

СХЕМА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТА МАРКЕТИНГУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

В статті розглянуті питання розробки схеми стратегії розвитку та маркетингу туризму в регіоні, дана стисла характеристика блоків схеми. Виявлені найважливіші напрями заходів, реалізація яких необхідна для успішного впровадження стратегічних планів стійкого розвитку туризму на регіональному рівні.

В статье рассмотрены вопросы разработки схемы стратегии развития и маркетинга туризма в регионе, дана краткая характеристика блоков схемы. Определены основные направления мероприятий, реализация которых необходима для успешного внедрения стратегических планов устойчивого развития туризма на региональном уровне.

In the article considered questions chart of strategy development and marketing of tourism in the region, also it include the compressed description main blocks of chart. There are certain basic directions of measures realization which is needed for successful introduction of strategic plans steady development of tourism at regional level.

Постановка проблеми. Формування ринкової економіки в Україні підсилило інтерес до форм та методів туристичного обслуговування населення. Розвиток даної галузі прискореними темпами і зростання негативних наслідків конкуренції та комерціалізації туристичної діяльності призвели до розуміння необхідності державного і регіонального регулювання туристичного бізнесу. Протягом декількох десятиліть значна частина населення України споживала туристичні послуги, потреба в них була масовою, тобто увійшла до норми життя, стала часткою національної культури.

Актуальність теми дослідження. Нерідко туризм проявляв себе як важіль, використання якого дозволяло оздоровити всю національну економіку в різних країнах світу. У багатьох країнах туризм грає значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм має великий вплив на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та інші, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально - економічного розвитку. Туризм став одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), він використовує приблизно 7% світового капіталу, з ним пов'язане кожне 16-е робоче місце, на його частку припадає 11 % світових споживчих витрат і він дає 5% всіх податкових надходжень. Ці цифри характеризують прямий економічний ефект функціонування індустрії туризму. Глобальний розвиток туризму називають одним з головних феноменів ХХ ст.

Аналіз досліджень та публікацій. Специфіка використання, умови та стан освоєння туристично-рекреаційного потенціалу, принципи функціонування підприємств туристичного комплексу, організація їх

діяльності у ринкових умовах, класифікація форм і видів туристично-рекреаційної діяльності, світовий досвід її організації висвітлені у наукових працях таких вітчизняних і зарубіжних учених як, К.Борисова, Дж.Боузона, А.Гели, Б.Данилишина, М.Долішнього, О.Бейдика, В.Євдокименка, Ф.Котлера, В.Кравціва, О.Кузьміна, Дж.Майкенза, В.Мацоли, В.Мікловди, Н.Недашківської, М.Нудельмана, В.Павлова, Г.Папіряна, М.Пітюлича, В.Сеніна, С.Харічкова, О.Шаблія та інших.

Методологія розробки і реалізації державної та регіональної політики розвитку рекреації та туризму знайшла відображення у дослідженнях М.Долішнього, В.Євдокименка, В.Кравціва, М.Габреля, Л.Гринів, П.Жука, С.Трохимчука, В.Мацоли та інших.

Аналіз існуючих визначень поняття "туризм" схиляє до висновку, що переважна більшість авторів визначає туризм тільки з точки зору споживача, тобто туризм як подорож з певною метою. На наш погляд, необхідно розглядати туризм і з точки зору виробника як сфери виробництва і реалізації туристичних послуг і товарів різними організаціями, які володіють туристичними ресурсами. Ми пропонуємо наступне визначення поняття "туризм" – це специфічна галузь економіки, діяльність туристичних підприємств, що включає, надання комплексу туристичних послуг і продажу туристичних товарів з метою задоволення потреб людини, що виникають в період її подорожі (поїздки).

Специфіка сфери туризму як галузі національної економіки полягає в тому, що її продуктом є право на споживання певного роду послуг, тоді як самі послуги створюються в інших галузях економіки.

На мікрорівні якісна специфіка туризму, що визначає особливості підприємницької діяльності в цій сфері, проявляється в унікальному характері взаємодії суб'єкта і об'єкту туристичної діяльності на основі реалізації туристичних технологій, причому об'єктом туризму є не товар (як в традиційних галузях), а споживач товару.

Туризм, будучи соціально-економічною підсистемою, взаємопов'язаний з такими інститутами як "економіка", "суспільство", "екологічне середовище". Життєдіяльність системи "туризм" неможлива без взаємодії з іншими галузями народного господарства. Тому обґрунтування необхідності державного регулювання розвитку туризму базується на вивченні сучасного стану туристичного ринку, аналізі ролі туризму в економіці країни, особливостях туристичного споживання і специфіці туристичного продукту, його впливі на інші галузі народного господарства, зокрема, на екологічний стан і соціально-культурний розвиток країни.

Метою роботи є розробка схеми стратегії розвитку та маркетингу туризму в регіоні в першому наближенні.

Виклад основного матеріалу. Традиційно в туризмі виділяють три економічні функції: виробнича, забезпечення зайнятості і створення прибутку. Стратегічне управління – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності організації,

що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) організації та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій ("стратегічного набору"). Концепція стратегічного управління лежить в основі стратегічного мислення і знаходить вираз у характерних рисах її застосування.

Стратегічне управління розвитком туризму в регіоні передбачає розгляд двох основних взаємопов'язаних блоків управління – планування та регулювання (рис.1). Планування передбачає аналіз, концептуалізацію, стратегування та програмування туризму і виходячи з планування відбувається регулювання впровадження управління туризмом, а саме адаптація, корегування, моніторинг та реалізація.

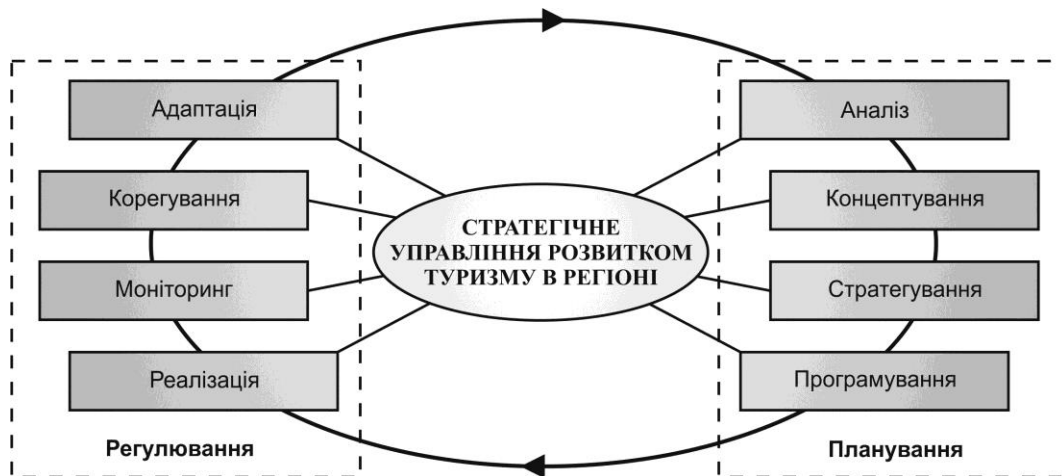


Рис.1. Стратегічне управління розвитком туризму в регіоні

Якщо ми хочемо, щоб національний туризм розвивався стійко, нам необхідно розробити та впровадити відповідну стратегію. Принципова ланка цієї стратегії – схема комплексної територіальної організації відпочинку і туризму регіону.

Стратегія розвитку туризму передбачає наступні перманентні операції:

- оцінку існуючого туристичного ринку, визначення найбільш перспективних його сегментів і прогноз туристично-рекреаційних потоків;
- розробку пропозицій з організаційної і функціональної структури головних (першочергових) туристичних зон і об'єктів, їх реконструкції, поліпшенню соціальної інфраструктури та доступу до них;
- визначення джерел інвестування і кола осіб (організацій), зацікавлених і сприяючих розвитку туристичної діяльності в регіоні і країні.

Можна виділити початкові проблеми, без вирішення яких стратегія приречена. Вони обумовлені відсутністю у нас багатьох базисних компонентів ефективної системи туризму, а саме:

- індустрії туризму як самостійній галузі народного господарства;

– єдиної методики аналізу ринку і повноцінної статистичної звітності про потоки туристів в країні та регіонах, що ускладнює їх оцінку і прогнозування;

– відповідних міжнародним стандартам комфорту помешкань для іноземних туристів при невідповідно високих цінах на нього;

– державних і приватних інвестицій в сферу туризму і як наслідок цього подальшій зацікавленості вітчизняних і зарубіжних інвесторів;

– єдиної системи наукового і рекламно-інформаційного забезпечення туристичного продукту на внутрішньому і зовнішньому ринках.

І це все при зростанні конкуренції на туристичних ринках суміжних країн СНД, Балтії і Європи.

Стратегію розвитку та маркетингу туризму в регіоні ми пропонуємо розглядати в п'яти основних блоках: аудиті туристичного потенціалу, антропогенному впливі на природне середовище, ідентифікації основних туристичних продуктів, туристичній політиці та, безпосередньо, концепції розвитку та маркетингу туризму, які розглядаються в розрізі регіону (рис.2). Кожен з вказаних блоків передбачає дослідження певних питань.

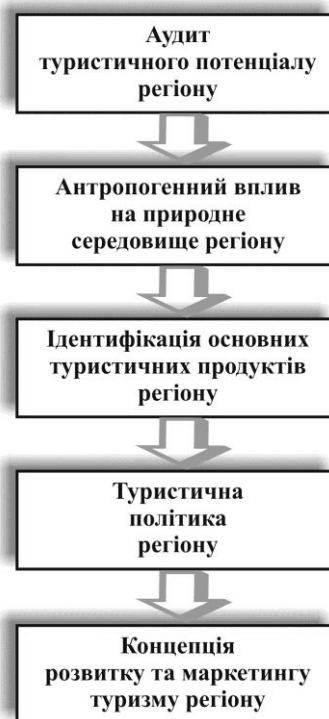


Рис.2. Схеми стратегії розвитку та маркетингу туризму в регіоні

Аудит туристичного потенціалу регіону: географічне розташування, рельєф, гідросфера та водні ресурси, клімат та кліматичні ресурси, ґрунтовий покрив та земельні ресурси, рослинний покрив та рослинні ресурси, лісові ресурси, тваринний світ та його ресурси, природно-заповідні території та об'єкти, екологічна мережа.

Антропогенний вплив на природне середовище регіону: мережа розселення, демографічна характеристика, ринок праці, інженерно-транспортна та соціальна інфраструктура (транспорт, зв'язок та

телекомунікаційні системи), комунальне господарство (водопостачання, водовідведення, теплові мережі, газопостачання, електропостачання, благоустрій територій), розвиток соціальної та ринкової інфраструктури (заклади торгівлі, заклади ресторанного господарства, фінансово-кредитна інфраструктура), охорона здоров'я, культура та мистецтво (етнокультура регіону, інфраструктура культурних закладів, пам'ятки культури і архітектури).

Ідентифікація основних туристичних продуктів регіону: 1 група пріоритетних видів туризму (гірський (гірськолижний) туризм, піший туризм, лікувально-оздоровчий туризм, сільський зелений туризм, культурно-пізнавальний та екскурсійний туризм, екологічний туризм); 2 група (діловий туризм, дитячий туризм, молодіжний туризм, спортивний туризм, водний туризм); 3 група (релігійний туризм, пригодницький туризм, туризм осіб з особливими потребами).

Туристична політика регіону: аналіз нормативно-правової бази в Україні та регіоні; державне та муніципальне управління в галузі туризму; аналіз регуляторної діяльності в галузі туризму регіональної обласної ради та адміністрації; основні учасники туристичного ринку регіону, залучені до розвитку туризму: управління туризму головного управління туризму і культури облдержадміністрації, громадські організації, бізнес-асоціації; фінансування розвитку туризму в регіоні з обласного бюджету та бюджетів районів, міст обласного підпорядкування; участь у європейських проектах; підготовка кадрів для туристичної галузі.

Концепція розвитку та маркетингу туризму в регіоні: бачення, місія, мета та стратегічні цілі; SWOT-аналіз розвитку регіону як туристичного; стратегічне бачення регіону як туристичного; стратегічна місія, мета, стратегічні цілі; створення цікавої та унікальної туристичної пропозиції на основі туристичного потенціалу регіону; забезпечення галузі висококваліфікованими кадрами для обслуговування туристів; управління розвитком туризму в регіоні; забезпечення збалансованого розвитку регіону та управління туристичним середовищем; формування інституційного оточення та налагодження міжсекторного партнерства; стратегія маркетингу та просування регіону на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках; фінансове забезпечення Стратегії розвитку та маркетингу туризму в регіоні; моніторинг та контроль за виконанням Стратегії розвитку та маркетингу туризму в регіоні.

Висновки. Масштабність і важливість туризму свідчать про приналежність туризму до стратегічних галузей економіки країни, що вимагає безпосереднього державного регулювання, з метою забезпечення пропорційності розвитку територіальних та галузевих господарських комплексів, обґрунтування політики зайнятості, забезпечення зростання бюджетних доходів і управління станом платіжного балансу.

Багаточисельні зв'язки туризму з іншими галузями економіки породжують зовнішні економічні, екологічні і соціально-культурні ефекти, поширення яких часто знаходиться поза сферою контролю суб'єктів

туристичної діяльності. Державне регулювання розвитку туризму має бути спрямоване на мінімізацію негативних і збільшення позитивних наслідків зовнішніх дій.

На закінчення перерахуємо заходи, точніше, найважливіші напрями заходів, реалізація яких необхідна для успішного впровадження стратегічних планів стійкого розвитку туризму на регіональному рівні:

- реконструкція готельного господарства та впровадження альтернативних форм розміщення туристів (приватних готелів-пансіонів, відновлення нерентабельних рекреаційних установ, оренда житла тощо);
- розширення (модернізація) сфери туристичних послуг;
- стандартизація і сертифікація туристичного продукту і туристичних послуг;
- реорганізація системи обліку і контролю ринку, визначення найбільш перспективної і прибуткової категорії туристів і пріоритетних для розвитку видів туризму;
- організація рекламної кампанії з популяризації туризму та його об'єктів в регіоні і за його межами (вітчизняний і міжнародний ринок), можливість проведення регіональних і участь в національних туристичних ярмарках та виставках;
- визначення сільськогосподарських і фермерських господарств (особливо конеферм, звіроферм та експериментальних господарств), на базі яких можливий розвиток сільського туризму;
- забезпечення підготовки кадрів для туристичної галузі в регіоні;
- розробка проектної і науково-дослідної документації з розвитку, реставрації, реконструкції, модернізації об'єктів і територій туризму, реабілітація раніше популярних, але втрачених та занедбаних туристичних маршрутів і розробка нових.

1. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: ВПЦ "Київський університет", 2001. – 395 с.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. – Минск: Новое знание, 2003. – 496с.
4. Коротун С.І., Коротун О.П. Географічні чинники впливу на розвиток рекреаційно-туристичного комплексу Рівненської області / Теоретические и прикладные проблемы современной географии // Мат-лы междунар. научн. конф., памяти акад. Г.И. Швевса. – Одесса: Изд-во ВМВ, 2009. – С.75-77
5. Коротун С.І., Коротун О.П. Основные показатели конкурентоспособности туризма / Страноведение и регионоведение в решении проблем устойчивого развития в современном мире // Мат-лы междунар. научн. конф. - СПб: ВМВ, 2010. - С.377-381
6. Коротун С.І., Коротун О.П. Розвиток сільського туризму як перспективного виду підприємництва в рекреаційній сфері Рівненської області / Дністровський каньйон – унікальна територія туризму // Мат-ли міжнар. наук.-практ. конф. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2009. – С.178-180
7. Максаковский В.П. Развитие и география международного туризма./ География в школе. №8 2000.
8. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп.. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.