

Міністерство освіти і науки України  
Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»

**Навчально-науковий інститут економіки**

(інститут)

**Фінансово-економічний факультет**

(факультет)

**Кафедра туризму та економіки підприємства**

(повна назва)

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**  
**кваліфікаційної роботи ступеня бакалавр**

студентки **Дзюби Віталіни Віталіївни**

(П І Б)

академічної групи **242-19з-1**

(шифр)

спеціальності **242 Туризм**

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою **«Туризм»**

(офіційна назва)

на тему **«Шляхи підвищення туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області»**

(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	Белобородова М.В.			
розділів:				
1. Теоретичний	Белобородова М.В.			
2. Дослідницький	Белобородова М.В.			
3. Проєктний	Белобородова М.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Барановська Р.С.			

Дніпро  
2023

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

завідувачка кафедри туризму та  
економіки підприємства  
(повна назва)

\_\_\_\_\_ Л.С. БЕЗУГЛА

(підпис) (прізвище, ініціали)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 року

**ЗАВДАННЯ**  
**на кваліфікаційну роботу**  
**ступеня бакалавр**  
(бакалавра, магістра)

студентці Дзюбі В.В. академічної групи 242-19з-1

(прізвище та ініціали) (шифр)

спеціальності 242 Туризм

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туризм»

(офіційна назва)

на тему «Шляхи підвищення туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

<b>Розділ</b>	<b>Зміст</b>	<b>Термін виконання</b>
Теоретичний	Теоретико-методологічні аспекти дослідження територіального розвитку туризму	13 квітня 2023 року
Дослідницький	Сучасний стан та можливості розвитку туристичного бізнесу в Дніпропетровській області	09 травня 2023 року
Проектний	Напрями реалізації рекреаційно-туристичного потенціалу Дніпропетровської області	05 червня 2023 року
Оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра		08 червня 2023 року

**Завдання видано**

\_\_\_\_\_ (підпис керівника)

Белобородова М.В.

(прізвище, ініціали)

**Дата видачі** \_\_\_\_\_

**Дата подання до екзаменаційної комісії** 15.06.2023

**Прийнято до виконання**

\_\_\_\_\_ (підпис студентки)

Дзюба В.В.

(прізвище, ініціали)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 85 с., рис. 12, табл. 10, джерел 34.

В кваліфікаційній роботі проаналізовано поточний стан та перспективи реалізації туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області, досліджені можливості туристичної агенції «Скай Тур» у просуванні та реалізації комплексного туристичного продукту на прикладі екологічного туру з елементами спортивного, історико-культурного та етнографічного видів туризму.

*Метою дослідження є обґрунтування науково-методичних підходів до оцінювання та реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону із середнім рівнем туристичної привабливості на прикладі Дніпропетровської області.*

*Об'єктом дослідження є процес оцінки та реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону.*

У роботі використано такі методи досліджень: теоретичне узагальнення, факторний аналіз, економіко-математичне моделювання, графічний, аналітичний, статистичний метод.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, ІНФРАСТРУКТУРА, АТРАКЦІЯ, ОЦІНЮВАННЯ, ЕКОТУРИЗМ, ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ, СЕРЕДОВИЩЕ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

## PAPER

Explanatory note: 85 pages, 12 figures, 10 tables, 34 sources.

The current state and prospects for the realization of the tourist and recreational potential of the Dnipropetrovsk region are analyzed on the study, the possibilities of the tourist agency "Sky Tour" in the promotion and implementation of a complex tourist product on the example of an ecological tour with elements of sports, historical, cultural and ethnographic types of tourism are investigated.

*The purpose of the study* is to substantiate the scientific and methodological approaches to the assessment and implementation the tourist and recreational potential of the region with an average level of tourist attraction on the example of the Dnipropetrovsk region.

*The object of the study* is the process of assessment and realization the tourist and recreational potential of the region.

The following research methods were used in the work: theoretical generalization, factor analysis, economic-mathematical modeling, graphic, analytical, statistical methods.

**KEY WORDS:** TOURIST AND RECREATION POTENTIAL, TOURIST RESOURCES, INFRASTRUCTURE, ATTRACTION, EVALUATION, ECOTOURISM, GREEN TOURISM, TOURISM BUSINESS ENVIRONMENT

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	9
1.1 Теоретичні підходи до туристично-рекреаційного районування України	9
1.2 Багатокритеріальний підхід до розвитку регіонального туризму	18
1.3 Обґрунтування компонентів туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області	25
Висновки до розділу 1	34
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	36
2.1 Характеристика туристичного бізнес-середовища в регіоні	36
2.2 Організаційно-економічна характеристика ФОП Міщук Антон Анатолійович / туристичної агенції «Скай Тур»	45
2.3 Поточний стан збутової діяльності ФОП Міщук Антон Анатолійович / туристичної агенції «Скай Тур»	51
Висновки до розділу 2	54
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕКРЕАЦІЙНО- ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	57
3.1 Формування об'єднаної туристичної пропозиції як умова підвищення туристичної привабливості Дніпропетровської області	57
3.2 Розробка природно-орієнтованого туру в Дніпропетровській області	64
Висновки до розділу 3	71
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76
ДОДАТКИ	80

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Дніпропетровська область відноситься до територій, які вирізняються «мозаїковим» екологічним станом і мають різноманіття природних ресурсів та умов для їх реалізації. На території області є велика кількість привабливих з туристичної точки зору природних та культурно-історичних об'єктів, що створює можливість для розвитку одного з найперспективніших видів туризму – природно-орієнтованого або екологічного. Проте, на території Дніпропетровської області у сферу туристської діяльності залучено лише низку окремих природних об'єктів і територій. Питання сталого розвитку туризму в області стають особливо актуальними

Дослідження в області рекреаційного поділу територій, розробки таксономічної рекреаційної класифікації проводили Ліханов Б., Преображенський В., Бондаренко Л., Белобородова М., Бейдік О., Мокляк А., Покоłodна М. та інші автори. Тим не менше, проблема оцінки та максимально ефективного залучення туристично-рекреаційного потенціалу територій із низьким та середнім рівнем туристичної привабливості залишається актуальною, що і зумовило вибір теми, мети і завдань кваліфікаційної роботи.

**Об'єкт дослідження** – процес оцінки та реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону.

**Предмет дослідження** – науково-методичні підходи до оцінювання, підвищення та реалізації туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області.

**Метою кваліфікаційної роботи** є обґрунтування науково-методичних підходів до оцінювання, підвищення та реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону із середнім рівнем туристичної привабливості на прикладі Дніпропетровської області.

Для досягнення поставленої мети були вирішені наступні завдання:

- узагальнено наукові підходи до туристично-рекреаційного районування України;
- узагальнено критерії оцінки розвитку регіонального туризму;
- обґрунтовано компоненти туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області;
- охарактеризовано стан туристичного бізнес-середовища в регіоні;
- здійснено організаційно-економічну характеристику ФОП Міщук Антон Анатолійович \ туристичної агенції «Скай Тур»;
- обґрунтовано засади формування об'єднаної туристичної пропозиції як умови підвищення туристичної привабливості Дніпропетровської області;
- наведено заходи щодо реалізації туристичного потенціалу Дніпропетровської області на прикладі природно-орієнтованого (екологічного) туру з елементами спортивного, історико-культурного та етнографічного видів туризму.

*Метою дослідження є обґрунтування науково-методичних підходів до оцінювання та реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону із середнім рівнем туристичної привабливості на прикладі Дніпропетровської області.*

*Об'єктом дослідження є процес оцінки та реалізації туристично-рекреаційного потенціалу регіону.*

Під час проведення дослідження застосовувались такі методи наукового пізнання: теоретичне узагальнення, факторний аналіз, економіко-математичне моделювання, графічний, аналітичний, статистичний метод.

*Інформаційну базу дослідження складають вітчизняні та міжнародні аналітичні й статистичні видання, зокрема науковий доробок дослідників в сфері туристично-рекреаційного районування України, періодичні видання, наукова та науково-популярна література, нормативні законодавчі акти України, офіційні інтернет-сторінки ФОП Міщука Антона Анатолійовича / туристичної агенції «Скай Тур», кінного двору «Отаман»,*

зеленої садиби «Благодатне», результати опитування, отримані за підсумками проходження передатестаційної практики.

**Наукова новизна кваліфікаційної роботи** полягає в обґрунтуванні теоретико-методичного забезпечення оцінки та реалізації туристичного потенціалу Дніпропетровської області як регіону із середнім рівнем туристичної привабливості.

**Практичне значення** кваліфікаційної роботи полягає в розробці практичних рекомендацій щодо просування та реалізації комплексного туристичного продукту на прикладі екологічного туру з елементами спортивного, історико-культурного та етнографічного видів туризму, запропонованого до реалізації в рамках консультаційної діяльності ФОП Міщука Антона Анатолійовича / туристичної агенції «Скай Тур».

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст дипломної роботи викладено на 75 сторінках. Кваліфікаційна робота містить 10 таблиць та 12 рисунків, 4 додатки. Список використаних джерел включає 34 найменування на чотирьох сторінках. Загальний обсяг роботи складає 85 сторінок.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження апробовані на XVI Всеукраїнській науково-технічній конференція здобувачів вищої освіти «Сталий розвиток міст» (Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 21-22 квітня 2023 р.).



## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

### 1.1 Теоретичні підходи до туристично-рекреаційного районування України

Економічні перетворення в Україні, світова фінансова криза, брак фінансування внутрішнього туризму в нашій державі вимагають більш ефективного використання всіх можливостей для подальшого раціонального управління наявними ресурсами та розробки ефективної стратегії розвитку галузі в цілому. За даними UNWTO [1; 2], протягом січня - У серпні 2020 року міжнародні туристичні поїздки скоротилися на 70% порівняно з 2019 роком, коли було здійснено 1,46 мільярда туристичних поїздок. Туристичний сектор зазнав збитків у понад 700 мільярдів доларів США, що більш ніж у вісім разів перевищує рецесію, спричинену світовою економічною кризою 2009 року. Військові дії на Донбасі та окупація Кримського півострова призвели до переорієнтації та відкриття нових туристичних напрямків, пандемія COVID-19 показала важливість внутрішнього туризму. Його розвиток в Україні за останні 10 років набуває все більшої актуальності.

Прийняття рішень щодо формування стратегії розвитку рекреаційно-туристичної галузі України в цілому та окремих її регіонів має базуватися на обґрунтованому проектному плануванні територій, що виражається у схемах зонування та розвитку територій, у тому числі рекреаційних. Особливо актуальними питаннями, які вирішуються схемами зонування, є формування рекреаційних, туристичних і санаторно-курортних просторів з метою ефективного і раціонального природокористування, розробка шляхів бережливого використання природних лікувально-рекреаційних ресурсів шляхом проектування розвитку туризму. зон і курортів. Крім того, схеми розвитку та зонування стають основою для розробки та реалізації конкурентоспроможного національного туристичного продукту. Методичні

питання визначення туристично-рекреаційного, кліматичного та рекреаційного потенціалу територій, типологія рекреаційних територій та спеціальний поділ територія у сфері туризму та рекреації на територіальні одиниці поступово починають охоплюватися у розвитку науково-прикладного, нормативного характеру, географії та містобудування, охорони здоров'я тощо з 60-70-х років ХХ ст. У цих дослідженнях світові системи районування зводяться до двох найбільших груп, а саме американської та західноєвропейської, які мають значні відмінності. Також виділено систему територіального районування Китаю як системи, що забезпечує механізми виділення особливо цінних земель (зокрема сільськогосподарських), Японії, Гонконгу тощо. Існуючі системи зонування є передусім інструментом планування регіонального розвитку для органів влади різних рівнів і вважаються так званим правовим зонуванням, оскільки в основному встановлюють і регулюють права користування нерухомістю та земельними ресурсами.

Американська система зонування характеризується найвищим ступенем незалежності місцевих органів влади, декларація політики стратегічного планування соціально-економічного розвитку розробляється в один етап, охоплюючи всю територію та всі її складові. Західноєвропейська система районування – це набір національних систем районування, які мають певні, іноді фундаментальні, відмінності. Наприклад, у Великій Британії територіальне зонування здійснюється лише місцевими органами влади або унітарними установами та координується відповідно до регіонального плану розвитку. Питання планування заповідних територій (національних парків, заповідників) координує, зокрема, Організація національних парків. Також існують відмінності в таксонах (класах або категоріях) територіального поділу в різних системах районування [3]. Аналіз джерел, що стосуються світової практики територіального районування і землеустрою показали, що основним підходом до поділу є нормативний метод планування територій, який використовують органи місцевого самоврядування, а основними критеріями

для зонування типів природокористування обрано ( рекреаційне, водне, лісове, агро-, містобудівне та інші види природокористування) – «форма землекористування». Відповідно до виду природокористування та характеру землеволодіння користувачі здійснюють зонування територій, виходячи з принципів сталого розвитку суспільства, терміну використання, характеру та інтенсивності використання, розміру таксонів тощо. У світовій практиці територіальний поділ (незалежно від галузей) - це зонування території.

Зонування — це метод просторового планування (міського планування, зокрема), за якого різні рівні територіального управління (муніципалітети, служби рибного господарства та дикої природи, лісові служби тощо) поділяють територіальні ресурси на таксони, які називаються зонами [4; 5]. Кожен із таксонів має набір чітких правил і положень, спрямованих на стратегічний розвиток територій, що підлягають зонуванню і які відрізняються від інших зон. При здійсненні зонування враховується і вказується тривалість виділення зон (тимчасової, одноразової, зони постійного користування, зони, наприклад, житлової, промислової та ін.). Зони також враховують можливість поєднання кількох сумісних типів природокористування, або у випадку зонування за формами різні правила можуть регулювати щільність, розмір і форму дозволеного використання незалежно від мети. Правила планування для кожної зони визначають, чи можна надати дозвіл на планування для певного проекту ділянки для певного використання чи ні. Таке зонування визначає безпосереднє й умовне використання земель, а його правила визначають розміри земель, на які можна поділити територію, форму і масштаб проектних рішень. Правила зонування встановлюються для управління ростом і розвитком територій (включно з містами).

Із початком війни проблематика зеленої інфраструктури українських міст ще більше загострилась. Зараз, за даними ООН, Україна є однією із найбільш замінованих країн у світі. Майже 15% загальної площі заміновані. Це напряду буде впливати на забруднення ґрунтів. Розмінування цих

територій або детонації мін теж буде призводити до забруднення важкими металами ґрунтів і ґрунтових вод. Крім того, що відбувається окислення під час вибуху, уламки снарядів, які потрапляють у довкілля, є небезпечними. У них є домішки чавуну, заліза, вуглецю, сірки, алюмінію, кадмію та міді, які можуть призводити до забруднення ґрунтових і підземних вод.

Сучасний стан зонування в Україні базується на багатогранному визначенні поняття та обертається навколо правового регулювання процесів зонування, інструменти та механізми регулювання та природокористування. Численні існуючі схеми (зокрема, рекреаційні) поділу території країни та її окремих регіонів свідчать про плутанину та урізноманітнення термінології, підходів, стандартів і правил районування [4]. Крім того, в Україні існують численні галузеві районування, які ґрунтуються на принципах теорії «зонотворення», проте більшість галузевих районувань не порівнюються та не співвідносяться. Крім того, принципи, закладені при проведенні галузевого зонування, не завжди узгоджуються із законами та нормативно-правовими актами, які мають регулювати систему просторового планування, і часто мають інше трактування зонування. Існують суттєві відмінності між галузевим районуванням і схемами територіального планування рекреації і туризму в Україні в період становлення та існування рекреаційної географії, географії курортів і туризму.

Запропоноване в 1996 р. Інститутом туризму ФПУ туристичне районування України базується на вивченні кліматичних, історико-культурних, соціально-економічних умов і ресурсів, розвитку туризму в Україні та виконано для територіально-адміністративні регіони. У запропонованому авторами районуванні виділено 7 туристичних регіонів: Карпатський, Волинсько-Тернопільський, Житомирсько-Вінницький, Київський, Харківський, Дніпровсько-Донецький та Південний [6]. Рекреаційно-туристичне районування України, запропоноване Бейдиком О.О. [7]., поділяє територію на 6 рекреаційно-туристичних районів: Карпатський, Полісько-Подільський, Києво-Дніпровський, Донецько-Дніпровський,

Причорноморський і Кримський. Рекреаційно-туристичне районування України здійснено авторами відповідно до:- аналізу частки рекреаційних територій у структурі земель (у відсотках від площі);- аналіз кількості місць у закладах організованого відпочинку;- аналіз наявності центрів (ядер) районів;- аналіз рекреаційно-тур. спеціалізація території в національному поділі та інтеграції праці;- аналіз спільності сфер використання рекреаційно-туристичних ресурсів. Це районування також було здійснено на основі сучасного територіально-адміністративного поділу країни. Для територіально-адміністративних областей України, крім того, визначено такі показники: а) частка потенційних рекреаційних територій у структурі земель (до 20, 20-30, 31-50 і більше 50), б) кількість місць у закладах організованого відпочинку, в даному випадку санаторіях і пансіонатах з лікуванням і будинках і пансіонатах відпочинку (1-2, 3-5, 6-10, 11-25 і понад 99 тис. одиниць) (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Склад рекреаційно-туристичних районів України (автор Бейдик О.О.)

<b>Рекреаційно-туристичний район</b>	<b>Адміністративні області, що входять до його складу</b>
Причорноморський	АР Крим, Миколаївська, Одеська, Херсонська
Карпатсько-Подільський	Вінницька, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька
Полісько-Столичний	Волинська, Житомирська, Київська, Полтавська, Рівненська, Черкаська, Чернігівська
Придніпровсько-Донецький	Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Кіровоградська, Луганська
Харківський	Харківська, Сумська

Джерело: складено на основі [7]

Отже, рекреаційно-туристське районування України О.О. Бейдик [7] здійснено на основі низки якісних і кількісних параметрів: питомої ваги рекреаційних територій у структурі земель (у відсотках до площі автономної республіки, області); кількості місць в установах організованої рекреації (тис. одиниць); наявності центрів (ядер) районів; рекреаційно-туристської спеціалізації території в загальнодержавному поділі та інтеграції праці;

спільності та напрямку використання рекреаційно-туристських ресурсів тощо. Ним виокремлено у межах України у 1997 р. шість рекреаційних, а у 2004 р. — п'ять ресурсно-рекреаційних районів.

Пізніше, Бейдиком О.О. проведено оцінку потенційних і сучасних рекреаційно-туристичних ресурсів України. Оцінка рекреаційно-туристичного потенціалу територіально-адміністративних областей України проводилась за 7 блоками: геополітичним, природним, природно-антропогенним, архітектурно-історичним, інфраструктурним, біосоціальним та подієвим.

У схемі ранжування рекреаційно-туристичного районування України виділено 5 районів: Чорноморський (ядро – Одеса, дуже високий рейтинг); Карпато-Подільський (ядро – Львів, високий рейтинг); Полісько-Столичний (ядро – Київ, середній рейтинг); Харків (ядро – Харків, низький) та Придніпровсько-Донецький (ядро – Дніпро, дуже низький).

Смаль І. В запропонував схему рекреаційно-туристичного районування України з виділенням 5 рекреаційно-туристичних макрорайонів – Поліського, Західного, Центрально-Східного, Приморського та Кримського. Критеріями даного районування є:- структура та потужність рекреаційно-туристичного потенціалу (природного та соціально-історичного);- наявність елементів забезпечення рекреаційно-туристичної бази;- індекс територіальної локалізації об'єктів рекреаційно-туристичної діяльності;- результати дослідження галузевого рекреаційного районування;- результати угруповань адміністративно-територіальних одиниць України (за рівнем розвитку закладів розміщення);- інтенсивність туристичних потоків у межах адміністративно-територіальних одиниць [8]. У дослідженні Мокляка А.В. [9] туристичне районування має здійснюватися з метою регіонального планування та прогнозування розвитку туризму, оптимізації та управління раціональним використанням туристичних ресурсів територій тощо. У своєму дослідженні автор виділив 13 туристичних регіонів України:

- 1) Азовський із Маріупольським та Мелітопольським субрегіонами у

структурі;

2) Волинський із Луцько-Володимирським та Рівненсько-Кременецьким субрегіонами у структурі;

3) Дніпровський з Київським субрегіонами та Черкасько-Кременчуцький субрегіони у складі;

4) Дністровський з Івано-Франківсько-Чернівецьким та Кам'янець-Могилівським субрегіонами у складі;

5) Запорізький окремий туристичний регіон;

6) Карпатський з Дрогобицьким, Коломийським та Закарпатським субрегіонами у складі;

7) Кримський з Керченським, Сімферопольським, Євпаторійсько-Роздільнянським у складі субрегіонами;

8) Подільський з Тернопільським, Хмельницьким, Вінницьким субрегіонами у складі;

9) Поліський з Ковельським та Сарненським субрегіонами у складі;

10) Розточансько-Гологірський з Розточанський, Гологорський субрегіони та субрегіон м. Львова у складі;

11) Слобожанський район із Ізюмським, Харківським, Сумським субрегіонами у складі;

12) Чернігово-Сіверський самостійний туристичний район;

13) Чорноморський з Одеською, Миколаївською.

У праці «Рекреаційна географія» [10] запропоновано альтернативну схему рекреаційного районування, де на основі етнографічних, рекреаційних, фізико-географічних і соціально-економічних особливостей та в межах адміністративного поділу України виділяють такі рекреаційні території:

1) Південний рекреаційний район, який включає до свого територіального складу приморські території Одеської, Миколаївської, Херсонської, Запорізької та Донецької областей, приморську та гірську частини Криму. Південний рекреаційний район підпорядковує 3 підрайони: Західний, Кримський, Східний.

2) Карпатський рекреаційний район, включає території Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської та Чернівецької областей. Карпатській рекреаційній зоні підпорядковуються 3 рекреаційні підрайони: Передкарпаття, Карпати, Закарпаття.

3) Поліська рекреаційна зона охоплює північну частину України.

4) Правобережна височинна лісостепова рекреаційна зона, яка в етнографічному відношенні включає Поділля, частину Волині та Київщини.

5) Лівобережна лісостепова рекреаційна зона, яка за природним ландшафтом поділяється на в Придніпровську низовину з Полтавським плато і відрогами Середньоевропейської височини.

У 2008 р. Покоłodна М.М. [11] запропонувала схему туристично-рекреаційного районування України. Туристсько-рекреаційне районування здійснювалось з урахуванням таких ознак:- ступінь розвитку рекреаційної галузі на території;- характер туристичної спеціалізації;- рівень туристично-рекреаційної освоєності території;- спільна перспективність розвитку району;- поєднання туристичних ресурсів;- інтенсивність туристичних потоків. Результатом поділу стали 6 туристично-рекреаційних районів, а саме Карпатський, Полісько-Подільський, Дніпровський, Донецько-Слобожанський, Причорноморський, Кримський. ). Таке районування території України відрізняється тим, що межі таксонів відповідають межах територіально-адміністративних одиниць і, таким чином, об'єднують адміністративні одиниці України (табл. 1.2)

Враховано ступінь розвитку рекреаційної галузі в регіонах та їх туристичну спеціалізацію. Деякі райони занадто укрупнені. Наприклад, Полісько-Подільський в який входить 8 областей. Деякі з цих регіонів дуже віддалені один від одної територіально. Наприклад, відстань між Черніговом та Кам'янцем-Подільським складає близько 600 км. На нашу думку, варто цей район розділити на 2: Подільський та Столично-Поліський. АР Крим виділено в окремий рекреаційно-туристичний район, з таких же причин, можливо є сенс розділити Донецько-Слобожанський рекреаційно-туристичний район на два



окремих: Донецький та Слобожанський.

Таблиця 1.2 – Склад рекреаційно-туристичних районів України (автор Покоłodна М.М.)

<b>Рекреаційно-туристичний район</b>	<b>Адміністративні області, що входять до його складу</b>
Карпатський	Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Чернівецька
Полісько-Подільський	Волинська, Рівненська, Житомирська, Київська, Чернігівська, Тернопільська, Хмельницька, Вінницька
Придніпровський	Черкаська, Кіровоградська, Запорізька, Дніпропетровська,
Донецько-Слобожанський	Полтавська, Сумська, Харківська, Донецька, Луганська
Причорноморський	Одеська, Миколаївська, Херсонська
Кримський	АР Крим

Джерело: складено на основі [11]

Також маємо відзначити підход до рекреаційно-туристичного районування України С.В. Хлопяка (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 - Склад рекреаційно-туристичних районів України (автор Хлопяк С.В.)

<b>Рекреаційно-туристичний район</b>	<b>Адміністративні області, що входять до його складу</b>
Причорноморський	Одеська, Миколаївська
Приазовський	Херсонська, Запорізька
Карпатський	Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Чернівецька
Подільський	Тернопільська, Хмельницька, Вінницька
Поліський	Волинська, Рівненська, Житомирська
Столичний	Київська, Чернігівська, Черкаська
Наддніпрянсько-Слобожанський	Полтавська, Сумська, Харківська
Придніпровський	Дніпропетровська, Кіровоградська
Донецький	Донецька, Луганська

Джерело: складено на основі [12]

Районування цього автора характеризує відносно рівномірний розподіл. В основному, в кожен район входить 2-3, максимум 4 області. Відсутній Кримський рекреаційно-туристичний район. Хоча АР Крим через свої рекреаційні ресурси та історико-культурні особливості заслуговує бути

окремим районом. На нашу думку, правильним є рішення відокремити Подільський рекреаційно-туристичний район, бо деякі інші автори його намагаються об'єднувати то з Поліссям, то з якимись іншими районами. Хоча Поділля – це досить самобутній край з цікавими туристичними місцями та санаторно-курортними комплексами. Суперечливе рішення – віднести всю Херсонську область до Приазовського району, адже Херсонщина має чималу берегову лінію вздовж Чорного моря. Тому можливо варто і цю область (або певну її частину) віднести до Причорноморського району. Можливо є сенс віднести Черкаську область до Придніпровського району, адже Черкащина розташована на узбережжі річки Дніпро.

## **1.2 Багатокритеріальний підхід до розвитку регіонального туризму**

Проблематика забезпечення стійкості розвитку будь-якої соціально-економічної системи, до яких повною мірою відноситься і туризм, має виключно системний і багатокритеріальний характер, оскільки стратегії розвитку повинні знаходитися в єдиному просторі виходячи з декількох рівнів – глобального, національного, територіального, муніципального, кластерного, локального та багатьох інших.

Багатофункціональність територіального туризму є однією із складових забезпечення національного добробуту та визначає необхідність державного втручання у забезпечення сталого розвитку територіальних утворень. Однією з найважливіших цілей державної політики є створення умов сталого розвитку територій, які мають середній і низький рівень туристської привабливості.

Стійкий розвиток туризму пов'язаний із проявом синергетичних ефектів, оскільки він з'єднує і надає комплексність системі, яка складається з кількох різнорідних сфер діяльності – економічної, соціальної, екологічної, інноваційної, створюючи при цьому ефекти стійкості [13]. Щоб оцінити рівень стійкості туризму необхідно чітко визначити показники, які мають стати своєрідним барометром соціально-еколого-економічного стану туристської

сфери. У широкому масштабі сталий розвиток туризму можливий, якщо буде дотримуватися умова узгодження діяльності всіх складових туристичної сфери.

У світовій практиці виділено такі основні критерії, яким мають задовольняти індикатори сталого розвитку [13]:

- можливість застосування у національному масштабі;
- значимість до ухвалення управлінського рішення;
- простота для розуміння аудиторією;
- однозначна інтерпретація для осіб, які ухвалюють рішення;
- наявність кількісного вираження;
- прозорість та адекватність подання фактичної картини;
- поєднання екологічних, соціальних та економічних аспектів.

База вихідних даних до розрахунку складається з трьох елементів – статистичні системи показників, національний соціологічний моніторинг, інтегральні оцінки (засновані на перших двох). На сьогоднішній день є як мінімум два сутнісні підходи, спрямовані на формування інструментарію оцінки стійкості різних соціально-економічних систем.

Перший підхід – найпоширеніший у світі, заснований на формуванні системи локальних індикаторів, у складі яких закладено найважливіші параметри підсистем: економічної, соціальної, екологічної, інституційної та інноваційної. Індикатори вибиралися з взаємозв'язків категорій: розвиток, стан, віддача. Типовим прикладом цієї концепції стала методологія, розроблена Комісією ООН зі сталого розвитку на 2001 році. Відповідно до цього підходу комплексна система оцінки заснована на розрахунку 132 індикаторів, 26 з яких – економічні, 41 – соціальні, 55 – екологічні, 5 – інституційні та 5 – інноваційні.

Обмеженнями застосування цього підходу є: високий рівень суб'єктивності, велика трудомісткість, різноманіття в інтерпретації вихідних і кінцевих показників. Так, сьогодні у світовій та вітчизняній практиці при формуванні інструментарію вимірювання сталості розвитку соціально-

економічних систем застосовуються такі підходи: загальний, приватний, специфічний, у складі яких найбільшу значущість у вирішенні проблем сталого розвитку туризму мають нормативний, рейтинговий, інтегральний (рис. 1.1).

Класифікація підходів, що дозволяють забезпечити сталий розвиток туризму, здійснюється на основі використання різноманітних критеріїв. Однак, всі наявні підходи повинні відображати як окремі взаємозв'язки між показниками, закономірності сталого розвитку територіальних систем, так і відображати триєдину концепцію стійкості, забезпечуючи головну мету соціально-економічного розвитку туризму. Зазначені підходи до оцінки сталого розвитку повинні відповідати практичній спрямованості, яка визначається характером взаємозв'язків, структурою органів державного управління, прийняттям та реалізацією відповідних управлінських рішень.



Рисунок 1.1 – Класифікація підходів до забезпечення сталого розвитку туризму

Джерело: складено на основі [14]

Розглянемо докладніше деякі подані підходи до оцінки стійкості туризму та, відповідно, визначення рівня туристської привабливості території.

Оцінка природного потенціалу виходячи із запасів його складових,

виснаження та відновлення в природних комплексах, можуть споживатися вже на стадії планування розвитку туризму та його сегментів, при цьому їхня соціально-економічна значимість цим закінчується. Очевидно, що сам ресурсний підхід не дозволяє оцінювати «рекреаційний» ефект при використанні природних можливостей території, її привабливості, екологічності та інших параметрів.

Подолання подібних проблем ґрунтується на використанні низки методик, що пропонуються різними дослідниками туристичної сфери, наприклад, методика, що передбачає інтегральну оцінку привабливості туристської території, яка заснована на експертних оцінках та статистичному аналізі, враховуючи транспортну логістику та туристичне навантаження, природні, екологічні, соціально-економічні фактори та умови розвитку території шляхом обчислення системи показників на основі вагових коефіцієнтів. Відповідно до цієї методики чинники туристської привабливості територіального утворення ранжуються за рівнем значущості, потім їм присвоюються значення балах від 1 до 20, причому найменше значення присвоюється найбільш значущому параметру. Підсумкова сума величини балів дозволяє оцінити значимість чинників привабливості. Є також широкий перелік інших інструментів (табл. 1.4).

Фактори, що отримали найбільші значення, наприклад, пов'язані з природними пам'ятками, кліматом, можливостями засобів розміщення, транспортною доступністю, торговим обслуговуванням, екологічною сприятливістю та загальною безпекою, можуть бути основою подальших досліджень природного потенціалу території, що вивчається.

Виходячи із заданих напрямів можна визначити низку найбільш значущих показників і досить повно характеризують відповідну сферу внутрішнього туризму. Наприклад, оцінка транспортної доступності може включати такі показники: віддаленість від центру територіального утворення, автомобільна доступність, наявність різного виду транспорту, які можна використовувати під час відвідування території.

Таблиця 1.4 – Інструменти оцінювання туристично-рекреаційної привабливості територій з позицій сталого розвитку

Назва підходу	Інструменти	Переваги	Обмеження
Рейтинговий	Інтегрування компонентів, бальні оцінки	Простота обчислень	Низький ступінь довірчих інтервалів
Нормативний	Система показників, шкала порогових значень	Обмеження рамками досліджуваної системи	Неможливість порівняння з іншими соціально-економічними системами
Інтегральний	Кореляційно-регресійний аналіз	Кількісне співставлення ключових індикаторів та інтегральних показників	Складність у розрахунках та у застосуванні
Функціональний	Дослідження окремих сегментів туристичної діяльності: готельний бізнес, туроператори тощо	Вивчення як блоків (елементів) окремих сфер (напрямів) економічної діяльності.	Відсутність або недостатня повнота статистичної інформації

Джерело: узагальнено автором на основі [14]

Оцінка стану туристичної інфраструктури може проводитись за такими показниками:

- місткість наявних засобів розміщення;
- товарообіг закладів громадського харчування;
- кількість місць для розваг;
- товарообіг торгових підприємств.

Природно-екологічна привабливість оцінюється за показниками, що характеризують природні пам'ятки, екологічний стан та кліматичні параметри територіального утворення: кількість природних пам'яток; шкідливі речовини у атмосферному повітрі.

Соціально-економічний розвиток територій, можливо, оцінювати, виходячи з туристської привабливості за параметрами безпеки території, стану інфраструктури, можливостей отримання соціальних гарантій населенням.

За кожним із значень аналізованих показників оцінюваної території розраховуються відповідні ранги в діапазоні від 0 до 1, використовуючи формулу 1.1:

$$r = \frac{k}{\max k'} \quad (1.1)$$

де:  $r$  – рангове значення показника  $k$ ;

$\max k$  - максимальна кількість показника за аналізованими територіями.

При негативному впливі на підсумковий показник ранг можна розрахувати виходячи з формули 1.2:

$$r = 1 - \frac{k}{\max k'} \quad (1.2)$$

Потім по кожному з блоків показників, які характеризують заданий напрямок, необхідно розрахувати сумарне значення рангу певної території.

Розрахунок індексної оцінки туристської привабливості території (ІОПТ) окремої території можливий на основі наступної формули 1.3:

$$\text{ІОПТ} = K_t + K_i + K_p + K_e, \quad (1.3)$$

де:  $t$  – оцінка транспортної доступності;

$i$  – оцінка стану туристичної інфраструктури;

$p$  – оцінка природно-екологічної привабливості;

$e$  – оцінка рівня соціально-економічного розвитку території.

Вершину в ієрархії складають характеристики об'єкта дослідження, тобто сама туристично-рекреаційна привабливість досліджуваної території. Потім йдуть значення проміжних критеріїв, що визначають привабливість, тобто різноманітні чинники, такі як економічні, соціальні, екологічні. На нижньому рівні піраміди розташовуються показники, що характеризують загалом туристичну сферу.

Незважаючи на ієрархічність запропонованої моделі, її компоненти не можуть існувати ізольовано, і при вилученні хоча б одного із елементів, неможливо говорити про можливість оцінки туристично-рекреаційного потенціалу всієї системи.

Відмінності впливу ступеня кожного з параметрів на зміну рівня туристської привабливості визначається ваговими коефіцієнтами, закладеними в інтегральний показник, розрахунок яких ґрунтується на методі ієрархій.. Схема побудованої ієрархії представлена на рис. 1.2

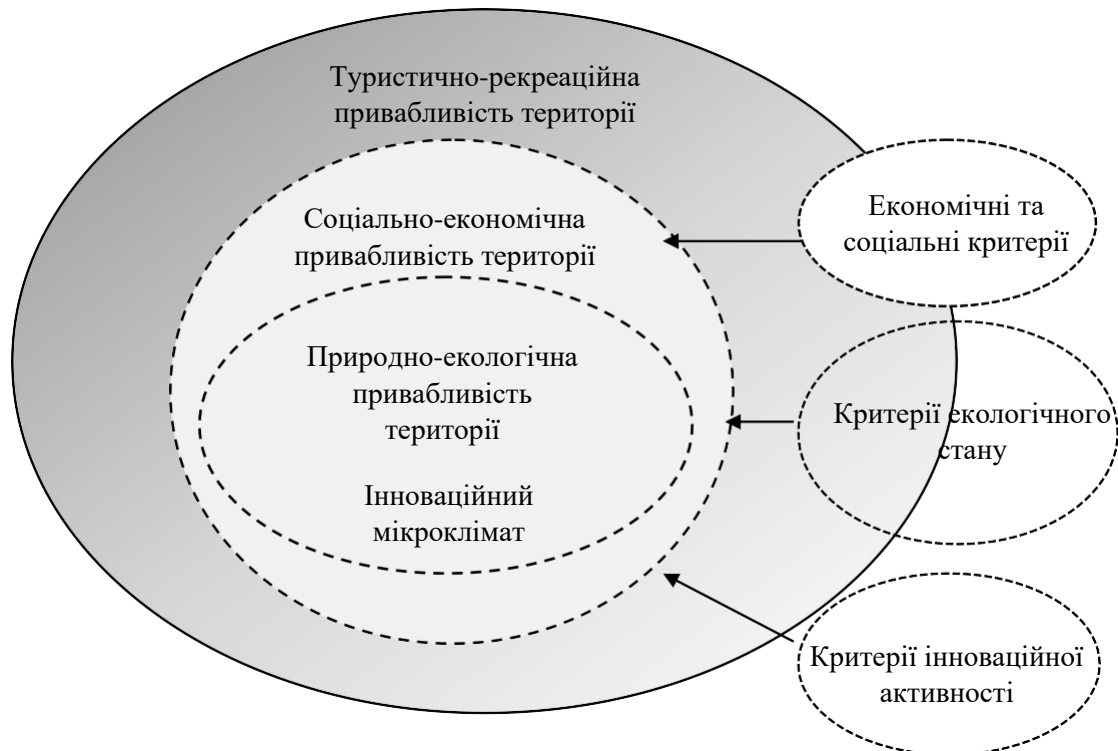


Рисунок 1.2 – Ієрархія елементів, що впливають на рівень туристично-рекреаційної привабливості території

Джерело: складено автором на основі [15]

Основна мета подібних досліджень полягає у дослідженні впливу комплексу певних показників на зміну рівня туристської привабливості території за її основними аспектами, тобто необхідно здійснювати ієрархічний синтез. На заключному етапі виявляється вектор пріоритетності за ваговими коефіцієнтами, які дозволяють визначати рівень туристично-рекреаційної привабливості територіальних утворень, який може бути високим, середнім або низьким. Загалом, маємо відзначити, що незважаючи на початковий рівень туристично-рекреаційного потенціалу певного регіону або території, існує перелік інструментів для його оптимізації та покращення.



### **1.3 Обґрунтування компонентів туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області**

В даний час рівень популярності певної туристично-рекреаційної території багато в чому визначається рівнем туристичної привабливості (атрактивності). У загальному вигляді під привабливістю розуміють можливість туристських об'єктів викликати захоплення своєю унікальністю та специфікою, залучити унікальністю своїх властивостей.

Території без яскраво вираженої туристської привабливості це території, де обсяги в'їзних туристських потоків дуже низькі, внаслідок неефективності та нерациональності використання туристського потенціалу або його недостатності, а також недостатньої розвиненості інфраструктури туризму. На нашу думку, території є атрактивними для мандрівників, якщо вони мають привабливий туристичний потенціал за наявності відповідних ресурсів.

Туристська привабливість території ґрунтується насамперед на наявності певних ресурсів, як природних, так і культурно-історичних, соціально-економічних, а також на наявності складної та ефективної матеріально-технічної бази, включаючи насичену та розвинену транспортну інфраструктуру тощо. Однак такі ресурси не завжди можуть забезпечити високий рівень привабливості певних територій. Нині існує низка способів визначення туристично-рекреаційної привабливості території, наприклад, за допомогою системи взаємозалежних показників. Оскільки подібні показники є і кількісними і якісними характеристиками туристичної сфери території, то для оцінки ступеня її привабливості доцільніше використовувати динаміку темпів приросту аналізованих показників.

Розвитку туризму на територіях без вираженої туристської привабливості перешкоджає ряд факторів, серед яких:

- слабо розвинена транспортна інфраструктура;
- високий рівень сезонності на туристському ринку;
- відсутність або недостатня кількість туристичних об'єктів, що мають

високу привабливість, неефективне використання туристичного потенціалу;

- низьке значення показників забезпеченості засобами розміщення,

слабка диференціація готельних організацій;

- нерозвиненість окремих форм та сегментів туризму;
- відсутність чи низькі обсяги фінансування туристської сфери, слабке просування територіального туристського продукту.

Низькі значення рівня туристської привабливості окремих територій зовсім не свідчать про те, що розвиток туристичного сектора безперспективний і не вигідний для подібних територій. Підвищення рівня туристської привабливості та розвитку туризму сприяє розвитку сполучених сфер діяльності, при цьому збільшуючи цим суму надходжень до бюджету території. Існують приклади трансформації малоперспективних з точки зору розвитку туризму територій у популярні туристські дестинації на основі відповідного використання маркетингу та підтримки органами місцевої влади.

Природний комплекс, наявність туристських ресурсів є найважливішими елементами туристської привабливості територіальних утворень [16]. Структура комплексу, як правило, включає: кліматичні особливості території, наявність водних ресурсів, прибережних зон, водойм, забезпеченість мінеральними джерелами, лікувальними грязями, своєрідність рослинного та тваринного світу, наявність національних парків та заповідників, мисливських та рибальських баз та угідь, мальовничих територій, унікальні природні пам'ятки тощо. Природна туристична привабливість визначається такими факторами:

- красою природних об'єктів та природних атракцій;
- м'якістю кліматичних параметрів та комфортністю температури;
- чистотою річок та озер та інших водойм;
- сприятливою екологічною ситуацією.

Чим вище насиченість території природними ресурсами, тим більша задоволеність туристських потреб. З розвитком конкретних форм туризму тісно пов'язане вивчення та оцінка туристичного потенціалу за видами

ресурсів. Зростанню привабливості природного потенціалу території, а отже і її туристично-рекреаційної привабливості, сприяє наявність екзотичності, неповторності та унікальності ландшафту, що впливає на психофізіологічний стан туриста, його моральне та естетичне задоволення. У зв'язку з цим визначення естетичної привабливості території є найважливішим засобом виявлення ступеня впливу краси природних ландшафтів на духовні якості мандрівників.

На теперішній час існує ряд способів визначення туристської привабливості території, наприклад, за допомогою системи взаємопов'язаних показників, що розглядаються в динаміці за показником темпу приросту значень  $x_i$ :

1. Оцінка естетичних якостей території ( $x_1$ ).
2. Оцінка мінеральних вод ( $x_2$ ).
3. Оцінка лісів ( $x_3$ ).
4. Оцінка кліматичних умов влітку та взимку ( $x_4$ ).
5. Оцінка рівня забрудненості водоймищ ( $x_5$ ).
6. Оцінка природоохоронних територій у відсотках до загальної площі області витрат на охорону навколишнього середовища ( $x_6$ ).
7. Інтерес до регіону з точки зору концентрації історико-культурних пам'яток ( $x_7$ ).
8. Транспортна щільність асфальтних доріг ( $x_8$ ).
9. Рівень розвитку готельного бізнесу та інфраструктури, показником якого виступає забезпеченість закладами готельно-ресторанної сфери на одиницю площі області ( $x_9$ ).
10. Оцінка рекреаційного навантаження території в залежності від типу ландшафту ( $x_{10}$ ).

Оскільки дані показники є і кількісними і якісними характеристиками туристської сфери території, що розглядається, то для оцінки ступеня її привабливості доцільніше використовувати динаміку темпів приросту аналізованих показників.

Виходячи з вищевикладеного, показник рівня туристської привабливості території може бути розрахований наступним чином (1.4):

$$РТРП = \frac{1}{n} \sum_{n=1}^{10} x_n \quad (1.4)$$

Оцінка рівня туристично-рекреаційної привабливості території може здійснюватись за відповідною шкалою (табл.1.5).

Таблиця 1.5 – Шкала довірчих інтервалів для показника, що визначає рівень туристично-рекреаційної привабливості території

Інтервал	Рівень туристично-рекреаційної привабливості території
$0 \leq РТРП < 0,4$	Низький рівень
$0,4 \leq РТРП < 0,6$	Середній рівень
$0,6 \leq РТРП < 0,8$	Достатній рівень
$0,8 \leq РТРП < 1,0$	Високий рівень

Джерело: складено автором

Таким чином, під туристичною привабливістю слід розуміти туристичний потенціал території, експлуатація якого забезпечує інноваційний розвиток самої території, оптимальне туристське навантаження, збереження і навіть відновлення природних, а також соціально-економічних ресурсів, досягнення економічної ефективності, не порушуючи при цьому екологічну рівновагу навколишньої внутрішньої та довкілля. Тобто туристична привабливість дорівнює принципам сталого розвитку (рис. 1.3).

Одним із інструментів, спрямованих на підвищення привабливості територіальних утворень та стимулювання розвитку туристичних сегментів, є маркетинг території. Під територіальним маркетингом розуміється такий вид діяльності, що дозволяє оцінити залучення інвестицій, процес створення певних туристичних переваг територіального утворення. Територіальний маркетинг спрямований на розробку програм, що сприяють не тільки просуванню та вдосконаленню туристичного бізнесу, а також на залучення більшої кількості туристів, регулювання їх потоків, враховуючи при цьому туристично-рекреаційне навантаження і взаємини з місцевими

співтовариствами з метою досягнення високого рівня туристської привабливості, забезпечуючи частини територіального бюджету.

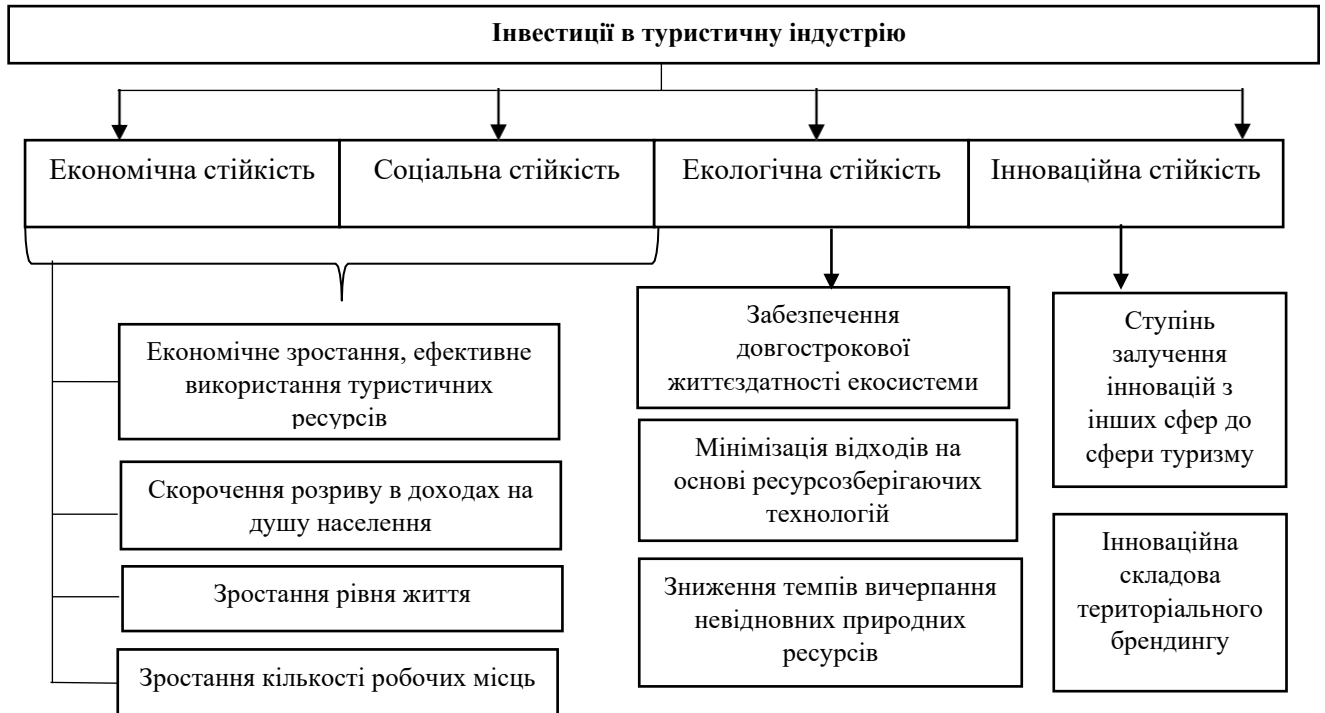


Рисунок 1.3 – Індикатори сталого використання туристично-рекреаційного потенціалу території

Джерело: складено автором на основі [14]

Туристське навантаження – це така кількість туристів на одиницю наявної площі території, де вони одночасно зможуть перебувати без згубного впливу на зовнішнє та внутрішнє середовище. Нормативи туристичного навантаження багато в чому визначаються видом природних атракцій та сезонністю перебування в них.

Ряд дослідників підкреслюють важливість стратегічного підходу до планування міського простору, в тому числі і рекреаційного. Ми вважаємо, що нові можливості підвищення ефективності використання міської території відкриває поліфункціоналізація міського простору у вигляді формування компактних планувальних утворень із багатоцільовим використанням територій. Так, Т. Плешкановська [4] зазначає, що ефективність використання території міста базується на оптимізації наступних показників: мінімізація середнього комунікаційного радіуса міста, мінімізація витрат часу на

пересування, оптимізація лінійної щільності розселення, мінімізація енерговитрат, функціонально-просторова сумісність, поліфункціоналізація використання територій міського плану.

Більшість науковців включають до напрямів оптимізації міських та приміських рекреаційних зон переважно лише інфраструктурні, історико-культурні та соціальні аспекти. Однак, відставання теорії просторової організації та розвитку містобудівних систем від потреб, що постають в нових соціально-економічних умовах вимагають нової методологічної платформи просторової організації як містобудівної так і рекреаційної системи. Теоретичні положення, які були сформовані на засадах поділу економіки не витримують випробувань нинішньою реальністю. На підтвердження такої думки свідчить робота [5], в якій підкреслено, що на урбанізованих територіях екологічної рівноваги досягти неможливо, тому поліпшення стану і якості міського середовища досягається різними заходами: технологічними, технічними, структурними, архітектурно-планувальними. У роботі зазначено, що функціональне зонування є визнаним ефективним методом моделювання території, результатом якого є не тільки її поділ на окремі ділянки з рекомендованими видами і режимами використання, але й співвідношення методів управління територією з її пріоритетними завданнями, планування управлінських заходів, усунення конфліктів.

Збереження довкілля, зменшення шкоди від виробництва, ефективне енергоспоживання та стійкість до змін клімату – основні пріоритети у питанні відновлення України після перемоги. Післявоєнна відбудова України повинна бути зеленою. А це потребує серйозних зусиль, великих фінансів та продуманої інституційної основи. В Україні створили національну раду, куди увійшли понад 20 окремих експертних груп з різними напрямками, зокрема щодо захисту довкілля. У цих робочих групах працює приблизно 2,5 тисячі експертів. В процесі обговорення вони подали програми та проекти, що планують втілювати при відбудові. Основний лейтмотив «зеленої» відбудови:

«Ми не просто маємо відновити те, що зруйнували російські окупанти, ми маємо зробити краще».

Також в процесі відновлення мають бути застосовані найкращі доступні технології і практики. Зараз дуже важливо акцентувати на збереженні екосистем, національних парків, природо-заповідного фонду. В містах України зелені насадження розташовані на площі 4,6 тис. км<sup>2</sup> (38,4 % міських територій), а для загального вжитку вони доступні на площі 1,6 тисяч км<sup>2</sup> (13,4 % міських територій). В Україні фактичний показник у середньому на одного міського мешканця – 16,3 кв. м) зелених насаджень [17]. За міжнародними нормами, цей показник має бути не меншим за 21 м<sup>2</sup>. Лише 6 великих міст України відповідали цьому показнику в 2021 році: Нікополь, Біла Церква, Рівне, Львів, Івано-Франківськ, Тернопіль.

Розглянемо елементи комплексної оцінки туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області (Додаток А) [18].

Розглянувши інформацію [19] можна зробити висновок, що найвищий екотуристичний потенціал мають наступні райони:

- 1) Дніпровський район (площа рекреаційних територій (РТ) – 1,056 тис. га.; площа об'єктів природно-заповідного фонду (ПЗФ) – 10,231 тис. га.);
- 2) Новомосковський район (РТ – 0,476 тис. га.; ПЗФ – 18,218 тис. га.);
- 3) Криворізький район (РТ – 0,39 тис. га.; ПЗФ – 4,589 тис. га.).

Розглянемо, які саме природно-заповідні та рекреаційні об'єкти знаходяться в цих районах.

Дніпровський район: Дніпровсько-Орільський природний заповідник, Ландшафтний заказник Кільченський, Лісовий заказник Урочище Ярцево, Комплексна пам'ятка природи Урочище «Лелія» тощо.

Новомосковський район: Ландшафтний заказник Приорільський, Ландшафтний заказник Комарівщина, Ботанічний заказник Балка Бандурка, Ландшафтний заказник Солоний лиман.

Криворізький район: ландшафтний заказник Балка Північна Червона, ландшафтний заказник Інгулецький степ, Ландшафтний заказник

Кам'янський прибережно-річковий комплекс, геологічна пам'ятка природи Скелі Мопра, Криворізький ботанічний сад НАН України.

В списку вказано лише природно-заповідні та рекреаційні об'єкти державного значення, а в інших районах області є багато об'єктів місцевого значення (наприклад, в Синельниківському та Павлоградському районах). Також варто зазначити, що деякі заказники чи заповідники охоплюють території одразу декількох районів (наприклад, Дніпровсько-Орільський природний заповідник розташований не лише в Дніпровському, а й в Кам'янському районі).

На території Синельниківського району найбільше лісових площ, пасовищ та сіножатних. Розташовані ключові об'єкти це заказники загальнодержавного та місцевого значення (ландшафтний заказник Бакаї, ландшафтний заказник Преображенський, Дебальцевські лимани, Дібрівський, Мар'їн гай, Петропавлівські лимани, Преображенський та Андріївський ліс, Антонівський, Балка Велика Осокорівка, Балка Ворона, Балка Горіхова, Балка Скелька, Березово-Вишневецький, Вершина, Воронівський, Гришаї).

На території Новомосковського та Павлоградського районів найбільше об'єктів ПЗФ, пасовищ, сіножатних та лісів та лісовкритих площ.

На території Кам'янського та Дніпровського районів найбільше пасовищ, сіножатних, лісів та лісовкритих площ, а також прибережних захисних смуг.

Проведемо комплексну туристично-рекреаційну оцінку потенціалу Дніпропетровської області на підставі 10 запропонованих критеріїв, а саме: оцінка естетичних якостей території, оцінка мінеральних вод, оцінка лісів, оцінка кліматичних умов, оцінка водоймищ, оцінка природоохоронних територій, історико-культурний потенціал, транспортна щільність асфальтних доріг, забезпеченість закладами індустрії гостинності, оцінка рекреаційного навантаження.



Таблиця 1.6 – Критерії оцінки туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області

Показник	Бали			Значення	Бали	Потенційна можливість збільшення	
	3	2	1				
1. Оцінка естетичних якостей території	Пейзажні ландшафти, екзотика, унікальність	Низький рівень унікальності, відсутність контрастів	Рівнинні, сильнозалісені території	Рівнинні території	1	Збільшити неможливо	
2. Оцінка мінеральних вод	Понад 1000 м <sup>3</sup> /доба/км <sup>2</sup>	100-1000 м <sup>3</sup> /доба/км <sup>2</sup>	100 м <sup>3</sup> /доба/км <sup>2</sup>	<100 м <sup>3</sup> /доба/км <sup>2</sup>	1	Збільшити неможливо	
3. Оцінка лісів	40-60%	15-40%; більше 60%	менше 15%	2,7%	1	Збільшити неможливо	
4. Оцінка кліматичних умов	Літо	Понад 100 днів t>15°C	80-100 днів t>15°C	Менше 80 днів t>15°C	120-140 днів t>15°C	3	Умови задовільні
	Зима	Понад 110 днів t<0°C	100-110 днів t<0°C	Менше 100 днів t<0°C	101-119 днів t<0°C	3	Умови задовільні
5. Оцінка водоймищ	85+% незабруднених водоймищ універсального користування	50-85% незабруднених водоймищ універсального користування	Менше 50% незабруднених водоймищ універсального користування	52%	2	Очищення водоймищ	
6. Оцінка природоохоронних територій	Більше 5%	3-5%	До 3%	Заповідність 4%	2	Збільшення заповідності	
7. Історико-культурний потенціал	Більше 18 об'єктів на 100 км <sup>2</sup>	8-18 об'єктів на 100 км <sup>2</sup>	Менше 8 об'єктів на 100 км <sup>2</sup>	19 об'єктів на 100 км <sup>2</sup>	3	Умови задовільні	
8. Транспортна щільність, асфальтних доріг	Більше 0,42 км на км <sup>2</sup>	0,29-0,42 км на км <sup>2</sup>	Менше 0,29 км на км <sup>2</sup>	0,33 км на км <sup>2</sup>	2	Поліпшення транспортної доступності та якості доріг	
9. Забезпеченість закладами готельно-ресторанної сфери	Більше 30 на 100 км <sup>2</sup>	10-30 на 100 км <sup>2</sup>	Менше 10 на 100 км <sup>2</sup>	8 на 100 км <sup>2</sup>	1	Збільшення кількості закладів	
10. Оцінка рекреаційного навантаження	Гірські місцевості	Горбисті, височинні місцевості	Рівнинні, низовинні місцевості	Рівнинні, низовинні місцевості	1	Збільшити неможливо	
<b>Загальна сума балів (max 30)</b>					<b>17</b>		

Джерело: розробка автора

За формулою (1.4) розрахуємо рівень туристично-рекреаційної привабливості Дніпропетровської області (РТРП). Отримаємо РТРП=0,56, що, за даними табл. 1.5, відповідає середньому рівню.

Тим не менше, Дніпропетровська область є геополітичним і геокультурно значущим регіоном, великим транспортно-транзитним вузлом,

територією, яка має значні запаси природних ресурсів.

Унікальність становища, природних умов та історичної спадщини Дніпропетровської області дозволяє розвивати її території різні види як внутрішнього, і в'їзного туризму. Сприятливі умови для розвитку лікувально-оздоровчого туризму визначаються цілющими властивостями курорту Солоний Лиман та запасами мінеральних вод.

На території Дніпропетровської області ростуть безліч унікальних та рідкісних видів рослин, деякі з яких належать до реліктів стародавніх геологічних епох, що також дозволяє розвивати екологічний, пізнавальний та науковий види туризму. До науково-пізнавального туризму спонукає і наявність на території області численних археологічних та історичних пам'яток.

### **Висновки до розділу 1**

За результатами досліджень, виконаних розділі 1, зроблено наступні висновки.

1. Проведений аналіз свідчить про суттєві відмінності в методологічних засадах таксономізації та виокремлення туристично-рекреаційних територіальних одиниць. Як правило, у світовій практиці для здійснення поділів застосовувалися і застосовуються формальні підходи. Територіальні одиниці виділяються відповідно до форм природокористування з урахуванням правового регулювання у сфері землекористування та відносин суб'єктів природокористування.

2. В Україні існують значні відмінності між галузевим районуванням і схемами планування територій розвитку рекреації і туризму. Принципи, закладені при проведенні галузевого рекреаційно-туристичного районування, не завжди узгоджуються з нормативно-правовими актами, спрямованими на регулювання системи просторового планування.

3. Наявні результати наукових, науково-прикладних досліджень свідчать про відчутний рекреаційно-туристичний потенціал нашої країни,

який формується всіма наявними природними, історичними, культурними та соціально-економічними ресурсами. Сьогодні актуальними є: формування рекреаційних, туристичних, санаторно-курортних просторів з метою ефективного та раціонального природокористування; розробка шляхів дбайливого використання природних лікувально-рекреаційних ресурсів шляхом проектування зон розвитку туризму та курортів; розробка конкурентоспроможного національного та регіонального туристичного продукту.

4. Запропоновано методологію оцінки рівня туристично-рекреаційної привабливості території на основі врахування десяти критеріїв, інтерпретація яких здійснюється за відповідною шкалою. Запропоновані методики оцінки туристично-рекреаційного потенціалу є сучасними та відрізняються достатньою простотою, економічністю, високою інформаційною ємністю, засновані на використанні загальнодоступних відкритих статистичних даних.

5. Визначено, що, незважаючи на те, що Дніпропетровська область є геополітично і геокультурно значущим регіоном, великим транспортно-транзитним вузлом, територією, яка має значні запаси природних ресурсів, її розрахований рівень туристично-рекреаційної привабливості (РТПП) складає 0,56, що відповідає середньому рівню.

## **РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

### **2.1 Характеристика туристичного бізнес-середовища в регіоні**

На ефективність діяльності туристичної організації впливає ціла низка факторів, які багато в чому визначають рівень її розвитку. Наявність сприятливих факторів призводить до сталого стану на ринку, і навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік. Ці фактори різноманітні та багатогранні, їх можна поділити на внутрішні та зовнішні.

До внутрішніх (ендогенних) факторів можна віднести: фінансові та виробничі фактори: обсяг продажів, наявність та вартість турпродукту, фінансова стійкість тощо; маркетингові фактори: репутація турфірми, якість обслуговування, ефективність ціноутворення, стимулювання збуту, робота менеджерів, а також наявність додаткових послуг, доступність та зручність розташування турфірми; організаційні фактори: здатність керівництва до перспективного бачення, гнучкість та адаптивність, узгодженість дій, покращення операційного та інноваційного процесів; фактори, що сприяють навчанню персоналу, розвитку інформаційних технологій та організаційних процедур турфірми [20].

Зовнішнє середовище є сукупність активних господарюючих суб'єктів, економічних, суспільних та природних умов, національних та міждержавних структур, а також інших зовнішніх умов та факторів, що діють в оточенні організації, що впливають на його діяльність. Зовнішнє середовище може виявлятися у зовнішніх та внутрішніх факторах впливу.

Зовнішніми факторами впливу є умови та фактори, які організація не може змінити, але має постійно враховувати свою діяльність [20]. Такі фактори впливають на туристичну галузь у вигляді демографічних та соціальних змін; економічного та фінансового розвитку; змін політичного та правового регулювання; технологічних змін; транспортної інфраструктури,

безпеки подорожей також можна віднести географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, рівень цін на міжнародному ринку, в різних країнах тощо [20].

Туристська організація завжди змушена реагувати на такі фактори, як заборона виїзду в деякі країни або запровадження візового режиму для внутрішнього туризму, зацікавлені групи впливу, численні конкуренти та прискорені технологічні зміни.

Управління організації зазвичай прагне обмежити кількість зовнішніх факторів, що враховуються, беручи до уваги ті умови, від яких в першу чергу залежить ефективність діяльності організації. Ухвалення рішень залежить від обсягу інформації щодо стану зовнішнього середовища та дії її різних факторів.

В основу класифікації факторів зовнішнього середовища внаслідок їхньої різноманітності можуть бути покладені різні ознаки, наприклад, до факторів прямого впливу відноситься характер та стан ринкових відносин, господарські фактори організації; а до факторів непрямого впливу – регулювання підприємницької діяльності, загальноекономічні, загальнополітичні, екологічні фактори [23].

Зовнішнє середовище турфірми поділяють на дві складові: мікросередовище (пряма дія) і макросередовища (непряма дія). До зовнішнього мікросередовища відносяться: постачальники, персонал організації, закони та установи державного регулювання, споживачі послуг - туристи, конкуренти та інші фактори, які впливають на операції організації та самі відчувають прямий вплив дій, що проводяться нею.

До зовнішнього макросередовища відносяться: політичні фактори, економічна обстановка, фактори демографічного, природного, науково-технічного характеру, соціокультурні фактори, події міжнародного масштабу та інші фактори, які не надають негайного впливу на операції турфірм, проте позначаються на них.

Середовище непрямого впливу (зовнішнє макросередовище) зазвичай

складніше, ніж середовище прямого впливу (зовнішнє мікросередовище) [22] (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Фактори зовнішнього середовища туристичних підприємств Дніпропетровської області в 2022 році

Фактори	Середня оцінка	Ваговий коефіцієнт/ напрям впливу
<b>Політичні</b>		
1.1. Розвиток міжнародного партнерства	2,8	0,03/+
1.2. Пом'якшення адміністративного контролю в сфері туризму	4,6	0,04/+
1.3. Активізація в сфері стратегічного планування туристичної діяльності на загальнодержавному рівні	4,4	0,05/+
1.4. Військовий конфлікт	4,6	0,05/-
1.5. Посилення кордонів	5,0	0,05/-
1.6. Продовження карантину	4,4	0,04/-
1.7. Недостатня прозорість статистичних досліджень захворюваності на COVID-19	2,4	0,02/-
<b>Економічні</b>		
2.1. Динаміка валютних курсів	4,4	0,05/-
2.2. Рівень доходів населення	5,0	0,04/-
2.3. Зовнішній борг країни	4,8	0,05/-
2.4. Зниження попиту в галузі надання послуг	4,6	0,05/-
2.5. Підвищення зацікавленості до внутрішнього туризму у зв'язку із обмеженнями на перетин кордонів	4,8	0,05/+
2.6. Податкова пільги, призупинення нарахування пені та штрафів	2,2	0,02/+
<b>Соціальні</b>		
3.1. Темп росту населення	2,6	0,02/-
3.2. Рівень освіти населення	4,6	0,04/-
3.3. Володіння іноземними мовами	2,8	0,03/-
3.4. Зміни в структурі міського та сільського населення.	3,4	0,03/+
3.5. Рівень зайнятості населення	3,6	0,04/-
3.6. Споживацькі очікування населення	2,6	0,03/-
3.7. Зміни в поведінкових реакціях споживачів туристичних послуг	2,6	0,03/-
<b>Технологічні</b>		
4.1. Загальнодержавний курс на діджиталізацію адміністративних послуг	4,2	0,04/+
4.2. Рівень застосування технологій в галузі	2,2	0,03/-
4.3. Індивідуалізація обслуговування клієнтів	2,6	0,03/-
4.4. Використання засобів електронного маркетингу	4,4	0,05/+
4.5. Можливість запровадження віддаленої/дистанційної форми надання послуг	5,0	0,05/+
4.6. Запровадження логістичних та сервісних систем самообслуговування клієнтів	4,6	0,05/+
<b>ВСЬОГО:</b>	<b>99,2</b>	<b>1</b>

Джерело: узагальнено автором на основі [20]

Політична ситуація у країнах впливає майже всі динамічні чинники: політична нестабільність, безробіття, кризи, посилення туристських формальностей, зміна курсу валют негативно позначаються діяльності туристських компаній. Також впливають міжнародні відносини, візові режими між країнами, взаємини між країнами, які можуть сприяти або навпаки перешкоджати туристському обміну між ними. Розвитку туризму сприяють врегулювання розбіжностей між країнами, укладання договорів співробітництва.

На розвиток міжнародного туризму впливає внутрішньополітична обстановка у країнах та регіонах. Зміна політичних режимів, що супроводжується масовими заворушеннями та використанням збройних сил, релігійний фанатизм, тероризм, захоплення заручників становлять велику небезпеку для туристів і не сприяють розвитку туристичної діяльності [21].

Економічна обстановка у державі характеризується станом загальної ділової активності (зниження, підйом, стагнація, стабільність), інфляцією, дефляцією, політикою цін, кредитно-грошової політикою та інших. Керівництво туристських організацій має вживати запобіжні заходи щодо нейтралізації негативного впливу зміни стану економіки. Наприклад, при прогнозуванні економічного спаду, організація може віддати перевагу шляху звуження ринку збуту послуг, скоротити штат працівників та відкласти плани розширення до кращих часів.

Економічні чинники можуть впливати на діяльність туристських організацій як позитивно (збільшення доходу, рівномірний розподіл доходу, стабільне становище валюти, вигідна кон'юнктурна ситуація, тобто, хороша ємність ринку та високі темпи його розвитку, низький або середній рівень конкуренції), так і негативно ( економічні кризові явища, спад промисловості, отже, зростання безробіття, зниження заробітної плати, нестабільна ситуація з валютою, невигідна кон'юнктурна ситуація, тобто дуже насичений, поділений між основними «гравцями» ринок, високий рівень конкуренції, низькі темпи зростання ринку або взагалі їх відсутність ) [23].

Демографічні та соціальні зміни відбуваються у напрямі збільшення вільного часу та рівня доходу, що дозволяє людям подорожувати. До цих факторів можна віднести: збільшення тривалості життя (поява туристів «третього віку»), формування рухливого способу життя, збільшення тривалості відпустки, підвищення доходів членів сім'ї, тенденція до одруження в пізнішому віці (розвивається такий сегмент ринку, як поїздки «ділових леді»), збільшення кількості бездітних пар, самотніх людей похилого віку.

До соціокультурних факторів можна віднести демографічну ситуацію, життєві цінності, традиції населення, культуру відносин організацій та населення, діяльність засобів. Особливого значення у розвитку туризму представляє соціальна політика країни, оскільки події соціально-політичного характеру можуть на попит туристських послуг.

Досить значними є такі соціальні фактори, як глибина розшарування суспільства, рівень доходів і безробіття, соціальний захист, купівельна спроможність, а також демографічні фактори: зниження народжуваності, старіння суспільства, міграція населення, віковий склад суспільства, рід занять, освіта [20].

Технологічні нововведення вважаються як внутрішнім та зовнішнім фактором. Технологією називають сукупність засобів, операцій та процесів, за допомогою яких елементи, що входять у виробництво, перетворюються на вихідні. Технологія, як зовнішній чинник, відбиває рівень науково - технічного розвитку, який впливає організацію (наприклад, область автоматизації, інформатизації). Технологічні нововведення мають великий вплив на результативність роботи туристської компанії, з якої можна створювати та продавати турпродукти; інновації можуть впливати на старіння продукту, способи збирання, зберігання та розповсюдження інформації, а також на те, який турпродукт можуть очікувати споживачі від турфірми. Для збереження конкурентоспроможності, будь-яке підприємство має застосовувати у роботі досягнення науково-технічного прогресу, особливо ті, яких залежить



ефективність діяльності. Найсильнішим впливом в розвитку туризму є транспортні технології, готельна, ресторанна і комунікаційна техніка [21].

Матеріально-технічні чинники визначають становище та можливості матеріально-технічної бази туризму. Розвиток цієї бази, і навіть розробка нових форм обслуговування туристів стимулюють туристські пересування. Застосування інформаційних систем бронювання, оформлення замовлень на тури, відвідування нових готельних комплексів та розважальних центрів, обслуговування готельного номера дозволяють збільшити приплив туристів у курортну зону, підвищити комфортність їх проживання, швидко та якісно обслужити, та повністю задовольнити потреби туриста.

З соціальних факторів можна відзначити складність і динамічність життя у великих містах, вони провокують появу стресових ситуацій, що призводять до нервового виснаження, швидкого зношування організму людини. Для поповнення внутрішніх ресурсів людина повинна періодично відпочивати. Зміна обстановки, роду діяльності, знайомство з новими людьми знімають втому, відновлюють життєві і фізичні сили людини. Подорож дає масу позитивних вражень, розширює кругозір, дає можливість дізнатися багато нового про культуру, звичаї та традиції народів інших країн.

Екологічний фактор є одним із першочергових при виборі туристом місця перебування. Ніхто не захоче проводити відпочинок в екологічно несприятливому регіоні, завдавати шкоди своєму здоров'ю, навіть якщо в такій місцевості розташовуватимуться культурні та історичні пам'ятки [23].

Таким чином, слабкими сторонами та загрозами для діяльності туристських організацій є зовнішні фактори: непередбачені політичні, економічні та соціальні ситуації, технологічні катастрофи, природні катаклізми, які мають непередбачуваний характер. Дані фактори призводять до уповільнення розвитку та функціонування системи туризму [22].

У такому разі туристські організації не можуть впливати на зовнішнє середовище і для ефективною діяльності повинні пристосовуватися до нього, регулярно відстежувати зміни та своєчасно реагувати на них, особливо це

стосується кризових ситуацій.

Для розкриття туристичного потенціалу і можливостей підвищення конкурентоспроможності національних галузевих підприємств, нами використано PEST-аналіз, що дозволяє відобразити ступінь впливу зовнішніх факторів різної спрямованості та значущості всі фактори зовнішнього середовища вітчизняних туристичних підприємств були оцінені експертами за п'ятибальною шкалою, де 5 – ознака виражена в повній мірі, 1 – ознака виражена слабо або незначно, а також розподілені за характером впливу (позитивний/негативний) та середньозваженою вагомістю, що знайшло відображення на рисунку 2.1.

Як бачимо з рисунку 1, в зовнішньому середовищі туристичних підприємств України спостерігається кластеризація факторів, які згруповані за напрямом та істотністю впливу і утворюють умовні групи значного негативного та позитивного впливу. Також маємо можливість виділити перелік факторів, підсилення дії яких в майбутньому позитивно вплине на якість зовнішнього оточення туристичних підприємств України.

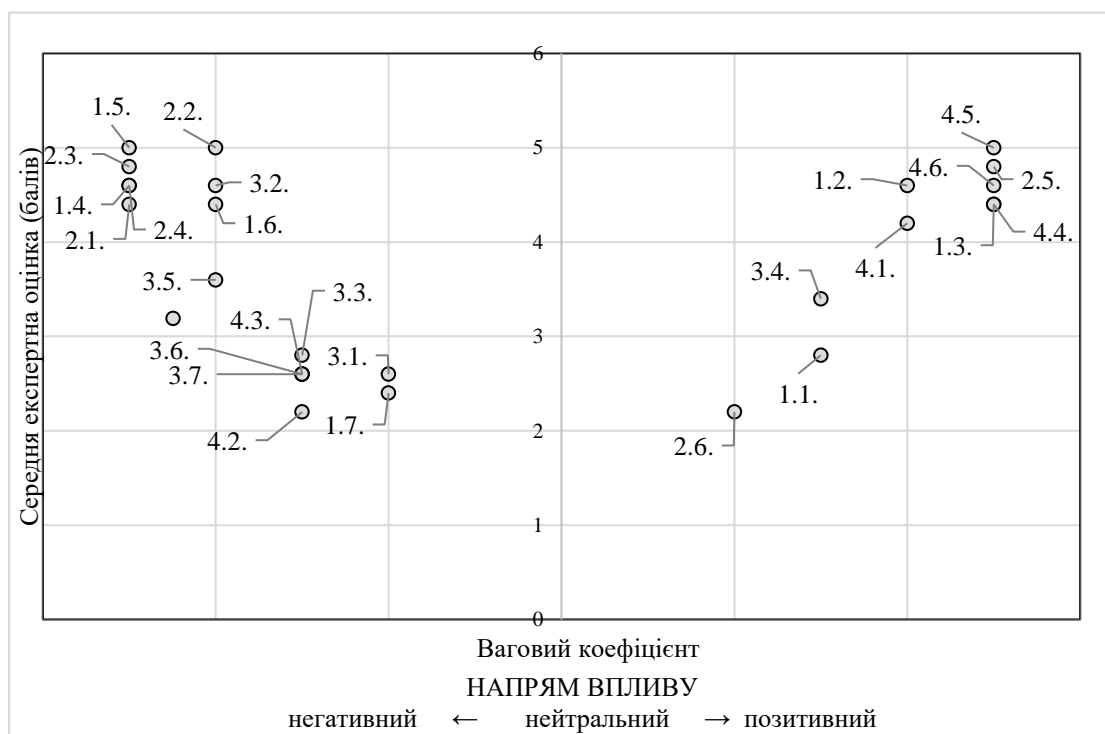


Рисунок. 2.1 – Графічний розподіл факторів зовнішнього середовища туристичних підприємств

Джерело: [20]

Так, в верхньому лівому квадранті розташовані 8 факторів, які чинять найбільш істотний негативний вплив, в той час як у верхньому правому квадранті – фактори, які позитивно впливають на стан зовнішнього оточення досліджуваних об'єктів, і, таким чином, сприяють підвищенню конкурентоспроможності туристичних бізнес-одиниць.

До несприятливих факторів можемо віднести: політичні – військовий конфлікт, посилення кордонів, продовження дії карантину COVID-19; економічні – динаміка валютних курсів, рівень доходів населення, зовнішній борг країни, зниження попиту в галузі надання послуг на тлі військового конфлікту та пандемії, соціальні – рівень освіти населення, рівень зайнятості.

Серед факторів, які чинять найбільш істотний позитивний вплив можемо відзначити: політичні – активізація в сфері стратегічного планування туристичної діяльності на загальнодержавному рівні і пом'якшення адміністративного контролю в сфері туризму, економічні – підвищення зацікавленості до внутрішнього туризму у зв'язку із обмеженнями на перетин кордонів, технологічні – загальнодержавний курс на діджиталізацію адміністративних послуг, використання засобів електронного маркетингу, можливість запровадження віддаленої/дистанційної форми надання послуг.

На підставі проведеного аналізу соціально-економічного потенціалу Дніпропетровського регіону були визначені сильні і слабкі сторони, а також загрози і можливості перспективного розвитку регіону (табл. 2.2) [32; 33].

Слід окремо зацентувати увагу і на численних проблемах соціально-економічного характеру, наявних в регіоні:

- знос основних фондів готельно-ресторанного комплексу і загалом сфери послуг (більш ніж на 60%), при цьому, підприємства не мають фінансових ресурсів для модернізації і впровадження новітніх технологій;
- безробіття, збільшення кількості людей, які знаходяться за межею бідності, зниження платоспроможного попиту;
- від'ємне співвідношення в'їзного і виїзного туризму;
- погіршення демографічної ситуації, яке посилюється масовим виїздом

працевдатного населення на роботу за кордон.

Таблиця 2.2 – SWOT-аналіз перспективного розвитку Дніпропетровської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>– сприятливе економіко-географічне розташування регіону;</li> <li>– розвинений інтелектуальний та науково-технічний потенціал;</li> <li>– наявність широкої мережі закладів вищої освіти і наукових установ, що позитивно впливає на кваліфікованість трудових кадрів та створює можливості для пошуків інноваційного розвитку економіки регіону;</li> <li>– розвинений багатопрофільний сектор промисловості, розвинена інфраструктура транспорту, різноманітного зв'язку, значна кількість операторів мобільного зв'язку, поширення мережі Інтернет;</li> <li>– зростання показників експорту й імпорту, що свідчить про налагодження міжнародних зв'язків та відновлення кооперації з десятками країн – торговельних партнерів регіону;</li> <li>– зростання фінансового сектора економіки, включаючи розгалужену банківську мережу, приплив міжнародного капіталу в цю сферу, що сприяє активізації конкуренції в банківському секторі та приводить до розширення переліку послуг, збільшення терміну їх надання та зниження їхньої вартості;</li> <li>– розвиненість мережі підприємств, що надають спеціалізовані послуги в сфері консалтингу, маркетингу, інформації, аудиту, проектування будівництва, дизайну, реклами тощо</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– переважна орієнтованість найбільш розвинених секторів регіональної економіки на експорт та другорядна роль, яка відводиться розширенню й наповненню внутрішнього ринку, звужують можливості розвитку як окремих секторів, так і регіональної економіки в цілому;</li> <li>– високі ризики (особливо не повернення коштів) не сприяють зниженню банківських ставок за кредитами, що значно звужує можливості отримання необхідних коштів підприємствами й гальмує розвиток економіки;</li> <li>– недостатня конкуренція між регіональними підприємствами, що негативно позначається на якості товарів та послуг, які ними виробляються, та завищує їхню вартість;</li> <li>– складна демографічна ситуація, від'ємні показники природного приросту населення;</li> <li>– недостатній розвиток інноваційної сфери в регіоні, включаючи скорочення наукових організацій і працівників, що займаються науковою діяльністю, недостатні темпи впровадження інновацій, недостатність коштів на інноваційну діяльність, недостатній рівень державної підтримки;</li> <li>– відсутність необхідних коштів для проведення в повному обсязі ремонтів автомобільних шляхів, заміни застарілого обладнання річкових портів, аеропортів, залізниць;</li> <li>– знос обладнання, який перевищує 50%, наднормативні, збільшення аварійності</li> </ul>
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>– розробка інноваційної, соціально орієнтованої політики розвитку регіону;</li> <li>– збільшення темпів соціально-економічного розвитку регіону;</li> <li>– комплексне вирішення найбільш актуальних проблем, які гальмують подальший розвиток регіону;</li> <li>– подальший розвиток взаємовигідних торговельно-економічних й інноваційно-фінансових контактів із зарубіжними партнерами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– нестабільність політичної й економічної ситуації в Україні;</li> <li>– недостатнє фінансування ремонту й реконструкції транспортної інфраструктури створює загрози для здійснення пасажирських перевезень усіма видами транспорту;</li> <li>– не проведення модернізації основних засобів збільшує витрати на виробництво, що може призвести до значного підвищення вартості продукції.</li> </ul>

Джерело: узагальнено автором

Окремо варто підкреслити недосконалість регіональних міжбюджетних взаємовідносин: за величиною валового регіонального продукту

Дніпропетровська область щорічно займає одне з перших місць серед інших регіонів України (тобто, його внесок у формування доходної частини державного бюджету є одним з найбільших), а за рівнем зустрічного потоку – у вигляді субвенцій та субсидій з державного бюджету до бюджету регіону – займає останні позиції по Україні.

Виходячи з цього, пропозицію розвитку підприємств сфери туризму та активізацію туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області можна розглядати не лише в економічному, але і в соціальному контексті. Це сприятиме вирішенню як економічних, так і болісних соціальних проблем підприємств сфери туризму, і регіону в цілому.

## **2.2 Організаційно-економічна характеристика ФОП Міщук Антон Анатолійович \ туристичної агенції «Скай Тур»**

Офіційна назва туристичної агенції: ФОП Міщук Антон Анатолійович, туристична агенція «Скай Тур». У такій організаційно-правовій формі існує з 18 серпня 2014 року. ТА «Скай Тур» є приватною комерційною організацією, створеною відповідно до законодавства України.

Туристична агенція надає широкий вибір туристичних послуг за різними напрямками та забезпечує високий рівень якості обслуговування клієнтів (рис. 2.2).

На даний момент пріоритетними напрямками на ринку туристичних послуг для ТА «Скай Тур» є: Чорногорія, Туреччина, Кіпр, Іспанія, Сербія, ОАЕ, Греція, Таїланд, Болгарія, Італія, Єгипет, Танзанія (Занзібар), Кенія, Шрі-Ланка, В'єтнам, Ізраїль, Індія, Куба, Туніс, Йорданія.

Для розвитку такого напрямку як внутрішній туризм у рамках туристичної агенції організували окремий консультативний відділ, який займається наданням інформаційних послуг щодо організації туристичних маршрутів по Україні.



---

Рисунок 2.2 – Логотип ТА «Скай Тур»

Джерело: [24]

Управління ТА «Скай Тур» здійснюється на підставі установчих документів та посадових інструкцій працівників керівних посад. Загальна чисельність штату працівників підприємства – 6 осіб. Досвід успішної діяльності співробітників компанії на ринку туристичного бізнесу склав 8 років. Існуюча структура управління склалася виходячи з завдань, що стоять перед організацією і ринкових умов, що склалися. Вона відноситься до лінійно-функціонального типу. Перевагами даного типу організаційної структури є:

- стимулювання ділової та професійної спеціалізації (тобто наявність можливості для кар'єрного зростання);
- зменшення дублювання зусиль та споживання матеріальних ресурсів у функціональних областях;
- покращення координації сил та засобів для досягнення цілей;
- контроль діяльності як цілих підрозділів, так і окремих виконавців.

Однак, якщо говорити про недоліки, можна виділити такі як:

- зацікавленість відділів у реалізації цілей та завдань лише своїх підрозділів, а не загальних цілей (наприклад, філія в одному з обласних міст

може бути зацікавлена у збільшенні продажів, щоб показники були більшими, ніж у інших філій, а не щоб покращити показник усієї компанії порівняно з минулим місяцем/роком);

- у великій організації ланцюг команд від керівника до безпосереднього виконавця стає надто довгою;

- складнощі у взаємодії між підрозділами; складнощі з пошуком відповідальних у разі виникнення проблем.

Очолює туристичну агенцію директор (Міщук Антон Анатолійович) головна роль якого полягає у розробці та прийнятті управлінських рішень, контролі за виконанням поставлених цілей та досягненням планових показників.

До обов'язків директора входять розробка іміджу фірми, маркетинг, представницькі функції, взаємодія з партнерами, отримання необхідних ліцензій, набір та навчання персоналу, контроль бухгалтерської звітності.

Бухгалтер веде облік фірми, складає звітності, здає баланс, нараховує та видає заробітну плату, веде звітність перед державними органами обліку, до пандемії коронавірусу ведення бухгалтерії компанії надавалося на аутсорсинг. На даний момент цією діяльністю займається директор, що дозволяє скоротити витрати на залучення сторонніх організацій.

До функцій відділу продажів відносяться:

- робота з клієнтами;
- прийом заявок у клієнтів;
- опрацювання плану індивідуального туру;
- зв'язок з операторами та засобами розміщення;
- бронювання турів;
- оформлення віз, страховок

У організації відсутня служба маркетингу, і навіть немає окремо запровадженої посади спеціаліста з маркетингу. На даний момент усіма справами, що стосуються маркетингової діяльності займається безпосередньо директор. Іноді він може делегувати частину обов'язків із цієї галузі іншим

співробітниками, але потім перевіряє отриманий результат. Так як компанія займається турагентською діяльністю, то і в маркетинговій діяльності виділяється просування компанії на відповідні сегменти ринку. Що стосується 2020 року, то через складну епідеміологічну ситуацію у світі, яка в результаті викликала кризу в індустрії туризму, було прийнято рішення не виділяти кошти на маркетинг компанії, щоб максимально скоротити витрати.

За словами директора, організація не проводить великих маркетингових досліджень. Однак постійно досліджує туристичний ринок для підтримки конкурентоспроможності як турагента. Найчастіше для дослідження цін ринку проводиться моніторинг. Наприклад, беруться кілька основних готелів/апартаментів та інших засобів розміщення та задаються стандартні умови (2 дорослих, 7-11 ночей), а також вибираються дати. Далі складається таблиця, в якій вказані ціни всіх можливих туроператорів, що пропонують путівки в це ж місце і цей час.

ФОП Міщук Антон Анатолійович / туристична агенція «Скай Тур» вже досить довго існує на ринку туристичних послуг як один із популярних турагентів. Також конкретно на цей період компанія не виробляє і не розробляє якихось нових або інноваційних продуктів, оскільки це неможливо в епідеміологічній ситуації, що склалася. Тому цінові стратегії низьких чи високих цін не підходять для діяльності цієї організації. Найбільш ефективною ціновою політикою, на думку генерального директора, є дотримання ринкової цінової стратегії. Тобто компанія дотримується гнучкого ціноутворення з урахуванням попиту, виду туристичної послуги, сезону та обсягу. Завдяки даним дослідження компанія може не тільки підібрати оптимальну вартість, яка дозволить отримати прибуток та конкурентну перевагу за ціною, але й зробити детальніший аналіз туристичних пропозицій конкурентів.

Конкурентне позиціонування туристичного підприємства, засноване на результатах оцінки рівня стратегічності ресурсів, дозволяє визначити конкурентну позицію, яку займає підприємство, в залежності від його поточного рівня розвитку, а також напрямків зміни його конкурентного



потенціалу.

Конкурентне позиціонування включає в себе:

- оцінку потенціалів, що підсилюють або послаблюють конкурентну позицію підприємства;
- формування конкурентних переваг підприємства на основі його ключових переваг;
- формування напрямків розвитку ключових переваг підприємства.

Виявлені та оцінені в попередньому розділі та під час проходження переддипломної практики переваги та недоліки, що відображають силу і слабкість конкурентної позиції туристичного підприємства, використовуються для побудови конкурентної матриці. Положення переваг в матриці обумовлюється їх кількісною оцінкою і рейтингом важливості для підприємства (рис. 2.3).

У лівому нижньому квадранті матриці розташовані аспекти, які отримали недостатній розвиток і формують конкурентні слабкі сторони підприємства. Серед верхніх квадрантів матриці принципове значення має правий, де відображаються переваги підприємства, що мають високу оцінку (наприклад, лояльність персоналу, соціальна відповідальність).

Аспекти, розташовані у верхньому лівому квадранті, не є стратегічно значущими для підприємства, оскільки вони недостатньо важливі, і отримали низьку оцінку.

Відповідно, для досліджуваного ТА на матриці стрілкою позначено стратегічний напрямок розвитку конкурентних переваг, заданий вектором А3-А4-А2, який полягає в усуненні слабких сторін із подальшим переведенням їх в стратегічні переваги і надалі – в точки росту конкурентоспроможності. Розглянемо цей вектор докладніше.

Удосконалення конкурентних переваг призведе до трансформації конкурентного профілю підприємства. Особлива увага буде сконцентрована саме на перший варіант стратегії розвитку, а саме на розвиток стратегічно

слабких сторін, які ослаблюють конкурентні позиції підприємств із фокусуванням на репутацію, функціональні і динамічні аспекти діяльності.

A1	Стратегічно незначні переваги	Точки росту конкурентоспроможності	A2
Стратегічно незначні переваги	<ul style="list-style-type: none"> <li>- гнучкість організаційної структури</li> <li>- соціалізація управління</li> <li>- рівень захисту інформації</li> <li>- комунікації</li> <li>- своєчасність інформаційних потоків</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- наявність бази знань</li> <li>- лояльність персоналу</li> <li>- соціальна відповідальність</li> <li>- удосконалення збутової діяльності в рамках цифровізації суспільства</li> </ul>	Точки росту конкурентоспроможності
Слабкі сторони	<ul style="list-style-type: none"> <li>- адаптивність</li> <li>- ефективність бізнес-процесів</li> <li>- співвідношення ціна/якість</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- якість сервісного обслуговування</li> <li>- розміри та досвід компанії</li> </ul>	Стратегічні переваги
A3	Слабкі сторони	Стратегічні переваги	A4

Рисунок 2.3 – Матриця конкурентної позиції ТА «Скай Тур»

Джерело: складено автором

Вибір між фокусом розвитку підприємства на основі переліку його ключових переваг формує стратегічні альтернативи конкурентної стратегії. Стратегічні альтернативи уточнюють напрямки реалізації конкурентної стратегії в залежності від фокусу розвитку ключових переваг, а саме:

- 1) розвиток стратегічно слабких сторін, які ослаблюють конкурентні позиції підприємств (стратегія 1) - фокус на репутацію, функціональні і динамічні аспекти діяльності;
- 2) підтримка і розвиток стратегічно сильних сторін, що підсилюють

конкурентні позиції підприємств і формують конкурентні переваги (стратегія 2 – основна увага має бути сконцентрована на матеріальних джерелах успіху, репутації продукту і підприємства, надійності джерел інформації).

Стратегічні напрямки формування та розвитку ключових конкурентних переваг повинні бути чітко взаємопов'язані і взаємозумовлені цілями конкурентної стратегії розвитку підприємства, а також зумовлюють [22]:

- формування траєкторій розвитку ключових сильних сторін;
- вибір технологій і інструментарію формування і розвитку ключових сильних сторін;
- взаємозв'язок стратегічних напрямків формування та розвитку ключових сильних сторін з цілями діяльності підприємства;
- способи ресурсного забезпечення формування і розвитку ключових сильних сторін.

### **2.3 Поточний стан збутової діяльності ФОП Міщук Антон Анатолійович \ туристичної агенції «Скай Тур»**

Основними характеристиками, що описують цільовий сегмент туристів ТА «Скай Тур», є:

- вікова група 30 – 45 років;
- середній чи високий рівень доходу;
- туристи із сім'ями від 2 до 4 осіб;
- географія – вибір зараз відбувається виходячи з епідеміологічної обстановки в країні (Єгипет, Туреччина, ОАЕ, Танзанія)
- життєвий стиль – енергійна, активна людина, зайнята торговельною або управлінською діяльністю, що працює найчастіше у вихідні та свята, стежить за своїм іміджем, відчуває брак часу на відпочинок та сім'ю, сприйнятливий до новинок, скептично ставиться до реклами.

Що стосується мотивації туристів, то причини можуть бути різними. Насамперед це, звичайно ж, бажання відпочити з сім'єю за кордоном, також

отримати лікування або оздоровитися в іншій країні або пошук нових відчуттів та емоцій від незвичайного та екзотичного маршруту.

Таким чином, виходячи з вищевказаних характерних рис, ми можемо скласти загальний портрет типового туриста ТА «Скай Тур»: підприємець, що є достатньо успішним, середніх років, який хоче відпочити від напруженої роботи з сім'єю і отримати нові враження. Даний портрет не означає те, що практично всім клієнтам притаманні дані риси, але значна їхня частина дійсно підходить під даний опис і саме ця група споживачів дозволяє швидко окупати витрати на виробництво та просування тур продукт. З іншого боку, на даний момент через труднощі з подорожами світом майже всі туристичні фірми орієнтовані на будь-який сегмент споживачів готові підібрати туристичний пакет за всіма запитами з можливих на ринку. Раніше загальна характеристика цільової аудиторії виглядала приблизно так:

- вік: від 21 до 65 років;
- стать: переважно чоловіки;
- дохід: від 700 дол. США;
- освіта: орієнтація на вищу.

Цільова аудиторія, на яку компанія орієнтувалася, була досить широка, що створювало складнощі під час створення рекламних звернень.

Основна стратегія зараз – надати якнайбільше туристичних пропозицій у міру можливостей виходячи з нинішньої обстановки у світі, відстежуючи зміни в умовах перебування у різних популярних туристичних країнах.

Однак, варто також враховувати той факт, що існують різні ціни на ту саму турпослугу. Ціна може бути знижена у разі спеціальної пропозиції, яку постачальники пропонують туристичному агенту на сезон. Також існує промо ціна, суть якої полягає в нижчій ціні для туриста за рахунок зниженої комісії для турагента. Звичайний відсоток комісії у ТА «Скай Тур» 10%, при промоціні комісія буде 6%.

Також щодо цінової політики варто розглянути цінові пропозиції з умовою раннього бронювання. На думку компанії, ця опція має велику

кількість позитивних моментів:

- 10% передоплати, а решту суми можна сплатити не пізніше 40 днів до вильоту

- «розстрочка» для клієнта, тобто не обов'язково вносити всю суму оплати відразу, а розтягнути це на кілька проміжків часу та вносити частинами;

- у туристів є можливість самим вибрати відповідний курорт/готель/номер тощо, при гарячих путівках таких можливостей немає і зазвичай пропонують лише те, що залишилося незаброньованим.

Доведення турпродукту до відповідних споживачів є найважливішим етапом реалізації маркетингової стратегії, що значною мірою визначає ефективність інших маркетингових зусиль. Система розподілу повинна усунути розриви у часі, місці та праві власності, що відокремлюють пропонований тур від тих, хто хотів би ним скористатися, забезпечити передачу інформації, замовлень та оплати.

Найбільш популярними каналами збуту у ТА «Скай Тур» є:

- прямі продажі в офісі;
- електронна комерція (власний сайт, а також соціальні мережі);
- партнерство з іншими турагентствами;
- інші канали збуту – промоакції, віртуальні тури, поява в місцевих новинах.

Щодо методів просування туристичних продуктів, то компанія також дотримується стандартних рішень. Крім особистих продаж через офіси, можна відзначити участь у різних туристичних виставках. Реклама представлена майже у всіх видах, починаючи від радіо і закінчуючи контекстною рекламою в пошукових системах, зокрема Google, кілька років тому також був задіяний такий вид реклами як транспортна (розміщення інформації на різних громадських засобах транспорту).

Стимулювання збуту у ТА «Скай Тур» також приділяється увага. До виборчих засобів стимулювання споживачів, які використовує це туристичне

підприємство, можна віднести:

- знижки постійним клієнтам
- подарунки із фірмовою символікою
- включення у вартість путівки на додаткові послуги.
- уважне ставлення до постійних клієнтів

Таким чином можна дійти висновку, що у ТА «Скай Тур» представлено широке, але традиційне коло збутових методів і каналів, які сприяють реалізації туристичної продукції компанії.

Інноваційна діяльність розвивається за декількома напрямками. Наприклад, випуск нових видів послуг. Так, ТА «Скай Тур» розроблено та впроваджено послугу придбання подарункових сертифікатів. Іншими напрямками є: виявлення та використання нових ринків збуту туристичних продуктів, а також впровадження онлайн-сервісу бронювання в соціальних мережах.

Щодо програмного забезпечення, то на даний момент компанія використовує комп'ютерну програму «Avada Media». Для персоналу це зручний інструмент, який пропонує зручну інтеграцію до систем бронювання квитків та готелів. Для фірми загалом переваги виявляються у: простоті встановлення та використання; швидкому реагуванні компанії-постачальника програми; безкоштовну підтримку в налаштуванні програми та безкоштовне перенесення бази турагентства в програму при першій установці. Впровадження цієї програми дозволяє заощаджувати більшу частину бюджету за рахунок зниження розміру фонду заробітної плати та зниження трудомісткості виконуваних в програмі операцій.

## **Висновки до розділу 2**

За результатами досліджень, виконаних у розділі 2, узагальнено наступні висновки.

1. Досліджено сучасне становище туристичного бізнес-середовища в Дніпропетровській області. До несприятливих факторів віднесено: політичні – військовий конфлікт, посилення кордонів; економічні – динаміка валютних курсів, рівень доходів населення, зовнішній борг країни, зниження попиту в галузі надання послуг на тлі військового конфлікту; соціальні – рівень освіти населення, рівень зайнятості.

Серед факторів, які чинять найбільш істотний позитивний вплив можемо відзначити: політичні – активізація в сфері стратегічного планування туристичної діяльності на загальнодержавному рівні і пом'якшення адміністративного контролю в сфері туризму, економічні – підвищення зацікавленості до внутрішнього туризму у зв'язку із обмеженнями на перетин кордонів, технологічні – загальнодержавний курс на діджиталізацію адміністративних послуг, використання засобів електронного маркетингу, можливість запровадження віддаленої/дистанційної форми надання послуг.

2. На підставі проведеного аналізу соціально-економічного потенціалу Дніпропетровського регіону були визначені сильні і слабкі сторони, а також загрози і можливості перспективного розвитку регіону. Серед проблем соціально-економічного характеру, наявних в регіоні, зазначені:

- знос основних фондів готельно-ресторанного комплексу і загалом сфери послуг (більш ніж на 60%), при цьому, підприємства не мають фінансових ресурсів для модернізації і впровадження новітніх технологій;

- безробіття, збільшення кількості людей, які знаходяться за межею бідності, зниження платоспроможного попиту;

- від'ємне співвідношення в'їзного і виїзного туризму;

- погіршення демографічної ситуації, яке посилюється масовим виїздом працездатного населення на роботу за кордон.

3. Досліджено діяльність туристичної агенції в напруженому бізнес-середовищі. Зазначено, що туристична компанія «Скай Тур» вже досить довго існує на ринку туристичних послуг як один із популярних турагентів. Компанія працює у формі фізичної особи-підприємця з 2014 року і має чітко

визначену нішу на відповідному ринку.

Компанія дотримується гнучкого ціноутворення з урахуванням попиту, виду туристичної послуги, сезону та обсягу.

4. ТА «Скай Тур» пропонує стандартний набір туристичних товарів та послуг на ринку України, у тому числі реалізовує за кордоном (через повномасштабне військове вторгнення РФ в Україну). Дослідженням тенденцій розвитку асортименту в організації займаються опосередковано. Відділ маркетингу та посада маркетолога в ТА «Скай Тур» відсутня, проте це не перешкоджає здійсненню маркетингової діяльності в організації, нехай і не повною мірою через скорочення бюджету.

Характер конкуренції може вважатись недосконалим. Він характеризується постійною появою та зникненням нових учасників. Конкурентну позицію ТА «Скай Тур» на ринку можна було назвати середньою. На даний момент конкуренція жорстка, оскільки значна частина туристичних підприємств перебуває у нестійкому фінансовому стані або на межі банкрутства.

5. Було сформовано портрет потенційного клієнта компанії «Скай Тур», а також виявлено основні напрямки удосконалення для підвищення конкурентоспроможності компанії. В першу чергу, слід підкреслити необхідність поліпшення системи управління якістю пропонованих туристичних продуктів. По друге, перспективним напрямком розвитку є створення індивідуальних турів в межах України, оскільки аналіз діяльності конкуруючих фірм та потенційних споживачів показав, що потенціал Дніпропетровської області все ще розкритий у малому обсязі. Сформовано досить вузьке коло туристичних об'єктів. Мало використовуються об'єкти, розташовані на відстані від обласного центру. З цього випливає, що з варіантів ефективного розвитку фірми є саме освоєння нових туристських маршрутів, відкриття для туристів нових об'єктів.



## **РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

### **3.1 Формування об'єднаної туристичної пропозиції як умова підвищення туристичної привабливості Дніпропетровської області**

Будь-яка територія виконує для своїх мешканців та гостей безліч різноманітних функцій, які можуть стати основою для виокремлення територіальних туристичних продуктів. Однак у кожному конкретному місці або територіальному утворенні буває, найчастіше, не єдиний універсальний туристський продукт, а декілька, або навіть кілька десятків відокремлених продуктів, які частково відображають своєрідний об'єднаний туристичний продукт регіону.

Основу об'єднаного турпродукту певної території становить її туристично-рекреаційний потенціал, заснований, в першу чергу, на наявності певних ресурсів, які, як правило, є візитівкою регіону. Саме ресурси визначають види туризму, які реалізуються в регіоні. Однак, об'єднаний турпродукт не можна вважати простою сумою всіх туристичних атракцій та послуг, які пропонуються на певній території. Як правило, він виявляється комбінацією меншої чи більшої кількості приватних туристичних продуктів, що утворюють єдине та однорідне ціле. Отже, мають бути зроблені певні зусилля щодо його формування (створення інфраструктури, поліпшення транспортної доступності, розвиток додаткових послуг тощо), але, перш за все, необхідне ефективне управління кожним елементом [25].

Важливо визначити базові види туризму, які буде включати в себе об'єднаний турпродукт Дніпропетровської області. Для цього скористаємось результатами досліджень, виконаних нами у розділі 1, і візуалізуємо туристично-рекреаційний потенціал Дніпропетровської області на відповідній діаграмі (рис. 3.1) за методикою, наведеною в [27].



Рисунок 3.1 – мапа туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області.

Джерело: складено автором

Слід зауважити, що найбільш сильними сторонами туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області є складова №4 – сприятливі кліматичні умови взимку та влітку, №5 – кількість та стан водоймищ, №6 – наявність природно-заповідних ресурсів, №7 – потужний історико-культурний потенціал, №8 – достатньо розвинена транспортна інфраструктура. Відзначимо, що складові туристично-рекреаційного потенціалу під номерами 1-4, 10 не можуть бути поліпшені в силу об'єктивних причин, а всі інші, які входять до сильних сторін Дніпропетровської області, мають можливості для покращення (№5,6,8) або перебувають у задовільному стані (№4, 7).

Наступним етапом формування об'єднаної туристичної пропозиції Дніпропетровської області буде оцінка вже наявних та популярних видів туризму в області (табл. 3.1)

Таблиця 3.1 – оцінка популярності видів туризму в Дніпропетровській області (за даними ТА «Скай Тур»)

Вид туризму	Основні атракції та інфраструктура	Орієнтовна частка регіонального туристичного ринку
Медичний	Дніпровський медичний кластер, 10 медично-туристичних маршрутів на базі організацій-учасників кластеру	12-16%
Зелений або екотуризм	8 сільських «зелених» та етносадиб, розташовані у Царичанській, Петриківській, Нікопольській та Криничанській громадах	10-12%
Індустріальний	Водоспад на Карачунах – затоплений кар'єр, діючий кар'єр Південного ГЗК, Ганнівський кар'єр та рудник.	5-8%
Діловий	1) Дніпро – Dnipro Economic Forum, Діловий центр «Менора», DniproExpo; 2) Кривий Піг – ICSF 2023: International Conference on Sustainable Futures: Environmental, Technological, Social and Economic Matters, EdFest	5-8%
Історико-культурний, етнографічний, археологічний, геологічний	1) Скелі МОПРу (Міжнародна організація допомоги борцям революції) – геологічна пам'ятка, висотою до 28 м; 2) Томаківський кромлех, Кромлех та Перуново капище у Микільському-на-Дніпрі, Мавринський майдан у Павлоградському районі та Підгородянський курган-майдан; 3) Китайгород – Змієві вали та гора Калитва козацькі оборонні церкви XVIII ст.: Успенська, Миколаївська та Святої Варвари; 4) Петриківка та Мала Петриківка – осередки петриківського розпису, внесеного до нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО.	15-20%

Джерело: складено автором

Варто відзначити, що враховуючи мапу туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області та можливості його подальшого розвитку та реалізації, найбільш цікавими з точки зору формування об'єднаного турпродукту видами туризму можуть бути зелений або екотуризм у поєднанні із такими видами, як історико-культурний, етнографічний, археологічний, геологічний [26]. Акцент може бути зроблений на збереженні славетних козацьких традицій для збалансованого розвитку майбутніх поколінь. Сумарно такий об'єднаний турпродукт може претендувати на 30%

регіонального туристичного ринку (за оцінкою ТА «Скай Тур»).

Таким чином, об'єднаний турпродукт це особливий, географічно визначений продукт, що складається з ряду елементів туристського потенціалу конкретного територіального утворення, об'єднаних єдиною метою, спрямованої на якісне задоволення туристських потреб, що відрізняється оригінальністю, унікальністю та ринковою привабливістю. Формування та реалізація об'єданого туристського продукту у сфері туризму регіону із низьким або середнім рівнем туристської привабливості дає низку переваг різним групам учасників цього процесу, а саме:

- територія отримує додаткову туристичну привабливість;
- мешканці отримують нові робочі місця за рахунок збільшення туристичного потоку – мультиплікатор зайнятості;
- туроператори, готельний та ресторанний бізнес, сектор розваг одержують приріст кількості споживачів послуг, що стимулює зростання інвестиційної привабливості туристичної сфери.

Вид туризму визначає систему комунікацій, набір туристичних послуг та товарів. Так, якщо територія має природно-ресурсний потенціал, то в системі створення інфраструктури повинна бути природно-орієнтована компонента: засобами розміщення є туристські бази, будинки відпочинку; є специфіка у формуванні харчування та системи дозвілля. У комплексі основних та додаткових послуг у турпродукті матиме найбільшу питому вагу послуги природно-орієнтованого профілю з усіх інших видів туризму. Оскільки окремі складові об'єданого туристського продукту виконують різну роль, потрібно аналізувати їх відповідно до структурно-функціональних категорій. Це означає, що композицію складових частин, яка задовольняє різні потреби туристів, необхідно співвідносити до постійної головної потреби, тобто потреби відпочинку природі.

Структура об'єданого туристичного продукту з позиції території, що має середній рівень туристської привабливості, має, як мінімум, три рівні (рис.3.2).

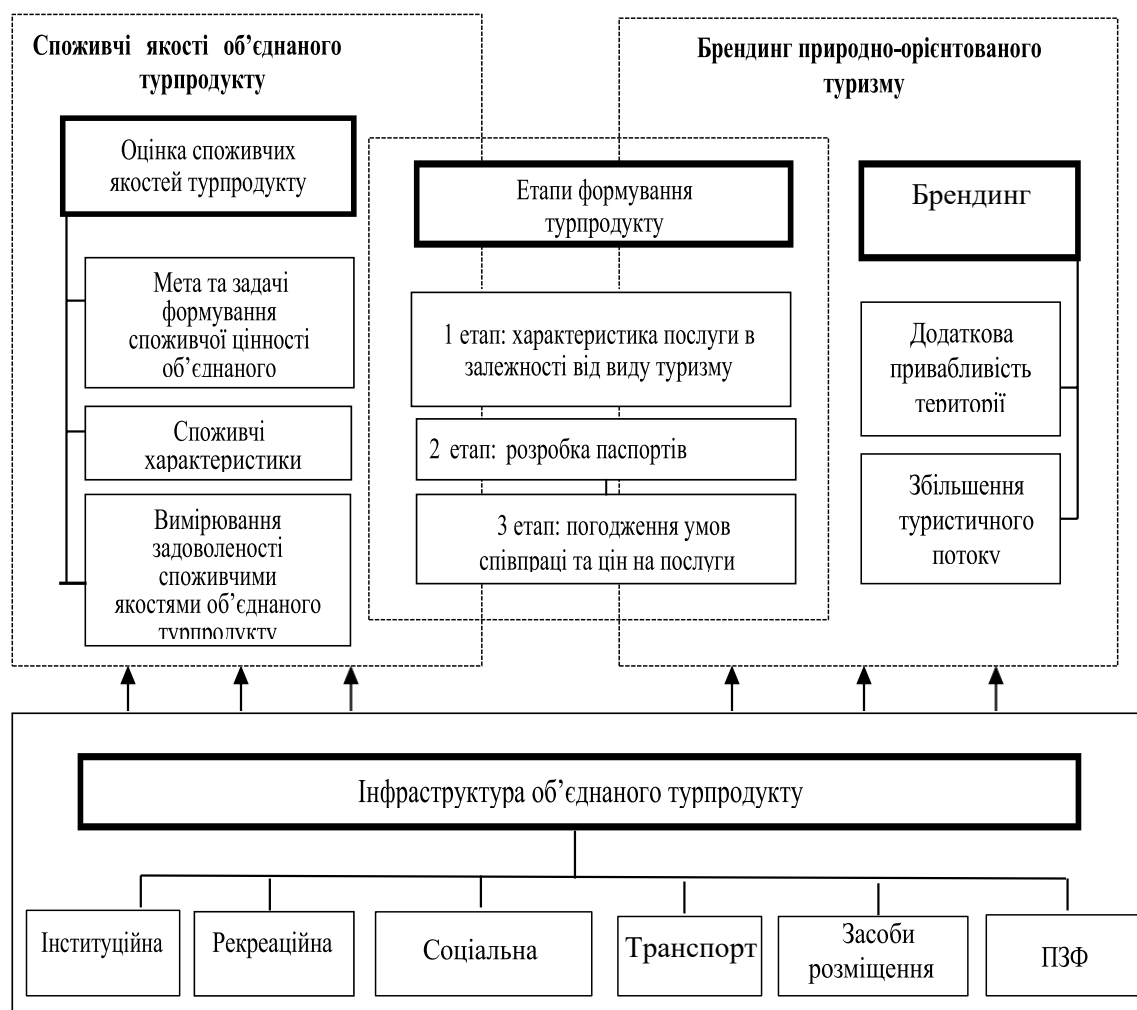


Рисунок 3.2 – Алгоритм формування об'єднаного турпродукту

Джерело: узагальнено автором на основі [26]

Перший рівень, що визначає основу об'єднаного турпродукту, включає комплекс туристських ресурсів або об'єктів, спрямованих на залучення туристів. Ця позиція щодо ролі та змісту є точною копією основи об'єднаного турпродукту. На другому рівні необхідно визначити туристичну інфраструктуру, виявити ті підприємства та організації, які створюють безпосередні послуги та специфічні продукти, які необхідні для задоволення потреб туристів. Крім того, при формуванні об'єднаного турпродукту не відбувається поділу підприємств та організацій з виробництва основних та додаткових послуг, оскільки всі організації туристського бізнесу, виконуючи свої функції, створюють об'єднаний турпродукт. Третій рівень у формуванні об'єднаного турпродукту становлять умови економічного, соціально-

демографічного характеру, і навіть система безпеки території, тобто компоненти довкілля, у яких формується і реалізується об'єднаний турпродукт.

Перший етап пов'язаний із пошуком та відбором ідей, розробкою задумів, які, найчастіше, мають форму «моделі» – опису майбутньої туристської послуги та набору вимог до її організації залежно від виду туризму. На другому етапі розробляються маршрути, що визначаються метою туристської поїздки, наявністю атракцій, їх змістовними характеристиками, транспортною доступністю, наявністю ефективної інфраструктури.

Вибравши територію для здійснення туристичної поїздки та пункти маршрутизації, проводять їх структурування: визначаються основні центри перебування та пункти розміщення; вибирається вид маршруту виходячи з лінійного, кільцевого чи радіального спрямування.

Маршрутизація планується на основі обліку швидкісного режиму та виду транспорту, часу перебування в районі тощо. Планування транспортних маршрутів має на меті досягнення максимального змісту подорожі за мінімальних витрат часу, пов'язаного з пересуванням, усуненням, по можливості, нічних переїздів. Внаслідок цих заходів відбувається конкретизація маршрутів та характеристика центрів «дикої природи».

Друга складова туристичної поїздки пов'язана з комплексом обслуговування, що включає процеси розміщення, харчування, транспортування та відповідної програми дозвільного характеру, що виражається у програмі формування туру.

На третьому етапі здійснюється вибір постачальників туристського продукту природно-орієнтованого туризму з погляду вивчення їх пропозицій щодо найбільш прийнятних співвідношень за якістю, ціною та відповідністю мети туру, погодженням умов співробітництва.

Вибір партнерів відбувається виходячи з їх позицій на туристичному ринку, наявності відповідних ліцензій, сертифікатів, досвід роботи гідів та провідників. Подібну інформацію, можливо, отримувати за допомогою

міністерств, асоціацій, представництв, офіційних довідників та каталогів, а також від самих туристичних фірм або за особистими контактами.

Щодо умов взаємодії, то здійснюються переговори з безпосередніми виробниками туристських послуг, які ґрунтуються на уточненні порядку замовлень, зміні їх умов, пов'язаних з організацією туристичного обслуговування, забезпеченням надання відповідних додаткових послуг (страхування, медичний поліс та ін. формальності), порядком розрахунків, а також узгодженням особливих моментів при обслуговуванні в зонах відпочинку, де є певний ризик.

Організація системи харчування повинна передбачати спосіб, відповідне меню та форми обслуговування, режими процесів харчування, що включають напої відповідно до особливостей національної кухні, при необхідності, організацію та надання сухих пайків. Обов'язково визначають першу та останню послуги харчування.

Ціни на тури при реалізації об'єданого турпродукту пропонуються у трьох варіантах [28]:

- у вигляді групових цін – найчастіше це ціни загального групового виїзду чи екскурсії;
- як ціни пакета – тобто ціни для одного туриста;
- у вигляді диференційованої ціни, яка визначається кількістю туристів у групі, варіантами класу обслуговування, якістю розміщення та харчування, комплексом включених послуг, обраним сезоном.

Наступним етапом є організація брендингу природно-орієнтованого туризму. Стосовно територій без вираженої туристської привабливості, якою і є Дніпропетровська область, основним завданням бренду є надання можливості туристам вибору індивідуальної траєкторії маршруту у складі об'єданого туристичного продукту, за допомогою розставлення орієнтирів з виділенням особливостей конкретної території. Наявність цих особливостей та можливості туристів наповнювати свій турпродукт різними видами туризму дозволить створити унікальні бренди Дніпропетровської області.

Крім того, необхідне дотримання такої найважливішої умови як переведення туристичного потенціалу території до ресурсів природно-орієнтованого туризму, що визначається [29]:

- створенням додаткових туристичних об'єктів;
- контролем дотримання екологічних вимог;
- підвищенням рівня доступності в заповідні території;
- обладнанням місць з дислокації туристів засобами зв'язку;
- забезпеченням безпеки туристів, що знаходяться в безпосередній близькості від природних об'єктів;
- забезпеченням виконання санітарних норм і правил тощо.

Таким чином, наведений алгоритм формування об'єднаного туристського продукту природно-орієнтованого або екологічного туризму із елементами історико-культурного, етнографічного та спортивно-оздоровчого видів туризму, дозволив виявити той факт, що його структура є дуже складною та багатокомпонентною. Окрім того, до природно-орієнтованого туризму можуть бути включені також наступні підвиди або підтипи туристичної діяльності, як аграрний, активний, водний, мисливський, рибальський, кінний, орнітологічний та інші.

### **3.2 Розробка природно-орієнтованого туру в Дніпропетровській області**

Нами було визначено основні компоненти об'єднаного турпродукту Дніпропетровської області через такі складові, як зелений або екотуризм у поєднанні із історико-культурним, етнографічним, археологічним та геологічним туризмом. Важливо також приділяти увагу брендингу на основі збереження традицій задля сталого майбутнього [34]. Прикладом такого об'єднаного турпродукту може стати дводенний кінний тур. Розглянемо його структуру та постачальників послуг по туру більш детально.

Тур запропоновано організувати на базі двох родинних підприємств –



кінного двору «Отаман» [30] та зеленої садиби «Благодатне» [31].

Кінний двір «Отаман» розпочав свою роботу в 2010 році у формі фермерського господарства. На сьогоднішній день поголів'я коней включає в себе 10 дорослих особин (з них 2 мають запис у племінній книзі, українська верхова порода), також є 6 поні, які використовуються для прогулянок та навчання дітей. Окрім цього, фермерське господарство включає в себе сільську худобу (корови, кози, вівці, кролі, фермерські птахи), вся продукція проходить ветеринарний контроль та поступає в реалізацію.

На території кінного двору облаштовано стайні для всіх коней, манеж для тренувань та навчання, прокладені маршрути короткотривалих (до 2-х годин) прогулянок. Для прогулянок та тренувань всі клієнти забезпечуються шоломами, крагами, рукавичками.



Рисунок 3.3-3.4. – Територія кінного двору «Отаман»

Примітка: джерело [19]

В штаті кінного двору працюють троє сертифікованих інструкторів (члени Всеукраїнської федерації кінноспортивного туризму), які проводять навчання дітей та дорослих верховій їзді, а також коновод, допоміжний персонал. В 2020 році кінний двір отримав грант від Миронівського агроіндустріального холдингу в обсязі 50 000 грн на розвиток стайні в рамках проєкту «Добробут громад». В цьому конкурсі мікрогрантів на умовах співфінансування реалізуються соціальні проєкти жителів ОТГ та сільрад у місцях присутності групи МХП. Слід зауважити, що кінні традиції доволі сильно розвинені на Дніпропетровщині: в області функціонує кінно-спортивна

школа, кінні племінні заводи, приватні стайні, кінні двори та ферми – все це створює відповідну інфраструктуру для розвитку зазначених в попередньому підрозділі видів туризму.

Починаючи з 2015 року розвивається співпраця із зеленою садибою «Благодатне», кінний двір приймає на постій поголів'я коней співзасновників садиби. Садиба розташована у хвойно-листяному лісі, за півтора кілометри від однієї з найчистіших річок Європи – Орелі. В лісі трапляються лосі, лані, олені, не говорячи вже про зайців, лисиць, вовків і диких кабанів.

Територія садиби займає частину Протовчанської паланки (адміністративно-територіальна одиниця Запорізької Січі у 18 столітті). Паланка мала землеробську спеціалізацію, її найзаможніше з-поміж усіх областей Запорожжя населення підтримувало місцеву і транзитну торгівлю, це була одна із зон розвитку чумацтва [19].

Садиба пропонує декілька варіантів розміщення для ночівлі, зокрема кімнати класу «Люкс», «Комфорт», «Економ», «Стандарт». Загалом садиба може прийняти до 30 осіб одночасно, що робить її зручною для проведення дво- триденних екскурсій організованих груп. Також садиба пропонує для загального користування обрядовий зал, їдальню, лазню, терасу.

Одноденні екскурсії до садиби також популярні серед учнів та студентства. Тут є можливість ознайомитись із давніми традиціями бджолярства, поспілкуватись із фермерськими тваринами, зайнятись рибною ловлею на ставку. В теплий період року садиба пропонує купання в озері з чистою джерельною водою і піщаним пологим берегом, зручні альтанки (бесідки), мангали, дрова, ігри та розваги - катання на човні, катамарані, волейбол, футбол, бадмінтон та інші, для дітей дитячий майданчик.

Харчування пропонується виключно із власних екопродуктів, реалізуються продукти бджільництва. В садибі проводяться сезонні ярмарки, майстер-класи національної кухні та ремесел, конкурси народної творчості та інші розважально-пізнавальні заходи.



Рисунок 3.5-3.6 – Зелена садиба «Благодатне»

Примітка: джерело [19]

Відповіддю на такі споживчі вимоги може бути комплексний кінний тур із відвідуванням екологічного господарства, можливістю поспілкуватись із природою, розвинути свої фізичні та психологічні якості, скуштувати екологічну фермерську їжу, доторкнутись до культурних особливостей місцевого населення, відпочити від шаленого міського ритму життя. Переваги кінної частини туру наступні:

- постійне перебування на свіжому повітрі, у групі однодумців, в незвичних умовах, що зміцнює нервову систему, підвищує стресостійкість, дарує заряд бадьорості та гарного настрою;
- спілкування з кіньми дарує впевненість в собі, спокій, розвиває почуття відповідальності, доброти, поваги до природи;
- при їзді верхи працюють практично всі групи м'язів, формується красива постава, удосконалюються координація рухів та реакція.

Переваги перебування в зеленій садибі «Благодатне»:

- долучення до історико-геологічної та культурно-етнічної спадщини українського народу;
- ознайомлення із місцевими природно-ландшафтними особливостями, лікувально-рекреаційними ресурсами;
- участь в традиційних обрядах, ознайомлення із ремеслами, харчування

екологічними фермерськими продуктами.

Цільовими аудиторіями є повнолітні люди, переважно віком 20-50 років, які мають мінімум середній рівень фізичної активності, зацікавлені в збереженні природи та ознайомленні із культурними традиціями краю. В турі можуть приймати участь також діти від 16 років у супроводі батьків.

Окрема технічна підготовка є обов'язковою і складається з двох 45-хвилинних уроків, які входять у вартість туру і включають в себе ознайомлення із основними положеннями про фізіологію та психологію коней, правила поводження та техніки безпеки в турі, правила догляду за конем, основи їзди верхи. Після проходження технічної підготовки учасники групи проходять теоретичне опитування та практичне тестування. Від технічної підготовки звільняються сертифіковані вершники та інструктори.

Кількість осіб в групі – 8, групу супроводжують два інструктори. Амуніція надається в оренду і входить у вартість туру. Тур пропонується цілорічно за умов сприятливою погоди без опадів при температурі повітря від -8 до +28 градусів за Цельсієм. Програма туру розроблена у двох варіантах. Протяжність маршруту в один бік складає 20 км, орієнтовний час проходження маршруту (залежить від рівня підготовки групи) без урахування привалу – 4 години в один бік.

Туристична агенція «Скай Тур» в турі виконує роль інформаційного посередника та консультанта, надаючи на комерційних умовах в рамках власних КВЕДів консультаційні послуги клієнтам.

Кінний природно-орієнтований тур з елементами етнографічного та історико-культурного туризму

«Козацькими стежками Петриківщини»

День 1

10.00 – виїзд верхи з кінного двору «Отаман» (точка А) у супроводі двох інструкторів. Протягом цієї частини кінного переходу учасники туру знайомляться із особливостями поведінки коней, видами алюрів, порід,

дізнаються історію кінного туризму.

12.00 – 13.30 – привал (точка Б). Привал відбувається на облаштованому місті біля водойми (дренажний канал р. Оріль). Заздалегідь на місце привалу прибуває персонал кінного клубу, учасники групи мають можливість обрати варіант харчування – традиційна козацька польова каша (куліш) або плов на вогнищі (рис. 3.5). Про наявність харчової алергії учасники туру опитуються заздалегідь. Учасники групи забезпечуються джерельною водою, сезонними фруктами та овочами, хлібом. Коні протягом всього терміну привалу випасаються на галявині.



Рисунок 3.6. – Привал

Джерело: фото автора

13.30 – завершення привалу, виїзд до зеленої садиби «Благодатне». Протягом цього кінного переходу учасники туру дізнаються про козацькі традиції зимівників та ведення господарства, історію Протовчанської паланки, Петриківщини.

16.00 – прибуття до зеленої садиби «Благодатне» (точка В).

Двомісне розміщення в номерах «Комфорт», екскурсія садибою, ознайомлення із традиційними ремеслами.

20.00 – вечеря, приготована із екологічної фермерської продукції. За бажанням за додаткову плату – відвідування лазні. Ночівля.

День 2

08.30 – 09.30 – сніданок в їдальні садиби.

10.00 – виїзд кіньми із зеленої садиби «Благодатне» (точка 3).

12.00 – 13.30 – привал (точка 2). Обід із фермерської продукції садиби.

13.30 – завершення привалу, виїзд до кінного двору «Отаман»

16.00 – повернення до кінного двору «Отаман» (точка 3).

Загальна протяжність маршруту – 40 км, тривалість – 2 дні (одна ночівля). У вартість включені два обіди на привалі, вечеря та сніданок.

Кількість осіб в групі обмежується кількістю коней, які відповідають вимогам безпеки – це кобили та мерини, віком старше 7 років, які пройшли відповідне тренування, ветеринарний огляд та процедури – на сьогодні це 8 коней для туристів та два інструкторські коні.

Собівартість туру на одну особу наведена в табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Розрахунок витрат кінного туру «Козацькими стежками Петриківщини»

Назва статті витрат	На одну особу, грн
Послуги інструкторів (2 особи)	800
Постій коней в садибі	300
Оренда коня та амуніції	900
Технічна підготовка (2 уроки по 45 хв)	600
Харчування протягом туру	300
Екскурсія садибою	150
Ночівля	300
Страховка	150
Консультаційні послуги ТА «Скай Тур»	500
Всього:	4000

Джерело: складено автором

Пропонується знижка для родини (3-4 особи) 10%. Перевагою туру є використання коней, в тому числі як транспорту, що не тягне за собою шкоду довкіллю викидами від пересувних джерел транспорту в атмосферне повітря.

Кінний маршрут на всій своїй протяжності відповідає I рівню складності. Водних перешкод немає, місцевість – лісостеп, маршрут прокладений у віддаленні від автомагістралей та великих скупчень людей. На маршруті було здійснено контрольне проходження групою із шістьох осіб (див. додаток В), облаштовано точку привалу. Садиба «Благодатне» забезпечує перебування коней в манежі, годування, ветеринарний огляд (входить в статтю витрат «постій»).



Отже, в рамках дослідження доведено, що в Україні та у Дніпропетровській області сформовано попит на екологічні форми відпочинку та рекреації. Поєднати бажання споживача дістатись до осередків сільського зеленого туризму максимально екологічно, без негативних впливів на довкілля та шкоди, яку може завдати транспорт, дозволяє використання кінних маршрутів. Особливо цікавим такий варіант є для Петриківщини, оскільки тут доволі популярними є екосадиб, існують традиції розведення коней, працюють кінні двори, ферми, кінний завод, є попит на екологічні форми туризму, цікава історія, культурні та побутові традиції.

### **Висновки до розділу 3**

В результаті досліджень, виконаних у розділі 3, узагальнено наступні висновки та практичні рекомендації.

1. Екологічний туризм прийнято розглядати як важливий компонент сталого розвитку територій. Тим не менше, цей вид туризму зазнає критики, оскільки також розглядається як особлива форма природокористування і пов'язаний із не меншою кількістю загроз довкіллю в порівнянні із більш традиційними формами. Особливо яскравим прикладом може бути використання транспорту, який чинить суттєвий негативний вплив на оточуюче середовище, для того щоб дістатись заповідних територій або закладів, які позиціонують себе як екологічні форми туристичної діяльності.

2. Основу об'єднаного турпродукту певної території становить її туристично-рекреаційний потенціал, заснований, в першу чергу, на наявності певних ресурсів, які, як правило, є візитівкою регіону. Найбільш сильними сторонами туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області є складова №4 – сприятливі кліматичні умови взимку та влітку, №5 – кількість та стан водоймищ, №6 – наявність природно-заповідних ресурсів, №7 – потужний історико-культурний потенціал, №8 – достатньо розвинена транспортна інфраструктура, вони або мають можливості для покращення

(№5,6,8) або перебувають у задовільному стані (№4, 7).

3. Було визначено основні компоненти об'єданого турпродукту Дніпропетровської області через такі складові, як зелений або екотуризм у поєднанні із історико-культурним, етнографічним, археологічним та геологічним туризмом, які в сукупності можуть становити до 30% регіонального туристичного ринку. Важливо також приділяти увагу брендингу на основі збереження козацьких традицій задля сталого майбутнього.

4. Поєднати бажання споживача дістатись до осередків зеленого туризму та історико-культурної спадщини максимально екологічно, без негативних впливів на довкілля та шкоди, яку може завдати транспорт, дозволяє використання кінних маршрутів. Особливо цікавим такий варіант є для Петриківщини, оскільки тут доволі популярними є екосадиби, існують традиції розведення коней, працюють кінні двори, ферми, кінний завод, є попит на екологічні форми туризму, цікава історія, культурні та побутові традиції.

5. В рамках дослідження запропоновано та апробовано дводенний кінний тур «Козацькими стежками Петриківщини», здійснено розрахунок собівартості туру на одну особу, яка склала 4000 грн. Перспективу подальших досліджень складає розробка маркетингової стратегії для просування пропонованого продукту.



## ВИСНОВКИ

На основі досліджень, виконаних у кваліфікаційній роботі і спрямованих на виявлення шляхів реалізації турситично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області, можемо зробити наступні висновки.

1. Визначено, що в Україні існують значні відмінності між галузевим районуванням і схемами планування територій розвитку рекреації і туризму. Принципи, закладені при проведенні галузевого рекреаційно-туристичного районування, не завжди узгоджуються з нормативно-правовими актами, спрямованими на регулювання системи просторового планування.

2. Запропоновано методологію оцінки рівня туристично-рекреаційної привабливості території на основі врахування десяти критеріїв, інтерпретація яких здійснюється за відповідною шкалою.

3. Визначено, що, незважаючи на те, що Дніпропетровська область є геополітично і геокультурно значущим регіоном, великим транспортно-транзитним вузлом, територією, яка має значні запаси природних ресурсів, її розрахований рівень туристично-рекреаційної привабливості (РТРП) на основі 10 складових (оцінка естетичних якостей території, оцінка мінеральних вод, оцінка лісів, оцінка кліматичних умов влітку та взимку, оцінка рівня забрудненості водоймищ, оцінка природоохоронних територій у відсотках до загальної площі області витрат на охорону навколишнього середовища, інтерес до регіону з точки зору концентрації історико-культурних пам'яток, транспортна щільність асфальтних доріг, рівень розвитку готельного бізнесу та інфраструктури, оцінка рекреаційного навантаження території в залежності від типу ландшафту) складає 0,56, що відповідає середньому рівню. На підставі проведеного аналізу соціально-економічного потенціалу Дніпропетровського регіону були визначені сильні і слабкі сторони, а також загрози і можливості перспективного розвитку регіону.

4. Досліджено діяльність туристичної агенції в напруженому бізнес-середовищі. Зазначено, що туристична компанія «Скай Тур» вже досить довго

існує на ринку туристичних послуг як один із популярних турагентів. Компанія працює у формі фізичної особи-підприємця з 2014 року і має чітко визначену нішу на відповідному ринку. ТА «Скай Тур» пропонує стандартний набір туристичних товарів та послуг на ринку України, у тому числі реалізовує за кордоном (через повномасштабне військове вторгнення рф в Україну).

Було сформовано портрет потенційного клієнта компанії «Скай Тур», а також виявлено основні напрямки удосконалення для підвищення конкурентоспроможності компанії. В першу чергу, слід підкреслити необхідність поліпшення системи управління якістю пропонованих туристичних продуктів. По друге, перспективним напрямком розвитку є створення індивідуальних турів в межах України, оскільки аналіз діяльності конкуруючих фірм та потенційних споживачів показав, що потенціал Дніпропетровської області все ще розкритий у малому обсязі. Сформовано досить вузьке коло туристичних об'єктів. Мало використовуються об'єкти, розташовані на відстані від обласного центру. З цього випливає, що з варіантів ефективного розвитку фірми є саме освоєння нових туристських маршрутів, відкриття для туристів нових об'єктів.

5. Основу об'єднаного турпродукту певної території становить її туристично-рекреаційний потенціал, заснований, в першу чергу, на наявності певних ресурсів, які, як правило, є візитівкою регіону. Найбільш сильними сторонами туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області є складова №4 – сприятливі кліматичні умови взимку та влітку, №5 – кількість та стан водоймищ, №6 – наявність природно-заповідних ресурсів, №7 – потужний історико-культурний потенціал, №8 – достатньо розвинена транспортна інфраструктура, вони або мають можливості для покращення (№5,6,8) або перебувають у задовільному стані (№4, 7).

6. В рамках дослідження запропоновано та апробовано дводенний кінний тур «Козацькими стежками Петриківщини», здійснено розрахунок собівартості туру на одну особу, яка склала 4000 грн. Перспективу подальших досліджень складає розробка маркетингової стратегії для просування

пропонованого продукту.

7. Було визначено основні компоненти об'єднаного турпродукту Дніпропетровської області через такі складові, як зелений або екотуризм у поєднанні із історико-культурним, етнографічним, археологічним та геологічним туризмом, які в сукупності можуть становити до 30% регіонального туристичного ринку. Важливо також приділяти увагу брендингу на основі збереження козацьких традицій задля сталого майбутнього.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. UNWTO. Impact russian offensive in Ukraine on tourism. URL: [unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism](http://unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism)
2. Growth in international tourist arrivals continues to outpace the economy [Abstract]. *UNWTO World Tourism Barometer*. 2020. № 18(1). URL: [https://tourlib.net/wto/UNWTO\\_-Barometer\\_2020\\_01.pdf](https://tourlib.net/wto/UNWTO_-Barometer_2020_01.pdf)
3. Бондаренко Л. Міжнародний досвід розвитку туристичних регіонів. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. № 1(7). С. 15-20. URL: <https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/72>
4. Плешкановська А.М. П Функціонально-планувальна оптимізація використання міських територій. К.: Вид. Логос, 2005. 190 с.
5. Шушулков С.Д. Еколого-економічні засади рекреаційного землекористування урбанізованих територій.. Дис.на здобуття наукового ступеня канд. Екон. наук за спец. 08.00.06. Львівський національний аграрний університет Міністерства освіти і науки України, Львів, 2020.
6. Крачило М.П., Попович С.І., Федоренко Н.В. Туристсько-рекреаційне районування території України. *Збірник наукових статей «Туристські ресурси України»*. 1996. С. 268-275.
7. Бейдик О. О.. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України: дис... д-ра геогр. наук: 11.00.02. Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2004.
8. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу: навч. Посібник. Ніжин: Видво НДУ імені М Гоголя, 2010. 336 с.
9. Мокляк А. В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків) : автореф. ... к. геогр. н. Київ, 2004. 20 с.
10. Масляк П. О. Рекреаційна географія: навч. посібник. Київ: Знання, 2008. 343 с.
11. Покоłodна М. М. Рекреаційна географія: навч. Харк. нац. акад. міськ.

госп-ва. Х. : ХНАМГ, 2012. 275 с.

12. Хлоп'як С.В. Нове туристичне районування України та перспективи його використання у регіональній політиці. *Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі*: матеріали сьомої міжн. наук.-практ. конф. Житомир: Вид-во ЖФ КІБІТ, 2013. С. 174-176.

13. Горіна, Г. О. Трансформація просторової поляризації світового туристичного ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету* : Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 7. Ч. 1. С. 88–92.

14. Кацемір, Я.В. Соціально-економічні чинники розвитку внутрішнього туризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Випуск 52-2. С.7-11.

15. Лазарева О. В. Детермінанти збалансованого екотуризму в країнах європейського союзу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 5. С. 17–23. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.5.17.

16. Белобородова М.В., Юрчишина Л.І., Козинець А.П. Потенціал розвитку екотуризму в регіонах України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. № 3. С. 5-11. <https://doi.org/10.36477/tourismhospsee-3-1>

17. Белобородова М.В., Бессонова А.В. Ways of greening services in recreational facilities of Ukraine. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 68. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/68-2022>

18. ДніпроОДА. Туристичні перлини Придніпров'я (назва з екрану). URL: <https://adm.dp.gov.ua/turistichnij-kraj/cikava-dnipropetrovshina/turistichni-perlini-pridniprovyu>

19. Природно-заповідний фонд. Портал «Природа України». Природно-заповідний фонд Дніпропетровської області в розрізі територіальних громад. URL: <https://pzf.land.kiev.ua/pzf-obl-4.html>

20. Bieloborodova, M., Bessonova, S. External environment transformation

of Ukraine's tourist enterprises during the crisis. *European Journal of Management Issues*. 2020. № 28(3). p. 72-80. <https://doi.org/10.15421/192007>

21. Головне управління статистики в Дніпропетровській області. Пресвипуск №10 від 08.02.2022 року. URL: [http://www.dneprstat.gov.ua/pres\\_vipuski/2022/02/08\\_02\\_2022/presreal\\_1221\\_graf.pdf](http://www.dneprstat.gov.ua/pres_vipuski/2022/02/08_02_2022/presreal_1221_graf.pdf)

22. Бігус М. М., Гальків Л. І., Добушовський П. А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 3. С. 7–12. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-69-1>

23. Юр'єв В.І, Іващенко А.В. Проблеми формування конкурентного середовища в туристичній сфері. *Економіка Фінанси Право*. 2017. № 12(4). URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/16697.pdf>

24. Офіційна сторінка туристичної агенції «Скай Тур» у Facebook. URL: <https://www.facebook.com/sky.tour.dndz/>

25. Зима О.Г., Голуб М.О. Категорійно-понятійні особливості екологічного, зеленого, сільського туризму. *БІЗНЕС ІНФОРМ*. 2015. №1. С.241-245.

26. Заворуєва, О.С. Науково-практичні рекомендації щодо удосконалення стратегії розвитку туристичної галузі України. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 15. Ч. 1. С. 251–255.

27. Кубатко О. В., Лук'яненко В. В., Могиленець Т. В. Економіко-математичні підходи до моделювання процесів сталого розвитку територій. *Механізм регулювання економіки*. 2010. № 2. С. 193–199

28. Dekhtyar N., Yermachenko V. The cyclicity of tourism services consumption in the context of development of Ukrainian economy. *Економіка розвитку*. 2016. № 2(78). С. 88-99.

29. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с

30. Кінний двір «Отаман». Сторінка у Facebook. URL: <http://surl.li/gwgiic>.

31. Офіційний сайт зеленої садиби «Благодатне». URL: <http://blagodatne.dp.ua/Main/about.aspx>

32. Укрстат. Кількість активних підприємств за регіонами України та видами економічної діяльності, 2021. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/kap/kap\\_u/arh\\_kap\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/kap/kap_u/arh_kap_u.html)

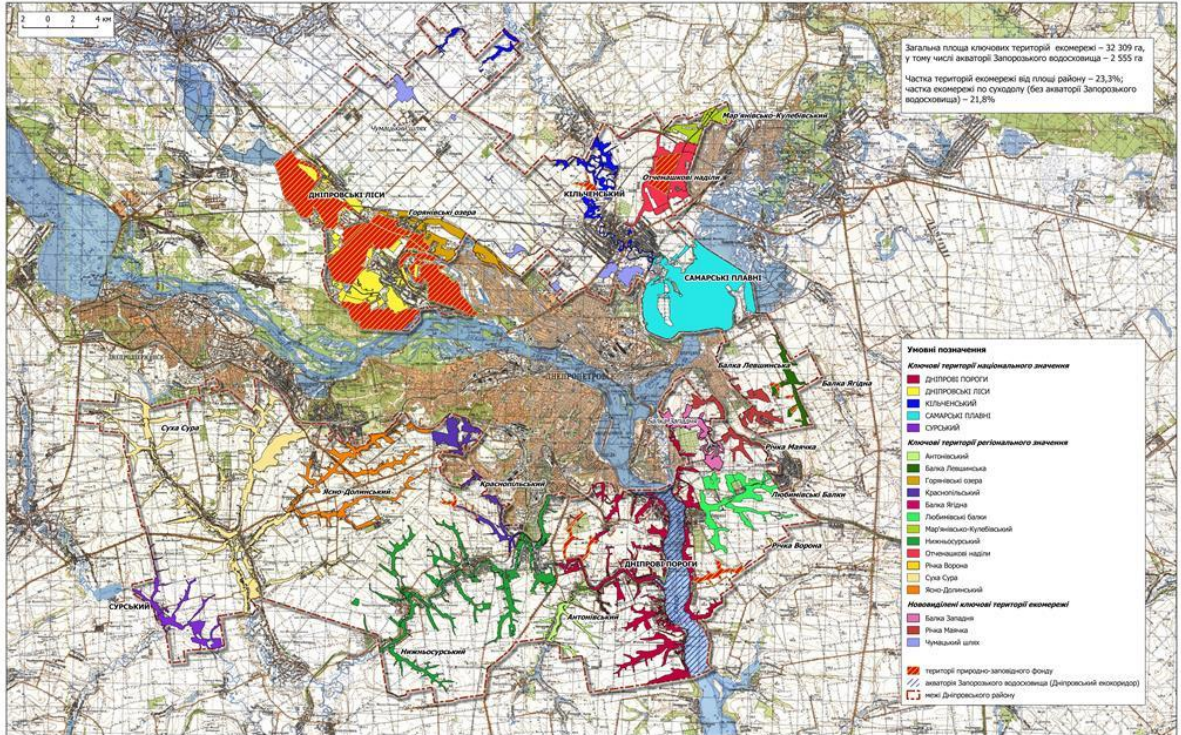
33. ДАРТ. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». 2021. URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view?usp=sharing>

34. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>.

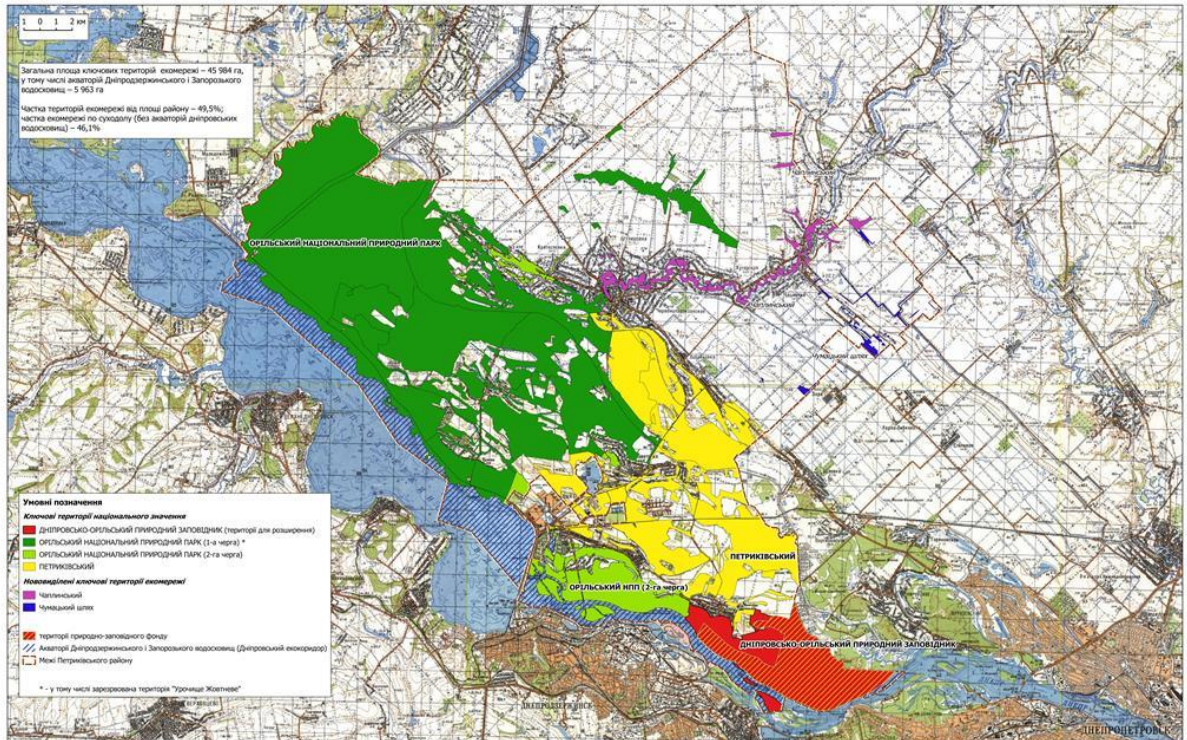
## **ДОДАТКИ**



Ключові території регіональної екомережі Дніпропетровської області.  
ДНІПРОВСЬКИЙ РАЙОН



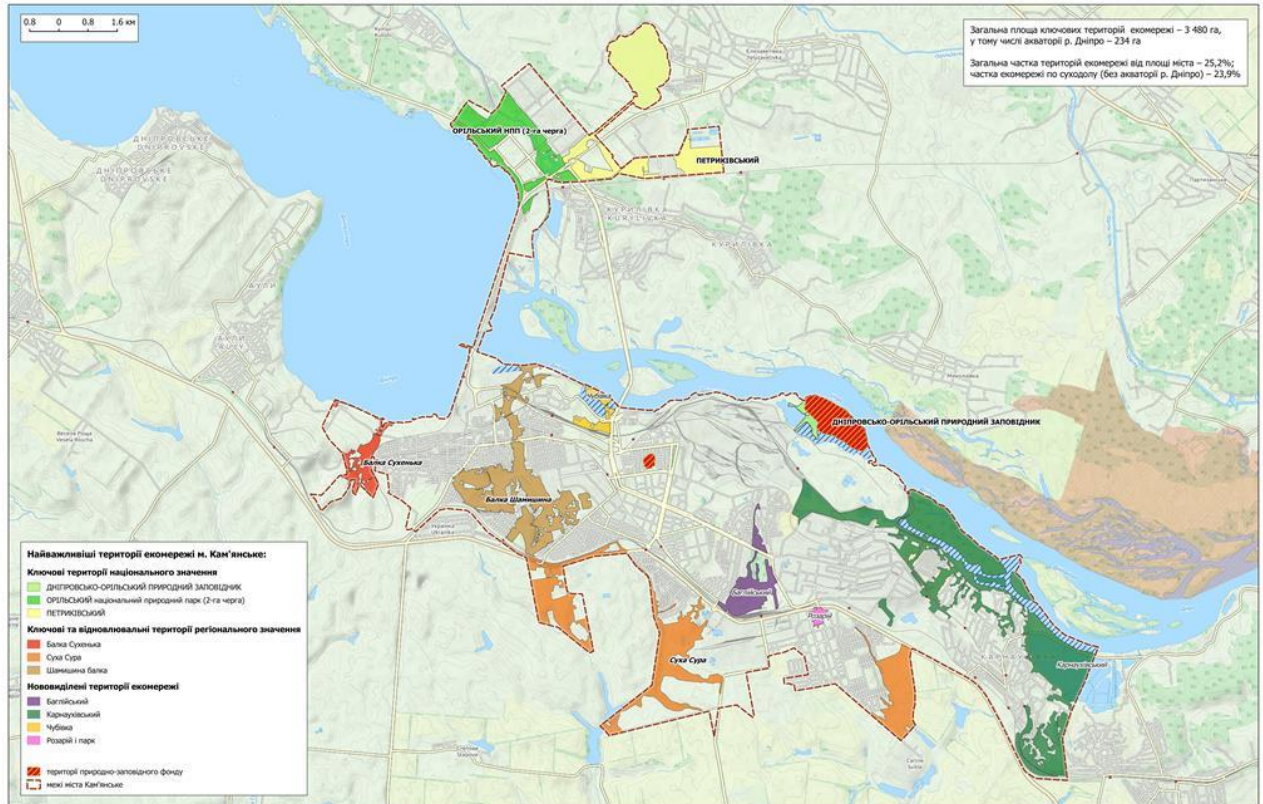
Ключові території регіональної екомережі Дніпропетровської області.  
ПЕТРИКІВСЬКИЙ РАЙОН



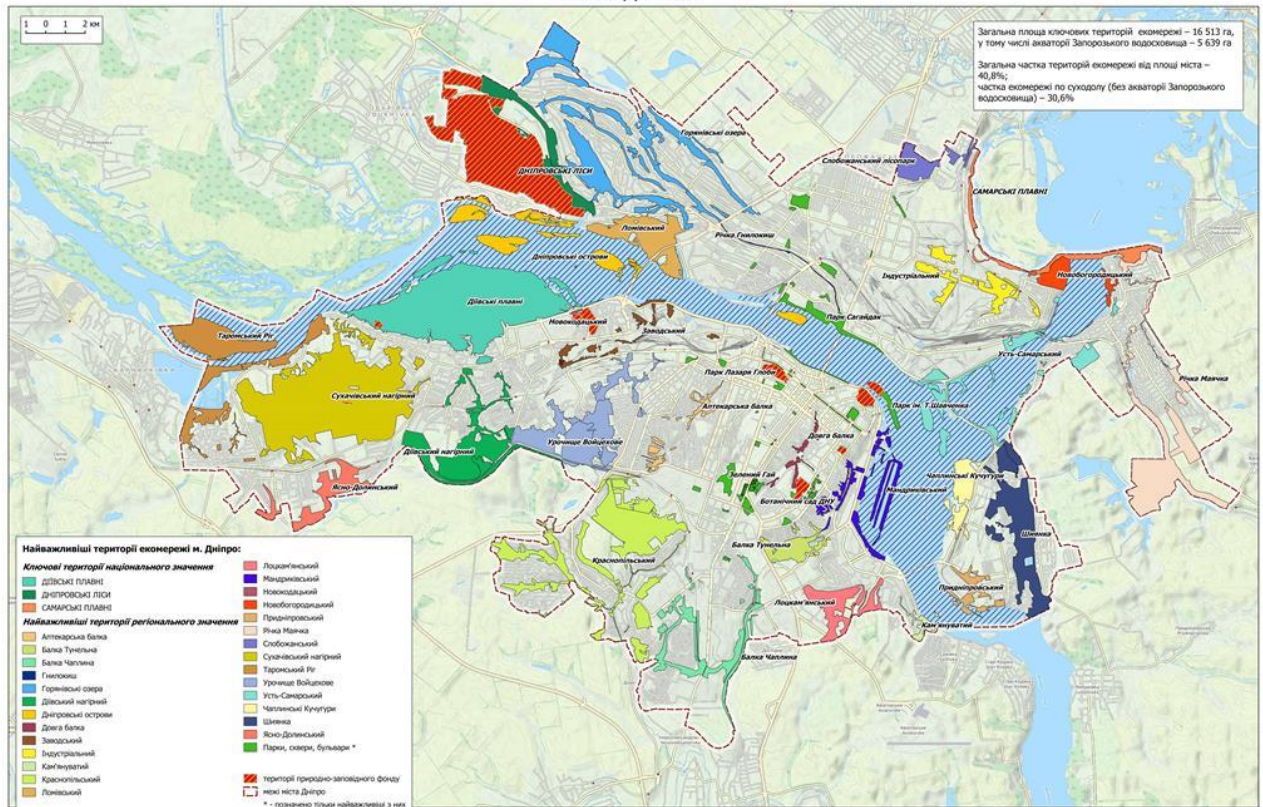


Продовження додатку А

Ключові території регіональної екомережі Дніпропетровської області.  
МІСТО КАМ'ЯНСЬКЕ



Ключові території регіональної екомережі Дніпропетровської області.  
МІСТО ДНІПРО



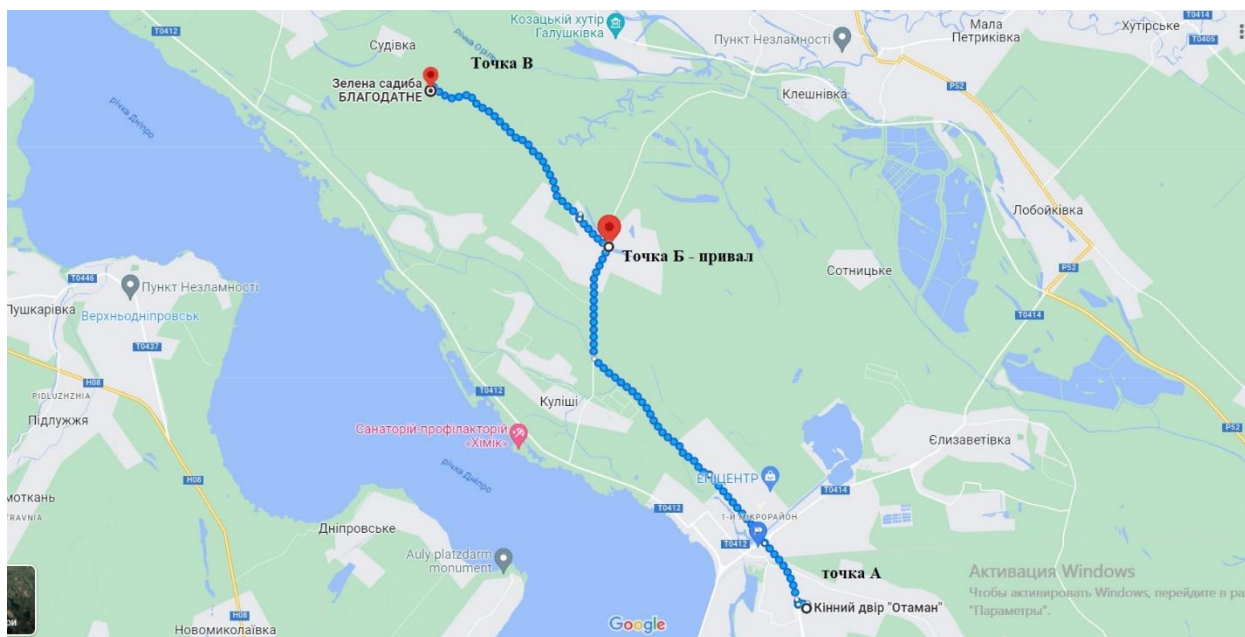


Рис. Б. Карта кінного маршруту  
«Козацькими стежками Петрівківщини».

Рівень складності – I (початковий), превалюючий алюр – крок, час проходження в один бік (без урахування привалу) – 4 години, один привал тривалістю 1,5-2 години.

1. Точка А – старт маршруту – кінний двір «Отаман»
2. Точка Б – точка привалу
3. Точка В – кінцева точка маршруту (в один бік) – зелена садиба «Благодатне».





Рис. В1



Рис. В2



Рис. В3

Рис. В1 – В3. Контрольне проходження кінного маршруту

Рис В1. Старт маршруту – територія кінного двору «Отаман»

Рис. В2. На пункті привалу

Рис. В3. Кінцева точка маршруту (в один бік) – зелена садиба «Благодатне».



Ім'я користувача:  
Людмила Безугла

ID перевірки:  
1014960250

Дата перевірки:  
07.05.2023 22:57:00 EEST

Тип перевірки:  
Doc vs Internet

Дата звіту:  
07.05.2023 22:58:10 EEST

ID користувача:  
100008860

Назва документа: Дзюба\_ПЗ\_242\_19з\_1

Кількість сторінок: 86 Кількість слів: 16552 Кількість символів: 134776 Розмір файлу: 2.91 MB ID файлу: 1014652718

## 14.9% Схожість

Найбільша схожість: 3.85% з Інтернет-джерелом ([https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/39395/1/242\\_De..](https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/39395/1/242_De..))

14.9% Джерела з Інтернету | 1000 ..... Сторінка 88

Пошук збігів з Бібліотекою не проводився

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 0% Вилучень

Немає вилучених джерел