

УДК 334. 72. 338. 48

DOI: 10.18524/2413-9998/2018/1(38).135309

М. А. Засць,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки і управління
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
Французький бульвар 24/26, м. Одеса, 65044, Україна
e-mail: mikolazaets@gmail.com

О. М. Борідько,

Менеджер Тов. «Кристал – тур»
e-mail: mikolazaets@gmail.com

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

В статті досліджено сучасний стан розвитку туризму в Одеської області. Визначено ключові фактори, що сприяють активному розвитку туристичної галузі в регіоні, та основні проблемні аспекти, які деструктивно впливають на дану сферу. Обґрунтовано перспективні напрямки та стратегія подальшого розвитку туризму в Одеської області з урахуванням специфіки та потенціалу регіону.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, рекреація, ринок туристичних послуг, зелений туризм, інфраструктура, туристичні потоки, стратегія.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сьогодні індустрія туризму є одною з найбільш динамічно розвиваючихся форм міжнародної торгівлі послугами.

За останні 20 років середньорічні темпи зростання прибуття іноземних туристів в світі склали 6,1 %, валютних надходжень – 15 %. За даними всесвітньої туристичної організації, в 2017 році в світі було зареєстровано 1,3 млрд. прибуття туристів, надходження від міжнародного туризму склали 1972 млрд. дол. США.

В цілому обсяги валютних надходжень від туризму за період з 1950 по 2017 рік зросли в 202 рази.

За прогнозами експертів до 2020 року ця галузь стане однією з ведучих експортних галузей в світі. Очікується, що при збереженні існуючих темпів зростання кількість міжнародних подорожей до 2020 року перевищить 2 мільярди чоловік.

Актуальність статті полягає в тому, що розвиток регіонального туризму та ефективна діяльність окремих туристичних підприємств в значній мірі залежать від грамотного використання сучасних умов та програм розвитку зовнішньоекономічної діяльності регіону.

З метою створення конкурентоспроможного та високоякісного регіонального туристичного продукту створюється регіональна програма, яка дозволить збільшити обсяги конкурентоспроможних туристично-оздоровчих послуг, здатних задовольнити потреби населення країни та іноземних громадян.

Значимість проблеми підсилюється в умовах інтеграції України у світовий економічний простір, виходу на міжнародний ринок і розширення, таким чином, кола потенційних конкурентів. Українські туристичні підприємства далеко не повній мірі використовують всі фактори регіональної економіки, які забезпечують ефективність їхньої діяльності, зокрема рівень впровадження новітніх технологій і сучасних методів управління туристичними операціями та процесами досить низький. За таких умов необхідним є пошук нових підходів та методів, що дозволять забезпечити ефективний розвиток туристичних підприємств та удосконалення туристичної галузі. Лише вірно вибрана стратегія управління діяльності туристичних підприємств, у тому числі і України, дозволить досягти успіху у цьому глобалізованому світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-теоретичні та практичні основи стратегічних напрямків туристичного бізнесу в регіонах, набули досить широкого відображення серед вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як В. Васильєв, Ю. Зінько, В. Косенко, М. Товт, К. Дронга, С. Медлік, Я. Сікора та інші.

Незважаючи на широке коло питань які отримали розвиток вкрай недостатньо освітлені проблеми направлені на пошук ефективних механізмів, і інструментів і стратегій розвитку нових напрямів туристичної галузі.

Постановка завдання. Аналіз сучасного стану розвитку туризму в Одеському регіоні та обґрунтування форм і напрямків його подальшої активізації з урахуванням специфіки туристичного потенціалу регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економіка туристичного бізнесу являє собою, з одного боку, сукупність суспільних відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, тобто при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичних послуг (тур продукту), яка вивчається економічною теорією, а з іншого боку, є складовою частиною народно-господарського комплексу країни як каталізатора економічного зростання.

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями і функціями:

- має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;

- створює туристичні послуги, формує тур продукт і здійснює їх реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя населення;
- є сферою, в якій дешево створюються робочі місця і забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;
- сумісність практично з усіма сферами, галузями і видами діяльності людини;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі.

Основною властивістю туризму є його здатність впливати на економіку регіону, країни і світу. На зв'язок між стадіями економічного розвитку країни і характерними рисами розвитку туризму одним з перших звернув увагу американський економіст П. Ростоу ще в 1959 р. Незважаючи на те, що моделі економічного впливу туризму на сферу економіки набагато ускладнилися, гіпотеза П. Ростоу не тільки не застаріла, а й продовжує підтверджуватися новими статистичними даними і сучасними тенденціями [7. с. 211].

Якщо оцінювати Україну виходячи з теорії П. Ростоу, то її варто віднести до мінливого суспільства, в якому соціально-економічні умови сприяють пріоритетному розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Нині туризм у світовій системі господарства займає провідні позиції. Він є невід'ємною складовою розвитку світового ринку. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), ще наприкінці 2000 р. туризм зайняв перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів і послуг. На туризм припадає 12 % загальносвітового національного продукту, 7 % світових інвестицій. Туризм забезпечує 5 % податкових надходжень. За валютними надходженнями туризм обійшов експорт нафтопродуктів, телекомунікаційного устаткування, автомобілебудування і всіх інших видів послуг.

Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку не тільки внутрішнього, а й в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне розміщення, Україна володіє великим туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, багатою флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, яка швидко розвивається. У затверджений Кабінетом Міністрів України список історичних місць внесено 402 міста і селища міського типу, історичні ареали яких розробляються, а деякі вже затверджені.

За повідомленням державного управління екології та природних ресурсів Одеської області, станом на 1 січня 2017 р. природно-заповідний фонд області нараховує 109 об'єктів площею 80174,09 га.

Згідно з даними Агенства з питань інвестицій та розвитку Одеської ОДА, станом на вересень 2017 р. в м. Одеса функціонує 276 готелів з номерним фондом 7 000 номерів на 16 500 місць. В області працює 489 готелів з номерним фондом понад 12 000 номерів на більш ніж 28 000 місць. Всього туристична інфраструктура області нараховує 1 292 заклади, з яких 803 оздоровчо-рекреаційного призначення – санаторії, бази відпочинку, пансіонати, дитячі табори. У минулому році в Одеській області було введено в експлуатацію 22 готелі, розрахованих на 1 4000 місць, з них в м. Одеса – 3 готелі, в Овідіопольському районі – 9, в Білгород-Дністровському – 8, в Кодимі – 1, в Біляївському районі – 1, всі вони в 2015 р. були заповнені практично на 100 % [8, с. 49].

Особливістю туристичного сезону 2017 р. стало збільшення туристичного потоку не тільки у м. Одесу, а й у область – на нові регіональні дестинації – центр винного туризму «Шабо», центр зеленого туризму «Фрумушика-Нова», курорт Лебедівка тощо.

Разом з тим, туристична галузь в Одеській області залишається слабо розвиненою як за сервісом, так і за станом інфраструктури. Індикатором низької конкурентоспроможності м. Одеси, як міжнародної туристичної дестинації, став «провал» круїзного туризму – в поточному сезоні Одеський порт відвідали 13 круїзних лайнерів, із 25 заявлених.

Аналіз стану розвитку туристично-рекреаційного комплексу Одеської області виявив концептуальну помилку в процесі розвитку і просування регіонального туристичного продукту – цей процес не носить системного характеру, а являє собою набір незв'язаних між собою заходів, що реалізуються різними учасниками (владою, бізнесом, населенням, асоціаціями тощо) без взаємодії. Відповідно, скалась негативна іміджева ситуація регіонального туристичного продукту –

потенційним туристам пропонується самостійно на основі туристичних ресурсів і частково «обірваної» інформації створювати єдиний продукт для задоволення певних потреб.

Ці недоліки стосуються використання такого колосального рекреаційного ресурсу, як лікувальні властивості лиманів Одеської області, де розташовано 17 лиманів, 7 з них в районі м. Одеса.

Самим відомим, навіть за межами України, являється Куяльницький лиман.

Складні хімічні процеси та «робота» різних бактерій на протязі багатьох віків придали муловій грязі безцінні лікувальні властивості. По якості, лікувальним властивостям вона стала свого роду світовим еталоном. Сульфідно – мулові Куяльницькі грязі по своїм лікувальним властивостям визнані еталоновими. Вони сприяють зменшенню запалювальних процесів, укріплюють імунітет та відновляють функції пошкоджених органів і систем організму. Ропа лиману також має лікувальні властивості, а мінеральна вода «Куяльник» допомагає при захворюванні шлунково-кишкового тракту.

Історія розвитку курорту започаткована в 1833 році, коли в Одесу прибув доктор медицини Андрієвський Е. С. Він зумів переконати міське правління в необхідності створення лікувального закладу. У відставного генерал – майора І.С. Жевахова, власника землі між двома лиманами – Хаджибеєвським і Куяльницьким, місто викупило ділянку під будівництво лікарні. В червні 1833 року архітектор Кошелєв приступив до виконання робіт, а через два місяці було побудовано «парник» для прийняття грязевих процедур і «холодну купальню, де можливо було приймати водні процедури з ропою.

В 1841 році на схилах біля Жевахової гори по розпорядженню М. С. Воронцова безкоштовно виділяються ділянки землі для будівництва дачних споруд. В короткий строк виростає селище, де в літній період змогли зупинитись до тисячі прибувших хворих.

Особливого розквіту курорт набув в 1980 – 90 рр., було збудовано три корпуси, кожен з яких вмщував одну тисячу курортників. Зведено об'єкти інфраструктури, як лікувального так і культурно-розважального характеру.

Курорт набув статусу народного, десятки тисяч людей з усієї країни та зарубіжжя щороку відновлювали своє здоров'я.

Незвичайний склад мулової грязі, дозволяє без хірургічного втручання вилікувати:

– захворювання і наслідки травм опорно – рухального апарату;

- захворювання центральної і периферичної нервової системи;
- гінекологічні захворювання в т. ч. і безпліддя;
- захворювання бронхо – легенової системи;
- захворювання очей (глаукома, близорукість, атрофія очних нервів);
- шкіряні захворювання (псоріаз, екзема, склеродермія).

Незважаючи на такі унікальні можливості, сьогодні курорт знаходиться у занебаному стані, працює тільки один із трьох корпусів. Викликає занепокоєність стан самого лиману і всієї екологічної системи. Використання води для іригації призводить до зменшення стоку і обміління лиману. Із всього стоку малих річок, що впадають в Великий Куяльник, до самого лиману доходить не більше 15 %. Ще одним фактором, який негативно впливає на стан лиману являється незаконний видобуток піску. Річка Великий Куяльник, яка впадає в лиман, була перекрита дамбою для проїзду самоскидів. Біля села Адамовка в руслі річки вириті величезні котловани. Існує загроза розрушення схилів і загублення рекреаційних ресурсів.

Проблема знищення унікального курорту стала наскільки гострою, що було направлено запити в Генеральную прокуратуру України, про притягненні до відповідальності осіб, причетних до знищення Куяльницького лиману.

Але враховуючи ефективність діяльності судів і прокуратури в Україні, вирішальне слово і дії була за активістами, волонтерами і вченими Одеського екологічного університету. Завдяки їх зусиллям було задіяно регіональну програму збереження і відновлення водних ресурсів в басейні річки Великий Куяльник. Проте наповнюваність водою так і не зросла і було прийнято рішення про будівництво каналу між морем і лиманом. За останні роки проведено декілька пусків морської води в лиман, і рівень піднявся на 24 см. По оцінкам вчених необхідно щорічно поповнювати лиман приблизно на 30 млн. м. куб.

Перший крок зроблено, далі необхідно для відродження курорту запроваджувати сучасний менеджмент, рекламу інші заходи для перетворення його в лікувальний заклад світового рівня.

За своїми властивостями рекреаційні ресурси Куяльницького лиману не поступаються можливостям Мертвого моря, а по деяким параметрам і перевершують їх.

Далеко не повністю використовується потенціал Хаджибейського, Шаболатського та інших лиманів області, які могли б суттєво поповнювати бюджет, та сприяти соціально – економічному розвитку регіону.

Розвиток туристичного бізнесу в Україні відбувається на ринкових засадах, але не знаходиться у «вільному плаванні», бо регулюється державою на основі законодавства, національної політики та індикативного планування всіх видів туризму.

Економічна наука до факторів розвитку бізнесу відносить не тільки землю та її багатства, працю та капітал, а й підприємницькі здібності, що утворюють особливий ресурс – інтелект.

Це дає підставу стверджувати: для підприємця в туристичному бізнесі головним ресурсом є не гроші, не знаряддя чи предмети праці, а його вміння господарювати (талант господарника), знання психології споживача туристичного продукту та суспільних потреб у туристичному бізнесі.

Виникнення туристичного підприємництва пов'язане з переходом туризму на комерційну основу, тобто з появою організації платних подорожей різної спрямованості як основи ринкових відносин.

У чинному законодавстві України підприємництво розглядається як безпосередня самостійна систематична, на свій ризик діяльність, пов'язана з виробництвом продукції, виконанням робіт, наданням послуг з метою одержання прибутку, що здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності в порядку, установленому законодавством. З цього визначення видно, що до підприємництва відноситься й діяльність з надання послуг.

Отже, надання туристичних послуг є об'єктом підприємницької діяльності всіх суб'єктів туристичної індустрії.

Головна мета підприємництва в туризмі полягає в розробленні маршрутів, формуванні туристичних потоків за обраними маршрутами, у виробництві туристичних товарів і наданні туристичних послуг, комплектуванні туристичного продукту відповідно до попиту споживачів з вигодою (прибутком) для себе.

Учасниками відносин, пов'язаних з підприємництвом в туристичному бізнесі, є, з одного боку, юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги або здійснюють посередницьку діяльність щодо їх реалізації, а з іншого - громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Основними суб'єктами підприємницької діяльності у туризмі є туристичні оператори (туроператори), туристичні агенти (турагенти) та інші структури (дилери). *Туроператори* – це юридичні особи

(підприємства), створені згідно із законодавством України, основною діяльністю яких є організація туризму, формування туристичного продукту, його реалізація та посередницька діяльність із надання характерних і супутніх туристичних послуг мандрівникам.

Сукупність підприємницьких структур з обслуговування туризму утворює туристичну інфраструктуру, яка являє собою комплекс юридичних і фізичних осіб економічної та соціальної сфер діяльності що надають туристам послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, перевезення, екскурсійного обслуговування, відпочинку, рекреації тощо.

Економічний успіх підприємництва забезпечується інноваціями, точніше, інноваційним менеджментом. Це пояснюється тим, що інноваційна заповзятливість у туризмі забезпечує появу нових послуг (продукту), привабливих не тільки для туристів, а й для інвесторів. Варто особливо підкреслити, що Україна має потребу в такому туризмі, в якому інноваційність, діловитість, ефективна комунікативність стали б нормою господарювання кожного суб'єкта туристичного бізнесу.

Схема формування та збуту (продажу) пакетів туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туристів під час подорожування, представлена на рис. 1.

Завершальним етапом економіко-технологічної системи туристичної діяльності, як видно зі схеми, є споживання туристичного продукту, тобто комплексу туристичних послуг, які включено до вартості обслуговування туру за певним маршрутом. Загальновизнаними є особливості споживання як окремих туристичних послуг, так і в складі турпродукту, які визначають специфіку туристичної діяльності.

У цілому підприємництво сприяє відновленню і розвитку економіки туризму, створенню інноваційного середовища, відкриває шлях до перетворень, а тому стає рушійною силою розвитку економіки не тільки туризму, а й економіки всієї країни.

Регулювання прав підприємницької діяльності в Україні здійснюється ланцюгом законів (їх нараховується понад 60), указами Президента та постановами Кабінету Міністрів України, рішеннями обласних і місцевих органів влади, а також міжнародними договорами й угодами, в яких бере участь Україна. До основних законодавчих актів відносяться: Конституція України, Цивільний і Господарський кодекси, Закон України «Про внесення змін до закону України «Про туризм».

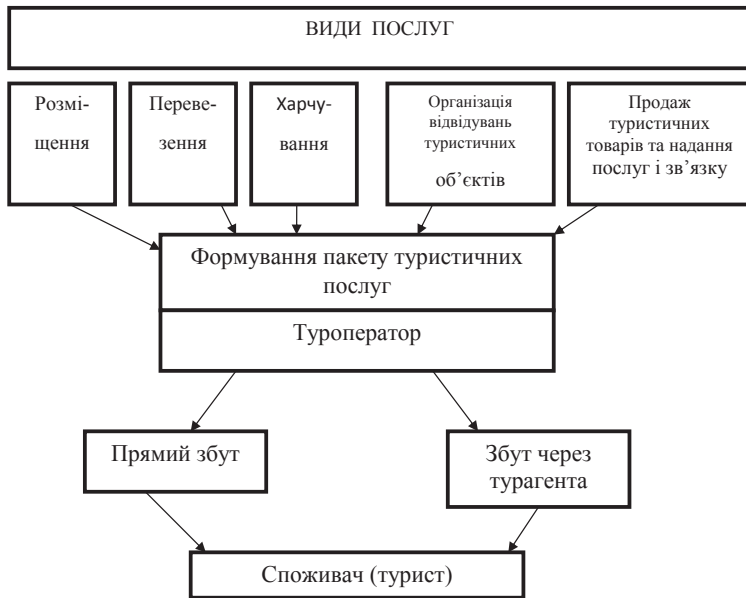


Рис. 1. Схема формування та збуту туристичного продукту

Центральним органом індикативного планування та регулювання є Міністерство культури і туризму України, Міністерство курортів і туризму АРК та Державні служби туризму на місцях. Ці органи забезпечують єдиний підхід до планування туристичного бізнесу, сертифікації послуг, ліцензування діяльності підприємств і захисту прав споживачів туристичних послуг. На рис. 2 наведено систему важелів прямого та непрямого впливу державного регулювання туристичного бізнесу.

Умовами здійснення підприємницької діяльності в туризмі є:

- ліцензування туристичної діяльності. З метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності, забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, а також захисту довкілля та підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється ліцензування туроператорської та турагентської діяльності;
- державна реєстрація суб'єктів підприємництва за місцем перебування підприємця. Зареєстровані суб'єкти вносяться до Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України (ЄДРПОУ), після реєстрації відкриваються рахунки в банках;
- сертифікація і стандартизація у сфері туристичної діяльності;

– встановлення готелям, закладам харчування і курортним закладам відповідної категорії;



Рис. 2. Важелі державного регулювання туристичного бізнесу в Україні

- страхування туристів при здійсненні туристичних поїздок;
- наймання працівників і соціальні гарантії за використання їхньої праці;
- майнова відповідальність суб'єктів підприємництва за використання туристичних ресурсів;
- право припинення підприємницької діяльності.

Держава також розробляє політику, стратегію і тактику туристичної діяльності на основі концепції і програми розвитку туризму. Схема державного регулювання туристичного бізнесу в Україні наведено на рис. 2.

- Державне регулювання туризму охоплює систему важелів прямого та непрямого впливу.
- Втручання держави в підприємницьку діяльність туристичних структур, крім передбачених законом, заборонено;
- об'єктів туристичних дестинацій (природно-рекреаційних і туристично-екскурсійних ресурсів країни);
- сприяння матеріально-технічному забезпеченню та інформаційному обслуговуванню туристичного бізнесу;
- підготовка та підвищення кваліфікації кадрів для туристичної діяльності;

стимулювання інноваційних проектів, забезпечення конкуренції і недопущення монополізму в туризмі.

Розвиток туристичного бізнесу потребує стратегічного підходу до його управління. Поняття «стратегія», уживане в економічному значенні, являє собою побудовану програму перспективних заходів, спираючись на які, туристичний бізнес зможе досягти поставленої мети.

В умовах ринку успіху домагаються лише ті підприємці, які здатні розробляти і виконувати на відповідному організаційному рівні довгострокові стратегії. Зараз, коли на ринку України виживають лише професіонали високого класу, розробка і реалізація стратегії стає визначальною умовою ефективної діяльності підприємницьких структур туристичного бізнесу.

Під стратегією суб'єктів туристичної діяльності слід розуміти комплексну програму заходів, спрямованих на здійснення місії (генеральної мети) підприємства і досягнення його множинних цілей.

До об'єктів стратегії економічного управління в туризмі відносяться два базових елементи: *переміщення* туристів до пункту призначення та *зупинка* в цьому пункті, яка потребує задоволення потреб у розміщенні,

харчуванні та ін. Тому об'єктами економічної стратегії туристичних підприємств є:

- окремі туристичні послуги або комплекс туристичних послуг, що утворюють туристичний продукт;
- ресурси, що забезпечують туристичну діяльність;
- максимізація прибутку і мінімізація витрат;
- ефект мультиплікатора, управління яким має особливе значення в економіці туристичного бізнесу, оскільки доход, отриманий від туризму, впливає на розвиток інших сфер діяльності (виробничої і невиробничої);
- поведінка на ринку і конкурентна боротьба;
- інвестиційна діяльність;
- інноваційна діяльність тощо.

Процес розробки загальної стратегії діяльності туристичного підприємства представлений на рис. 3.

Центром розробки стратегії діяльності підприємств є визначення мети та ранжування цілей.



Рис. 3. Розробка загальної стратегії діяльності туристичного підприємства

Під метою розуміється досягнення високого рівня якісних і кількісних показників, до яких повинне прагнути підприємство. Як б не було формулювання стратегічної мети, в ньому завжди міститься бажаний обсяг прибутку, одержання якого забезпечується доходом.

Розробка загальної економічної стратегії діяльності будь-якої підприємницької структури вимагає вивчення й оцінки її базової економічної стратегії. Теорія і практика підприємницької діяльності виділяють три види базових економічних стратегій – це виживання, стабілізація та розвиток. Кожна з цих стратегій визначається рівнем досягнутої (запланованої) рентабельності та життєвим циклом товарів (послуг).

Стратегія виживання характерна для підприємств, які знаходяться в кризовому стані через збитковість.

Для виходу зі стану збитковості стратегія виживання в порядку захисту повинна передбачити заходи, спрямовані на одержання прибутку в найкоротший термін.



Рис. 4. Основні етапи формування економічної стратегії підприємства

При цьому вирішуються такі завдання: що запропонувати ринкові туристичних послуг, а від чого відмовитись, які функціональні стратегії використовувати для переходу до рентабельної діяльності.

Стратегія стабілізації є наступально-захисною. Вона використовується в умовах коливання прибутковості підприємства від збитковості до рентабельності і навпаки. Для здійснення стратегії стабілізації необхідно:

- оощадливо використовувати ресурси, щоб швидше стабілізувати рентабельність як мінімум на досягнутому рівні;
- домогтися позитивних зрушень в реалізації турпродукту;
- розширення ринків збуту з орієнтації на швидке поживлення діяльності;
- обгрунтувати програму фінансової стабілізації підприємства шляхом вишукування ефективних внутрішніх і зовнішніх джерел інвестування інноваційної діяльності.

Одним з успішних прикладів реалізації цієї стратегії є діяльність агро-екологічно-рекреаційного кластеру «Фрумушика-Нова» Тарутинського району Одеської області.

«Фрумушика-Нова» є яскравим прикладом кластеру у класичному розумінні цього терміну. Кластер передбачає охоплення таких вза'ємоповязаних напрямів, як економіка, виробництво і переробка аграрної продукції, сільський туризм у поєднанні з музейно-ентографічної і екологічною складовою.

Така організаційна форма – яскравий приклад того, як в глибинці можна створити неординарний Центр етнографічного, сільського туризму та сімейного відпочинку. Серед віддаленого бесарабського степу у Тарутинському районі за 12 років відтворено садиби багатонаціональної Бесарабії – українська, молдовська, гагаузьська, російська, будівлі німецьких та єврейських колоністів, - з предметами побуту та виробництва. Серед сучасних туристичних об'єктів слід відзначити зоопарк, фазанарій, «бджолиний санаторій», винний погріб з брендовим вином «Цитрон».

В 2017 р. «Фрумушику-Нову» відвідало 6 тисяч туристів, до їх послуг, гостьові будиночки сімейного типу, обладнані всім необхідним для відпочинку, а також дім мисливця, обладнані місця для риболовлі та багато іншого.

Все це втілення в життя творчих задумів місцевого бізнесмена, котрий прагне через свої проекти, зберегти народні традиції та культуру рідного краю, економічно та соціально розвивати регіон.

Враховуючи давні традиції місцевого населення інтенсивно відроджується вівчарство. Поголів'я баранів та овець тільки у господарстві «Фрумушика-Нова» складає більше 6 тисяч – такого чисельного гурту в одному господарстві в Європі немає. Цей напрямок дає можливість розвитку гастрономічного туризму та забезпечує робочими місцями значну кількість населення навколишніх сіл. У нинішньому стані української економіки, у період безробіття люди самі собі можуть дати раду, долучившись до справи сільського туризму. Враховуючи місцеві особливості будь-яке бесарабське село, де є декілька ініціативних людей, за певних умов, може стати самодостатнім туристичним осередком.

Розвиток зеленого туризму сприятиме надходженню додаткових коштів до бюджетів громад, котрі нині потрібні для вирішення соціальних проблем, благоустрою населених пунктів. Завдання на найближчу перспективу полягає в тому, аби створити у регіоні якомога більше територіальних туристичних осередків, які в перспективі стали б учасниками кластеру «Фрумушика-Нова».

Створення нових туристичних осередків дозволить прийняти значно більшу кількість туристів ніж може прийняти «Фрумушика-Нова» самостійно. В подальшому можна об'єднати у спільному великому проєкті Тарутинський, Арцизький, Саратський та інші райони Бесарабії.

Останнім часом значно активізували роботу по розвитку сільського туризму районні та обласна адміністрації.

Тарутинський степ – унікальне явище природи, тому планується реалізувати проєкт створення національного парку всеукраїнського значення.

Держава через прийняття відповідних законів створює сприятливі умови для розвитку приватного виноробства. В Бесарабії традиційно проводяться фестивалі вин та національних культур, ярмарки. Отже є всі умови для перетворення краю у Мекку зеленого туризму в Україні. Тим більше, що вже діє флагман – агро - еколого-рекреаційний кластер національного рівня «Фрумушика-Нова». Він є основою туристичного та соціально – економічного розвитку краю.

Розвиток сільського туризму є одним з найважливіших пріоритетів Одеської обласної держадміністрації. В лютому 2018 р. видано розпорядження «Деякі питання реалізації проєкту «Агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова» в Тарутинському районі Одеської області».

Відповідно до нього, для забезпечення реалізації державної політики сталого розвитку сільських територій, підвищення конкурентоспроможності та диверсифікації економіки вирішено визначити Тарутинський район пілотною територією на три роки щодо реалізації проекту «Фрумушика-Нова». Затверджено план заходів щодо спільних зусиль облдержадміністрації, райдержадміністрації, інших органів влади із залученням недержавних організацій планується реалізувати нову модель розвитку територій, яка передбачає активне залучення місцевих громад, їх мешканців, у т. ч. розвиток нових напрямків, наприклад, створення сільських гостинних садиб.

Верховна Рада України вже прийняла в першому читанні законопроект про те, що власник особистого селянського господарства може в межах 10 кімнат надавати туристичні послуги, в тому числі харчування гостей, а також прийнято доповнення, щодо скасування оподаткування доходів таких господарств. Окрім органів державної влади, проектами у цій галузі буде опікуватись, ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні». Значну роль у становленні та розвитку осередків сільського туризму відіграє Одеська асоціація туроператорів і агенств. Потрібна популяризація місць відпочинку та послуг, асоціація працює за всіма важливими напрямками, особливо у сфері розширення туристичних маршрутів. Враховуючи зацікавленість та синхронізацію зусиль державних та недержавних і громадських органів є надія, що сільський туризм на Одещині буде успішним локомотивом розвитку територій та сільських громад.

Базова економічна стратегія діяльності підприємства забезпечується функціональними стратегіями, головними серед яких є маркетингова, науково-дослідна, фінансова, екологічна, соціальна тощо. Наприклад, стратегія комплектування турпродукту визначається маркетинговою стратегією, а фінансова є основою інноваційної діяльності на ринку туристичного продукту та послуг.

Процедура розробки стратегії функціонування підприємства охоплює чотири головні етапи (рис. 4) кожний з яких має загальну спрямованість на обґрунтування основних показників та альтернатив для реалізації обраної стратегії. На рис. 4. показано, що процес формування економічної стратегії туристичного підприємства охоплює ланцюг взаємопов'язаних етапів, кожний з яких впливає з попереднього, а всі вони, будучи взаємозалежними, виступають єдиним цілим.

Отже, економічне управління туристичним бізнесом зводиться до розроблення стратегії і тактики туристичної діяльності суб'єктів

підприємництва. Воно передбачає раціональне використання туристичних ресурсів.

Серед основних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі Одеського регіону слід визнати наступні:

- розробка на рівні місцевої влади механізмів залучення приватного капіталу для модернізації об'єктів туристичної інфраструктури;
- передача в контексті децентралізації місцевим органам функцій з ліцензування суб'єктів господарювання у сфері туризму;
- стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу, що сприятиме зростанню конкуренції у сфері туристичних послуг.

Висновки та пропозиції. Розвиток туристичного бізнесу є одним з пріоритетних напрямків діяльності в сфері послуг на території Одеського регіону. В сучасних умовах коли в область переорієнтовано значні туристичні потоки, активізація такої діяльності дає змогу вирішувати найважливіші економічні і соціальні проблеми регіону. Така ситуація дає змогу підвищити зайнятість населення. Постає перспективним джерелом формування доходів, сприяє зменшенню соціальної напруги суспільства, становленню системи соціальних цінностей у населення, зростанню його культурно-освітнього рівня. Подальше наукові дослідження стратегічних напрямків розвитку туризму в регіоні мають бути обґрунтовані ефективних заходів подолання перешкод та нівелювання негативних чинників, що стримують активний розвиток туристичного бізнесу в м. Одеса та області.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про туризм» (324/95ВР). – [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата 14.12.2017). – Назва з екрану.
2. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України / О. О. Бейдик. – Київ : ВЦ КНУ, 2001. – 396 с.
3. История городов и сел Украинской ССР. Одесская область. – Киев, 1978 – 866 с.
4. Крюкова І. О. Сучасний стан та перспективи розвитку зеленого туризму в Одеській області / І. О. Крюкова, А. О. Кравчук // Праці Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлінського. – 2015. – Вип. 5. – С. 462-466.
5. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – Київ : Знання, 2008. – 661 с.

6. Масляк П. О. Рекреаційна географія / П. О. Масляк. – Київ : Знання, 2008. – 343 с.
7. Ростю П. Теория роста / П. Ростю ; Пер. с англ. – Москва : Издательский дом «Вильямс», 2008. – 306 с.
8. Туристична діяльність в Одеській області, Статистичний бюлетень за 2017 р. // Головне управління статистики в Одеській області. – Одеса. 2017. – 51 с.

Стаття надійшла 01.02.2018 р.

М. А. Заец,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки і управління
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
Французський бульвар 24/26, м. Одеса, 65044, Україна
e-mail: mikolazaets@gmail.com

О. М. Боридько,

менеджер ТОВ «Кристал-тур»
e-mail: mikolazaets@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В ОДЕССКОМ РЕГИОНЕ

В статье исследовано современное состояние развития туризма в Одесской области. Определены ключевые факторы, которые способствуют активному развитию туристической отрасли в регионе, а также основные проблемные аспекты, которые деструктивно влияют на эту сферу. Обоснованы перспективные направления и формы дальнейшего развития туризма в Одесской области с учетом специфики и потенциала региона.

Ключевые слова: туризм, туристическая отрасль, рекреация, рынок туристических услуг, зеленый туризм, инфраструктура, туристические потоки, стратегия.

M. A. Zaec,

PhD in Economics, Associate Professor
Of Economics and Management Department
Of Odessa I. I. Mechnikov National University
24/26 Frantsuzkiy av., Odessa, 65044, Ukraine,
e-mail: mikolazaets@gmail.com

O. M. Boridko,

Manager TOV. "Crystal Tour"
e-mail: mikolazaets@gmail.com

STRATEGIC DIRECTIONS OF TOURISM BUSINESS DEVELOPMENT IN ODESSA REGION

The article studies the current state of tourism development in the Odessa region. The key factors that contribute to the active development of the tourist industry in the region are identified, as well as the main problem aspects that destructively affect this area. Prospective directions and forms of further development of tourism in the Odessa region are substantiated, taking into account the specificity and potential of the region.

Key words: tourism, tourist industry, recreation, tourist services market, green tourism, infrastructure, tourist flows, strategy.

References

1. Zakon Ukrainy Pro turyzm (324/95VR) [Law of Ukraine «On tourism» (324/95VR)]. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – Bulletin of Verkhovna Rada of Ukraine. Kyiv: Parlam. vyd-vo. Retrieved from <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> [in Ukrainian].
2. Beidyk, O. O. (2001) O rekreatsiino-turystski resursy Ukrainy [Recreation and touristic resources of Ukraine]. Kyiv : VTs KNU. [in Ukrainian].
3. Istoriiia gorodov i sel Ukrainskoi SSR. Odessaika oblast (1978) [History of cities and villages of Ukrainian SSR. Odessa region]. Kiev. [in Russian].
4. Kriukova, I. O. & Kravchuk, A. O. (2015). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku zelenoho turyznu v Odeskoi obl. [Modern state and prospects of development of green tourism at the Odessa area]. *Pratsi Mykolaivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. O. Sukhomlynskoho. – Labours of the Mykolaiv national university of the name of V. O. Sukhomlynskoho*, Issue 5, pp. 462-466. [in Ukrainian].
5. Malska, M. P., Antoniuk, N. V. & Ganych, N. M. (2008). Mizhnarodnyi turizm i sfera posluh [International tourism and sphere of services]. Kyiv : Znannia. [in Ukrainian].
6. Masliak P. O. (2008). Rekreatsiina heohrafiia [Geography of recreation]. Kyiv : Znannia. [in Ukrainian].
7. Rostou, P. (2008). Teoriiia rosta [The growth theory]. Moskva : Izdatelskii dom “Villams”. [in Russian].
8. Turystychna diialnist v Odeskii oblasti. Stytychnyi biuletyn za 2017 r. (2017). [Tourist in Odessa region. Statistical bulletin, 2017]. Holovne upravlinnia stytyky v Odeskii oblasti. [in Ukrainian].