


**Л.С. БЕЗУГЛА, Д.С. БУКРЕЄВА,
Т.В. КУВАЄВА, Ю.Є. ТРЕГУБ**

Розроблено і обґрунтовано модель прогнозування сталого розвитку туристичного потенціалу територіальних громад за рахунок посиленого партнерства.

Запропонована модель містить міждисциплінарну складову щодо поєднання сталого використання територій, порушених у процесі промислової діяльності на різних етапах її життєвого циклу, ефективного управління земельними ресурсами, застосування маркетингових та фінансових підходів до формування туристичного потенціалу і його інфраструктурного забезпечення.



МОДЕЛЬ ПРОГНОЗУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ТЕРИТОРІЙ

МОНОГРАФІЯ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»



**МОДЕЛЬ ПРОГНОЗУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ТЕРИТОРІЙ**

Монографія

Дніпро
Журфонд
2022

УДК 338 : 504.06 : 711.14 :332.2

М74

Рекомендовано до видання вченою радою Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» (протокол № 8 від 30.06.2022).

Автори: Л.С. Безугла, Д.С. Букреєва, Т.В. Куваєва, Ю.Є. Трегуб

Рецензенти:

І.В. Кошкалда – д-р екон. наук, проф. (Національний біотехнологічний університет);

Л.М. Архипова – д-р техн. наук, проф. (Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу).

Колектив авторів

М74 Модель прогнозування сталого розвитку туристичного потенціалу промислових територій: монографія / Л.С. Безугла, Д.С. Букреєва, Т.В. Куваєва, Ю.Є. Трегуб; М-во освіти і науки України; Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро: Журфонд, 2022. – 172 с.

ISBN 978-966-934-365-9

Розроблено й обґрунтовано модель прогнозування сталого розвитку туристичного потенціалу територіальних громад на основі посиленого партнерства різних суб'єктів господарювання.

Запропонована модель містить міждисциплінарну складову, коли має місце поєднання сталого використання територій, порушених у процесі промислової діяльності на різних її етапах, з ефективним управлінням земельними ресурсами, застосуванням маркетингових і фінансових підходів до формування туристичного потенціалу і його інфраструктурного забезпечення.

ISBN 978-966-934-365-9

© Л.С. Безугла, Д.С. Букреєва,

Т.В. Куваєва, Ю.Є. Трегуб, 2022

© НТУ «Дніпровська політехніка», 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	7
1.1. Розвиток туристичного потенціалу територіальних громад як модель сталого розвитку регіону	7
1.2. Вплив макросередовища на туристичну інфраструктуру та отримання ефектів від її функціонування	21
1.3. Стратегічне управління розвитком туристичної інфраструктури	42
Висновки до розділу 1	66
РОЗДІЛ 2. СТАЛЕ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ ПРОМИСЛОВОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	68
2.1. Ретроспективний аналіз та сучасні тенденції розвитку земель промисловості	68
2.2. Підходи до раціонального використання земель територіальних громад	75
2.3. Інструменти сталого управління земельними ресурсами територіальних громад	78
2.4. Земельна складова розвитку індустріального туризму в територіальних громадах	81
Висновки до розділу 2	90
РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	91
3.1. Оцінка ефективності інноваційного проєкту у сфері туризму та доцільності його впровадження	92
3.2. Механізми фінансування інноваційних проєктів у сфері туризму	99
Висновки до розділу 3	114
РОЗДІЛ 4. МОДЕЛЬ ПРОГНОЗУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	116
4.1. Базові моделі сталого розвитку туристичного потенціалу територіальних громад	116
4.2. Зміна моделі розвитку туристичного потенціалу територіальної громади як результат досягнення ключових показників за цілями сталого розвитку	130
4.3. Управління процесом формування туристичного потенціалу	141
Висновки до розділу 4	154
ВИСНОВКИ	156
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	159

ВСТУП

Розвиток туристичного потенціалу є складним процесом, масштаби і вплив якого залежать від різних факторів і відрізняються для країни, регіону, міста, територіальної громади. Тільки через диференційований розгляд поточної ситуації і рамок умов можна визначити напрямок розвитку туристичного потенціалу. Щодо конкретних територіальних громад важливим при формуванні туристичного потенціалу є складові сталого розвитку туризму, беручи до уваги економічні, екологічні та соціально прийнятні результати.

Сталий розвиток визначається як розвиток, який відповідає потребам суспільства без шкоди для здатності майбутнього покоління задовольняти власні потреби. В сучасних реаліях, сфера туризму в Україні – це сфера економіки країни, що розвивається. Популярність активного відпочинку зростає, розширюючи географію за допомогою створення нових напрямів туризму. Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на наступні десять років, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме цей фактор є головним у формуванні нового підходу до туризму як тієї галузі, розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати низку важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України.

Туристична діяльність сьогодення стає більш конкурентоспроможною та вимагає поліпшення інфраструктури та послуг, ніж будь-коли раніше. Проте, наявний в Україні туристично-рекреаційний потенціал використовується неповною мірою, а якісні характеристики змін і більш глибокий аналіз процесів у галузі свідчать про існування низки проблем, що потребують науково-обґрунтованого вирішення. Особливого значення набуває процес створення туристичного потенціалу для промислових територій, що знаходяться на різних етапах життєвого циклу.

Промислові території повинні впроваджувати необхідні зміни передбачувано і планомірно та бачити себе як цілісну організацію, що перебуває у постійному процесі запланованих змін. Необхідно знайти цілісний підхід, який би вирішував різні завдання туристичних рівнів та визначав їх на основі практико-орієнтованих критеріїв і моделей.

Із запровадженням децентралізації в Україні та наданням об'єднаним територіальним громадам повноважень самостійного розпорядження земельними ресурсами, питання сталого та ефективного використання ресурсів громад набуло ще більшої актуальності. Процедура забезпечення сталого розвитку територіальної громади є багатоетапною, складною та міждисциплінарною. Прийняття обґрунтованих і ефективних рішень можна досягти за умов необхідного і достатнього забезпечення: законодавчого, фінансового, технологічного, інформаційного та кадрового.

Раціональне використання природних ресурсів завжди було і є основою добробуту суспільства. В українських реаліях, з урахуванням пріоритетності аграрного спрямування держави, раціональне використання природних ресурсів є основою економічного зростання.

Питання раціонального використання та охорони земель територіальних громад в останні роки є одним з найбільш обговорюваних серед науковців через розуміння людством вичерпності природного ресурсу. Серед Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року, яка підтверджує важливість раціонального використання природних ресурсів, є захист та відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустелюванням, припинення і повернення назад (розвертання) процесу деградації земель та зупинка процесу втрати біорізноманіття.

Раціональне природокористування та вирішення проблем подальшого використання об'єктів видобутку корисних копалин у промисловонавантажених районах є одним з ключових питань при поверненні до рівноважного стану природно-техногенних систем. Залучення комплексу

заходів для забезпечення можливості повторного використання територій, порушених у процесі промислової діяльності, передбачає створення культурних ландшафтів, які б повністю відповідали вимогам охорони та збагачення природних ресурсів. Ця ніша спроможна поєднувати ресурсну, економічну, технічну, містобудівну, соціальну, екологічну, органічну складові в єдину систему, яка здатна відіграти роль каталізатора структурної перебудови економіки держави, забезпечити демографічну стабільність та розв'язати нагальні соціально-економічні, екологічні проблеми територіальних громад в Україні. При неможливості повного відновлення порушених територій, постає питання залучення нетрадиційних шляхів використання об'єктів. Супутньою складовою у вирішенні питань раціонального використання промислових підприємства на різних етапах їх життєвого циклу виступає їх туристична привабливість, як старопромислових районів або як об'єктів індустріальної спадщини, згідно з провідною практикою країн Європи.

Спираючись на вищезначене, розробки авторів щодо прогнозування туристичного потенціалу територіальних громад, трансформації земель промисловості у інше цільове призначення для використання у рекреаційних цілях, визначення впливу факторів макросередовища на діяльність об'єктів туристичної інфраструктури, оцінки доцільності участі малого бізнесу у розвитку туристичного потенціалу територіальних громад, які покладені в основу даної роботи, є актуальними.

РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

1.1. Розвиток туристичного потенціалу територіальних громад як модель сталого розвитку регіону

Сталий розвиток визначається як розвиток, який відповідає потребам суспільства без шкоди для здатності майбутнього покоління задовольняти власні потреби. Однак, виникла необхідність додати багато нових вимірів для переосмислення сталого розвитку, враховуючи принципи, згідно з якими сталий розвиток повинен бути більш економічно вигідним, соціально справедливим, екологічно відповідним, культурно та етично свідомим та інституційно ефективним.

У червні 1992 році в Бразилії у м. Ріо-де-Жанейро проходила Конференція Організації Об'єднаних Націй, яка була присвячена питанням навколишнього середовища та розвитку, на якій Україна наголосила на своєму бажанні переходу до сталого розвитку. Основний результат конференції – розробка комплексної програми алгоритмів, яка закликає до нових стратегій інвестування в майбутнє задля досягнення загального сталого розвитку в ХХІ столітті.

Сталий розвиток варто розглядати як цілісний спосіб ретельного управління всіма видами ресурсів, задля задоволення потреб в екологічних, соціальних, економічних та естетичних імперативах з охопленням інших видів системи життєзабезпечення. Сталий розвиток через туризм – це серйозна проблема в сучасному світі. Цією концепцією багато країн забезпечили свій регіональний розвиток. Розвиток туризму відносяться до екологічних, економічних і соціальних аспектів розвитку туризму і для підтримки його довгострокової стійкості необхідно встановити відповідний баланс між цими вимірами (рисунок 1.1).

Принципи туризму охоплюють мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище, повагу до корінного населення, максимізацію добробуту та збільшення кількості задоволених туристів.



Рисунок 1.1 – Основні аспекти розвитку туризму в умовах сталого розвитку

Джерело: сформовано авторками за [1-3]

Звичайний туризм завжди фокусується на доходах та зростанні, а не на природоохоронних завданнях навколишнього середовища. Розглянемо сталий розвиток як набір принципів туристичної дестинації (рисунок 1.2)

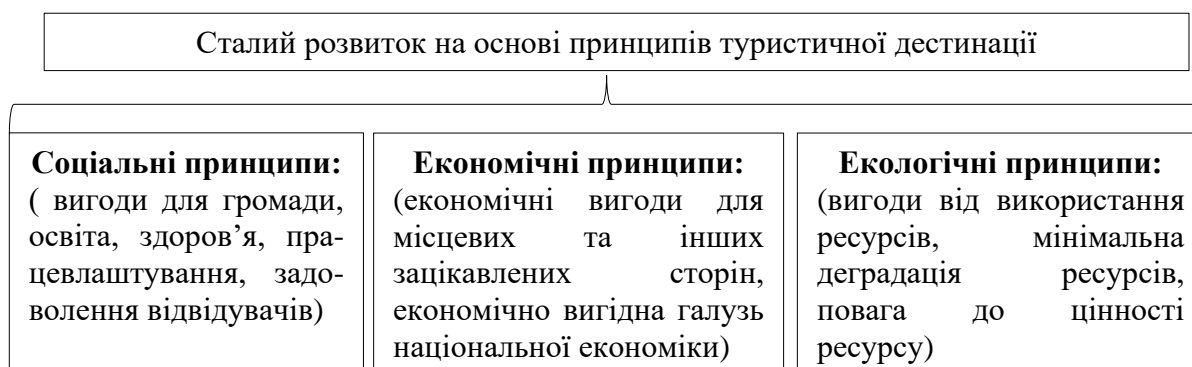


Рисунок 1.2 – Модель сталого розвитку на основі принципів туристичної дестинації

Джерело: розроблено авторками на основі [4]

В сучасних умовах розвитку національної економіки, яка характеризується зростанням кризових тенденцій та явищ, посилюється процес диференціації регіонів згідно рівню їх соціально-економічного розвитку, що потребує істотних зусиль держави, які направлені на вирівнювання виникаючих проблем.

Згідно з Конституцією України найвищою соціальною цінністю визнається «людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека». Таким чином, політика держави загалом, має бути спрямована на створення відповідних умов для життя і розвитку людини як вищої цінності.

Туризм є важливим сектором регіональної економіки, а ефективна туристична інфраструктура – важлива для відвідувачів. Саме туристична інфраструктура є однією з основним елементом туристичного потенціалу.

Основними завданнями туристичної інфраструктури є «такі:

- звернення до природи й використання переважно природних ресурсів;
- не завдавати шкоди або мінімізувати її щодо середовища існування;
- спрямованість на екологічну освіту і просвіту, формування культури відносин рівноправного партнерства з природою;
- збереження об'єктів місцевої соціокультурної сфери;
- економічна ефективність, забезпечення сталого розвитку тих районів, де він здійснюється» [5].

Наведемо фактори, які першочергово стримують пропозицію розвитку туристичних послуг:

- недопустимість перевищення гранично допустимого навантаження на природні туристичні ресурси;
- складності у розвитку туристичної інфраструктури в складно доступних районах;
- дефіцит спеціально підготовлених гідів-екскурсоводів;
- відсутність екологічної культури в системі туризму.

Система туристичної інфраструктури представлена наступною класифікацією (рисунок 1.3)



Рисунок 1.3 – Класифікація надання туристичних послуг в системі туристичної інфраструктури

Джерело: адаптовано авторками за [6-8]

Основні туристичні послуги регламентуються договором на туристичне обслуговування та путівкою (ваучером). Додаткові послуги забезпечені досить широким спектром, що займають близько 50% від загального обсягу доходу за умови розвиненої туристичної інфраструктури. Між додатковими і супутніми послугами немає чіткої межі. У фешенебельних, рейтингових готелях число додаткових і супутніх послуг може сягати 500, де девізом обслуговування є: «У нас немає таких послуг, які б ми не могли Вам надати». Таким чином,

туристичні послуги мають соціально-оздоровчий характер та займають значний відсоток від загальної частини споживаних послуг населенням.

До туристичної інфраструктури відносяться установи, які забезпечують її безперервну діяльність, не враховуючі міжсезонні періоди (таблиця 1.1)

Таблиця 1.1 – Елементи туристичної інфраструктури

Елементи	Складові елементів
установи, що надають послуги з розміщення	готелі, мотелі, кемпінги, приватні квартири і будинки, туристичні бази, будинки відпочинку
установи, що надають послуги з харчування	ресторани, кафе, столові, бари
установи, що займаються транспортним обслуговуванням	автофірми, авіаційні фірми, залізничні відомства, підприємства морського і річкового транспорту
туристичні фірми з розробки та реалізації туристичних послуг	туристичні агенції, екскурсійні бюро
установи з надання рекламно-інформаційних послуг	рекламні агенції, інформаційні агенції
установи, які надають послуги з рекреаційного та природно-екологічного туризму	пансіонати, санаторії, профілакторії, об'єкти природно заповідного фонду
установи з виробництва туристично-готельного інвентарю	фірми з виробництва спеціалізованих меблів, інвентаря, сувенірів
дрібнооптові установи	магазини з реалізації інвентаря, сувенірів, пункти прокату
установи, що забезпечують дозвілля	клуби за інтересами, конференц зали, концертні зали, кінозали, ігрові зали
установи, що надають послуги з екстремального туризму	туристичні клуби, альпіністські клуби, велосипедні клуби, клуби з водного спорту
органи управління у сфері туризму	комітети, департаменти, відділи, спілки, громадські організації у сфері туризму
учбові туристичні заклади	спеціалізовані учбові заклади за туристичними напрямленнями, заклади з підвищення кваліфікації та перепідготовки
наукові та проектні заклади	науково-дослідні туристичні інституту та установи, дослідницькі туристичні полігони, заклади з проектування туристичних осередків

Джерело: адаптовано авторками за [7, 9-12]

Зазначений перелік не повний, бо туристичну інфраструктуру формують побічно установи морського, річкового, авіаційного, міського та інших видів транспорту, комунальні служби, організації з надання послуг зв'язку, торгівлі, підприємства з виробництва товарів народного споживання та ін.

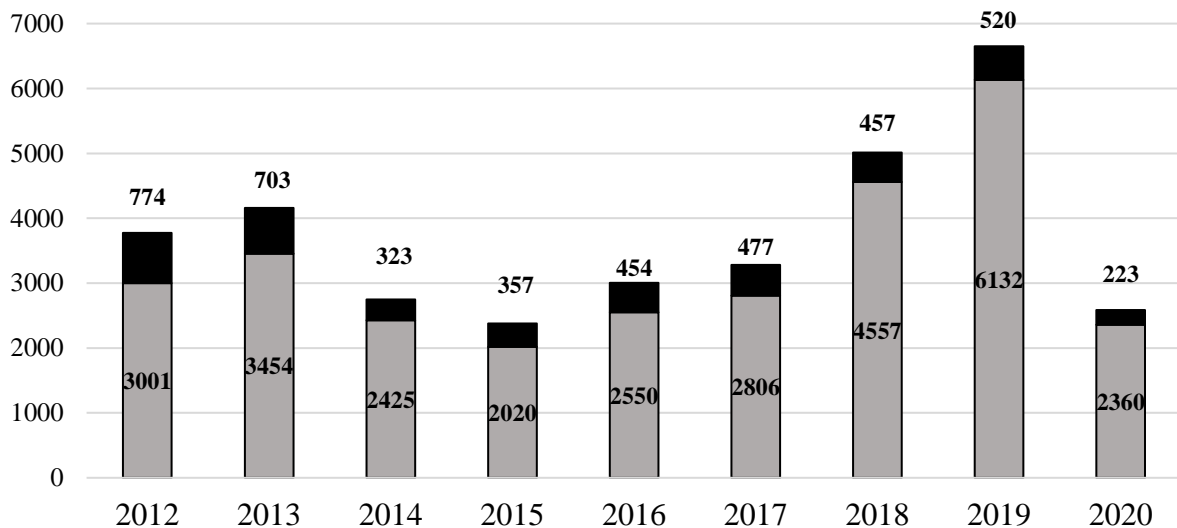
Розвиток туристичної інфраструктури оцінюється як пріоритетний вектор щодо забезпечення комплексного розвитку сільських територій, диверсифікації сільськогосподарського виробництва та збільшення ємкості регіональних продовольчих ринків. У своєму функціонуванні розвиток туристичної інфраструктури направлений в ті регіони країни, де зосереджені відповідні оздоровчо-рекреаційні ресурси та виявлена гостра потреба у цьому виді господарювання задля зростання соціально-економічної активності населення [13]. Туризм не конкурує, а доповнює традиційні напрями та форми господарювання, де використовуються просторові природні ресурси, оскільки він дає змогу доторкнутись туристам до природних ресурсів, які не зазнали впливу техногенного розвитку, з одного боку, а з іншого – дати місцевим жителям стимул до збереження ресурсного потенціалу регіонів і суспільного розвитку в «партнерстві» з природою [4, 14].

В Україні актуалізуються проблеми розвитку туризму, оскільки він не потребує значний капіталовкладень і стимулює зростання рівня зайнятості населення. Екологічний туризм слід розглядати як ресурс сталого розвитку громади, раціональне використання якого сприятиме економічному зростанню й створенню значної доданої вартості. Він є генератором доходів, мотивом задля створення нових робочих місць, залучення інвестицій, а також чинником капіталізації місцевого бренду.

Процеси соціально-економічних трансформацій, які відбуваються в туристичному секторі, обумовлюють пошук нетрадиційних форм підприємництва, спрямованих на забезпечення економічного зростання та модернізацію регіональної економіки. Одним із стратегічних напрямів туристичної сфери є активізація розвитку туризму в Дніпропетровській області з урахуванням специфіки територіального розташування та наявності оздоровчо-рекреаційних осередків.

Незважаючи на те, що існує безліч емпіричних досліджень з туризму, що стосуються криз, стихійних лих та їх відновлення, більшість з них стосується аналізу економічних наслідків і перспектив управління кризами не беручи до

уваги відновлення процесу. В умовах сьогодення цю ситуацію можемо розглядати з позитивного боку, так як за рахунок закриття більшості кордонів, що призвело до унеможливлення подорожувати країнами світу, кількість внутрішніх туристів зростає. Динаміка кількості туристів представлена на рисунку 1.4.



- Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, в т.ч. внутрішні туристи, тис.осіб
- Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього, тис.осіб

Примітка:

- починаючи з 2014 року дані без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях;
 - дані за 2021 рік відсутні.

Рисунок 1.4 – Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами по Україні за 2012-2020 рр.

Джерело: сформовано на основі [15, 16]

За даними рисунку спостерігаємо динаміку туристичного потоку на протязі останніх 9 років. Кількість внутрішніх туристів у 2012-2013 роках становила більше ніж по 700 тис. осіб. З 2014 року кількість внутрішніх туристів стрімко скорочується, що першочергово спричинено анексією Криму та тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей. З 2016 року внутрішній туризм починає поступово відновлюватись і набирати обертів.

Найбільший показник кількості внутрішніх туристів становив у 2019 році – 520 тис. осіб. Враховуючи пандемією COVID-19 та воєнні дії на території України та прогножуючи показники внутрішнього туризму на 2022 та 2023 роки – вони збільшаться мінімум у двічі. Саме цю тенденцію будемо спостерігати за прогнозами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) ще від 3 до 5 років. Це спонукатиме малий та середній бізнес до розвитку внутрішнього туризму, де резиденти краще зможуть пізнавати свою країну, відвідувати краєзнавчі, оздоровчі, культурно-історичні локації, насолоджуватися рекреаційними ресурсами, що в свою чергу призведе до економічно-соціального та оздоровчого ефектів. Ситуація, яка представлена на рисунку 1.4 є наглядним прикладом отриманого ефекту гістерезису, в якому при зміні факторів в минулому (анексія Криму, тимчасово окуповані території Донецької та Луганської областей, пандемія COVID-19) маємо наслідки в сучасних реаліях, без можливостей повернення минулих показників або проходження досить довгого періоду для відновлення позицій. Ефект гістерезису унеможливорює повернення показників туристичних потоків попередніх років під впливом ряду чинників, які вплинули у минулому на розвиток туристичного сектору. Як внутрішні так і зовнішні туристичні потоки можуть бути порушені низкою обставин, які можуть статися в самій туристичній місцевості.

Визначимо основні проблеми розвитку туристичної інфраструктури:

- не розвинена туристична інфраструктура;
- мала кількість готельних закладів туристичного класу з сучасним рівнем комфорту;
- недостатність інвестицій в будівництво та реконструкцію об'єктів розміщення туристів;
- невисокий рівень туристичного сервісу та невідповідність якості наданих туристичних послуг до їх вартості;
- висока вартість проживання в готелях, харчування, транспорту та інших послуг, які пропонуються туристам, що істотно перевищують середньоєвропейський рівень [17].

Прогноз туризму відіграє важливу роль у забезпеченні поінформованості та підтримки майбутнього розвитку регіональної туристичної інфраструктури. В результаті аналізу наукових джерел [18-22] та власних досліджень [14, 17, 23-27] виявлено сукупність бар'єрів, які стримують формування й розвиток регіональної туристичної інфраструктури у Дніпропетровській області (рисунок 1.5).

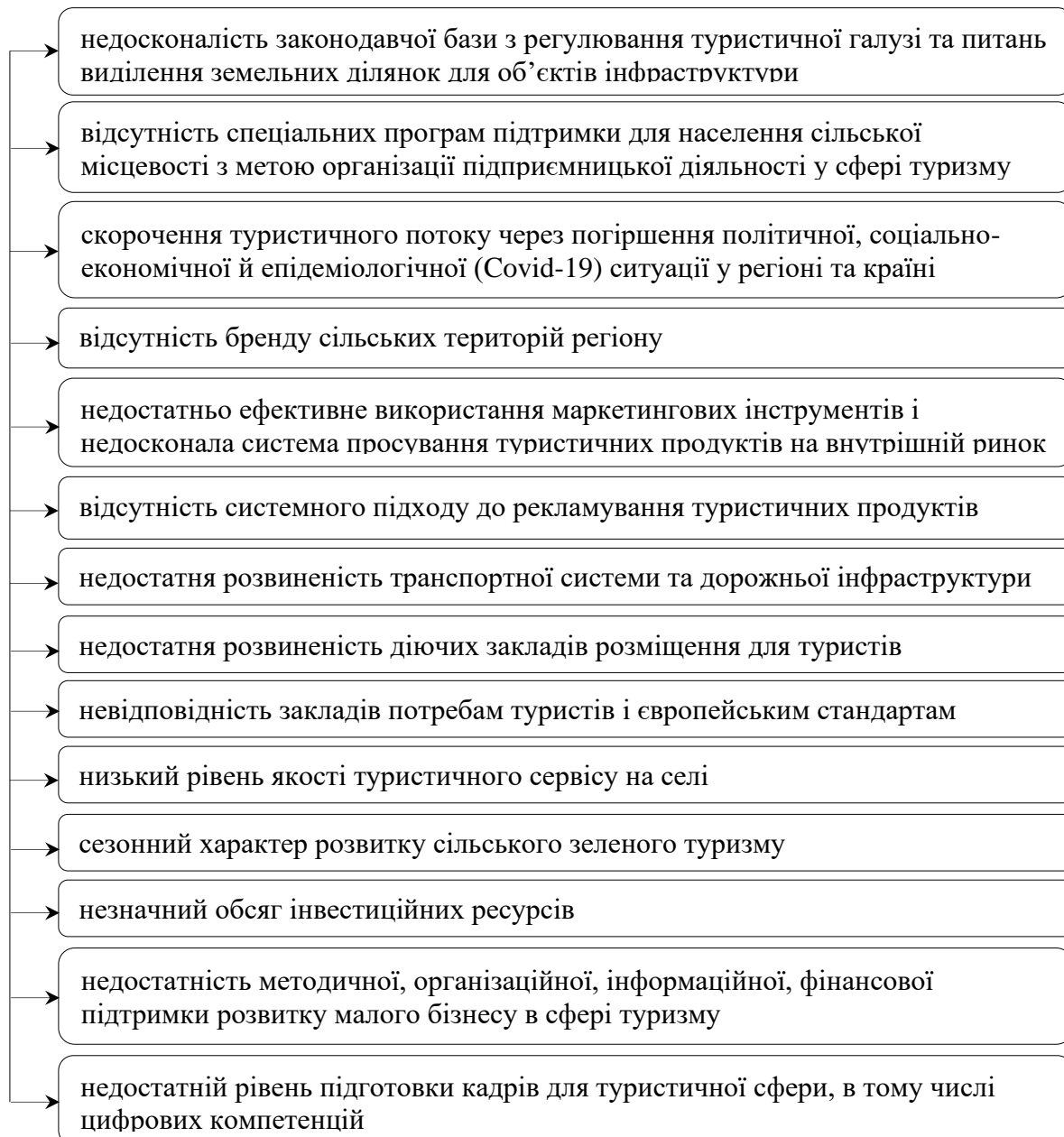


Рисунок 1.5 – Комплекс бар'єрів, які перешкоджають формуванню й розвитку регіональної туристичної інфраструктури

Джерело: адаптовано за [4, 17, 23- 27]

Для усунення комплексу бар'єрів, які перешкоджають формуванню й розвитку регіональної туристичної інфраструктури, на нашу думку, необхідно створити регіональну модель розвитку туристичної інфраструктури в якій необхідно:

- виявити суспільний вплив (як позитивний, так і негативний), спричинений туристичною інфраструктурою;

- дослідити, як туристична інфраструктура безпосередньо впливає на економічний стан країни, впливає на доходи на душу населення, зайнятість людей у пункті призначення;

- пошук шляхів удосконалення управління довкіллям та задоволеністю туристів;

- оцінка наслідків для сталого розвитку туристичної інфраструктури, обґрунтування впливу на навколишнє середовище;

Одним з ключових принципів запропонованої моделі має бути партнерська взаємодія та співпраця всіх установ і організацій, які виконують свої завдання для реалізації спільної мети – дієвого формування й розвитку регіональної туристичної інфраструктури (рисунок 1.6).

Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України, яке формує та реалізує державну політику у сфері: охорони навколишнього природного середовища через Державне агентство лісових ресурсів України, Державну екологічну інспекцію України, Державну службу геології та надр України, Державне агентство водних ресурсів України.

На Міністерство інфраструктури покладаються функції формування та реалізації державної політики з питань розвитку транспортної інфраструктури в регіоні через Державне агентство розвитку туризму України, Державну авіаційну службу, служби безпеки на транспорті, морського та річкового транспорту та інші. Державне агентство розвитку туризму України забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері туризму, розроблення та виконання програм розвитку туризму; сприяє координації функціонування суб'єктів підприємницької діяльності та їх об'єднань у сфері туризму.

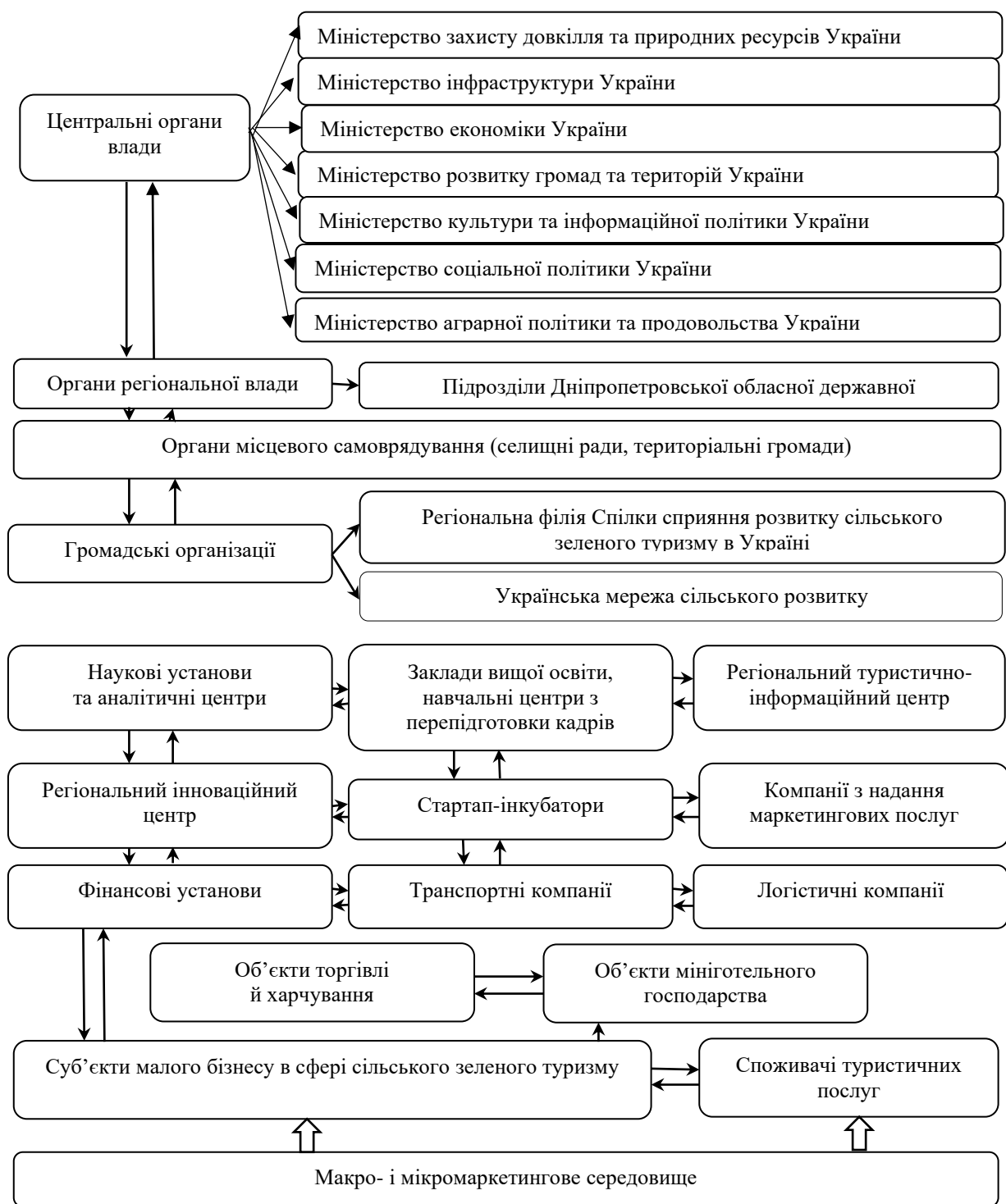


Рисунок 1.6 – Регіональна модель розвитку туристичної інфраструктури (на прикладі Дніпропетровської області)

Джерело: запропоновано авторками

Міністерство економіки України забезпечує формування та реалізує державну політику економічного, соціального розвитку і торгівлі, державну цінову політику, тощо.

Міністерство розвитку громад та територій України забезпечує реалізацію державної регіональної політики й державної політики у сфері місцевого самоврядування; формування оптимальної системи інституційного забезпечення регіонального розвитку; розробляє і здійснює заходи, які спрямовано на розбудову інфраструктури.

Міністерство культури та інформаційної політики України є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади у сфері забезпечення інформаційного суверенітету України, зокрема з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами, а також забезпечення функціонування державних інформаційних ресурсів.

Міністерство освіти і науки України забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах освіти і науки, наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, трансферу (передачі) технологій, а також забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері здійснення державного нагляду (контролю) за діяльністю закладів освіти, підприємств, установ та організацій, які надають послуги у сфері освіти або провадять іншу діяльність, пов'язану з наданням таких послуг, незалежно від їх підпорядкування і форми власності.

Міністерству аграрної політики та продовольства України підпорядковуються Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру, яка реалізує державну політику у сфері національної інфраструктури геопросторових даних, земельних відносин, землеустрою, у сфері Державного земельного кадастру.

Регіональна філія ГО «Спілка сільського зеленого туризму України», як неодмінна складова регіональної інноваційної моделі туристичної інфраструктури, є добровільним об'єднанням фізичних осіб-підприємців для задоволення суспільних економічних, соціальних і екологічних інтересів шляхом сприяння розвитку сільського зеленого туризму та територіальних громад в області. Додатково регіональна філія громадської спілки «Українська мережа сільського розвитку» сприятиме реалізації програм і проєктів

сільського зеленого туризму для підвищення зайнятості, рівня доходів і поліпшення якості життя населення.

Створення регіональної моделі туристичної інфраструктури неможливе без належного науково-методичного супроводу, важливе місце в якому відводиться науковим установам та закладам вищої освіти. Наукові установи разом із закладами вищої освіти здійснюють актуальні наукові дослідження й розробки з проблем сільського зеленого туризму. До того ж на заклади вищої освіти покладається не менш важлива місія – це підготовка підвищення кваліфікації кадрів у туристичній сфері.

У січні 2020 року экс-прем'єр-міністр України Олексій Гончарук анонсував про створення регіональних туристично-інформаційних центрів, як єдиного туристичного порталу в Україні. За даними уряду, подібні локальні туристично-інформаційні центри, які відкриваються в регіонах, зможуть надавати різноманітну допомогу туристам. Регіональний туристично-інформаційний центр підтримуватиме розвиток туризму в Дніпропетровській області, а також має брати активну участь у програмі категоризації сільських садиб, що займаються сільським зеленим туризмом. Регіональний інноваційний центр має створювати умови для розроблення й реалізації суб'єктами підприємництва інноваційних технологій у сфері туризму. Ця організація сприятиме збільшенню кількості успішних стартап-проектів [28].

Стартап-інкубатори мають здійснювати підтримку малого бізнесу на всіх етапах його розвитку: від розроблення ідеї до її комерціалізації (у даному випадку – це підтримка інноваційних проектів зі створення об'єктів туристичної інфраструктури в регіоні). З метою маркетингового, логістичного, інформаційного та фінансового забезпечення формування й розвитку туристичної інфраструктури необхідно залучати логістичні, транспортні, компанії з надання маркетингових послуг, банківські й фінансові установи. Суб'єкти малого підприємництва у сфері туризму (об'єкти мініготельного господарства, торгівлі й харчування) мають, у першу чергу, задовольняти

потреби споживачів за рахунок надання якісних і доступних за ціною туристичних послуг.

Впровадження даної моделі має передбачати:

- партнерські взаємовідносини між усіма учасниками: центральними органами влади, регіональними органами влади, органами місцевого самоврядування (селищні ради, територіальні громади), громадськими організаціями, науковими установами, закладами вищої освіти, регіональним інноваційним центром, стартап-інкубаторами, суб'єктами малого бізнесу в сфері туризму, споживачами туристичних послуг;

- координацію зусиль центральних органів влади, регіональної влади із органами місцевого самоврядування;

- науково-організаційне забезпечення довгострокових програм розвитку туризму;

- розроблення й реалізацію концепції маркетингу;

- реалізацію інноваційних програм та інфраструктурних проєктів з розвитку туристичної діяльності;

- створення сучасної системи інформаційного забезпечення;

- розроблення механізму фінансового забезпечення, який полягатиме у застосуванні різних інструментів фінансування:

- державно-приватне партнерство;

- пільгове кредитування;

- краудфандінг;

- венчурне інвестування;

- грантові програми;

- міжнародну технічну допомогу;

- кошти міжнародних фондів тощо.

Одним із векторів розвитку інфраструктурного ринку туристичних послуг є активне використання інформаційної складової формування інноваційного потенціалу розвитку туризму в регіоні, застосування технологій інформатизації. Інформаційні ресурси, виступаючи основою для прийняття суб'єктами

регулювання регіонального розвитку туризму управлінських рішень інноваційного характеру, формують інформаційну складову інноваційного потенціалу такого розвитку [29].

1.2. Вплив макросередовища на туристичну інфраструктуру та отримання ефектів від її функціонування

В сучасних реаліях широкомасштабного впровадження міжнародної концепції сталого розвитку, роль туризму все більше зростає. «Туризм по своїй суті покликаний захищати і оберігати природу, надаючи туристам усі його принади. У цьому його суттєва відмінність від інших типів туризму, які навпаки в основному завдають шкоди навколишньому середовищу. Більш раціональне і дбайливе використання природних і культурно історичних пам'яток дозволить уникнути або звести до мінімуму негативні наслідки від функціонування туристичної індустрії» [30].

Досвід закордонних країн показує, що розвиток туризму може викликати найрізноманітніші наслідки на місцевому, регіональному та національному рівнях, спектр яких – від дуже сприятливих до руйнівних. На кожному з цих рівнів економічні, екологічні та соціальні наслідки туризму можуть суттєво відрізнятися в залежності від його масштабів, рівня розвитку і диверсифікації місцевої економіки, культурних особливостей країни або регіону. Крім цього, дуже важливим моментом є форма і вид туризму, який розвивається в регіоні. Необхідно добре уявляти собі потенційні позитивні і негативні соціально-економічні ефекти, які можуть виникати при розвитку туристичної інфраструктури, і враховувати їх при плануванні та управлінні туристичною діяльністю [31].

Рохана D.M. зазначає, що туризм пропонує унікальний баланс між охороною навколишнього середовища, економічним зростанням та розвитком. Крім того, стратегії туризму повинні звертати увагу на: а) економічний

розвиток, б) охорону навколишнього середовища, в) захист культури, г) соціальний розвиток та, е) політичний розвиток [32].

Solly Matshonisa Seeletse стверджує, що туризм – це туристична практика, пов'язана з відвідуванням делікатних, оригінальних та помірно недоторканих природних територій, яка задумана як нішовий туризм. Туризм класично включає поїздки до місць, де флора, фауна та культурна спадщина є головними визначними пам'ятками. Туризм – це бездоганна перспектива економічного посилення місцевих громад [33].

Розвиток туристичної інфраструктури «може бути одним із важливих доходів у загальному бюджетному фонді села, за умови посилення ролі держави у процесі відтворення в системі туризму. Спеціально уповноважені органи можуть здійснювати активну політику залучення і привернення уваги потенційних клієнтів, а також здійснювати на мотивованій основі підтримку приватного підприємця на селі (мікрокредитування, сприяння інноваційним нововведенням, раціоналізаторським ідеям, підтримці суспільних ініціатив тощо)» [34].

Ідеальними умовами для розвитку туристичної інфраструктури є політична стабільність, безпека, чітке визначення та функціонування правової системи, суспільні блага, що надаються державою – інфраструктура, навколишнє середовище, інформація.

Будь-які підприємницькі структури здійснюють свою діяльність під впливом сил зовнішнього середовища, які або відкривають нові можливості, або загрожують підприємствам новими викликами та неприємностями. Частина цих сил, які носять назву «макросередовище» не піддаються контролю з боку підприємств, однак, вони повинні уважно стежити за ними і реагувати на їх дії. До факторів макросередовища, які впливають на розвиток туристичної інфраструктури відносяться: економічні, демографічні, політико-правові, науково-технічні, природно-екологічні, соціально-культурні (таблиця 1.2)

Таблиця 1.2 – Вплив факторів макросередовища на розвиток туристичної інфраструктури

Фактори макросередовища	Аналіз результатів
Економічні	Низька купівельна спроможність громадян, рівень інфляції зростає, фінансовий і валютний стан країни нестабільний. Все це справляє негативний вплив на діяльність підприємств, які задіяні в туристичній індустрії
Демографічні	Відтік молодих фахівців, що породжує проблему старіння кадрів, які насилу освоюють нові технології. Велика плинність працівників, що унеможливорює підтримування сталості кадрів.
Політико-правові	Уряд запроваджує Програми та Стратегії регіонального розвитку, що в свою чергу, допомагають розпочати або продовжувати ефективну діяльність в туристичній галузі за рахунок проведення конкурсних грантових проєктів, міжнародних договорів про співдружність, надання інвестиції, податкових кредитів та інші. Зростає кількість законодавчих актів та постанов, щодо регулювання підприємницької діяльності в туристичній галузі. Спостерігається значний вплив олігархічних структур на владу.
Науково-технічні	З кожним роком удосконалюються технології виробництва, впроваджуються зовсім нові технологічні процеси, які сприяють підвищенню продуктивності праці, поліпшення якості продукції, з'являються нове високопродуктивне обладнання та технологічне оснащення
Природно-екологічні	Туристи прагнуть купувати органічну продукцію з екологічно чистої ділянки або виробленої з екологічної сировини. З кожним роком збільшується тиск екологів, щодо забруднення навколишнього середовища
Соціально-культурні	Порівняно низька заробітна плата в галузі. Відсутність висококваліфікованих фахівців. Низький рівень просвітницько-освітницького рівня щодо екологічного туризму. Розвиток та популяризація екологічного туризму знаходиться на стадії формування. Початок зародження туристичної просвіти на дошкільному та шкільному рівнях

Джерело: сформовано авторками за [17, 35, 36]

В цілому, фактори макросередовища спричиняють значний вплив на діяльність туристичної інфраструктури. Результати аналізу впливу цих факторів на діяльність підприємства представлені в таблиця 1.3

Таблиця 1.3 – Аналіз впливу факторів макросередовища на розвиток туристичної інфраструктури

Фактори макросередовища	Вплив (позитивний, негативний, нейтральний)	Ступінь впливу (слабкий, сильний, дуже сильний)	Можливі методи впливу	Позиції по нейтралізації негативного впливу
Економічні	негативний	дуже сильний	податки, інфляція	пільгові умови кредитування, спрощена система податків і податкових пільг
Демографічні	негативний	сильний	державна фінансова підтримка молодих сімей	підвищення народжуваності, повернення молоді на село
Політико-правові	позитивний і негативний	сильний	закони та нормативні акти	виконання нормативних актів
Науково-технічні	нейтральний	слабкий	нове обладнання, технології	закупівля модернізованого устаткування та освоєння новітніх технологій
Природно-екологічні	негативний	дуже сильний	зміна сезону, екологічно чисте середовище, органічна продукція	зменшення періоду міжсезоння
Соціально-культурні	нейтральний	сильний	семінари, тренінги, обмін, стажування	підвищення соціально-культурного рівня

Джерело: сформовано авторками

Таким чином, можна зробити висновок, що найбільший вплив на функціонування туристичної інфраструктури надають економічні, демографічні, політико-правові та природно-екологічні фактори.

Економічні фактори мають найбільший вплив на розвиток екологічного туризму, що залежить від зростання доходів населення, так як саме зростання заробітної плати дозволяє людям витратити більше коштів на дозвілля та розваги. Проте, необхідно звернути увагу на зростаючу інфляцію, яка призводить до зниження реальних доходів населення. Варто зосередити увагу на таких факторах як: потоки туристів (внутрішні, іноземні), ВВП на душу населення, інфляційні процеси, розвиток інфраструктурного забезпечення, інвестиційний клімат, державна підтримка. В разі загального економічного зростання, ринок екологічного туризму збільшується і привертає все більше інвестицій та туристів.

Демографічні фактори характеризують чисельність та вік населення, склад сім'ї, міграційні процеси, динаміку зміни освітнього і матеріального рівня. Для розвитку туристичної інфраструктури демографічне середовище представляє значний інтерес, оскільки послуги надаються туристам завдяки людям, які забезпечують туристичну діяльність. Падіння народжуваності та старіння населення негативно впливає на поведінку і смаки споживачів.

Політико-правові фактори включають в себе: політичну стабільність, регуляторну політику, законодавче підґрунтя, стратегічні цілі розвитку туристичної галузі, підтримку малого та середнього бізнесу, стимулювання розвитку туризму. Бюрократичні обмеження є однією з головних перешкод для розвитку туризму. Зазвичай оформлення юридичних документів сприяють розвитку туристичній діяльності, але є випадки коли через специфічні умови туристична діяльність може бути законодавчо обмежена, задля уникнення негативного впливу на навколишнє середовище. На розвиток екологічного туризму також впливає той факт, що ця діяльність заохочується Європейським Союзом, який за допомогою міжнародних грантових проєктів спонсорує об'єкти туристичної інфраструктури.

Науково-технічні фактори підвищують конкурентоспроможність країни шляхом надання своєчасної інформація, щодо використання нових можливостей пропонування туристичного продукту, модернізації системи

обслуговування, забезпечення належного рівня якості та інших заходів, які засновані на інноваціях та адаптовані до нових технологій. Туризм неминуче асоціюється з новими технологіями задля розробки інформаційного контенту для подорожуючих, системи маркування органічної продукції, створення туристичних сайтів, мап і т.д. Науково-технічні фактори багато в чому визначають фундаментальні зміни в житті людей, виробництві матеріальних благ, навколишнього середовища. Об'єкти туристичної інфраструктури, які не помітили корінних змін у цій сфері, приречені на банкрутство і зникнення. У той же час досягнення науково-технічного прогресу призводять, з одного боку, до дефіциту і подорожчання деяких видів продукції чи сировини, забруднення навколишнього середовища, а з іншого боку до появи нових галузей з виробництва альтернативних матеріалів, що є важливим атрибутом для об'єктів туристичної діяльності, що надають послуги.

Через зростаючу кількість екологічних проблем природне середовище стає більш важливим елементом туристичної діяльності, що охоплює кліматичні умови, використання природних ресурсів та заходи з охорони навколишнього середовища. Кліматичні зміни, втрата біорізноманіття стають більш потужними і глобальними. Дніпропетровська область має великий потенціал для природного туризму: природні комплекси в долинах річок, густа мережа внутрішніх водойм, регіональних парків, лісів та ландшафтних парків. В цілому, Україна приваблива для туристів своїми природними і культурними заповідниками, установами відпочинку, сільським відпочинком, рекреаційними зонами, природними рельєфами, заповідниками.

Аналіз соціальних чинників включає демографічні зміни в країні і регіоні, сімейні та суспільні відносини, характеристики способу життя, аспектів здоров'я і освіти, криміногенної ситуації та ін.; в той час як культурні чинники включають мобільність жителів країни або регіону до змін, ставлення до основних питань діяльності екологічного туризму. Зростаюча турбота про здоров'я, прагнення до глибокого пізнання та контакту з природою сприяє розвитку екологічного туризму. Через погану демографічну ситуацію в

сільській місцевості не вистачає кваліфікованих кадрів, що в свою чергу призводить до недостатності послуг з охорони здоров'я, освіти та інфраструктурного забезпечення. Також на розвиток екологічного туризму впливають і особисті фактори туриста, а саме: мотивація, спосіб життя, бажання дізнатися звичаї, традиції, історію, відвідування культурної спадщини, етнографічні місця та місця з унікальною природою.

Для більш детального розкриття теми дослідження проведемо PEST-аналіз впливу макросередовища на туристичну інфраструктуру. Результати PEST-аналізу дозволяють оцінити зовнішню економічну ситуацію, що складається у сфері туристичної інфраструктури (таблиця 1.4)

Таблиця 1.4 – PEST-аналіз впливу макросередовища на функціонування туристичної інфраструктури

Політичні (P – political)	Економічні (E – economic)
<ul style="list-style-type: none"> - законодавче підґрунтя для ведення туристичної діяльності; - інтеграція туризму в місцеві програми та стратегії регіонального розвитку; - тісна співпраця громадських організацій з місцевими громадами; - контроль за дотриманням гранично допустимих рекреаційних навантажень; - планування, управління та контроль діяльності об'єктів туристичної інфраструктури 	<ul style="list-style-type: none"> - туристична діяльність забезпечує джерела додаткового фінансування природоохоронних територій або природоохоронних заходів; - доходи від туризму не вилучаються повністю з бюджету, але сприяють його наповненню, підтримці місцевої економіки; - ретельне планування, моніторинг; - комплексний підхід до розвитку туристичної діяльності; - доходи від туристичної діяльності отримують різні соціальні верстви і групи, при цьому збереження природного середовища стає економічно вигідним для місцевого населення.
Соціальні (S – social)	Технологічні (T – technological)
<ul style="list-style-type: none"> - туристи чітко усвідомлюють свою відповідальність за збереження природи, дотримання правил поведінки; - тури та екскурсії обов'язково передбачають еколого-пізнавальний компонент; - туристи знайомляться з місцевими екологічними проблемами та шляхами їх вирішення (волонтерство, табори); - розвиток туризму ретельно планується, контролюється й управляється. 	<ul style="list-style-type: none"> - переважно використовується місцева продукція і робоча сила; - місцеві жителі залучаються до туристичного бізнесу і отримують можливість розвивати свої традиційні форми господарювання; - забезпечення туристів екологічним транспортом; - розташування готелів, кемпінгів, хатин, в яких зупиняються туристи не порушуючи нормального, екологічного сталого розвитку навколишнього ландшафту і не спотворюючи його вигляд - використання новітніх технологій.

Джерело: сформовано авторками за [4, 14, 27, 31, 37, 38]

Розвиток туристичної інфраструктури сприяє фінансовому забезпеченню та збереженню навколишнього середовища. Схема впливу туристичної інфраструктури на соціально-економічні умови проживання населення області, формується на основі: збільшення туристичних потоків в екологічному туризмі; зростання доходів місцевого населення; зменшення рівня бідності; покращення соціальних умов життя; зменшення рівня безробіття(рисунок 1.7)



Рисунок 1.7 – Фактори впливу екологічного туризму на соціально-економічні умови проживання місцевого населення

Джерело: адаптовано авторками за [7, 12, 27, 28, 33, 39]

З огляду на зазначене можемо стверджувати, що підвищення рівня зацікавленості туристів екологічним туризмом дозволить активізувати місцеве населення до несільськогосподарського підприємництва, що пов'язано з диверсифікацією підприємницької діяльності на територіях природних парків, заказників або на тих територіях, які прилягають поруч.

Найбільш складною проблемою, яка зараз стримує розвиток екологічного туризму є нерозвинена інфраструктура. Одним із шляхів вирішення даної проблеми, враховуючи інтереси місцевого населення, є розвиток системи прийому відвідувачів у приватних сільських будинках, де можуть набувати свого розвитку інші підвиди екологічного туризму: зелений, сільський, аграрний і т.д. Подолання наявних негативних тенденцій, створення системних і комплексних умов для розвитку туризму і курортів має стати одним з пріоритетів забезпечення сталого розвитку держави в цілому та підвищення якості життя населення.

Проведенні маркетингові дослідження в системі розвитку туристичної інфраструктури надали можливість сформулювати SWOT-аналіз щодо умов розвитку туристичної інфраструктури (таблиця 1.5)

Підсумовуючи таблицю SWOT-аналіз у зазначимо, що привабливими є можливості регіону для розвитку екологічного туризму, не дивлячись на те, що необхідно подолати загрози і знизити частку слабких сторін, серед яких особливо слід виділити роль конкурентів з регіональних туристичних центрів, низький рівень сервісу і зростання цін на туристичні послуги.

Дослідження вказують на необхідність впровадження стратегії розвитку туристичної діяльності в Дніпропетровській області, пошуку нових джерел фінансування цього сектору, які передбачають не тільки державні й іноземні інвестиції, а й авансування ресурсів через соціальне інвестування підприємництва, зокрема, у сферу зеленого туризму; венчурне фінансування, краудфандінг, кошти міжнародних організацій, гранти тощо. Оскільки його розвиток не тільки сприятиме реалізації альтернативних джерел самозабезпечення аграрного бізнесу в період обмеженості фінансових ресурсів,

а й розширенню кон'юнктури ринку туристичних послуг у контексті глобального простору. Це, у свою чергу, забезпечить сталий розвиток аграрної й туристичної сфер та регіональної економіки в цілому [29, 36].

Таблиця 1.5 – SWOT-аналіз щодо умов розвитку туристичної інфраструктури

СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
1. Наявність природних ресурсів загальнодержавного та місцевого значення 2. Значний обсяг валової продукції сільського господарства 3. Багатогалузева спрямованість селянських господарств	1. Близькість до великих промислових центрів та автомагістралей. 2. Невисокий сільськогосподарський потенціал регіону 3. Низька питома вага сільського населення в регіоні. 4. Відсутність спеціальних програм кредитування для жителів сільської місцевості, які бажають розпочати підприємницьку діяльність в сфері туризму. 5. Слабке просування туристичного продукту 6. Неприятлива епідеміологічне середовище
МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
1. Сприятливий інвестиційний клімат для реалізації проєктів розвитку туристичної інфраструктури. 2. Зростання доходів місцевого населення і регіону в цілому. 3. Створення додаткових робочих місць. 4. Розвиток малого підприємництва на селі. 5. Пожвавлення об'єктів соціальної інфраструктури села. 6. Залучення іноземних туристів.	1. Конкуренція з боку туристичних центрів інших регіонів. 2. Втрата туристичного ринку через низький рівень туристичного сервісу. 3. Зростання цін на туристичні послуги і, як наслідок, скорочення потоку в'їзних туристів. 4. Соціально-економічна і політична дестабілізація в регіоні. 5. Наростання проблем, пов'язаних з погіршенням екологічної ситуації

Слід зазначити, що трансформаційні процеси в секторах туризму та сільського зеленого туризму пов'язано з соціально-економічним й екологічним аспектами розвитку суб'єктів господарювання. Враховуючи зазначене, екологічний туризм доцільно розглядати як інноваційний інструмент диверсифікації аграрного й туристичного бізнесу, який сприяє зростанню конкурентоспроможності й сталому розвитку регіону, активізації інвестиційних процесів, поліпшенню якості життя сільського населення тощо.

В таблиці 1.6 наводяться найбільш важливі соціально-економічні аспекти, пов'язані з розвитком туристичної інфраструктури, приклади як позитивного, так і негативного впливу» [4].

Таблиця 1.6 – Соціально-економічні аспекти, пов'язані з розвитком туристичної інфраструктури

Позитивний вплив	Негативний вплив
Сприяння економічному розвитку країн і регіонів	
Туризм став невід'ємною частиною економіки країни і є для неї одним з найважливіших джерел надходження валюти.	Туризм – сфера економіки, підвладна кризам.
Збільшення припливу іноземної валюти в країну.	Для приймаючої країни небезпечні туристичні моноструктури, оскільки туризм схильний до флуктуацій попиту.
Ефекти мультиплікатора	Доходи від туризму в валюті нерідко скорочені через велику потребу в імпорті товарів і послуг (витоку валюти, несприятливий нетто-баланс).
Зростання добробуту місцевого населення	
Міждисциплінарні туристичні зв'язки з іншими сферами економічної діяльності, що впливають на створення нових робочих місць і отримання доходів.	Створення дисбалансу, підвищення цін на внутрішньому ринку
Залучення інвестицій, підвищення ступеня диверсифікації економіки, розширення сектора послуг	Виникнення економічної нерівності
Розвиток більш сучасної інфраструктури, яка використовується не тільки туристами, а й місцевими жителями	Туризм створює в основному низькооплачувані, сезонні робочі місця, що не дають можливості для зростання кваліфікації.

Джерело: сформовано авторками за [3, 30]

Вплив, який в підсумку має туризм на соціально-економічну сферу, в значній мірі залежить від ефекту мультиплікатора, тобто ступеня, в якому первинні доходи, одержувані від туризму, продовжують обертатися в місцевій економіці і з кожним оборотом генерують нові доходи.

Внесок туризму в економічний розвиток регіону тим вище, чим більше в ньому використовуються продукти і матеріали місцевого виробництва, а також місцевий персонал. Зрозуміло, це можливо за умови, якщо економіка відвідуваних регіонів досить розвинена, задля забезпечення туристів базовими

товарами і послугами місцевого виробництва. Іншими словами, туристи, під час своєї подорожі зупиняються в готелях, якими володіють і управляють місцеві жителі, що постачають в основному місцеві продукти, забезпечують більше доходу в місцеву економіку, ніж ті, хто споживає імпортні послуги [32].

У ряді держав, в Україні зокрема, вживаються спеціальні заходи по утриманню доходів в країні. Найбільш поширеними з них є стягування податку на користування землею і введення системи вхідних плат і такс з туристів, при якій передбачені пільги для місцевих жителів і організацій. У деяких регіонах введено ліцензування державою підприємств в сферах харчування, транспорту, торгівлі, екскурсійного обслуговування. З підприємств, побічно пов'язаних з туризмом (великі готелі, транспортні фірми, ресторани), може стягуватися податок на охорону природи. Продумана податкова політика може сприяти збільшенню переваг від розвитку туризму для місцевого населення і економіки країни. Такі програми, при яких податкові та інші переваги отримують фірми, які наймають місцевих жителів і використовують товари, вироблені в країні. Основна мета таких заходів – утримання в регіонах більшої частки генерованих в туризмі засобів [8, 22, 36, 40, 41].

В цілому можна виділити наступні позитивні «економічні та соціальні функції розвитку туристичної інфраструктури регіону: створення нових робочих місць для місцевого населення, стимулювання традиційних форм природокористування, виробництва екологічно чистих продуктів харчування, збільшення інвестицій як в інфраструктуру і сервіс, так і в охорону природи, формування планів розвитку, з урахуванням інтересів місцевих жителів, розвиток місцевого самоврядування, зростання добробуту місцевого населення і розвиток спеціальної освіти, спрямованого на придбання туристичних та природоохоронних професій» [40].

В таблиця 1.7 «охарактеризовано динаміку показників оцінки реалізації державної екологічної політики, які впливають на туристичну інфраструктуру в Україні» [41].

Таблиця 1.7 – Динаміка показників оцінки реалізації державної екологічної політики, які впливають на туристичну інфраструктуру в Україні

Найменування показника, одиниця виміру	Цільові значення			
	2015 р.	2020 р.	2025 р.	2030 р.
Сільське населення, яке має доступ до покращених умов санітарії, % загальної кількості сільського населення	1,9	20	50	80
Скиди забруднених стічних вод у водні об'єкти, % загального обсягу скидів	15,7	13	10	5
Річкові басейни, для яких затверджені плани управління річковими басейнами, одиниць	-	1	9	9
Скиди забруднених стічних вод до морського середовища, % загального обсягу скидів до морського середовища	15	11	9	5
Масив вод з добрим екологічним станом, % загальної кількості водних об'єктів	-	-	20	30
Обсяги використання первинної сировини, % загального обсягу використаної сировини	90	85	80	70
Площа земель природно-заповідного фонду, тисяч га	3803,1	6276,9	7545,4	9095,1
Площа земель природно-заповідного фонду загальнодержавного значення, % загальної території країни	2,24	5,14	7,38	8,85
Площа земель природно-заповідного фонду, % загальної території країни	6,3	10,4	12,5	15
Площа територій національної екологічної мережі, % загальної території країни	38,2	39	40	41
Лісистість території країни, % загальної території країни	15,9	16	16,5	17,5

Джерело: [15, 16]

Отже, державна політика щодо покращення екологічної політики спрямована на охорону навколишнього середовища та забезпечення населення країни оздоровчими осередками.

Одним з основних аспектів при розгляді туристичної інфраструктури є оцінка зміни соціально-економічних показників в процесі її розвитку (рисунок 1.8)



Рисунок 1.8 – Соціально-економічні ефекти від розвитку туризму в країні

Джерело: адаптовано авторками за [1, 4, 10, 42]

Розглянемо вплив туризму на соціальні показники в країні. Соціальні наслідки розвитку туризму можуть бути надзвичайно значущі особливо в сільських регіонах України. Повернення з міст селян, що виростили в селах і залишили «рідний край» через безробіття, зростання сільського населення, розвиток народних промислів для створення ринку збуту сувенірів, виробів.

Розвиток інфраструктури туризму підвищує престижність країни, створює можливість для відпочинку місцевого населення в природному рекреаційній середовищі. Туризм стимулює традиційні форми використання природних ресурсів, вирощування екологічно чистих продуктів харчування; збільшення інвестицій як для інфраструктури і сервісу, так і для охорони природи.

З точки зору економічних показників, необхідно відзначити підвищення економічної стійкості територій, залучених в розвиток екологічного туризму на сільських територіях шляхом створення нових робочих місць, і залучення в сферу обслуговування місцевого населення, підвищення життєвого рівня місцевого населення і зниження рівня соціальної напруженості. Створення екологічних маршрутів і вдосконалення інфраструктури туризму в Україні сприяє розвитку внутрішнього туризму та міжнародної напруженості, що склалися в 2014-2020 роках. Крім вищезазначеного, роль туризму в економіці пов'язана з: розширенням сектора послуг; збільшенням припливу іноземної валюти в країну; залученням інвестицій.

Якщо розглядати туризм в етнографічному контексті, то його розвиток здатний створити позитивну дію на соціально-економічні показники громад, малих народів, етнічних груп. Зокрема, туристи у рамках подорожі знайомитимуться з цінностями народної культури, прикладного мистецтва, з національними піснями і танцями, місцевими звичаями, що забезпечить робочі місця та приплив грошових коштів корінним жителям, допоможе їм зберігати традиційний життєвий устрій. Природо-орієнтований туристичний бізнес здатний:

- залучити в економіку нові види природних ресурсів на стійкій основі;
- екологічний туризм здатний внести важливий внесок у розвиток екологічної культури населення;
- при вірній організації туристичний бізнес здатний підтримати особливо охоронні природні території (ООПТ), рівень державної підтримки яких недостатній не лише для їх розвитку, але і для збереження [3].

Проте слід зазначити, що внесок туризму в економічний розвиток регіону тим вище, чим більше в ньому використовуються продукти та матеріали місцевого виробництва, а також місцевий персонал. Це пов'язано з ефектом мультиплікатора, а також чинником «витоку» доходів з регіону і країни.

Незважаючи на це, варто відмітити, що туризм може і негативно позначатися на соціальних показниках, оскільки останнім часом багато територій, що охороняються, як за кордоном, так і в Україні, стикаються із зростанням потоку відвідувачів, особливо «диких» туристів.

Впровадження іноземних цінностей і моделей поведінки, туризм в країнах, що розвиваються, часто руйнує традиційне соціальне і культурне середовище.

До найбільш широко поширених ефектів туризму відносяться соціальні та культурні трансформації, які досить важко оцінити. Але подібні масштабні зміни викликаються значною мірою й іншими чинниками, такими як інтернет, телебачення і урбанізація. З іншого боку, види туризму, контрольовані місцевою владою, можуть служити зміцненню традиційних культур на відділених територіях (таблиця 1.8)

Таблиця 1.8 – Позитивний та негативний вплив туризму на сферу культури

Позитивний аспект	Негативний аспект
Створення зв'язку між народами і зміцнення взаєморозуміння різних етнічних груп	Монетизація традиційних культурних цінностей
Привертання уваги світової громадськості до проблем нерозвинених країн	Зростання злочинності, а також руйнування культурних цінностей народу, що затвердилися
Розвиток у корінних жителів культурної самосвідомості	Ізольованість екскурсійних об'єктів, а також туристичних центрів від справжнього життя населення приймаючої країни

Джерело: адаптовано авторками за [3, 13, 41]

Негативний вплив туризму на довкілля часто призводить до порушення екологічної рівноваги, створення загрози зникнення окремих видів рослинного і тваринного світу, виникнення незворотних процесів в біосфері, руйнації природного середовища (таблиця 1.9)

Таблиця 1.9 – Негативний вплив екотуризму на довкілля та шляхи його запобігання

Види негативного впливу екотуризму на навколишнє природне середовище	Шляхи попередження та ліквідації негативних екологічних наслідків
<p>Інтенсивне використання природних ресурсів:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вирубка лісів, створення природно-соціальних об'єктів та територій; - використання великих обсягів прісних водних ресурсів; - виснаження земель у процесі виробництва сільськогосподарської продукції; - виснаження природних лікувальних ресурсів (мінеральних та термальних вод, лікувальних грязей тощо) 	<ul style="list-style-type: none"> - встановлення лімітів використання природних ресурсів; - встановлення нормативів плати за використання природних ресурсів; - дотримання лімітів використання та нормативів плати за природні ресурси; - інтенсивне лісовідновлення; - відновлення родючості земель; - раціональне використання природних лікувальних ресурсів
<p>Пошкодження або знищення природних ресурсів:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пошкодження або знищення дерев, лісових культур і молодняка, витоптування лісових насаджень, механічне їх пошкодження; - збирання дикорослих лікарських рослин, грибів, ягід з механічним пошкодженням; - заготівля деревних соків; - самовільне збирання та знищення рослин, занесених до Червоної книги; - незаконне полювання та рибальство 	<ul style="list-style-type: none"> - контроль за вирубкою лісів; - інтенсивне лісорозведення; - еколого-освітня та виховна робота з туристами; - роз'яснювальна робота з місцевим населенням; - створення природно-заповідних територій; - притягнення винних до відповідальності (адміністративний штраф, відшкодування шкоди)
<p>Забруднення навколишнього природного середовища:</p> <ul style="list-style-type: none"> - забруднення атмосферного повітря шкідливими викидами транспортних засобів; - забруднення лісів твердими відходами (консервні банки, скляні та пластмасові пляшки тощо); - забруднення поверхневих вод каналізаційними стоками, побутовим сміттям, паливно-мастильними матеріалами тощо) 	<ul style="list-style-type: none"> - обмеження візду транспортних засобів на територію природного об'єкта, курортної, лікувально-оздоровчої, рекреаційної зони; - поступовий перехід на екологічно безпечні види палива; - впровадження очисного обладнання і устаткування для утилізації забруднюючих речовин; - здійснення контролю за джерелами викидів і скидів забруднюючих речовин
<p>Деградація навколишнього природного середовища:</p> <ul style="list-style-type: none"> - зменшення площ лісів; - зменшення обсягів чистої прісної води; - деградація ґрунтів; - зникнення окремих видів рослинного і тваринного світу та збільшення видів, що знаходяться на межі зникнення 	<ul style="list-style-type: none"> - зниження лімітів використання природних ресурсів; - підвищення розмірів плати за використання природних ресурсів; - інтенсивне лісорозведення; - створення природоохоронних територій; - економічне стимулювання природоохоронних заходів

Джерело: адаптовано за [12, 24, 34, 36, 40]

Таким чином, задля збереження біологічного та ландшафтного різноманіття, підтримання навколишнього природного середовища необхідно

вживати ряд взаємопов'язаних заходів. Насамперед, це встановлення та неухильне дотримання допустимого негативного впливу на навколишнє природне середовище, при якому підтримується екологічна рівновага.

Методика оцінки соціально-економічної ефективності розвитку туристичної інфраструктури в межах окремої території (регіону) полягає у визначенні економічних та соціальних перспектив, а також прямого економічного ефекту від організації екологічного туризму. Детально розглянемо соціально-економічний та соціально-культурний ефект від розвитку туристичної інфраструктури на рисунок 1.9.



Рисунок 1.9 – Соціально-економічний та соціально-культурний ефекти від розвитку об'єктів туристичної інфраструктури

Джерело: сформовано авторками [2, 7, 9, 10, 13, 30]

Прямий економічний ефект від розвитку туристичної інфраструктури буде являти собою результат витрат туриста на надані в межах діючого сільського господарства послуги, товари та продукти, додаткові послуги (екскурсії, поїздки тощо), а також витрати на покращення та стабілізацію екологічної ситуації в регіоні. Гроші, витрачені туристами в місці перебування, створюють дохід, який призводить до ланцюгової реакції: витрати-доходи-витрати-доходи і так далі.

Соціально-культурний ефект від розвитку туристичної інфраструктури проявляється насамперед у створенні додаткових робочих місць для сільських жителів, а також у стимулюванні розвитку слабких в соціально-економічному відношенні, але привабливих з точки зору туризму, сільських регіонів.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що розвиток екологічного туризму здатний надати величезний позитивний вплив на соціально-економічні показники країни в цілому, однак для їх досягнення необхідно розробити та реалізувати стратегію, що враховує та мінімізує можливі негативні наслідки від такого розвитку.

Для того щоб природні об'єкти почали «працювати» на економіку, необхідно спочатку підготувати відповідних спеціалістів, які зможуть з належною обережністю розробити нові «екологічні тропи та маршрути», не торкнувшись при цьому рідкісних представників флори та фауни. Крім того, вони повинні зуміти правильно розставити пріоритети під час спілкування з еко туристами, щоб останні не забруднювали та не знищували особливо охоронні природні території (ООПТ).

Умови та фактори, що виявляють центральну роль особливо охоронних природних територій у розвитку об'єктів туристичної інфраструктури, це:

1. Заповідні території, візьмуть на себе функції планування, управління та моніторингу туристичної діяльності.
2. ООПТ активно займатимуться екологічною просвітою. Підприємства задіяні у сфері туризму виступатимуть як ефективний засіб екологічної освіти,

що дозволить привернути увагу широкої громадськості до питань охорони природи та посилити громадську підтримку охоронних територій.

3. «Мережа заповідників і національних парків охопить багато унікальних і найбільш примітних ландшафтів та екосистем, що не порушені діяльністю людини.

4. Заповідники матимуть наукові відділи, у функції яких ввійдуть постійний моніторинг природних екосистем. Це обумовить високу перспективність українських заповідників для організації наукового туризму і літніх польових практик для зарубіжних та українських студентів.

5. Заповідники та національні парки відіграють помітну роль в суспільному і культурному житті районів, де вони розташовані. Екологічні екскурсії та туристична діяльність значно посилюють роль ООПТ в цьому процесі.

6. Розвиваючи туристичну інфраструктуру, охоронювані території зроблять істотний внесок у розвиток місцевої економіки, сприятимуть залученню в регіон міжнародної уваги та інвестицій, а також створюватимуть нові робочі місця для місцевого населення» [4].

Об'єкти туристичної інфраструктури повинні робити внесок в соціально-економічний розвиток місцевих спільнот. Туристи, по відношенню до місцевих жителів, є гостями, що має на увазі коректну поведінку, як свого роду компенсацію за використання місцевих ресурсів. На жаль, на практиці все інакше. Ініціативні туроператори з розвинених країн не вдаються до послуг місцевих постачальників і прагнуть до зосередження всіх фінансових благ від туристів у власних руках. Вони будують свої готелі, оснащують їх своїм обладнанням, набирають своїх менеджерів з розвинених країн.

До стратегічних напрямів розвитку туристичної діяльності в Дніпропетровській області можна віднести такі:

- створення належних інституційних умов і відповідного правового середовища, а саме: розроблення й прийняття Закону України «Про сільський зелений туризм», регіональної програми розвитку екологічного туризму,

внесення змін і доповнень до Стратегії розвитку на період до 2027 року і Плану заходів з її реалізації у 2021-2023 роках;

- економічна підтримка розвитку туризму шляхом активізації публічно-приватного партнерства задля залучення приватних інвестицій, краудфандінгу, пільгового кредитування власників садиб для модернізації осель, підвищення кваліфікації, рекламування діяльності;

- реалізація стимулюючих і заохочувальних механізмів забезпечення функціонування об'єктів туристичної інфраструктури;

- формування дієвої системи забезпечення якості туристичних послуг, яка базуватиметься на потребах споживача, гарантуватиме базові стандарти, включатиме критерії захисту навколишнього природного середовища тощо [3, 21, 24, 30, 33].

Розвиток туристичної інфраструктури в територіальних громадах Дніпропетровській області вимагає створення конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту та формування його іміджу за допомогою використання комунікаційно-інформаційного простору, підтримки малого та середнього бізнесу в туристичній сфері, а саме:

- забезпечення інституційної спроможності суб'єктів туристичної інфраструктури та території здійснення туристичної діяльності за рахунок модернізації діючих об'єктів туристичної інфраструктури, гарантування їх інклюзивності та доступності для всіх верств населення; доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю, малозабезпечених громадян. Підтримка та промоція «зеленого» та всіх інших видів туризму в громадах, передусім, в інтересах внутрішніх туристів (громадяни України, що подорожують, за багаторічною статистикою, є головними інвесторами та стейкхолдерами сталого місцевого розвитку);

- розвиток туристичних кластерів з метою створення сприятливих умов для туристичного бізнесу, особливо малого. Секторальні моделі співробітництва громад мають реалізовуватися, передусім, в сфері управління твердими

побутовими відходами, інформаційно-технічного забезпечення, надання публічних послуг, та ін.

- розширення міжнародного співробітництва, утвердження України та Дніпропетровського регіону, його громад на світовому туристичному ринку шляхом забезпечення представлення Дніпропетровського регіону на міжнародних виставкових заходах, зустрічах, подіях, популяризації привабливості сільського зеленого туризму [2, 20, 38, 41].

1.3. Стратегічне управління розвитком туристичної інфраструктури

Основна частина доходу, отриманого від глобальних подорожей, спрямовується на встановлення територіальних туристичних осередків, тому для нерозвинених напрямів необхідно здійснювати певне стратегічне планування, задля залучення туристів до туристичних місць. Вкрай важливо, щоб концепція сталого розвитку туризму була прийнята в усіх туристичних напрямках, щоб адекватно задовольнити потреби мандрівників. Для цього необхідні ефективні інструменти державного регулювання розвитку туристичної дестинації.

Принципами державного регулювання економічної дестинації є: стале використання ресурсів, мінімальний негативний вплив на природу і суспільство, підтримка екосистеми, використання цілісної стратегії планування туризму, просування місцевої економіки, максимальна участь усіх зацікавлених сторін та місцевих жителів, розвиток потенціалу, навчаючи як туристів, так і місцевих жителів відповідальному туризму та регулярне проведення досліджень. Це важливі теоретичні формули, які слід застосовувати на практиці, тоді можливо досягти відчутного сталого туризму, який може підтримати необхідний сталий розвиток у контексті багатьох країн, зокрема і України, де є потенціал розвитку туризму. Туризм, який стосується сталого розвитку, – це туризм, який розвинений таким чином, щоб природа, масштаби, місце розташування та спосіб розвитку були відповідними та стійкими з часом,

і де існує здатність середовища підтримувати інші види діяльності, оскільки туризм не може бути ізольований від інших видів діяльності. В основі сталого туризму лежить сукупність неявних цінностей, пов'язаних із прагненням інтегрувати екологічні, економічні, соціальні та культурні цілі [2, 30, 36].

Туристична дестинація спирається на принципи туризму, оскільки концепція туризму входить у практику проти масового туризму, а отже базується на принципах збереження та розвитку і потребує ефективного державного регулювання. На рисунку 1.10 згруповано важелі державного впливу на туристичну дестинацію в Україні.

Отже, розвиток туризму займає незамінні позиції у формуванні політики через його переваги для місцевого населення щодо соціальних, економічних та екологічних проблем. Туристичні напрями конкурують за туристів на туристичному ринку, що веде до різкої конкурентної боротьби. Головною метою регіональних, урядових структур та зацікавлених сторін туристичної галузі є досягнення успіху шляхом підвищення конкурентоспроможності місця призначення. За своєю природою туризм сприяє стабільності як регіональної, так і місцевої економіки завдяки своєму мультиплікаційному ефекту, який допомагає створити ділові можливості в діяльності, а також впливає на створення робочих місць у регіоні.

Визначимо три основні напрями державного регулювання туристичної дестинації:

1. Екологічний: відповідно до екологічної стійкості має бути ефективне управління та збереження природних ресурсів, також включаючи підтримку біорізноманіття, атмосферних та інших екосистем шляхом створення відповідної політики та обізнаності серед людей.

2. Економічний: економічна стійкість повинна існувати за системи, в якій знаходяться раціонально та ефективно розподілені ресурси, так, що вона повинна мати можливість виробляти товари і послуги в довгостроковій перспективі та підтримувати баланс між державними доходами та витратами.



Рисунок 1.10 – Важелі державного впливу на туристичну дестинацію в Україні

Джерело: адаптовано авторками [23]

3. Соціальний: соціальна стійкість вирішує різні питання, які є дуже важливими для сталого розвитку. Соціально стійкий розвиток перевантажений різними соціальними, культурними та історичними цінностями. Потрібно

зосередити увагу на забезпеченні в продуктах харчування, житлі, оздоровчих та освітніх закладах, робочих місць, доходів, безпеки та стану умов праці для всіх. Крім того також слід враховувати інші важливі соціальні проблеми, такі як гендерна рівність, права людини, повага до праці, рівної участі та збереження культурної і біологічної спадщини для посилення почуття взаємозв'язку для соціальної злагоди та взаємної співпраці на шляху сприяння загальному соціальному благополуччю. Отже, державне регулювання туристичної дестинації може використовуватися для вирішення гострих проблем нерівності, бідності, голоду, зміни клімату та інших форм екологічних та людських катастроф [18, 23, 31].

Таким чином, задля досягнення сталого розвитку необхідне: збереження ресурсів та ефективне їх використання; автономна та мотивована участь усіх зацікавлених сторін в туристичній діяльності; соціальна та економічна справедливість та повага до всіх форм життя. Взаємозв'язок між стійким розвитком та туризмом як відповідальним туризмом є дуже глибоким, оскільки туризм як стійкий туризм виступає за інтеграцію соціальних, економічних та екологічних міркувань, задля задоволення потреб людей і держави. Як вже зазначалося, концепція державного регулювання туристичної дестинації, насамперед, базується на інтеграції та взаємозалежності трьох ключових компонентів – довкілля, суспільство та економіка. Таким чином, розвиток туризму може бути найкращим інструментом для досягнення справжнього сталого розвитку при підтримці держави та ефективному використанню інструментів державного регулювання.

Регулювання розвитку екологічного туризму включає дворівневу систему, а саме:

- координацію та сприяння розвитку туризму в міжнародному масштабі;
- узгодженість політики у сфері туризму на регіональному рівні.

Координація та сприяння розвитку туризму в міжнародному масштабі здійснюється за допомогою міжнародних організацій та фондів. Екологічний

туризм досить молоде направлення, однак має підтримку та організацію міжнародних структур, які підтримують розвиток туризму.

Міжнародне співробітництво, що здійснюється через Організацію Об'єднаних Націй (далі – ООН) з її структурними організаціями, набуває все більшого значення у вирішенні глобальних проблем навколишнього середовища. Щодо регулювання питання екологічності ООН координує свою роботу з фондами, програмами, спеціалізованими установами та іншими організаціями, а саме:

- ЮНЕСКО – це, установа ООН, що робить внесок в розбудову світу за допомогою міжнародного співробітництва в галузі освіти, науки і культури;

- Програма ООН з довкілля (ЮНЕП) – міжурядова програма ООН з питань екологічної кризи;

- Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) – спеціалізована установа ООН відповідальна за просування стійкого та загальнодоступного туризму;

- Міжнародний союз охорони природи (МСОП) – міжнародна організація зі збереження природних ресурсів, має наглядовий та консультативний статус при ООН та інші [19].

Вищезазначені установи та програми спрямовуються на природоохоронну функцію та організацію моніторингу біологічного різноманіття, створення системи ефективного управління природними ресурсами, інтеграції екологічного та історико-культурного потенціалу в соціально-економічний розвиток регіону.

Вагомий внесок в реалізацію міжнародних угод і програм розвитку екологічного туризму вносять Міжнародні фінансові організації, такі як: Міжнародний банк реконструкції та розвитку; Всесвітній фонд охорони дикої природи; Глобальний екологічний фонд.

З метою довгострокового фінансування особливо охоронних природних територій (ООПТ) в країнах, що розвиваються створюються і діють природоохоронні трастові фонди, які надають фінансову допомогу національним паркам і об'єктам природоохоронної діяльності, і т. д.

Координація політики у сфері туризму на регіональному рівнях здійснюється через спеціально створені державні органи, громадські туристичні організації та інститути.

Вибудовуючи дієву та ефективну політику у сфері розвитку туризму пропонуємо розглянути інструменти державного регулювання розвитку екологічного туризму в нашій країні (таблиця 1.10)

Таблиця 1.10 – Інструменти державного та територіального регулювання розвитку туристичної інфраструктури

Сфера застосування	Інструменти регулювання
Правова	Вдосконалення нормативно-правової складової щодо екологічного туризму Розвиток методології ліцензування, стандартизації та сертифікації
Економічна	Податкове регулювання Цільове бюджетне фінансування програм розвитку Створення сприятливих умов для інвестування Створення умов економічного стимулювання охорони і відновлення природних ресурсів
Науково-освітня	Наукові дослідження Підготовка професійних кадрів для функціонування туристичної інфраструктури
Організаційна	Формування іміджу України на міжнародному рівні Маркетингове забезпечення просування туристичного продукту на внутрішній та світовий ринки Стимулювання участі суб'єктів туристичної інфраструктури в міжнародних програмах, грантах з розвитку туризму Координація діяльності державного та приватного сектору у сфері розвитку туристичної інфраструктури

Джерело: адаптовано за [43]

Однією з найважливіших сучасних тенденцій розвитку туристичного ринку є посилення диференціації туристичної політики на регіональному рівні, де головним інструментом управління повинна виступати система програмних заходів, які спрямовані на збільшення ефективності міждисциплінарного співробітництва в галузі розвитку екологічного туризму. В даний час функції реалізації регіональної туристичної політики покладено на департаменти або управління культури і туризму обласних рад, які не в повній мірі стимулюють розвиток туризму в регіонах.

Основними стратегічними заходами державного регулювання туристичної дестинації можна назвати наступні:

1. Туристичний екологічний податок. Цей податок стягується з туристів в екологічних цілях. Дискусії щодо наслідків стягнення податку з туризму, як правило, фокусуються на кількості туристів через підвищення цін. Чи призведе податок до падіння доходу від туризму чи ні, головним чином залежить від суми податку, що стягується та здатності пункту призначення компенсувати більш високі ціни вищою якістю туристичних продуктів та послуг [30]. Різні рівні екологічного податку у високий та низький туристичний сезони можуть забезпечити більш рівномірний розподіл кількості туристів протягом року, а отже, зменшити тиск на навколишнє середовище та підвищити стабільність доходів. Хоча існує багато різних способів збирання туристичного екологічного податку.

2. Плата за користування. Коли доступ до конкретного екологічного ресурсу можна контролювати, плата за користування, що стягується з туристів, може слугувати простим механізмом отримання частини вигод від використання ресурсу. Найпоширенішим застосуванням цього інструменту в туризмі є вхідні збори до охоронних територій [44].

3. Фінансові стимули. Вони можуть бути розроблені для зміни поведінки шляхом збільшення або зниження цін на певні товари чи послуги. Існує багато способів застосування фінансових стимулів для зменшення негативних наслідків для туризму. Уряди можуть заохочувати впровадження в готелях екологічно чистого обладнання для водо- та енергозбереження шляхом зниження податків, надання субсидій або зниження тарифів на імпорт. Подібним чином можуть бути підвищені податки або тарифи на не екологічні товари чи послуги. Стимулювання у формі податків на будівельну діяльність або податків на інші споруди та збільшення вартості дозволів на будівництво можуть бути корисними для скорочення будівельної діяльності, яка часто збігається з розвитком туристичної дестинації.

4. Еко-етикетки. Вони можуть застосовуватися майже до будь-якого товару або послуги, що пропонуються туристам, які відповідають певним екологічним критеріям. Через значне зростання кількості екомаркетів за останні 15 років багато з них не відомі широкому загалу, і туристів можна заплутати [44]. Щоб бути значущим, екологічний знак повинен бути визнаний на міжнародному рівні та розпоряджатися авторитетною організацією.

5. Квотування. Встановлення обмеження кількості відвідувачів, які приймаються до місця призначення протягом визначеного періоду, може включати закриття певних місць, таких як екологічно нестійкі райони в певний час; встановлення максимальної кількості одиниць розміщення; визначення максимальної кількості осіб, дозволених на визначену туристичну визначну пам'ятку, певний район чи цілу країну. Ці інструменти запобігають перенаселеності та як наслідок – деградації природних ресурсів.

6. Зонування. Регулювання зонування може бути дуже ефективним інструментом обмеження будівельної діяльності, що є однією з найбільших проблем, пов'язаних з деградацією навколишнього середовища, спричиненою розвитком туризму. Цей інструмент дозволяє планувати розвиток екологічної туристичної дестинації і є відносно недорогим та простим у впровадженні. Фізичний план є основним виконавчим документом. Це може обмежити будівництво в екологічно чутливих районах або мінімізувати площі, відведені для нового будівництва. Зазвичай він також визначає стандарти розвитку, такі як обмеження щільності та висоти забудови, які контролюють багато аспектів планування та дизайну туристичних об'єктів.

Для реалізації завдань на регіональному рівні доцільно створити координаційні ради з туризму з числа представників різних форм господарювання. Даній структурі повинні бути делеговані такі функції:

- визначення критеріїв екологічно стійкого туризму, сертифікація туристичних маршрутів і послуг виходячи з оцінки їх відповідності принципам сталого туризму;

- включення в єдиний інформаційний простір, організація заходів з маркетингу, реклами та просування туристичного продукту поза регіоном;
- створення центру професійної підготовки та перепідготовки фахівців для роботи в сфері екологічного туризму;
- розробка і впровадження єдиної цінової політики в сфері туризму;
- створення механізмів моніторингу та контролю туристичної діяльності з метою запобігання шкоди природним і етнокультурним об'єктам;
- координація маршрутів і турів, що включають кілька дестинацій;
- маркетингове забезпечення просування туристичного продукту на місцевому рівні;
- розробка типового документообігу для оформлення відносин з комерційними структурами;
- впровадження механізму збору та обробки статистичних даних про туристів;
- проведення науково-практичних семінарів та конференцій з ключових проблем розвитку туризму.

Методологія управління розвитком туризму повинна спиратися на моніторинг стану біорізноманіття (оцінка впливу туристів на природні екосистеми), моніторинг розвитку власне екотуристичної діяльності (кількість туристів, сезонна динаміка, оцінки часу перебування, частоти відвідування різних об'єктів і маршрутів, заповнення готелів та ін.), моніторинг економічних показників розвитку туризму (доходи, витрати, вигоди, бюджетне та позабюджетне фінансування, динаміка податкової політики, природоохоронне інвестування та ін.), моніторинг соціально-економічних параметрів місцевого населення і місцевого господарства (опитувальні дані про ставлення до туризму в ООПТ, участь в охороні природи, наявність-відсутність конфлікту і його гострота і ін.) і моніторинг еколого-просвітницької та еколого-освітньої роботи.

Розглянемо недоліки притаманні розвитку туристичної інфраструктури (таблиця 1.11).

Таблиця 1.11 – Позитивні та негативні наслідки розвитку туризму

Типи впливів	Позитивні впливи / переваги	Негативні впливи	
Екологічні	Забезпечує максимальний стимул для збереження природних зон	Непряма шкода рослинності	
	Виступає за збереження та розвиток природного навколишнього середовища	Розпад місць проживання	
	Виховування туристів, місцевих жителів стосовно екологічної етики		Порушення дикої природи
			Забруднення повітря, шум та відходи
		Масова комерціалізація природних ресурсів	
Економічні	Основні засоби іноземного заробітку	Витік доходу	
	Збалансування економічного розвитку з належним розподілом доходу в місцевих громадах	Інфляція	
	Збільшення можливостей працевлаштування для місцевих жителів	Збільшення нездорової економічної конкуренції та економічного розриву серед місцевих жителів	
	Будівництво стійкої інфраструктури		
	Просування місцевої економіки		
Соціокультурні	Пропаганда та збереження різноманітних місцевих культур, традицій, мистецтва, музики та іншої історичної та релігійної спадщини	Ризик культурної деградації через вторгнення інших культур	
		Різні соціальні проблеми	
	Освіта щодо важливості культурної спадщини	Вплив сезонності	
	Диверсифікація культурної діяльності	Небажана комерціалізація культурних та релігійних атракцій	
	Культурний обмін	Натовп і небажана поведінка відвідувачів	

Джерело: власна розробка авторок

Державне управління і регулювання у сфері туризму передбачає законодавче забезпечення охорони навколишнього середовища, створення стимулюючої системи оподаткування та вибору оптимальних механізмів управління як процесом розвитку туристичної інфраструктури.

Світова організація туризму ідентифікувала 40 різних типів податків, що відносяться до туристичного сектору, де 15 з них припадає саме на підприємства, які задіяні в туристичній галузі [39].

З метою стимулювання розвитку туристичної діяльності в ряді країн світу використовуються податкові важелі (таблиця 1.12).

Таблиця 1.12 – Податкові механізми розвитку екологічного туризму в європейських країнах

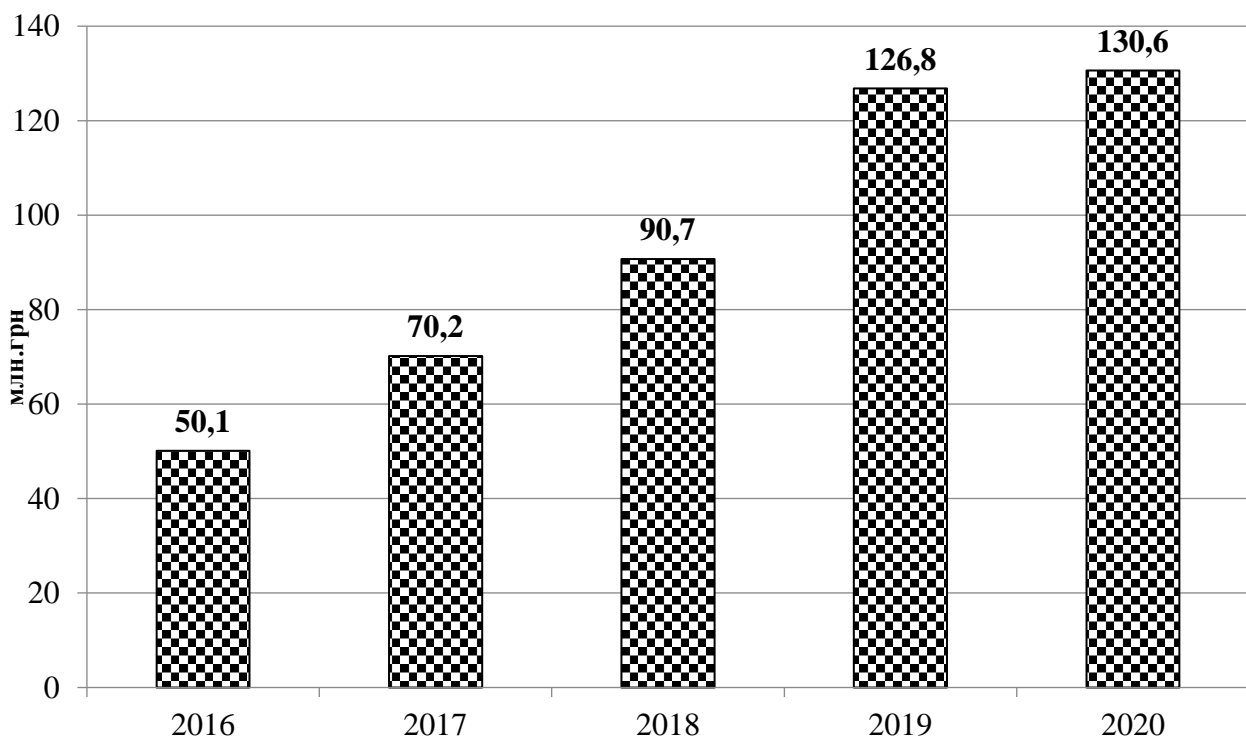
Країни	Зміст
Угорщина	Формування відповідних пільгових податкових інструментів
Хорватія	Звільнення туристичних і рекреаційних послуг від сплати ПДВ. Застосування додаткових стимулів для капіталовкладень відповідно до розміру інвестицій і рівня забезпечення роботою певної кількості персоналу. Надання спеціальної привілеї інвесторам, які здійснюють діяльність у зонах спеціального державного захисту, де корпоративний податок на додану вартість становить 5-15%
Польща	Встановлення ставки оподаткування туристичного бізнесу у розмірі 7% (для порівняння: інші види бізнесу – 22%). Введення система прискореної амортизації для деяких видів інвестицій. Диференціація обсягу пільг залежно від місця розташування об'єкта інвестування та рівня зайнятості
Іспанія	Надання інвесторам пільгового, податкового режиму і ставки амортизаційних відрахувань, зниження податку з обороту

Джерело: сформовано авторками за [23]

Таким чином, закордонний досвід доводить, що екологічний туризм є не лише джерелом отримання доходів, а й збереженням навколишнього природного середовища і збалансованого сталого розвитку територій. Європейські країни є прикладом дотримання «принципу екологізації туризму». Європейський союз вважає, що чистота навколишнього середовища – це основна умова відпочинку і розвитку туристичної індустрії в регіонах. Наприклад, в Чехії на державному рівні розроблено цілий комплекс методів регулювання процесу екологізації туризму, який передбачає примусові (екологічні мита та збори; санкції та заборони; екологічні платежі й штрафи; екологічна стандартизація; екологічна сертифікація; екологічний аудит) та заохочувальні (пряме бюджетне фінансування, пільгове оподаткування, субсидії, дотації, гранти, кредити для підприємств туристичної індустрії, які орієнтовані на екологічність туристичних продуктів. Також в цій групі: правова та інформаційна підтримка підприємств, нагородження спеціальними відзнаками, форми маркетингового сприяння (наприклад, безкоштовна реклама) [22].

Відповідно до Податкового кодексу України туристичний збір - це місцевий збір, кошти від якого зараховуються до місцевого бюджету. Ставки збору встановлюють органи місцевого самоврядування – сільські, селищні, міські ради або ради територіальних громад. Розмір платежу за одну добу розміщення однієї особи не може перевищувати 0,5 відсотка від мінімальної заробітної плати для внутрішнього туризму та до 5 відсотків – для в'їзного туризму. Базу справляння збору становить загальна кількість днів тимчасового розміщення у місцях проживання.

Динаміка обсягів надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору в Україні наведено на рисунку 1.11



▣ Надходження до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн.грн

Рисунок 1.11 – Динаміка обсягів надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору в Україні

Джерело: сформовано авторками за даними Державного агентства розвитку туризму України

Таким чином, обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору у 2018 році склав 90,7 млн грн, що на 36,6 млн грн більше, ніж у 2016 році. Загальний обсяг надходжень від туристичного збору у 2020 році становив 130,6 млн грн.

Розглянемо на рисунку 1.12 топ-10 областей (міст), які увійшли до лідерів щодо сплати туристичного збору до місцевих бюджетів.

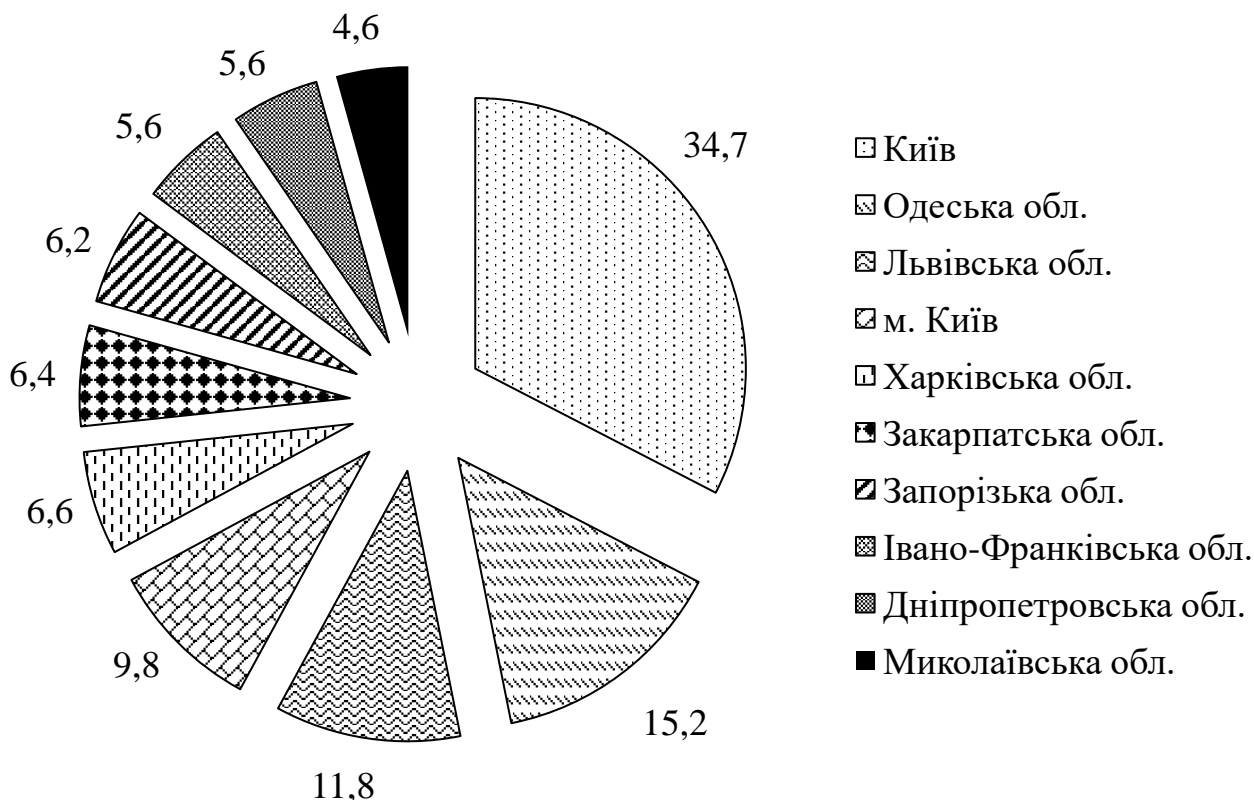


Рисунок 1.12 – Обсяги надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн.грн.

Джерело: сформовано авторками за даними Державного агентства розвитку туризму України

У трійці лідерів опинилися місто Київ – 34,7 млн грн, Одеська – 15,2 млн грн та Львівська області – 11,8 млн грн.

Протягом 2016-2020 років спостерігалася позитивна динаміка щодо сплати податкових платежів до Державного бюджету України підприємствами, що здійснюють туристичну діяльність.

Новий податковий кодекс ще більше ускладнив і так непросту ситуацію з оподаткуванням діяльності у сфері екологічного та сільського зеленого туризму, оскільки в ньому не передбачено ніяких особливих умов стосовно цієї діяльності, а отже кожен хто надає послуги зеленого туризму повинен реєструватись як приватний підприємець, що сильно відрізняє нас від держав Західної Європи. В найближчій до нас Польщі, наприклад, не оподатковується прибуток від надання послуг в галузі зеленого туризму, якщо туристам здається не більше п'яти кімнат [44].

Невирішеними залишаються питання, пов'язанні з вивченням класифікації видів економічної діяльності (КВЕД), які б характеризували діяльність організацій рекреаційної сфери, оскільки рекреаційна сфера не представлена окремим розділом. Цей класифікатор є вагомим джерелом інформації для аналізу капітальних інвестицій з можливістю зіставити капітальні інвестиції з іншими показниками, які характеризують рекреаційну сферу.

При регулюванні функціонування ринку санаторно-курортних послуг в Україні вагоме значення має оподаткування. Податкове регулювання ринку санаторно-курортних послуг пов'язане із вилученням частини підприємницького прибутку в бюджет. У зв'язку з цим держава привласнює частину прибутку, застосовуючи наступні напрями їх вилучення: сплата майнових податків, зокрема внесення податку за землю, рентних платежів; внесення суб'єктами господарювання податку на прибуток до бюджету; сплата туристичного збору у відповідності зі ст. 268 Податкового кодексу України. Також діяльність санаторно-курортних закладів пов'язана з використанням природно-рекреаційних ресурсів – складової національного багатства – надр України. Сучасне податкове регулювання їх використання здійснюється через застосування загальнодержавного обов'язкового платежу, що має рентний характер, – плати за користування надрами [28].

При залученні інвестицій на ринок санаторно-курортних підприємств держава може використовувати метод податкового стимулювання, який включає: зменшення податкового навантаження; повне звільнення від податків

протягом певного періоду часу; відстрочення строку погашення податкових зобов'язань.

Найбільш дієвим інструментом узгодження інтересів держави, регіонів і окремих суб'єктів господарювання в сфері туризму є перехід до особливої, пільгової системи оподаткування їх діяльності. Як один з можливих варіантів зниження податкового тиску на туристичну галузь запропоновано використання ставок ПДВ та податку на прибуток, що періодично переглядалися б відповідно до економічної ситуації в країні та кон'юнктури туристичного ринку [42].

Для стимулювання розвитку туристичної інфраструктури регіону необхідно використовувати гарантовані державою спрощені схеми реєстрації, інструменти пільгового оподаткування суб'єктів туристичної діяльності, диференціації податкових ставок та пільгові умови кредитування. проектів з облаштування, реконструкції та будівництва об'єктів туризму.

Запровадження податкових пільг сприяє рівню розвитку підприємницької діяльності в туристичній діяльності. Вважаємо, чинну систему податкових пільг доцільно доповнити інструментами, що передбачають часткове або повне звільнення від оподаткування суб'єктів, які впроваджують охоронні технології та відтворення природно-ресурсного потенціалу. Надання податкових кредитів здійснюється на основі тих же принципів і полягає у відтермінуванні сплати податкових стягнень. Податкові пільги та податкові кредити доцільно надавати суб'єктам туристичної діяльності для здійснення інвестування в охоронні заходи. Так, результат такого реформування системи оподаткування полягає у поліпшенні стану туристичного середовища й одночасному позитивному економічному ефекті від ослаблення негативної дії на економіку спотворених податків.

Вважаємо, що формування дохідної частини місцевого бюджету повинне здійснюватися у двох основних напрямках:

- удосконалення структури дохідної частини місцевих бюджетів у напрямку перегляду ставок оподаткування. Необхідно переглянути ставки

оподаткування залежно від рівня забезпеченості території відповідним природно-ресурсним потенціалом, їх ролі в розвитку регіону. В результаті такої діяльності місцеві органи влади могли б спрямовувати частину цих відрахувань на розвиток туризму регіону, що, в свою чергу, сприяло б процесам розвитку інфраструктури в регіоні;

- удосконалення структури надходжень від місцевих податків і зборів. Необхідно змінити сам підхід до формування місцевих податків і зборів. Тобто їх формування повинне відбуватись у контексті зміни самої структури місцевих податків і зборів та перегляду ставок оподаткування. Адже підвищення їх ролі і збільшення частки доходів за їх рахунок є головним напрямком зміцнення місцевих бюджетів, розширення їхньої фінансової автономії. За рахунок збільшення дохідної частини місцевих бюджетів можна буде здійснювати структурні перетворення щодо розвитку сільського зеленого туризму і не залежати від вольових рішень центральних органів влади [41].

Для регіонів, які мають низький рівень розвитку туристичної галузі, пропонуємо застосовувати як пріоритетний інструмент стимулювання податкову знижку, що визначається за методом, згідно з яким підприємства туристичної діяльності отримують пільгу в разі досягнення відповідного рівня охорони природно-ресурсного потенціалу порівняно з попереднім або базовим періодом.

Для регіонів із середнім рівнем розвитку туристичної сфери пріоритетним інструментом стимулювання є податковий кредит, що вираховується безпосередньо із суми податку на прибуток, на відміну від податкової знижки, яка скорочує базу оподаткування, але податковий кредит передбачає компенсацію відстрочених сум у вигляді додаткових надходжень податку в результаті загального зростання прибутку [22].

Для регіонів із високим рівнем розвитку туристичного сектору пропонуємо застосовувати звільнення від сплати податку протягом економічно обґрунтованого терміну.

Подолання зазначених проблем у функціонуванні туристичної інфраструктури потребує комплексного підходу і вжиття ряду заходів, що сприятимуть розвитку туризму, так як екологічний туризм сприятиме підвищенню туристичного іміджу України, що, в свою чергу дозволить підвищити питому вагу туризму в економіці України та збільшить надходження до Державного бюджету України [4].

Туристична інфраструктура Дніпропетровської області представлена рекреаційними ресурсами до яких відносяться:

- об'єкти природного фонду, що представлені природно-заповідним фондом Дніпропетровської області;

- об'єкти санаторно-курортного туризму, що надають відпочиваючим можливість користування природно-рекреаційними ресурсами в лікувальних цілях;

- об'єкти, які штучно створені людиною, що мають комфортні та придатні умови для створення туристичного продукту або послуги. Наявність зазначених об'єктів визначає формування туристичного осередку в регіоні до яких відносяться об'єкти історичного та культурного значення, а саме: музеї; пам'ятники та визначні місця, які пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури; унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти; об'єкти, що демонструють сучасні досягнення країни в будівництві, сільському господарстві, промисловості, культурі, медицині науці та спорті;

- об'єкти сільського зеленого туризму, а саме агросадиби, агроготелі, фермерські садиби, де туристи ведуть сільський спосіб життя та беруть участь у народних обрядах та гуляннях [25].

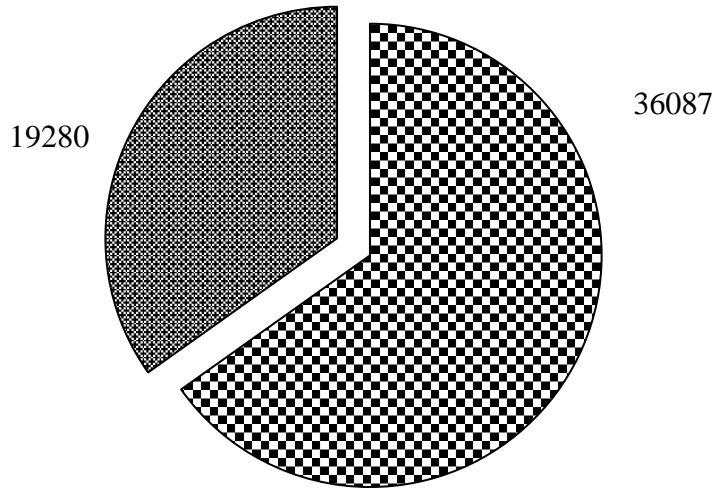
У Дніпропетровській області екологічний туризм може розвиватися у трьох напрямленнях, а саме: науковому, пізнавальному та рекреаційному. Так, Посохов І.С., Сагайдачна А.В. визначають «науковий туризм як експедиції вчених, літні практики студентів, будь-які подорожі, що включають у себе збір наукової інформації про маловідомі райони та об'єкти області» [37]. Цей

напряму туризму сприятиме розширенню наукових інтересів та освітніх зв'язків на регіональному та міжнародному рівнях. Пізнавальний туризм, надає можливість працювати дитячим екологічним центрам. Діти разом із керівниками проводять пішохідні екскурсії екологічними стежками. Рекреаційний туризм – це відпочинок, оздоровлення та лікування на природі. Туризм поділяють на два основні класи: класичний в межах природоохоронних територій і в умовах «дикої», непорушеної або малозміненої природи, цьому сприяє розробка екологічних стежок, які активно використовуються туристами; туризм поза межами природоохоронних територій на просторі окультуреного або культурного ландшафту, найчастіше сільського, як приклад використання сільських садиб.

Основними пріоритетами розвитку екологічного туризму в Дніпропетровській області є: підвищення конкурентоспроможності, якості, автентичності, стійкості туристичного продукту, а також збільшення інвестицій в високоякісне житло та інші туристичні проекти з низьким впливом на навколишнє середовище [1].

Динаміка виділення коштів обласного бюджету на реалізацію заходів Програми розвитку туризму на 2014-2022 роки засвідчила нульову пріоритетність цього сектору економіки у період з 2014 по 2016 р. (кошти не виділялися). На 2019 р. сума, затверджена відповідними бюджетами, склала всього 150 тис. грн. (це – всього 30 % аналогічного показника попереднього року) (рисунок 1.13).

Таким чином, наведені дані свідчать, що розвиток туризму в громадах Дніпропетровської області значною мірою залежить від факторів зовнішнього середовища, рівня фінансового забезпечення галузі. Подальший розвиток ринку туристичних послуг залежить і від того, наскільки ефективно кожен суб'єкт буде здійснювати свою діяльність.



■ Загальні обсяги фінансування Програми розвитку туризму на 2014–2018 роки, (I етап, тис. грн.)

▣ Загальні обсяги фінансування Програми розвитку туризму на 2019–2022 роки, (II етап, тис. грн.)

Рисунок 1.13 – Загальні обсяги фінансування Програми розвитку туризму на 2014-2022 роки в Дніпропетровській області

Пропонується три рекомендації як життєво важливі фактори, спрямовані на розвиток та комерціалізацію туристичної інфраструктури в територіальних громадах [43]:

- оскільки туризм забезпечує прямий та непрямий додатковий дохід місцевим жителям, місцеві жителі, які вступають в туризм (тобто в основному продають NTFP) повинні бути забезпечені професійною підготовкою та навичками для виробництва продукції;

- досліджуючи варіант ринкових можливостей ніші, жителі села повинні бути заохочені надавати цінність, як додаткової форми створення багатства за допомогою туризму. Співпраця інвесторів та громади взагалі може бути ініційована офіційними груповими дискусіями для розробки організації, що базується на громаді, для встановлення спільного прийняття рішень щодо будь-якої діяльності, включаючи розвиток, послуг та управління;

- хоча туризм на практиці орієнтований на ринок, урядова система моніторингу все ще потрібна для встановлення та уникнення потенційних

негативних наслідків на довкілля та культуру. Також потрібна освіта для місцевих жителів села, особливо для тих, хто сильно покладається на природні ресурси для отримання доходів, оскільки туризм також залежить від здорового середовища для туристів.

Позитивний імідж території необхідний для залучення в країну приватного капіталу, тобто додаткових інвестицій. Вимірюють величину капіталу, залученого на певну територію, шляхом застосування туристичного «мультиплікатора», що показує непрямий вплив на соціальну сферу і економіку країни. Маркетинг іміджу території вважається в порівнянні з іншими сучасними стратегіями розвитку досить не затратним способом, він не передбачає істотних змін інфраструктури, допомагає покращувати комунікативні аспекти, тобто сприяє підвищенню привабливості регіону. Для розроблення програми заходів щодо економічного та інфраструктурного оцінювання туристичної привабливості регіону наступні дії:

- оберігати, відновлювати та підтримувати у привабливому вигляді природні ресурси та історико-культурні пам'ятки країни як основну притягальну силу для туриста;

- інтенсивно і якісно розвивати туристичну інфраструктуру;

- стимулювати розвиток суміжних з туризмом галузей економіки регіону, у тому числі у сфері туристичної анімації, що у кінцевому результаті призведе до розвитку туристичної інфраструктури;

- покращувати якість довкілля у межах туристичних територій;

- достатньо і якісно інформувати про туристичні регіони;

- проводити маркетингові кампанії у межах туристичних регіонів, використовуючи наукові здобутки з регіонального маркетингу;

- створювати навчальні центри для підготовки, перепрофілювання та підвищення кваліфікації туристичних кадрів, включаючи закордонні стажування;

- з боку державних та місцевих органів влади надавати належну фінансову підтримку для утримання туристичної інфраструктури;

- органам державної та місцевої влади підтримувати економічний та політичний імідж туристичного регіону;

- проводити просвітницьку роботу серед населення як основного носія культурно-етнографічних цінностей нації» [30].

Вище вказані дії сприятимуть розвитку туристичної інфраструктури як на регіональному так і на всеукраїнському рівнях.

Внутрішній туризм передбачає подорожі в межах території громадян країни та осіб, які постійно проживають на її території. Динаміка кількості внутрішніх туристів по Дніпропетровській області наведена на рисунок 1.14.

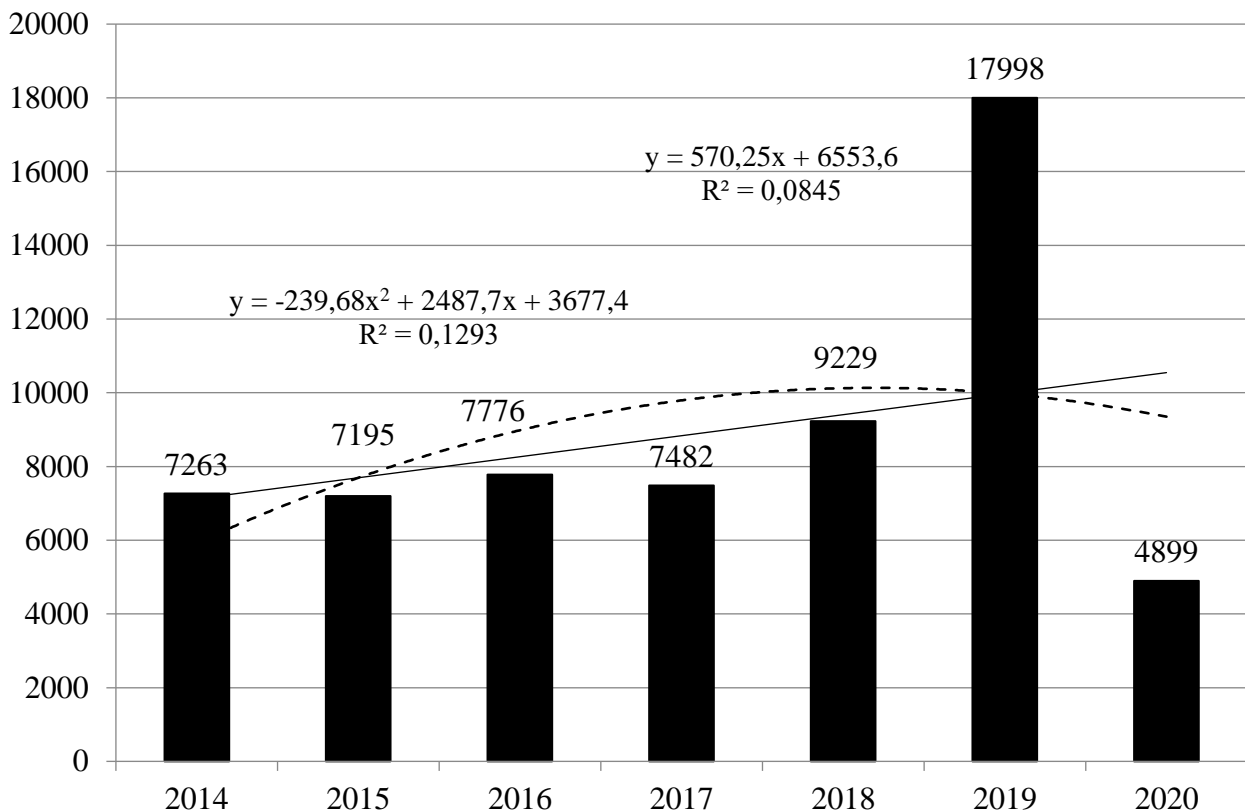


Рисунок 1.14 – Аналітичне вирівнювання кількості внутрішніх туристів по Дніпропетровській області, осіб

Джерело: побудовано за [15, 16]

З отриманих рівнянь прямолінійного і параболічного трендів видно, що кількість внутрішніх туристів в Дніпропетровській області з 2014 по 2019 рік мала тенденцію до збільшення. Проте наслідки пандемії COVID-19 внесли

корективи в туристичну діяльність, що в свою чергу, спричинило зменшення кількості внутрішніх туристів, а саме в Дніпропетровській області на 73% у 2020 році в порівнянні з 2019 роком. З рівняння прямолінійного тренду видно, що у 2013 році, тобто році, який передує початку наших досліджень, кількість внутрішніх туристів в Дніпропетровській області становила – 6553 осіб. Щорічне підвищення кількості внутрішніх туристів в Дніпропетровській становить 570 осіб. Рівняння параболічного тренду більш чітко відображає тенденцію зміни кількості внутрішніх туристів в Дніпропетровській області, про що свідчить рівень коефіцієнта апроксимації (він дорівнює 0,1293 тоді як при прямолінійному вирівнюванні дорівнював 0,5638). Параметри тренду свідчать, що кількість внутрішніх туристів в Дніпропетровській області має тенденцію до зростання, що визначає її актуальність. Вийняток становить 2020р.

Економічна криза спричинена всесвітньою пандемією COVID-19 та події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим, проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей та повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України 24 лютого 2022 року призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, що негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичних ринках. Внутрішній туризм являє собою міграційні потоки людей в межах країни постійного проживання з туристичними цілями. Національна грошова одиниця, використовується повсякденно та продовжує залишатися засобом платежу, а рідна мова – засобом спілкування.

Сучасні наукові дослідження засвідчують, що прискорений розвиток екологічного туризму може відіграти роль каталізатора структурної перебудови економіки регіонів, забезпечити демографічну стабільність та розв'язати соціально-економічні проблеми регіонів. Саме цей аспект спонукав нас до виокремлення проблеми пошуку перспективних напрямів формування привабливості туристичних територій Дніпропетровської області [4].

В контексті дослідження зазначимо, що самозайнятість розглядається як форма соціально-економічної адаптації в умовах економічної кризи. Самозайнятість населення особливо актуалізується в умовах, коли держава не може забезпечити занятість населення, яке прагне працювати. Допомога цим людям зі сторони держави можлива через проведення активної політики сприяння зайнятості.

В Стратегії регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року передбачено стратегічні та тактичні цілі, які будуть досягнуті в результаті послідовних дій (таблиця 1.15)

Таблиця 1.15 – Стратегічні цілі регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року

Стратегічні цілі	Тактичні цілі	Дії
Туристична привабливість	Підвищення атракційності та інфраструктурного забезпечення туризму, курортів, оздоровлення, спорту та рекреації	Збереження природничої та історико-культурної спадщини. Розвиток інформаційної та організаційно-інноваційної інфраструктури
	Підвищення якості регіонального туристичного продукту та його просування	Підтримка та розвиток існуючих та потенційних туристичних продуктів і послуг. Забезпечення позиціонування та просування туристичних дестинацій і туристичних брендів Дніпропетровщини
Посилення економічної конкурентоспроможності регіону	Розвиток туристичної сфери	Створення туристичних кластерів. Розвиток промислового, зеленого, екологічного, історичного, фольклорного, подієвого, екстремального та інших видів туризму. Розвиток інфраструктури туризму. Розвиток екомережі та рекреаційних зон
	Збереження архітектурної спадщини та розвиток мистецтва	Реставрація та консервація пам'яток архітектури Дніпра та області. Відродження традиційних місцевих ремесел та історико-культурних ареалів. Підтримка культури та мистецтв національних та етнічних меншин. Розвиток музейно-культурної сфери на основі впровадження сучасних інформаційних систем
	Туристичні продукти	Створення нових туристичних продуктів

Джерело: сформовано за матеріалами [2, 13, 41]

В Стратегії регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року зазначено, що «сфера туризму не розвинута, для неї характерні занедбаність об'єктів туристичної спадщини, нераціональність у використанні наявних природних ресурсів, відсутність інвестицій у розвиток не лише інфраструктури, але й туризму в цілому, відтік персоналу за кордон, низька заінтересованість мешканців області подорожувати своїми і сусідніми громадами...» [20] тобто в Стратегії наголошується на тому, що регіональний внутрішній туризм необхідно розвивати за рахунок відновлення або створення привабливих туристичних територій, що в свою чергу призведе до підвищення показника самозайнятості населення.

Результати соціально-економічного аналізу свідчать, що в області існують проблеми, пов'язані з розвитком туризму, які неможливо розв'язати засобами тільки територіального чи галузевого управління, для цього необхідні регіональна програмна підтримка та комплексний підхід, координація діяльності з іншими галузевими управліннями місцевих органів виконавчої влади, органами місцевого самоврядування та міжгалузева координація.

Досягнення тактичних цілей буде забезпечено через формування унікальних і різноманітних туристичних продуктів регіону, просування їх на внутрішньому та міжнародному ринках шляхом рекламно-інформаційних кампаній, створення туристичних кластерів та туристичної інфраструктури, яка б відповідала сучасним стандартам. В результаті отримаємо: збільшення частки продукції наукоємних та інноваційних виробництв у валовому регіональному продукті області, відповідно створення нових «якісних» робочих місць, покращення діяльності організацій та установ науково-прикладної спрямованості; підвищення ефективності та продуктивності сільськогосподарського виробництва; зміну частки малого та середнього підприємництва у структурі економіки області та периферійних районів; зміну структури зайнятості та рівня безробіття, у тому числі рівня зайнятості та самозайнятості жінок; створення туристично-привабливого іміджу

Дніпропетровщини для місцевого населення, громадян України та іноземних громадян.

Висновки до розділу 1

Отже, туризм є однією з найбільш перспективних складових туризму на регіональному рівні, а туристична інфраструктура є ключовим рушієм забезпечення тривалого періоду економічного зростання, який спостерігається в останні роки. Туристична інфраструктура також має суттєве значення, соціальні та культурні вигоди, а через її потенціал сприяє міжрегіональним та міжнародним відносинам. Ці соціально-економічні виміри роблять туристичну інфраструктуру регіонів важливою складовою глобалізації.

Перспективи розвитку туризму в регіоні на період з 2020 по 2027 р.:

1. Організація умов розвитку туристичної діяльності на місцях. Для цього у визначеному алгоритмі місцевим органам виконавчої влади та органам об'єднаних територіальних громад необхідно:

- розробити та затвердити місцеві програми розвитку туризму та курортів, забезпечити їх належне фінансування; узгодити їх з нормативно-правовою базою згідно чинного Закону України «Про туризм» та погодити їх в місцевих органах управління;

- розробити та втілити механізм спрямування коштів місцевих бюджетів, у т.ч., отриманих від сплати туристичного збору та сплати податків суб'єктами туристичної діяльності (включаючи податки на ведення торгівельної діяльності, продажу сувенірної продукції, харчування та ін.), на розбудову туристичної інфраструктури та просування місцевого туристичного продукту;

- утворити окремі структурні підрозділи з питань розвитку туризму в обласній та районних державних адміністраціях, виконавчих комітетах місцевих рад всіх рівнів;

- забезпечити співпрацю із суб'єктами туристичної діяльності та їх профільними асоціаціями щодо належного представлення туристичних

можливостей територій на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах.

2. Активізація державно приватного партнерства. Поштовх до розвитку потрібно здійснювати спільними зусиллями бізнесу і влади. По-перше, задля вдалого розвитку туристичного продукту громад Дніпропетровщини потрібна підтримка, реставрація, реконструкція, відновлення існуючих «якірних» об'єктів за кожним з напрямів концепту «локації – будівлі, історичні об'єкти – місця транспортного сполучення», а також створення нових «якірних» об'єктів. По-друге, розвиток туристичного простору повинен передбачати якісне облаштування основної туристичної осі – «автотранспортні зупинки – залізничний вокзал – аеропорт». По-третє, ефективна промоція територій громад та їх туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках неможлива без наполегливої рекламної кампанії.

Для успішного та ефективного розвитку туризму рекомендуємо зосередити увагу територіальних громад на наступні постулати:

1. Підвищувати обізнаність про навколишнє середовище і культуру. Перший крок до того, щоб щось зробити, – це зрозуміти, що ви повинні робити.

2. Мінімізувати вплив. Якщо потрібно – летіть літаком, якщо ви можете цього уникнути – спробуйте потяг. Ходити пішки або їздити на велосипеді замість того, щоб вести машину. Поважати місцеві ресурси і не витрачати їх даремно.

3. Забезпечити позитивний досвід як відвідувачам, так і господарям. Поважати місцевих жителів, їх співтовариство та підтримуйте їх цінності.

4. Забезпечити пряму фінансову вигоду для збереження. Якщо це справжній туризм, велика частина грошей, які ви платите, піде на охорону природи.

5. Забезпечити фінансовими пільгами і можливостями місцеве населення. Купуючи місцеві автентичні продукти ви підтримаєте місцевих жителів.

РОЗДІЛ 2. СТАЛЕ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ ПРОМИСЛОВОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

2.1. Ретроспективний аналіз та сучасні тенденції розвитку земель промисловості

Землі промисловості в Україні відповідно до Земельного кодексу України [45] є складовою частиною категорії земель – промисловості, транспорту, зв'язку, енергетики, оборони та іншого призначення. Відповідно до статті 66 [45], до земель промисловості належать землі для розміщення та експлуатації основних, підсобних і допоміжних будівель та споруд промислових, гірничодобувних, транспортних та інших підприємств, їх під'їзних шляхів, інженерних мереж, адміністративно-побутових будівель, інших споруд. На рисунку 2.1 наведений останній оприлюднений розподіл земельного фонду України станом на 2020 рік.

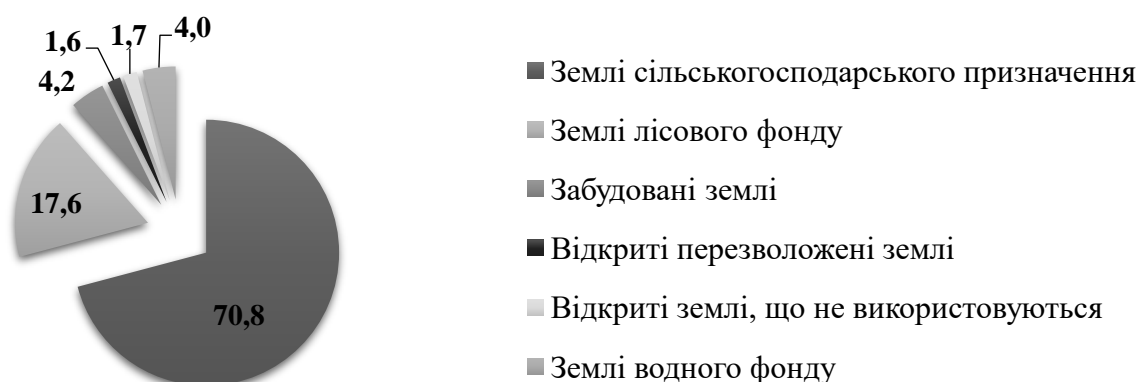


Рисунок 2.1 – Структура земельного фонду України (%)

Джерело: складено авторками на основі [46]

Якщо розвиток земель лісового фонду, водного фонду або сільськогосподарського призначення мають значну історичну складову, на яку людство може впливати своїми діями, то забудовані землі навпаки з'являються за рахунок різних категорій земель і є результатом діяльності людини. З понад 60,4 млн. га земель України близько 70,8% займають землі

сілськогосподарського призначення, а забудовані землі лише близько 4,2%. До складу забудованих земель (рисунок 2.2) входять також землі промисловості.

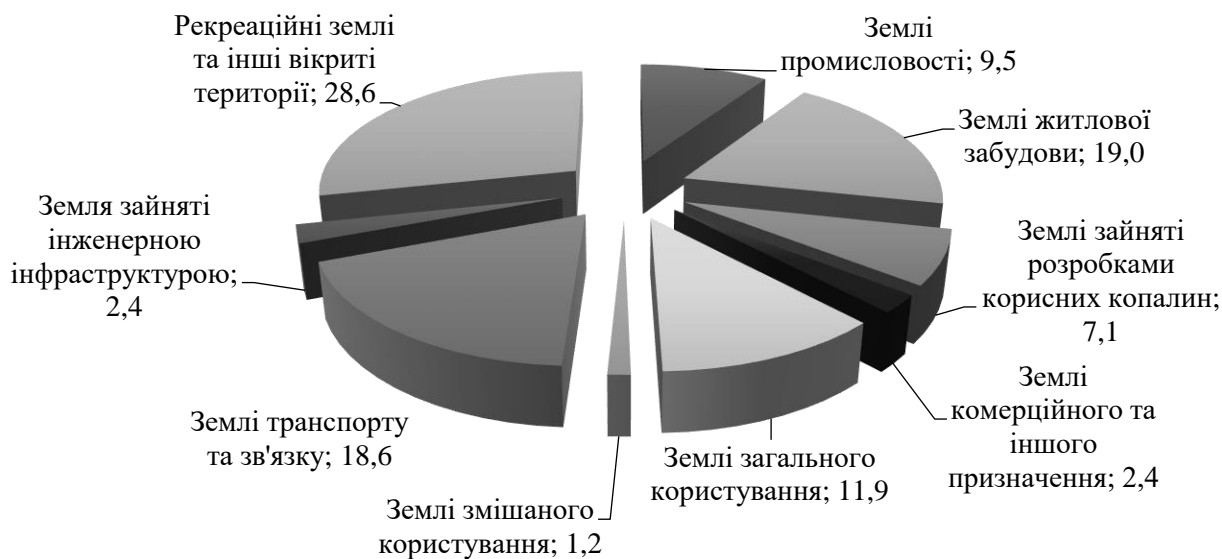


Рисунок 2.2 – Структура забудованих земель в Україні (%)

Джерело: складено авторками на основі [46]

У структурі забудованих земель найбільшу частку мають рекреаційні землі та землі транспорту і зв'язку. Землі промисловості займають лише 9,5% площі забудованих земель. Очевидно, що такий показник як площа не в повній мірі відбиває значимість земель промисловості для розвитку суспільства. Важливо оцінити економічний показник, наприклад обсяги ВВП у розрізі використання земельного фонду України (рисунок 2.3).

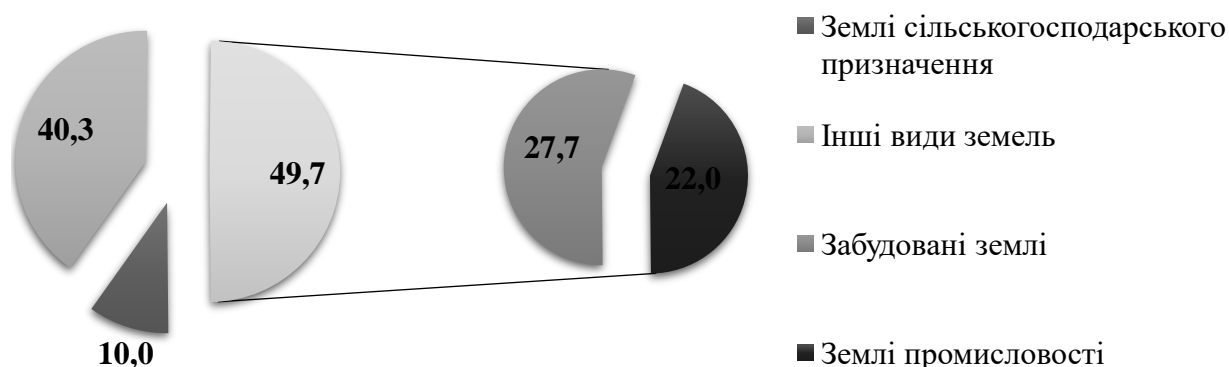


Рисунок 2.3 – Частка ВВП у структурі земельного фонду України (%)

Джерело: складено авторками на основі [46]

Інформація проілюстрована на рис. 2.3 є дуже показовою, адже за рахунок використання забудованих земель формується близько 49,7 % ВВП держави, половина з якого саме від використання земель промисловості. Інтенсифікація використання земель промисловості має багато проблемних аспектів, а особливо актуальним залишається завдання їх раціонального використання на національному, регіональному та місцевому рівнях. Більшість наукових досліджень, що проводяться в цьому напрямі спрямовані на забезпечення екологічної безпеки населення країни. Актуальність проблеми зменшення негативного впливу від промислових підприємств інтенсивніше загострюється протягом останніх десятиріч і має вирішуватись через об'єднання зусиль органів державної влади, науково-дослідних організацій та безпосередньо промислових підприємств.

Розвиток інноваційних технологій та поява нових промислових підприємств зумовлює необхідність удосконалення методів зменшення негативного впливу промисловості на навколишнє природне середовище. Одним із загальновідомих є формування санітарно-захисних зон. В умовах постійно зростаючої щільності забудови та цінності міських земель, активно забудовуються земельні ділянки, які знаходяться в зонах обмежень без дотримання встановлених регламентів. Це призводить до погіршення екологічної ситуації, а також знижує безпечність освоєння прилеглих територій.

Процес господарського освоєння території відбувається у конкретному просторовому середовищі та протягом певного часу. Дослідження процесу освоєння території та управління будь-якими її ресурсами має враховувати історичну складову їх розвитку, що зумовило необхідність проведення ретроспективного аналізу розвитку промисловості в Україні.

Активний розвиток промисловості в Україні почався у XVII столітті. У той час почало формуватися мануфактурне виробництво, яке базувалося на дрібних промислах і ремісничій техніці [47, 48].

У XVIII столітті на початку формування в Україні товарно-грошових відносин відбувається розбудова міських поселень та масова побудова млинів і вітряків. Очевидно, що мова про забруднення навколишнього природного середовища не йшла, а усе виробництво було максимально екологічно збалансованим.

На початку XIX століття всією територією України розпочинається побудова цукроварень. Тогочасна цукрова промисловість посідає перше місце серед галузей промисловості, за нею – суконна. У другій половині XIX століття значного розвитку набувають такі види промисловості як військова, машинобудівна та металургійна. З появою відповідних видів промисловості починає з'являтися негативний вплив на навколишнє середовище і необхідність впровадження заходів зменшення такого впливу.

Станом на 1900 рік в Україні налічували близько 5300 промислових підприємств. Реформи, відміна кріпосного права, перехід від мануфактурного виробництва до фабрично-заводського, технічний прогрес – все це значно прискорило розвиток промисловості.

У довоєнні та ранні післявоєнні кроки почали з'являтися та розвиватися галузі промисловості, які з одного боку мають найбільший вплив на розвиток і незалежність держави, а з іншого – призводять до суттєвого погіршення екологічної ситуації. Тенденції до промислового спрямування, які були визначені ще з середини 50-х років XX століття дотепер залишаються актуальними. Офіційна статистика щодо динаміки зміни площ земель промисловості за період з 2005 по 2016 роки подана у таблиці 2.1.

Стосовно розвитку земельного фонду земель промисловості в наступні роки статистична інформація відсутня, а в офіційному листі від Державної служби України з питань геодезії, картографії та кадастру відповідають, що наразі така інформація не надається та статистика не ведеться. Тобто або зміни у земельному фонді є, але вони не відслідковуються, або змін в площі земель промисловості немає, а навантаження на них зростає.

Таблиця 2.1 – Динаміка зміни площі земельного фонду земель промисловості в Україні

Рік	Площа, тис. га
2016...2021	224,7
2016	224,7
2015	224,1
2014	223,4
2013	223,4
2012	223,2
2011	223,2
2010	222,0
2006	222,0
2005	220,4

Джерело: [16]

За даними таблиці 2.1 видно, що площа земель зайнятих промисловістю зростала до 2016 року. З того часу площа земель промисловості не змінювалася, а у зв'язку з появою тимчасово непідконтрольних територій Донецької і Луганської областей, а також анексією Криму, враховувати динаміку змін земель промисловості стало складним завданням.

Спираючись на офіційні статистичні дані, можна дослідити динаміку зміни кількості активних промислових підприємств України у розрізі областей. Дані у таблиці 2.2 наводяться за останні 5 років, які є у вільному доступі в Державній службі статистики України, та, які є особливими з огляду на наявні геополітичні чинники в Україні.

Таблиця 2.2 – Кількість активних промислових підприємств за регіонами України

Рік \ Область	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6
Вінницька	1348	1201	1255	1489	1472
Волинська	744	675	718	815	819
Дніпропетровська	3285	3218	3568	4268	4307
Донецька	1788	1675	1538	1538	1472
Житомирська	1455	1318	1398	1597	1347
Закарпатська	941	763	864	1085	1585
Запорізька	1920	1839	2010	2247	1139

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6
Івано-Франківська	1390	1171	1305	1494	2315
Київська	2755	2703	2977	3221	1452
Кіровоградська	892	804	865	979	3186
Луганська	517	723	512	575	983
Львівська	2759	2341	2624	2981	479
Миколаївська	1117	1028	1069	1211	3081
Одеська	2275	1999	2200	2421	1231
Полтавська	1271	1139	1276	1424	2419
Рівненська	916	837	902	1033	1463
Сумська	892	835	891	970	1064
Тернопільська	902	752	815	905	988
Харківська	3773	3197	3545	3903	918
Херсонська	952	870	978	1082	4015
Хмельницька	1104	981	1050	1183	1042
Черкаська	1191	1147	1231	1380	1237
Чернівецька	572	489	570	657	1368
Чернігівська	894	800	877	984	674

Джерело: [16]

Дані на рисунку 2.4 наглядно ілюструють, що в 2017 році мало місце скорочення промислових підприємств практично у всіх регіонах України, а з 2019 відбувся значний приріст нових.

У зв'язку з цим, актуальною і виразною є статистика щодо типізації нових промислових підприємств. В умовах сучасного стану української економіки, індустріальні парки (або індустріальні екопарки) [49], як світовий тренд, могли би стати чи не єдиним варіантом її підтримки.

Оскільки створення і функціонування індустріальних парків має на меті залучення інвестицій у розвиток промисловості, то визначення правового режиму земель для таких потреб має здійснюватися з урахуванням конституційних засад щодо набуття і реалізації прав на землю, раціонального використання та охорони земель, забезпечення громадянам права на екологічну безпеку, а також з додержанням загальних законодавчих імперативів щодо

використання та охорони земель промисловості. Але парадоксальною і нелогічною є ситуація зі створенням індустріальних парків територією України.

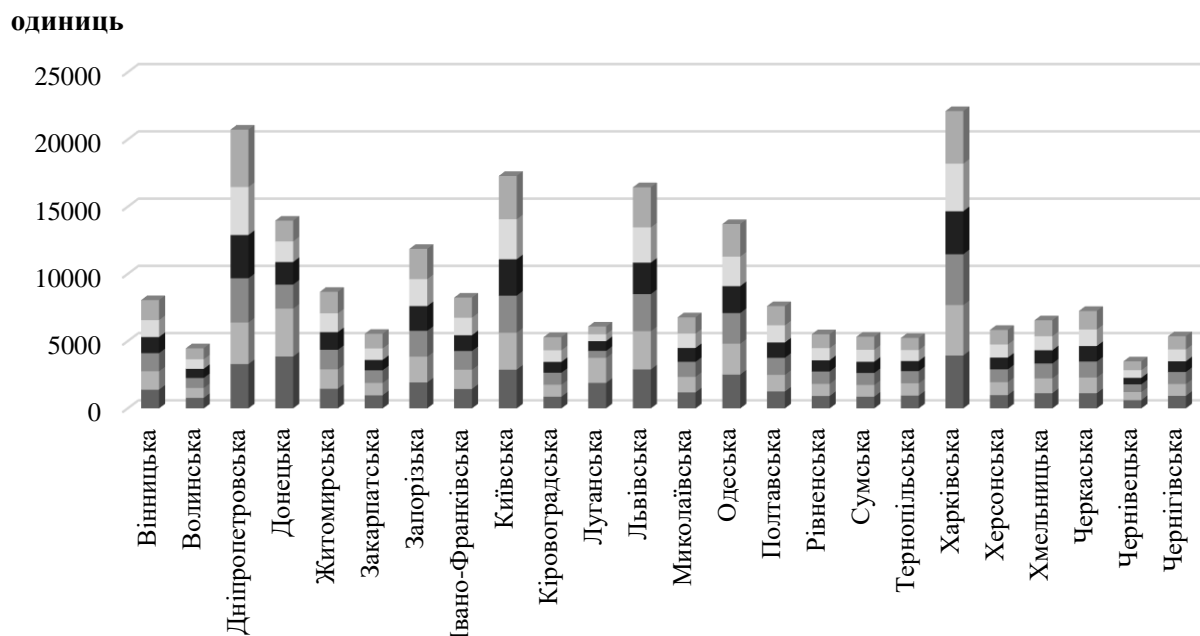


Рисунок 2.4 – Динаміка зміни кількості активних промислових підприємств за регіонами

Джерело: складено авторками на основі [16]

У найбільш промислово розвинених регіонах з великою кількістю промислових підприємств різних галузей індустріальні парки відсутні або є поодинокими. Порівнюючи динаміку створення промислових підприємств за регіонами, яка налічує сотні додаткових підприємств у кожному, то за останні 3 роки до реєстру індустріальних парків додалося лише до 20 об'єктів, а сам реєстр нараховує 53 індустріальних парків, у 35 із них визначено керуючі компанії, а у 18 є учасники (станом на лютий 2022 року). Натомість багато індустріальних парків створено та занесено до Реєстру індустріальних парків в областях з низьким промисловим потенціалом, як це бачимо з рисунку 2.5.

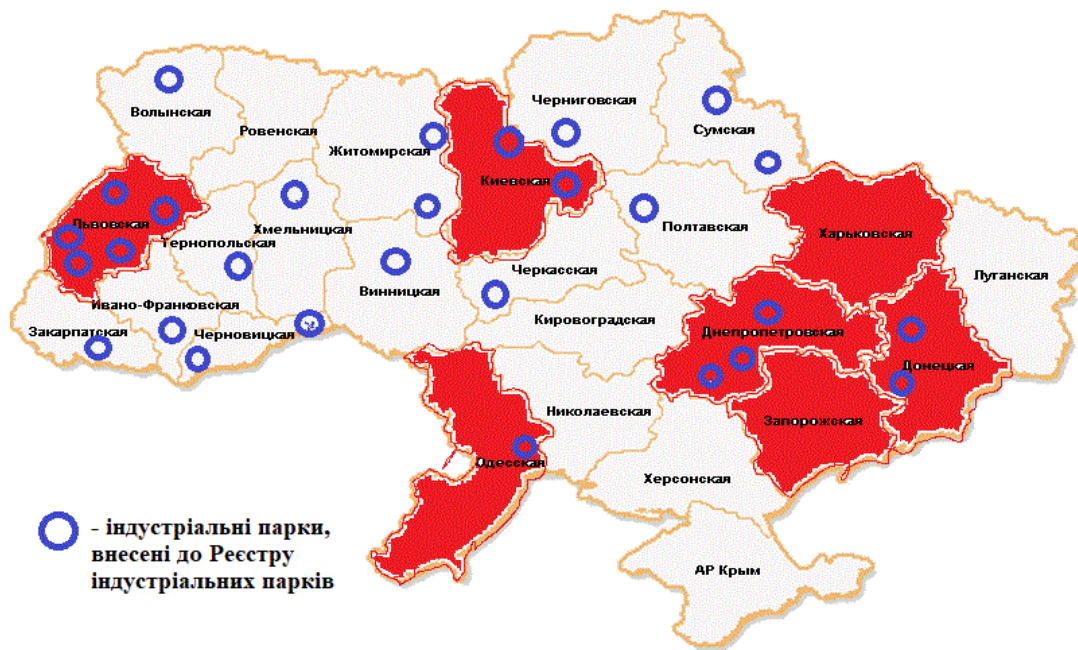


Рисунок 2.5 – Мережа індустриальних парків України із виділеними регіонами, де промисловість набула найбільшого розвитку

Отже, з врахуванням викладеного вище, наявністю загальної тенденції до збільшення земель промисловості, але особливостями життєдіяльності в умовах карантинних обмежень спричинених поширенням COVID-19, однозначно не можливо спрогнозувати напрями подальшого розвитку земель промисловості. Беззаперечним залишається домінуюча роль промисловості для розвитку економіки держави, а також необхідність дотримання екологічних принципів як складової сталого землекористування.

2.2. Підходи до раціонального використання земель територіальних громад

Раціональне використання земельних ресурсів завжди було і є основою добробуту суспільства. В українських реаліях, з урахуванням пріоритетності аграрного спрямування держави, раціональне землекористування є основою економічного зростання.

Питання раціонального використання та охорони земель в останні роки є одним з найпопулярніших серед науковців через розуміння людством

вичерпності такого природного ресурсу як земля. Серед Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року [50], яка підтверджує важливість раціонального використання ґрунтів та відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустелюванням, припинення і повернення назад (розвертання) процесу деградації земель та зупинка процесу втрати біорізноманіття.

У більшості країн Світу уся система землекористування побудована з урахуванням концепції сталого розвитку земель. Особлива увага приділяється сталому розвитку земель населених пунктів. Важливо розуміти підходи до раціонального використання земель у межах територіальних громад, які базуються на концепції сталого розвитку та визначенні можливостей щодо їх адаптації в сучасних реаліях.

Починаючи з 80-х років 20 століття людство почало говорити про еко-розвиток, розвиток без руйнування та необхідність стійкого розвитку екосистем. За невеликий проміжок часу відповідний термін зазнав змін і трансформувався від суто екологічного до загального спрямування. Термін «сталий розвиток» на Конференції в Ріо-де-Жанейро у 1992 році в рамках прийняття «Порядку денного на XXI століття» визначався як «розвиток, що задовольняє потреби сьогодення, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [51]. Всі наступні визначення поняття за основу брали саме це тлумачення сталого розвитку. З того часу, сталий розвиток розглядається як сукупність економічних, екологічних та соціальних чинників, які формують якісне використання навколишнього природного середовища.

У середині 80-х років 20 століття з'явилися перші наукові напрями щодо формування сталого розвитку населених пунктів або еко-міст.

Енерго-ефективне будівництво та екологічна реконструкція міст розвивається в Північній Америці та Європі вже понад двадцять років. З'явилося багато вдалих прикладів, які демонструють можливості, потенціал та перспективи цього процесу. В Україні такий розвиток територіальних громад

практично не реалізований, в той час, як багато рішень обґрунтовані вже зараз, в економічних умовах сьогодення.

Концепція еко-міст – це раціонально організована зона проживання людей в еко-спорудах з максимальним використанням відновлювальних джерел енергопостачання [52]. Еко-місто має орієнтуватись на пішохода, а не на транспорт в рамках концепції гармонії людини і природи, тому в місті повинне бути мінімізоване використання автомобілів та пов'язаної з їх обслуговуванням інфраструктури.

L. Nens сформовані такі загальні підходи до розвитку земель еко-міст [53]:

- планування розвитку міських територій з урахуванням концепції еко-міст;
- розвиток систем енергопостачання та відновлювальних джерел енергії;
- розширення світогляду населення у важливості змін містобудівної сфери;
- збільшення та розвиток озеленення територій тощо.

G. Siracusa у своїй роботі [54] вказує на те, що землі населених пунктів мають розвиватися і будуть максимально рентабельними, якщо їх розглядати в кількох площинах:

- громадські послуги та поведінка споживачів;
- екологічна ефективність промисловості;
- стимули для споживачів;
- підтримка досліджень пов'язаних із інноваційним використанням екологічно-орієнтованих технологій.

Концепція раціонального, екологічного та ефективного землекористування найактивніше розвивається у таких європейських країнах як Швеція, Данія, Німеччина, останнім часом зацікавилися США. Досвід Швеції у питаннях землеустрою, земельного кадастру та моніторингу земель є дуже масштабним та кваліфікованим для усіх країн світу, тому багато науковців у своїх працях намагаються якомога докладніше дослідити саме шведський досвід.

Для реалізації раціонального використання земельних ресурсів територіальних громад найвдалішим є комплексний підхід [55]. Комплексний

підхід передбачає вирішення двох і більше проблем та досягнення конкретних результатів через застосування певних інструментів. Даний підхід зручний тим, що одночасно отримуються всі необхідні дані для вирішення декількох проблем, виконується їх аналіз, пропонується комплексне рішення та отримуються загальні вигоди.

Протилежним комплексному підходу є спрощений підхід – вирішення кожної проблеми окремо. Застосовується в разі неможливості фінансування комплексного підходу або у разі необхідності вирішення лише однієї конкретної проблеми.

Загалом підходи до раціонального управління землями, як будь-якого управління, за цілями зводяться до трьох найістотніших елементів:

- визначення чітких стратегічних цілей;
- залучення до процесу визначення цілей більшості працівників системи;
- оцінка ефективності виконаної роботи на підставі отриманих результатів.

2.3. Інструменти сталого управління земельними ресурсами територіальних громад

Процедура забезпечення сталого розвитку територіальної громади є багатоетапною, складною та міждисциплінарною. Прийняття обґрунтованих і ефективних рішень можна досягти за умов необхідного і достатнього забезпечення: законодавчого, фінансового, технологічного, інформаційного та кадрового.

Повнота, доступність і прозорість законодавчого регулювання питань необхідних для прийняття управлінського рішення є запорукою його об'єктивності і законності.

Законодавче регулювання напряму пов'язано із розумінням технологічного забезпечення. Існуючі технології повинні дозволяти вирішувати питання, які постають в процесі управління земельними ресурсами. Це стосується безпосередньо технологій управління; розроблення необхідної документації та

створення планово-картографічних матеріалів; оперування базами геопросторових даних у середовищі ГІС; забезпечення публікації та обміну інформації.

Недостатність технологічного забезпечення, а також невизначеність у поєднанні зі специфічним тлумаченням законодавчого забезпечення призводять до прийняття суб'єктивних управлінських рішень і застосування методів і механізмів, наслідками яких є порушення прав, поява збитків і унеможливлення загалом сталого розвитку територіальної громади. За таких умов одним з інструментів вирішення окреслених проблем є формування офіційних запитів до органів-розпорядників необхідної інформації з проханням надати роз'яснення щодо невизначених і неврегульованих питань.

Розроблення та розвиток сучасних методів збору, обробки, зберігання, аналізу і обміну інформацією для прийняття управлінських рішень і її подальшого оприлюднення, є одним з найважливіших чинників удосконалення технології управління земельними ресурсами. Формування бази даних про земельні ресурси та їх використання є одним з найважливіших сучасних завдань територіальних громад. Інформація має відповідати наступним вимогам: повнота, достовірність, актуальність, оперативність, точність і доступність. Невиконання однієї із наведених вимог призводить до того, що рішення приймаються в умовах неповної або спотвореної інформації і не може бути обґрунтованим і ефективним.

Одним із ключових інструментів, що сприяють якісним змінам розвитку територіальних громад є фінансове забезпечення. Для ефективного виконання територіальною громадою покладених на неї функцій та досягнення стратегічних пріоритетів, необхідне належне фінансове забезпечення як поточних завдань, так і перспективних цілей розвитку. Фінансова спроможність територіальних громад напряму залежить не тільки від формування місцевого бюджету громади, а також від:

- створення спеціальних позабюджетних фондів для забезпечення вирішення окремих проблемних питань;

- розуміння необхідності і можливості залучати, акумулювати фінансові ресурси з різних джерел (дотації, субвенції, фінансування розвитку окремих об'єктів завдяки державно-приватному партнерству, грантове фінансування, отримання кредитів тощо). У 2021 році прийнятий порядок надання субвенції з державного місцевим бюджетам на реалізацію інфраструктурних проектів та розвиток об'єктів соціально-культурної сфери яким визначені умови та механізм її надання. Серед напрямків на які надається субвенція визначена реалізація проектів будівництва та ремонту об'єктів комунальної власності (за винятком адміністративних будинків), транспортної інфраструктури та соціально-культурної сфери, у тому числі розроблення та коригування проектної документації, проведення експертизи проектів;

- оптимального розподілу залучених ресурсів та їх ефективного використання.

У сучасних умовах, крім питання кваліфікаційного рівня керівників громад, необхідності залучення до процесу управління юристів, фінансистів, економістів, особливо гостро постають питання наявності в громаді дипломованих архітектора та фахівців із землеустрою й геодезії. У разі наявності таких фахівців, які мешкають в територіальній громаді (це є ідеальним вирішенням проблеми) і розуміються на її проблемах, збільшується ефективність прийняття рішень щодо використання земельних ресурсів. Зміни в законодавстві [56] щодо статусу комплексного плану просторового розвитку територіальної громади, генерального плану, детального плану території як одночасно, містобудівної документації місцевого рівня та документації із землеустрою – ставлять нові виклики перед зазначеними фахівцями і потребують об'єднання зусиль та досвіду для вирішення питань просторового розвитку.

Важливо під час вирішення відповідних питань забезпечувати баланс економічних, соціальних, екологічних складових за умов захисту і гарантії прав власників і користувачів.

За умов законодавчого, технологічного, інформаційного, фінансового та кадрового забезпечення можна навести основні кроки, які мають бути реалізовані при досягненні цілей сталого розвитку спроможної територіальної громади [57] шляхом управління земельними ресурсами:

1. Встановити межі територіальних громад та населених пунктів які входять в територіальних громад.
2. Зібрати і сформувати інформацію про землі територіальних громад.
3. Розробити стратегію розвитку громади та визначити потреби громади в земельних ресурсах з урахуванням визначених цілей щодо використання земель.
4. Розробити необхідну документацію з просторового розвитку.
5. Зареєструвати право комунальної власності на земельні ділянки в межах територіальних громад.
6. Оприлюднити у відкритому доступі інформацію про землі територіальних громад.
7. Розробити заходи щодо охорони навколишнього природного середовища територіальних громад.
8. Розробити заходи щодо охорони культурної спадщини територіальних громад.
9. Забезпечити стабільні надходження в місцевий бюджет та визначити заходи щодо залучення інвесторів.

2.4. Земельна складова розвитку індустріального туризму в територіальних громадах

Із запровадженням децентралізації в Україні та наданням об'єднаним територіальним громадам повноважень самостійного розпорядження земельними ресурсами, питання сталого та ефективного використання земельних ресурсів громад набуло ще більшої актуальності.

Слідувати принципам сталого розвитку земель значно легше та результативніше на місцях – людям, які безпосередньо користуються цими землями. Для обґрунтованого та оперативного прийняття рішень з земельних питань територіальна громада повинна мати достовірне та актуальне інформаційне забезпечення даними про землі в межах та за межами громади.

Розширення інфраструктури територій та пришвидшення темпів розвитку сільського господарства пришвидшують темпи деградації земельних ресурсів. Тому питання трансформації земель сьогодні на часі.

Передує безпосередньо трансформації земель промисловості територіальних громад у землі іншого цільового призначення наявність розробленої містобудівної документації громади. Управління розвитком територій сьогодні напряму залежить від планувальної структури та функціонального зонування населених пунктів.

З липня 2021 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо планування використання земель» [58], згідно з яким містобудівна документація на місцевому рівні, яка одночасно є і землевпорядною документацією поєднуються та вводиться новий вид документації – комплексний план просторового розвитку територіальних громад.

Сьогодні в усьому світі широкої популярності набуває поняття промислового або індустріального або альтернативного туризму у населених пунктах. Ці поняття – не класичний напрямок туризму в загальноприйнятому його значенні.

Індустріальний туризм або промисловий туризм – це дослідження територій, будівель, інженерних споруд промислового або спеціального призначення, а також будь-яких закинутих споруд для отримання психологічного, естетичного або дослідницького задоволення [57].

Об'єктами індустріального туризму є діючі або відпрацьовані об'єкти видобувної та переробної промисловості.

На рисунку 2.6 представлені найпоширеніші види промислового туризму в світі.

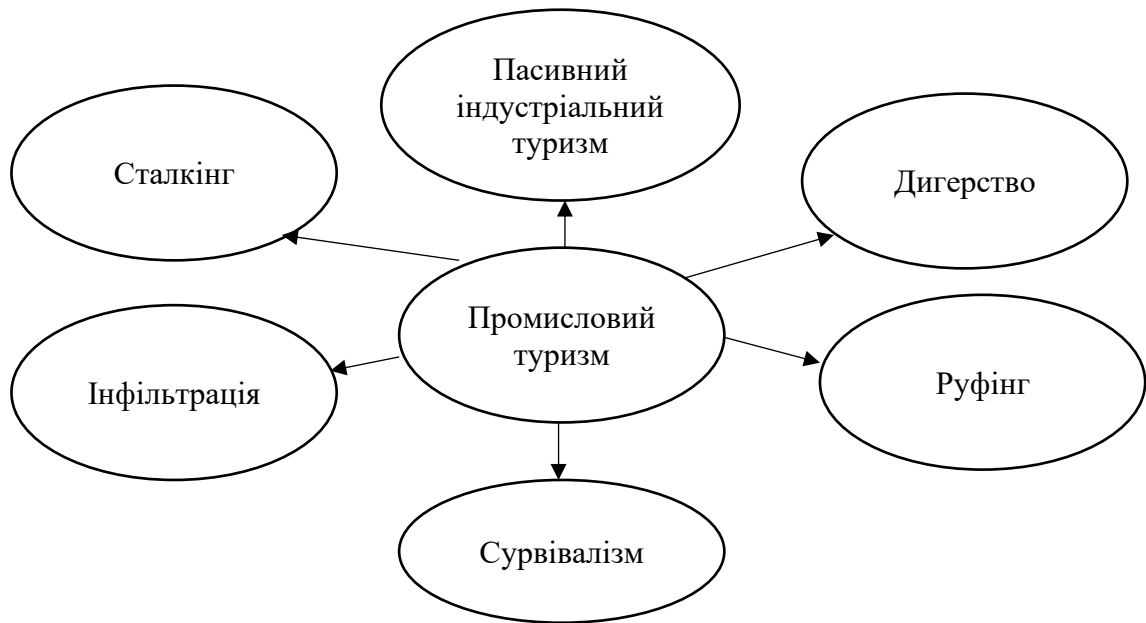


Рисунок 2.6 – Види промислового туризму

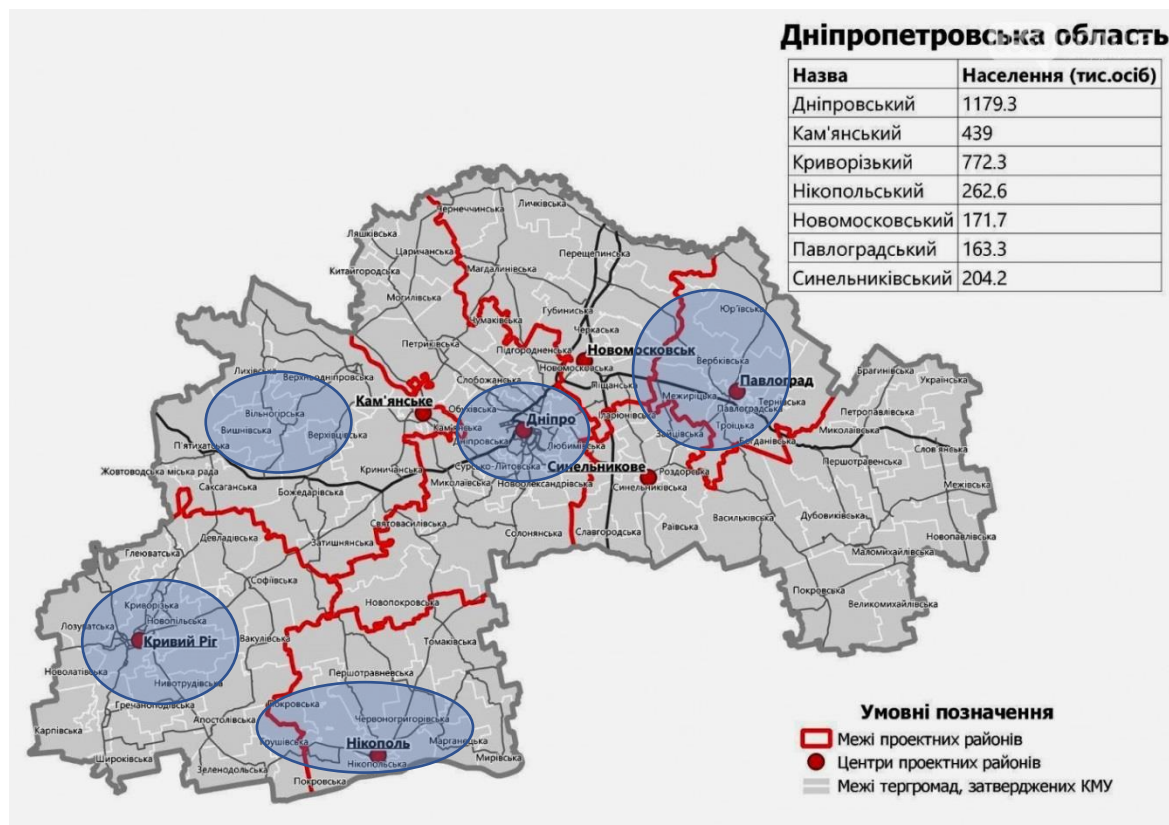
Джерело: складено авторками на основі [57]

Розвиток промислового туризму в межах територіальних громад це значний поштовх у їх розвитку – економічному, соціальному, культурному.

Використання промислових територій створених природою або занедбаних раніше діючих промислових підприємств – це залучення інвесторів до територіальних громад, додаткових коштів до бюджету, інтересу до промислових об’єктів громади.

Промислові об’єкти в Україні є невичерпним джерелом для розвитку промислового туризму. Розглянемо можливості розвитку промислового туризму на прикладі Дніпропетровської області. Область є одним з найбільших промислових регіонів та займає лідируючі позиції за розвитком промисловості в державі та Європі.

Згідно з даними Головного управління статистики у Дніпропетровській області індекс промислового виробництва області у 2021 році склав 107,3%. На рисунку 2.7 вказані основні осередки важкої промисловості в області.



Рисунк 2.7 – Основні осередки важкої промисловості у Дніпропетровській області

Джерело: складено авторками на основі [47]

Промисловий туризм – це явище, яке почало формуватися в Європі наприкінці ХХ століття. І до сьогодні воно не набуло значної популярності, хоча сформовано та активно діють багато промислових об’єктів по всьому світу. Особливого розвитку набув шахтний туризм (рисунки 2.8-2.10).



Рисунок 2.8 – Залізородні шахти м. Кіруна, Швеція



Рисунок 2.9 – Алмазні шахти Кімберлі, ПАР



Рисунок 2.10 – Сланцеві шахти Кохтла-Нимме, Естонія

В Україні зараз відбувається становлення промислового туризму. Територіальним громадам поки що не зрозуміло як використовувати промислові об'єкти на їх території не лише за їх прямим призначенням і отримувати наповнення власного бюджету.

У Дніпропетровській області сьогодні найкращий досвід у розвитку та просуванні промислового туризму має надсучасний металургійний комплекс «Інтерпайп», який з екскурсіями щотижня відвідує близько 500 туристів (рисунок 2.11).



Рисунок 2.11 – Фото з екскурсії заводом Інтерпайп

В Дніпропетровській області є промислові підприємства, які фахівці відносять до одних з найбільших в Європі та таких, що можуть бути значущими об'єктами промислового туризму. Серед них основними є система кар'єрів Інгулецького та Криворізького районів, Нижньодніпровський трубопрокатний комбінат, марганцеворудні й феросплавні комбінати в м. Орджонікідзе та м. Нікополь тощо.

Враховуючи сучасний стан земель промисловості в Дніпропетровській області, варто акцентувати увагу на відпрацьованих, занедбаних, закритих промислових підприємствах, які є потенційними об'єктами промислового туризму та можуть додавати значний відсоток поповнення бюджетів територіальних громад, залучати інвестиції, підвищувати туристичну привабливість, стимулювати розвиток інфраструктури, покращувати імідж громади.

Враховуючи зазначені вище факти територіальним громадам потрібно розуміти як правильно використовувати земельні ресурси, які знаходяться на їх території, чи можлива їх трансформація в іншу категорію земель і як легітимно отримувати кошти від їх використання як об'єктів промислового туризму.

З метою вирішення визначених вище проблем, розроблений та обґрунтований механізм трансформації земель промисловості територіальних громад, який системно можна подати у вигляді такого переліку:

1. Обґрунтування необхідності трансформації земельної ділянки (ділянок).
2. Проведення оцінки впливу на довкілля режимоутворюючого об'єкту (якщо він діючий) та отримання звіту.
3. Підготовка, прийняття та оприлюднення рішення про трансформацію земель промисловості в межах територіальної громади.
4. Визначення та обґрунтування нового цільового призначення, у яке буде трансформовано землі промисловості відповідно до Класифікації видів цільового призначення земель [59] та з урахуванням комплексного плану просторового розвитку території територіальної громади.
5. Визначення розробника землевпорядної документації щодо зміни цільового призначення земель промисловості на підставі тендерної документації та її публікації на майданчику для здійснення публічних закупівель, а переможець визначається за результатами редукціону.
6. Розроблення документації із землеустрою, її погодження з відповідними органами та затвердження.

Також визначено принципи трансформації земель промисловості з урахуванням принципів сталого розвитку задекларованих у [50].

Серед принципів трансформації земель промисловості територіальних громад виділяємо:

- територіальний принцип. Усі землі знаходяться в межах певних територіальних утворень, які в свою чергу мають певні особливості та відмінності один від одного. Усі категорії земель та землі промисловості зокрема необхідно обов'язково трансформувати з урахуванням наявних особливостей визначених територій, які мають бути враховані на комплексному плані просторового розвитку території територіальної громади.

- ресурсний принцип полягає у визначенні ресурсного потенціалу земель, які потрібно трансформувати. Необхідно обов'язково розробляти відповідними спеціалістами обґрунтування наявності чи вичерпаності природного ресурсу в межах визначеної земельної ділянки (ділянок). Рішення про трансформацію рекомендуємо приймати лише з урахуванням експертної думки.

- принцип екологічності (будь-які трансформації земельних ресурсів повинні бути обґрунтовані з точки зору екології та безпечними для територіальної громади. За необхідності замовляти звіти з оцінки впливу на довкілля для прийняття рішень)

- економічний принцип (економічно вигідне оподаткування, економічні потреби територіальних громад у використанні цих земель, наповнення бюджету громади від використання земель)

- принцип інноваційності – залучення новітніх підходів, технологій та обладнання до використання трансформованих земель.

З моменту прийняття Земельного кодексу України, земельні ділянки використовуються лише за цільовим призначенням. Сучасні реалії земельних відносин та економічної ситуації в Україні спонукають до необхідності у гнучкості питання визначення цільового призначення земельних ділянок.

Останні активні зміни земельного законодавства призведуть в найближчі роки до піку популярності розроблення комплексних планів просторового розвитку територій територіальних громад. Комплексний план розробляється та затверджується з метою забезпечення сталого розвитку територіальної громади з дотриманням принципу збалансованості державних, громадських та приватних інтересів та з урахуванням концепції інтегрованого розвитку території територіальної громади, передбачає узгоджене прийняття рішень щодо цілісного (комплексного) просторового розвитку населених пунктів як єдиної системи розселення і території за їх межами.

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України «Порядок розроблення, оновлення, внесення змін та затвердження містобудівної документації» [60] основними етапами розроблення комплексних планів є

підготовчий, основний та завершальний, які в свою чергу включають багато підпунктів. Найважливішими підпунктами вважаємо громадські обговорення та розроблення перспективного плану розвитку громади. Саме ці етапи серед інших надають можливість жителям територіальної громади визначати напрями перспективного використання території.

В Україні нараховується понад 1,1 млн. гектарів малопродуктивних та техногенно забруднених земель, які підлягають консервації, 143,4 тис. гектарів порушених земель, які потребують рекультивації, та 315,6 тис. гектарів малопродуктивних угідь, які потребують поліпшення.

Вся Україна є потенційною базою промислового туризму за кількістю об'єктів промисловості та об'єктів індустріальної спадщини. Слід зауважити, що якісний розвиток промислового туризму не закінчується на прокладанні туристичних маршрутів та проведенні екскурсій. Це міждисциплінарне завдання, яке включає і земельні фактори, і екологічні, і економічні, і соціальні, і інфраструктурні тощо.

Висновки до розділу 2

1. Виконано ретроспективний аналіз використання земель промисловості в Україні та визначено сучасні ключові тенденції їх розвитку.

2. Визначено та обґрунтовано підходи до раціонального використання земельних ресурсів населених пунктів відповідно до світових, європейських та українських реалій.

3. Аргументовано основні інструменти сталого управління земельними ресурсами територіальних громад з урахуванням існуючих технологій управління, розроблення необхідної документації та створення планово-картографічних матеріалів, оперування базами геопросторових даних у середовищі ГІС, забезпечення публікації та обміну інформації.

4. Розроблено механізм трансформації земель промисловості за обґрунтованими підходами до цієї трансформації.

РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

В сучасних реаліях глобалізації та відкритості національних кордонів для іноземних корпорацій туристичного бізнесу, збільшення попиту на послуги вітчизняного туристичного ринку, постають проблеми вдосконалення управління розвитком підприємств туристичної індустрії, оптимізації механізму взаємодії учасників туристичного ринку, обґрунтування нових підходів до організації діяльності малих підприємств туристичного бізнесу.

Світовий досвід показує, що малий бізнес – це важливий елемент ринкової економіки, який впливає на темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту. Туризм робить істотний вплив на економіку та розвиток регіону, сприяючи притоку валюти в країну, створенню нових робочих місць, поліпшенню інфраструктури і т. д. Для отримання максимальної вигоди від туризму кожна держава розробляє туристську політику, яка є одним з видів соціально-економічної політики держави.

На сьогодні розвиток підприємництва віднесено до пріоритетних завдань регіональної політики, при цьому мале підприємництво визначено як один із вагомих чинників забезпечення економічного зростання нашої держави.

До суб'єктів малих туристичних підприємств відносяться, установи, організації та фізичні особи, які зареєстровані в установленому чинним законодавством України порядку і отримали ліцензії на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг. Туристичні господарюючі суб'єкти виконують такі функції: виробництво туристичного продукту; реалізація туристичного продукту.

Ринкова економіка вимагає необхідність переорієнтації малих туристичних підприємств на діяльність у сучасних умовах. Це, насамперед, розробка та впровадження інноваційних проєктів, які забезпечують вивчення ринкової кон'юнктури, систематичне удосконалення організаційно-технічного рівня

підприємств, забезпечення високого ступеня соціального розвитку, перебудова організаційних структур управління. Це дасть змогу мінімізувати вплив на діяльність підприємств несприятливих факторів, подолати обмеженість зростання, підвищити рівень надання послуг до міжнародних стандартів якості та забезпечити формування туристичного потенціалу промислових територій.

Зазначене обумовлює доцільність розроблення методики оцінювання доцільності участі малого бізнесу у розвитку туристичного потенціалу територіальних громад.

3.1. Оцінка ефективності інноваційного проєкту у сфері туризму та доцільності його впровадження

Сучасний туристичний продукт стає більш гнучким, індивідуальним, привабливим і доступним для широкого кола споживачів. Велику роль у цьому процесі відіграє застосування інформаційно-комунікаційних технологій, впровадження яких дозволяє забезпечити економічне зростання туристичної компанії. Туристичний бізнес – це сфера малого та середнього підприємництва, тому методи і способи ведення бізнесу можуть бути динамічними, але ефективним є тільки той стиль, який формує значний прибуток і прогресивний розвиток.

Зараз багато експертів констатують недостатню оцінку ринкового співробітництва між стартапами (інноваційними проєктами) та малим бізнесом. У невеликій компанії капітал набагато скромніше, ніж у великій корпорації, але це не означає, що така компанія не може стати вигідним клієнтом. Можливості пропозиції для малого бізнесу наразі дуже різноманітні. Зважаючи на велику кількість гравців ринку, не важко буде знайти зацікавлених в тому чи іншому продукті.

Ринок туристичних послуг став зараз дуже різноманітним, і пропозиція часто випереджає попит, отже багатьом туристичним підприємствам стає важко

втриматися на ринку послуг, тому вони змушені розробляти інноваційні продукти з урахуванням потреб кожного клієнта.

Відмінна особливість туристичної галузі – це висока вартість залучення клієнтів, і тому скласти конкуренцію великим гравцям можна лише за рахунок інноваційних пропозицій та засобів просування в тому випадку, якщо конкуренти ще не встигли освоїти нову сферу. Багато туристичних малих підприємств прагнуть розпочати партнерство з максимальною кількістю авіакомпаній і туристичних агентств. Також часто можна зустріти партнерські угоди з місцевими організаціями, наприклад, для формування маршрутів пересування у межах міст з урахуванням розкладу пасажирського транспорту. Інші малі підприємства стають агрегаторами спеціальної інформації, пропонуючи клієнтам зведену інформацію щодо переміщення всередині країни або допомагаючи здійснювати міжнародні сполучення.

Зазначене вище підтверджує доцільність створення інноваційних проєктів саме в туристичній сфері.

Інновації в туристичній сфері мають сприяти більш повному задоволенню запитів клієнтів, підвищенню конкурентоспроможності бізнесу за показниками якості продукції та ефективності послуг, просування продуктів на ринку.

Оскільки однією з основних ознак нового стартап проєкту є його інноваційність, то, при оцінці його ефективності рекомендується дотримуватися наступних основних принципів, пов'язаних з інвестиційними проєктами, які ми можемо застосувати до інновацій, враховуючи їх особливості [61, 62]:

- проєкт розглядається протягом усього його життя (від ідеї до завершення проєкту, тобто того, як проєкт почне приносити прибуток);
- оцінка повинна проводитися в кілька етапів, тобто на різних етапах ефективності проєкту;
- беручи до уваги участь усіх зацікавлених сторін проєкту, інтереси якого не завжди збігаються;
- облік всіх впливів проєкту: зовнішній та внутрішні ефекти;

– порівняння «з проектом» і «без проекту» (принцип «з – без»). Сенс цього принципу полягає в наступному: «Рух грошових коштів одно грошового потоку підприємства з проектом за вирахуванням потоку підприємства без проекту» [63].

Найбільш гостра проблема «передінвестиційної» оцінки інноваційного проекту – це, безумовно, невизначеність, пов'язана з відсутністю достовірної інформації про вибір пріоритетних напрямків і способів практичного використання інновації і специфічних умов її впровадження. Відповідно, головними завданнями «передінвестиційної» оцінки, що визначають етапи її проведення, можна вважати такі [64-66]:

- аналіз перспектив використання інновації на основі аналізу її відповідності вітчизняному і світовому рівню, бенчмаркінг конкуруючих (альтернативних) технологій;

- визначення комплексу ефектоутворюючих чинників: економічних, соціальних, екологічних;

- виявлення основних ефектоутворюючих факторів;

- проведення розрахунків і інтерпретація результатів.

Ефект інноваційної діяльності є багатоаспектним. У сучасній економічній літературі зустрічаються різні точки зору щодо видів ефектів від інноваційної діяльності. Зокрема, у дослідженні [64] розглядаються три види ефектів: економічний, науково-технічний, соціальний. У роботі [65] враховується п'ять видів ефектів інноваційної діяльності: науково-технічний, економічний, ресурсний, соціальний та екологічний. Автори [66] пропонують враховувати шість видів ефектів: економічний, науково-технічний, фінансовий, ресурсний, соціальний та екологічний, оскільки на їх думку результати інноваційної діяльності можуть бути як якісними, так і кількісними, виражатися у натуральному, трудовому та вартісному вимірах. Будь-який результат інновацій у вартісному виразі узагальнюється економічним ефектом. Науково-технічні, соціальні, екологічні та інші результати, що не можуть бути оцінені у

вартісному виразі, не поглинаються економічним ефектом й існують самостійно.

Нами було виділено такі основні види ефекту, які матиме бізнес в туристичній сфері від впровадження інновацій (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Види ефекту від впровадження інновацій у туристичній сфері

Вид ефекту	Фактори, показники
Економічний	Показники враховують у вартісному вираженні усі види результатів і витрат, обумовлених реалізацією інновацій
Ресурсний	Показники відображають вплив інновації на обсяг наданих послуг і споживання того чи іншого виду ресурсу. Даний ефект може бути визначено, наприклад, зниженням трудомісткості, зростанням продуктивності праці, зменшенням собівартості послуг,
Соціальний	Характеризується розвитком інфраструктури середовища проживання населення, якістю кадрового забезпечення, підвищенням рівня життя населення територіальної громади та підвищенням привабливості інвестиційного клімату територіальної громади. Відображає відповідність соціального ефекту і витрат цілям і соціальним інтересам суспільства.
Екологічний	Проявляється через поліпшення екологічної ситуації через стале використання територій, порушених у процесі промислової діяльності на різних етапах її життєвого циклу. Враховує вплив інновацій на вирішення проблем охорони довкілля
Маркетинговий	Проявляється в забезпеченні конкурентоспроможності інноваційного продукту та збільшенні кількості лояльних та потенційних споживачів з метою найбільш повного задоволення потреб, що існують на ринку туристичних послуг. Полягає у тому, на який ринок (зовнішній чи внутрішній) та на який сегмент споживачів розрахований інноваційний проєкт
Організаційно-управлінський	Характеризується результатами роботи інформаційного та мотиваційного забезпечення процесу впровадження інноваційного проєкту

Джерело: систематизовано авторками на основі [64-66]

Варто зазначити, що ефекти впровадження інноваційних проєктів взаємозв'язані між собою. Безпосередньо економічна ефективність процесу впровадження інноваційних проєктів пов'язана із соціальним та екологічним ефектами [67].

З метою оцінювання ефективності впровадження інноваційних проєктів розроблено систему показників ефективності з урахуванням визначених ефектів від впровадження інновацій у туристичній сфері (рисунок 3.1).

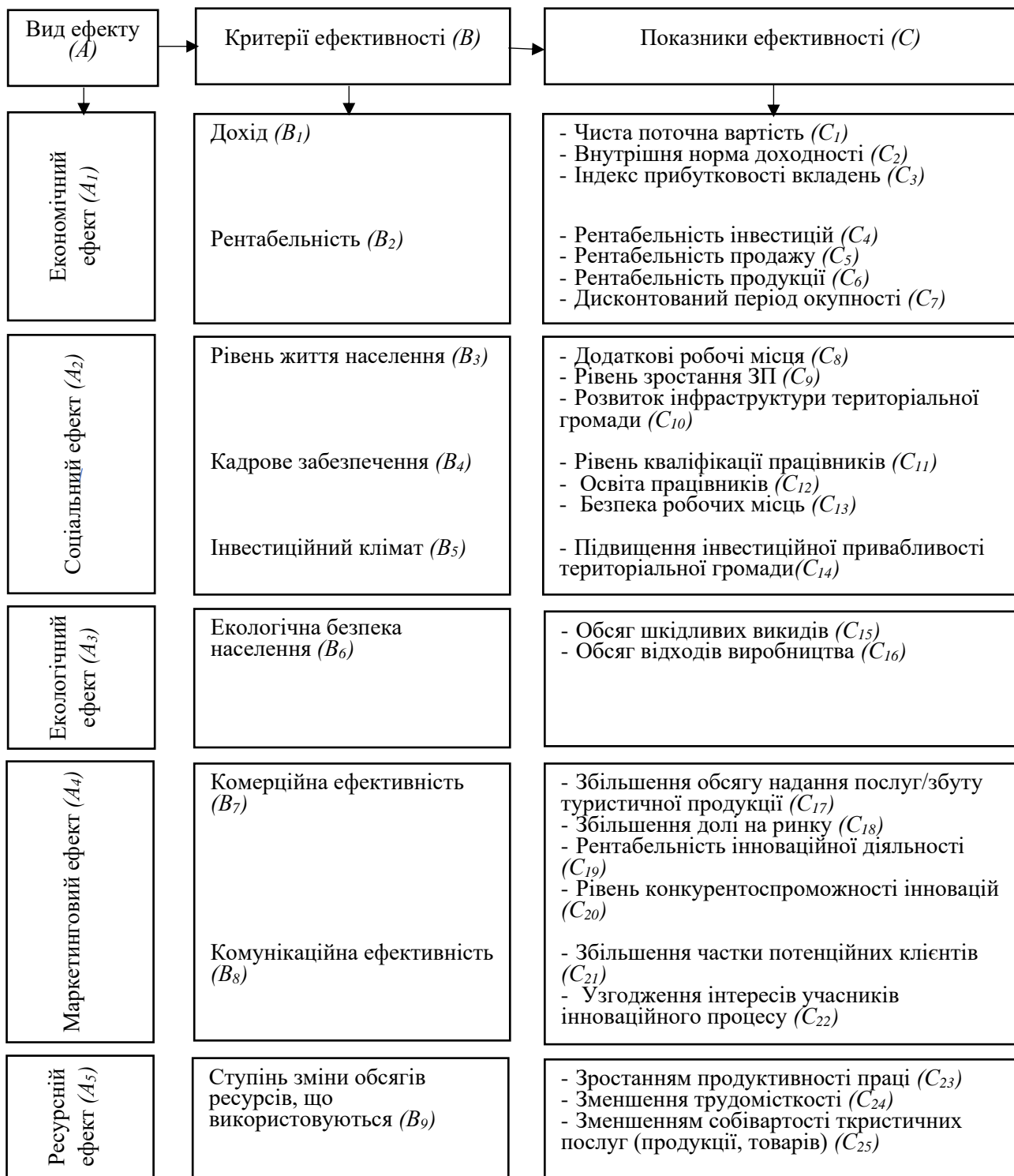


Рисунок 3.1 – Система показників оцінки ефективності впровадження інноваційного проєкту в туристичній сфері

Джерело: розроблено авторками

Наявність різнопланових видів ефекту обумовлює необхідність формування підходів до визначення кожного з видів ефекту у однопланових одиницях виміру, що надасть змогу визначити сумарний ефект. На нашу

думку, доцільним є визначення кількісного значення сумарного ефекту від реалізації інноваційного проєкту (ΣE) за допомогою інтегральних показників його складових.

У загальному вигляді сумарний ефект від впровадження інноваційного проєкту в туристичній сфері має такий вигляд:

$$\Sigma E = \sum_{i=1}^n IP_{E_i} \times B_{IP_i} \quad (3.1)$$

. де IP_{E_i} – інтегральний показник i -ої складової сумарного ефекту;

B_{IP_i} – ступінь впливу i -ої складової на сумарний ефект від впровадження інноваційного проєкту;

n – кількість складових сумарного ефекту

Сумарний ефект від реалізації інноваційного проєкту знаходиться у межах від 0 до 1. Чим ближче сумарний ефект наближено до 1, тим більш ефективним є інноваційний проєкт.

Кількісне вираження кожної складової сумарного ефекту від впровадження інноваційного проєкту може бути розраховано за допомогою інтегрального показника кожної складової, який має наступний вигляд:

$$IP_{E_i} = \sum_{j=1}^{m_i} I_{ji} \times B_{ji} \quad (3.2)$$

де I_{ji} – індекс приросту j -го показника i -ої складової сумарного ефекту;

B_{ji} – ступінь впливу j -го показника на i -у складову сумарного ефекту (розраховується за допомогою методу експертних оцінок);

m_i – кількість показників, які характеризують i -ту складову сумарного ефекту.

Індекс приросту j -го показника розраховується:

1) якщо поліпшення показника пов'язано із зростанням кількісного значення, то формула приросту j -го показника i -ої складової сумарного ефекту має наступну формулу:

$$I'_{ji} = \frac{П_{j\text{інновац}}}{П_j} \quad (3.3)$$

де $П_{j\text{інновац}}$ – досягнутий рівень j -го показника в результаті впровадження інноваційного проєкту;

$П_j$ – рівень j -го показника до впровадження інноваційного проєкту;

2) якщо поліпшення показника пов'язано зі зменшенням кількісного значення, то формула приросту j -го показника має таку формулу:

$$I''_{ji} = \frac{П_j}{П_{j\text{інновац}}} \quad (3.4)$$

Ступінь впливу j -го показника на i -у складову сумарного ефекту від впровадження інноваційного проєкту розраховується за допомогою методу експертних оцінок. Згідно методу експертних оцінок, для визначення вагомих значень вибирається ряд експертів – спеціалістів в даній сфері діяльності, які, керуючись досвідом та знаннями, здійснюють ранжування показників. При використанні методу експертних оцінок постає важливе питання – оцінка ступеня узгодженості думок експертів, для здійснення якої по всім показникам використовується множинний коефіцієнт рангової кореляції (коефіцієнт конкордації) [68]:

$$\omega = \frac{12S}{m^2(n^3 - n)} \quad (3.5)$$

де m – кількість факторів;

n – число одиниць спостереження;

S – відхилення суми по факторам квадрата сумарних рангів за усіма сукупностями від середнього квадрата рангів за всіма факторами та сукупностями, яке визначається за формулою:

$$S = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^m R_{ij} \right)^2 - \frac{(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m R_{ij})^2}{n} \quad (3.6)$$

де R_{ij} – ранг за кожним i -м фактором у j -й одиниці сукупності.

Отримані результати порівнюються із нормативними значеннями, що дозволяють зробити висновок про загальну ефективність інноваційного проєкту. Ефективний інноваційний проєкт надає змогу туристичному бізнесу, з одного боку, отримати конкурентні переваги (покращити конкурентну ситуацію на ринку та фінансовий стан, якісно підвищити потенціал тощо), а з іншого – позитивно вплинути на розвиток територіальної громади та національної економіки шляхом впровадження новітніх технологій, які сприятимуть підвищенню ефективності бізнесу, прискоренню бізнес-процесів, підвищенню життєвих зручностей та якості життя суспільства [68].

Запропонована система критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційного проєкту дозволяє використовувати сукупність показників, що враховують інтереси суб'єктів інноваційного процесу, для отримання кінцевого результату з метою вдосконалення механізму впровадження інноваційного проєкту та коригування управління впровадженням на ринку.

3.2. Механізми фінансування інноваційних проєктів у сфері туризму

Як свідчать статистичні дані, більше 90% нових проєктів, які пропонуються інвесторам для фінансування не знаходять відповідної підтримки і зникають з ринку протягом першого року існування. Різноманітність інструментів, які використовуються для фінансування вражає, однак, як свідчать існуючі дослідження [69], вибір відповідних інструментів фінансування в значній мірі залежить від стадії реалізації відповідного проєкту.

Джерела фінансування інноваційних проєктів поділяються на два основних види: внутрішні та зовнішні (рисунок 3.2).

В якості найбільш важливого аспекту розвитку інноваційних проєктів виступає, на наш погляд, багатогранний і складний процес формування організаційно-економічного механізму вибору методів фінансування інноваційних проєктів.

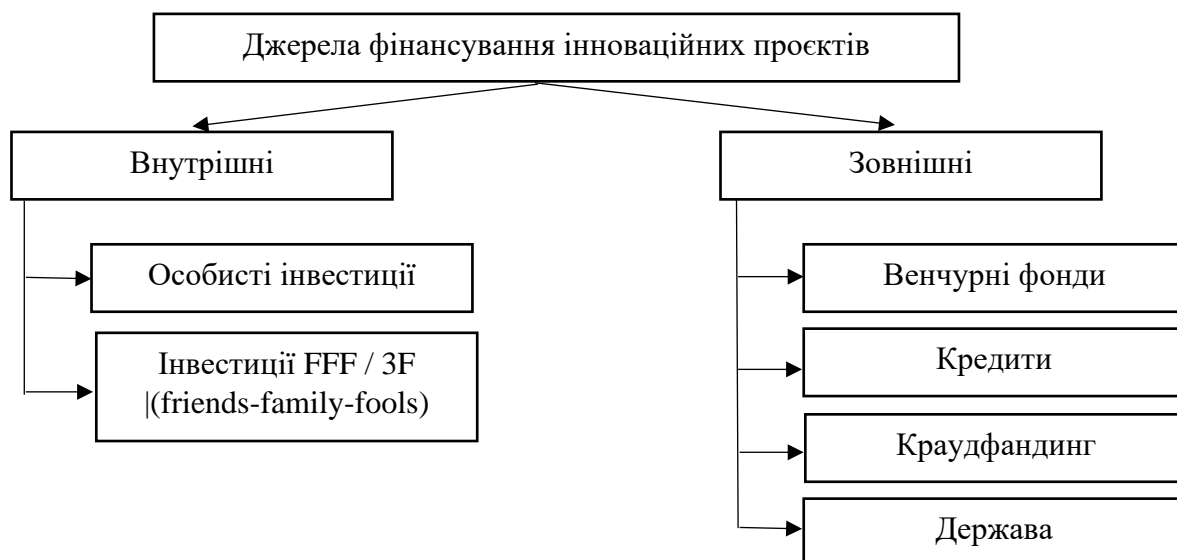


Рисунок 3.2 – Джерела фінансування інноваційних проєктів

Джерело: складено на основі [69, 70]

Тиск глобальних мегатрендів формує потребу у численних і різноманітних змінах, а отже і відповідну стратегічну платформу для виваженої та обґрунтованої економічної політики країн.

Одним з таких мегатрендів є зміни в підприємницькій культурі. Тенденцією розвитку нових галузей економіки, які мають життєво важливе значення для розвитку проривних технологій, є поява нових форм їх фінансування, зокрема такого як краудфандинг. Замість того, щоб покладатися на думку експертів, він дозволяє мільйонам людей приймати рішення щодо того, які проєкти вони, як підприємці, хочуть випробувати і підтримати. Зростаюча мобільність молоді забезпечуватиме нові джерела підприємницьких ідей і концепцій.

З метою обґрунтування доцільності вибору краудфандингу як одного з найбільш ефективних (за критерієм охоплення аудиторії-потенційних інвесторів) способів фінансування інноваційних проєктів, було проаналізовано динаміку користування мережею Інтернет. За 13 років темпи користування Інтернетом зросли більш ніж у 33 рази та продовжують зростати [70]. Серед країн Європи і Центральної Азії показники користування населення

віртуальним простором такі: у 2020 р. – 75,4%, у 2011 р. – 59,3%, у 2005 р. – 35,2%, у 1999 р. – 1,35%. Тобто, за період 1999–2020 рр. кількість Інтернет користувачів цих регіонів збільшилася у 55,85 разів.

Щодо Сполучених Штатах Америки: у 2020 р. Інтернетом користувалися 87,2% населення, тоді як у 1991 р. (час зародження Інтернет-мережі) – 0,74%. За 29 років темпи поширення мережі Інтернет в США зросли майже у 118 разів.

Збалансованість та оптимізація підходів до вибору краудфандингових платформ, як основного інструменту фінансування, особливо на ранній стадії становлення інноваційного проекту, значно підвищує ефективність його подальшого розвитку та просування.

Розглядаючи проблему краудфандингу слід зазначити, що краудфандинг з'явився як складова процесу краудсорсинг (англ. *crowd* – натовп та *sourcing* – джерело, використання ресурсів), тобто технології інтелектуальної співпраці економічних суб'єктів, які об'єднуються задля реалізації та досягненні певних цілей, не підпадаючи при цьому під вплив територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних та інших обмежень [71-74].

Спираючись на існуючі дослідження [71, 74, 75], краудфандинг (англ. *crowd* – натовп та *funding* – фінансування) буде розглядатися як масова соціально-орієнтована технологія залучення фінансових ресурсів, заснована на механізмі добровільних пожертв для колективного фінансування інноваційних проектів у різних сферах діяльності людини з можливістю (але не обов'язково) наступної участі у продажах новоствореного підприємства, його діяльності та його прибутках. Слід зауважити, що механізм краудфандингу може вступати в дію тоді, коли у певного індивіда чи економічного суб'єкта є ідея, яку необхідно протестувати щодо її ринкового потенціалу. При цьому, використання краудфандингової платформи на даному етапі не обов'язково призведе до залучення певної суми фінансових ресурсів. Це залежить як від цілей тестувальників, так і від особливостей функціонування відповідної платформи. Таким чином, якщо тестувальник звертається до платформи, яка

тільки тестує, або обирає на універсальній платформі режим «тестінг ідеї», розраховувати на залучення відповідних фінансових ресурсів не варто.

Коли ж ідею вже протестовано, а інноваційний проєкт набирає обертів, тоді перед підприємцем постає проблема вибору відповідної платформи для залучення визначеної суми фінансових ресурсів у визначений термін часу, що зазвичай передбачається умовами участі у платформі. На цьому етапі краудфандинг поступово може перейти до стадії краудінвестингу [76], коли обсяги залучених фінансових ресурсів стають значними і потребують відповідного юридичного оформлення та вибору методів подальших відносин з донорами.

На вибір краудфандингової платформи також суттєво впливає сама сутність інноваційного проєкту. Залежно від мети розробників доцільно виділити такі види краудфандингу:

- бізнес-краудфандинг, який охоплює сукупність інноваційних проєктів підприємств з метою одержання прибутку від інноваційної діяльності за рахунок впровадження нових продуктів, техніки, технології, організації бізнес-процесів, тощо;

- соціальний краудфандинг, функціонування якого спрямоване на залучення фінансових ресурсів для реалізації проєктів, спрямованих на вирішення певних соціальних проблем у певному регіоні, або у світі в цілому. Але в даному випадку слід розуміти різницю між благодійністю та соціальним краудфандингом. Останній передбачає отримання певних соціальних бонусів не тільки отримувачами фінансових ресурсів, а й донорами відповідних проєктів;

- культурний (творчий) краудфандинг стосується проєктів, спрямованих на фінансову підтримку діяльності індивідів або певних творчих груп, колективів та об'єднань у сферах культури та мистецтва;

- політичний краудфандинг охоплює проєкти, пов'язані з діяльністю політичних партій, об'єднань, відстеженням ефективності діяльності

політичних утворень, реалізації правових заходів, дотриманням прав громадян, окремих соціальних або гендерних груп тощо.

У будь-якій з класифікаційних груп краудфандингу можна виділити так званий новаторський або інноваційний краудфандинг, який охоплює проекти різної спрямованості, але передбачає розробку та впровадження принципово нових продуктів, послуг, техніки та технологій, бізнес та соціальних процесів, екологічних заходів тощо. Крім того, саме новаторський краудфандинг є найбільш ефективним, оскільки побудований на схильності індивідів до захоплення новими продуктами, послугами, технологіями.

Розглядаючи особливості визначення винагороди соціальним інвесторам у сфері краудфандингу можна класифікувати ці платформи наступним чином:

- без винагороди інвестору, коли винагорода зазвичай обмежується висловленням подяки на сайтах відповідних компаній, соціальних, політичних і медичних проєктів і не передбачає будь-яких зобов'язань для одержувача фінансових ресурсів щодо подальших контактів з соціальним інвестором (донором);

- з нефінансовою винагородою соціальному інвестору, яка виконується зазвичай у формі відповідних подарунків тестових зразків продуктів або послуг, запрошень на концерт, виставу, виставку (для творчих проєктів) тощо;

- з фінансовою винагородою (краудінвестинг), коли інвестор отримує або частку прибутку від реалізованого продукту (роялті), або у формі народного (соціального) кредитування, коли потенційний інвестор може заздалегідь отримати інформацію про обумовлені відсотки кредитування, терміни повернення наданих у борг коштів, терміни та умови виплати процентів по боргу;

- з участю у діяльності новоствореного проєкту чи підприємства (акціонерний краудфандинг), коли інвестор отримує частину власності, акції підприємства, дивіденди або право голосування на акціонерних зборах.

Слід також зазначити, що множина існуючих краудфандингових платформ, які передбачають наявність відповідної винагороди інвесторам,

використовує зазвичай два принципових підходи до визначення успішності проєктів у залученні відповідної суми фінансування: «Все або нічого» («All or Nothing») та «Бери те, що зібрав» («Keep what you raise») [77]. В першому випадку, якщо до заявленої суми, необхідної для залучення, не вистачило принаймні 5\$, то всі накопичені ресурси повертаються інвесторам, а підприємець залишається ні з чим. В другому випадку підприємець має більше гарантій щодо залучення фінансових ресурсів, оскільки та сума яку він зміг залучити за відповідний період перебування на платформі передається йому для використання. В окремих випадках, платформи можуть встановлювати ліміт «не менше ніж ___%», що підвищує ризик підприємця не отримати відповідну суму або її частину.

Згідно із проведеним дослідженням краудфандингових платформ, їх класифікації згідно принципів роботи, цілей розробників, цілей інвесторів, умов фінансування, було зроблено висновок, що для кожної стадій проєкту (проєкт на рівні ідеї, проєкт на рівні протестованої ідеї, проєкт на рівні прототипу) доцільним є визначення множини платформ, що підвищує вірогідність досягнення мети (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 – Диференціація стадій розвитку інноваційного проєктів з урахуванням використання механізмів фінансування

Стадія	Потреби проєкту	Ціль розміщення на платформі	Множина платформ
Престартап	Ідея потребує тестування	Тестування ідеї, початок збору коштів	{A}
Стадія засновників	Ідею протестовано	Фінансування створення прототипу	{B}
Стартап	Прототип створено	Фінансування серійного виробництва	{C}
Зростання Розширення Вихід з ринку	Існує виробництво	Не доцільне	

Джерело: розроблено авторками

У процесі дослідження було розглянуто 24 найбільш популярні краудфандингові платформи, умови їх функціонування, входу та виходу проєктів з платформ, що дозволило згрупувати їх за типами А, В та С.

Результати групування представлено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Розподіл краудфандингових платформ за типами

Тип	Найменування платформи	Кількість
{A}	Indiegogo, GoFundMe, RocketHub, FundRazr	4
{B}	Kickstarter, Indiegogo, EquityEats, Patreon, Plum Alley, GoFundMe, RocketHub, FundRazr, Experiment, Lending Club, Funding Circle, Kickfurther, Bolstr, Kiva, Prosper, RealtyShares, Patch of Land	17
{C}	Kickstarter, Indiegogo, EquityEats, Fundable, Patreon, Plum Alley, GoFundMe, RocketHub, FundRazr, Experiment, Lending Club, Funding Circle, Kickfurther, Bolstr, Kiva, Prosper, RealtyShares, Patch of Land, AngelList, CircleUp, Crowdfunder, SeedInvest, EquityNet, RealtyMogul	24

Джерело: розроблено авторками

Аналіз свідчить, що всі 24 розглянуті платформи бажають мати справу з проєктами, де не тільки протестовано ідею, а й розроблено прототип товару або послуги. Значно менша кількість платформ мають справу з нетестованими ідеями – лише 4 з 24. При цьому всі вони є універсальними та успішно діючими для проєктів з тестованими ідеями та прототипами: Indiegogo, GoFundMe, RocketHub, FundRazr.

Основні критерії, на які пропонується покласти в основу організаційно-економічного механізму вибору методів та інструментів фінансування інноваційних проєктів на основі краудфандингу є умови фінансування, модель краудфандингу та плата за послуги користування платформою (таблиця 3.4).

Але краудфандинг має також і декілька значних недоліків. Зокрема, він не підходить для великих проєктів, що вимагають істотних вкладень, бо при такому фінансуванні залишаються обмеження в розмірі зазначеної суми інвестицій.

Мінусом є також відсіювання потенційно сильних проєктів зі слабкою маркетинговою та рекламною складовою, тобто проєкт може бути корисним та

мати всі шанси на успіх, але без належного його освітлення, без гарної презентації він має мало шансів зібрати необхідні кошти.

Таблиця 3.4 – Вибір краудфандингової платформи залежно від стадії реалізації стратап проєкту

Класифікаційні ознаки платформи	А– ідею не протестовано	В– ідею протестовано	С– є прототип
1. Краудфандингова модель			
- на основі винагороди інвестору	x	x	x
- борговий краудфандинг		x	x
- краудфандинг участі в капіталі			x
2. Типи фінансування			
- All or Nothing		x	x
- Keep what you raise	x	x	x
3. Витрати			
- щомісячний платіж			x
- % від кампанії, що досягла поставленої цілі залучення фінансових ресурсів	x	x	x
- % від того, що було залучено	x	x	x
- % від кампанії, що не досягла поставленої цілі залучення фінансових ресурсів	x	x	x
Всього	5	7	9

Джерело: розроблено авторками

Спираючись на проведені дослідження пропонується відповідний структурно-логічний механізм вибору краудфандингової платформи при фінансуванні інноваційних проєктів, який засновано на таких критеріях: ступінь готовності ідеї до реалізації (від нетестованої ідеї до наявного прототипу); вибір типу платформи (А, В або С); механізм залучення грошових коштів (тестування ідеї з наступним переходом до краудфандингу, власне краудфандинг, краудінвестинг, фінансові наслідки залучення фінансових ресурсів) (рис. 3.3).

З наведеного структурно-логічного механізму слідує, що гіпотетично, на будь-якому етапі існування та розвитку ідеї залучення фінансування є

можливим, однак з переходом ідеї до стадії прототипу спектр фінансових можливостей навіть на цих початкових стадіях значно зростає.

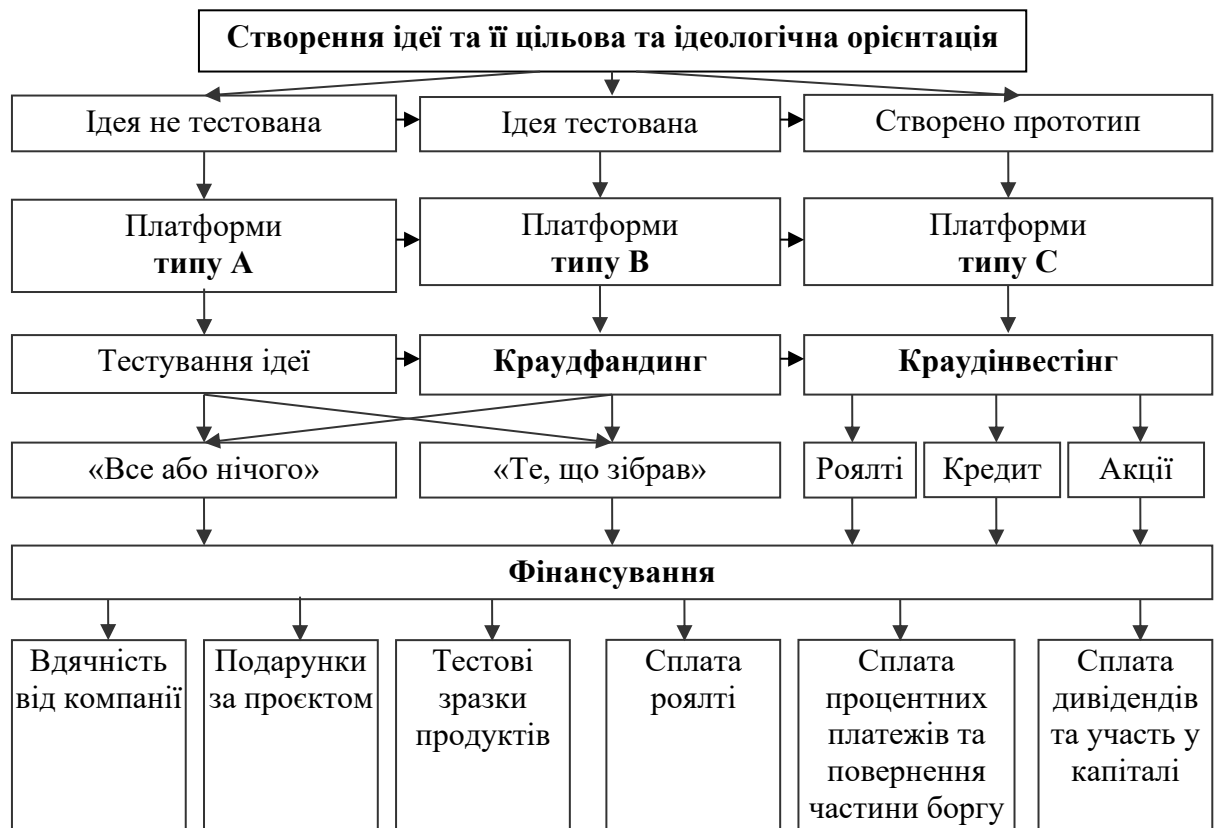


Рисунок 3.3 – Структурно-логічний механізм вибору краудфандингової платформи при фінансуванні стратап проектів

Джерело: розроблено авторками

Однак, розширення спектру фінансових інструментів призводить до виникнення додаткових інституційних та операційних зобов'язань між підприємцем та інвестором, що відображається як на фінансових показниках самого проекту, так і на подальших перспективах реалізації проекту та можливості особливо креативних ідей розвиватися за визначеним підприємцем напрямом.

Підсумовуючи викладене слід підкреслити, що краудфандинг, як один з механізмів фінансування інноваційних проектів, зазнає все більшого розвитку як в Україні, так і у світі.

Однак, поряд з багатьма перевагами краудфандингу, також існує достатня кількість недоліків, які обумовлені відповідними видами ризику як для інвестора (донора), так і для підприємця, який пропонує свою ідею та/або проект до фінансування через механізми краудфандингу. Очевидним є те, що використання краудфандингу потребує наявності відповідної інституційної структури: зокрема інституту соціального інвестування, інституту відповідальності інвестора та підприємця, інститутів підтримки інноваційних проектів у суспільстві тощо.

Тому ми пропонуємо розглянути також механізм фінансування малого бізнесу в туристичній сфері на основі кредитування.

В рамках поставлених в роботі задач, нами було проаналізовано основні джерела позикових ресурсів для малих підприємств, результати аналізу представлено на рисунку 3.4.

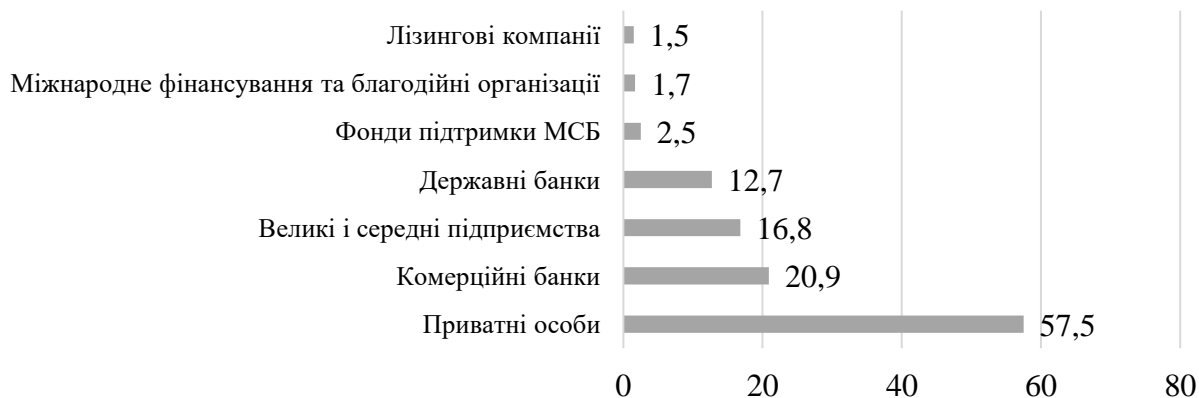


Рисунок 3.4 – Основні джерела позикових ресурсів для малих підприємств (% учасників опитування, які отримували в них кредит один або більше разів)

Джерело: складено авторками на основі [78, 79]

Як видно з рис. 3.4, досить гостро малий бізнес відчуває труднощі з доступом до кредитних ресурсів (лише 20,9% порівняно з використанням власних коштів на рівні 57,5%).

Така тенденція, на наш погляд, обумовлена завищеними вимогами з боку банків щодо отримання кредитів, що обмежує фінансові можливості і дестимулює підприємницьку активність.

Враховуючи зазначене, з метою підвищення долі фінансування банками малого підприємництва, доцільним є визначення характеристик, якими має бути наділений ефективний механізм фінансування малого бізнесу в Україні.

Перш за все, на наш погляд, розробка такого дієвого механізму банківського кредитування підприємницької діяльності має враховувати економічні інтереси як кредитора, так і позичальника. Так, інтересами кредитора, окрім отримання прибутку, може бути підтримка розвитку бізнесу в країні, довгострокова співпраця з позичальниками тієї чи іншої галузі. Економічними інтересами суб'єктів малого бізнесу є бажання забезпечити підприємницьку діяльність достатніми грошовими коштами задля розвитку і збереження позицій в умовах конкурентного ринкового середовища.

Для розробки ефективного механізму фінансування малого бізнесу, який базується на узгодженні інтересів кредиторів (банків) та позичальників (малого бізнесу), на першому етапі слід визначити проблеми, які перешкоджають на сьогоднішній день процесу кредитування.

Серед причин, які перешкоджають розвитку кредитування малого бізнесу з позицій банків, доцільно виділити такі основні фактори [80, 81]:

- непрозора і недостовірна звітність, відсутність стимулів для адекватного відображення фінансових результатів у звітності;
- незначний масштаб бізнесу, ускладнює оцінку його стану;
- низька якість опрацювання бізнес-планів при залученні кредитів;
- часта коригування законодавства, головним чином в області оподаткування малих підприємств;
- низький рівень юридичної грамотності позичальника, що перешкоджає належному оформленню всіх необхідних документів.
- висока частка і абсолютна величина операційних (непроцентних) витрат в процесі кредитування, що пов'язано з незначним розміром і терміном самого

кредиту та, як результат, неможливістю забезпечити достатню рентабельність операцій за рахунок невеликих, в абсолютній величині, процентних доходів банку;

- обмеженість або повна відсутність правових (і економічно виправданих) механізмів зниження кредитного ризику на всіх етапах кредитування (аналізу кредитної заявки, оцінки бізнесу, вибору способу забезпечення, супроводу кредиту, реалізації предмета застави);

- складності рефінансування та управління кредитним портфелем, що включає велику кількість різноманітних незначних за розміром кредитів.

Зазначимо, що як показало проведене нами дослідження, на різних етапах взаємодії банку і позичальника, як правило, проявляються їх різні аспекти.

Як ми говорили раніше, з боку підприємців також існує ряд «внутрішніх» проблем, які обумовлюють для малих підприємств труднощі в отриманні банківських кредитів. Основними факторами відчуження малих підприємств від банківських кредитів є наступні:

- високий відсоток за позиками,
- необхідність внесення застави,
- труднощі, що виникають при оформленні документів,
- небажання банків кредитувати малі підприємства,
- доступність кредиту з точки зору розміру прибутку, що отримує підприємство,

- зміна банківських стандартів скорочує можливість рефінансувати вже існуючі кредити.

В таблиці 3.5 представлено обґрунтування визначених факторів на основі аналізу умов кредитування банками малого бізнесу в Україні, як основа виникнення кредитних відносин між банківськими установами та суб'єктами малого бізнесу.

Таблиця 3.5 – Умови кредитування банками малого бізнесу в Україні станом на 2020 р.

Банк	Дійсна ставка	Річна ставка	Разова комісія	Аванс
UKRSIBBANK	18,70	16,90	1% від суми	від 30,00%
ПриватБанк	19,00	19,00 %	-	від 0,00%
Ощадбанк	19,37	19,00 %	0,2% від суми	від 25,00%
Credit Agricole	19,85	18,00 %	1,00% від суми	від 25,00%
Укргазбанк	19,95	18,10 %	1,00% від суми	від 30,00%

Джерело: складено авторками на основі [82-84]

З даних таблиці 3.5 видно, що найнижча дійсна ставка становить 18,70%, тоді як в європейських країнах ставки становлять від 3,5 до 5,5% [85]. Саме через такі високі процентні ставки малий бізнес не має перспективи розвитку і саме тому постає питання щодо впровадження змін в банківському секторі з метою масштабування середнього класу через створення ефективного механізму фінансування малого бізнесу.

Враховуючи встановлені внутрішні фактори, які перешкоджають та уповільнюють розвиток малого бізнесу в Україні, ми пропонуємо, провести дослідження доступності кредиту для малого підприємства на основі побудови економіко-математичної моделі. Для забезпечення зростання малого підприємства повинні бути виконані дві умови [79, 82, 83]:

1) Необхідне співвідношення (де розмір процентів не повинен перевищувати загального прибутку):

$$M^{об}(t) = 1 - Cp(t) - s > 0 \quad (3.7)$$

2) Достатнє співвідношення (де розмір чистого прибутку повинен перевищувати боргові зобов'язання):

$$\frac{dA}{dt} > 0 \quad \text{або} \quad M(t) - S > 0 \quad \text{або} \quad E_t > 0 \quad (3.8)$$

Надання одноразового кредиту в момент часу $t = 0$

де c – питома собівартість,

$P(t)$ – випуск продукції в момент t в вартісному вираженні,

S – частини основного боргу в момент t ;
 s – відсотки, що виплачуються в цьому ж періоді,
 $A(t)$ – вартість основних виробничих фондів,
 $M^{об}(t)$ – загальний прибуток малого підприємства,
 $M(t)$ – чистий прибуток за вирахуванням податкових відрахувань,
 $E(t)$ – частка чистого прибутку, що відраховується на реінвестування.

В економічних дослідженнях величина доступності кредиту зазвичай оцінюється індикатором $\mu(t)$, який обчислюється як відношення боргового зобов'язання до величини чистого прибутку малого підприємства:

$$\mu(t) = \frac{S(t)}{M(t)} = \frac{s}{M(t)} \quad (3.9)$$

При $\mu(t) \leq 1$ кредит в момент t є доступним, при $\mu > 1$ – відповідно, недоступним. Умова (3) визначає співвідношення параметрів, що входять в S і $M(t)$, і забезпечують доступність кредитів для малого підприємства.

Таким чином, при досить швидкому зростанні вартості основних виробничих фондів $A(t)$ забезпечується $\mu(t) < 1$.

Отримані результати моделювання свідчать, що основним критерієм доступності банківських кредитів для малого бізнесу має бути зростання вартості основних виробничих фондів, яке забезпечить виконання двох критеріїв: розмір процентів не повинен перевищувати загального прибутку та розмір чистого прибутку повинен перевищувати боргові зобов'язання.

Таким чином, нами встановлено, що кроки, спрямовані на вирішення проблем неефективного механізму кредитування малого бізнесу, в тому числі в туристичній сфері, повинні одночасно вживатися як з боку кредитних організацій, держави, так і з боку самих малих підприємств. Комплекс заходів, пов'язаний з подоланням «внутрішніх» проблем малих підприємств, є більш складним і, по суті, виливається в загальний перелік заходів щодо підтримки малого бізнесу.

Отже, на основі дослідження проблем фінансування малого бізнесу в Україні, встановлення факторів, що уповільнюють його розвиток, а також

вивчення досвіду європейських країн з удосконалення механізму стимулювання розвитку малого бізнесу, нами було розроблено дієвий (ефективний) механізм узгодження інтересів кредиторів (банків) та позичальників (малого бізнесу) в процесі кредитування, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на визначенні конкретних внутрішніх та зовнішніх проблем фінансування малого бізнесу та, на їх основі, заходів щодо їх вирішення (рис. 3.5).



Рисунок 3.5 – Механізм узгодження інтересів кредиторів (банків) та позичальників (малого бізнесу) в процесі кредитування

Джерело: розроблено авторками

Таким чином, мале підприємництво, в тому числі в сфері туризму, є значним недовикористаним резервом економічного зростання країни. Його

активізація, як показало проведене нами дослідження, здебільшого залежить від забезпечення ефективного механізму фінансування малих підприємства на всіх етапах життєвого циклу інноваційного проєкту. Нами встановлено, що кроки, спрямовані на вирішення проблем неефективного механізму фінансування малого підприємництва, повинні одночасно вживатися як з боку кредитних організацій, держави, так і з боку самих малих підприємств.

Висновки до розділу 3

Запропоновано методику оцінювання доцільності участі малого бізнесу у розвитку туристичного потенціалу територіальних громад, яка є невід'ємною складовою розробленої авторами моделі. На першому етапі, методика заснована на оцінці ефективності інноваційного проєкту та доцільності його впровадження, на другому – на механізмі вибору ефективного інструменту фінансування бізнес проєкту.

Розроблено систему критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних проєктів дозволяє використовувати сукупність показників, що враховують інтереси суб'єктів туристичної інфраструктури, для отримання кінцевого результату з метою вдосконалення механізму впровадження інноваційних проєктів.

Встановлено, що з використання краудфандингу, як інструменту фінансування, у процесі просування інноваційного проєкту за стадіями реалізації можливість отримання відповідної суми фінансування корелює з відповідальністю інвестора з точки зору оцінки підприємницьких ризиків, а також відповідальністю підприємця з точки зору ризику збереження контролю над реалізацією свого проєкту та існуючого або майбутнього підприємства.

Доведено, що розвиток малого бізнесу, в тому числі в туристичній сфері, в Україні є істотним недовикористаним резервом економічного зростання країни. Його активізація, серед іншого, залежить від підвищення ефективності кредитування банками малих підприємства на всіх етапах його життєвого

циклу. Встановлено, що кроки, спрямовані на вирішення проблем неефективного механізму кредитування малого бізнесу, повинні одночасно вживатися як з боку кредитних організацій, держави, так і з боку самих малих підприємств.

РОЗДІЛ 4. МОДЕЛЬ ПРОГНОЗУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

4.1. Базові моделі сталого розвитку туристичного потенціалу територіальних громад

Розвиток туристичного потенціалу територіальних громад передбачає отримання низки переваг, як-то формування геонаукової спадщини міжнародного значення, ідентифікація регіону з осередком туризму та сталого економічного розвитку, входження до глобальної мережі програми ЮНЕСКО [86, 87].

У той же час формування такого потенціалу забезпечується через поєднання сталого використання територій, ефективного управління ними через застосування маркетингових й фінансових підходів [88].

З метою визначення економічного і соціального впливу туризму на територіальні громади, необхідно з'ясувати, яка у цьому контексті склалася політична, економічна та культурна ситуація на макро та мікро рівнях. Тільки через диференційований розгляд поточної ситуації і рамкових умов, на які зазвичай не впливає туристичний розвиток громади, можна визначити розвиток туристичного потенціалу [89]. Цей процес є складним, масштаби і вплив якого залежать від різного роду факторів і відрізняються для країни, регіону, міста, громади. Конфігурація в основному визначається політичною ситуацією та соціальною структурою країни та піддається впливу різних національних та міжнародних груп інтересів.

Розвиток туристичного потенціалу територіальної громади значною мірою залежать від конкретної форми туризму, тобто як структурована та розроблена туристична пропозиція, наскільки економічні, екологічні та соціально прийнятні висновки використані при її формуванні. Туризм враховує та реалізує міру врахування інтересів широкого кола стейкхолдерів [90].

Прихильність національних та міжнародних інвесторів різного впливає на форму туризму як в країні, так і в регіоні. Такий процес починається з

інвестиції в туристичну інфраструктуру та її забезпечення: готель (участь вітчизняного капіталу, питання розміщення, енергетичне проєктування тощо), навчання та працевлаштування персоналу (справедлива заробітна плата, можливості навчання та освіти тощо), використання місцевих та регіональних продуктів або оформлення екскурсійних пропозиції (екологічний та соціально відповідальний дизайн, врахування культурних особливостей тощо). Як зазначалося раніше у Розділі 2, це питання потребує розробки ефективного механізму фінансування, який базується на узгодженні інтересів кредиторів (банків) та позичальників (малого бізнесу) [91].

Однак щодо конкретних територіальних громад важливим при формуванні туристичного потенціалу є:

- політичні, економічні та культурні умови та розвиток країни, що забезпечують позитивне середовище та рамкові умови;
- складові сталого розвитку туризму, беручи до уваги економічні, екологічні та соціально прийнятні результати.

На рисунку 4.1 наведено основний ефекти розвитку туризму в територіальних громадах.

Територіальні громади знаходяться в постійному процесі розвитку, який не закінчується створенням та управлінням туристичним регіоном. Вони повинні впроваджувати необхідні зміни передбачувано і планомірно та бачити себе як цілісну структуру, що перебуває у постійному процесі запланованих змін [92]. Адже успішними вважаються ті структури, які можуть швидко адаптуватися до нових викликів. Для цього потрібні свідомі процеси навчання, сплановані та ініційовані зацікавленими сторонами з метою постійного підвищення ефективності формування туристичного потенціалу. Як зазначалося вище саме малий бізнес може позиціонувати себе як драйвер інновацій у розвитку туристичного потенціалу.

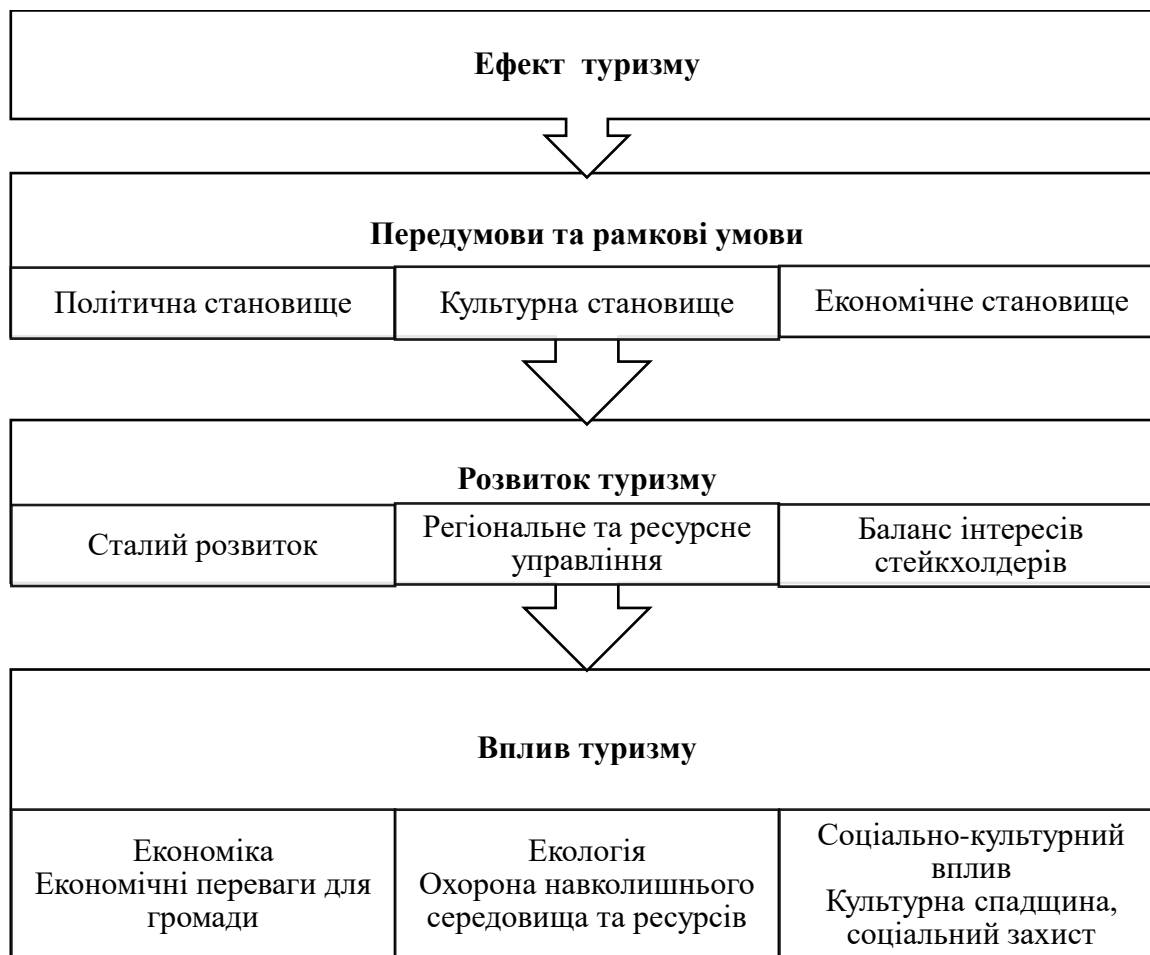


Рисунок 4.1 – Ефект туризму в територіальних громадах

Джерело: складено авторками на основі [92, 93]

Територіальні громади як платформи для інновацій. Тенденції туристичного попиту означають, що туристичні організації постійно потребують коригування їхньої діяльності. Однак коригування не повинні призводити до «стратегії імітації» і мають бути лише реакційними. Скоріше, дестинації повинні вловлювати тенденції і, виходячи з цього, розробляти інноваційні заходи з туристичними гравцями. Інновації зосереджені на таких сферах:

–інновації продуктів і пропозицій: місце призначення повинно створювати пропозиції та продукти для конкретних цільових груп, які задовольняють конкретні потреби стейкхолдерів. На основі цього можна створювати інновації для певних груп цільових аудиторій. Тут є потенціал для інновацій, зокрема в

розробці існуючих туристичних пропозицій, створенні нових продуктів та у сфері покращення якості послуг;

–інновації в ланцюжку послуг: розробляючи інновації, необхідно враховувати ланцюг туристичних послуг. Таким чином для кожного піделементу можна розробити конкретні, нові заходи, які є важливими для споживачів туристичних послуг. Тут, у свою чергу, потрібна вміння співпрацювати з окремими постачальниками послуг, оскільки вони займають значні частини ланцюжка послуг. Для місць призначення можна безпосередньо вплинути на заходи на потенційній фазі, тобто на попередню діяльність та фазу результату.

Технічні інновації є одними з ключових елементів розвитку туристичного потенціалу. Сьогодні, особливо у сфері комунікаційної політики, можна впровадити низку інноваційних заходів [90]. Інтернет та мобільні технології відкривають нові можливості для територіальних громад у формуванні їхньої туристичної привабливості. Крім того, громади з подальшими технічними розробками можуть позиціонувати себе для формування інклюзивного туризму. Розробки у сфері екологічних технологій та мобільності створюють нові інструменти, які можна використовувати як інновації в туризмі. Наприклад, створюються та пропонуються віртуальні пригодницькі тури, використовуються технології доповненої реальності. Можливості туристичного використання технічних новинок практично необмежені.

Туристичні організації вважаються ключовими драйверами, які слідкують за новими розробками та використовують ефективні методи управління для себе та своїх партнерів. Для цього слід зосередити увагу на таких напрямках:

- реформи внутрішнього призначення: туристичні організації повинні постійно працювати над подальшим спрощенням та професіональним забезпеченням внутрішніх структур. Крім того, організації повинні розглядати себе як компанію, яка, як і будь-яка комерційна, заснована на ринковій орієнтації та зосереджена на комерціалізації продукції – туристичної послуги;

- стратегічні альянси та партнерства: сьогодні туристичні напрямки все більше покладаються на стратегічне партнерство, об'єднаних туристичним маркетингом або маркетингом територій. Величезний потенціал синергії для всього регіону можна створити завдяки співпраці з компаніями в галузі та за її межами, які мають однакові бачення, цільові групи та цінності;

- нові моделі управління: туристичним організаціям важливо розробити ефективні моделі управління, які найкращим чином реалізують функції, які мають виконуватися, особливо з огляду на зростаючі труднощі фінансування в туризмі. Слід зазначити, що інтенсивне вивчення відповідних обставин є важливим при обговоренні впровадження нових моделей. Усі фактори успіху стосуються управління туристичним призначенням загалом, але мають бути індивідуалізованими та завжди адаптованими до зовнішніх факторів впливу. Ідеального типу управління туристичним призначенням не існує. Особливості формування та впровадження в окремих регіонах завжди відрізнятимуться. Тому комплексну оцінку факторів можна зробити лише після того, як вони були визначені до конкретних окремих випадків.

Вже кілька років моделі розвитку туристичного потенціалу стикаються з новими викликами через дуже динамічні процеси змін зовнішнього середовища [93]. Виникають питання щодо того, наскільки туристичні зони можна розуміти як пункти призначення, які критерії слід використовувати для цього та які шляхи подальшої адаптації, якщо критерії призначення не виконуються. Теоретичні рекомендації дуже різноманітні, на практиці застосовуються два основних підходи до розвитку дестинації – з одного боку, посилення та оптимізація місцевих туристичних структур, а з іншого – об'єднання малих організацій у більші підрозділи. Реорганізація майже виключно включає місцевий та регіональний організаційний рівень.

Некерована кількість самопроголошених туристичних регіонів, що характеризуються сильним політичним впливом, є вираженням того факту, що поняття дестинації та її завдання майже не мають на практиці дрібних організаційних підрозділів, які часто можна охарактеризувати, як [92, 93]:

- жорсткі ієрархії та тривалі процеси прийняття рішень;
- сильний акцент на неприбуткових юридичних формах;
- дуже малі зони відповідальності, які навряд чи виходять за межі громади чи міста;
- дефіцит робочої сили;
- висока залежність від фінансових ресурсів державного сектору;
- використання коштів, які сильно спрямовані на самоуправління;
- сфери бізнесу не завжди орієнтовані на клієнта та обслуговування в цілому;
- невстановлений менеджмент дестинації як основа туристичної роботи.

Протягом кількох років спостерігається нова динаміка в організаційних структурах туризму промислових територій. Це пов'язано з трьома основними викликами: ринок, що швидко змінюється, дедалі вузькі фінансові можливості в державному секторі та посилення тиску очікувань з боку туристичних та політичних зацікавлених сторін у регіонах.

Нові ринкові умови є результатом, перш за все, вже описаних тенденцій туристичного попиту та зростаючих змін у туристичній пропозиції. Туристичні організації повинні розвивати ефективніші структури, підвищувати туристичну видимість регіону, вносити інфраструктурні коригування та забезпечувати маркетинг відповідних територій.

В умовах економічного дисбалансу, постійної бюджетної консолідації та політичних вимог до ринкової орієнтації структур туристичних організацій постійно зменшуються фінансові дотації туристичної галузі з державних джерел.

Крім того, зростають вимоги та очікування туристичних гравців у туристичних регіонах. З мінливими умовами ринку та конкуренції, вимоги до ефективних маркетингових та організаційних структур у регіонах також стають більш значними. Зростаюча залежність туристичних організацій від їхніх членів та зацікавлених сторін у сфері туризму посилює тиск на їхні дії.

Для того, щоб ініціювати зміни в туристичних структурах та мати можливість розробити рекомендації, які визначають тенденції, щодо дій для ефективного управління дестинаціями, спочатку необхідно виявити, як дестинації визначаються на практиці.

Більшість туристичних регіонів України не досягають ринкової якості самостійно [93]. Лише приблизно кожен четвертий регіон має потенціал працювати як самостійний напрямок без обмежень. Для інших регіонів або рекомендується реструктуризація на більші підрозділи, або створення партнерських відносин з іншими регіонами. Особливо така ситуація стосується старопромислових регіонів.

Необхідно знайти цілісний підхід, який би вирішував різні завдання туристичних рівнів та визначав їх на основі практико-орієнтованих критеріїв. Наразі неможливо створити загальну основу для практичних критеріїв для регіональних напрямків. Тому багато регіонів діють автономно та незалежно. Створено велику кількість критеріїв, які використовуються для розмежування туристичних регіонів.

Загалом, сьогодні в Україні не знайшло практичного застосування сама теоретична концепція туристичних дестинацій. Тобто теоретичні основи зачіпаються в аналізі визначення критеріїв призначення, але на практиці їм приділяється лише незначна увага. Зокрема, сприйняття напрямків певних груп стейкхолдерів враховується лише в дуже обмеженій мірі. Це відіграє певну роль в успішному профілюванні та створенні туристичної зони. Крім того, критерії в першу чергу орієнтовані на національні та міжнародні напрямки. З іншого боку, дослідження застерігають від занадто великих напрямків, які підпорядковані всім структурам.

Підходи до розвитку дестинації в Україні покладаються на *трирівневу модель*. Така модель взаємовідносин зацікавлених сторін у створенні туристичного потенціалу є адаптацією європейського досвіду. Подальший розвиток та оптимізація напрямків є відповідальністю окремих територіальних громад. Через описані нові виклики вже кілька років спостерігаються зусилля

щодо реорганізації регіональних туристичних структур. Відсутність єдиної системи критеріїв також впливає на різний дизайн реструктуризації. Початкові ситуації переорієнтації туристичних структур схожі і зосереджені на наступних напрямках:

- дрібні, фрагментовані місцеві структури, які часто базуються на кордонах громад або районів;
- відсутність єдиного профілю завдань і відповідальності для різних рівнів;
- робота, орієнтована на учасників, замість ринкової орієнтації;
- неефективне використання фінансових ресурсів (через дублювання завдань);
- неефективні маркетингові заходи: відсутність цільового залучення нових клієнтів;
- заледве розвинені структури співпраці.

Більш уважний розгляд поточних загальнодержавних планів туристичної стратегії в Україні показує, що підхід *трирівневої моделі* все частіше використовується при реструктуризації організаційних структур [86-88, 94]. Найвищий рівень передбачає державну підтримку. На цьому державному рівні приймаються нормативні та стратегічні рішення та здійснюється пошук послідовного зовнішнього маркетингу. Реорганізації на цьому рівні проводяться рідко. Найбільша потреба в змінах вбачається на регіональному та місцевому рівнях. При цьому використовуються різні підходи щодо оптимізації регіональних та місцевих організаційних структур.

З огляду на широкі профілі завдань на місцевому рівні, для формування та подальшого розвитку туристичного потенціалу використовуються три основні моделі: модель маркетингової парасольки та дві форми інтеграційної взаємодії [94]. В залежності від конкретної ситуації в регіоні можлива їхня комбінація та модифікація. Яка б модель не вступила в дію – вирішальним є виконання завдань, перенесених на рівень територіальної громади.

Координацію та планування в масштабі регіону, а також управління якістю інфраструктури завжди слід відносити до рівня місцевих туристичних

організацій, щоб мати можливість планувати та впроваджувати інфраструктуру відповідно до туристичної концепції регіону.

Перша модель маркетингової парасольки передбачає, що учасники туристичної співпраці зберігають повну автономію, кожен зосереджується на своїх завданнях, як-то обслуговування гостей, забезпечення інтенсивності і структури туризму, ступінь використання інфраструктури місцевими жителями, податкове законодавство та питання фінансування тощо [86, 87]. Стейкхолдери формування туристичного потенціалу територіальної громади об'єднуються для реалізації завдань маркетингу, відбувається аутсорсинг завдань з розробки туристичного продукту, маркетингу та збуту. При цьому повністю зберігається місцеві та субрегіональні структури (без проникнення з боку парасолькової організації). Слід зазначити, що передача завдань маркетингу та збуту окремій організації може відбуватися у поєднанні з передачею завдань більш сильному партнеру. Обслуговування гостей залишається переважно на місцевому або субрегіональному рівні, у тому числі власність залишається на місцевій або субрегіональній основі.

Адміністрування обмежено сферою дії територіальної громади. Зазвичай така модель передбачає, що є один великий та багато маленьких партнерів. Наприклад, великий туристичний курорт і кілька невеликих регіональних партнерів часто співпрацюють. Як правило, туристична інфраструктура суттєво доступна лише у великого партнера – модель маркетингової парасольки є найпоширенішою формою розвитку туристичного потенціалу. У будь-якому випадку потрібні рішення щодо участі малих партнерів у фінансуванні інфраструктури, наданої великим партнером. На проміжній основі проводиться робота з укладання контрактів на обслуговування для окремих місць або субрегіонів (рисунок 4.2).

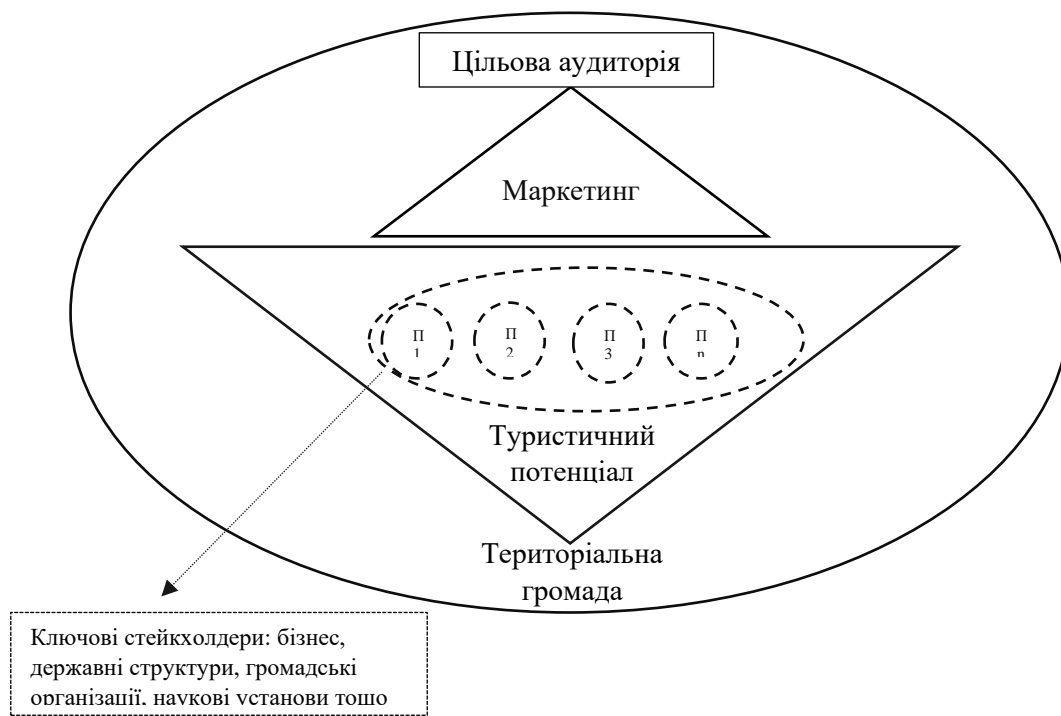


Рисунок 4.2 – Модель маркетингової парасольки розвитку туристичного потенціалу

Джерело: розроблено авторками на основі [86-88]

Інтеграційна модель першого типу передбачає часткове проникнення функціональних процесів різних учасників туристичної співпраці. Обслуговування гостей повністю передано на аутсорсинг за місцеположеннями або субрегіонами ключовим партнерам [86-88, 94]. Відбувається повне коригування попередніх місцевих або субрегіональних структур, при цьому зберігається часткова автономія, а саме право власності на нерухомість залишається за партнерами за співпрацею, у разі необхідності один стейкхолдер бере на себе обслуговування та управління туристичними об'єктами. Перенесення всіх маркетингових завдань (маркетинг, продажі, розробка продуктів і пропозицій) на певного суб'єкта. Якщо взаємодія передбачає наявність кількох великих партнерів, наприклад коли співпраця поширюється на декілька туристичних місць майже однакового розміру, у таких випадках доцільно запровадити інтеграційну модель першого типу. Таким чином можна забезпечити значну синергію, яка полягає у спільному розвитку та в

експлуатації та управлінні інфраструктурою. Інтеграційна модель першого типу наведена на рисунку 4.3.



Рисунок 4.3 – Інтеграційна модель першого типу розвитку туристичного потенціалу

Джерело: розроблено авторками на основі [86-88, 94]

У моделі інтеграції другого типу передбачається створення посиленого партнерства з виділенням місцевої туристичної організації, яка забезпечує консолідацію всіх завдань у сфері маркетингу та обслуговування гостей, а також обслуговування та управління інфраструктурою [94]. Така спільна організація виступає в якості довгострокового орендаря або власника об'єктів туристичної інфраструктури. Місцева туристична організація виконує функцію інтегратора та бере на себе всі маркетингові завдання (маркетинг, продажі, розробка продуктів і пропозицій) та комплексне управління всіма туристичними подіями. Такі організації забезпечують синергію в сферах організації, маркетингу та інфраструктури в ідентичній сфері. Що стосується критичного розміру, місцеві туристичні організації є ринковими, стратегічно керованими просторовими одиницями з чітко впізнаваною та розмежованою пропозицією (однорідна туристична зона). Вони засновані на добровільному,

внутрішньому, обов'язковому співробітництві між кількома містами та громадами, їхніми туристичними організаціями та приватними постачальниками послуг. Місцеві туристичні організації повністю інтегровані в туристичну систему країни. Спільна структура буде поступово розширюватися, оскільки в процесі співробітництва вирішується все більше завдань. Натомість партнери по співпраці, наскільки це можливо, утримуються від додаткового індивідуального виконання пакетних завдань. Формування місцевих туристичних структур є довготривалим процесом, який вимагає послідовності в застосуванні та чіткості кроків дій. Структури та процеси визначаються державною політикою як підхід зверху вниз, у якому встановлюються чіткі договірні рамки та напрям регулюється на основі дев'яти ключових питань. Однак місцеві суб'єкти повинні забезпечити виконання змін, впроваджувати та вносити корективи залежно від регіональних умов. Створення таких структур пов'язане з чіткими критеріями. Вони базуються не лише на вимірних змінних, а й дають місцевим зацікавленим сторонам у сфері туризму свободу вносити індивідуальні зміни. Така модель наведена на рисунку 4.4.

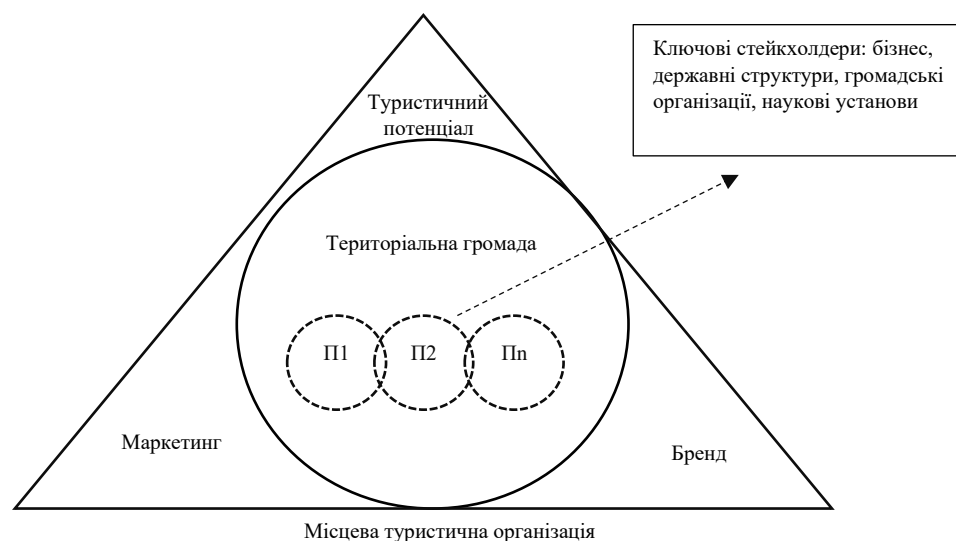


Рисунок 4.4 – Інтеграційна модель другого типу розвитку туристичного потенціалу

Джерело: розроблено авторками на основі [94]

Вирішальними для вибору «правильної» моделі є конкретне завдання територіальної громади, історія співпраці (попередні розробки та структури), пропозиція та інфраструктурні об'єкти, наявні правові зв'язки та головне виконання дванадцяти цілей сталого розвитку туризму [95, 96]. Перш за все: принципово «кращої» форми не існує. Для успішного розвитку туристичного потенціалу вирішальне значення має раннє залучення усіх типів стейкхолдерів. Це приносить стратегічну компетентність у розробці послуг та продуктів, що дає змогу DESTINATION позиціонувати себе в конкурентній боротьбі. Проте, слід зазначити, що інтеграція певним чином може поліпшити сталість розвитку туристичного потенціалу. Отже, саме інтеграційна модель другого типу здатна забезпечити сталий розвиток туристичного потенціалу в повній мірі.

Як зазначалося вище, перехід від одні моделі розвитку туристичного потенціалу до іншої обумовлен досягненням ключових показників за дванадцятьма цілями сталого розвитку [95, 96]:

1. Економічна життєздатність.

Забезпечити життєздатність та конкурентоспроможність туристичних напрямків та підприємства, щоб вони могли продовжувати процвітати та отримувати вигоди в довгостроковій перспективі.

2. Місцеве процвітання.

Максимізувати внесок туризму у процвітання DESTINATION, включаючи збереження пропорцій туристського навантаження на регіон.

3. Якість зайнятості.

Збільшувати кількість та якість місцевих робочих місць, створених та підтримуваних туризмом, включаючи рівень оплати праці, умови обслуговування та доступності всіх без дискримінації за гендерними, расовими ознаками тощо.

4. Соціальна рівність.

Домагатися широкого розподілу економічних і соціальних вигід від туризму у всій спільноті отримувачів, включаючи покращення можливостей, доходу та доступних послуг для незаможних верств населення.

5. Доступний туризм.

Забезпечення безпечного та комфортного туризму для всіх відвідувачів незалежно від статі, раси, фізичних обмежень тощо

6. Місцевий контроль.

Залучати та надавати громаді можливості планування та прийняття рішень щодо управління та майбутнього розвитку туризму у своїй місцевості за консультаціями з іншими зацікавленими сторонами.

7. Добробут громади.

Підтримувати та підвищувати якість життя в місцевих громадах, включаючи соціальні структури та доступ до ресурсів, зручностей та систем підтримки життя, уникаючи будь-якої форми соціальної деградації чи експлуатації.

8. Культурне багатство.

Поважати і примножувати історичну спадщину, автентичну культуру, традиції та своєрідність приймаючих громад.

9. Фізична цілісність.

Збереження та покращення ландшафтів, як міських, так і природних, та недопущення візуальної чи фізичної деградації навколишнього середовища.

10. Біологічна різноманіття.

Підтримка збереження природних територій, довкілля та дикої природи та мінімізація шкоди.

11. Ефективність ресурсів.

Мінімізувати використання дефіцитних та невідновлюваних ресурсів у розвитку туризму, функціонуванні туристичних об'єктів, туристської діяльності і надання туристичних послуг.

12. Екологічність.

Мінімізація забруднення повітря, води та землі та утворення відходів туристичними підприємствами та відвідувачами

4.2. Зміна моделі розвитку туристичного потенціалу територіальної громади як результат досягнення ключових показників за цілями сталого розвитку

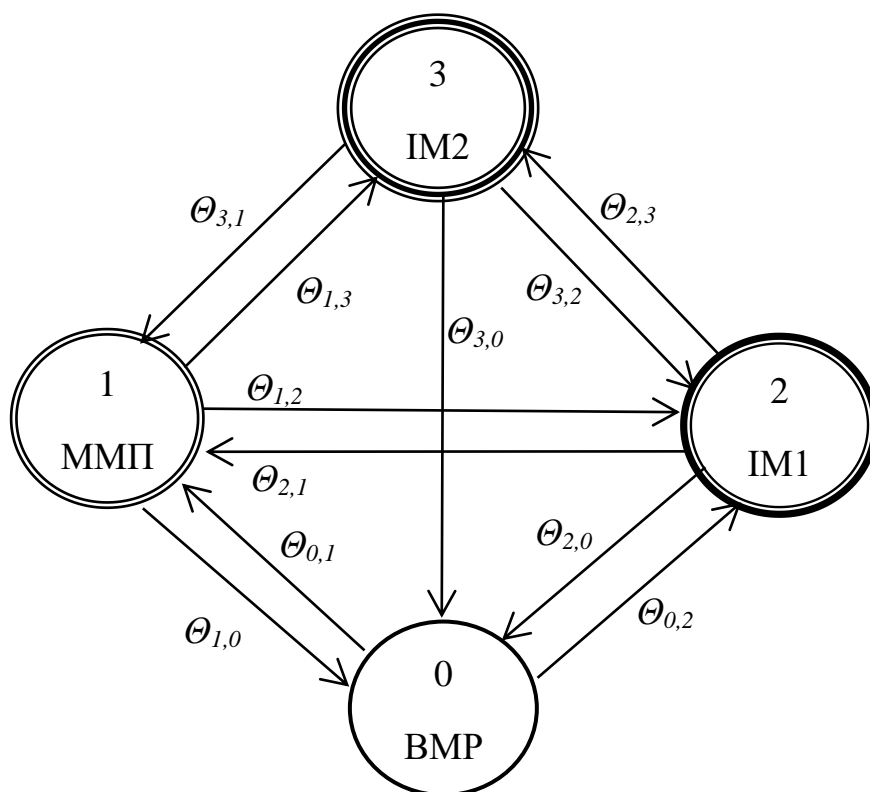
Сталий розвиток туристичного потенціалу можливий за рахунок формування поглиблених гнучких партнерських відносин між усіма стейкхолдерами [96]. Проте, виникає проблема встановлення даного типу взаємовідносин, адже він базується на особливостях поточного стану взаємовідносин який відображається поточною моделі розвитку туристичного потенціалу території і носить достатньо еволюційний характер. Тоді стає питання прогнозування зміни характеру поточної взаємодії між стейкхолдерами і визначення механізмів активного формування туристичного потенціалу задля найбільш ефективного досягнення цілей сталого розвитку.

Слід зазначити, що поточний тип моделі розвитку повинен, з одного боку, найбільш повно відповідати інтересам всіх стейкхолдерами, а, з іншого, комплексний сталий туристичний розвиток регіону найбільш повно забезпечується при інтеграційній моделі другого типу. Таким чином, кінцевою метою прогнозування розвитку взаємовідносин є встановлення впливу різних чинників на зміну моделі розвитку туристичного потенціалу регіону, а активного формування туристичного потенціалу – визначення чинників активний вплив на який, наприклад, через фінансові механізми, дозволяє прискорити перехід до еволюційно вищої форми моделі розвитку, зробивши її більш привабливою для діючих і потенціальних стейкхолдерів [97]. Тем не менш слід враховувати, що за деяких обставин, перш за все – форс мажорних, може скластися так, що перехід на модель нижчого еволюційного рівня може бути доцільним як для окремих стейкхолдерів так і для більшості з них задля підвищення їх стійкості в обставинах, що склалися.

Оскільки будь-яке рішення має суттєву суб'єктивну складову, а обставини за якими вони приймаються мають ймовірнісний характер, то перехід з однієї моделі розвитку туристичного потенціалу на іншу здійснюється в наслідок

потоків подій, які носять ймовірнісний характер [98]. Це дає підстави розглядати систему моделі розвитку туристичного потенціалу регіону як марківську систему з дискретними станами, що мають кінцеве число, а процеси, що протікають у такій системі – марківськими процесами.

Таким чином, стан розвитку туристичного потенціалу регіону може бути описана графом її станів за тої чи іншої моделі, що наведений на рисунку 4.5, у якому вершини означають стани за відповідними моделями, а дуги – можливі безпосередні переходи з одного, i -того, стану у інший, j -тий, стан під впливом потоку подій, що підпорядковуються показовому закону розподілення зі щільністю $\theta_{i,j}$. Стан самої ж системи, у такому випадку, описується ймовірностями її знаходження у кожному зі станів [99].



$\theta_{i,j}$ – щільність потоку подій, що переводять систему з стану i в стан j .

Стани системи: «0» – «відсутність моделі розвитку туристичного потенціалу регіону» (BMP);
 «1» – «маркетингова парасолька розвитку туристичного потенціалу» (ММП);
 «2» – «інтеграційна модель 1-го типу розвитку туристичного потенціалу» (ІМ1);
 «3» – «інтеграційна модель 2-го типу розвитку туристичного потенціалу» (ІМ2)

Рисунок 4.5 – Граф станів розвитку туристичного потенціалу регіону

Джерело: складено авторками

Слід зазначити, що стан відсутність моделі розвитку туристичного потенціалу регіону характерний для регіону, в якому відсутня політика розвитку туристичного потенціалу, а сам розвиток носить досить хаотичний характер. Перехід до цього стану може відбуватися з будь-якого стану марківської системи, наприклад, в результаті форс мажорних обставин.

Базова система диференціальних рівнянь, яка описує систему, що наведена на рисунок 4.1, має вигляд:

$$\left. \begin{aligned} \frac{dp_0(t)}{dt} &= -(\Theta_{0,1} + \Theta_{0,2}) \cdot p_0(t) + \Theta_{1,0} \cdot p_1(t) + \Theta_{2,0} \cdot p_2(t) + \Theta_{3,0} \cdot p_3(t); \\ \frac{dp_1(t)}{dt} &= \Theta_{0,1} \cdot p_0(t) - (\Theta_{1,0} + \Theta_{1,2} + \Theta_{1,3}) \cdot p_1(t) + \Theta_{2,1} \cdot p_2(t) + \Theta_{3,1} \cdot p_3(t); \\ \frac{dp_2(t)}{dt} &= \Theta_{0,2} \cdot p_0(t) + \Theta_{1,2} \cdot p_1(t) - (\Theta_{2,0} + \Theta_{2,1} + \Theta_{2,3}) \cdot p_2(t) + \Theta_{3,2} \cdot p_3(t); \\ \frac{dp_3(t)}{dt} &= \Theta_{1,3} \cdot p_1(t) + \Theta_{2,3} \cdot p_2(t) - (\Theta_{3,0} + \Theta_{3,1} + \Theta_{3,2}) \cdot p_3(t); \end{aligned} \right\}, \quad (4.1)$$

де, $p_0(t), p_1(t), p_2(t), p_3(t)$ – ймовірності знаходження системи у стані 0,1,2,3 (див. рис. 4.5) відповідно у момент часу t .

До цих рівнянь слід додати умову:

$$\sum_{i=0}^{i=3} p_i = 1. \quad (4.2)$$

Система рівнянь (4.1) дозволяє визначити поведінку марківської системи станів розвитку туристичного потенціалу регіону у часі, починаючи з будь-яких початкових умов, котрі мають вигляд:

$$p_i(0) = 1, p_{j(j \neq i)}(0) = 0, \quad (4.3)$$

де, i – номер стану системи у момент часу, що прийнятий як початковий, нульовий.

Щоб знайти граничні ймовірності стану системи, тобто p_0, p_1, p_2, p_3 в режимі, що установився, треба похідні з правої частини дорівняти нулю. Тоді

ми отримаємо систему не диференційних, а звичайних лінійних алгебраїчних рівнянь:

$$\left. \begin{aligned} -(\Theta_{0,1} + \Theta_{0,2}) \cdot p_0 + \Theta_{1,0} \cdot p_1 + \Theta_{2,0} \cdot p_2 + \Theta_{3,0} \cdot p_3 &= 0; \\ \Theta_{0,1} \cdot p_0 - (\Theta_{1,0} + \Theta_{1,2} + \Theta_{1,3}) \cdot p_1 + \Theta_{2,1} \cdot p_2 + \Theta_{3,1} \cdot p_3 &= 0; \\ \Theta_{0,2} \cdot p_0 + \Theta_{1,2} \cdot p_1 - (\Theta_{2,0} + \Theta_{2,1} + \Theta_{2,3}) \cdot p_2 + \Theta_{3,2} \cdot p_3 &= 0; \\ \Theta_{1,3} \cdot p_1 + \Theta_{2,3} \cdot p_2 - (\Theta_{3,0} + \Theta_{3,1} + \Theta_{3,2}) \cdot p_3 &= 0; \end{aligned} \right\} \quad (4.4)$$

Зазначимо, що в системі рівнянь (4.4) кожне з рівнянь може бути отримано з інших трьох рівнянь, тобто маємо лінійно залежне рівняння. Тому, рішення системи (4.4) потребує видалення з неї одного з рівнянь і доповнення цієї системи рівнянням (4.2) і має такий результат:

$$p_0 = \frac{\Delta p_0}{\Delta_B}; \quad (4.5)$$

$$p_1 = \frac{\Delta p_1}{\Delta_B}; \quad (4.6)$$

$$p_2 = \frac{\Delta p_2}{\Delta_B}; \quad (4.7)$$

$$p_3 = \frac{\Delta p_3}{\Delta_B}; \quad (4.8)$$

де, $\Delta p_0, \Delta p_1, \Delta p_2, \Delta p_3$ – мінори відповідних змінних;

Δ_B – базовий мінор системи:

Рішення такої системи у загальному виді за допомогою математичного пакету МАХІМА дає єдине рішення. Імовірність знаходження маркетингової системи кожному стані визначається щільностями подій, що переводять систему з одного стану у інший.

Слід зазначити, що події, які можуть привести до моделі розвитку туристичного потенціалу регіону мають різну природу [100]. Тому, з кожним фактором, що може впливати на зміну стану системи, можна зв'язати свій потік подій з відповідною щільністю. Тобто, для кожному чинника k можна поставити у відповідність потік подій, що переводить систему з стану i у стан

j зі щільністю $\theta_{i,j(k)}$. Тоді, як показано в [101] загальний потік подій, що переводить систему i у стан j має щільність $\Theta_{i,j}$ яка визначається так:

$$\Theta_{i,j} = \sum_{k=1}^{n_q} \theta_{i,j(k)}, \quad (4.9)$$

де, n_q – загальна кількість чинників, що впливають на перехід системи з одного стану в інший,

$\theta_{i,j(k)}$ – щільність переходу системи зі стану i у стан j за фактором k .

Коли фактор k безпосередньо не має вплив на перехід системи зі стану i у стан j , то $\theta_{i,j(k)} = 0$.

Зазначимо, що потоки подій за чинниками, що входять у (4.9), не обов'язково повинні бути стаціонарними потоками Пуассона – результатом підсумовування нестаціонарних та регулярних потоків дають стаціонарний потік Пуассона [101].

Таким чином, визначення стану системи потребує аналізу впливу різних чинників на переходи системи з одного стану в інший і методики визначення параметрів потоку подій за кожним з чинників.

Природньо в якості чинників обрати показники, що відповідають цілями сталого розвитку – кожен з показників повинен характеризувати прогрес в досягненні відповідної цілі сталого розвитку, а період аналізу впливу події на стан розвитку туристичного потенціалу регіону – до середнього періоду тривалості кожного туристичного сезону (у середньому до трьох місяців). Тоді щільність потоку моментів часу для перегляду моделі розвитку туристичного потенціалу регіону λ_{Π} визначається за формулою:

$$\lambda_{\Pi} = \frac{1}{T_c}, \quad (4.10)$$

де T_c – середня тривалість туристичного сезону.

У той же час, у момент перегляду моделі розвитку туристичного потенціалу регіону, виникнення ситуації її перегляду за чинником k може

відбутися тільки, якщо цей чинник мав місце у попередній період часу. Виникнення такої події за чинником k в стані i може бути охарактеризована її імовірністю $p_{\text{вп}(k)(i)}$. Тоді щільність виникнення події за чинником k у стані i – $\lambda_{\text{вп}(k)(i)}$, можна розрахувати як:

$$\lambda_{\text{вп}(k)(i)} = \lambda_{\text{п}(k)(i)} \cdot p_{\text{вп}(k)(i)}, \quad (4.11)$$

де, $\lambda_{\text{п}(k)(i)}$ – щільність моментів часу перегляду моделі розвитку туристичного потенціалу регіону у стані i за чинником k (визначається за формулою (4.10) за означеними вище правилами).

Але ж сам перегляд моделі розвитку туристичного потенціалу регіону за чинником k не гарантує перехід маркетингових відносин в інший стан, так саме однозначно не визначає, в загальному випадку, стан, що характеризується моделлю розвитку туристичного потенціалу регіону, у який може перейти марківська система. Отже, у загальному випадку такий перехід може відбутися у будь-якому стані, у тому числі і тому, в якому вони знаходяться у момент перегляду. Тоді, треба казати про імовірність переходу системи за чинником k зі стану i до стану j . При цьому, вся система таких переходів включає всі стани системи, тобто j може дорівнювати стани від нульового до третього та включати і стан i . Позначивши імовірність переходу з стану i до стану j за чинником k через $p_{\text{п}(k)(i,j)}$, маємо:

$$\sum_{j=0}^3 p_{\text{п}(k)(i,j)} = 1. \quad (4.12)$$

Спираючись на вищеозначене, можна отримати кінцевий вираз, за яким визначається щільність подій за чинником k , що переводить систему з стану i у стан j зі щільністю:

$$\theta_{i,j}(k) = \lambda_{\text{вп}(k)(i)} \cdot p_{\text{п}(k)(i,j)} = \lambda_{\text{п}(i)} \cdot p_{\text{вп}(k)(i)} \cdot p_{\text{п}(k)(i,j)}. \quad (4.13)$$

На підставі (4.13) легко визначитися з методикою прогнозування стану системи і визначення щодо її реакції на події, які відбуваються у системі, що відображає розвиток туристичного потенціалу регіону.

Перш за все, слід визначитися з чинниками, що можуть переводити систему з одного стану в інший та для кожного чинника, що відповідають цілями сталого розвитку, встановити матрицю ймовірностей можливих переходів. Така матриця за чинником k з урахуванням графу станів системи розвитку туристичного потенціалу, що наведена на рисунку 4.5, буде мати вигляд, що наведений у таблиці 4.1

Таблиця 4.1 – Матриця ймовірностей можливих переходів системи за чинником k

Вихідний/вхідний стани	у стан 0	у стан 1	у стан 2	у стан 3	Примітки
зі стану 0	$P_{\Pi(k)}(0,0)$	$P_{\Pi(k)}(0,1)$	$P_{\Pi(k)}(0,2)$	0	$\sum_{j=0}^3 P_{\Pi(k)}(0,j) = 1$
зі стану 1	$P_{\Pi(k)}(1,0)$	$P_{\Pi(k)}(1,1)$	$P_{\Pi(k)}(1,2)$	$P_{\Pi(k)}(1,3)$	$\sum_{j=0}^3 P_{\Pi(k)}(1,j) = 1$
зі стану 2	$P_{\Pi(k)}(2,0)$	$P_{\Pi(k)}(2,1)$	$P_{\Pi(k)}(2,2)$	$P_{\Pi(k)}(2,3)$	$\sum_{j=0}^3 P_{\Pi(k)}(2,j) = 1$
зі стану 3	$P_{\Pi(k)}(3,0)$	$P_{\Pi(k)}(3,1)$	$P_{\Pi(k)}(3,2)$	$P_{\Pi(k)}(3,3)$	$\sum_{j=0}^3 P_{\Pi(k)}(3,j) = 1$

Джерело: складено авторками

По-друге, для кожного чинника k і стану системи слід визначити щільність потоку подій, за яким можливе виникнення подій за цим чинниками, що ініціює перехід у інший стан $\lambda_{\text{вп}(k)(i)}$. Результати такого визначення зводяться у матрицю ситуаційного аналізу.

По-третє, слід визначитися для кожного чинника k імовірність виникнення події за цим чинником у кожному зі станів і сформуванати матрицю імовірності виникнення подій за чинниками відповідно до форми, що наведена у таблиці 4.2.

Таблиця 4.2 – Матриця ймовірностей виникнення подій за чинниками переходів системи з одного стану у інший

Чинник	ймовірності виникнення подій за чинниками у зазначеному стані			
	у стані 0	у стані 1	у стані 2	у стані 3
чинник 1	$P_{ВП(1)(0)}$	$P_{ВП(1)(1)}$	$P_{ВП(1)(2)}$	$P_{ВП(1)(3)}$
...
чинник k	$P_{ВП(k)(0)}$	$P_{ВП(k)(1)}$	$P_{ВП(k)(2)}$	$P_{ВП(k)(3)}$
...
чинник n_q	$P_{ВП(n_q)(0)}$	$P_{ВП(n_q)(1)}$	$P_{ВП(n_q)(2)}$	$P_{ВП(n_q)(3)}$

Джерело: складено авторками

На підставі означених матриць легко отримати матриці щільності подій переходів системи з одного стану системи в інший за кожним чинником (таблиця 4.3), на підставі яких сформувавши матрицю переходів графа, що відображений на рисунку 4.5 (таблиця 4.4).

Тож, основним завданням при прогнозуванні і управлінні розвитком туристичного потенціалу регіону є обґрунтування показників, що характеризують прогрес в досягненні кожної з цілей сталого розвитку. Своєчасне виявлення та контроль даних чинників дозволить прискорення в досягненні і підтримання стану сталого розвитку, своєчасно вносити корективи в організацію туристичного бізнесу та виявляти напрями найбільш ефективного вкладення капіталу.

Перевірку методики було зроблено у спрощеному вигляді на контрольному прикладі. За кожною ціллю сталого розвитку було задано два показника, один з яких характеризує позитивний вплив на досягнення цілі сталого розвитку, а інший – негативний.

Таблиця 4.3 – Матриця щільності подій переходів з одного стану системи в інший за чинником k

Початковий стан	Кінцевий стан		
	1	2	3
0	$\theta_{0,1(k)} = \lambda_{\Pi(k)}(0) \cdot p_{\text{вп}}(k)(0) \cdot p_{\Pi(k)}(0,1)$	$\theta_{0,2(k)} = \lambda_{\Pi(k)}(0) \cdot p_{\text{вп}}(k)(0) \cdot p_{\Pi(k)}(0,2)$	$\theta_{0,3(k)} = 0$
1	$\theta_{1,1(k)} = 0$	$\theta_{1,2(k)} = \lambda_{\Pi} \cdot p_{\text{вп}}(k)(1) \cdot p_{\Pi(k)}(1,2)$	$\theta_{1,3(k)} = \lambda_{\Pi} \cdot p_{\text{вп}}(k)(1) \cdot p_{\Pi(k)}(1,3)$
2	$\theta_{2,1(k)} = \lambda_{\Pi(k)}(2) \cdot p_{\text{вп}}(k)(2) \cdot p_{\Pi(k)}(2,1)$	$\theta_{2,2(k)} = 0$	$\theta_{2,3(k)} = \lambda_{\Pi(k)}(2) \cdot p_{\text{вп}}(k)(2) \cdot p_{\Pi(k)}(2,3)$
3	$\theta_{3,1(k)} = \lambda_{\Pi(k)}(3) \cdot p_{\text{вп}}(k)(3) \cdot p_{\Pi(k)}(3,1)$	$\theta_{3,2(k)} = 0$	$\theta_{3,3(k)} = 0$

Таблиця 4.4 – Матриця переходів системи

Початковий стан	Кінцевий стан		
	1	2	3
0	$\Theta_{0,1} = \sum_{k=1}^{n_{\text{ч}}} \theta_{0,1(k)}$	$\Theta_{0,2} = \sum_{k=1}^{n_{\text{ч}}} \theta_{0,2(k)}$	$\Theta_{0,3} = 0$
1	$\Theta_{1,1} = 0$	$\Theta_{1,2} = \sum_{k=1}^{n_{\text{ч}}} \theta_{1,2(k)}$	$\Theta_{1,3} = \sum_{k=1}^{n_{\text{ч}}} \theta_{1,3(k)}$
2	$\Theta_{2,1} = \sum_{k=1}^{n_{\text{ч}}} \theta_{2,1(k)}$	$\Theta_{2,2} = 0$	$\Theta_{2,3} = \sum_{k=1}^{n_{\text{ч}}} \theta_{2,3(k)}$
3	$\Theta_{3,1} = \sum_{k=1}^{n_{\text{ч}}} \theta_{3,1(k)}$	$\Theta_{3,2} = \sum_{k=1}^{n_{\text{ч}}} \theta_{3,2(k)}$	$\Theta_{3,3} = 0$

На підставі матриці переходів був визначений сталий стан маркетингової системи через рівняння за допомогою математичного пакету програм MAXIMA. Результат такого рішення такий:

$$\left. \begin{array}{l} p_0 = 0,138 \\ p_1 = 0,131 \\ p_2 = 0,047 \\ p_3 = 0,684 \end{array} \right\} \cdot \quad (4.14)$$

Потім було припущено, що в наслідок проведення цілеспрямованих дій по одному з пунктів було підвищено імовірності переходів на моделі, які більш відповідають стану сталого розвитку, по одному з чинників. Було отримано наступні результати.

$$\left. \begin{array}{l} p_0 = 0,114 \\ p_1 = 0,094 \\ p_2 = 0,038 \\ p_3 = 0,754 \end{array} \right\} \cdot \quad (4.15)$$

Тобто підвищує імовірність переходу до інтеграційної моделі другого типу розвитку туристичного потенціалу до 75%.

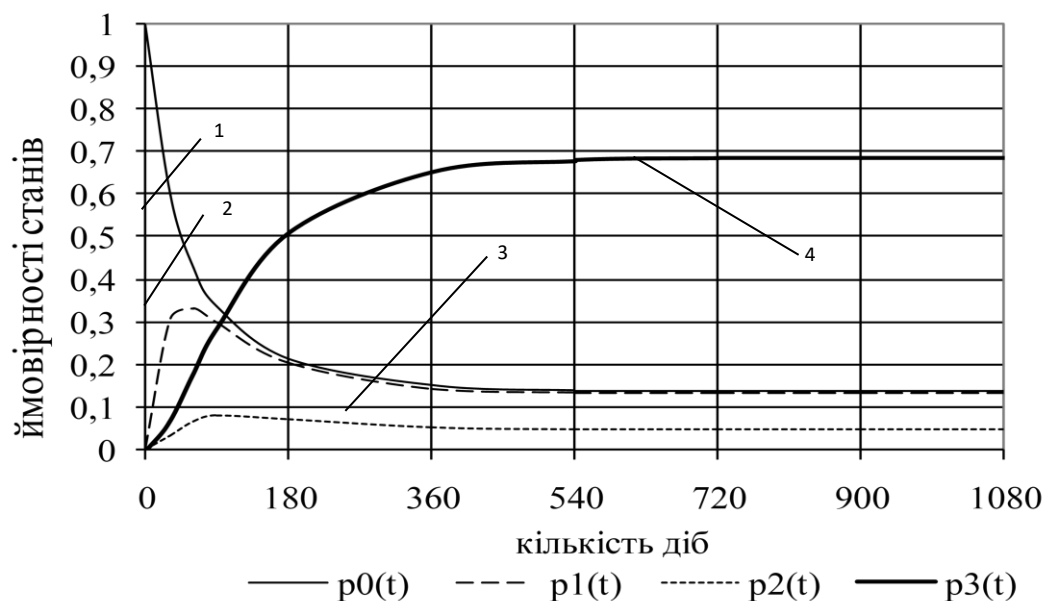
Таке ж збільшення імовірності по іншому чиннику збільшує імовірність переходу до інтеграційної моделі другого типу до 76%:

$$\left. \begin{array}{l} p_0 = 0,113 \\ p_1 = 0,089 \\ p_2 = 0,037 \\ p_3 = 0,761 \end{array} \right\} \cdot \quad (4.16)$$

Таким чином дана методика дозволяє не тільки прогнозувати розвиток туристичного потенціалу, а і виявляти чинники які на поточний момент часу є маркерами найбільш ефективного інвестування такого розвитку [102].

За відомою матрицею переходів маркетингової системи можна оцінити і динаміку переходу системи з одного стану в інший через вирішення системи диференціальних рівнянь (4.1) та рівняння (4.2) за допомогою стандартних

математичних пакетів. Так, вирішення такої системи рівнянь при матриці переходів за базовим контрольним прикладом дає динаміку переходу системи у сталий стан що наведена на рисунку 4.6.



1 – стану «відсутність моделі розвитку туристичного потенціалу регіону»; 2 – стану «маркетингова парасолька розвитку туристичного потенціалу»; 3 – стану «інтеграційна модель 1-го типу розвитку туристичного потенціалу»; 4 – стану «інтеграційна модель 2-го типу розвитку туристичного потенціалу».

Рисунок 4.6 – Ймовірності поточних моделей розвитку туристичного потенціалу в залежності від часу

Джерело: складено авторками

Таким чином можна спрогнозувати не тільки кінцевий результат розвитку туристичного потенціалу регіону, але і оцінити часові рамки такого розвитку.

Слід зазначити, що прогноз, який отримано за допомогою запропонованої методики, як і будь-якої марківської системи, найбільш актуальний на момент часу його складання [103]. З часом через різні обставини змінюються ймовірності переходів та інше. Тому потрібно оновлювати модель як за чинниками, так і за значеннями ймовірностей, як мінімум за результатами кожного з туристичних сезонів і, тим більш, при зміні поточної моделі розвитку туристичного потенціалу.

4.3. Управління процесом формування туристичного потенціалу

Розвиток туристичного потенціалу передбачає чіткий розподіл завдань між туристичними гравцями на основі трирівневої моделі. Контрактні рішення мають забезпечити визнання індивідуальних рівнів туризму та виконання відповідних завдань [94]. Налагодження співробітництва між зацікавленими сторонами: органами влади, інвесторами, бізнес-структурами, закладами освіти – на місцевому рівні, зокрема для ініціювання процесів регіонального розвитку та подолання адміністративних кордонів [104, 105]. Проте, як показало моделювання співробітництва на місцевому рівні повинно бути однорідним і характеризуватися однорідними діями, а саме використання інтеграційної моделі другого типу. В результаті місцеві структури об'єднуються в так звані «місцеві туристичні організації». У цих структурах фінанси мають бути об'єднані та використана синергія у сферах маркетингу, інфраструктури й організації.

Критерії розглядаються як місцеві, так і регіональні характеристики, а також елементи сприйняття стейкхолдерів та враховують різні якісні та структурні аспекти організаційних структур. Це створює мережу критеріїв, яка встановлює рамки для всіх регіонів, але залишає місце для особливих випадків, оскільки критерії не базуються виключно на емпіричних параметрах.

Реорганізація організаційних структур базується на різних етапах процесу та реалізації чітких напрямків співпраці. Формування місцевих туристичних організацій не здійснюється за один радикальний крок, а може розтягнутися на тривалий період часу і загалом включати три етапи розвитку [103]. Вхід у відповідну стадію процесу різний залежно від регіональних умов. Однак мета завжди зрозуміла: створення фіксованої, обов'язкової та політично безпечної структури, яка спрямована на об'єднання місцевих організацій. Три сфери співпраці забезпечують роботу місцевих туристичних організацій – маркетинг і обслуговування гостей, інфраструктура, організація та адміністрування. У центрі уваги планування дій знаходиться маркетинг, оскільки саме в ньому

вбачається найбільший потенціал для успіху, щоб мати можливість створити ефективну організаційну структуру. Крім того, найкращі ефекти синергії спостерігаються в маркетингу.

Створення місцевих туристичних організацій можливе лише за наявності домовленості щодо стратегічної орієнтації та формально закріпленої готовності співпрацювати всіх зацікавлених сторін у сфері туризму.

Для цього використовується ряд інструментів, які кожна структура має впровадити в навчальний процес [106, 107]:

- установчі комітети: керівна група з робочою групою спеціалістів з туризму координує процес формування структури та готує всі інші елементи для прийняття рішень;

- асоціація співробітництва: є загальною основою для узгодження взаємодії та вимагає обов'язкового рішення відповідальних органів;

- концепція туризму: є основною довгостроковою стратегією з плануванням часу та дій для впровадження місцевих туристичних структур, вона передбачає цільові угоди та механізми контролю;

- бізнес-план: використовується для детального планування співпраці на наступний етап у часовому горизонті приблизно 2-3 роки, включає опис завдань та план розподілу завдань, бюджетування та фінансування;

- маркетинг і медіа-план: щороку об'єднує якомога більше частин маркетингового бюджету в спільні заходи, записує всі спільні цілі окремих партнерів;

- система моніторингу: створює прозорість, вимірюваність, перевірку, порівнянність і здатність повідомляти узгоджені цілі співпраці, дає можливість періодичного перегляду внутрішніх показників співпраці.

Довгострокові партнерські відносини між стейкхолдерами туристичного процесу потребують постійного моніторингу і формуванню узгодженої маркетингової політики, що забезпечує їх стійкий характер. Таким чином, навіть найпростіший випадок формування інтеграційної моделі другого типу потребує визначення серед них ініціатора створення місцевої туристичної

організації [108]. Ініціатор – це стейкхолдер, що має найбільший ступінь впливу на інших учасників, виконує функції проведення досліджень зовнішнього середовища і координації дій усіх учасників туристичного процесу задля створення місцевої туристичної організації. Механізм забезпечення реалізації даних функцій відбувається через надання рекомендацій кожному учасникам.

За таких обставин стає необхідним визначитися з єдиним координатором для усіх ланок, що забезпечують формування дієвої місцевої туристичної організації. Тим самим ініціатор забезпечує інтеграцію. Ідея полягає в тому, що співпраця ініціатора та інших суб'єктів може поліпшити функціонування територіальної громади з позиції розвитку туристичного потенціалу [109].

Взаємодія стейкхолдерів є розгалуженою системою взаємозв'язків. Вочевидь, чим вище вплив окремого учасника на відносини у партнерстві, тим більше в нього можливостей забезпечити реалізацію функцій ініціатора, оскільки він має високу економічну владу у партнерстві. Узагальнюючи наведений вище аналіз, можна представити загальну послідовність формування інтеграційної моделі другого типу (рисунок 4.7).

На перших етапах формування необхідно визначитися з двома основними завданнями – визначитися, хто буде ініціатором і раціональним колом учасників туристичного процесу на базі маркетингу партнерських відносин [110]. Оскільки здатність моделі до стійкого функціонування залежить від можливостей ініціатора безпосередньо взаємодіяти з іншими стейкхолдерами, у якості основного критерію його обрання пропонується використовувати ступінь впливу стейкхолдерів на інших учасників процесу.

По суті, інтеграційна модель другого типу є ланцюгом взаємодії стейкхолдерів і представляє процес залежностей кожного учасника від попередніх для нього елементів (організації регіональної влади, громадські організації, бізнес тощо) та від наступних (споживачів туристичних послуг). Така ситуація обумовлює знаходження ступеня впливу учасника на партнера на базі ступеня його залежності від цього партнера [111].

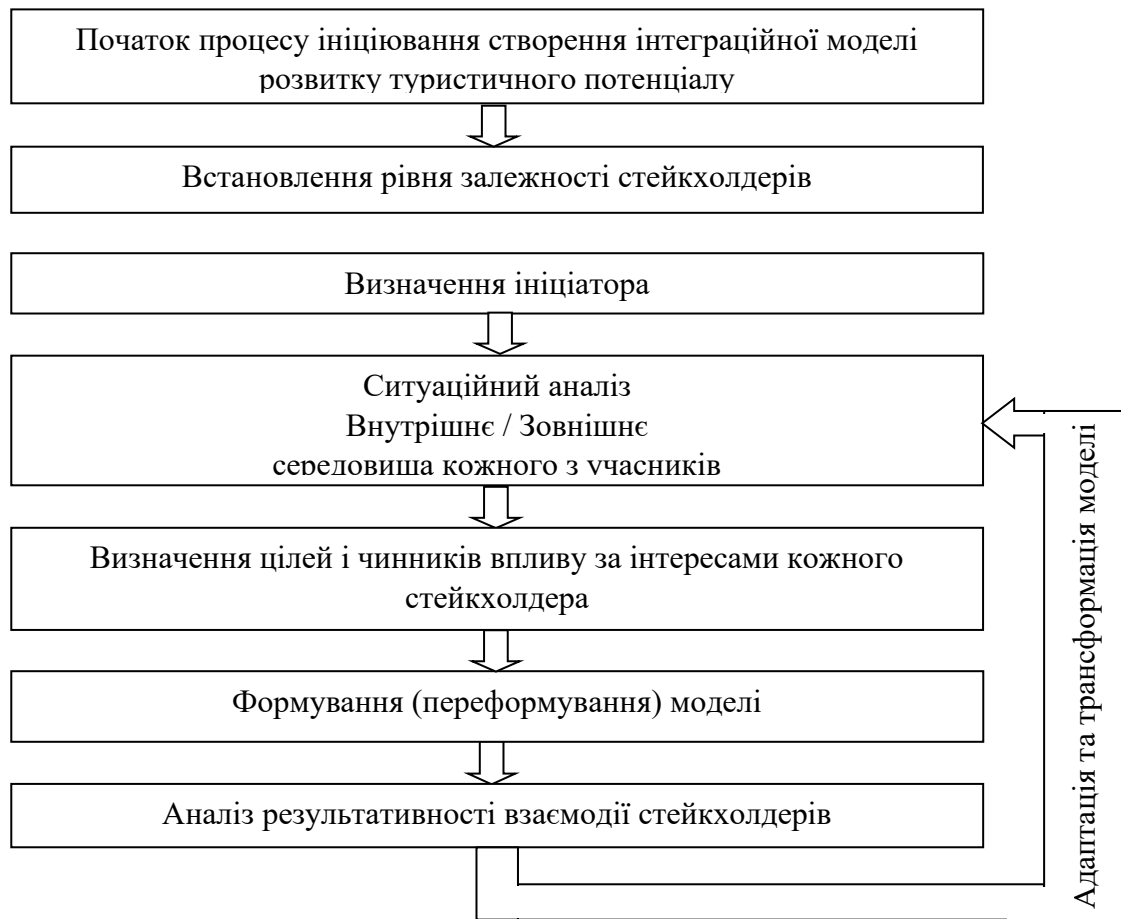


Рисунок 4.7 – Етапи формування інтеграційної моделі другого типу

Джерело: складено авторками

Ступінь залежності, як основний показник виявлення ініціатора, є комплексним показником, який розраховується шляхом присвоєння балів його детермінантам методом експертної оцінки з урахуванням кількісних значень фактичних показників [105]. Основним детермінантами ступеня залежності від попереднього та наступного елементів можуть слугувати частота взаємодії, інформованість партнера, обсяг наданих послуг, очікувані вигоди партнера, кількість альтернативних партнерів тощо. Кожна детермінанта ступеня залежності від партнера розраховується за 6-ти бальною шкалою (від 0 – відсутній вплив до 5 – дуже високий).

Загальний індекс ступеня залежності одного партнера від іншого розраховується як середнє арифметичне значення всіх його детермінант. Цей ступінь залежності повністю визначає ступінь впливу одного стейкхолдера на

іншого [107]. Так, оцінка загального індексу ступеня залежності стейкхолдера від попереднього елемента – d_n , розраховується як середнє арифметичне, що нормоване відносно одиниці за формулою (4.17):

$$d_n = \frac{\sum_{i=1}^n \alpha_i}{5 \cdot n}, \quad (4.17)$$

де, n – це кількість детермінант.

Оцінка загального індексу ступеня залежності партнера від наступного елемента ланцюга – d_n , розраховується як середнє арифметичне за формулою детермінант, що нормоване відносно одиниці (4.18):

$$d_n = \frac{\sum_{i=1}^k \beta_i}{5 \cdot k}, \quad (4.18)$$

де, k – це кількість детермінант.

Слід зазначити, що кількість і перелік детермінант може бути змінені в залежності від територіальної громади та типу стейкхолдера.

В загальному випадку залежність j -го стейкхолдера від i -го будемо позначати $d_{i,j}$, а i -го від j -го – $d_{j,i}$.

Таким чином, формується базова матриця графу прямої взаємозалежності стейкхолдерів з нульовими елементами на головній діагоналі:

$$\begin{vmatrix} 0 & d_{1,2} & \cdots & d_{1,N} \\ d_{2,1} & 0 & \ddots & \vdots \\ \vdots & \ddots & 0 & d_{(N-1),N} \\ d_{N,1} & \cdots & d_{N,(N-1)} & 0 \end{vmatrix}. \quad (4.19)$$

Окрім прямих взаємозалежностей між двома стейкхолдерами, можуть мати місце і опосередковані – через інших стейкхолдерів, які розглядаються щодо участі в туристичному процесі. Так, коли j -тий стейкхолдер безпосередньо не залежить від i -го, але залежить від k -го, а k -тий стейкхолдер, у свою чергу,

залежить від j -го, то опосередкована залежність j -го стейкхолдера від i -го будемо розраховувати як $d_{(k)i,j}$:

$$d_{(k)i,j} = d_{i,k} \cdot d_{k,j}. \quad (4.20)$$

Оскільки $d_{i,k} \leq 1$ і $d_{k,j} \leq 1$, то $d_{(k)i,j} \leq 1$, $d_{(k)i,j} \leq d_{i,k}$, $d_{(k)i,j} \leq d_{k,j}$.

Зазначимо, що чисельне значення опосередкованої взаємозалежності завжди менше ніж чисельні значення будь-якої з величин у правій частині формули (4.20).

У загальному випадку, коли шлях між вершинами графа j і i пролягає через декілька вершин (k, l, \dots, m) , то взаємозалежність на цьому шляху може бути вирахована, відповідно, як

$$d_{(k,l,\dots,m)i,j} = d_{i,k} \cdot d_{k,l} \cdot \dots \cdot d_{m,j}. \quad (4.21)$$

У загальному випадку, між вершинами графа i і j може бути декілька шляхів, кожний з яких визначає взаємозалежність між стейкхолдерами за формулою виду (4.21). Позначимо величини взаємозалежності за цими шляхами як $d_{(\#)i,j}$, де $\#$ – номер шляху. При відомих шляхах між двома вершинами за кількістю R . Алгоритми пошуку усіх шляхів між двома вершинами графу відомі з теорії графів [101] визначення впливу між стейкхолдерами будемо визначатиме за шляхом, який дає максимальний вплив.

Таким чином, елемент матриці графу повної взаємозалежності стейкхолдерів – $D_{i,j}$, при наявності R шляхів між вершинами j і i визначиться як:

$$D_{i,j} = \max_{r=1,\dots,R} \{ d_{(r)i,j} \}. \quad (4.22)$$

Тоді матриця повної взаємозалежності стейкхолдерів прийме вигляд:

$$\begin{vmatrix} 0 & D_{1,2} & \cdots & D_{1,N} \\ D_{2,1} & 0 & \ddots & \vdots \\ \vdots & \ddots & 0 & D_{(N-1),N} \\ D_{N,1} & \cdots & D_{N,(N-1)} & 0 \end{vmatrix}. \quad (4.23)$$

Оскільки кумулятивний ступінь залежностей повністю обумовлює ступінь впливу, то вплив i -го стейкхолдера – v_i може бути оцінений як:

$$v_i = \sum_{j=1}^N D_{j,i} + \sum_{j=1}^N D_{i,j}, \quad (4.24)$$

або, через нормуванням за 100 – бальної шкалою, через V_i :

$$V_i = \frac{v_i}{\sum_{j=1}^N v_j} \cdot 100. \quad (4.25)$$

Вочевидь, стейкхолдер, що має найбільший ступінь впливу, що розраховується за формулами (4.24, 4.25), і слід визначати як підприємство-ініціатор створення місцевої туристичної організації.

Якщо загальний ступінь впливу окремого стейкхолдера наближається до 100, то це характерно для формування системи з жорсткою вертикальною інтеграцією типу альянсів. Якщо показник наближається до 0, то відносини є конкурентними, або коло стейкхолдерів, які планується залучити до місцевої туристичної організації є надто широким, що не дає можливості встановити партнерські відносини і сформувати інтеграційну модель 2-го типу.

Оскільки ступінь залежності повністю обумовлює ступінь впливу, то стейкхолдер, який за результатами аналізу має найбільший сумарний бал (приведений до 100 бальної шкали) ступенів впливу на учасників моделі, обирається ініціатором [111].

Розглянемо дану методику на прикладі Покровської громади (рисунок 4.8) [112]. Покровське – селище міського типу (з 1957 року) центр району, розташоване на правому березі річки Вовчої (басейн Дніпра) на 127 км на південний схід від обласного центру – Дніпро. Громада має оптимальне

розташування стосовно великих промислових центрів. Поряд знаходяться міста Дніпро (127 км) та Запоріжжя (95 км), щоб бажаючі могли доїхати та відвідати туристичні маршрути, а виробники довести до міст екологічно чисті продукти харчування [112].

У громаді практично відсутні переробні підприємства та спостерігається дефіцит робочих місць, оскільки зусилля, спрямовані на підтримку підприємництва з боку громадських організацій чи місцевого самоврядування є низькими [112]. Однак слід підкреслити, що в громаді існує людський потенціал для започаткування активності у сфері переробки – велика кількість індивідуальних фермерів, функціонування сільськогосподарської школи та відносна близькість до ринку збуту створюють можливість для розвитку у даній сфері.

Відповідно до регіонально-інноваційної моделі розвитку екотуристичної інфраструктури виділимо наступних основних стейкхолдерів Покровської територіальної громади: органи регіональної влади, органи місцевого самоврядування, суб'єкти малого бізнесу, наукові установи та аналітичні центри, споживачі екотуристичних послуг [113].

У Покровської територіальної громади є потужний культурний (пам'ятки архітектури, музей, парки тощо), інтелектуальний (книжки, фільми, художня творчість) та духовний (віра, звичаї, почуття зв'язку із місцевістю та місцевою культурою) капітали. Наявні також об'єкти дозвілля та відпочинку (парків, ігрових майданчиків, спортивних залів, а також фахівців: тренерів та організаторів) та пов'язана з ними спортивна активність з успіхами не лише місцевих чи загальноукраїнських але й європейських масштабів [112].

Зросла підприємницька активність мешканців громади, яка вимірюється числом зареєстрованих нових підприємств, створених у 2017-2025 роках та здійснюючих свою господарську діяльність, різноманітністю продуктів та послуг, пропонованих у громаді, відсотком жителів, які ведуть власний бізнес або працюють у місцевих фірмах [112]. Реалізація продукції та послуг (у тому числі туристичних), що виробляються у громаді призводить до систематичного

зростання доходів мешканців, моніторинг якого здійснюється виконкомом селищної ради за обсягами загальних надходжень з податку на доходи фізичних осіб. Середовище виробників та постачальників послуг інтегроване, що виражається у активності асоціацій, ефективності кооперативів та представленні їх під спільним брендом в рекламних та торгівельних акціях

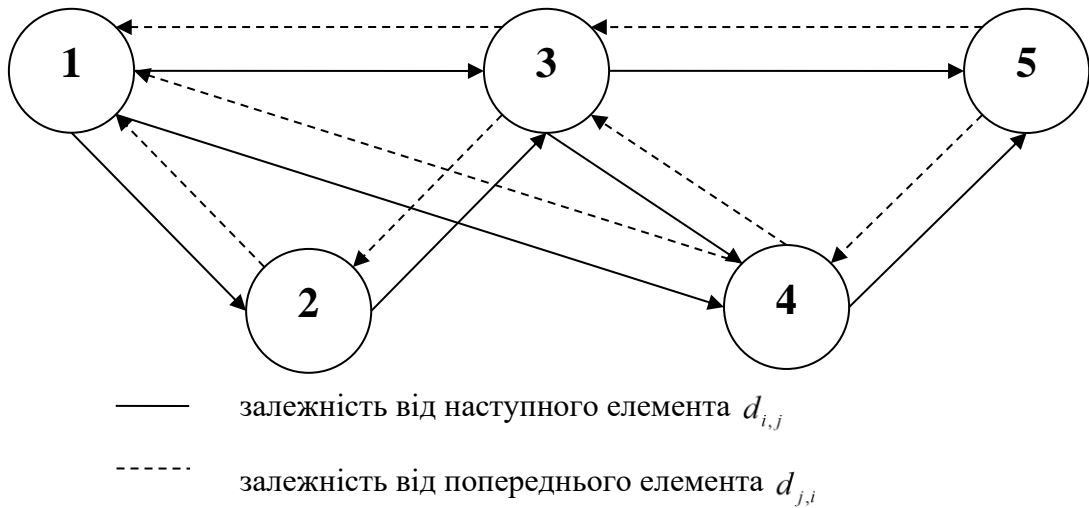
Сільське господарство у громаді розвивається на принципах сталого розвитку, що вимірюється кількістю впроваджених сучасних екологічних технологій, різноманітністю сільськогосподарської продукції (в тому числі тваринництва), високою рентабельністю в поєднанні з раціональними витратами для збереження природного багатства для майбутніх поколінь.

Відбувається розвиток різноманітних видів сервісу для обслуговування діяльності фермерів та одноосібних сільськогосподарських товаровиробників

На території громади функціонують п'ять великих компаній. Найбільша з них, «Обрій» веде діяльність на майже 9000 га, з яких на території громади Покровське знаходяться 4000 га [112]. Це найбільший роботодавець, дає працю 250 мешканцям громади. Унікальність «Обрію» полягає в тому, що підприємство спеціалізується на розведенні тварин та на рослинництві, яке дає більш швидкий і надійний прибуток, внаслідок чого дає роботу на постійній основі великій кількості працівників. Крім компаній, які займають більшість орних земель, на Покровській землі діють близько 50 фермерів з розмірами господарств до 100 га і близько 450 одноосібних господарств [112].

Розуміючи, що означені типи стейкхолдерів є ключовими у діяльності громади, то важливо врахувати їхні взаємозв'язки, ступінь впливу та визначити, хто саме буде ініціатором створення туристичної організації.

Основні зв'язки стейкхолдерів наведені на рисунку 4.8.



1 – органи регіональної влади; 2 – органи місцевого самоврядування; 3 – наукові установи та аналітичні центри; 4 – суб’єкти малого бізнесу; 5 – споживачі екотуристичних послуг

Рисунок 4.8 – Взаємозв’язок стейкхолдерів

Джерело: складено авторками на основі [113]

Для встановлення прямого ступеня залежності ($d_{i,j}$, $d_{j,i}$) стейкхолдерів був використаний метод експертних оцінок. Експертами виступали заступник селищного голови, представники адміністрації.

Кожне стейкхолдер є або попереднім, або наступним елементом ланцюга відносин. Аналіз ступеня впливу проведено експертним шляхом. Обробку даних проведено за допомогою програмного забезпечення SPSS (таблиці 4.5-4.6).

Таблиця 4.5 – Розрахунок ступеня прямої взаємозалежності стейкхолдерів

Ланцюг ступінь залежності, кількість балів	Ланцюг (ступінь залежності, кількість балів)				
	органи регіональної влади	органи місцевого самоврядування	наукові установи та аналітичні центри	суб’єкти малого бізнесу	споживачі екотуристичних послуг
органи регіональної влади	0	0,4	0,5	0,5	0
органи місцевого самоврядування	0,2	0	0,5	0	0
наукові установи та аналітичні центри	0,2	0,7	0	0,7	0,6
суб’єкти малого бізнесу	0,2	0	0,6	0	0,8
споживачі екотуристичних послуг	0	0	0,5	0,9	0

Тепер визначимо елементи матриці графу повної взаємозалежності підприємств – $D_{i,j}$ та $D_{j,i}$ з урахуванням множини шляхів між вершинами j і i .

Проведений аналіз дозволив встановити, що найбільша залежність у ланцюгу взаємодії проявляється від малого бізнесу.

Таблиця 4.6 – Розрахунку ступеня повної взаємозалежності стейкхолдерів

		Ланцюг (ступінь залежності, кількість балів)					$\sum_{j=1}^N D_{ji}$	
		органи регіональної влади	органи місцевого самоврядування	наукові установи та аналітичні центри	суб'єкти малого бізнесу	споживачі екотуристичних послуг		
		1	2	3	4	5		
Ланцюг ступінь залежності, кількість балів)	органи регіональної влади	1	0	0,4	0,5	0,5	0,4	1,8
	органи місцевого самоврядування	2	0,2	0	0,5	0,35	0,3	1,35
	наукові установи та аналітичні центри	3	0,2	0,7	0	0,7	0,6	2,2
	суб'єкти малого бізнесу	4	0,2	0,28	0,6	0	0,8	1,88
	споживачі екотуристичних послуг	5	0,18	0,378	0,5	0,9	0	1,958
	$\sum_{i=1}^N D_{i,j}$			0,78	1,758	2,1	2,45	2,1
Загальний ступінь взаємовпливу $v_i = \sum_{j=1}^N D_{ji} + \sum_{i=1}^N D_{i,j}$			2,58	3,108	4,3	4,33	4,058	18,376
Загальний ступінь впливу учасників (за 100 бальною шкалою)			14,04	16,91	23,40	23,56	22,08	100

Отже, ініціатором створення місцевої туристичної організації повинно стати ТОВ «Обрій», яке спеціалізується на розведенні тварин, внаслідок чого дає роботу на постійній основі великій кількості працівників. Створення місцевої туристичної організації за ініціативою бізнесу передбачає певне туристичне міжстейкхолдерівське співробітництво, яке в майбутньому планується реалізувати на місцевому рівні по всій території громади.

Принцип самоврядування є першорядним: отже, такі організації засновані на добровільній основі, внутрішньому співробітництві між стейкхолдерами, що співпрацюють, у тому числі туристичними організаціями, а також приватними постачальниками послуг. Важливу роль відіграють приватні постачальники туристичних послуг – вони мають бути залучені до формування та розвитку структур співпраці з самого початку. Таким чином забезпечується інтеграція учасників туристичного процесу.

З самого початку місцева туристична організація підтримується малим бізнесом, це передбачає підтримку туристичної діяльності, у тому числі маркетинг територій. Така організація буде поступово розширюватися, оскільки в процесі співробітництва вирішується все більше завдань. Натомість партнери по співпраці утримуються, наскільки це можливо, від додаткового індивідуального сприйняття завдань, які мають бути в комплексі. Всі етапи співробітництва завжди захищені обов'язковими фундаментальними рішеннями компетентних органів.

Місцеві туристичні організації формуються в структурованих процесах і поступово розширюються. Як правило, процес співпраці починається зі спільного виконання завдань у сфері маркетингу та обслуговування гостей, а потім поступово розширюється в сферах «організація та адміністрування» та «розвиток і функціонування інфраструктури». У таких організаціях кошти мають бути об'єднані та використана синергія.

Поведінку складних адаптивних систем, таких як інтеграційна модель другого типу з утворенням місцевої туристичної організації, не можна передбачити достатньо точно. Зовнішні зміни призводять до розподілу в

ступеневій залежності, відповідно до якого маленькі зміни зазвичай ведуть до незначних наслідків, але можуть також стати поштовхом для великих змін. Головною особливістю систем є їхня здатність до самоорганізації, адаптування до змін і створення нових структур і систем під час відсутності формальної влади.

Тому, менеджери повинні покладатися на здатності такої компанії до створення місцевої туристичної організації. Головне питання полягає в тому, наскільки вони здатні вибрати структури, системи і стилі управління, які дозволять цим здібностям до організації дати найкращі результати та забезпечити ініціатора необхідною інформацією та повноваженнями. Основною схемою є концепція ситуаційного аналізу, яка полягає в тому, щоб спроектувати такі організаційні системи, які дали б партнерству максимальну можливість досягти найвищого рівня ефективності діяльності («відповідності») та забезпечити сталий розвиток туристичного потенціалу територіальної громади.

Для того, щоб впоратися зі складним навколишнім середовищем, організації доведеться скористатися спрощеними правилами ситуаційного аналізу територій. Такий же висновок можна зробити і щодо внутрішньої структури. Оскільки перед стейкхолдерами стоять складні і різноманітні завдання, вирішення яких вимагає таких систем, які менеджери не в змозі спроектувати через відсутність знань, оптимальним рішенням може бути через спрощення формальної структури. Парадокс простоти полягає в тому, що зменшення складності на формальному рівні може сприяти більшій різноманітності й витонченості координації на неформальному рівні. Це у свою чергу дозволить більш ефективно досягнути сталого розвитку туристичного потенціалу, в тому числі промислових територій, та забезпечить досягнення дванадцяти цілей сталого туризму.

Висновки до розділу 4

На основі встановлених особливостей трансформації земель територіальних громад та впливу на них подій за певними ситуативними макрота мікро чинниками показано, що стан розвитку туристичного потенціалу може бути описаний такими основними маркетинговими моделями як маркетингова парасолька, інтеграційна модель першого типу та інтеграційна модель другого типу, кожна з яких характеризує еволюційну ступінь розвитку туристичного потенціалу регіону і його відповідність цілям сталого розвитку

Визначено, що сталий розвиток туристичного потенціалу можливий за рахунок формування поглиблених гнучких партнерських відносин між усіма стейкхолдерами. В результаті проведення досліджень процесу забезпечення сталого розвитку туристичного потенціалу встановлено, що його трансформація може бути представлена як марківська система з дискретними станами як-то: відсутність розвитку, маркетингова парасолька, інтеграційна модель першого типу та інтеграційна модель другого типу. Поточний стан такої системи носить ймовірнісний характер і описується системою диференціальних рівнянь. Така система у кожен момент часу визначається ймовірностями знаходження системи у кожному зі станів. Отримана система диференціальних рівнянь, що описує можливі переходи з одного стану в інший, має одне рішення.

Обґрунтовано порядок визначення щільності подій, які призводять до зміни моделі маркетингових відносин стейкхолдерів, що зацікавлені у розвитку туристичного потенціалу відповідної території. Доведено, що стан може бути враховано через періодичність подій за показниками, які відповідають цілями сталого розвитку – кожен з показників повинен характеризувати прогрес або регрес в досягненні відповідної цілі сталого розвитку, а період аналізу впливу події на стан розвитку туристичного потенціалу регіону – до середнього періоду тривалості кожного туристичного сезону (у середньому до трьох місяців).

Виявлено, що формування інтеграційної моделі другого типу за рахунок посиленого партнерства між органами влади, інвесторами, бізнес-структурами, закладами освіти потребує виділення з учасників взаємодії ініціатора, у функції якого входить аналіз стану маркетингових відносин між стейкхолдерами і забезпечення формування місцевої туристичної організації. Створення місцевих туристичних організацій можливе лише за наявності домовленості щодо стратегічної орієнтації та формально закріпленої готовності співпрацювати всіх зацікавлених сторін у сфері туризму.

Управління процесом формування туристичного потенціалу на засадах формування місцевої туристичної структури передбачає, що взаємовідносини між стейкхолдерами можуть бути описані базовим графом прямих та зворотних залежностей, вершини якого є суб'єкти, а орієнтовані ребра описують взаємозв'язки (прямі та зворотні) між ними. Вага кожного ребра визначається через детермінанти залежності. – ініціатором доцільно обирати суб'єкта, що має найбільше значення ваги всіх (прямих і непрямих) зв'язків, які розраховуються на підставі базового графа прямих залежностей за методичним підходом, що розроблено.

ВИСНОВКИ

Туризм є однією з найбільш перспективних складових туризму на регіональному рівні, а туристична інфраструктура є ключовим рушієм забезпечення тривалого періоду економічного зростання, який спостерігається в останні роки. Туристична інфраструктура також має суттєве значення, соціальні та культурні вигоди, а через її потенціал сприяє міжрегіональним та міжнародним відносинам. Ці соціально-економічні виміри роблять туристичну інфраструктуру регіонів важливою складовою глобалізації.

На основі поставлених в роботі завдань отримано такі основні результати:

1. На основі визначення впливу факторів макросередовища на діяльність об'єктів туристичної інфраструктури встановлено, що задля вдалого розвитку туристичного продукту громад Дніпропетровщини потрібна підтримка, реставрація, реконструкція, відновлення існуючих «якірних» об'єктів за кожним з напрямів концепту «локації – будівлі, історичні об'єкти – місця транспортного сполучення», а також створення нових «якірних» об'єктів. По-друге, розвиток туристичного простору повинен передбачати якісне облаштування основної туристичної осі – «автотранспортні зупинки – залізничний вокзал – аеропорт». По-третє, ефективна промоція територій громад та їх туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках неможлива без наполегливої рекламної кампанії.

2. Для успішного та ефективного розвитку туризму рекомендуємо зосередити увагу територіальних громад на наступні постулати: підвищувати обізнаність про навколишнє середовище і культуру; мінімізувати вплив; забезпечити позитивний досвід як відвідувачам, так і господарям; забезпечити пряму фінансову вигоду для збереження; забезпечити фінансовими пільгами і можливостями місцеве населення.

3. На основі проведеного ретроспективного аналізу використання земель промисловості в Україні визначено сучасні ключові тенденції їх розвитку,

обґрунтовано підходи до раціонального використання земельних ресурсів населених пунктів відповідно до світових, європейських та українських реалій.

4. Аргументовано основні інструменти сталого управління земельними ресурсами територіальних громад з урахуванням існуючих технологій управління, розроблення необхідної документації та створення планово-картографічних матеріалів, оперування базами геопросторових даних у середовищі ГІС, забезпечення публікації та обміну інформації. На цій основі розроблено механізм трансформації земель промисловості.

5. Доведено, що розвиток малого бізнесу, в тому числі в туристичній сфері, в Україні є істотним недовикористаним резервом економічного зростання країни. Запропоновано методика оцінювання доцільності участі малого бізнесу у розвитку туристичного потенціалу територіальних громад, яка є невід'ємною складовою розробленої авторами моделі. На першому етапі, методика заснована на оцінці ефективності інноваційного проєкту та доцільності його впровадження, на другому – на механізмі вибору ефективного інструменту фінансування бізнес проєкту. Розроблено систему критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних проєктів, яка дозволяє використовувати сукупність показників, що враховують інтереси суб'єктів туристичної інфраструктури з метою вдосконалення механізму впровадження інноваційних проєктів. Встановлено, що з використання краудфандингу, як інструменту фінансування, у процесі просування інноваційного проєкту за стадіями реалізації можливість отримання відповідної суми фінансування корелює з відповідальністю інвестора з точки зору оцінки підприємницьких ризиків.

6. В результаті проведення досліджень процесу забезпечення сталого розвитку туристичного потенціалу встановлено, що його трансформація може бути представлена як марківська система з дискретними станами як-то: відсутність розвитку, маркетингова парасолька, інтеграційна модель першого типу та інтеграційна модель другого типу. Поточний стан такої системи носить ймовірнісний характер і описується системою диференційних рівнянь. Така

система у кожен момент часу визначається ймовірностями знаходження системи у кожному зі станів. Отримана система диференційних рівнянь, що описує можливі переходи з одного стану в інший, має одне рішення.

7. Обґрунтовано порядок визначення щільності подій, які призводять до зміни моделі маркетингових відносин стейкхолдерів, що зацікавлені у розвитку туристичного потенціалу відповідної території. Доведено, що стан може бути враховано через періодичність подій за показниками, які відповідають цілями сталого розвитку – кожен з показників повинен характеризувати прогрес або регрес в досягненні відповідної цілі сталого розвитку, а період аналізу впливу події на стан розвитку туристичного потенціалу регіону – до середнього періоду тривалості кожного туристичного сезону (у середньому до трьох місяців). Виявлено, що формування інтеграційної моделі другого типу за рахунок посиленого партнерства між органами влади, інвесторами, бізнес-структурами, закладами освіти потребує виділення з учасників взаємодії ініціатора, у функції якого входить аналіз стану маркетингових відносин між стейкхолдерами і забезпечення формування місцевої туристичної організації. Створення місцевих туристичних організацій можливе лише за наявності домовленості щодо стратегічної орієнтації та формально закріпленої готовності співпрацювати всіх зацікавлених сторін у сфері туризму.

8. Управління процесом формування туристичного потенціалу на засадах формування місцевої туристичної структури передбачає, що взаємовідносини між стейкхолдерами можуть бути описані базовим графом прямих та зворотних залежностей, вершини якого є суб'єкти, а орієнтовані ребра описують взаємозв'язки (прямі та зворотні) між ними. Вага кожного ребра визначається через детермінанти залежності. – ініціатором доцільно обирати суб'єкта, що має найбільше значення ваги всіх (прямих і непрямих) зв'язків, які розраховуються на підставі базового графа прямих залежностей за методичним підходом, що розроблено.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безугла Л.С., Ільченко Т.В. Аналіз екотуристичної інфраструктури та формування її складових елементів. *Підприємництво та інновації*. 11/2020, С.203-208.
2. Безугла Л.С. Тенденції розвитку екотуристичної діяльності в Дніпропетровській області. *Проблеми економіки*. 2020, №3. С. 94–103.
3. Туризм як національний пріоритет: колективна монографія за редакцією І.М. Писаревського. Х. ХНАМГ, 2010. 284 с.
4. Безугла Л.С. Нормативно-правове регулювання розвитку екотуристичної інфраструктури в регіоні. *Економічний вісник Донбасу*. 2020, № 3 (61) С.160-165
5. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : монографія. Донецьк : Вид-во ДонМУ, 2015. 243 с.
6. Безугла Л.С. Інноваційний розвиток системи екотуризму на засадах функціонування бізнесу. Бізнес-моделі розвитку національної економіки та підприємницьких структур: сучасні реалії та перспективи: монографія з міжнародною участю. Колективна монографія / за ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної. Дніпро: Журфонд, 2018. С.296-305
7. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму за 2000-2020 роки. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. URL: <https://cutt.ly/dxgnfVk>
8. Цимбал О.І. Туристична сфера України як плацдарм до розвитку національної економіки та міжнародного туризму. *Сталий розвиток економіки*. 2012. №2. С.133-136
9. Безугла Л.С. Сільський зелений туризм: тенденції розвитку національного туристичного бізнесу. Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку суб'єктів національного господарства. Колективна монографія / з ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро : Пороги, 2020. С. 157-166

10. Безугла Л.С. Особливості просування послуг у сфері туризму за допомогою маркетингових комунікацій. II Міжнародна науково-практична конференція «Наукові економічні дослідження: теорії та пропозиції». Запоріжжя: 1-2 липня 2016р. Східноукраїнський інститут економіки та управління, 2016. С. 113-114.

11. Власова Н. М. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 176. С. 113–114.

12. Савіцька О. П., Савіцька Н. В., Кулиняк І. Я. Формування туристичної привабливості території. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: зб. наук.-техн. пр. Львів: РВВ НЛТУ України. 2012. Вип. 22.15. С. 148–154.

13. Діденко Д.Ф, Моїсєєва Н.І. Дестинація як елемент розвитку системи туризму регіону. *Економіка і фінанси*. № 13. 2018. С. 61-68.

14. Безугла Л.С. Регіональні особливості розвитку екотуристичної діяльності в Україні: порівняльний аналіз. *Вісник економічної науки України*. 2020, №2 (39). С.50-57

15. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. URL: <http://www.dnprstat.gov.ua/>

16. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

17. Безугла Л.С. Потенціал розвитку екотуризму за соціально-економічними критеріями. Теорія та методологія формування інвестиційно-фінансової стратегії розвитку суб'єктів національного господарства. Колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук, А.В. Череп. Дніпро: Журфонд. 2019. С. 359-367

18. Безугла Л.С. Тенденції розвитку екотуристичної діяльності в Дніпропетровській області. *Проблеми економіки*. 2020, №3. С. 94–103.

19. Лютак О. М., Романчук Д. Л. Туристичний продукт як основний елемент забезпечення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного

кластера. Зб. наук. пр. «Економічні науки». Серія «Облік і фінанси». Вип. 10(2). Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2013. С. 141–150.

20. Buckley R. Tourism and Environment. Annual Review of Environment and Resources. 2011. No. 36. P. 397-416.

21. Dunets A. et al. The Economic and Infrastructural Basis for the Development of Tourist Space: The Essence, Structure and Typology. Journal of Environmental Management and Tourism, 2019. Vol. 10, No. 2, P. 319-327.

22. Kozubova N. Priorities of state programs for development of tourism in Ukraine. Economic and Legal Foundations of the Public Transformations in Conditions of Financial Globalization : monograph / edited by Yu. Pasichnyk. Yunona Publishing, New York, USA, 2018. P. 193-203

23. Безугла Л.С. Формування та розвиток екотуристичної інфраструктури. Харків: Смугаста типографія, 2020. 320 с.

24. Безугла Л.С. Особливості маркетингової діяльності у сфері туристичних послуг. Існуюча практика та новітні тенденції в управлінні суб'єктами господарювання різних організаційно-правових форм. Колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. С. 515-523

25. Безугла Л.С. Формування сталого розвитку екологічного туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. Жовтень 2016, № 5. URL: <https://cutt.ly/fxfVlbn>

26. Безугла Л.С. Розвиток екотуризму на засадах функціонування підприємництва. *Економіка та суспільство*. 2018, № 19. С. 282-286

27. Безугла Л.С. Формування туристичної інфраструктури в умовах сталого розвитку. Матеріали II науково-практичної конференції «Сучасні наукові погляди на економічний розвиток країни». м. Хмельницький: 21-22 лютого 2020 р. Херсон: Видавництво «Молодий вчений». 2020. С.30-33.

28. Безугла Л.С. Регіональний розвиток екотуризму на засадах функціонування природно-заповідного фонду Дніпропетровської області. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету*

нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. 2020, №1. С. 123-132

29. Заєць М. А., Борідько О. М. Стратегічні напрямки розвитку туристичного бізнесу в Одеському регіоні. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління: зб. наук. праць. Одеса: ОНУ імені І. І. Мечникова, 2018. Т. 17. Вип. 1(38). С. 53-71.

30. Безугла Л.С., Демчук Н.І. Соціально-економічні аспекти і передумови розвитку підприємств галузі екотуризму. *Агросвіт*. 2019, №18, С.24-28.

31. Безугла Л.С., Воловик Д.В. Перспективи розвитку туризму на внутрішньому та зовнішньому ринках України. Управління соціально-економічним розвитком країни, регіону, підприємства в умовах кризи (фінансова, аграрна галузі та невиробнича сфера). Колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук. Дніпро : Видавець Біла К.О., 2019. С.390-398.

32. Андрієнко М. В., Шако В. С. Аналіз і адаптація кращих європейських практик щодо реалізації державної екологічної політики на регіональному рівні. Інвестиції : практика та досвід. 2017. № 19. С. 51–58

33. Ajake A.O., Amalu T.E. The relevance of tourism on the economic development of Cross River state, Nigeria. *Journal of Geography and Regional Planning*. 2012. 5(1). P.11–25.

34. Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг. *Регіональна економіка*. 1999. №2. С. 172–178.

35. Безугла Л.С. Соціально-економічний та соціально-культурний ефект від розвитку підприємств екотуризму. Інноваційно-інформаційні процеси у маркетингу. Колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук, М.О. Багорка. Дніпро : Журфонд, 2019, С.217-226.

36. Безугла Л.С. Синергетичний гістерезис як інноваційне явище в екотуристичній інфраструктурі. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2020, № 2, С. 201-209

37. Виклюк Я. І., Артеменко О.І. Методи побудови густоти потенціального поля рекреаційної привабливості території. Штучний інтелект. 2009. №2. С. 151–160.

38. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 304 с.

39. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.

40. Безугла Л.С., Воловик Д.В. Концептуальні засади діяльності туристичних підприємств в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019, № 25. С.20-23.

41. Горіна Г.О. Сутність та особливості типології туристичних підприємств як суб'єктів управління. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 20. С. 46-49.

42. Коркуна О. І., Цільник О. Я., Бордун О. В. Розвиток зеленого туризму в умовах формування об'єднаних територіальних громад. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України», 2019. Вип. 1(135). С. 24-28.

43. Стратегія регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року. URL: <https://cutt.ly/zj0a3Gm>

44. Безугла Л.С. Соціально-економічні аспекти розвитку підприємств санаторно-курортного туризму в Україні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: «Економіка і управління»*. 2019, Том 30 (69). №3. С.67-74.

45. Земельний кодекс України: Закон України від 25.10.2001 р. № 2768-III. Дата оновлення: 01.01.2022. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>

46. Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру
URL: <https://land.gov.ua/>
47. Головне управління держгеокадастру у Дніпропетровській області
URL: <https://dniproperetrovska.land.gov.ua/>
48. Промисловість Дніпропетровська URL: <https://cutt.ly/fVjUIGM>
49. Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: указ Президента України від 30.09.2019 № 722/2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>
50. Програма дій «Порядок денний на XXI століття»: Ухвалена конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро (Саміт «Планета Земля», 1992 р.): Пер. з англ. 2-ге вид. К.: Інтелсфера, 2000. 360 с.
51. TRENHUB, M.; TRENHUB, I. Concepts of rational land use. Geodesy, cartography and aerial photography, 2017, 85: 118-123.
52. Hens, L. The challenge of the sustainable city. Environment, Development and Sustainability, 2010. 12(6). P. 875–876.
53. Siracusa, G., La Rosa, A., Palma, P., & La Mola E. New frontiers for sustainability: energy evaluation of an eco-village // Environment, Development and Sustainability. 2008. Vol. 10. No. 6. P. 845-855.
54. Практичний інструментарій 2.0 із управління земельними ресурсами: на шляху до розширення повноважень громад URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/726/praktychnyi_instrumentarii_2-0.pdf.
55. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо планування використання земель: Закон України від 17.06.2020 №711-IX. Дата оновлення: 27.05.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/711-20#Text>.
56. Методика формування спроможних територіальних громад, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 08.04.2015 № 214. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-%D0%BF#Text>.
57. Індустріальний туризм. URL: <https://cutt.ly/yVjTwBy>

58. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо планування використання земель: Закон України від 17.06.20 № 711-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/711-20#Text>

59. Класифікації видів цільового призначення земель: наказ Державного комітету України із земельних ресурсів від 23.07.2010 № 548. Дата оновлення: 11.07.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1011-10#Text>

60. Порядок розроблення, оновлення, внесення змін та затвердження містобудівної документації: Постанова Кабінету Міністрів України від 01.09.2021 № 926 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/926-2021-%D0%BF#Text>.

61. A. Puryaev. Evaluating of innovative projects' effectiveness at industrial enterprises. SHS Web of Conferences 35. 2017. URL: <https://cutt.ly/tVjTabZ>

62. Микитюк В. П. Підходи до оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2017. т. 27, № 7. с. 107-111

63. Геєць В. М. Інноваційна Україна 2020. Національна доповідь за заг. ред. В. М. Гейця та ін.; НАН України. К., 2015. 336 с

64. Блауг М. Управління інноваціями: Україна та зарубіжний досвід: Монографія, К.: Вікторія, 2011. 312 с.

65. Краус Н.М. Інноваційна економіка: дефініція поняття та інституціональний базис розвитку. *Науковий вісник Мукачівського національного університету. Серія Економіка*, 2015. Випуск 2 (4). Ч. 1. С. 36-42.

66. Fagerberg J. Innovation, Economic Development and Policy: Selected Essays, Edward Elgar, Cheltenham. 2019. URL: <https://doi.org/10.1111/rsp3.12234>

67. Плахотник Е.А. Оценка эффективности процессов активизации инновационной деятельности предприятия. *Технологический аудит и резервы производства*, 2016. №6/5 (32). с. 15-21

68. Волков И.М., Грачева М.В., Алексанов Д.С. Критерии оценки проектов. URL: http://www.cfin.ru/finanalysis/cf_criteria.shtml

69. SME in Poland and Ukraine: Prospect for future and functioning conditions / O.Yermoshkina, K.Lobos: Monograph, 2017. Difin SA. Wroclaw. 302 p.
70. The World Bank Data Base // The Official Web-Site
URL://www.worldbank.org
71. Belleflamme P. Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. Journal of Business Venturing, 2014. 29(5). pp. 585-609.
72. Agrawal A. The Geography of Crowdfunding. NET Institute Working Paper. Oct. 29, 2010. No. 10-08. URL: <https://ssrn.com/abstract=1692661>
73. Burtch G. An Empirical Examination of the Antecedents and Consequences of Contribution Patterns in Crowd-Funded Markets. Information Systems Research, Forthcoming. (April 13, 2013). URL: <https://ssrn.com/abstract=1928168>
74. Giudici G. Crowdfunding: The New Frontier for Financing Entrepreneurship. (October 5, 2012). URL: <https://ssrn.com/abstract=2157429>
75. Mollick E. R. Swept Away by the Crowd? Crowdfunding, Venture Capital, and the Selection of Entrepreneurs. March 25, 2013. URL: <https://ssrn.com/abstract=2239204>
76. Moritz A. Crowdfunding und Crowdinvesting: State-of-the-Art der wissenschaftlichen Literatur. Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship, 2014. Vol. 62 N. 1. pp. 57-89.
77. Cumming D. J. Crowdfunding Models: Keep-It-All vs. All-Or-Nothing. May 31, 2015. URL: <https://ssrn.com/abstract=2447567>
78. Офіційний сайт Державного комітету статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
79. Офіційний сайт Національного Банку України. URL: <http://www.nbu.gov.ua>.
80. Офіційний сайт «ПриватБанк». URL: <https://privatbank.ua>.
81. Офіційний сайт «Райффайзен Банк Аваль». URL: <https://www.aval.ua>.
82. Семенча І. Є. Управління банківським кредитуванням малого та середнього бізнесу. Ефективна економіка. 2017. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5793>

83. Галелюка М. Напрямки розвитку малого та середнього бізнесу. URL: <https://cutt.ly/sVjTxiO>
84. Кредити на розвиток бізнесу в банках України. Офіційний сайт Bankchart. Рейтинги банківських послуг. URL: <http://www.bankchart.com.ua>.
85. The World Bank. Data catalog // The World Bank URL: <http://data.worldbank.org>
86. Mehr Erfolg durch Kooperation. Teil 2: Erfolgsfaktoren und Vorschläge aus der Praxis, Kiel. URL: <https://cutt.ly/9VjT3x5>
87. Sustainable tourism model. URL: <https://cutt.ly/DVjT7f0>
88. Sustainable Tourism. A Model Approach April. Visions for Global Tourism Industry – Creating and Sustaining Competitive Strategies. 2012. DOI: 10.5772/37718
89. Kopyrin A., Vidishcheva E. The impact of tourist flows on the sustainable development of a tourist destination. Conference Series Earth and Environmental Science. 2021. DOI: 10.1088/1755-1315/937/4/042031
90. Diesta I., Budisantoso W. Model for developing five key pillars of sustainable tourism. AIP Conference Proceedings. 2018. <https://doi.org/10.1063/1.5042979>
91. Jovica M., Vukašin Š. The financial and real economy: toward sustainable growth planning models of sustainable tourism development destination. University of Niš. 2014.
92. Помаза-Пономаренко А., Батир Ю., Лопатченко І., Статівка О. Державне регулювання сталого розвитку туризму в Україні. 2020. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/12180/1/P-PLBS.pdf>
93. Лебедєв І. Сталий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України. *Вісник соціально-економічних досліджень*, 2018. №3(67). С.162-173.
94. Sustainable Tourism Model An Integrated Systems Approach to Managing Tourism Growth: A Destination Marketing Organization Perspective. Jonathon Day

School of Hospitality and Tourism Management Purdue Tourism and Hospitality Research Center URL: <https://cutt.ly/SVjYr4z>

95. Sustainable Tourism for Development Guidebook: enhancing capacities for sustainable tourism for development in developing countries. URL: <https://cutt.ly/GVjYo1U>

96. Sustainable Tourism for Development Guidebook. 2013. URL: <https://www.unwto.org/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development>

97. Куваєва Т.В. Дослідження особливостей транзакційної форми маркетингової діяльності промислового підприємства в умовах нестійкого попиту. *Економічний вісник Державного вищого навчального закладу "Український державний хіміко-технологічний університет"*, 2017, №1. С. 137-141.

98. Куваєва Т.В. Управління партнерськими відносинами промислового підприємства. *Економічний простір: збірник наукових праць*. №122. Дніпропетровськ: ПДАБА, 2017. С. 104-117

99. Куваєва Т.В., Решетілова Т.Б. Маркетинг партнерських відносин промислового підприємства. *Економічний вісник Національного гірничого університету*, 2018, №2 (62). С. 167-173

100. Kuvaieva T. Assessment of competitive advantages of the enterprise functioning in network structures partnership type / «Mechanisms interaction competitiveness and innovations in modern international economic relations», ISMA University, Riga, Latvia, 2017. Vol. 3, pp. 30-38.

101. Вентцель Е.С., Овчаров Л.А. Теория случайных процес сов и ее инженерные приложения. Учеб.пособие для вузов. 2-еизд. М.:Высш.шк. 2000. 383 с.

102. Куваева Т.В. Принципы устойчивого развития в контексте маркетинга отношений. Менеджмент, маркетинг, предпринимательство: содействие устойчивому развитию: материалы I Международной научно-практической Интернет-конференции, 25-26 декабря 2014 г. Днепропетровск

Коттбус: НГУ-БТУ. под. общ. ред. В. Я. Швеца, Л. Л. Палеховой. Днепропетровск: Акцент ПП, 2015. С. 175-176.

103. Kuvaieva T.V. Principles of the sustainable development through partnership marketing. Widening our horizons: the 10th International forum for students and young researchers, April 23-24, 2015. Dnipropetrovsk, SHEI "National Mining University". 2015. pp.28.

104. Куваєва Т.В. Особливості формування каналів розподілу промислової продукції. Сучасні економічні системи: стан та перспективи: тези доп. VI Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф., 14-15 травня 2015 р. Хмельницький : ХКТЕІ, 2015. С. 278-279.

105. Куваєва Т.В., Шинкаренко Н.В. Управління взаємовідносинами підприємств машинобудування у каналах забезпечення та збуту. Маркетинг та логістика в системі менеджменту: тези доповідей XI Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. С. 135- 137.

106. Решетілова Т.Б., Куваєва Т.В. Вибір інноваційної маркетингової стратегії промислового підприємства на засадах партнерства. *Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки: наук. журн. Хмельниц. нац. ун-т.* Хмельницький, 2017. вип (2). С. 130-135.

107. Reshetilova T.V., Kuvaieva T.V. Forming the management model in industrial partnerships of the machine-building complex of Ukraine. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Логістика*, 2016. № 848. С. 56-62.

108. Куваєва Т.В. Організаційні форми маркетингової діяльності промислових підприємств в умовах нестабільності зовнішнього середовища. *Проблеми економіки та політичної економії*. 2017, Вип. 1. С. 142-156. – Режим доступу: politico.nmetau.edu.ua/journals/1/8_a_ua.p.

109. Решетілова Т.Б., Куваєва Т.В. Маркетинг партнерських відносин промислового підприємства. *Економічний вісник Національного гірничого університету*, 2018. №2 (62). С. 167-173

110. Shvets V.Ya., Kuvaieva T.V. Forming of the sustainable supply chains based on increasing of their integrated energy efficiency. *Bulletin of Prydniprov's'ka state academy of civil engineering and architecture*, 2016. № 3 (216). P. 52 – 61.
111. Reshetilova T.B., Kuvaieva T. Modeling of business forms of the industrial enterprise in the conditions of high instability of the external environment. *Scientific Bulletin of National Mining University*, 2018. Iss. 1. (163). P. 124-132
112. Стратегія сталого розвитку об'єднаної громади Покровське (Дніпропетровська область). URL: <https://cutt.ly/DVjYbaW>
113. Куваєва Т. Поведінкові особливості суб'єктів у сталих ланцюгах створення цінності в промисловості. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*, 2021. № 3 (75). С. 67-74. <https://doi.org/10.33271/ebdut/75.062>

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Безугла Людмила Сергіївна
Букреєва Дар'я Сергіївна
Куваєва Тетяна Володимирівна
Трегуб Юлія Євгенівна

**МОДЕЛЬ ПРОГНОЗУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ТЕРИТОРІЙ**

МОНОГРАФІЯ

Видано в редакції авторів
Відповідальна за випуск – Безугла Л. С.

Підписано до друку 30.06.2022. Формат 60x84 1/16.
Папір офсет. Друк цифровий. Ум. друк. арк. 8,1.
Обл.-вид. арк. 11,8. Тираж 50 пр. Зам. № 494.

Видавництво “Журфонд”
49000, Дніпро, пр. Д. Яворницького, 60.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
ДК №684 від 21.11.2001 р.

Підготовлено до друку та віддруковано
в Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка»
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842 від 11.06.2004 р.
49027, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19.

Колектив авторів

М74 Модель прогнозування сталого розвитку туристичного потенціалу промислових територій: монографія / Л.С. Безугла, Д.С. Букреєва, Т.В. Куваєва, Ю.Є. Трегуб; М-во освіти і науки України; Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро: Журфонд, 2022. – 172 с.

ISBN 978-966-934-365-9

Розроблено й обґрунтовано модель прогнозування сталого розвитку туристичного потенціалу територіальних громад на основі посиленого партнерства різних суб'єктів господарювання.

Запропонована модель містить міждисциплінарну складову, коли має місце поєднання сталого використання територій, порушених у процесі промислової діяльності на різних її етапах, з ефективним управлінням земельними ресурсами, застосуванням маркетингових і фінансових підходів до формування туристичного потенціалу і його інфраструктурного забезпечення.

УДК 338 : 504.06 : 711.14 :332.2