

УДК: 338.2

## ІНСТИТУЦІОНАЛЬНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ ТУРИСТИЧНИМ ПРОДУКТОМ

Ю.Ю. Юрченко\*, доктор економічних наук.  
Бердянський університет менеджменту і бізнесу

\*yurchenko.yu.yu@mail.ru

© Юрченко Ю.Ю., 2016.

Стаття отримана редакцією 11.11.2016 р.

**Вступ.** Сучасні умови економічного розвитку України, як ніколи раніше, вимагають зростання дохідної частини бюджету як на рівні держави в цілому, так і на рівні кожного суб'єкта господарювання. Додатковою мотивацією зростання ефективності діяльності є прагнення до децентралізації управління. З огляду на це саме регіональні осередки, використовуючи й ефективно комбінуючи всі наявні ресурси, керуючись при цьому національними інтересами, можуть і повинні зробити крок до створення міцної держави. Не останню роль у підйомі економіки відіграють рекреаційні й курортні ресурси. Саме визначення регіональної парадигми управління туристичним продуктом в Україні з метою повного використання потенційних можливостей і є **метою** даної статті.

**Аналіз останніх джерел досліджень та публікацій.** Тема туризму за проблематикою настільки емна, що неможливо перелічити навіть найбільш відомих учених-дослідників з різних напрямів туристичної діяльності. Це й С. Н. Ілляшенко, Я. М. Кошуба, котрі вивчають питання розвитку перспективних видів туризму в Україні; О. М. Тищенко, який досліджує особливості туристичних кластерів; Н. І. Коніщева, В. Ф. Савченко, котрі пропонують певні механізми підвищення ефективності державного регулювання рекреаційного бізнесу; В. В. Папп вивчає вдосконалення інфраструктури туристичної галузі; Л. І. Антошкіна досліджує проблеми регіонального управління туристичною сферою; інші ж опікуються проблемами адаптації досвіду розвитку міжнародного туризму, удосконалення управлінського механізму розвитку туристської дестинації, моделей розвитку індустрії туризму тощо [1 – 6]. Але протягом останніх років кількісно і якісно змінився ринок туристичного продукту через відтік регіональних ринків АПК, частково Донецької та Луганської областей, також багатих на туристичні можливості. У цьому дослідженні за точку відліку беремо 2014 рік, щоб за цих умов проаналізувати резерви, переставити акценти й надати рекомендації щодо плідного застосування наявних та потенційних регіональних ресурсів.

**Основний матеріал і результати.** Загальне уявлення про розвиток туризму в Україні дають такі цифри: у 2015 році кількість туристів, яка була зареєстрована за всіма видами туризму, склала 2019576 осіб. Порівняно з 2014 роком потік туристів скоротився на 16,7%. «Просів» як в'їзний, так і виїзний туризм (на 11,2 і 21%), до позитивних змін слід віднести зростання внутрішнього туризму на 10,6%. Усе це зумовило структуру туризму за видами, що наведена у таблиці 1.

Таблиця 1

Види і структура туризму в Україні

| Види туризму | 2014 рік           |                                    | 2015 рік           |                                    | Зміна структури |
|--------------|--------------------|------------------------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|
|              | Кількість туристів | У відсотках до загальної кількості | Кількість туристів | У відсотках до загальної кількості |                 |
| В'їзний      | 17070              | 0,70                               | 15159              | 0,75                               | +0,05           |
| Виїзний      | 2085273            | 85,99                              | 1647390            | 81,57                              | -4,42           |
| Внутрішній   | 322746             | 13,31                              | 357027             | 17,68                              | +4,37           |
| Усього       | 2425089            | 100,00                             | 2019576            | 100,00                             | -               |

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [7, с.10].

Як бачимо, склалася вкрай несприятлива для економіки структура туризму, при якій тільки трохи більше 18% коштів витрачаються в Україні, решта залишається у країнах відвідування. У 2015 році кількість виїзних туристів скоротилася на 437883 людини, з них тільки 34281 людина поповнила коло внутрішніх туристів. 78% ми не змогли переорієнтувати на внутрішній туризм, і це наші невикористані резерви.

До якісних характеристик слід віднести зростання середньої тривалості однієї путівки із 7,2 до 10,1 дня. Більш детальний аналіз довів, що збільшилася кількість туристів, котрі приїжджали на

лікування. Цілком закономірним було підвищення середньої вартості перебування в'їзного та виїзного туризму (таблиця 2). При цьому середня вартість одного туродня внутрішнього туриста здешевшала більш ніж удвічі, з 1,04 до 0,47 тис. грн., через загальне збідніння населення, яке вибирало більш дешеві тури.

Таблиця 2

## Аналітичні показники розвитку туризму в Україні

| Види туризму | 2014 рік                           |                                         | 2015 рік                           |                                          | Зміна                                |                                           |
|--------------|------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------|
|              | Середня тривалість 1 путівки (дні) | Середня вартість одного туродня (т.грн) | Середня тривалість 1 путівки (дні) | Середня вартість одного туродня (т.грн.) | середньої тривалості 1 путівки (дні) | середньої вартості одного туродня (т.грн) |
| В'їзний      | 5,6                                | 1,18                                    | 9,0                                | 1,64                                     | +3,4                                 | +0,46                                     |
| Виїзний      | 12,6                               | 1,13                                    | 11,0                               | 2,03                                     | -1,6                                 | +0,9                                      |
| Внутрішній   | 6,8                                | 1,04                                    | 7,3                                | 0,47                                     | +0,5                                 | -0,57                                     |
| Усього       | 7,2                                | 1,11                                    | 10,1                               | 1,78                                     | +2,9                                 | +0,67                                     |

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [7, с. 9].

Дослідження мотивації туристичних подорожей показало, що у 2014 році 67 зі 100 туристів за мету поїздки мали дозвілля та відпочинок. У 2015 році таких було 56,84% (таблиця 3). Тобто це дуже велика туристична площадка країни для здійснення прибуткової економічної діяльності.

Таблиця 3

## Розподіл внутрішніх туристів за метою поїздки

| Мета поїздки               | 2014 рік           |                                    | 2015 рік           |                                    | Зміна структури |
|----------------------------|--------------------|------------------------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|
|                            | Кількість туристів | У відсотках до загальної кількості | Кількість туристів | У відсотках до загальної кількості |                 |
| Службова, ділова, навчання | 73958,00           | 22,92                              | 111820             | 31,32                              | +8,4            |
| Дозвілля, відпочинок       | 215604,00          | 66,80                              | 202920             | 56,84                              | -9,96           |
| Лікування                  | 25769,00           | 7,98                               | 32335              | 9,06                               | +1,08           |
| Спортивний туризм          | 1432,00            | 0,44                               | 1801               | 0,50                               | +0,06           |
| Спеціалізований туризм     | 22,00              | 0,01                               | 79                 | 0,02                               | +0,01           |
| Інші                       | 5961,00            | 1,85                               | 8072               | 2,26                               | +0,41           |
| Усього                     | 322746             | 100                                | 357027             | 100,00                             |                 |

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [7, с. 11-12].

Основним джерелом інформації щодо відпочинку залишаються турагенти та туроператори. У 2015 році загальна кількість суб'єктів туристичної діяльності України була представлена 1785 юридичними особами, з яких 500 туроператорів (28%) і 1228 турагентів (68,8%). Крім того, 57 суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність. Фізичних осіб-підприємців – 1397. Переважна більшість працюючих – це жінки (72%) [7, с. 16]. Порівняно з 2014 роком загальна кількість суб'єктів туристичної діяльності скоротилася на 18%.

Розсередження суб'єктів туристичної діяльності за регіонами надано у таблиці 4. Десять регіонів відібрано суто за кількісним показником суб'єктів.

Таблиця 4

## Кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами станом на 01.01.2016

| Регіони          | Усього  |       | у тому числі   |       |               |       |
|------------------|---------|-------|----------------|-------|---------------|-------|
|                  |         |       | юридичні особи |       | фізичні особи |       |
|                  | одиниць | %     | одиниць        | %     | одиниць       | %     |
| Україна в цілому | 3182    | 100,0 | 1785           | 100,0 | 1397          | 100,0 |
| у т.ч. Київ      | 888     | 27,9  | 752            | 42,13 | 136           | 9,8   |
| Одеська область  | 245     | 7,7   | 164            | 9,19  | 81            | 5,8   |
| Львівська        | 221     | 6,9   | 137            | 7,68  | 84            | 6,0   |
| Дніпропетровська | 294     | 9,2   | 113            | 6,33  | 181           | 13,0  |
| Харківська       | 264     | 8,3   | 88             | 4,93  | 176           | 12,6  |
| Запорізька       | 140     | 4,4   | 61             | 3,42  | 79            | 5,7   |

*Продовження таблиці 4*

|                   |    |     |    |      |    |     |
|-------------------|----|-----|----|------|----|-----|
| Чернівецька       | 65 | 2,0 | 44 | 2,46 | 21 | 1,5 |
| Івано-Франківська | 83 | 2,6 | 40 | 2,24 | 43 | 3,1 |
| Полтавська        | 91 | 2,9 | 19 | 1,1  | 72 | 5,2 |
| Київська          | 90 | 2,8 | 37 | 2,1  | 53 | 3,8 |

*Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [7, с.15, 57].*

Отже, на 10 регіонів у цілому припадає 74,7% суб'єктів туристичної діяльності, при цьому юридичних осіб – 81,58%, фізичних – 66,5%. Відповідно інші 15 регіонів обіймають 25,3% підприємств. У їх складі Чорноморське узбережжя Миколаївської та Херсонської областей (Очаків, Скадовськ, Гола Пристань), Азовське узбережжя Херсонської області (Арабатська Стрілка), які виявилися не освоєними. Недостатня робота суб'єктів туристичної діяльності у Вінницькій області не дозволила зайняти гідне місце на ринку туристичного продукту єдиному в Україні родоному курорту «Хмельник», основним лікувальним фактором котрого є родонова вода, яка не має аналогів серед відомих мінеральних вод.

Іноді тільки з наукових публікацій можна дізнатися про унікальність і туристичну привабливість окремих регіонів. Так, візьмо Тернопільську область [8]. Серед видового складу суспільно-історичних ресурсів тут переважають архітектурні пам'ятки та події ресурси; важливими природними туристичними ресурсами є об'єкти й території, що входять до складу національного природного парку «Дністровський каньйон». Тому пріоритетними напрямками є пізнавальний, археологічний, сакральний, фестивальний, екологічний, спортивний, у т.ч. екстремальний, види туризму. На особливу увагу тут заслуговують спелеоресурси, які використовуються для спелеотуризму. Територія Придністров'я має всі умови для розвитку сільського, «зеленого» туризму, зокрема для проживання в історичному середовищі, та екотуризму. Центрами замкового туризму є замки в селах, котрі належать до національного історико-архітектурного заповідника «Замки Тернопілля» і це лише невелика частка багатих туристичних ресурсів Тернопільщини. Між тим доходи Тернопільської області від продажу туристичного продукту склали у 2015 році тільки 0,08% від загальної суми отриманого доходу [7, с. 19]. Найбільша частка отриманих доходів припадає на м. Київ (таблиця 5) – 83,6%, не в останню чергу за рахунок розвинутої мережі суб'єктів туристичної діяльності.

**Таблиця 5**

**Доходи суб'єктів туристичної діяльності у 2015р.**

| Регіони           | Усього суб'єктів |       | Доходи від надання туристичних послуг |       |                                              |
|-------------------|------------------|-------|---------------------------------------|-------|----------------------------------------------|
|                   |                  |       | Усього                                |       | у середньому на одне підприємство (тис. грн) |
|                   | Одиниць          | %     | тис. грн                              | %     |                                              |
| Україна в цілому  | 3182             | 100,0 | 4797731,6                             | 100,0 | 1505,89                                      |
| у т.ч. Київ       | 888              | 27,9  | 4010320,4                             | 83,6  | 4516,13                                      |
| Одеська область   | 245              | 7,7   | 176891,8                              | 3,7   | 722,01                                       |
| Львівська         | 221              | 6,9   | 177567,8                              | 3,7   | 803,47                                       |
| Дніпропетровська  | 294              | 9,2   | 19903,3                               | 0,4   | 67,70                                        |
| Харківська        | 264              | 8,3   | 19495,7                               | 0,4   | 73,85                                        |
| Запорізька        | 140              | 4,4   | 9043,3                                | 0,2   | 64,60                                        |
| Чернівецька       | 65               | 2,0   | 12035,1                               | 0,3   | 185,15                                       |
| Івано-Франківська | 83               | 2,6   | 260757,2                              | 5,4   | 3141,65                                      |
| Полтавська        | 91               | 2,9   | 2030,8                                | 0,04  | 22,32                                        |
| Київська          | 90               | 2,8   | 6981,5                                | 0,1   | 77,57                                        |

*Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [7, с.19].*

Дані таблиці 5 свідчать про значну розбіжність структури отриманих доходів за регіонами, які ми досліджували. У десятки разів різняться показники доходів від надання туристичних послуг у середньому на одне підприємство. Так, при невеликій різниці у кількості суб'єктів туристичної діяльності в Івано-Франківській (83) і Полтавській областях (91) дохід на одне підприємство в Івано-Франківській в 140 разів більший. Така ситуація йде в протиріччя з унікальними рекреаційно-туристичними ресурсами України. Ще наприкінці XVI ст. польський письменник так говорив про Україну: «Її поля так прекрасні, як поля Єлїсейські. Вони то тягнуться рівниною, то перерізуються горами, борами й гаями. Характер їх веселий і врожайний. На Україні така сила худоби, звірів, різних птахів, можна подумати, начебто вона була батьківщиною Діани і Цецери. На її пасіках ...

добувається стільки меду, що забуваєш про сицилійську Геле і аттицького Гимете. Виноградна лоза зростає там, і легко можна насадити виноградарство, волоських горіхів така сила на Україні, начебто вона була колись італійською землею. Важко перелічити, скільки в ній рибних озер. Але навіть витратити пишні слова, коли можна одним словом відзначити, що Україна – це однаково, що обітована земля, яку Господь Бог обіцяв народу єврейському, яка тече медом і молоком. Хто тільки раз побував в Україні, вже не може з нею розстатися, тому що вона тягне кожну людину, як магніт тягне залізо, а це виходить від її прикмети: небо над Україною начебто посміхається, клімат її здоровий, а ґрунт родючий» [9, с. 156].

Найвагомішою, на нашу думку, причиною низького рівня розвитку туристичної галузі країни є відсутність стратегії регіонального розвитку туристичної діяльності. Монографічні дослідження світового досвіду довели, що основними цілями туристичного зонування є створення регіонального туристичного продукту, здійснення маркетингу і реклами, координація й управління туристичною діяльністю на регіональному рівні. Регіоналізована туристична політика дозволяє враховувати особливості певної території, забезпечує її впізнаваність.

На нашу думку, корисним є досвід процесу розроблення Концепції туристичного зонування в Болгарії [10]. Слід зазначити, що Концепція була розроблена у 2014 році групою Національного центру територіального розвитку в рамках реалізації контракту з Міністерством туризму. Під час розроблення документа відбувався інтенсивний процес консультацій у широкому колі зацікавлених сторін: муніципальних та регіональних адміністрацій; регіональних туристичних організацій; експертів, дослідників і консультантів з питань туризму; журналістів закордонних ЗМІ й закордонних туроператорів, які працюють з Болгарією. Консультавання було зосереджено навколо важливих і очікуваних проблемних питань:

- чисельності й територіального охоплення туристичних зон;
- найменування центрів і спеціалізації туристичних зон;
- правової форми, засновницьких та членських організацій для управління туристичними зонами;
- функцій, діяльності й менеджменту організацій з управління туристичними зонами;
- джерела фінансування управління туристичними зонами.

Надаючи рекомендації щодо методології туристичного зонування, слід зазначити, що в Україні існує інституціональна платформа вирішення всіх проблемних питань. Тому, керуючись принципом економічного використання всіх видів ресурсів, ми сформулювали пропозиції на основі застосування базової домінанти, але зі зміщенням акцентів, перерозподілом функцій і джерел фінансування.

### **Рекомендації з туристичного зонування в Україні**

1. В науковій літературі знайшли відображення різноманітні класифікаційні підходи до формування туристичних зон:

- визначення регіонів на основі схожих географічних особливостей і кліматичних умов;
- установлення адміністративних або політичних обмежень для цілей планування;
- формування регіонів на підставі загальноісторичного розвитку й традицій.

Сама ідея туристичного зонування апіорі передбачає охоплення туристичною діяльністю країни в цілому, на відміну від існуючої нині практики туристичної діяльності в районах із значним і компактним туристичним ресурсом. З огляду на це найбільш прийнятним підходом до зонування є географічний розподіл території на адміністративно-територіальні одиниці, виходячи з принципу: одна адміністративна одиниця = одна туристична зона. Інша річ, що туристичні зони повинні мати мотивовану ідентифікацію – назву, логотип, слоган. Щодо розміру туристичних зон, то елементарна візуалізація мапи України не відображає суттєвих розбіжностей з ключового показника площі.

2. Центри туристичних зон повинні відповідати таким критеріям: мати центральне географічне розташування, зручну транспортну доступність у регіоні та можливість адміністративної взаємодії. Свого роду smart-центром управління туристичною зоною можуть стати відповідні структури, які курирують туризм у регіоні. Вивчення питання показало, що у складі різних обласних держадміністрацій вони існують як: управління туризму та курортів, управління з питань спорту й туризму, управління культури та туризму, комітет по туризму і рекреаційному господарству, департамент інфраструктури та туризму і т.д., функціональним підрозділом яких є відділ туризму. Персонал відділу налічує від чотирьох до шести осіб, у функції яких входять:

- створення умов для розвитку інфраструктури внутрішнього та в'їзного туризму, туристичної рекреаційної індустрії, провадження екскурсійної діяльності;
- проведення аналізу ринку туристичних послуг, надання пропозицій щодо формування державної політики у сфері туризму, участь у реалізації міжнародних проектів у сфері туризму, сприяння залученню інвестицій для розвитку туризму;
- надання організаційно-методичної допомоги підприємствам у сфері туризму;

– здійснення координаційної діяльності підприємств тощо.

У форматі розроблення регіонального продукту відповідальним моментом роботи відділів буде визначення спеціалізації. Теоретично при визначенні спеціалізації слід спиратися на наявні туристичні ресурси, активи, конкурентоспроможність, потенціал, а також ураховувати реальні туристичні відвідування. Подібна самоідентифікація – це те, що відрізняє певний регіон від інших і є корисною відправною точкою для подальшої спеціалізації та розвитку маркетингових і брендкових стратегій. Позитивний досвід Болгарії передбачає базові та поширені спеціалізації для кожної туристичної зони. Базова спеціалізація містить поєднання двох видів туризму, які в сукупності й визначають унікальність регіону; поширена спеціалізація містить чотири види туризму, що доповнюють базову. Із часом вони можуть формально регулюватися для того, щоб підвищити популярність регіону на ринку туризму. Так, туристична зона «Софія» позиціонує як базовий діловий і культурний туризм; поширений – гірський, туризм «здоров'я», релігійний й екотуризм.

3. На нашу думку, «Центри» будуть працювати у тісному, постійному зв'язку з туристичними асоціаціями, а точніше з представниками побудованих по вертикалі суб'єктів туристичної діяльності (селища міського типу, міста), які є носіями колективної думки. Головне тут – це створення позитивного ставлення до партнерства, подолання індивідуалізму, небажання працювати разом, побоювання втратити свою «особистість».

До речі, Всеукраїнська громадська організація «Туристична асоціація України» створена ще у квітні 1998 року. Засновниками цього професійного об'єднання є трудові колективи провідних підприємств туристичної галузі нашої держави. Головна мета Асоціації – об'єднання зусиль працівників туристичної та суміжних галузей для спільних дій із захисту своїх законних прав, задоволення професійних і соціальних інтересів, сприяння розвитку туризму в Україні, у тому числі збереження й захисту культурної спадщини України. Асоціація діє за територіальним принципом. Основою її є регіональні осередки, метою заснування яких є сприяння подальшому розвитку туристично-рекреаційної сфери регіонів, створення іміджу туристичної зони, представлення інтересів регіонів на державному рівні.

**Висновки.** Проведені дослідження дозволили визначити методологічно-інституціональні основи регіональної парадигми управління туристичним продуктом в Україні, суть якої полягає:

- 1) в повному охопленні країни туристичною діяльністю;
- 2) у використанні як інституціональної основи адміністративно-територіальних одиниць, виходячи з принципу: одна адміністративна одиниця дорівнює одній туристичній зоні;
- 3) у здійсненні самоідентифікації регіонів, що буде корисною відправною точкою для подальшої спеціалізації та розвитку маркетингових і брендкових стратегій.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Ілляшенко С. «Зелений» туризм як один з напрямів сталого розвитку регіону / С. Ілляшенко, Н. Ілляшенко, В. Щербаченко // Економіка України. – 2013. – № 8. С. 33 – 39.
2. Тищенко О. М. Особливості туристських кластерів як синтетичних утворень / О. Тищенко, Н. Петрова // Проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С.24 – 30.
3. Савченко В. Ф. Роль держави у розвитку туристичної індустрії / В. Савченко, С. Стойка // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2013. – №1. – С. 9 – 15.
4. Кошуба Я. М. Сільський туризм як форма підприємництва і продуктивної зайнятості населення / Я. Кошуба // Економіка та держава. – 2015. – №5. – С.71 – 77.
5. Папп В. В. Розвиток інфраструктури як важливий чинник активізації туризму в регіоні (на прикладі Закарпатської області) / В. Папп // Економіка та держава. – 2015. – №9. – С. 23 – 27.
6. Антошкіна Л. Програмно-цільовий підхід до управління регіональним розвитком туристичної сфери / Л. Антошкіна, Д. Стеченко // Вісник ДГТБ. – 2006. – №10. – С.93 – 98.
7. Туристична діяльність в Україні [статистичний збірник] / Державна служба статистики України. – К.: Державне підприємство «Інформаційно-аналітичне агентство», 2016. – 76 с.
8. Пушкар З. Рекреаційне районування Тернопільської області / З. Пушкар, Б. Пушкар // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія. – 2013. – №2. – С. 153 – 164.
9. Дорошенко Д.І. Нариси історії України: монографія / Д.І. Дорошенко. – Львів: Світ, 1991. – 572 с.
10. Концепція за туристическо районуване на България / Министерство на туризм Република България. – София, 2015. – 66 с.

#### **REFERENCES:**

1. Illiashenko S. (2013). «Zeleniy» turizm yak odyin z napriamiv staloho rozvytku rehionu [«Green» tourism as one of the areas of sustainable development in the region]. *Ekonomika Ukrainy*, 8. 33-39 (in Ukr).

2. Tyshchenko O. (2009). Osoblyvosti turystykykh klasteriv yak syntetychnykh utvoren [ Features of tourism clusters as synthetic structures ]. *Problemy ekonomiky*,3. 24-30 (in Ukr).
3. Savchenko V. (2013). Rol derzhavy u rozvytku turystychnoi industrii [The state's role in the development of tourism industry]. *Naukovyi visnyk ChDIEU.1*. 9-15(in Ukr).
4. Koshuba Ya. (2015) Silskyi turizm yak forma pidpriemnytstva i produktyvnoi zainiatosti naselennia [Rural tourism as a form of entrepreneurship and productive employment ]. *Ekonomika ta derzhava.5*. 71-77 (in Ukr).
5. Papp V. (2015). Rozvytok infrastruktury yak vazhlyvyi chynnyk aktyvizatsii turizmu v rehioni (na prykladi zakarpatsoi oblasti) [Development of infrastructure as an important factor in activating tourism in the region (for example zakarpatsoyi region) ]. *Ekonomika ta derzhava.9*. 23-27 (in Ukr).
6. Antoshkina L. (2006). Prohramno-tsilovyi pidkhid do upravlinnia rehionalnym rozvytkom turystychnoi sfery [Target-oriented approach to the management of regional tourism development]. *Visnyk DHTB.10*. 93-98 (in Ukr).
7. *Turystychna diialnist v Ukrainy* (Statistical book). (2016). Kyiv: State Statistics Service of Ukraine (in Ukr.)
8. Pushkar Z. (2013) Rekreatsiine raionuvannia Ternopil'skoi oblasti [Recreational zoning of Ternopil region]. *Naukovi zapysky Ternopil'skoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetuimeni Volodymyra Hnatiuka. Serii: Heohrafiia.2*. 153-164.
9. Doroshenko D. (1991) *Narysy istorii Ukrainy* [Essays on the History of Ukraine ]. Lviv: Svit.
10. Ministry of Tourism of Bulgaria (2015) Tourist regionalization concept of Bulgaria. (in BG)

УДК: 338.2

**Юлія Юрїївна Юрченко**, доктор економічних наук, доцент. Бердянський університет менеджменту і бізнесу. **Інституціонально-методологічні основи управління регіональним туристичним продуктом**. Розглядається роль сфери туризму в наповненні доходів на макро- та мезорівні. Наголошено на активізації регіональних осередків у використанні наявних курортних, рекреаційних, історико-культурних ресурсів. Надано порівняльну характеристику результатів туристичної діяльності окремих регіонів. Обґрунтовано необхідність туристичного зонування як основи управління туристичною діяльністю на регіональному рівні. Запропоновано рекомендації щодо методології туристичного зонування в умовах існуючої в Україні інституціональної платформи регіоналізації туристичної політики.

**Ключові слова:** туризм, в'їзний, виїзний, внутрішній туризм, суб'єкти туристичної діяльності, туристичне зонування, регіональне управління.

UDC: 338.2

**Juliya Yurchenko**, Doctor of Economics, Associate Professor. Berdyansk University of management and business. **Institutional and methodological bases of management of regional tourist product**. The article discusses the role of tourism in the filling of income at the macro- and mesolevel, notes intensification of regional cells in the use of the spa, recreational, historical and cultural resources, provides comparative description of the results of tourism activities of individual regions. Was found a large discrepancy of the structure of obtained income by regions. Average Income is a big difference between different enterprises. A significant reason for the low level of development of the tourism industry in the country is the lack of strategy and regional tourism development. The necessity of tourism zoning as the bases of management of tourism activities at the regional level is substantiated. The recommendations on the methodology of tourism zoning in the conditions that exist in Ukraine institutional platform regionalization of tourism policy are given.

**Keywords:** tourism, incoming, outbound, internal tourism, the subjects of tourism activities, the tourism zoning, regional management.

УДК: 338.2

**Юлия Юрьевна Юрченко**, доктор экономических наук, доцент. Бердянский университет менеджмента и бизнеса. **Институционально-методологические основы управления региональным туристическим продуктом**. Рассмотрена роль сферы туризма в наполнении доходов на макро- и мезоуровне. Акцентировано на активизации региональных центров в использовании имеющихся курортных, рекреационных, историко-культурных ресурсов. Дана сравнительная характеристика результатов туристической деятельности отдельных регионов. Обоснована необходимость туристического зонирования как основы управления туристической деятельностью на региональном уровне. Предложены рекомендации по методологии туристического зонирования в условиях существующей в Украине институциональной платформы регионализации туристической политики.

**Ключевые слова:** туризм, въездной, выездной, внутренний туризм, субъекты туристической деятельности, туристическое зонирование, региональное управление.