

НАУКОВА РОБОТА НА ТЕМУ:
**«КОНЦЕПТ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ НА
МИКОЛАЇВЩИНІ В УМОВАХ ПЕРМАНЕНТНИХ КРИЗОВИХ
ЯВИЩ»**

«ТУРИЗМ НІКО-КРАЮ»

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. Теоретичні аспекти дослідження стратегій розвитку внутрішнього туризму в умовах кризових явищ	5
2. Аналіз сучасного стану внутрішнього туризму на Миколаївщині	11
3. Формування концепції розвитку внутрішнього туризму на Миколаївщині в умовах перманентних кризових явищ	17
ВИСНОВКИ	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	31

ВСТУП

В сучасному глобалізованому світі туризм є невід'ємною частиною повсякденного життя переважної більшості населення. Окрім того, він є лідером серед провідних галузей світової економіки. Туристичний сектор створює багато переваг для економічного розвитку країни: забезпечує та підтримує розвиток інфраструктури (готелі, ресторани і т.д.), стимулює зростання доходів населення та підвищує рівень добробуту життя громадян держави. Немало важливим фактором є те, що дохідна частина бюджету країни постійно збільшується за рахунок податків від туристичної сфери. А також розвинений туризм стимулює залучення різного роду інвестицій.

Але в зв'язку з світовою пандемією 2020 рік для туристичного сектору і всіх супутніх галузей став надкризовим. Як наслідок, за дуже короткий термін туризм зазнав майже невиправних збитків. Саме тому, особливо актуальними стають питання функціонування галузі в умовах кризових явищ.

Значний внесок у дослідження та розробку наукової моделі формування туристичного іміджу територій, дослідження внутрішнього туризму зробили Д. Аакер, С. Анхольт, Б. Бернан, К. Келлер, О. Соскін, Дж. Еванс, А. Бабкін, О. Бейдик, Л. Волкова, Л. Вороніна, А. Зорін, М. Кабушкін, В. Квартальнов, В. Кифяк, О. Любіцева, С. Мельниченко, В. Ткач Т. Ткаченко, С. Ткачова, Л. Шульгіна та інші.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Наукова робота виконана в межах науково-дослідних робіт Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського Міністерства освіти і науки України, а саме теми «Трансформація національної економіки в контексті реалізації євроінтеграційної стратегії» (номер державної реєстрації № 0118U003975).

Метою наукової роботи є обґрунтування концепту розвитку внутрішнього туризму на Миколаївщині в умовах перманентних кризових явищ.

Для досягнення поставленої мети в ході підготовки наукової роботи необхідно вирішити такі основні **завдання**:

- дослідити теоретичні аспекти дослідження стратегій розвитку внутрішнього туризму в умовах кризових явищ;

- проаналізувати сучасний стан внутрішнього туризму на Миколаївщині;

- обґрунтувати концепцію розвитку внутрішнього туризму на Миколаївщині в умовах перманентних кризових явищ.

Об'єктом дослідження є процес розвитку внутрішнього туризму на Миколаївщині в умовах перманентних кризових явищ.

Предметом дослідження є теоретико-методичні аспекти розвитку внутрішнього туризму на Миколаївщині в умовах перманентних кризових явищ.

Методи дослідження. Дослідження розвитку внутрішнього туризму на регіональному рівні потребувало використання таких методів: аналізу, синтезу, зіставлення, порівняльно-історичного, порівняльно-психологічного, типологічного, систематизації та узагальнення.

Наукова робота за структурою складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел.

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

Для України на сучасному етапі туристична індустрія є важливим чинником як внутрішньої соціально-економічної політики держави, так і зовнішньоекономічної діяльності. На кінець 2019 року туристична галузь виробляла близько 4–6 % валового національного продукту та 20 % зовнішньоторговельного обороту України, близько 15 % робочої сили в Україні зайнято в туристичному бізнесі та супутніх галузях [1].

Чим далі розвиваються ринкові відносини, тим важливіше стає питання дослідження ефективності капіталовкладень в розвиток туристичного сектору країни. Розвиток туристичної індустрії загалом, і напрямів внутрішнього туризму зокрема, потребує системного вкладення інвестицій та відповідного управління цим процесом. Його основною метою є забезпечення найефективнішої реалізації цілей і засобів їх досягнення, підвищення рівня конкурентоздатності держави на світовому ринку туристичних послуг та створення нових джерел надходження коштів до бюджету.

Досліджуючи різноманітні стратегії розвитку внутрішнього туризму, вважаємо за доцільне зупинитися на аналізі інвестиційних стратегій. До основних напрямів оцінки інвестиційного забезпечення туризму відносять наступні чотири:

- *за джерелами інвестування* (вкладення в туристичні підприємства вітчизняного капіталу, але потреби туристичної індустрії в прямих капіталовкладеннях значно перевищують існуючу на вітчизняному фінансовому ринку інвестиційну пропозицію; кредитні фінансові ресурси; внутрішні інвестиційні джерела підприємств; заощадження населення);

- *за галузевим принципом* (передбачає виокремлення видів діяльності, що забезпечують розвиток туризму, тобто готелів та ресторанів; транспорту та

зв'язку; санаторно-курортних закладів; у сфері культури та спорту, відпочинку та розваг);

- за об'єктами інвестування (надання певної суми інвестицій в купівлю та покращення предметів майнового потенціалу туризму. Об'єкти інвестування в туризмі бувають природні, історико-культурні та об'єкти інфраструктури);

- за інноваційним аспектом (оцінка інвестицій в розробку нових видів туризму, створення новітніх туристичних маршрутів та способів відпочинку).

Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів - це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України [2].

Однією із найбільш розповсюджених інвестиційних стратегій розвитку внутрішнього туризму є *стратегія децентралізації залучення інвестицій*, в основі якої - поєднання державних та приватних інвестицій в галузь туризму, що стане важливим у формуванні національного туристичного іміджу. Вона є актуальною для країн, які перебувають у кризовому становищі.

Також існує *стратегія капітального інвестування з державного бюджету* на розвиток туризму, тобто централізована модель. Ця інвестиційна стратегія базується лише на державних інвестиціях в галузь туризму, передбачає наявність міністерства як сильного та авторитетного центрального органу, який здійснює контроль над усіма туристичними підприємствами країни, і застосовується переважно у слаборозвинених країнах. Вона є менш ефективною, ніж стратегія децентралізації залучення інвестицій, адже ця стратегія передбачає, що ресурсом інвестицій лише держава, повністю виключаючи приватні інвестиції.

Ще одна інвестиційна стратегія реалізовується *на умовах співфінансування з місцевими бюджетами*: після децентралізації громади отримують більше грошей і зможуть активніше розвивати свої найпривабливіші та найпопулярніші туристичні об'єкти, завдяки яким зможуть повернути свої інвестиції.

Також можлива наступна інвестиційна стратегія: *формування привабливих інвестиційних пропозицій для туристичного бізнесу* та активне просування їх на інвестиційних ринках, тим самим збільшуючи впізнаваність певного об'єкту чи регіону в країні.

Забезпечення сталого розвитку туристичної галузі в основному повинно базуватися на модернізації інфраструктури в туризмі та курортах та зонах відпочинку. З огляду на це, можлива інвестиційна стратегія *запровадження спеціального режиму інвестування* для сприяння будівництва та реконструкції готелів та іншої туристичної інфраструктури, що заохочуватиме іноземних та вітчизняних інвесторів інвестувати в туристичну сферу.

У сучасній ситуації світової пандемії необхідною є розробка інвестиційної стратегії розвитку віртуального туризму, який було започатковано як відповідь на відсутність можливості громадян подорожувати та відвідувати музеї, виставки, галереї і т.д. Віртуальний туризм – це відео-екскурсія, наприклад, картинною галереєю, яку можна знайти на офіційному сайті цієї галереї. Найчастіше на сайтах музеїв та галерей є так звані демо-версії екскурсій (тобто невеликий епізод із повного відео), щоб користувачам було легше вирішити, чи бажають вони продивитися екскурсію. Важливим є те, що віртуальний туризм передбачає відео-екскурсії лише актуальних виставок, саме тому відео-матеріал постійно оновлюється. І не менш привабливим для користувачів є те, що ціна відео-екскурсії менша від ціни традиційної екскурсії в приміщенні музею чи виставки.

Туристична сфера в Україні зазнає значного впливу збоку певних політичних та економічних чинників. Ці чинники обумовлені низкою трансформаційних процесів, які протікають в країні. З одного боку, вони мали

значний вплив на розвиток українського туристичного ринку, який був вельми активним, а з іншого – економічна криза мала негативний вплив на формування сфери туризму та її інфраструктури, також в туристичній галузі була майже відсутня впевненість у повноцінній реалізації стратегічних планів.

Забезпечення розвинутої сфери туризму - одним із найефективніших напрямів структурної перебудови економіки України. Причина цьому – вплив успішного розвитку туризму на такі ключові сектори економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів та послуг. Саме тому державне регулювання сфери туризму є необхідним і його важливість не викликає сумнівів.

На жаль, державне регулювання туристичної сфери й досі не є достатньо ефективним, хоча існує велика кількість різноманітних наукових досліджень цього аспекту сектору економіки. Правильною буде думка, що є необхідність приділити більше уваги розробці ефективних, дієвих механізмів державного регулювання, які відповідатимуть умовам розвитку національної економіки. Також є можливість враховувати досвід провідних туристичних країн світу.

Для цього необхідно створити сприятливі умови для ведення бізнесу, стимулювання конкуренції, залучення інвестицій та упровадження передового зарубіжного досвіду, усунення адміністративних бар'єрів, підвищення мобільності трудових ресурсів, розвиток співробітництва держави та бізнесу [3].

Покращення національної економіки та визнання туристичної галузі одним із пріоритетних напрямів розвитку економічного сектору України потребує застосування реальних управлінських підходів, які матимуть позитивний вплив, розрахованих на реалізацію інноваційного розвитку територій, запровадження виробничих, інформаційних, технологічних процесів з метою впровадження єдності соціально-орієнтованих цілей політики держави та її регіонів, а також засобів їх досягнення.

Туризм як соціально-економічне явище є симбіозом ринкових факторів економічних зв'язків і соціально-орієнтованих планів розвитку суспільства.

Зараз складний період для туристичної сфери, але це потенційно висококопприбуткова галузь. З одного боку, туризм переходить на новий рівень розвитку завдяки збільшенню вільного часу, підвищенню якості життя громадян, покращення сфери послуг, а з іншого боку – є потужним каталізатором розвитку і модернізації регіонального господарського комплексу. Через це виявлення та аналіз проблем управління взаємодією суб'єктів туризму стає дедалі актуальнішим, що у майбутньому матиме змогу надати можливість залучати необхідну кількість туристів, покращувати туристичні послуги, посилювати розвиток туристичної галузі.

Наразі сучасному стану туристичної сфери України притаманні недоліки у його організаційній структурі, спрямованості розвитку, стані якісних і кількісних характеристик. Можливості майбутніх досліджень в основі матимуть проблеми управління розвитком туризму на державному, регіональному та місцевому рівнях, адже на даний момент вони досі залишаються недостатньо вивченими, а особливо механізми управління в умовах трансформації національної економіки.

Хоча Україна й має значний туристичний потенціал, який визначається сприятливим кліматом, унікальними культурно-історичними пам'ятками та туристичною індустрією, та все ж таки туризм в Україні має нерівномірну тенденцію розвитку, який проходить надто повільно та формується лише в окремих регіонах, які є відносно розвиненими туристичними центрами. Лише міста-мільйонери, міста загально визначених зон рекреації та туризму, деякі історичні та культурні центри можуть похвалитися великою кількістю різноманітних туристичних послуг. Та все ж таки немала кількість українських міст, які мають потенціал для промислового, оздоровчого, екстремального та екологічного туризму, залишаються без уваги, через що туристичний потенціал здається біднішим, ніж є насправді, а держава втрачає джерела надходження коштів, які могли б поповнювати бюджет, тобто податки від готелів, ресторанів та інших туристичних бізнесів.

В Україні державна підтримка туризму не передбачає цільових бюджетних інвестицій в його розвиток та модернізацію. Замість цього більш поширеною формою інвестицій є підтримання його на місцевому або регіональному рівнях коштом місцевих бюджетів або спеціального податку.

Раціональне управління туризмом можливе за умов глибокого розуміння характеру та специфіки галузі, а також комплексному розумінні проблем всієї економіки країни в цілому. В першу чергу, необхідно чітко розуміти розподіл повноважень за різними рівнями управління в туризмі.

Так, наприклад, М. Кабушкін пропонує наступне:

– на регіональному та міжрегіональному рівнях: розвиток галузі, туристичне регіональне планування; збереження природи та культури; аналіз ринку, концепція маркетингу; кооперація та відстоювання інтересів у об'єднаннях, службах, управліннях; професійні консультації, внутрішній маркетинг; робота з пресою, вітчизняними та іноземними туристичними бюро, туроператорами, транспортними підприємствами;

– на місцевому рівні: планування розвитку території, заходи щодо розвитку туристичної інфраструктури; маркетинг (пропозиція туристичної місцевості, громадська робота); координація суб'єктів туристичної діяльності; інформація для туристів, їх супровід; дозвілля туристів; проведення конференцій, конгресів тощо [4].

Як стверджує К. Бриль «...на державному рівні пропонуємо створити в структурі центрального органу управління туризмом відповідну координаційно-інформаційну раду, у функції якої входитимуть розробка програм, привабливих для туристів, забезпечення надходжень інформації про туризм, просування національного турпродукту, формування туристичного іміджу» [5].

Керування сферою туризму в Україні в умовах постійних трансформаційних змін потребує застосування нетрадиційних підходів і нових поглядів, які раніше не були застосовані на практиці. Акцентувати увагу можна на покращенні методів управління сферою туризму, створенні й оцінці

можливих моделей розвитку сфери туризму в системі державного і регіонального економічного розвитку та обираючи найперспективнішу з них, розробці економічної політики різних категорій туристичних підприємств, конкретизації цілей їхньої діяльності й стратегії розвитку на найближчу й подальшу перспективу, оцінці потенційних можливостей наявних ресурсів та їх раціональному використанню.

2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ НА МИКОЛАЇВЩИНІ

Досліджуючи розвиток внутрішнього туризму, слід відмітити, що в 2020 році через карантинні обмеження українці подорожують Україною набагато більше, ніж у попередні роки. Це визнають експерти та туроператори, а також мобільні компанії, які реєструють аномально велику кількість абонентів на українських курортах. Однак експерти визнають, що така ситуація триватиме лише до кінця обмежень на закордонні поїздки, оскільки, на жаль, український туризм в основному не в змозі конкурувати з найпопулярнішими іноземними напрямками подорожей.

Також населення стало частіше подорожувати до туристичних об'єктів, які знаходяться в їхніх регіонах проживання. Адже через пандемію у людей з'явився страх не лише закордонних подорожей, а й подорожей на великі відстані, навіть територією України. Це сприяє інтенсивнішому розвитку не лише внутрішнього туризму країни в цілому, а й кожного регіону та області окремо. Причиною є те, що населення стало звертати увагу на туристичні об'єкти, які знаходяться в їхніх областях та регіонах, навіть якщо раніше не знали про їхнє існування.

Аналізуючи стан туризму на Миколаївщині, можна помітити, що кожного року кількість подорожуючих осіб є абсолютно різною, а у 2014-2016 роках вона була майже в два рази менше звичайної (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму (осіб) в Миколаївській області [6]

Рік	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи (громадяни України, які виїжджали за кордон)	внутрішні туристи
2000	34536	4640	556	29340
2001	60414	7370	922	52122
2002	62990	9020	1266	52704
2003	84882	11312	1518	72052
2004	61355	11896	2572	46887
2005	53802	8282	3188	42332
2006	48689	4134	5508	39047
2007	58082	6422	6860	44800
2008	54271	5156	7935	41180
2009	33147	3415	6782	22950
2010	35929	4762	7151	24016
2011	27934	3973	8479	15482
2012	20375	4179	9290	6906
2013	19003	5108	9362	4533
2014	9148	–	7582	1566
2015	7464	–	6631	833
2016	9023	–	8369	654
2017	11805	9	10994	802
2018	19002	5	18049	948
2019	25107	–	23960	1147

Таким чином, у Миколаєві спостерігається стійкий розвиток суб'єктів туристичної діяльності, що пропонують туристичні послуги, що свідчить про позитивну динаміку галузі, незважаючи на політичні та економічні фактори.

Впродовж 2000 – 2011 років помітна позитивна тенденція, що кількість внутрішніх туристів складає більшу частину від загальної кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами. Але починаючи з 2012 року ситуація докорінно змінилася, і кількість виїзних туристів стала у декілька

разів більшою від кількості внутрішніх туристів. Це означає, що населення Миколаївщини в своїй більшості стало надавати перевагу подорожам за кордон, а не своїм регіоном чи країною.

Варто зауважити, що туристичний збір завжди має значну питому вагу в обсязі власних доходів до місцевого бюджету. Він входить до місцевих податків та зборів разом із платою за землю, податком на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, єдиним податком та транспортним податком.

Розглядаючи туристичний збір до бюджету міста Миколаєва за минулі роки, маємо наступні дані (таблиця 2):

Туристичний збір до бюджету м. Миколаєва, тис. грн. [7]

Таблиця 2.2

Рік	Розмір туристичного збору до бюджету міста Миколаєва
2015	192,772
2016	259,591
2017	372,474

Наприклад, у публічному представленні інформації про виконання бюджету міста Миколаєва за 2018 рік зазначено, що «другим джерелом за питомою вагою у обсязі власних доходів 24,1 % є місцеві податки та збори, загальна сума надходжень яких склала 596,6 млн. грн. (плата за землю, податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, єдиний податок, транспортний податок та туристичний збір). Невиконання планових показників на 19,9 млн. грн. стало результатом змін в законодавстві щодо пільгового оподаткування земель залізниці» [8].

Розглядаючи минулий 2019 рік, можна зауважити, що ситуація покращилася порівняно з 2018 роком: «другим джерелом, питома вага якого у обсязі власних доходів складає 25,5 %, є місцеві податки та збори. Загальна сума цих надходжень 731,9 млн. грн. (плата за землю, податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, єдиний податок, транспортний податок та туристичний збір). Понадпланові надходження місцевих податків та зборів в цілому склали 86,2 млн. грн., з них єдиного податку, питома вага якого в

податкових та неподаткових надходженнях загального фонду бюджету складає 13,5 % - 68,3 млн. грн.» [9].

На території міста Миколаєва знаходиться більше 10 туристичних об'єктів, деякі з яких є унікальними (наприклад, єдиний у світі Музей суднобудування та флоту, розташований у пам'ятці архітектури національного значення «Будинок штабу флоту. 1796р.»). Для ознайомлення з етнографічними особливостями та культурною спадщиною міста та області проводиться близько десяти щорічних фестивальних заходів на найрізноманітніші тематики та для будь-якої публіки, починаючи від фестивалю гурманів, закінчуючи щорічним дитячим рок-фестивалем.

Але, на жаль, у 2020 році у зв'язку зі світовою пандемією фестивалі були організовані для обмеженої кількості людей, або ж зовсім скасовані, що негативно вплинуло на стан туристичної галузі Миколаївщини. Та варто зауважити, що туристичні об'єкти міста та області в цілому (особливо природничі об'єкти, такі як Трикрати, Актовий каньйон, Родонове озеро, Ольвія) у кризовому 2020 році дуже зросли у популярності як серед жителів Миколаївської області, так і всієї країни.

Для цілісного розуміння сучасної ситуації туристичної галузі доцільно буде розробити SWOT-аналіз, який показує сильні і слабкі сторони міста, а також можливості й загрози щодо розвитку туристичної галузі міста (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз туристичної галузі м. Миколаєва

<u>Сильні сторони</u>	<u>Слабкі сторони</u>
<p>1. Географічне розташування міста - адміністративний центр Миколаївської області, проектна територія міжнародних програм співробітництва.</p> <p>2. Місто є центром для організації туристичних та екскурсійних поїздок у скелястий регіон Миколаївської області, на узбережжя Чорного моря та інші привабливі місця для туристів регіону.</p> <p>3. У місті є об'єкти зі значним туристичним потенціалом: Миколаївський зоопарк, Миколаївський обласний краєзнавчий музей "Старофлотські казарми", Миколаївський обласний художній музей. В. В. Верещагіна, Миколаївська обсерваторія, яхт-клуб, Дитяче містечко «Казка» та ін.</p> <p>4. Зросла кількість щорічних фестивалів, які проводяться на території міста.</p> <p>5. Високий ступінь розвитку готельної інфраструктури.</p> <p>6. У місті функціонує різнопланова мережа ресторанів та інших закладів харчування.</p>	<p>1. Низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури.</p> <p>2. Недосконала маркетингова політика подій та міста в цілому, через що мейже не відбувається промоція в національних ЗМІ.</p> <p>3. Миколаїв не сприймається як туристичний продукт, через відсутність екскурсій по обласному центру у переліку послуг туристичних фірм.</p> <p>4. Відсутність впізнаваного та відомого туристичного об'єкту, який заохочуватиме прибуття та перебування у місті.</p> <p>5. Нерозвинені та нежкодоступні основні туристичні визначні пам'ятки міста: Офіцерське зібрання (Будинок офіцерів флоту) - пам'ятка архітектури національного значення, підземелля, військові та промислові об'єкти за радянських часів.</p> <p>6. Недостатня кількість туристичної інформації, пропонованої іноземними мовами.</p> <p>7. Незадовільний розвиток дозвіллевого туризму, особливо недостатня кількість сучасних спортивно-оздоровчих комплексів та мережі велосипедних маршрутів.</p> <p>8. Незадовільний стан доріг та незручний автотранспортний зв'язок Миколаєва з іншими туристичними центрами півдня та центральної України.</p> <p>9. Відсутність традицій ведення якісного туристичного бізнесу в місті.</p> <p>10. Невелика кількість колективних помешкань для людей з низьким рівнем матеріальним забезпеченням (мотелі та готелі).</p> <p>11. Занепад міжнародного аеропорту.</p> <p>12. Низький рівень співпраці з університетами та бізнес-структурами з метою розвитку ділового туризму.</p> <p>13. Не існує ефективної системи управління туристичною галуззю.</p> <p>14. Низька ландшафтна робота на околицях міста для туристичних потреб.</p> <p>15. Орієнтація міських туроператорів на виїзний туризм.</p>

<u>Можливості</u>	<u>Загрози</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток транспортного сполучення (особливо залізничного) з туристичними центрами в Україні. 2. Розвиток міжнародного аеропорту в напрямку залучення бюджетних авіакомпаній. 3. Організація окремих інформаційних кампаній та розробка туристичних пакетів для внутрішніх та в'їзних туристів. 4. Розробка інноваційних форм екскурсій. 5. Позиціонування міста як шлюзу до узбережжя Чорного моря. 6. Налагодження співпраці з місцевими університетами для розвитку наукового туризму. 7. Розвиток дозвіллевого туризму (відновлення колишніх відомчих баз відпочинку на берегах річок Південний Буг та Інгул: стоянка «Родники», Волоська та Руська коси та ін.). 8. Створити вільний та безбар'єрний доступ для туристів до всіх туристичних визначних пам'яток міста. 9. Розвиток бізнесу - туризму. 10. Проведення семінарів, конференцій, нарад, тренінгів з розвитку туристичної галузі. 11. Залучити додаткових інвестицій для розробки продукту міського туризму. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Закріплення за Миколаєвом статусу "транзитного міста". 2. Невпізнання міста як туристичного напрямку через відсутність певного міського бренду та його промоції у вітчизняних та закордонних ЗМІ. 3. Відсутність комплексної туристичної пропозиції як для вітчизняних, так і для приїжджих туристів, яка охоплюватиме визначні пам'ятки як Миколаєва, так і інших населених пунктів (включаючи приміські райони) регіону. 4. Посилення конкуренції з боку інших туристичних центрів півдня України. 5. Низький інтерес у міських жителів до розвитку туризму.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що перешкодами для перетворення туристичної сфери міста в сучасний сектор економіки є: недостатній розвиток туристичної інфраструктури, особливо реконструкція та будівництво туристичних об'єктів різних стандартів (готелі, мотелі, кемпінги); відсутність належного рівня індустрії дозвілля та розваг; необлаштовані місця для короткочасного відпочинку туристів; незадовільний стан доріг; відсутність під'їздів до туристичних об'єктів; незадовільний стан більшості пам'яток культури; програма збереження та адаптації до потреб туристів виконується недостатньо; неефективна діяльність у відповідних структурах для забезпечення екологічної безпеки територій для розвитку

дозвіллевой діяльності; відсутність системної реклами та регулярного інформаційного забезпечення.

3. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ НА МИКОЛАЇВЩИНІ В УМОВАХ ПЕРМАНЕНТНИХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

Для постійного розвитку туризму необхідно спрямувати діяльність місцевих органів влади на розробку та реалізацію нового погляду на діяльність галузі, організація системного підходу до розвитку із застосуванням сучасних моделей політики гостинності, що сприятиме розвитку туристичних процесів, пошуку нових шляхів фінансування галузі, збереженню та покращенню туристичного та рекреаційного потенціалу міста.

Для подальшого обґрунтування концептуальних аспектів розвитку внутрішнього туризму в умовах перманентних кризових явищ необхідно провести багатофакторну діагностику. Така діагностика буде базуватись на переліку чинників, що мають значний вплив на стратегію розвитку внутрішнього туризму (рис. 3.1). Даний аналіз має назву PEST- аналіз, що є конкретним інструментом стратегічного аналізу далекого зовнішнього середовища організації.

Він призначений для виявлення політичних (Policy), економічних (Economy), соціальних (Society) і технологічних (Technology) аспектів зовнішнього середовища, які можуть вплинути на стратегію регіону. Політика вивчається тому, що вона регулює влада, яка в свою чергу визначає середовище регіону та отримання ключових ресурсів для її діяльності. Основна причина вивчення економіки це створення картини розподілу ресурсів на рівні держави, яка є найважливішою умовою діяльності регіону. Не менш важливі споживчі переваги визначаються за допомогою соціальної компоненти PEST аналізу. Останнім чинником є технологічна компонента. Метою її дослідження прийнято вважати виявлення тенденцій у

технологічному розвитку, які часто є причинами змін і втрат ринку, а також появи нових продуктів.

Політика	Р	Економіка	Е
1. Відкритість/закритість країни 2. Нестабільна політична ситуація 3. Військові дії 4. Візовий режим 5. Туристична політика держави 6. Брендінг територій 7. Зміни в законодавстві		1. Кризи в світовій економіці 2. Рівень національної економіки 2. Рівень інфляції 3. Динаміка курсу гривні 4. Експортно-імпортна політика держави, галузі	
Соціум	S	Технологія	Т
1. Світова пандемія 2. Зміни в базових цінностях 3. Зміни в рівні і стилі життя 4. Ставлення до роботи і відпочинку 5. Демографічні зміни 6. Зміна структури доходів 7. Рівень безпеки 8. Відношення до туристів		1. Технологій спрямовані на подолання глобальної пандемії 2. Державна технологічна політика 3. Значні тенденції в галузі НДДКР 4. Нові патенти 5. Нові турпродукти 6. Технологічні зміни в країні	

Рис. 3.1. PEST-аналіз тенденцій, що мають істотне значення для розвитку внутрішнього туризму

Потрібно відмітити, що не дивлячись на більш віддалений вплив чинників, загальні критерії впливу потрібно враховувати в планах розвитку галузі. Сучасна індустрія туризму до викликів, пов'язаних з пандемією COVID – 19 була однією з найбільших рентабельних галузей світового господарства, що динамічно розвивалася. Через глобальні обмеження в пересуванні туристів саме розвиток внутрішнього туризму виходить на пріоритетні позиції.

Внутрішній туризм формує наступні пріоритетні напрями в розвитку регіонів:

- створює робочі місця в секторі туризму і в суміжних з ним галузях;
- стимулює розвиток внутрішніх підгалузей: готельно-туристського і санаторно-курортного комплексу, транспортного і ресторанного бізнесу, екскурсійно-інформаційних служб, туристсько-розважальних, спортивно-оздоровчих комплексів і ділових центрів;
- стимулює інвестиції в місцеву туріндустрію, сприяючи збільшенню бази оподаткування і прибутків бюджетів;
- стимулює модернізацію місцевих інфраструктур транспорту, зв'язку і інших базових систем;
- сприяє збереженню і відновленню історико-культурної і природної спадщини регіону;
- стимулює відродження і розвиток традиційних народних промислів і ремесел, виготовлення сувенірної продукції;
- сприяє продуктивному екоорієнтованому використанню земель, що не мають сільськогосподарського значення, що дозволяє зберігати природну флору на великих площах, а також наочно демонструє велике значення природних і культурних ресурсів для економічного і соціального добробуту суспільства.

Зважаючи на сьогоденні вимоги часу інфраструктуру слід розглядати як єдину цілісну систему в основу якої покладена функція забезпечення виробничої та невиробничої сфер діяльності людини. Високорозвинена туристична інфраструктура дає змогу отримати максимально можливий

економічний ефект із врахуванням вимог до збереження та примноження моральних та духовних благ людства, охорони здоров'я та забезпечення умов відтворення та збереження навколишнього середовища.

Міжнародні стратегії розвитку туристичної індустрії спрямовані на захист культурно-історичної спадщини, боротьбу з бідністю, наслідками змін клімату, попередження подальших кліматичних змін та деградації довкілля, зменшення негативного впливу на довкілля.

Стратегії розвитку внутрішнього туризму в регіонах повинні враховувати:

- досягнення європейських і світових параметрів співвідношення якості послуг і цін на ці послуги на основі системних заходів щодо стандартизації рівня якості послуг і економічного стимулювання підприємств до їх підвищення;

- якнайшвидшу адаптацію нормативно-правових і законодавчих актів галузі рекреації і туризму до стандартів, прийнятих у європейському співтоваристві;

- залучення зовнішніх інвестицій до реалізації програми регіонального розвитку, окремих проектів, що входять до її складу, зокрема на розвиток інфраструктури для обслуговування рекреаційних потоків,

- транспорт, торгівлю, зв'язок, виробництво продукції для використання у курортно-рекреаційній діяльності і сфері послуг;

- створення привабливого туристичного іміджу регіону та просування регіонального турпродукту на національний та міжнародний туристичний ринок;

- розвиток матеріально-технічної бази та інфраструктури спортивно-оздоровчих видів туризму (модернізація з доведенням до рівня світових стандартів матеріально-технічної бази існуючих санаторно-курортних оздоровчих установ і об'єктів туристичної індустрії);

- введення в експлуатацію новозбудованих рекреаційних об'єктів на основі розробки економічного механізму стимулювання інвестиційної діяльності у цій сфері;
- комплексний підхід до підвищення якості прийому туристів та сервісного обслуговування;
- доведення до норм і міжнародних стандартів класифікації готелів, сертифікації інших приймаючих структур;
- доведення до міжнародного рівня організації ресторанної справи та її сервісного обслуговування;
- розширення кількості і якості туристичних послуг, що надаються;
- участь у роботі регіональних і європейських салонів і ярмарків;
- організацію турів, що дадуть змогу якнайкраще ознайомитися із запропонованою продукцією і оцінити якість прийому;
- здійснення системного маркетингу ринку туристичних послуг;
- створення сприятливих умов для інвестицій, податкового і митного регулювання розвитку регіону;
- забезпечення раціонального використання та охорони туристичних ресурсів регіону, створення програм та планування подальших перспектив розвитку туристичного регіону.

Стратегія розвитку внутрішнього туризму може бути визначена як комплекс рішень (система заходів, сукупність цільових програм), спрямованих на визначення перспектив, пріоритетів і напрямів розвитку туристичної галузі, формування та ефективного використання потенціалу, забезпечення динамічного і сталого розвитку галузі. Стратегія розвитку повинна сполучати в собі інтереси галузі й суспільства, об'єднувати зусилля держави та підприємницького сектору для вирішення перспективних економічних завдань галузі.

Стратегія розвитку туризму характеризується спрямованістю, чітко визначеними пріоритетами, логічно побудованою програмою перспективних заходів для досягнення поставленої мети, набором принципів її формування.

Нами розроблено концептуальну стратегія розвитку внутрішнього туризму в умовах перманентних кризових явищ (рис 3.2). Головним завданням реалізації розробленої стратегії є створення єдиного органу управління туристичною галуззю, з функцією моніторингу та координації управління та забезпечення соціо-еколого-економічного розвитку галузі. З ініціативи єдиного органу управління розробляється національна, регіональні та локальні стратегії розвитку туризму та рекреації.

Аналіз розвитку туризму України, а також досвіду країн з розвиненою індустрією туризму, дозволяє розробити систему заходів, що могли б стати основою для розробки стратегії розвитку галузі. Ці заходи спрямовані на вирішення певних задач:

- по-перше, формування завдань, досягнення яких дозволило б сформувати інфраструктуру, що відповідає новим економічним умовам;

- по-друге, створення умов для розвитку галузі з метою досягнення поставлених цілей, у тому числі створення механізмів стимулювання розвитку його матеріальної бази;

- по-третє, розробка нормативного забезпечення розвитку галузі.

Виходячи з положень чинного законодавства України, державна політика туризму в Україні в умовах кризи має реалізовуватися за такими напрямками:

- оптимізація структури та режиму функціонування туристичних комплексів у регіонах;

- удосконалення структури управління в туристичній галузі на обласному та районному (міському) рівнях, координування дій місцевих органів виконавчої влади з цього питання;

- розробка механізму координування діяльності місцевих органів державної виконавчої влади та суб'єктів туристичного підприємництва.

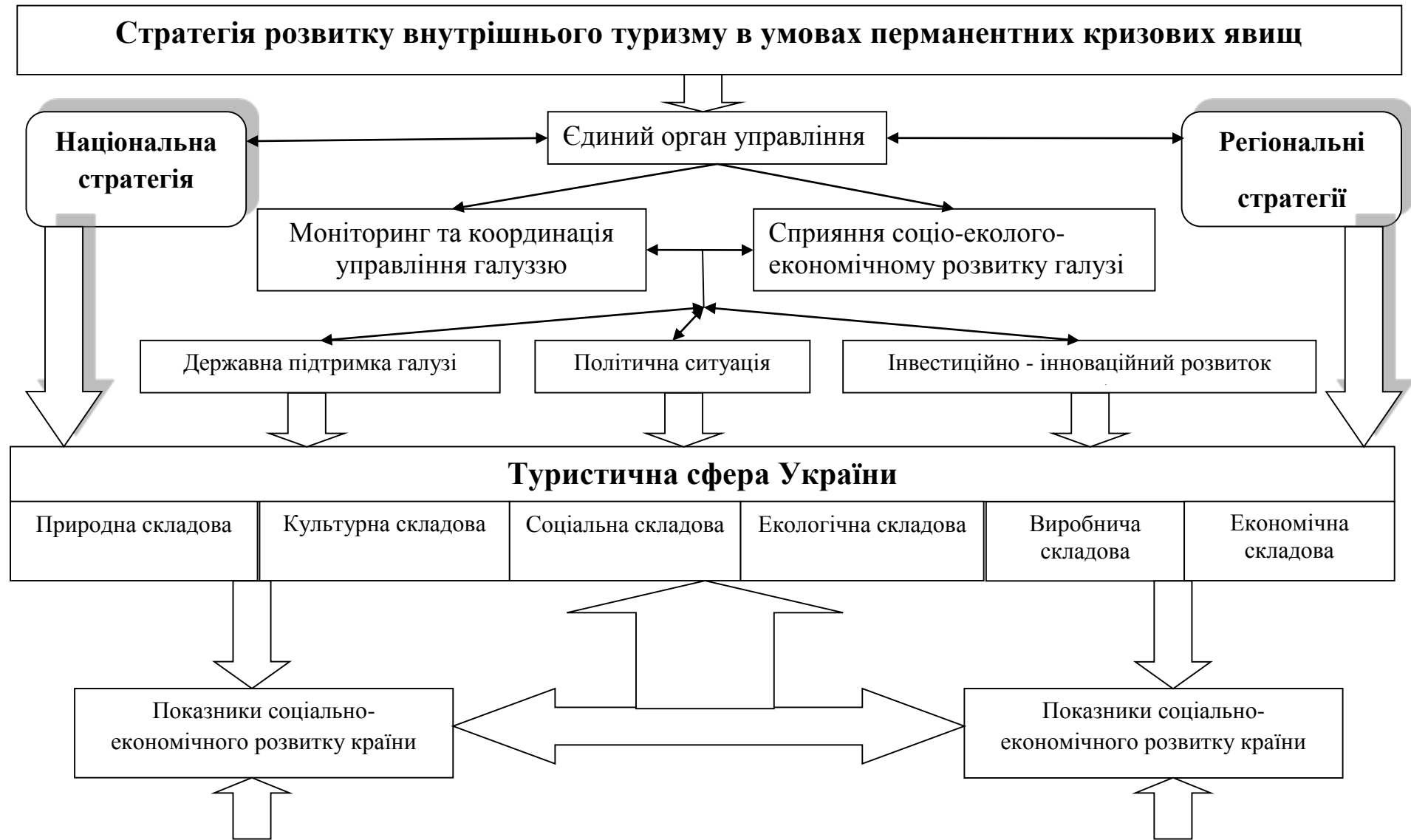


Рис. 3.2. Стратегія розвитку внутрішнього туризму в умовах перманентних кризових явищ (авторська розробка)

На рівні міста Миколаєва вирішення проблем туристичної галузі можливе завдяки:

- створенню сучасних інтелектуальних сервісів;
- розробці та впровадженню концептуального маркетингу та маркетингу міста Миколаєва;
- створенню дружніх умов для туристичного бізнесу;
- розробці інноваційного інтегрованого туристичного продукту;
- збільшенню туристичної привабливості Миколаєва;
- допомозі у створенні нових туристичних визначних пам'яток у Миколаєві.

Провідна роль повинна належати модернізації туристично-рекреаційної інфраструктури та напрямків діяльності, пов'язаних з туризмом. Всі наявні можливості для розвитку бізнесу, здоров'я, спорту та інших активних видів туризму повинні використовуватися у повній мірі, адже це ресурси, втрата яких призведе до ще значніших проблем та занепадання туризму в місті та області.

Зважаючи на проведений нами SWOT-аналіз туристичної галузі міста Миколаєва можливим є твердження, що найдоцільнішою інвестиційною стратегією буде стратегія децентралізації залучення інвестицій. У світовій практиці вона є однією із найбільш розповсюджених інвестиційних стратегій розвитку внутрішнього туризму. Її основою є поєднання державних та приватних інвестицій в галузь туризму, що стане важливим у формуванні національного туристичного іміджу.

Також важливим є нюанс, що саме ця інвестиційна стратегія є актуальною для країн, які перебувають у кризовому становищі, адже не можна нехтувати фактом, що Україна вже довгий час перебуває в кризі.

Стратегія децентралізації залучення інвестицій є раціональною через те, що вона є симбіозом державних та приватних інвестицій, надходження яких фактично не є пов'язані між собою, тому якщо одні інвестиції не будуть надані, то це ніяк не вплине на надходження інвестицій з інших джерел. Але

чим більше буде спершу вкладено державних інвестицій, і чим краще будуть організовані туристичні об'єкти, тим згодом буде більше приватних інвестицій, яких зможе повністю вистачити на утримування та покращення конкретної місцини регіону. Це пояснюється тим, що після облагородження об'єктів за кошти держави, приток туристів стане значно більшим. Чим привабливішою місцина є для туристів, тим перспективнішою вона є для приватних інвесторів, чиї кошти зможуть підтримувати туристичні об'єкти на такому високому рівні, на якому держава іноді не матиме змоги їх тримати.

Наприклад, місто Миколаїв є центром для організації туристичних та екскурсійних поїздок у скелястий регіон Миколаївської області, на узбережжя Чорного моря та інші привабливі місця для туристів регіону. Якщо приток інвестицій у такі туристичні об'єкти збільшиться, то

На території Миколаївської області знаходиться немало недоторканих природних об'єктів, які могли б стати популярними туристичними об'єктами та залучали би багато відвідувачів, що, в свою чергу, заохочувало б приватних інвесторів до вкладання коштів. Позитивно впливатиме на розвиток туристичної галузі більш активне залучення інвестицій до таких об'єктів як: садиба «Острівець» (Вознесенський район), Страусина ферма «Кременівський страус» (Веселинівський район), музейний комплекс козацької слави та військової техніки (місто Южноукраїнськ), поріжки (місто Вознесенськ), Мигея (Первомайський район).

Якщо розглядати Миколаївську область як конкурентоспроможний регіон у сфері туризму, то варто зауважити, що одним з найяскравіших прикладів музеїв просто неба є укріплене поселення (городище) «Дикий Сад», яке являє собою музейний осередок побуту людини бронзової доби, аналогів якому на території України немає.

Вперше на дослідження та консерваційні роботи археологічної пам'ятки «Дикий Сад» були інвестовані кошти з бюджету міста лише у 2017 році. Це відбулося в рамках заходів Програми охорони культурної спадщини міста Миколаєва на 2016-2018 роки.

З метою дослідження та використання найвидатніших археологічних пам'яток як туристичних об'єктів у 2017 році було розроблено проект під назвою «Старожитності Миколаївщини: стежками минулого», однією з основних цілей якого є підвищення туристичної привабливості Миколаївської області для майбутнього залучення інвестицій. Не менш вагомим переслідуваною метою є підвищення освітнього та культурного рівня населення, насамперед молоді, зростання в них національної самосвідомості та рівня поваги до культурно-історичної спадщини України.

У 2021 році городище виграло грант по громадському бюджету на реалізацію малого проекту «Городище "Дикий сад": кімерійський вершник», мета якого – встановлення на території городища велетенської скелі, тому Миколаївською міською радою було виділено 299,999 тис. грн.

Концесія з фірмою чи приватною особою, особливо іноземною, змогла б покращити стан «Дикого Саду», адже в нього вкладалося б значно більше коштів, і це зробило б його дуже популярним туристичним об'єктом на півдні України. Про те, що це позитивний досвід, можна переконатися на прикладі замку Сент-Міклош у Закарпатській області, який ще у 2001 році був відданий у концесію художнику Іосифу Бартошу, який врятував замок від зруйнування та відновив інтер'єр першого поверху. Тепер там часто відбуваються місцеві та міжнародні художні заходи.

Звичайно, проведення екскурсій, культурно-масових заходів на території городища Дикий Сад для городян та гостей міста сприяє розвитку туристичної галузі Миколаївщини, але лише залучення іноземних інвесторів зможе підвищити популярність городища. Така стратегія зможе врятувати практично будь-який туристичний об'єкт на Миколаївщині, але без спрямованих та радикальних дій влади процес підвищення рівня туристичної галузі регіону реалізувати не можливо.

Розвиток внутрішнього туризму має стати вагомим чинником стабілізації та структурної перебудови економіки, підтримання екологічної безпеки, поглиблення процесів глобалізації, інтелектуалізації та інформатизації суспільства. Одним з

пріоритетних напрямів розвитку туристичної сфери є створення багатоканального фінансового забезпечення, ефективне використання ресурсного потенціалу, рекреаційне природокористування, стимулювання ринку курортно-оздоровчих та туристичних послуг.

Прискорений розвиток туристичної діяльності в регіонах України останнім часом має поряд з позитивними й негативні наслідки, зокрема відбувається перевантаження інфраструктури, руйнується природне середовище, зникають рідкісні види рослин, змінюються ареали проживання деяких тварин, погіршується якість повітря, засмічуються території, що погіршує їх санітарний стан.

До негативних чинників, які впливають на стан природного середовища належать: будівництво та функціонування об'єктів інфраструктури (санаторно-курортних закладів, готелів, туристичних баз, ресторанів, барів, паркінгів, автозаправочних станцій, пунктів технічного обслуговування) саме в найбільш цінних і найпривабливіших місцях – на територіях рекреаційних зон та туристичних центрів; розвиток таких видів рекреації та туризму, як короткотривалі зустрічі та ігри на природі (характерні для приміських зон, які відбуваються у вихідні дні часто і масово, хоча і є не дуже тривалими), неорганізований авто-, мототуризм по бездоріжжю, катання на моторних човнах; нераціональність використання природних лікувальних ресурсів (гострою, зокрема, залишається проблема збереження пляжних територій, проведення берегоукріплювальних і протизсувних робіт), відсутність дієвого державного контролю за їх експлуатацією, в тому числі комерційними структурами.

Отже, нагальним є ефективне використання природно-ресурсного потенціалу регіонів шляхом проведення зрівноваженої туристичної діяльності в гармонії з потребами туристів, з одного боку, та природним середовищем, з іншого, сприяючи одночасно збереженню довкілля та сталому розвитку туризму. Вихід з кризової ситуації, підвищення ефективності і конкурентоспроможності економіки пов'язаний з конструктивною і

направляючою діяльністю держави. Держава повинна уловлювати динаміку зміни пріоритетів в цінностях суспільства і передбачати адекватні механізми для їх забезпечення стосовно реального життя країни.

Враховуючи стан світової економіки і економіки у нас в країні, держава вибирає пріоритетні напрями підтримки розвитку вітчизняного туризму. Це передусім, підтримка і розвиток внутрішнього, соціального та самодіяльного туризму.

Основними цілями держави зорієнтованої на розвиток внутрішнього туризму повинні стати:

- 1) забезпечення права громадян на відпочинок, свободу пересування і інших прав при здійсненні подорожей;
- 2) забезпечення охорони довкілля;
- 3) створення умов для певної діяльності, яка буде спрямована на оздоровлення туристів, їх виховання, освіти;
- 4) розвиток туристської індустрії, яка задовольняє потреби громадян при здійсненні подорожей, при цьому створення нових робочих місць, збільшення прибутків держави і громадян України, розвиток міжнародних контактів, збереження об'єктів туристських ресурсів, раціональне використання природної і культурної спадщини.

ВИСНОВКИ

1. Досліджено різноманітні стратегії розвитку внутрішнього туризму. Визначено, що до основних напрямів оцінки інвестиційного забезпечення туризму відносять: за джерелами інвестування; за галузевим принципом; за об'єктами інвестування; за інноваційним аспектом.

Проаналізовано основні інвестиційні стратегії розвитку внутрішнього туризму - стратегія децентралізації залучення інвестицій; стратегія капітального інвестування з державного бюджету; стратегія на умовах співфінансування з місцевими бюджетами; стратегія формування привабливих інвестиційних пропозицій для туристичного бізнесу; стратегія запровадження спеціального режиму інвестування для сприяння будівництва та реконструкції готелів та іншої туристичної інфраструктури.

2. Досліджено розвиток внутрішнього туризму, відмічено, що в 2020 році через карантинні обмеження українці подорожують Україною набагато більше, ніж у попередні роки. Населення стало частіше подорожувати до туристичних об'єктів, які знаходяться в їхніх регіонах проживання. В Миколаєві спостерігається стійкий розвиток суб'єктів туристичної діяльності, що пропонують туристичні послуги, що свідчить про позитивну динаміку галузі, незважаючи на політичні та економічні фактори.

Розроблено SWOT-аналіз для туристичної галузі м. Миколаєва. Основними перешкодами визначено - недостатній розвиток туристичної інфраструктури; відсутність належного рівня індустрії дозвілля та розваг; необлаштовані місця для короткочасного відпочинку туристів; незадовільний стан доріг; відсутність під'їздів до туристичних об'єктів; незадовільний стан більшості пам'яток культури; відсутність системної реклами та регулярного інформаційного забезпечення.

3. Для обґрунтування концептуальних аспектів розвитку внутрішнього туризму в умовах перманентних кризових явищ проведено PEST-аналіз. Визначено пріоритетні напрями в розвитку регіонів щодо активізації внутрішнього туризму. Обґрунтовано основні ознаки стратегії

розвитку внутрішнього туризму в регіонах. Розроблено концептуальну стратегію розвитку внутрішнього туризму в умовах перманентних кризових явищ. Головним завданням її реалізації є створення єдиного органу управління туристичною галуззю, з функцією моніторингу та координації управління та забезпечення соціо-еколого-економічного розвитку галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Всесвітньої організації подорожей та туризму. URL: <https://wttc.org> (дата звернення: 20.09.2020).
2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p#Text> (дата звернення: 29.09.2020).
3. Шелеметьєва Т.В. Управління розвитком туризму в Україні в умовах трансформації національної економіки : дис.. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Класичний приватний ун-т. Запоріжжя, 2019. 477 с.
4. Кабушкін Н. І. Менеджмент туризму : навч. Посіб. / Мінськ : Нове знання, 2002. 409 с.
5. Бриль К. Г. Посилення ролі туристичних центрів у забезпеченні територіального розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. №16. С. 43-47.
6. Головне управління статистики у Миколаївській області. URL: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.11.2020).
7. Департамент фінансів Миколаївської міської ради. URL: https://mkrada.gov.ua/content/departament-finansiv_2.html (дата звернення: 16.11.2020).
8. Про публічне представлення інформації про виконання бюджету за 2018 рік. URL: <https://depfin.mkrada.gov.ua/news/pro-publichne-predstavlennja-informatsiji-pro-vikonannja--miskogo-bjudzhetu-za-2018-rik> (дата звернення: 03.10.2020).
9. Про публічне представлення інформації про виконання бюджету міста Миколаєва за 2019 рік. URL: <https://depfin.mkrada.gov.ua/news/pro-publichne-predstavlennja-informatsiji-pro-vikonannja-bjudzhetu-mista-mikolajeva-za-2019-rik> (дата звернення: 03.10.2020).