах інформації різного плану, широти охопту, одиниць виміру, розрядності, періоду оцінки тощо. Це значно спростить рейтингування регіонів відносно рівня їх економічної безпеки за різними критеріальними позиціями, залежно від цілей оцінки, враховуючи всю наявну на момент оцінювання інформацію.

На відміну від оцінювання економічної безпеки безвідносно інтервалів можливих значень кожної складової, ряд дослідників другої групи вказує на наявність таких критеріїв. В роботі [28] представлена ґрунтовна характеристика економічної безпеки в розрізі фінансової та економічної складових з деталізацією за рядом макро- та мезоекономічних показників. Також враховані мінімальні вимоги до останніх для створення підґрунтя зміцнення і подальшого розвитку регіону. Разом з тим, велика частка показників стосується впровадження інновацій у виробництво промислової продукції, що, як і раніше було зазначено, звужує кількість об'єктів, до яких доцільно застосовувати науково-методичні рекомендації. Доволі цікавими є пропозиції автора [29], що пропонує ієрархію рівнів економічної безпеки депресивних регіонів. Тут також присутнє врахування інноваційного та технологічного факторів впливу на рівень економічної безпеки регіону, однак інші показники мають доволі широку область застосування і системно характеризують непромисловий сектор національної економіки. Варто зауважити, що всі проаналізовані підходи до структурування та оцінювання економічної безпеки регіону передбачають розрахунок великої кількості індикаторів. Вони надають системну оцінку всім галузевим складовим територіального утворення відповідно до існуючої на момент оцінювання системи національних рахунків і класифікації галузей або відів діяльності, наприклад, міжнародні ISIC або NACE, національні КВЕД [30].

Узагальнення наведених вище підходів дає підстави сформулювати обмеження існуючих методів оцінки економічної безпеки регіону:

- надвелика кількість показників, вплив кожного з яких на загальний рівень економічної безпеки регіону стає незначним;
- лівова частка показників системно характеризує промисловий сектор регіону (в тому числі, інноваційну та винахідницьку, науково-дослідну роботу), і, відповідно, для регіонів, де його немає, така методика дасть незадовільні результати;
- частина показників має лише одне порогове значення, значне перевищення або зниження якого не матиме принципового значення. Однак, на практиці трапляються непоодинокі випадки, коли надмірно велике або замале значення показників також надають додаткової характеристики економічній безпеці регіону.

3. Мета та задачі дослідження

Метою даного дослідження є розвиток науково-методичного інструментарію зміцнення економічної безпеки регіону через поживлення активності туристичного бізнесу на основі застосування технологій тактичного та стратегічного маркетингу з урахуванням стану розвитку інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій.

Для досягнення поставленої мети вирішувалися наступні задачі:

- дослідити сучасні особливості формування економічної безпеки регіону з точки зору її змістовної наповненості і структурування;
- проаналізувати процедуру здійснення її оцінювання залежно від методів оцінки, включаючи виявлення їх недоліків в подальшому використанні результатів;
- встановити склад адміністративних та ринкових інструментів і технологій активізації туристичної галузі на рівні регіону, господарюючих суб'єктів та їх об'єднань крізь призму сучасного стану розвитку інформаційно-комунікаційних технологій;
- розглянути видове різноманіття маркетингових стратегій розвитку суб'єктів туристичної бізнесу і особливості їх здійснення на сучасному етапі розвитку цифрових інформаційного середовища.

4. Матеріали та методи досліджень

Теоретичною основою дослідження є положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних і закордонних вчених з економічної безпеки регіону, маркетингового забезпечення туристичного сектору, економічного аналізу і діагностики економічних процесів.

В процесі дослідження було використано: фундаментальні (діалектичний, системний) і загальнонаукові методи (формальної логіки, аналізу і синтезу) в процесі обґрунтування сутності економічної безпеки регіону. Застосовано загальнонаукові методи пізнання: системний і процесний підходи, до визначення особливостей оцінювання економічної безпеки регіону. Методи статистичних групувань, логічного і порівняльного аналізу використано в процесі дослідження підходів до оцінювання економічної безпеки регіону. Систематизація маркетингових стратегій та інструментів активізації туристичного бізнесу стали результатом застосування методів формальної логіки, дедукції та індукції.

Методи економічного аналізу використано для дослідження динаміки економічної безпеки регіону. Метод економіко-математичного моделювання, кореляційно-регресійного аналізу застосовано до отримання параметрів залежності потенційної чисельності туристів залежно від лімітуючого чинника.

Інформаційно-аналітичне забезпечення досліджень базується на використанні відкритих статистичних даних.

Зважаючи на виявлені недоліки та обмеження більшості поширених методик оцінки економічної безпеки регіону, за основу даного дослідження прийнято підхід, викладений в роботі [29], де надається ґрунтовний аналіз і поділ поняття економічної безпеки регіону на саме безпеку, загрозу та депресію. Це дозволить не тільки визначитись із положенням регіону в рейтингу рівня економі-

чної безпеки, але й сформувати кластери регіональних утворень, відповідно до трьох запропонованих станів. Матеріальним базисом оцінки економічної безпеки регіону є його галузева структура, яка включає такі сектори, як сільське господарство; добувна і переробна промисловість; постачання електроенергії, газу; будівництво; оптова та роздрібна торгівля; транспорт; телекомунікації; туризм; державне управління і освіта; охорона здоров'я та інші.

Формування масиву оцінок окремих складових економічної безпеки регіону потребуватиме на наступному етапі формування та розвитку територіального утворення узагальнюючого висновку щодо достатності або недостатності, ризику, загроз зовнішніх та внутрішніх чинників економічної безпеки регіону. Для цього доцільно скористатись динамічними оцінками основних показників економічної безпеки регіону, в тому числі в розрізі їх перевищення або зменшення над пороговим рівнем. Альтернативою може виступати функціональний підхід, виходячи з основних складових економічної безпеки з відповідним набором показників [31]. Особливе місце в дослідженнях рівня і перспектив зміцнення економічної безпеки займає багатовимірний статистичний і економетричний аналіз, що передбачає ранжування та кластеризацію сукупності об'єктів за обраними критеріями [32, 33]. Результатом застосування визначених вище (однієї або декількох) методик є оцінка економічної безпеки в розрізі чотирьох станів з відповідними характеристиками:

- саме економічна безпека, тобто здатність до подальшого розвитку потенціалу регіону, на основі використання внутрішніх ресурсів і подолання зовнішніх загроз, або ж перетворення їх на власні економічні переваги;
- економічний ризик або ж часткова втрата власних переваг із подальшим скороченням можливостей забезпечення економічного розвитку регіону;
- економічна загроза у вигляді економічного занепаду із нарощенням низки конфліктів, в тому числі із зовнішнім середовищем;
- економічна небезпека, як характеристика глибокої економічної кризи, із стрімким зниженням ділової активності на тлі нерегульованого впливу загроз зовнішнього середовища [34].

Порівнюючи дану градацію рівнів економічної безпеки з граничними рівнями її показників, можна побачити, що в даному випадку поняття саме економічної безпеки і економічного ризику потрапляють в категорію “поріг безпеки”, відповідно до принципів оцінювання [29]. Чим ближче до порогового рівня зазначені показники, тим більшим рівнем ризику характеризується економічна безпека досліджуваного регіону. Таке спільне застосування двох підходів в повній мірі відповідає цілям регіональної і національної економічної політики в частині забезпечення бажаного стану національної економічної системи в цілому. Це також дозволяє визначитись із набором деструктивних чинників, що перешкоджають досягненню бажаного рівня цілей. Формування оцінки економічної безпеки регіону за такими рівнями, з урахуванням можливої варіації її складових, потребує уточнення і відповідних змін в системі економічної безпеки регіону [24].

Теоретичний базис і фактори впливу на результати туристичної діяльності аналізуються в численних роботах [32, 35, 36]. Вплив туристичного бізнесу на рівень економічної безпеки описується через фактори як керованого, так і неке-

рованого впливу (тип економічної політики держави, стадія економічного циклу тощо). Загальний знаменник зазначених досліджень полягає в підвищенні ролі держави як рівноправного партнера і зацікавленої особи в розвитку туристичного ринку. Враховуючи головну мету економічної безпеки регіону — захист економічних інтересів — зацікавленість держави в поживленні туристичного бізнесу проявляється насамперед в збільшенні податкових надходжень від діяльності. Крім того, зростання туристичних потоків в регіоні дасть змогу побачити і “розшити” “вузькі місця” інфраструктури, що надасть додаткового поштовху економічному розвитку. Підтвердженням даної тези є обґрунтування комплексу засад, що здатні активізувати кількісні і якісні показники туристичної діяльності через впровадження програм державно-приватного партнерства [37]. Зазначені механізми мають переважно адміністративний характер і належать до сфери діяльності регіональних органів влади, однак потребують також участі і самого бізнесу у вказаних процесах. Оскільки реалізація державно-приватного партнерства потребує формування, використання та зберігання відповідної інформації, яка залежить і від учасників туристичної діяльності [38–40]. Вони реалізуватимуться передусім на регіональному і національному рівнях. На рівні окремих суб’єктів туристичної діяльності доцільно використовувати механізми спільної діяльності різних форм і напрямків [41], що належать до ринкових методів управління.

Впровадження науково-методичних підходів з активізації туристичної діяльності потребує на подальшому етапі управління економічною безпекою регіону – розробку і впровадження технологій стратегічного маркетингового управління та планування. Це забезпечить загальне бачення напрямків та видового різноманіття туристичних продуктів на визначений період планування і прогнозування, створить передумови для деталізації сформованих стратегій на поточні плани і програми. Маркетингові стратегії, доцільні у використанні для розширення обсягів діяльності туристичних підприємств, нададуть додаткового поштовху галузі загалом і забезпечать зростання її внеску в зміцнення і розвиток економічної безпеки регіону.

Маркетингові стратегії повинні охоплювати всі традиційні способи поживлення ділової активності туристичного бізнесу. В їх основі – традиційні способи розвитку ринку, продукту, здійснення спільної діяльності різних форм інтеграції та диверсифікації [42, 43] та інноваційні технології [44] як шляхи поживавити туристичні процеси в нестандартний спосіб, враховуючи надбання науково-технічного прогресу.

Слід зауважити, що подальше пророблення стратегії та тактики поведінки на ринку туристичних послуг, повинно базуватися на результатах ґрунтовного аналізу стану самого суб’єкта, що надає туристичні послуги. При цьому обов’язково слід враховувати результати аналізу зовнішнього середовища.

Традиційно технологію аудиту мікросередовища представляють у вигляді деталізації стану та перспектив використання ресурсів підприємства [45, 46]. Вони, в свою чергу, формуються в результаті реалізації портфеля туристичних продуктів, які доцільно формувати за допомогою спеціальних програмних продуктів. До них, зокрема, відноситься платформа BITOUR [47], яка дозволяє

сформувати туристичну пропозицію залежно від уподобань та побажань клієнта, із мінімальними витратами часу туристичного агента. Вивільнений час дозволяє сформувати фінансово-економічне обґрунтування витрат і доходів від такої пропозиції, реалізація якої суттєво вплине внутрішній стан турагента.

Дослідження макросередовища повинно спиратися на ґрунтовні дослідження таких чинників і їх кількісних індикаторів, що характеризують політико-правову ситуацію, економічні процеси, демографічні тенденції, екологічний стан та використання природних ресурсів [48]. Результатом дослідження взаємопов'язаних складових внутрішнього та зовнішнього середовища традиційно є звіт SWOT-аналізу [49, 50]. Він надає більш детальну оцінку становищу туристичного сектору з точки зору наявних і достатніх в нього ресурсів, в умовах збурюючого впливу макросередовища.

Застосування постулатів технології класичного SWOT-аналізу із детальною діагностикою її складових в системі формування маркетингових стратегій туристичного сектору потребують далі деталізації в розрізі туристичних продуктів та послуг регіону (відповідно до потенційної чисельності туристів і їх розподілу за сегментами ринку). Для цього доцільно здійснювати моніторинг складових комплексу маркетингу “чотирьох Р” – product, price, place, promotion (товар/послуга, цінова стратегія/тактика, ринок продукції – фактичний та потенційний, канали просування продукції). Однак останні тенденції свідчать, що застосування комплексу маркетингу в такому вигляді стало недостатнім. Причиною цьому є підвищення вимог споживачів як до самого туристичного продукту, так і до його властивостей, а також процесу інформаційного забезпечення процесу отримання і використання туристичної послуги. З урахуванням таких підвищених вимог, дослідження комплексу маркетингу пропонується здійснювати за такими додатковими позиціями, як фізичне оточення в процесі придбання прав на туристичний продукт (physical evidence). Важливим і актуальним повинен бути процес споживання туристичного продукту (process), а також людський фактор в процесі вибору туристичного продукту (people). Набувають актуальності суб'єктивні уподобання споживача в момент прийняття рішення щодо туристичного продукту (prefer) [51, 52].

Для подолання кризових явищ, спричинених системними змінами в макроекономічному середовищі, необхідно насамперед використовувати внутрішні можливості національної економіки і її регіонів. Традиційними резервами прискорення економічного розвитку і, відповідно, зміцнення економічної безпеки, є промисловий сектор і сільське господарство, що впливає з детального аналізу складових економічної безпеки різних дослідників, про що зазначалось раніше. Однак до сьогодні практично невичерпаніми і недооціненими є можливості розширення туристичного ринку, за рахунок зростання внутрішніх туристичних потоків. Це дозволило б зменшити відтік грошових коштів за кордон (за рахунок зменшення зовнішнього туризму) і спрямувати їх на всебічний розвиток інфраструктури всередині національної економіки. В жодному з аналізованих підходів до оцінювання рівня економічної безпеки регіону в прямому контексті не присутні показники стану та перспектив розвитку туристичного сектору, а також динаміка інфраструктурних змін. Це потребує внесення відповід-

них коректив для забезпечення можливості, насамперед – кількісної оцінки і ступеня впливу туристичного бізнесу на рівень і перспективи зміцнення економічної безпеки, враховуючи значний потенціал галузі. Специфіка туристичної діяльності в умовах жорстких випробувань зовнішнього середовища вимагає підвищеної уваги також до просування туристичного продукту до кінцевого споживача. Для цього доцільно скористатись напрямками стратегічних маркетингових комунікацій. До них необхідно віднести рекламу з використанням банерів, білбордів, паперових/електронних носіїв інформації. Використання засобів прямого маркетингу передбачає реалізацію інтернет-маркетингу у всьому її різноманітті, в тому числі через телебачення. Набувають актуальності такі способи просування туристичного продукту як персональні продажі, в тому числі тренінги, через зв'язки з громадськістю [53–55]. Цікавою видається пропозиція, що донедавна викликала б подив у потенційних клієнтів туристичного бізнесу – віртуальна туристична подорож [56]. Однак, враховуючи складне епідеміологічне середовище, вплив якого відчувають не тільки агенти туристичного бізнесу, такий підхід спроможний забезпечити більш ефектне (у порівнянні з традиційними способами) поширення інформації щодо туристичного продукту. З іншого боку, такий підхід в повній мірі відповідає меті і задачам цифровізації національної економіки.

Впровадження комплексу маркетингу, відповідно до зазначених напрямків, інструментів і стратегій забезпечить економічній безпеці регіону додатковий поштовх в зміцненні економічного стану і створенні підґрунтя для подальшого економічного зростання, в умовах стрімкого зростання впливу інформаційно-комунікаційних технологій.

5. Результати досліджень забезпечення маркетингових процесів туристичного бізнесу

5. 1. Результати аналізу сутності і структури економічної безпеки регіону

Під економічною безпекою регіону розуміємо такий стан територіального утворення, при якому забезпечуються його економічні інтереси і створюються передумови для здійснення подальшого економічного розвитку під впливом значних обсягів інформації.

Захист економічних інтересів регіону є визначальною метою економічної безпеки, яка трансформується в ряд ключових показників – валовий регіональний продукт, індекс його фізичного обсягу, прибуток.

Досягнення мети економічної безпеки здійснюється за групами показників, що повинні включати економічну, фінансову, інформаційну, інвестиційну, інноваційну, технологічну, енергетичну, виробничу, соціально-демографічну, продовольчу складові, які системно охоплюють всі аспекти і процеси економічної безпеки регіону. Дані складові є факторами, що здійснюють вплив на загальний рівень економічної безпеки, який пропонується діагностувати за чотирма рівнями: економічна безпека, економічний ризик, економічна загроза, економічна небезпека з відповідними рівнями критеріальних показників.

5. 2. Оцінювання економічної безпеки регіону

Оцінювання економічної безпеки регіону доцільно здійснювати за одним з таких методів, як застосування динамічних оцінок, використання методів багатовимірного статистичного аналізу даних або економетричного методу моделювання економічних процесів.

В процесі моніторингу економічної безпеки з використанням різних методів оцінки необхідно забезпечувати наочність отриманих результатів, їх точність і придатність до подальшого використання як результат реалізації принципів оцінки.

Було розглянуто застосування визнаного найбільш ефективним підходу до оцінювання економічної безпеки регіону на прикладі Запорізької області, яка володіє значним і промисловим, і сільськогосподарським потенціалом, а також значними туристичними ресурсами різної спрямованості. Отримані результати представлені в табл. 1.

Таблиця 1
Ідентифікація економічної безпеки Запорізької області

Показники	Поріг безпеки	Поріг загроз	Поріг депресії	Роки							
				2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Коефіцієнт покриття експорту імпортом	≥ 1	0,8–1	$< 0,8$	1,97	2,09	2,36	2,70	2,30	2,24	1,91	2,01
Частка експорту у валовому регіональному продукті (ВРП) регіону, %	≥ 50	40–50	< 40	58,2	54,1	67,2	71,9	56,2	60,8	62,5	52,0
Частка імпорту у ВРП регіону, %	≤ 50	50–62,5	$> 62,5$	29,6	25,9	28,5	26,6	24,5	27,1	32,6	25,5
Інвестиції в основний капітал, % до ВРП	≥ 20	16–20	< 16	x	12,6	10,7	8,8	10,6	12,2	10,7	9,6
Рівень зносу основних засобів, %	≤ 50	50–62,5	$> 62,5$	x	x	83,5	60,1	58,1	55,1	60,6	56,9
Частка реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	≥ 15	12–15	< 12	2,2	2,3	1,7	2,6	x	2,4	x	1,6
Обсяг трансфертів із державного бюджету, % до ВРП	≤ 5	5–6,3	$> 6,3$	4,9	5,2	4,7	4,8	4,9	5,5	5,1	3,8

Примітка: x – дані відсутні

За отриманими результатами динаміки економічної безпеки необхідно зробити такі висновки:

– експортно-імпортна складова економічної безпеки регіону потрапила до сегменту “безпека”, тобто відповідні складові присутні в достатній кількості і якості для забезпечення подальшого економічного розвитку регіону;

– інвестиційно-інноваційна складова, представлена рівнями інвестицій в основний капітал, зносом основних засобів і часткою інноваційної продукції, є недостатньою і потрапляла до двох сегментів “депресія” і “загроза”;

– аналіз взаємовідносин бюджету регіону з державним бюджетом дає підставу для позитивного висновку щодо безпеки регіону з точки зору співвідношення з валовим регіональним продуктом як узагальнюючим фінансово-економічним індикатором рівня безпеки.

Така неоднозначність отриманих результатів потребує додаткового моніторингу валового регіонального продукту, що є основою для розрахунку наведених вище показників. Аналіз вартісного рівня показника дає підстави для оптимістичного висновку щодо економічної безпеки регіону, зважаючи на стійку тенденцію зростання протягом 2004-2019 рр. Однак цей результат може бути спричинений впливом рівня цін, тому доцільно проаналізувати зміну індексу фізичного обсягу валового регіонального продукту – рис. 1.

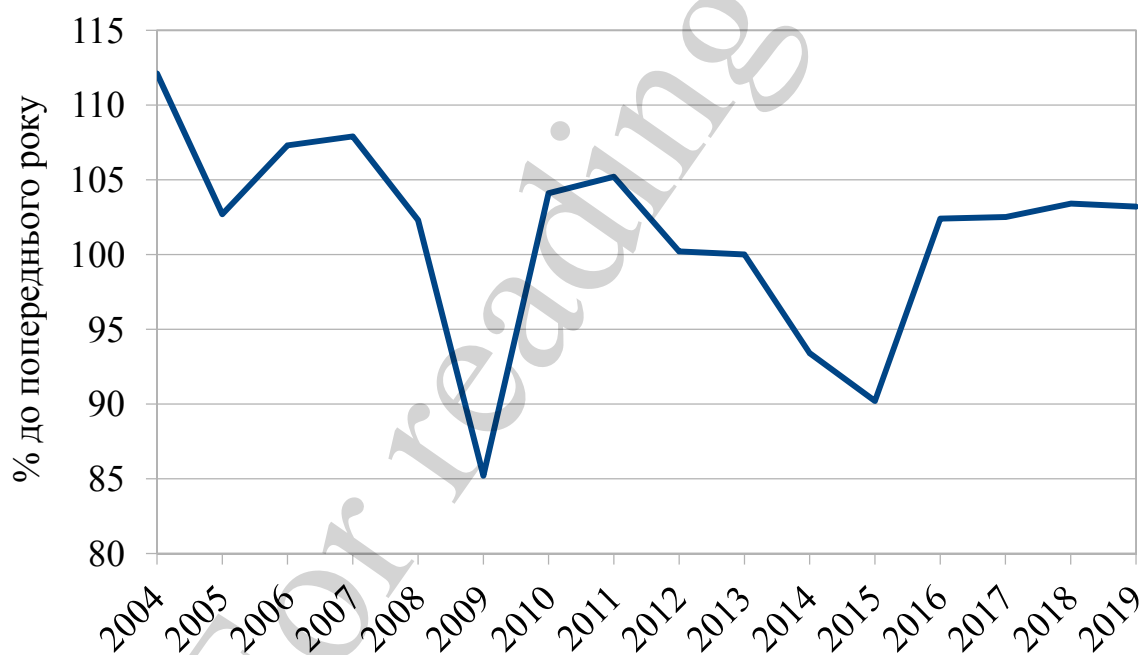


Рис. 1. Динаміка індексу фізичного обсягу валового регіонального продукту Запорізької області, %

Зважаючи на представлену динаміку, необхідно підтвердити висновок щодо недостатності у області ресурсів і результатів для потрапляння в сегмент “безпека”. Дані рисунка свідчать про нестійкі коливання тенденції фізичного індикатора економічної безпеки, тоді як вартісні показники демонструють зростання. Періоди 2008–2009 рр. і 2014–2015рр. характеризуються стрімким скороченням обсягів виробленого валового регіонального продукту, яке і досі не подолано, оскільки рівня 2004 р. ще не досягнуто. З урахуванням даних обста-

вин необхідно підсумувати, що підтверджується висновок про потрапляння індикаторів економічної безпеки регіону до сегментів “депресія”/”загрози” за різними показниками протягом аналізованого періоду.

Оцінено наявні фактичні і потенційні можливості розширення ринку туристичних послуг. За офіційним статистичним даними кількість колективних засобів розміщення зменшилась з 312 од. у 2011 р. до 133 од. у 2019 р. [35]. Динаміка кількості відпочиваючих, розміщених в даних закладах, наведена в табл. 2. Додатково наведено коефіцієнт навантаження як співвідношення кількості туристів у колективних засобах розміщення до кількості, обслуженої туроператорами.

Таблиця 2

Динаміка кількості відпочиваючих у колективних засобах розміщення і оздоровчих закладах Запорізької області, осіб

Роки	Кількість оздоровчих установ, од.	Кількість місць в оздоровчих установах, од.	Кількість колективних засобів розміщення, од.	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення	Навантаження на колективні засоби розміщення, осіб/ од.	Кількість туристів, обслужованих туроператорами, осіб	Коефіцієнт навантаження
2011	219	32400	312	263100	843,3	60055	4,4
2012	226	29600	315	302159	959,2	35428	8,5
2013	232	29600	358	287319	802,6	54415	5,3
2014	230	30700	355	283468	798,5	39010	7,3
2015	225	29000	311	261965	842,3	30922	8,5
2016	262	33100	376	309505	823,2	40376	7,7
2017	243	32200	374	319594	854,5	47675	6,7
2018	x	x	123	162299	1319,5	56374	2,9
2019	x	x	133	172731	1298,7	56838	3,1
Середній рівень	233,9	30942,9	295,2	262460	949,0	46788	6,0

Примітка: x – дані відсутні

За результатами таблиці необхідно зробити ряд наступних висновків щодо тенденцій, перспектив та потенціалу туристичної галузі Запорізької області:

– за період 2011–2019 рр. суттєво зменшилась кількість колективних засобів розміщення з 312 в 2011 р. до 133 од. в 2019 р. Однак навантаження на ті, що залишились, засоби суттєво зросла з 843 особи в 2011 р. до майже 1299 осіб в 2019 р. Така ситуація потребує втручання з метою обґрунтування фактичних і потенційних можливостей подальшого аналогічного здійснення туристичної діяльності без скорочення його якості і навантаження на об’єкти інфраструктури;

– динаміка стану та структури кількості оздоровчих установ свідчить про деяке зростання їх кількості з одночасною стабілізацією потоку відпочиваючих з урахуванням того факту, що за період 2018–2019 рр. офіційних даних по цих позиціях немає;

– загальна динаміка кількості туристів, що обслуговувалися у туроператорів, за аналізований період стабілізувалася з урахуванням двох періодів скорочення турпотоків в 2012 і 2015 рр. Однак досягти рівня 2011 р. досі не вдалось;

– представлення коефіцієнта навантаження в таблиці демонструє розрив між фактичною кількістю туристів, що відвідали регіон, і тією їх часткою, яка була обслугована туроператорами. Тобто, фактична кількість відвідуючих регіон буде завжди вищою від офіційної кількості (від туроператорів) в середньому в 6 разів; загальне ж коливання показника діагностовано на рівні від 2,9 до 8,5 разів.

За результатами представленої динаміки необхідно відзначити, що, незважаючи на формування передумов для позитивної динаміки, спостерігається уповільнення темпів скорочення кількості відпочиваючих. За таких умов необхідно якнайменше втримати існуючі позиції без втрати якості туристичних послуг. Потребується уточнення та переосмислення науково-методичного базису здійснення туристичної діяльності в умовах зовнішнього середовища, що стрімко і непередбачувано погіршується, і впливає відповідним чином на перспективи внутрішнього стану регіону.

5. 3. Адміністративне та ринкове регулювання активізації туристичного бізнесу

Будучи третім за рівнем впливу (після промисловості і сільського господарства) на стан економічної безпеки регіону, туристичний сектор потребує трансформації маркетингових технологій до його активізації і зростання вкладу в загальний результат. Для цього пропонується ряд адміністративних інструментів пожевлення ситуації, що має на меті активізацію держави як рівноправного партнера та гаранта на міжнародному рівні. Вони дозволять розширити можливості туроператорів та турагентів, за рахунок залучення додаткових ресурсів, через такі механізми як:

– оптимізація структури управління сферою туризму, в тому числі обґрунтування методичних аспектів здійснення;

– залучення міжнародної технічної допомоги, в тому числі грантових програм різної спрямованості та країн походження – запровадить системну співпрацю з провідними країнами, що надасть додаткового досвіду ведення бізнесу.

Поряд із адміністративними методами, активізація і зростання ролі туристичного бізнесу є результатом впливу ринкових механізмів, в результаті чого пропонується виокремити більш широке застосування кооперації суб'єктів туристичної галузі. Вона надасть значні фінансово-економічні переваги кожному з суб'єктів за рахунок:

– оптимізації витрат на утримання об'єктів туристичної сфери і перевезення туристів через перерозподіл постійних і змінних витрат між підприємствами, що надають туристичні послуги, в тому числі – за рахунок завантаження тимчасово вільних місць в мережі туристичних підприємств;

– отримання швидкої своєчасної комплексної інформації щодо стану та перспектив туристичного ринку, на основі створення єдиного інформаційного поля кооперації підприємств-туроператорів, їх агентів тощо;

– формування та використання системи фінансової підтримки членів кооперації через направлення тимчасово вільних коштів на підтримку тих суб'єктів, які їх негайно потребують, на більш вигідних від банків умовах повернення. Це, в свою чергу, зможе зміцнити стан фінансово-економічної безпеки окремого члена кооперації, за рахунок скорочення фінансових витрат і часу, пов'язаних із пошуком, залученням та використанням фінансових ресурсів.

5. 4. Систематизація маркетингових стратегій туристичного бізнесу

Подальше застосування принципів діяльності об'єднань підприємств туристичного бізнесу потребує створення та впровадження в життя маркетингових стратегій. Традиційні маркетингові стратегії туристичного бізнесу доцільно згрупувати таким чином: концентрованого зростання, інтегрованого зростання, диверсифікованого зростання та відповідності очікуванням клієнтів.

Стратегії концентрованого зростання повинні передбачати розширення обсягів діяльності об'єднань туристичних підприємств за рахунок:

- створення нових туристичних продуктів;
- стимулювання збуту існуючого портфеля продуктів;
- розширення ринку збуту туристичного продукту або ж шляхом опанування суміжних видів діяльності.

В основі інтеграція як одної з маркетингових стратегій туристичного бізнесу лежить принцип об'єднання, про який йшлося раніше. Створення об'єднань в туристичному бізнесі доцільно шляхом: злиття і поглинання суб'єктів туристичної діяльності; кооперування зусиль різних учасників туристичного бізнесу; або ж створення нових напрямків туристичної діяльності поряд з існуючими.

Стратегії диверсифікованого зростання туристичної діяльності вигідно відрізняються від наведених раніше істотним зменшенням ризиків. Вони передбачають створення і ведення господарської діяльності, відмінної від існуючих процесів, або ж відкриття нових ринків з новими видами продукту (товару, послуги, роботи).

В умовах, коли визначені вище стратегії розвитку туристичного бізнесу, не дають очікуваних позитивних результатів, суб'єкт туристичної діяльності може розробити стратегію відповідності очікуванням основних клієнтів. В такому випадку потребується більш кропітка робота з ринковими нішами, або ж орієнтація на запити найвищого цінового сегменту. Також доцільно орієнтуватися на масові потоки туристів – це потребуватиме диференціації туристичного потоку за групами масових запитів, відповідно до сегментів цільової аудиторії.

В зазначених стратегіях не застосовуються можливості і досягнення науково-технічного прогресу та новітні методи планування подальшої діяльності. В сучасних умовах конкуренція стає більш жорсткою, і призводить до необхідності постійного коригування традиційних маркетингових стратегій, які подекуди не дають бажаного результату. За таких умов більшість туристичних підп-

приємства звертає увагу на так зване “технологічне” оновлення портфеля стратегій та тактик задля досягнення поставлених цілей. Такий підхід в повній мірі відповідає встановленій обов’язковій інноваційній складовій економічної безпеки регіону. Саме інновації, нововведення дозволять ефективно досягнути поставленої мети і сформувати комплекс переваг на фоні туристичних підприємств інших регіонів. Відповідні маркетингові технології обиратимуться залежно від масштабів діяльності туристичних підприємств або їх кооперації – стратегія первинного ринку. Маневреність системи менеджменту як особливість і перевага вимагає обрання стратегії слідування за лідером. Наявність можливостей оперативних змін в технології діяльності і стану використання ресурсів й рівня витрат підприємства якнайліпше відповідає стратегії копіювання туристичного продукту.

Інноваційна стратегія первинного ринку характеризується високим ризиком, який є виправданим, коли наявні можливості використання власних фінансових ресурсів та здатність залучати сторонні ресурси як на регіональному рівні, так і за програмами міжнародного співробітництва. Слідування за лідером, насамперед, повинно передбачати наявність можливостей швидкого реагування за відповідно стратегією і тактикою лідера туристичного ринку, на основі матеріально-технічних, фінансових та маркетингових можливостей копіювання або створення модифікованого туристичного продукту. Копіювання туристичного продукту потребуватиме мінімальних (порівняно із наведеними вище) фінансових витрат, за рахунок завчасного знання бажаних характеристик того чи іншого туристичного продукту. Впровадження зазначених інноваційних технологій в досягненні цілей економічної безпеки регіону потребуватиме використання насамперед нових інформаційних технологій, оскільки способи їх досягнення передбачають генерування значних обсягів нової інформації щодо особливостей пропонованих туристичних продуктів.

Формування та реалізація маркетингових стратегій потребує в першу чергу комплексного оцінювання стану галузі. Для цього пропонується технологію SWOT-діагностування доповнювати оцінками параметрів ступеня впливу на діяльність туристичного бізнесу і ймовірності відповідних складових. Основні стани економічної безпеки включають економічну безпеку, економічний ризик, економічну загрозу, економічну небезпеку, як було зазначено раніше. Тоді технологія традиційного SWOT-аналізу повинна доповнюватись ґрунтовною діагностикою характеристик складових, з точки зору ступеня їх впливу та ймовірності реалізації в коротко-, середньо- та довгостроковій перспективі. Це дозволить виявити ті позиції, які потребуватимуть першочергової уваги і відповідних дій, згідно з цілями економічної безпеки регіону — відповідно до принципу Парето (приблизно 70 % позицій). Інші 20 % факторів навколишнього впливу і внутрішніх чинників потребуватимуть другочергової уваги, залежно від наявних ресурсів і інструментів управління. Всі чинники впливу, що залишились, потребуватимуть епізодичного моніторингу, з метою завчасного знання щодо переходу їх до перших двох секторів. Оцінку внутрішнього потенціалу туристичного бізнесу доцільно проводити з використанням спеціалізованих програм, що спроможні забезпечити формування туристичної пропозиції – BITOUR.

Основним показником, що системно характеризує внутрішнє середовище туристичного бізнесу, і який є базисом розробки стратегічних планів, є показник кількості осіб, обслугованих туристичним оператором. Однак, як показали результати моніторингу туристичного ринку (табл. 2), фактична кількість осіб, задіяних в туристичних процесах набагато вища від описаного показника (на величину коефіцієнта навантаження, в середньому в 6 разів). Пояснення феномену просте – аналогічно самозайнятості населення здійснює планування свого відпочинку, минуючи безпосередньо турагентів і туроператорів. За таких умов прогноз потенційної чисельності туристів повинен базуватися саме на величині осіб, що реєструвалися в колективних засобах розміщення. Критичним фактором, що обмежує даний процес, є кількість таких установ, тому здійснимо економіко-математичне моделювання потенційної чисельності туристів в Запорізькій області за такою економіко-математичною моделлю:

$$ПЧТ = f(K_{кзр}), \quad (1)$$

де ПЧТ — потенційна чисельність туристів, осіб на рік;

$K_{кзр}$ — кількість колективних засобів розміщення, од.

Використовуючи дані табл.2, отримаємо наступні результати, представлені в табл. 3.

Таблиця 3
Результати економіко-математичного моделювання потенційної чисельності туристів Запорізької області

№ з/п	Тип залежності	Економіко-математична модель	Коефіцієнт детермінації, %
1	лінійна	$ПЧТ = -11507,8 \times K_{кзр} + 319999,1$	30,3
2	експоненційна	$ПЧТ = 335395,7 \times \exp(-0,0541K_{кзр})$	35,1
3	логарифмічна	$ПЧТ = -30639,7 \times \ln(K_{кзр}) + 306042,6$	14,8
4	поліноміальна	$ПЧТ = -791,3K_{кзр}^3 + 6760,4K_{кзр}^2 - 10427,9K_{кзр} + 278560,2$	64,4
5	ступенева	$ПЧТ = 316067,4 \times K_{кзр}^{-0,149}$	18,2

За результатами проведеного моделювання найкращою слід визнати поліноміальну модель, яка на 64,4 % описує логіку динаміки потенційної чисельності туристів залежно від стану інфраструктури (кількість колективних засобів розміщення):

$$ПЧТ = -791,3K_{кзр}^3 + 6760,4K_{кзр}^2 - 10427,9K_{кзр} + 278560,2. \quad (2)$$

Таким чином, реалізація отриманої економіко-математичної моделі дозволить не тільки здійснювати планування чисельності туристів, але й моделювати

бажаний стан інфраструктури регіону (з урахуванням їх варіації відповідно до вихідної бази моделювання). Це дасть змогу уточнювати стратегічні і тактичні плани і програми щодо розвитку туристичного бізнесу, і як результат, здійснювати оцінку його вкладу в зміцнення економічної безпеки.

6. Обговорення результатів розробки концепції маркетингу туристичного бізнесу в зміцненні економічної безпеки регіону

Оцінка економічної безпеки як результату захисту економічних інтересів регіону дозволяє здійснювати узагальнюючий висновок щодо його стану з точки зору досягнення певних результатів – економічної безпеки, економічної небезпеки, економічного ризику, економічної загрози. На відміну від численних досліджень [14, 18, 19, 34], що передбачають обґрунтування динаміки макроекономічних індикаторів, такий алгоритм дозволяє здійснити остаточний висновок на основі одного з базових показників (валовий регіональний продукт, індекс фізичного обсягу валового регіонального продукту, показники прибутку). Зазначені показники враховують зміну як вартісних факторів, так і оцінюють вплив фізичних обсягів діяльності. Причини подібного стану розкриваються через часткові показники, що базуються на врахуванні структури економіки регіону в частині галузей, видів діяльності тощо.

Застосування динамічних оцінок економічної безпеки регіону є простим в практиці прийомом, що не потребує використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Однак ця простота пов'язана з суттєвим недоліком – отримані оцінки за зазначеним вище складовими необхідно узагальнити шляхом пошуку причинно-наслідкових зв'язків. Застосування багатовимірної статистичного аналізу нівелює зазначений недолік, однак, в свою чергу, вимагатиме більшої кількості і якості розрахунків з метою обґрунтування рівня економічної безпеки. Виконані розрахунки на прикладі традиційного регіону з сильними складовими економічної безпеки (табл. 1, рис. 1) довели необхідність застосування насамперед динамічних оцінок. Саме вони характеризують не лише теперішній стан, але й надають основу для подальшого прогнозування ситуації. При цьому необхідною і достатньою умовою здійснення оцінювання є одночасне поєднання узагальнюючого показника з частковими його рівнями. Такий підхід забезпечує виявлення чинників негативного та позитивного впливу на поточний стан регіону, що залишаються нерозкритими в методичному плані в частині досліджень, наприклад [23, 31].

Аналіз динаміки туристичних потоків регіону (табл. 2) довів необхідність вдосконалення механізму регулювання туристичної діяльності в частині як адміністративних інструментів, так і ринкового контролю. Дані механізми здійснюють вплив не поодинокі, а у взаємній обумовленості і зв'язку. Реалізація цього принципу забезпечуватиме синергетичний ефект від їх взаємодії, що створюватиме передумови для активізації туристичних процесів. Застосування лише одних або інших важелів впливу є недостатнім для пожвавлення туристичної галузі з причин відкритості національної економіки та необхідності забезпечення соціальних гарантій населенню в умовах ринкових відносин.

Логічним продовженням реалізації ринкових механізмів управління туристичною галуззю — механізмів кооперації — є більш широке застосування насамперед маркетингових стратегій в туристичній галузі. Оскільки механізми кооперації діяльності надають низку переваг, то, природним видається використання різноманітних стратегій як традиційних напрямків зростання туристичного бізнесу за рахунок інтеграції або диверсифікації, так і інноваційного спрямування. Це цілком відповідає основним чинникам формування та зміцнення економічної безпеки регіону в частині основних показників — в тому числі і інноваційній основі регіону (табл. 1, частка інноваційної продукції в обсязі продукції промисловості). Основою здійснення маркетингового стратегічного планування є обґрунтування обсягу наданих послуг, що базуються на прогнозуванні потенційної чисельності туристів. Для цього здійснено економіко-математичне моделювання відповідної динаміки туристів – формула (2). Очікувано найбільш наближеною до реальної динаміки туристичного бізнесу є поліноміальна залежність як загальний вигляд динаміки економічних циклів розвитку регіону. Туристичний сектор, як і економіка регіону в цілому, також характеризується циклічним характером розвитку, що відображено в моделі і рівні коефіцієнта детермінації.

Отримані наукові результати із активізації туристичного сектору забезпечують методичне підґрунтя в зростання його вкладу у формування та зміцнення економічної безпеки регіону. Це стає можливим завдяки застосуванню низки інструментів ринкового характеру на рівні об'єднань підприємств, що надають туристичні послуги – маркетингових стратегій туристичного бізнесу. Підвищена ділова активність туристичного сектору, таким чином, забезпечуватиме додаткові надходження коштів в бюджет регіону, створення додаткових робочих місць в галузі, розвиток супутньої туризму інфраструктури. Це створить підґрунтя із зміцнення економічної безпеки або переходу її на більш високий рівень, наприклад, із економічної небезпеки до економічної загрози або ризику.

Практична значущість виконаного дослідження підтверджується виконаною діагностикою загального рівня економічної безпеки Запорізької області з використання системи показників і узагальнюючого показника. Проаналізовано стан туристичного бізнесу регіону і розроблено економіко-математичну модель прогнозування потенційної чисельності туристів, що уможливорює проробку маркетингових стратегій галузі і зростання її вкладу в зміцнення економічного стану регіону.

Аналізуючи зміст авторської концепції, необхідно зважувати на той факт, що поза межами дослідження залишились питання щодо ідентифікації складових економічної безпеки і математичне зведення їх до результуючого показника. Це дещо обмежує створення методичного підходу до обчислення рівня економічної безпеки, незважаючи на запропоновані рівні (економічна безпека, економічний ризик, економічна загроза, економічна небезпека). Однак це створює основу для подальших досліджень. Методична обмеженість стосується кількісного виміру впливу результатів туристичного бізнесу на загальний рівень економічної безпеки в контексті груп її показників, узагальнюючих результатів та запропонованих рівнів.

В той же час, запропонований підхід не позбавлений недоліків. До них слід віднести позиції авторів щодо складу ключових показників економічної безпеки регіону. Враховуючи складність і надзвичайно високу структурованість визначеної категорії, недоцільно її кількісну оцінку зводити до одного показника. Необхідно застосовувати розглянуту систему груп показників, які повинні наповнюватись відповідними індикаторами. Недостатня увага до механізму оцінки вкладу туристичного бізнесу в загальну оцінку економічної безпеки регіону дещо звужує можливості і напрямки застосування запропонованого підходу. Але зазначені позиції не принижують теоретичного значення дослідження.

Розвиток подальших досліджень, започаткований даною публікацією, полягає в подальшому поглибленні теоретичних напрацювань з розвитку принципів оцінювання і особливостей різних методів оцінки економічної безпеки регіону під впливом різних чинників. Оцінювання вкладу туристичного сектору в рівень економічної безпеки регіону потребуватиме в подальшому оцінку якості відповідної економіко-математичної прогнозної моделі, її апробацію і визначення особливостей оцінки зовнішніх та внутрішніх чинників, що не увійшли в модель. Подальшого розвитку та уточнення також потребують науково-методичні положення щодо структурування економічної безпеки за чотирма станами (безпека, небезпека, ризик, загроза). Поглиблення теоретичного базису інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій буде спрямовано на механізмі вибору між окремим програмними продуктами, в тому числі з урахуванням їх платності, значущості в окремій країні, в конкретному регіоні чи мережі підприємств.

7. Висновки

1. Економічна безпека регіону повинна базуватись на забезпеченні економічних інтересів регіону і одночасно створювати базис для подальшого економічного розвитку. Для оцінки досягнення встановлених цілей повинні використовуватися моментні та інтервальні показники - валовий регіональний продукт, індекс фізичного обсягу валового регіонального продукту, прибуток. Формулювання та досягнення встановленої мети потребує агрегування типових соціально-економічних процесів за такими групами, як економічні, фінансові, інформаційні, інвестиційні, інноваційні, технологічні, енергетичні, виробничі, соціально-демографічні, продовольчі складові. Це дозволяє системно охопити складові економічної безпеки регіону. Вони (складові) здійснюють вплив на загальний рівень економічної безпеки, результати якого пропонується діагностувати за чотирма рівнями: економічна безпека, економічний ризик, економічна загроза, економічна небезпека з відповідними рівнями критеріальних показників.

2. Процедура оцінки економічної безпеки базується на застосуванні таких традиційних методів, як моніторинг динаміки показників і індексів, економетричний і багатовимірний статистичний аналіз, прогнозне економіко-математичне моделювання. Вони забезпечують наочність отриманих результатів, їх точність і придатність до подальшого використання. Інформація генерує супутні потоки, що охоплюють всі зазначені аспекти від стадії формулювання мети до отримання конкретних результатів її досягнення.

3. Туристичний сектор як важлива складова економічної безпеки регіону потребує трансформації маркетингових підходів з метою зростання вкладу галузі в загальний рівень стійкості і динаміку економічного розвитку. Для цього пропонується низка адміністративних інструментів регулювання, реалізація якої розширить роль держави як рівноправного ефективного партнера в туризмі. В умовах ринкового середовища активізація туристичних процесів потребує також більш широкого застосування ринкових механізмів, а саме процесів кооперації суб'єктів туристичної галузі, що забезпечить ряд економічних переваг на основі здійснення спільної діяльності. Це в подальшому потребує реалізації системи маркетингових стратегій, що базуватимуться на основі традиційних та інноваційних способів забезпечення економічного зростання та розвитку.

4. Формування та реалізація зазначених стратегій базуватиметься на результатах технології SWOT-діагностування галузі із оцінкою параметрів ступеня впливу і ймовірності відповідних складових, що складає діагностику зовнішнього середовища. Оцінка потенціалу і можливостей внутрішнього стану базуватиметься передусім на портфелі туристичних продуктів. Його доцільно формувати за допомогою цифрових технологій, а саме - BITOUR. Це створить наочність для потенційного клієнта, а також забезпечить більшу вірогідність прийняття туристичної пропозиції.

Література

1. Статистична інформація. Регіональна статистика. Валовий регіональний продукт. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>
2. Economic impact reports. World Travel & Tourism Council. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>
3. Wilfred, P., MacColl, A. D. C. (2016). Status of wildlife at trophy hunting sites in the Ugalla Game Reserve of Western Tanzania. *Tropical Conservation Science*, 9 (3), 194008291666733. doi: <https://doi.org/10.1177/1940082916667336>
4. Beladi, H., Chao, C.-C., Ee, M. S., Hollas, D. (2017). Does Medical Tourism Promote Economic Growth? A Cross-Country Analysis. *Journal of Travel Research*, 58 (1), 121–135. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287517735909>
5. Pinos Navarrete, A., Shaw, G. (2020). Spa tourism opportunities as strategic sector in aiding recovery from Covid-19: The Spanish model. *Tourism and Hospitality Research*, 21 (2), 245–250. doi: <https://doi.org/10.1177/1467358420970626>
6. Theodoropoulou, I., Alos, J. (2020). Expect amazing! Branding Qatar as a sports tourism destination. *Visual Communication*, 19 (1), 13–43. doi: <https://doi.org/10.1177/1470357218775005>
7. Rantala, O., Varley, P. (2019). Wild camping and the weight of tourism. *Tourist Studies*, 19 (3), 295–312. doi: <https://doi.org/10.1177/1468797619832308>
8. Rousta, A., Jamshidi, D. (2020). Food tourism value: Investigating the factors that influence tourists to revisit. *Journal of Vacation Marketing*, 26 (1), 73–95. doi: <https://doi.org/10.1177/1356766719858649>
9. В 2019 году иностранные туристы оставили в Украине \$1,4 миллиарда (инфографика). URL: <https://minfin.com.ua/2020/06/01/46399442/>

10. Chandy, R. K., Johar, G. V., Moorman, C., Roberts, J. H. (2021). Better Marketing for a Better World. *Journal of Marketing*, 85 (3), 1–9. doi: <https://doi.org/10.1177/00222429211003690>
11. Deighton, J. A., Mela, C. F., Moorman, C. (2021). Marketing Thinking and Doing. *Journal of Marketing*, 85 (1), 1–6. doi: <https://doi.org/10.1177/0022242920977093>
12. Sheth, J. N. (2020). Borderless Media: Rethinking International Marketing. *Journal of International Marketing*, 28 (1), 3–12. doi: <https://doi.org/10.1177/1069031x19897044>
13. Семенець, А. О., Тюріна, Д. М. (2015). Проблеми здійснення факторного аналізу результатів діяльності регіону в процесі моніторингу його економічної безпеки. *Актуальні проблеми економіки*, 1, 285–291.
14. Білоусов, Є. М. (2014). Сутнісні характеристики та співвідношення понять “економічна безпека держави”, “економічна безпека регіону”, “економічна безпека підприємства”. *Право та інновації*, 1-2, 21–25.
15. Пілько, Д. В., Савчук, Н. В. (2016). Визначення порогових рівнів економічної безпеки територіальних систем регіону на основі моделей дискримінантного аналізу та методу евклідової відстані. *Проблеми економіки*, 3, 307–313.
16. Буколова, В. В. (2018). Передумови оцінювання соціально-економічної безпеки регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія “Міжнародні економічні відносини та світове господарство”*, 17 (1), 29–33.
17. Іванюта, В. В. (2020). Забезпечення економічної безпеки на регіональному рівні як напрям державного впливу. *Економіка, управління та адміністрування*, 2, 69–73. doi: [https://doi.org/10.26642/ema-2020-2\(92\)-69-73](https://doi.org/10.26642/ema-2020-2(92)-69-73)
18. Gontar, A. (2018). Ensuring economic safety: regional aspects. *Proceedings of the International Scientific Conference “Competitive, Sustainable and Secure Development of the Regional Economy: Response to Global Challenges” (CSSDRE 2018)*. doi: <https://doi.org/10.2991/cssdre-18.2018.149>
19. Kiseleva, I. A., Nevrov, I. I., Pikalov, A. V., Iskajyan, S. O., Tramova, A. M. (2019). Economic safety of the regions: Technology, trends, and risks. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8 (3), 5572–5579. doi: <https://doi.org/10.35940/ijrte.c5529.098319>
20. Lavallo, A., Mate, A., Trujillo, J., Rizzi, S. (2019). Visualization Requirements for Business Intelligence Analytics: A Goal-Based, Iterative Framework. *2019 IEEE 27th International Requirements Engineering Conference (RE)*. doi: <https://doi.org/10.1109/re.2019.00022>
21. Zheng, Z. (Eric), Fader, P., Padmanabhan, V. (2012). From Business Intelligence to Competitive Intelligence: Inferring Competitive Measures Using Augmented Site-Centric Data. *Information Systems Research*, 23 (3-part-1), 698–720. doi: <https://doi.org/10.1287/isre.1110.0385>
22. Козьмук, Н. І., Гупало, М. В. (2018). Базові показники оцінки стану фінансово-економічної безпеки регіонів України. *Вісник Університету банківської справи*, 2, 40–46.

23. Маргасова, В. (2015). Економічна безпека регіону. Глобальне управління та економіка, 1, 206–210.
24. Пивавар, І. В. (2019). Методологія дослідження нерівномірності розвитку як фактора забезпечення економічної безпеки регіонів України. Бізнес Інформ, 4, 147–157. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-4-147-157>
25. Тимчишин, Ю. В. (2019). Інструментарій дослідження підходів до забезпечення економічної безпеки регіонів. Бізнес Інформ, 6, 83–88. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-6-83-88>
26. Rikhardsson, P., Yigitbasioglu, O. (2018). Business intelligence & analytics in management accounting research: Status and future focus. *International Journal of Accounting Information Systems*, 29, 37–58. doi: <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2018.03.001>
27. Bordeleau, F.-E., Mosconi, E., de Santa-Eulalia, L. A. (2019). Business intelligence and analytics value creation in Industry 4.0: a multiple case study in manufacturing medium enterprises. *Production Planning & Control*, 31 (2-3), 173–185. doi: <https://doi.org/10.1080/09537287.2019.1631458>
28. Богдан, Н. М. (2018). Оцінювання рівня фінансово-економічної безпеки регіонів України: методологія і практика. *Проблеми економіки*, 1, 142–149.
29. Купира, М. І. (2017). Оцінка рівня економічної безпеки депресивних регіонів України. *Економічний форум*, 2, 124–129.
30. Provisional central product classification. URL: https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/Download/In%20Text/CPCprov_english.pdf
31. Козаченко, Г. В., Буколова, В. В. (2018). Аналіз підходів до оцінювання соціально-економічної безпеки регіону. *Проблеми економіки*, 1, 150–157.
32. Antonakakis, N., Dragouni, M., Eeckels, B., Filis, G. (2017). The Tourism and Economic Growth Enigma: Examining an Ambiguous Relationship through Multiple Prisms. *Journal of Travel Research*, 58 (1), 3–24. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287517744671>
33. Chen, J. L., Li, G., Wu, D. C., Shen, S. (2017). Forecasting Seasonal Tourism Demand Using a Multiseries Structural Time Series Method. *Journal of Travel Research*, 58 (1), 92–103. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287517737191>
34. Онищенко, В. О., Бондаревська, О. М. (2018). Захисний підхід до визначення економічної безпеки регіону. *Проблеми економіки*, 1, 158–164.
35. Calero, C., Turner, L. W. (2020). Regional economic development and tourism: A literature review to highlight future directions for regional tourism research. *Tourism Economics*, 26 (1), 3–26. doi: <https://doi.org/10.1177/1354816619881244>
36. Bronner, F., de Hoog, R. (2017). Tourist Demand Reactions: Symmetric or Asymmetric across the Business Cycle? *Journal of Travel Research*, 56 (7), 839–853. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287516672347>
37. Захарін, С. (2018). Організаційно-економічні чинники розвитку сфери туризму та курортів в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 2, 57–66. doi: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.2.2018.154435>

38. Mandal, S. (2018). Exploring the influence of big data analytics management capabilities on sustainable tourism supply chain performance: the moderating role of technology orientation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35 (8), 1104–1118. doi: <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1476302>
39. Inanc–Demir, M., Kozak, M. (2019). Big Data and Its Supporting Elements: Implications for Tourism and Hospitality Marketing. *Big Data and Innovation in Tourism, Travel, and Hospitality*, 213–223. doi: https://doi.org/10.1007/978-981-13-6339-9_13
40. Yallop, A., Seraphin, H. (2020). Big data and analytics in tourism and hospitality: opportunities and risks. *Journal of Tourism Futures*, 6 (3), 257–262. doi: <https://doi.org/10.1108/jtf-10-2019-0108>
41. Вислободська, Г. П., Макаруха, С. Р. (2019). Кооперація в туризмі: стан, проблеми та перспективи. *Причорноморські економічні студії*, 47-1, 126–130. doi: <https://doi.org/10.32843/bses.47-23>
42. Охота, В. І. (2019). Сучасні конкурентні стратегії щодо збільшення внутрішніх туристичних потоків. *Інноваційна економіка*, 3-4, 107–113.
43. Sert, A. N. (2017). Niche Marketing And Tourism. *Journal of Business Management and Economic Research*, 1 (1), 14–25. doi: <https://doi.org/10.29226/jobmer.2017.1>
44. Ковешніков, В. С., Попович, К. В. (2015). Проблеми управління технологічними інноваціями в туризмі. *Географія та туризм*, 34, 64–75.
45. Нечипорук, С. В. (2012). Організаційне та методичне забезпечення стратегічного планування маркетингу на підприємствах готельного господарства. *Економіка і управління*, 2, 100–106. URL: <https://e-u.edu.ua/journal/102.pdf>
46. Kanagal, N. B. (2017). Development of Market Orientation for Marketing Strategy Formulation. *International Journal of Marketing Studies*, 9 (4), 54. doi: <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n4p54>
47. Bustamante, A., Sebastia, L., Onaindia, E. (2020). BITOUR: A Business Intelligence Platform for Tourism Analysis. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 9 (11), 671. doi: <https://doi.org/10.3390/ijgi9110671>
48. Компанець, К. А., Литвишко, Л. О., Височило, О. М. (2018). Організаційно-економічне забезпечення стратегічного маркетингу на підприємстві. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*, 23 (2 (67)), 56–59.
49. Ritonga, H. M., Setiawan, N., Fikr, M. E., Pramono, C., Ritonga, M., Hakim, T. et. al. (2018). Rural tourism marketing strategy and SWOT analysis: a case study of bandar pasir mandoge sub-district in north sumatera. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9 (9), 1617–1631. URL: https://iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJCIET/VOLUME_9_ISSUE_9/IJCIET_09_09_156.pdf
50. Suharto, R. B., Roy, J., Darma, D. C. (2019). Degree of potential and development strategy of tourism objects. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8 (09), 2343–2347. URL: <http://www.ijstr.org/final-print/sep2019/Degree-Of-Potential-And-Development-Strategy-Of-Tourism-Objects.pdf>
51. Кукліна, Т. С. (2011). Удосконалення комплексу маркетингу в забезпеченні розвитку туристичних підприємств. *Бізнес-навігатор*, 3, 29–33.

52. Barros, C., Sousa, B. (2019). Price and marketing strategy in tourism contexts: a preliminary study to mitigating seasonality. *International journal of marketing, communication and new media*, 7 (12), 24–38.
53. Syamsuddin Amin, M. A., Priansah, P. (2019). Marketing communication strategy to improve tourism potential. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 2 (4), 160–166. doi: <https://doi.org/10.33258/birci.v2i4.575>
54. Vinerean, S. (2017). Content marketing strategy. Definition, objectives and tactics. *Expert journal of marketing*, 5 (2), 92–98.
55. Stankov, U., Gretzel, U. (2020). Tourism 4.0 technologies and tourist experiences: a human-centered design perspective. *Information Technology & Tourism*, 22 (3), 477–488. doi: <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00186-y>
56. Pahlevi, A. S., Sayono, J., Hermanto, Y. A. L. (2021). Design of a Virtual Tour as a Solution for Promoting the Tourism Sector in the Pandemic Period. *KnE Social Sciences*, 368–374. doi: <https://doi.org/10.18502/kss.v5i6.9226>

Not a reprint