

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»  
на тему:

**ПРОЕКТ ЛОКАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ**  
**ДЕСТИНАЦІЇ «ЗАЛІЗНИЙ ПОРТ»**

Виконавець: здобувач вищої освіти групи 112 - М **Шишка Іван Ігорович**

Науковий керівник: д. геогр. н., професор, завідувач кафедри міжнародного туризму та країнознавства **Дудник Іван Миколайович**

Нормоконтролер: \_\_\_\_\_  
(підпис)

**Борисюк Оксана Анатоліївна**  
(П.І.Б.)

КИЇВ – 2021

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства  
Спеціальність: 242 «Туризм»  
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021р.

## ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

**Шишки Івана Ігоровича**

(П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Проект локальної туристичної дестинації «Залізний порт»» затверджена наказом ректора № 2158 /ст від «06» жовтня 2021 р.

2. Термін виконання роботи: з «11» жовтня 2021 р. по «28» грудня 2021 р.

3. Вихідні дані роботи: Дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу законодавчих актів з питань туристичної діяльності, наукових праць вчених, які досліджували проблеми розвитку потенціалу туристичної дестинації, питання вивчення культурного туризму, матеріалів періодичних видань, статистичних даних, ресурсів мережі Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

РОЗДІЛ 2. УМОВИ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ  
ДЕСТИНАЦІЇ «ЗАЛІЗНИЙ ПОРТ»

РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТНІ ПАРАМЕТРИ ЛОКАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ  
ДЕСТИНАЦІЇ «ЗАЛІЗНИЙ ПОРТ»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис. 1.1 Складові туристичної дестинації, Рис.1.2 Туристична система, Рис.1.3 Пересування туристів в туристичній системі, Таблиця 1.1 Визначення поняття «дестинації», пропоновані різними авторами, Рис. 1.4 Внутрішні і зовнішні чинники туристичних дестинацій, Рисунок 1.5 Сили, що визначають конкуренцію між дестинації, Рисунок 2.1 Територіальне розташування курорту Залізний порт, Таблиця 2.1 - Розвиток туризму на курорті Залізний порт, Таблиця 2.2 - Колективні засоби розміщення санітарно-курортної сфери курорту Залізний порт, Таблиця 2.3 Пляжна інфраструктура санітарно-курортної сфери курорту Залізний порт, Таблиця 2.4 Рейтинг пляжних курортів України у 2020, Таблиця 2.5 Рейтинг готелів міста-курорту Залізний порт (за кількістю позитивних відгуків), Таблиця 2.6 Рейтинг пляжних курортів України (за комфортністю пляжного відпочинку) у 2020 році, Рисунок 3.1 Просування туристичної дестинації в Херсонській області, Рисунок 3.2 Управління туристичною дестинацією “Залізний порт”, Таблиця 3.1 Показники та критерії розвитку туризму в місті-курорті Залізний порт, 2020, Рис. 3.3. Прогнозовані податкові надходження від підприємств, що входять в туристичний кластер Залізного порту (I- готелі, II- підприємств харчування, III - транспорт, IV- екскурсійно-культурне обслуговування, V- проведення дозвілля, VI - товари), Рис. 3.4 Прогноз податкових надходжень до бюджету Херсонської області 2020-2025 рр., Рис. 3.5. Структура доходів від туризму в сфері послуг Залізного порту, Рис. 3.6 Прогнозований обсяг фінансових надходжень від активного туризму, 2020-2025 рр, млн. грн.

#### 6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	05.10 – 10.10 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	11.10 – 16.10 2021 р.	Виконано

3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ туристичної дестинації. Написати перший розділ.	17.10 – 02.11 2021 р.	Виконано
4.	Проаналізувати сучасний стан розвитку туристичної сфери в Херсонській області, умови та чинники формування туристичної дестинації «Залізний порт». Написати другий розділ роботи.	03.11 – 13.11 2021 р.	Виконано
5.	Загальна концепція, розробка, економічне обґрунтування проекту локальної туристичної дестинації «Залізний порт». Написати третій розділ роботи та висновки.	16.11 – 20.11. 2021 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	23.11 – 30.11 2021 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	01.12 – 07.12 2021 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	08.12 – 15.12. 2021 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	28.12.2021 р.	

7. Дата видачі завдання: «11» жовтня 2021 р.

Науковий керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Дудник І.М.  
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Шишка І.І.  
(підпис випускника) (П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи проект локальної туристичної дестинації «Залізний порт»: 110 сторінок, 12 рисунків, 8 таблиць, 88 використаних літературних джерел та 1 додаток.

**Об'єкт дослідження** – туристична дестинація «Залізний порт» як локальна туристична система.

**Предмет дослідження** – структурно-динамічні характеристики локальної туристичної дестинації «Залізний порт».

**Мета дослідження** – розробити проект локальної туристичної дестинації «Залізний порт».

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

- Розглянути сутність і зміст туристичної дестинації;
- Проаналізувати дестинації в системі туризму;
- Оцінити фактори конкурентоспроможності туристичної дестинації;
- Зробити аналіз туристичного потенціалу туристичної дестинації «Залізний порт» ;
- Дослідити стан та рівень розвитку туристичної дестинації «Залізний порт» ; **Error! Bookmark not defined.**
- Проаналізувати перспективність розвитку локальної дестинації;
- Розглянути концепцію розвитку туризму в дестинації;
- Розробити проект локальної дестинації;
- Надати економічне обґрунтування проекту.

Методи дослідження. При написанні роботи використовувалися різні методи дослідження: теоретичний аналіз і синтез, класифікація, статистичний метод, метод проектів.

Інформаційними джерелами при написанні роботи були досліджені праці вітчизняних та іноземних вчених, статистичні дані, матеріали сайтів місцевих адміністрацій, Інтернет-ресурси та ін.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше зроблено комплексний аналіз та проведено оцінку реального стану локальної туристичної дестинації «Залізний порт».

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження та проект можна застосувати у сфері регіонального управління туристським комплексом та втілення у життя проекту локальної туристичної дестинації «Залізний порт».

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ .....	11
1.1 Дестинація як територіальна туристична система .....	11
1.2 Структурно-функціональні особливості локальних дестинацій .....	22
1.3 Методичні засади дослідження локальних дестинацій .....	34
Висновок до першого розділу .....	40
РОЗДІЛ 2 УМОВИ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ «ЗАЛІЗНИЙ ПОРТ» .....	43
2.1 Аналіз туристичного потенціалу.....	43
2.2 Динаміка, структура та рівень розвитку .....	53
2.3 Аналіз та оцінка перспективості розвитку .....	55
Висновок до другого розділу.....	61
РОЗДІЛ 3 ПРОЕКТНІ ПАРАМЕТРИ ЛОКАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ «ЗАЛІЗНИЙ ПОРТ».....	62
3.1 Загальна Концепція розвитку .....	62
3.2 Розробка проекту та його параметри .....	64
3.3 Економічне обґрунтування проекту .....	86
Висновок до третього розділу .....	92
ВИСНОВКИ .....	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	97
ДОДАТКИ .....	106

## ВСТУП

Актуальність дослідження.

Формування сучасної національної індустрії туризму, як складної економічної, соціальної і екологічної системи, заснованої на взаємодії її суб'єктів, туристів і об'єктів - туристичних дестинацій.

Туристична дестинація є ключовим елементом системи туризму, оскільки її функціонально пов'язані елементи (туристичні ресурси, туристична зона і загальна інфраструктура, потенціал і контроль зайнятості), які розташовані в певній галузі, мають структуру інформації і щоб забезпечити стратегію і тактику виробництва і реалізації туристичного продукту, орієнтованого на економічну, соціальну та екологічну діяльність у ній.

Туристична дестинація та її інфраструктура відіграє важливу роль у формуванні сталого розвитку туризму.

У той же час у регіоні недостатньо приділяється увага проблемам модернізації й розвитку туристичної інфраструктури дестинації.

Проблеми розвитку потенціалу туристичної дестинації досліджувалися в працях вітчизняних фахівців: С. Г. Нездойминова, Н. Е. Нефедової, В. В. Яворської, В. Г. Герасименко, О. В. Шикіной та ін.

Більшість дослідників вважає, що ефективне використання рекреаційних ресурсів можливо при наявності сучасної бази розміщення туристів і екологізації туристичної інфраструктури.

У сучасній літературі туристична інфраструктура розглядається як сукупність підприємств, установ і організацій, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей, що брали участь в оздоровленні або відпочинку, а також шляхів сполучення й транспорту, і об'єктів розміщення туристів, що забезпечують умови стабільного функціонування територій [2].

Питання вивчення культурного туризму відображені в роботах Л.П. Воронкової, О.І. Корпухіна, Т. М. Богатирьовій, Е.Н. Селезньовій, Г.А. Аваїєсової, Н.П. Ващекіна, Н.М.Мамедова, Марініч А. М., Бирюлев Ю.,



Царфис П. Г., Гончар М. В., Малявській І. М., Пшеничний В.М., А. Е. Соломончук А. Е. та інші.

Ключовою умовою успішного розвитку туристичних дестинацій будь-якого рангу, маючи на увазі їх істотну детермінованість факторами внутрішнього і зовнішнього середовища, є слідування загальносвітових трендів, розумне запозичення позитивних сервісних практик і конструктивна національно-державна політика.

Мета дослідження – Розробити проект локальної туристичної дестинації «Залізний порт».

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

- Розглянути сутність і зміст туристичної дестинації;
- Проаналізувати дестинації в системі туризму;
- Оцінити фактори конкурентоспроможності туристичної дестинації;
- Зробити аналіз туристичного потенціалу туристичної дестинації «Залізний порт» ;
- Дослідити стан та рівень розвитку туристичної дестинації «Залізний порт» ; **Error! Bookmark not defined.**
- Проаналізувати перспективність розвитку локальної дестинації;
- Розглянути концепцію розвитку туризму в дестинації;
- Розробити проект локальної дестинації;
- Надати економічне обґрунтування проекту.

Об'єкт дослідження – туристична дестинація «Залізний порт» як локальна туристична система.

Предмет дослідження – структурно-динамічні характеристики локальної туристичної дестинації «Залізний порт».

Методи дослідження. При написанні роботи використовувалися різні методи дослідження: теоретичний аналіз і синтез, класифікація, статистичний метод, метод проектів.

Наукова новизна отриманих результатів. Вперше зроблено комплексний аналіз та проведено оцінку реального стану локальної туристичної дестинації «Залізний порт».

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження та проект можна застосувати у сфері регіонального управління туристським комплексом та втілення у життя проекту локальної туристичної дестинації «Залізний порт».

Апробація отриманих результатів.

Публікації.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

## 1.1 Дестинація як територіальна туристична система

Формування сучасної вітчизняної туристичної галузі, як складної економічної, соціальної та екологічної системи, ґрунтується на взаємодії її суб'єктів, тобто туристів, і об'єктів - туристичних дестинацій.

Саме туристична дестинація виступає ключовим компонентом системи туризму, оскільки її формують функціонально пов'язані елементи (туристичні ресурси, туристична і загальна інфраструктура території, трудовий потенціал і органи управління), які розташовані на певній території, мають інформаційно-комунікаційні структури для забезпечення виконання стратегії і тактики виробництва і реалізації туристичного продукту, спрямовані на ефективну економічну, соціальну і екологічну діяльність в ній.

В даний час у вітчизняній і зарубіжній літературі не склався єдиний підхід до визначення сутності поняття «туристична дестинація». Обумовлено це, по-перше, відсутністю єдиного міжнародного термінологічного апарату з даної тематики при наявності безлічі трактувань сутності туристичних дестинацій, що відрізняються підходами до обґрунтування її функцій, складових елементів, призначення в економічній системі.

По-друге, у вітчизняній нормативно-правовій базі не закріплено зміст поняття туристичної дестинації, при активному вжитку даного терміну в законодавчій практиці.

Вітчизняна наукова база та законодавство з управління розвитком туризму найчастіше ототожнює поняття туристичної дестинації з такими поняттями, як «туристичний центр», «туристичний продукт», «туристична індустрія», «туристичний регіон», що розмиває уявлення про сутність і призначення туристичних дестинацій.

По-третє, туристична дестинація - поняття комплексне і багатогранне, що вимагає різнобічного вивчення, як з боку науки, так і ефективного управління.

Саме це і зумовлює необхідність розгляду основних наукових підходів до розуміння природи, сутнісних характеристик туристичної дестинації і уточненню її ключових особливостей.

Поняття «дестинації» походить від латинського («destino») і перекладається як місце призначення, місце знаходження, адреса [16].

У сучасних словниках та енциклопедіях по туризму містяться такі трактування поняття «туристичної дестинації»:

- Країни, регіони, міста та інші території, які приваблюють туристів, є головними місцями локалізації туристичної діяльності, потоків туристів і їх витрат; місця максимальної концентрації видатних туристичних пам'яток, засобів розміщення, харчування, розваг, інших послуг економічного, соціального та фізичного впливу туризму [9];

Це фізичний простір, в якому відвідувач проводить, принаймні, одну ніч. Вона включає в себе туристичні продукти, такі як допоміжні послуги та пам'ятки, а також туристичні ресурси, в межах одного дня з часу початку подорожі. Вона має фізичні та адміністративні кордони, які спричиняють основи її управління, образи і уявлення, що визначають її конкурентоспроможність на ринку.

Місцеві туристичні дестинації включають в себе різні зацікавлені сторони, часто - це приймаюча спільнота (місцеве населення), і може об'єднуватися в гнізда і мережі, щоб сформувати більші дестинації [1].

Необхідно відзначити, що дане визначення носить досить загальний характер і не характеризує туристичну дестинацію як економічну категорію, оскільки, по-перше, не визначені географічні межі зони відпочинку і умови їх виділення, по-друге, не конкретизовані відмінності туристів від, наприклад, сезонних працівників, які не є місцевими жителями і не проживають постійно на цій території, проте регулярно на цю територію прибувають.

Вперше туристичну дестинацію, як складову туристичної системи, розглянув в 1979 році Нейл Лейпер. У його роботі туристична система розглядається як сукупність п'яти елементів, пов'язаних просторово і

функціонально: туристів; регіонів, генеруючих туристів; транзитних регіонів (маршрутів); туристичних дестинацій; туристичної індустрії.

Туристичну дестинацію Н. Лейпер визначає як місце, що залучає туристів для тимчасового перебування, і ті особливості, які сприяють такій привабливості (атракції) [6].

Узагальнюючи визначення туристичної дестинації, можна зробити наступні висновки: серед дефініцій поняття «дестинації» спільним є те, що туристична дестинація - це певний фізичний простір, система об'єктів, що володіють певними властивостями, здатними залучати туристів і спонукати їх до подорожі з метою досягнення поставлених цілей.

Що ж стосується виділення складових туристичних дестинацій і її ключових характеристик, то вони різняться, може виражатися через різноманітні підходи до її визначення.

Оскільки туристична дестинація виступає в якості об'єкта безлічі досліджень в сфері туризму, виникає об'єктивна необхідність структурувати підходи до визначення дестинації.

Грунтуючись на результатах попередніх теоретичних і емпіричних досліджень, ми вважаємо, що існуючі підходи до визначення поняття «туристична дестинація» представляють собою комбінацію з трьох напрямків: територіально-географічного, виробничого (функціонального) і соціокультурного.

#### 1. Територіально-географічні дослідження

Традиційно туристичні дестинації розглядаються дослідниками як різні за розмірами територіальні утворення - континенти, країни, регіони, місцеві територіальні утворення, курорти і навіть окремі атракції, які обираються туристами в якості пунктів призначення своєї подорожі. В рамках даного напрямку туристичну дестинацію розглядають в своїх роботах Н. Лейпер, С. Медлік, П. Пірс, В. Альтгофен, Б. Річі, Д. Крауч, М.А. Морозов, Т.А. Себекіна, А.Ю. Рябуха, О.А. Нікітіна, Н.А. Гончарова.

Так, Н. Лейпер визначає туристичну дестинацію як регіон туристичного призначення, що приваблює туристів для тимчасового перебування і ті особливості, які сприяють такої привабливості (атракції) [6].

В. Альтгофен також під туристичною дестинацією розуміє місце призначення або цільовий регіон (місця для прогулянок, споруди для проведення вільного часу, комуни, регіони та ін.) [2].

С. Медлік доповнює визначення Н. Лейпера і В. Альтгофен і під туристичною дестинацією пропонує розуміти місця призначення туризму - країни, регіони, міста та інші області, які приваблюють туристів, є основними місцями туристичної діяльності, і, як правило, займають більшу частину часу і витрат туристів.

Також він виділяє три фактори, які відрізняють туристичну дестинацію від території: доступність, атракції і зручності [9].

Морозов М.А. вважає, що провідну роль в утриманні дестинації грає територія, пропонує певний набір послуг, що відповідає потребам туриста і задовольняє його попит на перевезення, ночівлю, харчування, розваги і т.д. [20].

Гончарова Н.А. також відносить до дестинації країни регіони, міста та інші території, які вибирають для відвідування туристи і зазначає, що не тільки дестинації впливають на туристів в формі вражень, відчуттів, але і зони відпочинку є результатом впливу туристів [15].

Резюмуючи представлені теоретичні підходи до визначення сутності поняття туристичної дестинації в рамках територіально-географічних напрямків досліджень, слід зробити висновок про те, що центральною ідеєю даного підходу є розуміння дестинації як фізичного простору, оскільки сам факт туризму виникає лише при переміщенні людей з території генерації туристів в туристичну дестинацію.

При цьому дослідники не окреслюють межі зони відпочинку виключно адміністративно-територіального устрою, межами туристичної дестинації

можуть виступати просторові та фізичні рамки (дестинацією може виступати як окрема атракція, так і ціла країна).

Відмінними рисами дестинації від географічної одиниці є наявність споживчого попиту на неї, що виражається в привабливості для туристів, необхідної забезпеченості та допоміжної інфраструктури для задоволення потреб туристів.

## 2. Соціо-культурні дослідження

Представники даного напрямку дослідження в своїх роботах відзначають, що дестинації є не тільки місцем туристичного попиту, але і територією, на якій постійно проживають люди, які знаходяться в постійній взаємодії з туристами.

Так, Миколаїв С.С. визначає дестинацію як соціально-географічну місцевість (місце, регіон, місто, село, парк атракціонів), яку конкретний турист або цілий сегмент туристичного попиту вибрав в якості мети поїздки, яка має всі необхідні установи, організації, засоби розміщення, обслуговування та інфраструктуру розваг.

У своїй роботі автор зазначає значення соціальної складової дестинації на формування туристичної дестинації [21].

Згідно з дослідженнями Дж. Ларсена, Дж. Уррі і К. Аксхаусена [5], «Туризм не просто ізольований «екзотичний острів», але також і значний набір соціальних і матеріальних відносин».

Туристична дестинація розглядається у взаємодії соціально-культурних структур, які внутрішньо активні і впливають на їх власне майбутнє. [4; 10; 11; 12].

Дестинації є не тільки статичними місцями з фізичними властивостями, вони також включають в себе нематеріальні аспекти, такі, як культура і символічні значення [4, с.7]. Вони утворюються в процесі соціальної практики (спілкування, діяльність, сприйняття), і важко визначити їх межі [12].

## 3. Виробничі (функціональні) дослідження.

Представниками даного напрямку дослідження поняття «туристична дестинація» виступають Ф. Котлер, Д. Бухаліс, А. Лью, С. Купер, Д. Флетчер, Д. Гілберт, Р. Шеперд, С. Ванхілл, Т. Біегер, А.К. Гергішан, Л.Г. Кир'янова, М. Маненте, В. Мінгетті, В. Фрамке.

Д. Бухаліс визначає туристичну дестинацію як сукупність різноманітних туристичних продуктів, що пропонують комплексні послуги для споживачів [3].

Д. Бухаліс також наголошує на необхідності раціонального управління ресурсами дестинації і забезпечення інтересів усіх її зацікавлених сторін - стейкхолдерів (туристів, туроператорів; представників бізнесу, органів влади; місцевого населення), тобто управління дестинацією як єдиним цілісним продуктом.

У своїх дослідженнях він розширює структуру туристичної дестинації, запропоновану С. Медлік [9], включаючи не тільки атракції (природні, рукотворні, штучні, спеціально побудовані, спадщина, спеціальні заходи), доступність (транспортна система, що складається з маршрутів, терміналів і транспортних засобів) і зручності (проживання та харчування, послуги, роздрібні продажі, інші туристичні послуги), але і доступні пакети (попередньо сформовані турпакети і доступні через посередників), види діяльності (всі види діяльності, доступні в пункті призначення і те, що споживачі будуть робити під час їх відвідування) і супутні послуги (послуги, що використовуються туристами, такі як банки, телекомунікації, пошта, газетні кіоски, лікарні і т.д.).

Дестинація розглядається ним як амальгама туристичних продуктів, що пропонують комплексний досвід для споживачів.

В роботі А.К. Гергішана [14] туристична дестинація розглядається як місцевість, що володіє територіально обумовленим комплексним туристичним продуктом, всі складові частини якого об'єднані маркетинговою ідеєю, яка пропагує унікальність, особливість туристичного продукту даної території,



націленість на надання мандрівникові певного задоволення, нових вражень і емоцій при відвідуванні ним цього регіону .

Купер С., Флетчер Д., Гілберт Д., Шеперд Р., Ванхілл С. [13] визначають дестинацію як сукупність засобів і послуг, сформованих для задоволення потреб туристів.

М. Маненте і В. Мінгетті [8] розглядають туристичну дестинацію з позицій попиту і пропозиції і дають такі визначення:

1) туристичне місце, де розвиваються об'єкти розваг і де виробляються і споживаються туристичні продукти;

2) туристичний продукт як специфічна пропозиція, що включає певний набір ресурсів, розважальних заходів та економічних суб'єктів території (як туристів, так і місцевої громади).

Таким чином, в рамках виробничого підходу дослідники акцентують увагу не стільки на просторове розташування і фізичні кордони дестинації, скільки на її складові.

Туристичні дестинації розглядаються комплексно, у взаємозв'язку їх елементів, забезпечують подорож туристів і формують їх уявлення про дестинації. На наш погляд, саме виробничий підхід, який би розглядав туристичну дестинацію як продукт, найбільш об'єктивно відображає сутність поняття туристичної дестинації, який би розглядав її як амальгами взаємопов'язаних елементів, наявність яких і формує туристичну дестинацію.

Елементи туристичної дестинації невіддільні одна від одної, їх комбінація створює унікальний туристичний продукт, що сприяє формуванню туристичного попиту і спонукає до здійснення подорожі.

Грунтуючись на аналізі розглянутих теоретичних підходів до визначення сутності поняття «туристична дестинація», представляється можливим дати авторське визначення туристичної дестинації як соціально-географічного простору, що характеризується наявністю об'єктів і ресурсів, користуються туристичним попитом, а також інфраструктурою, здатною задовольнити цей попит, що в поєднанні утворює унікальний туристичний продукт, що спонукає

до відвідування зони відпочинку, результатом чого стає задоволення різноманітних потреб туристів у відпочинку і підвищення економічного добробуту DESTINATIONI.

Авторський підхід дозволяє враховувати такі особливості: туристична DESTINATIONI є комплексним концептом, що включає певну територію, що володіє туристичним попитом, пов'язаним з наявністю певного набору продуктів і послуг, що створюють унікальні відчуття, враження і досвід у туристів, в результаті чого досягається позитивний економічний ефект для приймаючої сторони.

Виходячи з особливостей туристичної DESTINATIONI як багатовимірного економічного поняття, необхідно уточнити складові туристичної DESTINATIONI, що дозволить в подальшому відрізнити її від туристичного регіону і формувати моделі просування туристичних DESTINATIONI.

Найбільш комплексну роботу з вивчення складових туристичної DESTINATIONI представив Д. Бухаліс [3]. На його думку, туристичну DESTINATIONI можна розглядати комплексно як комбінацію (або навіть як бренд) всіх продуктів, послуг і, в кінцевому підсумку, досвіду, одержуваних туристом на місцевому рівні.

Такий підхід дозволяє оцінити вплив туризму на регіональному рівні, а також керувати попитом і пропозицією туристичного продукту DESTINATIONI для отримання максимальних вигод для всіх зацікавлених сторін.

Його концепція «6A» включає шість основних складових туристичної DESTINATIONI:

1. Атракції (від англ. «Attractions») - пам'ятки, цікаві місця (природні, антропогенні, штучні, спеціально побудовані для залучення туристів, культурну та історичну спадщину, заходи);

2. Доступність (від англ. «Accessibility») - вся транспортна система, що складається з маршрутів, терміналів і транспортних засобів;

3. Зручності (від англ. «Amenities») - проживання та харчування, мережа роздрібних продажів, інші туристичні послуги;

4. Доступні пакети (від англ. «Available packages») - попередньо доступні туристичні пакети через посередників;

5. Види діяльності (від англ. «Activities») - всі види діяльності, доступні в пункті призначення і те, що споживачі будуть робити під час його відвідин;

6. Допоміжні послуги (від англ. «Ancillary services») - послуги, що використовуються туристами, такі як банківські, телекомунікаційні, поштові, лікарні і т.д.

Розглядаючи туристичну дестинацію як комплексний продукт, Л. Г. Кірьянова виділяє такі рівні цього продукту [17]:

- основний продукт (те, що виділяє дестинацію серед безлічі інших, заради чого туристи відвідують даний об'єкт);

- супутні продукти (забезпечують споживання основного продукту, але не мають цінності для туриста); додаткові продукти (створюються не для туристів, але споживаються ними під час їх перебування на території зони відпочинку).

Ф. Котлер [18] виділяє також розширений продукт, який включає в себе атмосферу пропозиції продукту, його доступність, легкість взаємодії туриста з обслуговуючим персоналом, з іншими туристами, участь споживачів в системі обслуговування. На наш погляд, розширений продукт виступає чи не ключовим у всій системі продуктів дестинації, оскільки, як було зазначено раніше, продуктом дестинації виступають відчуття, емоції споживача, формуються завдяки враженням і атмосфері.

Ф. Котлер також зазначає значимість розвиненої інфраструктури і включає політичну стабільність в необхідні умови існування туристичної дестинації.

Грунтуючись на результатах досліджень Д. Бухаліса, Л.Г. Кир'янової, Н. Лейпера, М.А. Морозова, М.Н. Войт, націлених на виділенні критеріїв, притаманних кожній дестинації, вважаємо за необхідне розширити і доповнити сутнісні характеристики туристичних дестинацій:

1. Дестінація є комплексне поняття, яке виражається у відчуттях і враженнях, одержуваних туристами від взаємодії наступних елементів, властивих туристичній території: атракції, інфраструктура, місцеві жителі, імідж.

2. Дестінація, як продукт, сама по собі має споживчу вартість і культурну цінність. Відмінністю від будь-якого іншого продукту є те, що цей продукт формує група зацікавлених сторін, що мають різні цілі та інтереси і отримують різну вигоду від «продажу» продукту.

3. Дестінація є статичним і динамічним продуктом одночасно. З одного боку, імідж дестінації формується протягом тривалого часу, її символом часто виступають загальновідомі атракції, що вимагає постійної цілеспрямованої підтримки загальноновизнаних продуктів.

З іншого боку, для підтримки постійного інтересу туристів недостатньо просто експлуатувати вже наявні атракції, необхідно реалізовувати нові, що відповідають інтересам цільових споживачів і не суперечать атракціям - брендам регіону. У зв'язку з цим туристи виконують роль не тільки споживача продукту дестінації, а й її творця, адже саме на їх інтереси орієнтовані всі зміни.

4. Туристична дестінації виступає символом не тільки певного регіону, атракцій, які перебувають на ньому, а й символом соціальних і культурних приналежностей її споживачів. Відвідуючи різні дестінації, туристи підтверджують свій статус.

5. Продукт дестінації виробляється і споживається в одному і тому ж місці, при цьому продукт може продаватися віддалено. Продавці продукту (турагенти, туроператори, туристично-інформаційні центри та ін.) займають значне місце в процесі просування дестінації, оскільки споживачі знаходяться в межах іншої географічної території, доступність покупки може зіграти ключову роль у виборі дестінації.

6. Однією з найпоширеніших проблем туристичних дестінацій є їх сезонність, оскільки часто основна частка туристів відвідує дестінацію

протягом 3-4 місяців «піку», в решту часу основні фонди і трудові кадри працюють не в повному режимі, що призводить до значних втрат. Неможливість вирішити цю проблему призводить до необґрунтованого подорожчання туристичного продукту, викликаному необхідністю покриття витрат «низьких» сезонів.

7. Інфраструктурою DESTINATION користуються не тільки туристи, а й місцеві жителі, таким чином, туристи виступають каталізатором поліпшення якості всього комплексу послуг. З іншого боку, розвиваючи інфраструктуру регіону необхідно враховувати інтереси всіх її користувачів. Це дозволяє створювати атмосферу гостинності в регіоні, забезпечуючи доброзичливість місцевих жителів і отримувати прибуток від використання послуг в низькі сезони місцевими жителями.

8. Відповідність якості всіх елементів туристичної DESTINATION. Неможливо залучати туристів в сучасний курортний комплекс, дістатися до якого можливе лише через множинну зміну транспорту або маючи вороже ставлення місцевих жителів. Лише гармонійний розвиток усього комплексу елементів туристичної DESTINATION дозволяє залучати туристів і забезпечувати їх постійний інтерес.

9. Наявність системи менеджменту і маркетингу. Будь-яка сформована туристична DESTINATION, що користується стійким попитом споживачів має організаційну структуру, централізовану систему управління, що дозволяє розвиватися всім її елементам в єдиному напрямку.

Без маркетингу також неможлива туристична DESTINATION, оскільки цей продукт орієнтований на зовнішніх споживачів, які можуть дізнатися про DESTINATION і її продукти виключно завдяки маркетинговому просуванню. Узагальнюючи результати аналізу складових туристичної DESTINATION нами запропонована наступна його структура (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Складові туристичної дестинації

Джерело: [21]

Вищевикладені міркування дозволили визначити економічну сутність поняття «туристична дестинація», як сукупність взаємопов'язаних туристичних ресурсів (атракцій, що забезпечує інфраструктуру, допоміжних послуг), розташованих на певній території і в сукупності формують унікальний туристичний продукт з метою надання якісних послуг і формування позитивних асоціативних образів у туристів, а також отримання прибутку підприємствами, підвищення зайнятості та добробуту місцевих жителів, досягнення стійкого економічного зростання регіону. [21, с.117]

Туристична дестинація є комплексним продуктом, результатом попиту споживачів (туристів) і пропозиції виробників (акторів), що дозволяє задовольнити потреби в певних відчуттях, враженнях.

## 1.2 Структурно-функціональні особливості локальних дестинацій

Розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні економічних, соціальних проблем будь-якої країни, забезпечуючи суттєві надходження до бюджету, сприяючи успішній діяльності організацій малого і середнього

бізнесу, забезпечуючи дохід зайнятих в цій сфері громадян. Разом з цим туризм впливає на збереження і розвиток культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами і народами.

Туристична система складається з двох взаємодіючих компонентів: суб'єкта (туристи) і об'єкта туристичної діяльності: туристичні ресурси, інфраструктура, туристичні підприємства. (рис.1.2).

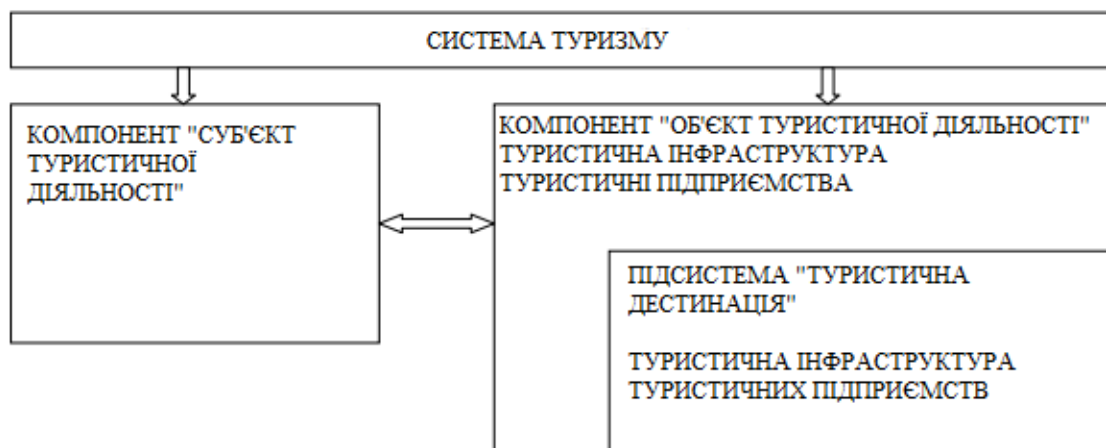


Рис.1.2. Туристична система

Окрему підсистему компонента «об'єкт туристичної діяльності», утворює «туристична дестинація». Очевидно, що як напрямок, мета туризму дестинації займає ключову позицію, (рис.1.3), приваблюючи туристів, мотивуючи візит і таким чином активізуючі всю туристичну систему.

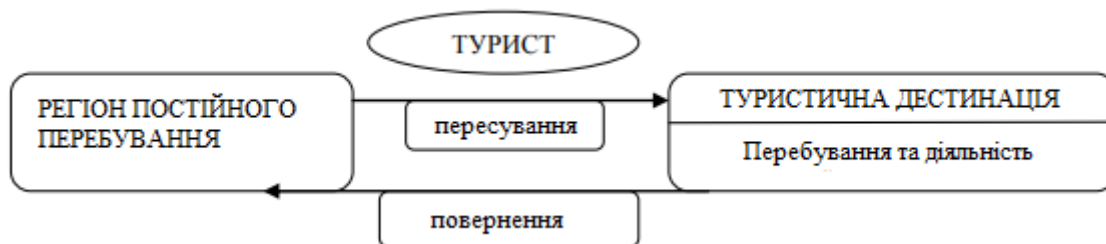


Рис.1.3. Пересування туристів в туристичній системі

В Україні поняття «туристична дестинації» введено в обіг порівняно недавно і було запозичено з англійської мови, що буквально означає туристичне місце призначення (Destination - призначення, базовий).

Однак, різними авторами, як зарубіжними так і вітчизняними, «туристична дестинації» трактується неоднозначно (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Визначення поняття «дестинації», пропонувані різними авторами [4].

Автор	визначення
П.Пірс	Це місце відвідування від якого залишає у туристів різні враження, емоції, досвід
К.Каспар	Це пункт «кристалізації туристичного попиту»
Н.Лейпер	Географічна територія, що володіє привабливістю для туристів
М.А. Морозов	Територія, що припускає певний набір послуг, які відповідають потребам туриста і задовольняють його попит на перевезення, ночівлю, харчування, розваги і т.д.
Т.А. Себекіна	Місце, що має реальний або умовний кордон (фізичний, політичний, географічний, ринковий): країна, область, острів і т.д., яке відвідують туристи з певною метою.
А.Ю. Рябуха	Дестинацією можуть виступати місцевість, споруди, що мають туристичний потенціал, тобто це те, що турист вибирає для свого відвідування і що продають виробники послуг.
С.С. Миколаїв	Під туристичною дестинацією розуміється якась соціально-географічна місцевість (місце, регіон, місто, село), яку конкретний турист або цілий сегмент туристичного попиту вибрав в якості цілі відвідування.

Слід відзначити, що при різноманітті визначень, авторами все ж виділяються чотири істотних аспекти, що характеризують туристичну дестинацію:



Територіальний - поняття туристична дестинації заснована на критерії «прихильності» її території до конкретної географічної місцевості, і у напрямку до якого пересуваються туристи. [17, с.119]

Економічний - туристична дестинація припускає наявність «туристичного попиту».

Туристична дестинація - це товар, який має свою споживчу вартість, який виступає в якості об'єкта ринкових відносин, який веде в кінцевому підсумку до формування свого роду економічного простору.

Соціальний - це деяка соціально-економічна місцевість, яка одночасно є життєвим простором місцевої громади.

Управлінський - це об'єкт управління, що передбачає наявність суб'єктів управління.

Таким чином, туристичну дестинацію можна позначити як географічну точку (країну, регіон, місто, селище - територія, що має певні межі) яка приваблює туристів, і в яку вони регулярно надсилаються, саме через створені в ній можливості споживати туристичний продукт.

Слід уточнити, що розуміється під туристичним продуктом - це комплекс робіт, послуг, товарів, необхідних для задоволення потреб туристів в період його туристичної подорожі. [21, с.119]

Від його споживання, туристична дестинація отримує пристойні результати в різних сферах свого господарства - фінансові, соціальні, культурні, але при цьому зберігає свої туристичні ресурси на довгі роки.

Територія туристичної дестинації включає в себе всілякі зручності, засоби обслуговування і послуг для забезпечення всіляких потреб і потреб туристів, іншими словами, вона включає в себе найбільш важливі і вирішальні елементи туризму, необхідні для туристів.

Кожній дестинації властиві свої власні риси, але все ж можна виділити і чотири загальні.

Дестінація являє собою сукупність наступних компонентів:

- пам'ятка (природні багатства або створені людиною, тобто те, що спонукає туриста здійснювати подорож);
- зручність (розміщення, харчування, розваги, а також роздрібна торгівля та інші підприємства сфери послуг);
- доступність (Для туристів важлива не тільки фізична доступність дестинації, тобто зовнішні транспортні зв'язки з нею, а й наявність розвинених внутрішніх транспортних зв'язків);
- допоміжні служби, які надають такі послуги, як реклама дестинації, координація і управління її розвитком, надання населенню і організаціям необхідної інформації і послуги з резервування, забезпечення обладнанням, забезпечення дестинації керівним персоналом.

2. Дестінація є культурна цінність: відвідувачі повинні вважати дестінацію привабливою і такою, що заслуговує часу і грошей, витрачених на подорож.

3. Дестінація нероздільна, тобто туристичний продукт споживається там, де він безпосередньо виробляється, і, щоб його випробувати, туристи повинні фізично бути присутніми в дестінації.

4. Послугами і зручностями дестінації користуються не тільки туристи, але і інші люди: місцеві жителі і працівники даної дестінації. Важливо розрізняти поняття "туристична дестінація" і "курорт". [48, с.120]

Туристична дестінація це більш широке поняття, ніж курорт; це регіон, який нас найбільше приваблює (наприклад, Західна Європа це "туристична дестінація", а Лазурний берег курорт). Для того щоб географічна точка стала туристичною дестінацією необхідно п'ять умов:

- 1) ресурси для розвитку туризму;
- 2) місцеве середовище, що сприяє туризму;
- 3) відповідне міжнародне середовище;
- 4) привабливий туристичний продукт;
- 5) конкретні позитивні результати існування туристичної дестінації.

Якщо говорити про вхідні ресурси, то тут маються на увазі інвестиції (місцеві або зовнішні), підприємницькі ініціативи в сфері туризму місцевих жителів, наявність людей, кваліфікація яких дозволяла б їм працювати в туризмі. Тобто необхідні докази того, звідки і з якими очікуваннями приїдуть туристи в дану географічну точку. Не слід плутати вхідні ресурси з природними умовами. Вони залишаються неактуальними, якщо вхідні ресурси в дефіциті. Крім вхідних ресурсів для створення та розвитку туристичної дестинації необхідне відповідне місцеве і міжнародне середовище. Середовища складаються з місцевих і міжнародних політичних, економічних, правових, культурних та екологічних умов. [20, с.91]

Дестинації у величезній мірі схильні до різних зовнішніх і внутрішніх дій (рис.1.4).

Безліч факторів впливає на життєвий цикл туристичних дестинацій. Цикл схожий з циклом розвитку будь-якої системи, що включає в себе кілька стадій: зародження (виникнення), народження, зростання, насичення, спад, зникнення або відродження. Поліпшення екологічних умов, зменшення минулих і нинішніх негативних наслідків розвитку туризму (стихійне будівництво, знищення місцевого ландшафту).

Туристичні дестинації в своєму розвитку проходять всі стадії від зародження до зникнення, а потім здійснюється відродження на новій основі.

На цикл розвитку дестинації можуть впливати різні чинники, наприклад розвиток транспортної мережі. Так, з розвитком залізничного транспорту прилеглі до місць проживання туристів курорти стали менш привабливі і поступилися місцем віддаленим морським курортам. Розвиток авіаційного транспорту знизив привабливість місцевих морських курортів і сприяв розвитку віддалених екзотичних дестинацій [24, с.158].

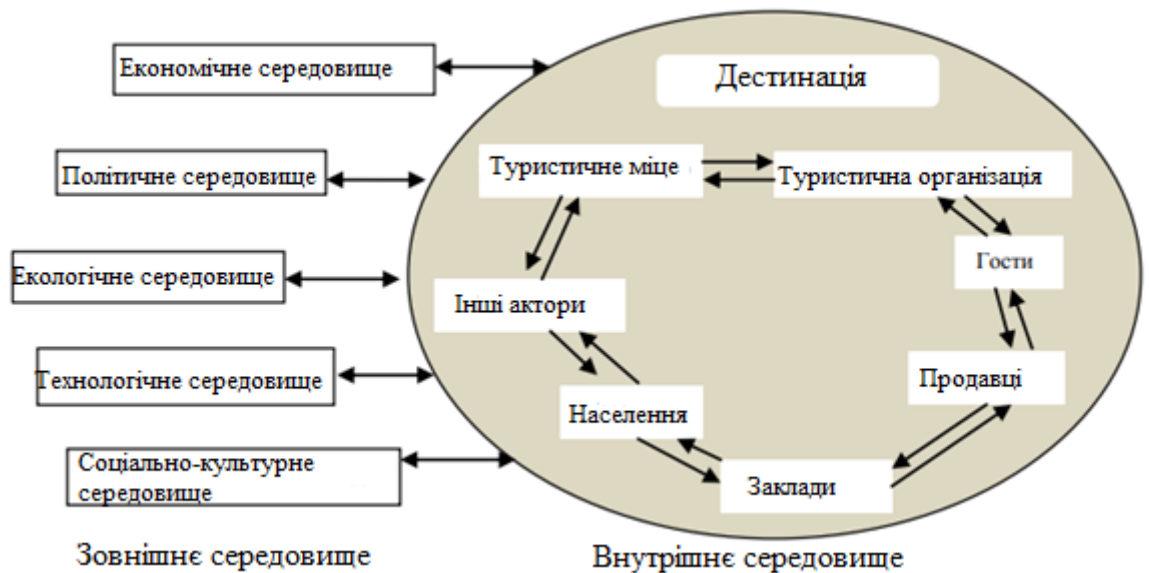


Рис. 1.4. Внутрішні і зовнішні чинники туристичних дестинацій

Створення туристичного кластера - це не тільки досить клопітка справа - будівництво об'єктів та інфраструктури обслуговування туристів, підготовка висококваліфікованих фахівців обслуговуючого персоналу для туристичних об'єктів, а й велика підготовча роз'яснювальна і зацікавлююча робота щодо забезпечення доброзичливого ставлення до приїжджих туристів місцевого населення.

У всіх традиційних туристичних регіонах є тенденція до концентрації туристичних дестинацій поблизу найбільш розвинених промислових і культурних центрів. Це негативно впливає на розвиток інших територій. Останні задовольняються експлуатацією ринкових ніш, які, через постійну економію, зумовлену зростанням масштабів виробництва, знаходяться поза інтересами найбільших дестинацій. Тому майбутнє дестинацій багато в чому буде залежати від туристичної політики, орієнтованої на інновації. Така політика повинна допомогти розширити життєвий цикл туристичних продуктів, послуг і досягти постійних показників зростання [10, с.51].

Конкурентоспроможність туристичної дестинації є необхідною умовою її стабільного і успішного розвитку. Туристична дестинація, що пропонує більш конкурентоспроможні послуги та сервіс, стає привабливішою для туристів. В останні кілька років рівень конкуренції туристичних дестинацій значно зріс.

Головна особливість конкуренції в туризмі полягає в тому, що вона повинна одночасно аналізуватися і розглядатися на декількох взаємопов'язаних рівнях, зокрема, на макро-, мезо - і мікрорівнях [11, с.81].

Отже, в туризмі конкуренцію, як і конкурентоспроможність, необхідно досліджувати на трьох рівнях:

1) серед туристичних дестинацій;

2) серед туристичних компаній, що пропонують однотипні товари і послуги і здійснюють свою підприємницьку діяльність на території однієї і тієї ж туристичної дестинації;

3) серед виробленої туристичної продукції.

Конкурентоспроможність туристичної дестинації безпосередньо залежить від конкурентоспроможності туристичних підприємств на її території, у свою чергу, комерційний успіх туристичного підприємства визначається конкурентоспроможністю туристичного продукту.

Об'єктом конкуренції на всіх рівнях є потреби туристів, і чим повніше вони будуть задовольнятися місцевими туристичними послугами і товарами, чим вище буде конкуренція між туристичними підприємствами, тим більш конкурентоспроможним буде сама туристична дестинація [34, с.53].

На сьогоднішній день конкурентоспроможність туристичної дестинації недостатньо досліджена, а визначення цього терміна не має чіткого формулювання. Всі наукові дослідження конкурентоспроможності в сфері туризму в більшості випадків відносяться до індустрії гостинності як результату існування різних систем класифікації засобів розміщення, використання яких значно спрощує процес виявлення конкурентних переваг будь-якого підприємства.

Туристична дестинація в цілому конкурентоспроможна лише в разі забезпечення конкурентоспроможності всіх її секторів. Таким чином, справедливим буде твердження, що чим вище конкурентоспроможність окремих суб'єктів туристичної індустрії дестинації, то тим вищою буде її власна конкурентоспроможність. Проте привабливість, а значить і конкурентоспроможність туристичної дестинації, визначається більшістю відвідувачів її туристів. У різних туристів різні мотиви до здійснення подорожі, а їх вимоги до якості туристичного обслуговування значно різняться. Отже, для визначення рівня конкурентоспроможності туристичної дестинації її можна порівнювати лише зі схожими за своїм класом туристичними дестинаціями, відвідувачами яких є туристи, що належать до такого ж соціального шару і пред'являють схожі вимоги до організації свого відпочинку [28, с.81].

Для ефективного розвитку внутрішнього і в'їзного туризму необхідний комплексний підхід до формування оптимального конкурентного середовища і врахування особливостей конкурентоспроможності туристичних дестинацій.

В першу чергу, конкурентоспроможність дестинації оцінюється її привабливістю для туристів. Туристичний продукт і конкурентоспроможність туристичної дестинації мають тісний взаємозв'язок, так як вибір туристичного продукту безпосередньо залежить від вибору і привабливості дестинації.

Конкурентоспроможна туристична дестинація вважається привабливою в тому випадку, якщо вона виробляє туристичні продукти, які провокують попит на внутрішньому і зовнішньому ринку, а так само підвищує економічне зростання регіону, країни і добробут місцевого населення.

Інтерес розгляду такого явища, як конкурентоспроможність туристичних дестинацій, викликає у різних державних структур і бізнесу, пов'язаних з туризмом. Національні органи управління туризмом зацікавлені в оцінці конкурентоспроможності туристичних дестинацій, так як це допоможе розробити стратегію розвитку дестинації, виявити слабкі сторони, і визначити можливість фінансування діяльності та розвитку туристичної дестинації.

При прийнятті інвестиційних рішень в сфері туризму, інвестори використовують різні механізми оцінки конкурентоспроможності туристичних дестинацій.

У науковій літературі широко поширена методика кластерної концепції конкурентоспроможності територій. Сенс цієї концепції полягає в тому, що конкурентоспроможність територій безпосередньо пов'язана з туристичним кластером, як сукупністю туристично-рекреаційних особливих економічних зон [25].

Відомий американський економіст М. Портер писав у своїх працях, що економіка регіону здатна вийти на міжнародний рівень, якщо в туристичному кластері існує конкуренція між фірмами, галузями, споживачами і постачальниками ресурсів і послуг [2].

Організація економіки за кластерним типом дозволяє виділити конкурентні переваги за рахунок чинників:

- створення туристичної інфраструктури;
- створення умов для мінімізації витрат і економічного зростання;
- створення умов для розвитку здорової конкуренції;
- стимулювання підприємців в рамках кластера для залучення інвестицій;
- створення умов для виховання кваліфікованих співробітників.

Поняття туристичний кластер визначається як «взаємопов'язана група ресурсів, підприємств, чинників, яка сконцентрована на певній території. Дані компоненти необхідні або бажані для розвитку конкретного виду туризму [3].

Виходячи з визначення поняття кластера, можна визначити взаємозв'язок туристичного кластера і дестинації. Таким чином, дестинації складаються з різних кластерів.

Застосування методу декомпанізації (виділення туристичних кластерів в туристичної дестинації) дозволяє глибоко вивчити ту чи іншу територію.

Даний метод необхідний, оскільки в дестинації можливий розвиток різних напрямків туризму, які використовують одну матеріальну базу та

інфраструктуру на певній території. В даному випадку може виникнути конфлікт інтересів різних сегментів туристів.

Кластерна ідея лежить в основі сучасних стратегічних програмах розвитку туризму в країні.

В економіці туризму виділяють безліч факторів, які впливають на розвиток туризму в Україні, але найбільш важливим є формування стратегії конкурентних переваг українських туристичних дестинацій. Туризм вважається специфічною галуззю економіки, так як в ній тісно пов'язані соціальні та економічні аспекти, які в свою чергу впливають на конкурентоспроможність туристичного продукту.

Під час подорожі, турист тісно взаємодіє з місцевим населенням. Для туриста дуже важливо доброзичливе ставлення з боку місцевого населення, дане явище безпосередньо підвищує рівень якості туристичного продукту. З точки зору формування стратегічних факторів розвитку конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів, це не залежить від економічної складової туристичного продукту, тобто від туроператора, а залежить від загальної соціально-культурної атмосфери туристичної дестинації [46, с.170].

Негативне ставлення місцевого населення до туристів завжди має місце бути. Для того щоб уникнути цієї небезпеки, необхідно формувати позитивне ставлення і враховувати це у формуванні програми розвитку територій. Доброзичливе ставлення з боку місцевого населення можна сформувати за допомогою посилення його зацікавленість в залученні туристів та залучення в трудову діяльність в туристичній сфері.

На рисунку 1.5 показані сили, які впливають на конкуренцію між дестинаціями. Ставлення місцевого населення стоїть нарівні з такими факторами як загроза появи нових конкурентів, ринкова влада постачальників, загроза появи субститутів, і ринкова влада покупців.



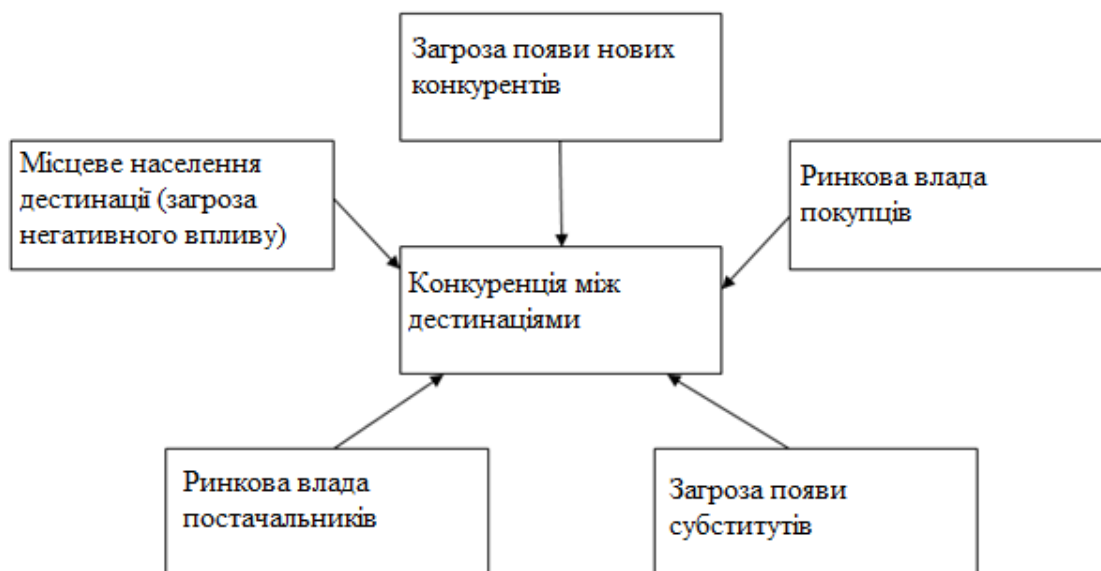


Рис.1.5. Сили, що визначають конкуренцію між DESTINATIONAMI

Таким чином, облік факторів конкурентоспроможності DESTINATIONAMI дозволить створити збалансовану систему конкурентоспроможності туризму на території і дозволить забезпечити стабільний розвиток і ефективну роботу туристичних підприємств. Виходячи з вищесказаного, на наш погляд, конкурентоспроможність туристичних DESTINATIONAMI в сучасних умовах розвитку туристичного ринку залежить від забезпечення соціальної спрямованості економіки DESTINATIONAMI, якісного задоволення потреб і бажань туристів, які приїжджають в DESTINATIONAMI, і так само від зростання доходів і добробуту місцевих жителів.

### 1.3 Методичні засади дослідження локальних DESTИНАЦІЙ

Внутрішній зміст, структура, певні властивості які зумовлюють відповідну специфіку методів його дослідження. Застосування тих чи інших методів має бути спрямоване на розкриття сутності об'єкта як певної системи, пояснення механізму її функціонування, виявлення істотних зв'язків та співвідношень між елементами та еволюцію цієї системи.

**Методика дослідження** – це система правил використання методів, прийомів та способів для проведення будь-якого дослідження.

Проблематику дослідження локальних DESTИНАЦІЙ розглядатимемо з позиції системного підходу. Процеси чи явища, які відбуваються в туристичній індустрії, завжди системні. Специфіка системи не вичерпується особливостями складових елементів, а пов'язана, насамперед, з характером їх взаємодії між собою.

Дослідження локальних DESTИНАЦІЙ включає три взаємопов'язані етапи. На кожному з етапів використовуються різні принципи та методи дослідження для досягнення поставлених завдань.

Підготовчий етап полягає у зборі інформації, опрацюванні потрібної літератури, статистичному узагальненні та зведенні інформації у таблиці. На даному етапі використовуватимуться такі методи, як літературний, метод систематизації інформації та метод періодизації.

На першому етапі слід дослідити фактори формування локальної DESTИНАЦІЙ. Для цього необхідно вирішити такі завдання: з'ясувати політичні передумови розвитку туризму в країні, оцінити вплив соціально-економічних чинників на розвиток туризму, зокрема, дослідити галузеву структуру господарства, видову структуру експорту та імпорту, а також проаналізувати історико-культурну спадщину, визначити існуючий рівень розвитку соціальної інфраструктури регіону.

Для цього слід використати метод аналізу. Аналіз (гр. - розклад, розбір, розчленування) — логічний прийом, метод дослідження, який полягає в тому,

що досліджуваний об'єкт уявно або практично розчленовується на складові елементи (ознаки, властивості, структурні частини), кожний з яких відтак досліджується окремо як частина розчленованого цілого. Цей метод дослідження включає в себе вивчення предмета за допомогою мисленого або практичного розчленування його на складові елементи, таким чином краще буде дослідити фактори, що впливають на розвиток туризму. Використовуватиметься метод узагальнення, адже локальна дестинація є складовою частиною туристичної індустрії країни в цілому.

Статистичний метод, використовуватиметься для аналізу динаміки економічних показників регіону. Також статистичним методом послуговуються для аналізу соціологічних опитувань, що дає змогу методом порівняння виявити відмінності однієї соціокультурної системи від іншої. Результати таких досліджень - дуже важливий засіб обґрунтування розвитку туризму, активного відпочинку.

Другий етап полягатиме у дослідженні сучасного стану розвитку туризму країни на регіональному рівні. Завдання цього етапу полягає у дослідженні становлення та сучасного рівня розвитку туризму, його видової та регіональної структури.

Для цього використовуватимуться такі методи дослідження як, порівняльно-географічний метод та метод індексів. Порівняльно-географічний метод допомагає більш повно оцінити і описати відмінності і подібності географічних об'єктів. Адже все в цьому світі підлягає порівнянню: менше або більше, повільніше або швидше, нижче або вище і так далі. Цей метод дозволяє складати класифікації географічних об'єктів і прогнозувати їх зміни.

За допомогою графічного методу секторної діаграми можна буде показати зображення структури туризму країни.

На третьому етапі досліджуватимуться проблеми і перспективи регіонального розвитку туризму області. Для цього слід використати принцип єдності історичного та логічного. Він передбачає врахування історії розвитку

об'єкта (процесу), його сучасного стану та перспектив подальшого розвитку. Синтетичний метод дослідження – спосіб проведення дослідження, узагальнюючи знання про особливості, властивості та взаємозв'язки елементів явища. Синтетичний метод передбачає застосування таких методичних прийомів:

- узагальнення - визначення загальних ознак і властивостей явищ та процесів;
- екстраполяція, що формує наукові уявлення про об'єкт дослідження, висуваючи припущення, що він має такі ж особливості, як його елементи.

Географічно орієнтовані дослідження об'єднує трактування дестинації як певної території, географічного об'єкта, що має реальні межі (континент, країна, острів, місто, центр цілеспрямованого розвитку туризму та ін) та відвідуваного туристами. Даний похід є поширеним і представляє туристський продукт дестинації як «модель», що складається як мінімум з п'яти елементів: атракції, туристичні послуги та інфраструктура, доступність, імідж та ціна.

Інваріант бачення дестинації як міксу взаємопов'язаних елементів зустрічається також у Р. Мілла та А. Моррісона: «атракції, туристичні послуги, інфраструктура, транспорт та гостинність» [26, с. 263].

Дестинація як стратегічний об'єкт підприємництва розглядається окремими інвесторами. У цьому контексті головне завдання менеджменту дестинації – розробка інструментів, які забезпечують привабливість дестинації для ведення бізнесу та вкладення капіталу в туристичну індустрію.

Підприємствам, які знаходяться у складі дестинації, стратегічно важливо вписатися зі своїми послугами в дестинацію як і турпродукт. Тут йдеться про кооперування різногалузевих туристичних підприємств дестинації.

Усвідомлення та розуміння необхідності кооперування з іншими підприємствами дестинації, його активні дії щодо підтримки контактів із суміжними організаціями, які беруть участь у формуванні турпродукту

дестинації, є запорукою сталого функціонування окремих бізнесів у майбутньому.

Стратегічне планування розвитку туристичної дестинації - це процес моделювання ефективного функціонування її туристичного комплексу на певний період. Залежно від горизонту планування (планового періоду) воно може бути короткостроковим (1 рік), середньостроковим (5 років) та довгостроковим (10–15 років).

На стратегічне планування розвитку локальної туристичної дестинації окрім загальних факторів економічного середовища впливають специфічні фактори, які в сукупності притаманні лише сфері туризму:

- загальні особливості туристичних послуг як об'єкта виробництва та продажу (нематеріальність, збіг у часі виробництва та споживання, ефект у формі відчуттів замість придбання у власність та ін.);
- комплексність продукту, що складається з різноманітних послуг;
- мережевий характер виробництва (для виробництва та споживання послуг потрібна мережа різних підприємств, пов'язаних між собою інфраструктурними комунікаціями).

При концептуальному стратегічному плануванні потрібно дотримуватися найважливішої умови: процес планування має розглядатися відповідно до внутрішніх та зовнішніх мереж (кластерів) туристичних підприємств. Успіх стратегії більш ймовірний, чим більше в неї союзників і менше противників. Однак вирішальне значення для реалізації стратегії має облік не лише інтересів окремих груп співтовариства, а й їхньої легітимності, масштабів та можливостей здійснювати активну діяльність як щодо підтримки стратегії, так і щодо її стримування. У цьому контексті важлива побудова ефективного державно-приватного діалогу. Насправді створення туристичних дестинацій як стійких самоорганізованих систем починається з оцінки місцевого потенціалу кластероутворення – кооперації між представниками туристичного бізнесу, органів управління та громадськості на користь

розвитку туризму. Найефективнішим способом здійснення такої оцінки є проведення конкурсу місцевих ініціатив у даній сфері.

Аналіз різних підходів до туристичної дестинації, власне, ілюструє процес трансформації поняття «туристична дестинація» в концепт, а далі, можливо, й у константу туристичної галузі. При прийнятті стратегічних рішень у сфері регіонального туризму необхідно розуміти сутність концепту «туристична дестинація» та враховувати його багатоаспектність: наявність чи відсутність чітких територіальних кордонів, туристичних ресурсів та атракцій; єдиний підхід до управління дестинацією, стратегічне планування на національному, регіональному та локальному рівнях із чіткими механізмами реалізації; просування як багаторівневого комплексного турпродукту; динамічну просторово-часову природу туристичної дестинації як відкритої, нелінійної системи; складний механізм взаємодії туристів, представників туріндустрії, влади та місцевого співтовариства; соціальні та дискурсивні практики акторів туризму; створення та набуття туристичного досвіду, заснованого на символічному споживанні, а не лише набуття споживчої цінності.

В осмисленні концепту «туристична дестинація» слід використовувати принцип міждисциплінарності, взявши на озброєння напрацювання традиційних та сучасних концепцій географії туризму, економіки, менеджменту та маркетингу та соціокультурних досліджень туризму.

Туристична дестинація може розглядатися не тільки як географічний ареал, а й як турпродукт і об'єкт стратегічного управління. Тому загалом управління дестинацією методологічно може бути засноване на продуктових концепціях, оснований у тому числі на моделі життєвого циклу, що у географічній науці називається концепцією еволюційного циклу туристичного регіону.

Ця концепція була розроблена американцем Р.В. Батлером і в даний час має прикладне значення при прийнятті стратегічних рішень в управлінні розвитком окремих регіонів, місцевостей, центрів туризму. Це також один із

прикладів проникнення маркетингової методології у прикладну та теоретичну географію.

Модель еволюційного циклу туристичного регіону відображає шість стадій його розвитку як дестинації: розвідка, залучення, розвиток, зміцнення, стагнація та заключна стадія (оновлення, стабілізація чи занепад).

Стадія розвідки характеризується невеликою кількістю прибутків, слабо розвиненою інфраструктурою, низьким рівнем транспортної доступності. Будь-який туристичний регіон у першій стадії зацікавлений у розвитку рекреаційних функцій.

Місцеве населення та влада бачать перспективи розвитку туризму. Однак на стадії традиції гостинності в місцевості тільки складаються, і її залучення в туристичний рух пов'язане з низкою труднощів. По-перше, це забезпечення комфортним соціокультурним середовищем, як туристів, так і місцевого населення. Велике значення має психологічна толерантність і тих, та інших. По-друге, потрібні додаткові капіталовкладення у туристичну інфраструктуру. По-третє, на першій стадії розвитку місцевості як дестинації потрібні максимальні маркетингові зусилля щодо її просування та прискорення переходу на більш високу стадію розвитку.

Прикладами дестинацій такого типу є більшість регіонів країн Південної Америки, півночі Канади. Залучення супроводжується зростанням кількості туристів проявом ініціативи з боку місцевих жителів, які організують їхнє приймання та обслуговування.

Починається розвиток туристичної інфраструктури завдяки діям влади. Здійснення маркетингу дестинації набуває окресленого сенсу, що виправдовує попередні маркетингові витрати. Приклади туристичних регіонів, що у еволюційному циклі на стадії залучення: острівні держави моря, туристичні центри Східної Африки.

На стадії розвитку різко зростає кількість туристичних прибутків. Туристичний регіон стає привабливим для зовнішніх інвесторів. У цей час виникають екологічні та соціальні проблеми, зумовлені підвищенням

навантаження на соціальну інфраструктуру та природне середовище, соціально-економічними наслідками є посилення сезонності функціонування низки галузей господарства. Однак на цій стадії дуже ефективний маркетинг туристичної дестинації. Як приклади центрів туризму, що знаходяться на даній стадії розвитку, можна навести приморські курорти Північної Африки, Близького Сходу, Східного Середземномор'я, а також гірськолижні центри Центрально-Східної Європи. За стадією розвитку настає стадія зміцнення, чи консолідації, що характеризується уповільненням зростання туристичних прибутків.

У цій стадії посилюється роль інвестицій транснаціональних підприємств, відбувається укрупнення капіталу. Інтенсивний маркетинг туристичної дестинації стає неефективним та замінюється підтримуючим. На стадії консолідації є більшість курортів країн Південної Європи, а також ряд курортів Карибського басейну.

Стадія стагнації настає після піку туристичних прибутків. Нові інвестори в туристичну індустрію дестинації вже не приходять, місцева влада стикається з проблемами капіталовкладень у відновлення довкілля та підтримання її на екологічно сприятливому рівні.

Для просування туристичної дестинації достатньо здійснювати підтримуючий маркетинг. Прикладами туристичних центрів, що переживають стадію стагнації, є культурно-історичні центри країн Західної Європи. Кінцева стадія розвитку дестинації у загальному вигляді може мати три основні різні тренди – занепад, оновлення чи стабілізація. Можливі також проміжні варіанти. Занепад супроводжується зменшенням кількості прибутків, пожвавленням ринку нерухомості. Кошти розміщення туристів перетворюються на приватні будинки, квартири чи офіси.

Дестинація послаблює туристичну спеціалізацію. Маркетинг обмежується інформуванням споживачів. До дестинацій, що знаходяться на стадії занепаду, відносяться курорти Великобританії, Нової Англії (США).



Стадія оновлення спостерігається у разі створення нових атракціонів та розвитку нових видів туризму. У цьому зберігається інвестиційна привабливість туристичної індустрії, а DESTИНАЦІЇ необхідно проведення додаткових маркетингових кампаній середньої інтенсивності з її нового позиціонування.

### **Висновок до першого розділу**

Термін "дестинація" не є новим в туризмі. Беручи до уваги високий темп розвитку галузі туризму і велику кількість дослідницьких робіт з даного питання, як на пострадянському просторі, так і в інших країнах з'являється необхідність уточнення поняття «дестинація» і порівняння нових підходів з традиційними.

Протягом часу змінюється сенс багатьох туристичних термінів, у тому числі змінюється значення терміна «дестинація». Велика різниця існує між науковими трактуваннями, з одного боку, і в практиці використання організаторами туризму, в каталогах і журналах, на інформаційних веб-сторінках - з іншого.

Хоча сенс поняття "дестинація" змінюється протягом часу, є деякі характеристики, які зберігаються. З їх допомогою можна з'ясувати, чи є територія туристичною дестинацією чи ні. У даному розділі були виділені три головні характеристики: економічна, географічна і туристична.

Незважаючи на те, що під дестинацією можна розуміти різномасштабні географічні об'єкти, це може бути місто, курорт, регіон або країна.

Як концепт "туристична дестинація" розуміється як простір, що містить в собі певні смислові контексти, як комплекс соціальних, економічних, культурних взаємин і практик.

Туристична дестинація являє собою комплексний продукт, результат попиту споживачів (туристів) і пропозиції виробників (акторів), що дозволяє задовольнити потреби в певних відчуттях, враженнях.

Дестинація розглядається туристом цілісно, у взаємодії всіх його продуктів і послуг, очікувань і вражень від їх споживання.

Відповідно, продуктом є не туристичні ресурси, а ті відчуття, які відчуває турист від їх споживання.

Кордонами дестинації виступають не географічні й політичні рамки, а сформовані у свідомості споживачів об'єкти, частини єдиного продукту, що є туристичним брендом, іміджем і репутацією. При цьому туристична дестинація існує не тільки у фізичному аспекті, як частина суші, що володіє набором якостей, що викликають туристичний інтерес, але і в когнітивному.

Когнітивний аспект передбачає сукупність очікувань туристів від відвідин дестинації, їх почуття під час подорожі і сформованих образів на основі особистого досвіду, якими вони будуть ділитися з потенційними туристами після повернення.

Враження туристів формуються всіма учасниками туристичного ринку регіону: представниками туристичної інфраструктури (перевізники, туроператори і турагенти, готелі, туристичні атракції), супутніх ринків (система розміщення, харчування), органів влади, місцевими жителями.

Для формування цілісного позитивного враження туриста необхідна взаємодія всіх учасників туристичного ринку.

## РОЗДІЛ 2. УМОВИ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ «ЗАЛІЗНИЙ ПОРТ»

### 2.1 Аналіз туристичного потенціалу

Курорт Залізний порт — розташований у Голопристанському районі Херсонської області, України. Відстань до Херсона - 100 км. Протяжність курорту по березі - близько 4 км.

Курорт засновано 15 грудня 1997 року.

Назва Залізний порт має назву через:

за 1-ю версією від залізного пірсу, який йшов на 100 метрів у море, і використовувався для навантаження на морські судна зерна та риби, і який згодом був поглинений морем.

за 2-ю версією від комори для зберігання зерна який був із залізним дахом, і його моряки бачили з моря.

за 3-ю версією назва села походить від українського дієслова «заліз»: «І залізло це село під саме море. І тому порт — Залізний».

Залізний Порт - курортне селище на півдні Херсонської області, розташоване біля основи Тендрівської коси.

Від обласного центру його відокремлює дев'яносто вісім кілометрів. У Залізний порт можна дістатися різними способами. Від селища до аеропортів така відстань: до Херсонського - 115 км; до Миколаївського – 175 км; до Одеського – 320 км.



Рис. 2.1. Територіальне розташування курорту Жалізний порт

Чисте море, просторі піщані пляжі, великий вибір житла, розваги на будь-який смак, безліч кафе, барів та нічних клубів зробили його популярним напрямком для відпочинку серед сімей з дітьми та молоді. В окремі сезони півторатисячне селище здатне дати притулок більше мільйону туристів. [66]

#### Клімат

Літо у Жалізному Порту спекотне та сухе, опади та сильні вітри трапляються рідко. Курортний сезон тут триває з кінця травня до початку жовтня, протягом цього періоду стоїть здебільшого ясна сонячна погода.

Середня денна температура повітря у літні місяці  $+27^{\circ}\text{C}$ , море прогрівається до  $+22-24^{\circ}\text{C}$ . Завдяки частим бризам, які приносять на берег свіжість та прохолоду, спека на курорті переноситься легко.

Жалізний порт вважається еко-курортом. Він знаходиться далеко від промислових зон, великих автомобільних трас і торгових портів, що робить селище екологічно чистим місцем, ідеальним не тільки для відпочинку, але і для оздоровлення.

#### Море та пляжі

Узбережжя Залізного Порту — це майже чотири кілометри піщано-черепашкових пляжів. Тут є все необхідне для комфортного відпочинку: тіньові навіси, кабінки для перевдягання, пункти прокату шезлонгів та парасольок. Море чисте, вхід у воду пологий, глибина наростає поступово, що зручно як для дітей, так і для дорослих: перші можуть безпечно хлюпатися у прибережній зоні, а другим, щоб вільно плавати та пірнати, достатньо відійти від берега на 10-15 метрів.

Берегова лінія в районі курорту рівна, бухт та заток немає, через що спокійне сьогодні море може назавтра змінитися штормом. Крім того, час від часу сюди заходять холодні течії, здатні за лічені години остудити воду до +18 °С. А у серпні біля берега можна спостерігати навалу медуз.

Залізний Порт — курорт, що розвивається і щорічно обростає новими інфраструктурними об'єктами. Тут працюють продовольчі та промтоварні магазини, кілька ринків, де серед іншого можна придбати сезонні фрукти, овочі та сільську молочну продукцію, кафе, бари, нічні та пляжні клуби, зосереджені переважно в районі набережної.

У селищі діють кілька аптек, є відділення банків, термінали та банкомати.

Організувати харчування на відпочинку у Залізному Порту нескладно. За бажання можна готувати самостійно: основні продукти завжди можна купити в одному з магазинів або на ринках курортного селища. Можна харчуватись у кафе, де пропонують страви української та європейської кухні. Крім того, на багатьох базах відпочинку та в готелях пропонують проживання із дво- чи триразовим харчуванням, орієнтовна вартість — 350 грн з особи на добу. Можливий варіант харчування за системою "шведський стіл". [68]

Централізоване водопостачання у Залізному Порту відсутнє. Готелі, пансіонати та гостьові будинки мають свої свердловини, деякі навіть видобувають артезіанську воду. У приватному секторі прісну воду по-старому беруть із колодязів. Багато відпочиваючих вважають за краще пити і використовувати для приготування їжі бутильовану воду.

Номерний фонд

У Залізному Порту працює близько трьохсот пансіонатів, готелів, баз відпочинку та гостьових будинків, що пропонують номери різного ступеня комфортності та цінової категорії. Велика їх частина розташована на першій та другій лінії від моря.

Зняти кімнату можна і в приватних домоволодіннях, які зазвичай знаходяться подалі від пляжу.

Найдорожчі номери преміум-класу. Доба проживання в них залежно від кількості місць та комплектації коштує від 1500 грн. Такі номери складаються з однієї або двох кімнат, оснащені всіма необхідними меблями, телевізором з плоским екраном, холодильником, кондиціонером. У багатьох обладнана кухонна зона зі столом, стільцями, електрочайником та посудом, є балкон або тераса з видом на море. Деякі номери цієї категорії мають свій вихід на пляж. [67]

#### Розваги та пам'ятки

На пляжах Залізного Порту доступні традиційні розваги: катання на «банані», «плющі», катамарани та гідроциклі, парасейлінг та занурення з аквалангом.

Провести весело час у Залізному Порту можна не лише на пляжі. Тут працюють два аквапарки. Один із них — «Акваленд», на території якого працюють десять водних гірок із відкритими та закритими спусками, дорослий та дитячий басейни. Другий аквапарк — менший, із сімома гірками - знаходиться в районі центрального пляжу.

Ще одна розвага на курорті - дайвінг. Занурення з берега, катера або спеціальної платформи проводить компанія «Світ водних розваг». Трансфер до місця занурення, оренда гідрокостюму, маски, ласт та обладнання оплачуються окремо.

Вечірнє дозвілля можна провести в нічному клубі, на пляжній дискотеці або одному з численних кафе з живою музикою. У високий сезон на курорті проводяться фестивалі, тематичні заходи, концерти.

Визначних пам'яток у самому селищі немає, лише на його околицях багато цікавих місць, куди можна вирушити з екскурсією. Одне з них — Чорноморський біосферний заповідник, що вражає різноманітністю ландшафтів, флори та фауни.

Деякі пансіонати курортного селища пропонують послугу трансферу від залізничного вокзалу або Херсонського аеропорту безпосередньо в зону відпочинку. До Херсона можна також доїхати поїздом, рейсовим автобусом або маршрутним таксі, а звідти попрямувати маршруткою — до Залізного порту. Приміський рейсовий автобус відправляється з автобусної станції, що знаходиться біля херсонського центрального ринку. На дорогу автобусом до Залізного порту доведеться витратити дві з половиною години. По дорозі він робить зупинки у населених пунктах, дачних селищах.

Маршрутні таксі вирушають із херсонського залізничного вокзалу. Доїхати маршруткою до Залізного порту можна за півтори години.

Туристам пропонується цікава розвага - парасейлінг - польоти на парашуті, який прив'язують до катера, що пересувається на великій швидкості. Занурившись із аквалангом у спеціальному гідрокостюмі, можна насолодитися красою моря, побачити мешканців морських глибин. На узбережжі Чорного моря знаходиться безліч точок прокату. Тут можна орендувати катамарани та гідроцикли. Любителі активного відпочинку катаються на квадрациклах. Уздовж набережної розташовуються затишні кафе, бари, ресторанчики, які пропонують клієнтам скуштувати смачні страви, скуштувати екзотичні напої, послухати приємну музику та насолодитися прохолодою. У вечірній час набережна Залізного порту світиться різнобарвними вогнями. Можна повеселитися на нічних дискотеках та зустріти на березі моря чарівний світанок.

У Залізному порту для дитини передбачені цікаві розваги. Уздовж узбережжя Чорного моря функціонує велика кількість парків з атракціонами, серед них водна, стаціонарна гірка у вигляді спіралі, що досягає завдовжки

двадцять п'ять метрів. Для веселого відпочинку в Залізному порту з дитиною обладнано чудові ігрові майданчики з надувними гірками.

На пляжі знаходиться стаціонарний аквапарк – популярне місце для відпочинку дорослих та дітей.

На його території функціонує сім гірок із відкритими та закритими спусками. Якщо ви вибрали відпочинок у Залізному порту, ціни потішать своєю демократичністю.

Залізний порт пропонує туристам різноманітні екскурсії за прийнятною вартістю. Великою популярністю серед відпочиваючих користується маршрут Бобровим озером під керівництвом гіда. Завершити цікаву подорож можна на міській набережній. Туристам також пропонують поїхати до Азово-Сиваського заповідно-мисливського господарства, купити екскурсію в паланку Запорізької Січі, розташовану в селі Геройське, а також відвідати: Руїни Збур'ївської фортеці; Склеп родини Фальц-Фейнів у селі Новочорномор'я; Урочище «Лісі нори» у Новочорномор'ї; Чорноморський біосферний заповідник.

Визначні пам'ятки

Олешківські піски

Визначні пам'ятки Залізного порту неможливо уявити без української Сахари — національний заповідник Олешківські піски.

Пустеля на цій території виникла ще в льодовиковий період, проте завдяки шару рослинності еолові відкладення були заховані під землею. Коли на цій території почали випасати овець, трави ставало дедалі менше.

На деяких ділянках зелені зовсім не залишилося, що призвело до вивільнення пісків. Пориви вітру почали його розносити далі.

Наразі площа пустелі становить понад 160 тис. га. Щоб піски не поширювалися, було висаджено штучний ліс. У 2010 році на базі Олешківських пісків було створено національний природний парк. [66]

Заповідник Асканія-Нова



Експурсія до біосферного заповідника Асканія-Нова — найкращий вибір урізноманітнити своє дозвілля для любителів природи. Він був заснований в 1828 генералом пруської армії Фрідріхом Ангальт-Кетенським. Сьогодні на території заповідника цілий рік мешкають олені, бізони, антилопи, зебри, журавлі, кулики та інші представники фауни. Побачити їх у природному середовищі можна, замовивши сафарі. Невелика машина возить туристів за дозволеним маршрутом, роблячи зупинки в наймальовничіших куточках резервату.

Також на території заповідника розміщено зоопарк, у якому знаходяться павичі, фламінго, лані, поні, сайгаки, лами та інші. У зоопарку тварини та пернаті перебувають до того моменту, поки не зміцніють. Після їх відпускають у природне середовище до родичів. Якщо ж це представники рідкісного виду, якому загрожує зникнення, вони перебувають лише у зоопарку.

#### Кінбурнська коса

Піщана коса омивається одразу трьома водами — Ягорлицькою затокою, Дніпровсько-Бузьким лиманом, Чорним морем. Сюди приїжджають, щоб побачити первозданну природу, позасмагати на білому піску та купуватись у чистому морі. Озера, розташовані на Кінбурні, за своїми цілющими властивостями прирівнюють до Мертвого моря. Тут можна набрати із собою білої глини та запастися сіллю. На початку травня неподалік острова починає цвісти ціле поле диких орхідей.

#### Тендрівська коса

Тендрівська коса — це закритий заповідник, тому туристи можуть спостерігати лише його північну частину. Коса входить до Чорноморського біосферного заповідника. Тут гніздяться сотні різних видів птахів. Також є можливість побачити дельфінів. Вони почуваються у безпеці, адже крім єгерів на цій території більше нікого немає. Гості острова можуть пройтися вздовж берегової лінії у напрямку до залізного порту, на кілька кілометрів у протилежний бік або вглиб коси. Зробити красиві знімки вдасться, видершись на маяк. Звідти відкривається чудовий краєвид на незайману природу. [69]

Острів Джарилгач часто порівнюють із островом з реклами «Баунті». Тут справді вода блакитного кольору та білий пісок, але шикарних готелів на березі не знайти. Єдине місце, де можна переночувати, — наметове містечко. Також можна взяти намет із собою.

Відсутність комфортних умов проживання обумовлює мінімальну кількість відпочиваючих.

#### Чорноморський біосферний заповідник

Серед цікавих місць, які необхідно подивитися, вирізняється своїми масштабами Чорноморський біосферний заповідник. Він займає площу близько 100 тис. га. До нього входять: Тендрівська коса, Волижин ліс, Кінбурнська коса, мілководні затоки Чорного моря, маленькі острови (Бабин, Орлов та інші). Основною метою є збереження популяції унікальних птахів, їхня охорона. Пернатих налічується понад 180 тис. видів: чорноголова чайка, качки, лебеді, кулики та інші. Однак тут також можна зустріти унікальні види рослин та тварин.

#### Цілющий гейзер «Гарячий ключ»

Неподалік залізного порту (40 хвилин їзди) знаходиться цілющий гейзер з гарячою мінеральною водою.

На цьому місці раніше пробурили свердловину, щоби знайти газ. Його так і не знайшли, тож свердловину законсервували. Через деякий час на поверхні з'явився гарячий ключ, біля якого спорудили три купальні.

Вода з гейзера насичена бромом, йодом, бором, іншими мінералами, завдяки чому сприяє лікуванню серцево-судинної системи, опорно-рухового апарату, шкірних захворювань. Цей список можна продовжувати далі, адже склад води справді унікальний. Однак самостійно призначати час та частоту перебування у купальні не варто. Краще проконсультуйтеся з лікарем.

#### Успенська церква

Зовні архітектурна споруда нагадує багатий міський храм. Вхід прикрашений чотирма псевдо-колонами, вікна високі із закругленим верхом, храм має білий колір, а купол сріблястий. Церкву було споруджено в 1869 році

і дійшла до наших днів у хорошому стані. У храмі навіть збереглися давні ікони XIX століття.

#### Залишки Збур'ївської фортеці

Збур'ївський Кут - давнє поселення, про що свідчить наявність на околицях Старої Збур'івки залишків земляних валів фортеці. Система укріплень була зведена в 1769, але в 1855 після атаки англо-французького флоту велична споруда була зруйнована. Його відновленням з того часу ніхто не займався, тож до нашого часу від форту дійшли лише частини фундаменту.

#### Георгіївська церква

Храм розташований у селищі Мала Кардашинка, приблизно за 60 км від Залізного Порту. Його будівництво було завершено 1912 року московським архітектором Казимиром Квінто. Свято-Георгіївська кам'яна церква зовні прикрашає різьблення, а всередині — розпис. [66]

#### Склеп сім'ї Фальц-Фейн

Сім'я Фальц-Фейнів була відома на Херсонщині як меценати, які розвивали землі Таврії. Фамільний склеп знаходиться у с. Новочорномор'я і на сьогоднішній день більше нагадує напівзруйновану будівлю. Ця архітектурна споруда внесена до Реєстру історичних пам'яток, але його реконструкція не була зроблена.

Склеп знаходиться на височині, з якого відкривається вид на озеро Кругле. Будівля була побудована Олександром Фальц-Фейном на згадку про свою дружину, яка рано пішла з життя. Сам меценат також там був похований. Поруч був збудований гарний будинок доглядача. Усипальницею споруда прослужила недовго, адже більшовицький комісар Зітте в 1920-і роки наказав забрати тіла подружжя зі склепу і перетворити його на картоплесховище.

#### Основні переваги

Відмінні умови для відпочинку дітей: неглибоке море, велика кількість атракціонів, широкий вибір сезонних фруктів і овочів за доступними цінами. Житла з дитячими басейнами, послугами няні, анімацією та іншими

сучасними послугами в межах селища поки вкрай мало, однак, інфраструктура поліпшується з кожним роком.

Великий вибір житла, ціни на яке хоч і ростуть щороку, але не дуже швидко. Вартість бюджетних варіантів починається з позначки 60-70 грн з персони.

Курорт підходить для сімейного відпочинку, а також перебування молоді, пенсіонерів, родини з дітьми. Ті, хто шукає розваг, обов'язково знайде їх на набережній. Тим, кому необхідний спокійний і розмірений відпочинок, достатньо лише орендувати апартаменти трохи далі від першої берегової лінії.

Чимала кількість розваг для дорослих – ще один плюс. Тут є стандартні водні атракціони, а також кафе, ресторанчики і дискотеки.

Транспортна доступність і хороше сполучення з сусідніми курортами. Дістатися в пункт призначення можна на маршрутці, таксі або автобусі.

Окремо варто відзначити чисте повітря і цілющий клімат, який за короткий час допомагає зміцнити організм і відновити нормальну працездатність всіх органів і систем.

#### Недоліки

По-перше, з приходом спекотної погоди (кінець липня – початок серпня) в морі з'являються водорості і медузи. Якщо дорослі дивляться на таке «крізь пальці», то малеча іноді просто відмовляється купатися.

По-друге, якість самих пляжів викликає невдоволення у більшості відпочиваючих. Через великий наплив курортників (які і залишають сміття) прибережну смугу просто не встигають прибирати. Місце на пляжі можна знайти далеко не завжди – в липні і серпні гостей, дійсно, багато.

По-третє, в деяких місцях селища можна зустріти гори сміття і недоглянуті території. Таких зон небагато, але вони зустрічаються практично повсюдно. [69]

## 2.2 Динаміка, структура та рівень розвитку

Місто-курорт Залізний порт - це відмінне місце для сімейного відпочинку та відпочинку з дітьми, де відкриваються широкі можливості для лікування, оздоровлення та реабілітації. Більшість туристів приїжджають до міста з метою відпочинку та отримання маси позитивних емоцій.

У прибережній зоні міста багато пляжів від диких і нудистських, до дуже цивілізованих.

У таблиці 2.1 представлені показники розвитку туризму курорту Залізний порт в 2018 – 2020 роках.

Таблиця 2.1

### Розвиток туризму на курорті Залізний порт

Показник	2018	2019	2020	2020 до
				2018 р., ±
Число готелів та аналогічних засобів розміщення, од.	11	15	17	6
Число місць в організаціях готельного типу, од.	2215	2350	3590	1375
Чисельність осіб, розміщених в організаціях готельного типу, осіб	34121	89451	89981	55860
Кількість місць у санаторно-курортних організаціях, од.	33	26	24	-9
Кількість ліжок (місць) на місяць максимального розгортання в санаторно-курортних організаціях, од.	12090	11245	11268	-822
Чисельність осіб, розміщених у організаціях санаторно-курортного типу, чол.	87000	88567	89700	2700
Число дитячих оздоровчих закладів (таборів), од.	6	6	6	-
Чисельність дітей, які відпочили у дитячих оздоровчих закладах (таборах) за літо, чол.	3200	3340	3310	110

У таблиці 2.2 представлені дані щодо колективних засобів розміщення санітарно-курортної сфери Залізного порту у 2018–2020 роках. Станом на 1 січня 2021 року в місті Залізний порт пройшли класифікацію 76 засобів розміщення, що становить 25,5% від загальної кількості засобів розміщення.

За три роки кількість усіх колективних засобів розміщення курорту Залізний порт збільшилася на 10 од., а це 9%.

За три роки одноразова місткість усіх колективних засобів розміщення курорту Залізний порт зросла на 4,5% або на 1612 місць. Це пов'язано з тим, що добудовуються корпуси підвищеної комфортності до об'єктів санаторно-курортного комплексу, що вже є, що дозволяє новим готелям проходити класифікацію і отримувати зірки.

Таблиця 2.2

Колективні засоби розміщення санітарно-курортної сфери курорту  
Залізний порт

Показник	2018	2019	2020	2020 до
				2018. р, ±
Число засобів розміщення в організованому секторі, од.	120	115	120	0
у тому числі 4–5 зірок	0	0	0	0
3 зірки	4	4	5	1
у тому числі сезонних	10	13	14	4
інших	85	88	89	4
у тому числі сезонних	81	76	77	-4
у тому числі дитячих оздоровчих таборів	4	4	5	1
Кемпінги	5	5	6	1
Кількість ліжко-місць в організованому секторі, од.	25890	26700	28900	3010
Кількість місць у кемпінгах, од.	809	1200	1850	1041
Кількість квартироздавальників, міні-готелів, од.	2500	2790	2870	370
Кількість ліжко-місць у неорганізованому секторі, од.	22119	23450	23509	1390
Кількість туристів, тис. чол.	1890	1830	1902	12

З даних таблиці 2.3 можна дійти невтішного висновку, що супутня інфраструктура санітарно-курортної сфери курорту Залізний порт розвинена недостатньо, хоча є й ряд позитивних моментів.

Таблиця 2.3

### Пляжна інфраструктура санітарно-курортної сфери курорту Залізний порт

Показник	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2020 / 2018 рр., ±
Кількість аквапарків, океанаріумів, дельфінарієв, од	2	2	2	-
Кількість парків розваг, од	2	2	3	1
Протяжність організованих пляжів, км	4	4	4	-
Кількість використовуваних родовищ мінеральної води зовнішнього застосування, од.	1	1	1	-
Кількість відвідуваних об'єктів турпоказу, од.	15	15	15	-

Санаторно-курортний комплекс – базова галузь курорту Залізний порт, яка має визначальний вплив на динаміку розвитку економіки міста.

На узбережжі Залізного порту щороку проводиться різні фестивалі та інші івент-заходи. [66]

## 2.3 Аналіз та оцінка перспективості розвитку

За результатами проведеного дослідження розвитку санаторно-курортного комплексу можна дійти невтішного висновку, що курорт Залізний порт має потужний потенціал випереджувального розвитку, визначальний можливості зростання його внеску у туристичний потенціал України.

Якщо відсортувати курорти України за рейтингом, що визначається на основі оцінок мандрівників, буде показано рейтинг найкращих курортів на основі оцінок туристів.

Проведемо оцінку становища позицій міста-курорту Залізний порт на загальноукраїнському та регіональному рівні.

У таблиці 2.4 представлено рейтинг пляжних курортів України у 2020 році.

Таблиця 2.4

Рейтинг пляжних курортів України у 2020

Курорт	Рейтинг
Одеса	1
Арабатська стрілка	2
Кирилівка	3
Геничеськ	4
Бердянськ	5
Затока	6
Залізний порт	7
Скадовськ	8
Коблево	9
Каролино-Бугаз	10

Таким чином, з даних таблиці 2.4 можна дійти невтішного висновку, що у рейтингу пляжних курортів Залізний порт посідає 7-е місце. [69]

Рейтинг цього міста-курорту Залізний порт значно зріс за останні роки.

У таблиці 2.5 представлений рейтинг готелів міста-курорту Залізний порт у 2020 році.

Рейтинг готелів міста-курорту Залізний порт очолює Пансіонат “Адмірал”. У 2020-2021 роках в Залізному порту завершено реалізацію відразу кількох великих об'єктів туристичної індустрії.



Рейтинг готелів міста-курорту Залізний порт (за кількістю позитивних відгуків)

Позиція	Готель	Рейтинг (кількість позитивних відгуків)
1	Пансіонат “Адмірал”	2940
2	Пансіонат “Дашенька”	2298
3	База відпочинку “Ангеліна”	2101
4	Садиба “Вілена”	2010
5	Готель “Атлант”	1950
6	Готель “Passat”	1933
7	Готель “Арлекіно”	1840
8	Вілла “Віолета”	1822
9	Пансіонат “Paradise”	1802
10	Пансіонат “Арбуз”	1746
11	Готель “Лайм”	1712
12	Готель “Adagio”	1670
13	База відпочинку “Тавричанка”	1502
14	Пансіонат “Біла акула”	1322
15	Пансіонат “Montana”	1202
16	Пансіонат “У Віктора”	1190
17	Пансіонат “Жар птиця”	1008
18	Готель “Морський пегас”	824
19	Готель “Мікадо”	819
20	Пансіонат “Екватор”	508
21	Пансіонат “Арабіка”	491

У таблиці 2.6 представлений рейтинг пляжних курортів України у 2020 році

У рейтингу пляжних курортів України місто-курорт Залізний порт займає 4-е місце за комфортністю пляжного відпочинку. Перше місце посідає місто пляж Аркадія в Одесі, Залізний порт займає третє місце за комфортністю пляжів.

Рейтинг пляжних курортів України (за комфортністю пляжного відпочинку) у 2020 році

Позиція	Курорт	Рейтинг
1	Аркадія (Одеса)	11900
2	Чорноморськ	7 200
3	Залізний порт	6700
4	Коблево	5 209
5	Кирилівка	4 112
6	Бердянськ	2 500
7	Геничеськ	1 709
8	Кароліно-Бугаз	1 609
9	Скадовськ	1 123
10	Затока	705
11	Арабатська стрілка	723

Поряд із низькою якістю інфраструктури розміщення, залишає бажати кращого розвиток загальносистемної інфраструктури. Ігнорування агломераційних процесів на муніципальному рівні призводить до безсистемної забудови території без урахування інтересів сусідніх муніципальних утворень, нерозвиненості транспортно-логістичної та інженерної інфраструктури, що не дозволяє акумулювати ресурси для вирішення наростаючих екологічних проблем у регіоні.

Серйозну загрозу екологічної безпеки Херсонського регіону представляє стрімке збільшення кількості транспорту в містах-курортах і районах, що безпосередньо межують з ними.

У зв'язку з цим спостерігається перевищення гранично допустимих концентрацій деяких забруднених речовин в атмосфері в 100 разів. Розвиток курорту Залізний порт гальмує недостатньо розвинена індустрія розваг, мала кількість дитячих розважальних парків та інших закладів дозвілля; неготовність туристичних компаній реалізовувати екскурсійні програми іноземними мовами; відсутність державного контролю за діяльністю екскурсиводів, гідів-перекладачів та інструкторів-провідників.

Через відсутність адекватного фінансування на цілі реконструкції та утримання, багато туристичних об'єктів перебувають у напівзруйнованому стані та за якістю відстають від європейських курортів порівнянної категорії.

Оскільки об'єкти громадської туристичної інфраструктури є найважливішим елементом відпочинку в регіоні курорту Залізний порт, необхідно вжити заходів щодо їх термінової реставрації.

Серйозною проблемою є незадовільний стан об'єктів культурної спадщини. Серед інфраструктурних обмежень можна назвати відсутність належного інформування потенційних туристів про ситуацію на курортах, недостатня інтенсивність централізованого просування курорту Залізний порт.

Стримуючим чинником розвитку курортів є нерозвиненість регіонального співробітництва. Однією з причин зниження конкурентоспроможності курорту є відсутність комплексної моделі управління регіоном, що забезпечує розмежування прав, обов'язків та відповідальності національних та регіональних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, що гальмує вирішення майнових, природоохоронних та інших питань комплексного розвитку регіону.

У регіоні є реальні перспективи розвитку сучасної курортної індустрії, що відповідає міжнародному рівню, для організації відпочинку та лікування з використанням мінеральних вод (сірководневі, крем'янисті, йодобромні та ін), лікувальних грязей, біокліматичних ресурсів, сольових.

Але цей потенціал регіону в даний час використовується не досить ефективно. Зняття інфраструктурних обмежень у туристично-рекреаційній сфері регіону курорту Залізний порт можливе в рамках комплексної роботи з кількох напрямків.

Необхідно прийняття типових національних стандартів обслуговування у засобах розміщення, які фіксують функціональні обов'язки та встановлюють правила виконання конкретної роботи всім категоріям персоналу.

При цьому керівникам санаторно-курортних та готельних установ необхідно особливу увагу приділяти питанням сервісу та гостинності за допомогою впровадження у своїй діяльності сучасних загальносвітових стандартів оцінки ефективності менеджменту та сервісу, систематичного навчання персоналу передовим методикам роботи.

На загальнодержавному рівні потрібно проводити найбільш масштабну рекламу українських курортів як у країні, і за межами, що підвищить проінформованість потенційних туристів і суб'єктів туристичної промисловості про можливості.

Просування туристичного потенціалу регіону сприятиме й більш активне використання ресурсів інформаційно-телекомунікаційної мережі «Інтернет», оскільки вже сьогодні значна кількість людей для отримання інформації про регіон звертається саме до цього ресурсу.

Багато інфраструктурних обмежень обумовлені наявністю інституційних пасток, причина яких полягає у відсутності чіткого розподілу повноважень між національними, регіональними органами влади, органами місцевого самоврядування з розвитку регіону, а також неефективністю взаємодії влади та бізнесу. [73]

Вирішення проблеми може бути частково забезпечене за рахунок ширшого використання такого інструменту, як державно-приватне партнерство у туризмі, шляхом:

- 1) кооперації, яка передбачає рівні частки участі у прибутках, управлінні, солідарну відповідальність настання ризиків та прийняття рішень;
- 2) залучення державою бізнес-структур як професійних керуючих компаній;
- 3) створення асоціацій для вирішення конкретних цілей (наприклад, просування туристичної дестинації курорту Залізний порт);
- 4) концесії (передачі об'єктів державної власності комерційним структурам за договором концесії у тимчасове користування).

## **Висновок до другого розділу**

Місто-курорт Залізний порт має розвинену інфраструктуру, сучасні засоби розміщення, широкий спектр послуг пляжного відпочинку. А головне має великий попит у відпочиваючих як усередині регіону, так і на загальноукраїнському ринку.

А для того, щоб завоювати світовий успіх, у нього є величезні перспективи. Тому розділ 3 присвячено проекту розвитку локальної дестинації курорту Залізний порт та розвитку пляжного туризму.

## РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТНІ ПАРАМЕТРИ ЛОКАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ «ЗАЛІЗНИЙ ПОРТ»

### 3.1 Загальна Концепція розвитку

Створення туристичних дестинацій спрямоване на стимулювання регіональних процесів кооперації виробників місцевого турпродукту та розвитку державно-приватного партнерства, які підвищують ефективність ведення бізнесу у сфері екотуризму, тим самим роблячи цю сферу привабливішою для підприємництва. Розвиток бізнесу у сфері пляжного та екотуризму має важливе соціальне значення з погляду створення нових робочих місць та підвищення доходів місцевого населення у віддалених регіонах.

Разом з тим пляжний та екотуризм сприяє збереженню природного середовища та культурних ландшафтів, оскільки вони стають базовим фактором виробництва екотуристичного продукту та набувають високої суспільної цінності [45, с.58].

У дестинаціях пляжного та екотуризму конкурентоспроможними стають традиційні форми природокористування. Отже, у місцях формування пляжних та екотуристичних кластерів створюються природні ринкові механізми сталого розвитку регіонів. Це дуже важливо для підтримки сприятливого екологічного стану природних комплексів та збереження біорізноманіття.

Природно-екологічний потенціал сконцентрований у межах природоохоронних територій, пов'язаних між собою лісовими та водними екологічними коридорами, що становлять екологічний каркас території.

Туристичні дестинації, де кластери найчастіше примикають до природоохоронних територій, створюють точкові буферні зони між цінними природними комплексами та ареалами інтенсивного сільського господарства та інших екологічно недружніх галузей економіки. Отже, створення мережі дестинацій пляжного та екологічного туризму виконує як функції

економічного розвитку регіонів та робить свій внесок у підтримку існуючої екологічної рівноваги з їхньої території.

Туристична дестинація “Залізний порт” визначена межами Голопристанського району Херсонської області, є метою туристичних курортних та екологічних подорожей, має інфраструктуру для розміщення, харчування, розваг, пізнавальної та оздоровчої діяльності, є суб'єктом конкуренції на ринку туризму та стратегічним об'єктом підприємництва. [44]

Основними цілями створення проекту туристичної дестинації є:

- підвищення ефективності використання туристичного потенціалу Голопристанського району;

- збереження традиційного соціокультурного середовища та підвищення його економічної цінності шляхом стимулювання туристичної активності місцевого населення;

- збереження культурної спадщини Голопристанського району та його активне залучення до туристичного використання;

- збереження природного ландшафту, біологічної різноманітності флори та фауни Херсонської області в ході його використання з метою організованого туризму;

- створення умов реалізації інвестиційних проектів, забезпечення припливу інвестицій та створення нових робочих місць;

- збільшення податкових надходжень від місцевого турпродукту;

- підвищення добробуту та забезпечення комфортного середовища проживання мешканців району.

Стійкий розвиток туристичної дестинації має базуватися на узгодженій, довгостроковій співпраці всіх її суб'єктів у досягненні виробленим спільно баченням, стратегічних цілей та завдань розвитку дестинації. У цьому і є призначення цього проекту.

## 3.2 Розробка проекту та його параметри

Процес розробки проекту передбачає:

- формування бачення та стратегічних цілей розвитку туристичної дестинації до 2025 року:

- розробка Стратегії управління та плану розвитку туристичної дестинації до 2028 року.

Уточнення різних аспектів стратегії проходить у рамках індивідуальних консультацій експерта проекту зі стратегічного планування із представниками дестинації.

Попередньо деякі представники дестинації пройшли навчання на тренінгу з міжнародним експертом, а також вивчили практичні приклади реалізації стратегій дестинацій у Західних країнах Європи [24].

Основні особливості соціально-економічного стану регіону, що впливають на стратегію розвитку дестинації:

- недостатня розвиненість пропозиції послуг розміщення обмежує можливості зростання туристичних потоків;

- короткочасний «транзитний» варіант відвідування дестинації абсолютною більшістю туристів та екскурсантів, що суттєво знижує економічний ефект від розвитку туризму.

Експерти дестинації визначили такі пріоритетні напрямки розвитку економічних активів та інфраструктури:

- збільшення можливостей розосередженого розміщення та харчування, що сприятиме рівномірному розвитку дестинації;

- цільовими сегментами дестинації будуть громадяни України, Молдови, Румунії, Польщі, Венгрії та інших країн ЄС;

- надзвичайно важливо створити стійкий річний календар розважальних подій, який дозволить здійснити ефективний прогрес дестинації.



Кластер дестинації “Залізний порт” можна віднести до типу «кластер, що зароджується» (emerging cluster). У ньому є критична маса потенційних учасників, але взаємодія, комунікації між ними та кооперація потребують системного підходу для підвищення ефективності.

На початковому етапі розвитку кластера провідна роль місцевих органів влади у ньому збережеться. За їх безпосередньої участі здійснюватиметься діяльність з управління та маркетингу у кластері.

У процесі розвитку та в міру залучення до кластеру нових гравців туристичного ринку (господарі садиб, фермери, музеї, центр ремесел, турфірми тощо) та за умови здатності до створення єдиної команди у кластері може взяти гору новий підхід – кооперативний.

В результаті цього підходу буде сформовано партнерські відносини, і місцеві органи влади стануть одними з учасників кластера, передавши ініціативу управління ініціативній групі кластера. Ця територія має певний потенціал, який вимагає осмислення, оцінки та особливої подачі.

Аналіз «туристичного споживчого ланцюжка» демонструє наявність усіх необхідних ланок у дестинації.

Тут є пансіонати, готелі, бази відпочинку, гостинні дома, садиби кафе та ресторани, туристично-інформаційний центр, туристична фірма та ін. Перелічені суб'єкти господарювання можуть забезпечити формування та просування турпродукту у дестинації. Проте перелічені суб'єкти розміщені не рівномірно і зосереджені головним чином на курорті “Залізний порт”.

Для розвитку дестинації потрібне деяке «вирівнювання» інфраструктури. У цій дестинації зараз немає структури, яка б забезпечувала управління кластером.

Основним напрямом зміцнення потенціалу державно-приватного партнерства у дестинації є створення органу управління дестинацією у вигляді громадської ради, громадської організації чи комерційної структури. Найбільш перспективним варіантом є створення органу управління у вигляді

громадської організації у зв'язку з можливістю бути реципієнтом безповоротної фінансової допомоги.

У процесі роботи з розробки Проекту було вироблено такі пріоритети у сфері управління дестинацією та приватно-державного партнерства: посилення комунікації у вигляді створення керуючого дестинацією органу; розширення партнерства дестинації у вигляді залучення нових учасників.

На даний момент розвиток туризму на території Херсонської області є одним із пріоритетних напрямків і згідно з офіційним порталом уряду Херсонської області є один найбільш важливий напрямок розвитку туризму: розвиток в'їзного і внутрішнього туризму [12, с.36].

Також у документі зазначено, що основними завданнями у сфері розвитку туризму в Херсонській області є:

- 1) реалізація права громадян на відпочинок, свободу пересування та інших прав при здійсненні подорожей;
- 2) збільшення припливу туристів шляхом формування уявлення про Херсонську область як про об'єкт України, сприятливий для туризму;
- 3) створення розвиненої інфраструктури, що забезпечує потреби громадян під час подорожей;
- 4) створення нових робочих місць;
- 5) охорона навколишнього середовища, збереження туристичних ресурсів, раціональне використання природної та культурної спадщини.

Розглядаючи особливості просування туризму в Херсонській області, потрібно коротко дати уявлення про управління цією сферою.

Державна підтримка розвитку туризму здійснюється у таких формах:

- фінансова підтримка: здійснюється шляхом фінансування за рахунок коштів обласного бюджету державних програм Херсонської області, спрямованих на розвиток туризму;

- інформаційна підтримка. З метою надання інформаційної підтримки розвитку туризму на офіційному сайті Уряду Херсонської області в інформаційно-телекомунікаційній мережі "Інтернет" розміщується така

інформація: про реалізацію нормативних правових актів Херсонської області, спрямованих на розвиток туризму; про форми, види та порядок надання державної підтримки розвитку туризму; інша інформація про заходи у сфері туризму, що проводяться у Херсонській області.

Можна сміливо сказати, що просування туризму біля Херсонської області відбувається таким чином (рисунок 3.1)



Рис. 3.1. Просування туристичної дестинації в Херсонській області

Як можна побачити на рисунку 3.1, просуванням туризму Херсонської області займаються такі суб'єкти туристичної індустрії:

1. Органи державної влади встановлюють правила, вимоги, регулюють відносини між учасниками туристичної галузі та займаються створенням можливостей для розвитку туризму на території, займаються участю у міжнародних туристичних заходах;

2. Агентство з розвитку туризму займається просуванням Херсонської області та взаємодією з учасниками туристичного ринку;

3. Приватні комерційні організації та інші учасники займаються просуванням власних туристичних послуг або турпродуктів, підкоряючись вимогам та правилам, встановленим органами державної влади.

Основні висновки аналізу споживачів туристичних продуктів:

Найбільшою тривалістю перебування у поєднанні з високим рівнем лояльності є такі сегменти:

- сімейні туристи;
- туристи України;
- туристи з країн ближнього та дальнього зарубіжжя.

Сегмент організованих, екскурсійних туристів, які відвідують DESTИНАЦІЮ транзитом, становлять переважно громадяни України. У зв'язку з цим є доцільним проведення широкої інформаційної кампанії, спрямованої на даний сегмент, з метою збільшення індивідуальних та сімейних туристів - громадян України. Точкою проведення цієї кампанії може стати місто-курорт “Залізний порт” та його основні пляжні об'єкти, які є цільовими об'єктами переважної частини даного сегменту.

У рамках проекту DESTИНАЦІЇ визначено основні види туристичних пропозицій, які формують єдиний турпродукт.

Основними видами турпропозицій у туристичній DESTИНАЦІЇ є:

- пляжний туризм;
- екскурсійний туризм;
- пізнавальний туризм;
- індивідуальний туризм;
- відпочинок у сільській місцевості (уникнення міської суєти та сімейний відпочинок);
- активний самодіяльний відпочинок (водний туризм, велотуризм та рибалка).

Експерти DESTИНАЦІЇ охарактеризували основні турпродукти за рівнем їхньої відповідності розвитку інфраструктури та наявності необхідних передумов для успішного розвитку.

Екскурсійний туризм (пізнавальний транзитний туризм):

- нестача чи відсутність візуального матеріалу та інформації;
- недостатня якість та асортимент послуг проживання та харчування;
- недостатня включеність території до маршрутів;

- мала включеність у турмаршрути місцевостей поза “Залізним портом”;
- слабе використання подійного розвитку дестинації.

Індивідуальний туризм:

- відсутність інформації про послуги та місцевість, а також відсутність вказівників на дорогах;
- відсутність пункту живлення відповідної якості;
- відсутність місць проживання;
- відсутність транспорту на місці – проїзд до місця та назад тільки на міжміському автобусі, відсутність таксі;
- відсутність послуг прокату.

Відпочинок у сільській місцевості (відхід від міської метушні та сімейний відпочинок):

- відсутність транспорту;
- недостатня інформація про послуги;
- недостатня кількість місць проживання;
- недостатня якість живлення.

Активний самодіяльний відпочинок (водний туризм, риболовля та велосипедний туризм):

- недостатньо інформації вздовж берега моря;
- недостатня кількість місць розміщення та харчування;
- відсутність Інтернету;
- неефективність громадського транспорту;
- низька якість доріг;
- недостатня кількість велосипедів та інших засобів активного туризму;
- відсутність велодоріжок;
- відсутнє післяпродажне обслуговування.

Основні висновки аналізу туристичних пропозицій:

Узагальнюючи, слід зазначити нерозвиненість інфраструктури, що притаманно всім туристичним пропозиціям. Також суттєвим недоліком є відсутність інформації про туристичні пропозиції як у “Залізному порту”, так

і в місцях реалізації послуг на всій території дестинації. Нерозвинений подійний маркетинг та післяпродажне обслуговування клієнтів, що перешкоджає зміцненню лояльності відвідувачів. Зазначені недоліки можуть бути ліквідовані в рамках реалізації Проекту, проте умовою для розвитку інфраструктури є залучення зовнішніх інвестицій, в чому провідну роль повинна відіграти місцева влада [14, с.55].

#### Бачення розвитку туристичної дестинації

Бачення - це бажаний образ дестинації внаслідок реалізації цієї Стратегії до 2025 року. (див.Додаток)

“Залізний порт” є стійкою туристичною дестинацією, що поєднує красу природи, моря. Велика кількість відвідувачів щороку зупиняються у дестинації.

Під час відвідування дестинації туристам пропонується комплексний, різнобічний тур-продукт. Суб'єкти дестинації діють як єдиний організм, координуючи свої дії та допомагаючи один одному. Про кожну послугу можна дізнатися, перебуваючи у будь-якій точці дестинації. Таким чином, вони створюють ту додану вартість, джерелом якої є співпраця та взаємодія усередині кластера.

Культурна спадщина кластера збережена, а де необхідно – відновлено. Усі суб'єкти дестинації мають достатній обсяг знань, щоб індивідуально провести екскурсію дестинацією, і таким чином взаємозамінні в різних ситуаціях, а також формують загальну атмосферу в дестинації.

Природно-ландшафтний потенціал дестинації є одним із важливих переваг. Інвестиції, залучені в дестинацію, дозволили зберегти природу та використовувати її красу для створення глибоких вражень у туристів. Відвідувач дестинації може розраховувати на здорове харчування продуктами, виробленими в дестинації. Водні та велосипедні маршрути дозволяють, з одного боку, досягти рекреаційного ефекту, з іншого, пізнати історію “Залізного порту” та його регіону [16].

Інформаційна інфраструктура та просування дестинації здійснюються у багатомовному режимі. Сайт дестинації постійно оновлюється, інформуючи потенційних туристів про нові послуги, можливості та події у дестинації. Інформаційні щити та покажчики не дадуть заблукати, а дороги не є перешкодою для гарного відпочинку.

Стратегічними цілями розвитку дестинації “Залізний порт” до 2025 року є:

А. Створення та вдосконалення системи управління дестинацією та інформування відвідувачів та потенційних споживачів турпродукту дестинації;

Б. Забезпечення припливу додаткових коштів у дестинацію в розвитку інфраструктури;

В. Збільшення кількості розосереджених колективних засобів розміщення у дестинації.

Відповідно до певних стратегічних цілей було сформульовано завдання, вирішення яких призведе до необхідних результатів:

Для реалізації мети А:

- створення керуючого органу дестинації як громадського об'єднання;
- створення багатомовного сайту дестинації, розробка та публікація багатомовних інформаційних матеріалів, створення груп у соціальних мережах тощо [22].

Для реалізації мети Б:

- збільшення кількості відвідувачів;
- збільшення обороту від обслуговування туристів до 10 млн. доларів США на рік;
- залучення зовнішніх інвестицій із приватних та позабюджетних джерел до 500 тисяч доларів на рік.

Для реалізації мети В:

- Збільшення місткості засобів розміщення.

Ключові споживачі

Ключовими сегментами споживачів, за рахунок яких відбуватиметься збільшення кількості розміщених у дестинації туристів, є:

- громадяни України: сімейні туристи та туристи з центральних, східних та західних областей країни;

- групові, сімейні та індивідуальні туристи з країн ЄС;

Обсяг потенційного обороту галузі розраховувався виходячи з показника середніх витрат відвідувача дестинації, які становлять 50 доларів на добу. Виходячи з даного показника, можна прогнозувати досягнення обороту в 10 млн. доларів США на рік.

Туристичні потреби ключових груп відвідувачів дестинації:

- потреба у відпочинку на березі моря, природі, далеко від міської метушні, разом із сім'єю;
- потреба у відвідуванні об'єктів зеленого туризму, історичних місць;
- потреба в активному (водному, велосипедному та кінному) туризмі.

Туристичні продукти

У дестинації домінують два тематичні турпродукти: пляжно-курортний та активний відпочинок (водний, велосипедний та кінний). У стратегічній перспективі необхідно надати послугам курортно-пляжного та активного туризму змістовну складову, пов'язану з сільським (зеленим) та пізнавальним туризмом. Таким чином, буде створено цілісну атмосферу, узгоджену з брендом дестинації. Також доцільно виділити з активного туризму продукт під назвою «Сімейний відпочинок на природі» для сімейного сегменту [28, с.57].

Туризм активного відпочинку

Основним елементом даного турпродукту є зелений маршрут.

Додатково до цього маршруту пропонуються послуги з навчання їзди на конях, полювання та риболовлі. Також у розпорядженні є гужовий віз, можлива оренда спорядження, велосипедів та байдарок.

В результаті реалізації цього турпродукту турист отримує такі нематеріальні цінності у вигляді знань, умінь та вражень:



- знайомиться із природним багатством та красою ландшафтів регіону;
- отримує навички переміщення на байдарках, конях та велосипедах;
- знаходиться на екологічно чистій території та споживає екологічно чисту продукцію;

- знайомиться з народними промислами та ремеслами;
- знайомиться зі спадщиною Херсонщини;
- бере участь у заходах.

#### Сімейний відпочинок на природі

Незважаючи на те, що цей турпродукт не був явно представлений досі у DESTИНАЦІЇ, доцільно його виділення у зв'язку з обслуговуванням перспективного лояльного сегменту. Базою для цього продукту були б ті ж пансіонати, агросадиби, що й для активного туризму. Специфікою даного турпродукту мають бути ширші можливості для дозвілля дітей, спеціальні програми для дітей, знижки для дітей тощо [50].

#### Просування туристичної DESTИНАЦІЇ

Просування туристичної DESTИНАЦІЇ здійснюватиметься з використанням унікальних образів, логотипів, слоганів, за допомогою подійного маркетингу, інтернет-просування та дистрибуції багатомовних інформаційних матеріалів. Вибрані інструменти є достатньо ефективними і не вимагають великих капіталовкладень.

Логотип DESTИНАЦІЇ буде розроблено у рамках першого етапу реалізації Проекту.

#### Цілями просування DESTИНАЦІЇ є:

- формування впізнаваності DESTИНАЦІЇ;
- збільшення туристичного потоку, що розміщується в DESTИНАЦІЇ;
- формування цілісного образу DESTИНАЦІЇ.

#### Інструментами просування DESTИНАЦІЇ є:

- подієвий маркетинг: за допомогою залучення креативних виконавців, DESTИНАЦІЯ планує досягти до кінця періоду планування показника 20 високоякісних подій на рік;

- інтернет-просування DESTИНАЦІЇ: створення багатомовного веб-сайту «Залізний Порт», створення подій у соціальних мережах;
- дистрибуція багатомовних інформаційних матеріалів у вигляді буклетів, інформаційних листівок, бюлетенів, візиток тощо;
- встановлення стаціонарних багатомовних інформаційних щитів та покажчиків.

Відповідно до обраних перспективних сегментів, особлива увага буде звернена на створення та розповсюдження матеріалів українською та англійською мовами.

Залучення інвестицій є одним із стратегічних цілей розвитку DESTИНАЦІЇ. Передбачається залучення інвестицій із зовнішніх та внутрішніх джерел, приватних та державних коштів.

Інвестиції в інфраструктуру традиційно забезпечують органи влади, оскільки вони мають бути найбільш зацікавлені у розвитку території за рахунок туризму [14, с.50].

Інфраструктура є вихідним базисом, який дозволить розвиватися суб'єктам господарювання, пансіонатам, базам відпочинку та громадським організаціям. Поняття «інфраструктура» також охоплює сегмент стаціонарних інструментів просування та інформування, тобто багатомовні інформаційні щити, покажчики тощо.

Джерелом залучення зовнішніх інвестицій у DESTИНАЦІЮ можуть бути такі категорії:

- власники бізнесів, які бажають розширювати свій бізнес на території DESTИНАЦІЇ;
- міжнародні програми технічної допомоги та співробітництва.

Внутрішні інвестиції здійснюються із бюджетних коштів. Таке взаємодоповнення є реалізацією державно-приватного партнерства.

Значення «третього сектора» – громадських організацій – особливо проявляється у міжнародних програмах співробітництва та технічної допомоги.

## Захист екосистеми і культурної спадщини

З метою захисту екосистеми та спадщини та з урахуванням пріоритетів розвитку основного туристичного продукту дестинація концентруватиме свої зусилля у таких напрямках:

- облаштування доступних, безпечних та упорядкованих у санітарно-гігієнічному відношенні акваторії моря для далеких водно-транспортних прогулянок, а також об'єктів навколоводного відпочинку;

- облаштування доступних, безпечних та упорядкованих у санітарно-гігієнічному відношенні ландшафтно-привабливих маршрутів для далеких пішохідних та велосипедних прогулянок («Зелених маршрутів»);

- визначення доступних та безпечних місць попутного збирання ягід, грибів, лікарських, декоративних рослин, природних сувенірів на маршрутах пішохідних та велосипедних прогулянок, трасах воднотранспортних прогулянок;

- маркування біля туристично значимих об'єктів, розміщення докладних інформаційних стендів на особливо охоронюваних природних територіях;

- облаштування доступних територій паркування та розвороту автобуса, автомашин, велосипедів, швартування плавзасобів;

- облаштування доступних територій тимчасового відпочинку та розміщення наметового табору;

- облаштування доступних територій для рухомого відпочинку (теніс, волейбол, футбол, бадмінтон тощо) з наявністю санітарно-гігієнічної інфраструктури;

- формування екологічної культури мешканців району[26].

У рамках плану реалізації заходів Проекту стратегії до 2025 року передбачено проведення інвентаризації культурної та природної спадщини. Паспорти природних об'єктів будуть оновлені, а також передбачені заходи щодо їх збереження та, якщо необхідно, відновлення. Відповідальність за проведення цих заходів покладено на керуючий орган дестинації, який у співпраці з владою району реалізує це завдання.

## Управління туристською дестинацією

Управління дестинацією покладається на створюване Громадське об'єднання «Залізний Порт». Членами даного громадського об'єднання стануть усі члени ініціативної групи зі створення дестинації, і навіть найактивніші суб'єкти дестинації, досі не представлені у дестинації формальним чином.

Основними принципами співробітництва є відкритість та довіра. Метою громадського об'єднання, що створюється, має бути розвиток дестинації «Залізний Порт». Завдання та план найближчих дій громадського об'єднання багато в чому схожі на завдання, визначені в цьому Проекті Стратегії.

На першому етапі основним завданням, яке має вирішити громадське об'єднання після свого створення, є прийняття цієї стратегії як керівного документа органами районної представницької та виконавчої влади в дестинації.

Громадське об'єднання створює власну раду та виконавчий орган за принципом паритету представництва всіх зацікавлених сторін, а зокрема трьох основних секторів: держави, приватного бізнесу та громадських організацій. Співробітництво та взаємодія всередині організації здійснюється на основі статуту, описаного в ньому порядку та процедур.

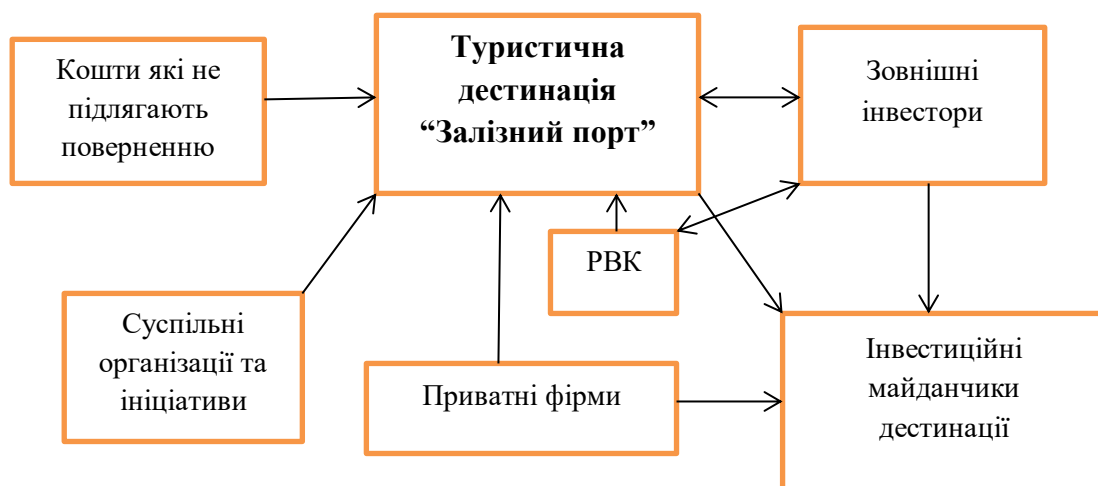


Рис. 3.2. Управління туристичною дестинацією «Залізний порт»

Реалізація Проекту стратегії розвитку туристичної дестинації пов'язана з ризиками, які можуть перешкоджати досягненню бажаних результатів. Тому велике значення для успішної реалізації Стратегії має прогнозування можливих ризиків та формування системи заходів щодо їх запобігання. [28]

В рамках реалізації цієї стратегії можуть бути виділені такі ризики її реалізації:

Адміністративні ризики, пов'язані з неефективним управлінням туристичною дестинацією, низькою ефективністю взаємодії зацікавлених сторін, невиконанням закладених у стратегії заходів, недосягненням цілей стратегії.

Успіх розвитку та просування дестинації нині залежить від ентузіазму учасників та лідерів процесу кластероутворення. Для зниження ризиків формування стійкої дестинації необхідне створення ефективної управлінської структури, яка б, з одного боку, підтримувалась місцевою спільнотою, а з іншого, консолідувала інтереси цієї спільноти у сфері розвитку туристичного бізнесу та пляжного туризму.

Для мінімізації впливу адміністративних ризиків у рамках реалізації Стратегії планується створення Громадського об'єднання «Залізний Порт», основною метою діяльності якого буде мобілізація зусиль для вирішення стратегічних завдань розвитку екотуризму в регіоні: організація регулярних спільних зустрічей органів влади та суб'єктів екотуризму щодо обговорення проблем та шляхів їх вирішення.

Фінансові ризики, пов'язані з відсутністю сталого джерела фінансування сфери туризму, що може спричинити недофінансування, скорочення чи припинення запланованих заходів.

Способами обмеження фінансових ризиків є заходи щодо залучення інвестицій на розвиток сфери екотуризму з різноманітних джерел, зокрема здійснення консультативної та освітньої підтримки суб'єктів пляжного та екотуризму з питань залучення коштів та грантів.

Екологічні ризики, пов'язані з виникненням негативних змін у навколишньому природному середовищі внаслідок негативного впливу на довкілля туристичних потоків, що зросли.

Стратегія передбачає комплекс заходів щодо захисту екосистеми та культурної спадщини, у тому числі за допомогою заходів забезпечення контролю та своєчасного прибирання місць концентрації туристів.

Кадрові ризики, зумовлені дефіцитом кваліфікованих працівників у сфері туризму, що знижує ефективність функціонування організацій туристичної індустрії та якість послуг, що надаються ними [44, с.52].

Зниження впливу цієї групи ризиків передбачається у вигляді проведення навчальних курсів для фахівців сфери туризму та власників агросадиб, організації обміну досвідом.

Правові ризики, пов'язані із зміною законодавства, що регулює діяльність у сфері пляжного та зеленого туризму. Скасування пільгового режиму для агроекосадиб може призвести до суттєвого збільшення запланованих строків або зміни умов реалізації заходів Стратегії.

Геополітичні ризики. На розвиток сфери туризму, як внутрішнього так і в'їзного, дуже впливає політична ситуація всередині країни і в сусідніх державах. Міжнародні економічні та політичні конфлікти, їх інтерпретація у ЗМІ призводять до формування образу України як країни несприятливої для туризму та зниження туристичного потоку.

Ослаблення впливу цієї групи ризиків передбачається у вигляді формування комплексної системи інформування туристів та створення позитивного образу туристичної дестинації як частини гостинної України.

Вдосконалення розвитку пляжно-купального туризму у місті-курорті  
Залізний порт

Управління пляжно-купальним туризмом у місті-курорті Залізний порт має свої специфічні форми, цілі, завдання та функції.

Діяльність регіональної влади в галузі управління пляжно-купальним туризмом у місті проходить у формі створення та підтримки підприємств

санаторно-курортної сфери та туризму, що забезпечують потреби в соціальному, диференційованому відпочинку, а також підтримці та контролі роботи діючих приватних підприємств, вид діяльності яких пов'язаний з в'їзним туризмом [27, с.94].

Для вдосконалення розвитку пляжно-купального туризму у місті-курорті Залізний порт можна рекомендувати комплекс заходів з метою підвищення результативності бюджетних видатків на сферу курортології та туризму.

Незважаючи на позитивні результати, досягнуті у розвитку пляжно-купального туризму за останні три роки, у комплексному розвитку території муніципальної освіти є низка проблем. Розвиток інфраструктури пляжів має здійснюватися пропорційно до зростання обсягу туристичних послуг, що надаються на даній території.

Регіональні інвестиції в пляжну інфраструктуру, зокрема, дороги, пляжі, мережі електропостачання, водопостачання, водовідведення, засоби утилізації відходів та телекомунікації стимулюють інвестиції з боку приватного сектора у розвиток туристичного продукту.

Необхідно провести будівництво нових та реконструкцію старих морських причалів з метою відродження морського сполучення, що дозволить зробити привабливішим пляжний відпочинок.

Пляжі міста-курорту Залізний порт, як і все узбережжя загалом, відчуває значний дефіцит у забезпеченні водою. Проблема водопостачання території у необхідному обсязі може бути вирішена шляхом розвитку водозбору та проведення реконструкції цього об'єкта.

Потрібно продовжувати щорічне оновлення пляжів міста. Досипання піску та дрібної гальки необхідне, оскільки природний берег кам'янистий. Крім того, необхідно зупинити незаконний відбір гальки з узбережжя, яке ведеться під виглядом благоустрою території.

Реалізація перерахованих вище заходів сприятиме впровадженню системи, що дозволяє розвивати пляжно-купальний відпочинок у місті-курорті Залізний порт, а також відстежувати зміни в туристичному комплексі [24].

Зараз ця курортна зона позиціонується як місце відпочинку та розваг, а про курортну медицину зовсім забули. І сьогодні курорт має величезний потенціал різних лікувальних факторів.

Головною проблемою санаторно-курортної галузі міста є те, що курортне лікування не просувається на туристському ринку. Лікувальні санаторно-курортні установи не використовують дієві засоби реклами, а Управління курортами та туризмом не бере участі у цьому процесі.

Сучасні медичні комплекси та дороге обладнання простоює, оскільки керівництво лікувальних закладів не вміє красиво «упакувати», прорекламувати цільову аудиторію та доступно представити весь спектр своїх медичних послуг на туристичному ринку.

Деякі санаторно-курортні установи самі розробляють ноу-хау у підході до лікування та оздоровлення своїх гостей.

Важливою складовою у просуванні курортних послуг має стати державний контроль за якістю цих послуг. Необхідний єдиний загальноукраїнський реєстр платних курортно – реабілітаційних послуг, мають бути вироблені єдині параметри оцінки якості та професійної підготовки персоналу, які ці послуги надає. Державна сертифікація, ліцензування та атестація стануть тим інструментом, який допоможе всім учасникам ринку курортних послуг грати за одними правилами.

Спеціалізація регіону на обслуговуванні туристів значно впливає на економіку міста-курорту Залізний порт.

Поряд із позитивним ефектом, що надається розвитком туріндустрії в цілому, не можна не відзначити, що економічна ефективність при розвитку міжнародного туризму вища у декілька разів. На цьому етапі отримують розвиток організації, що спеціалізуються на виробництві турінвентарю, спеціального спорядження, сувенірної продукції та продуктів харчування.



Поруч із туристами, споживачами цієї продукції виступають підприємства промисловості туризму.

Для досягнення економічної ефективності недостатньо розвивати лише міжнародний туризм, не меншу увагу необхідно надавати і внутрішньому туризму. Це необхідно для того, щоб перешкодити відтоку коштів за межі держави [11].

Для найбільш повного задоволення потреб споживача та для якісного управління туристично-рекреаційною галуззю в цілому вкрай необхідна актуальна інформація, яка стосувалася б не тільки стану туристично-рекреаційних ресурсів, а й давала б уявлення про ефективність роботи зі споживачем.

Місто-курорт Залізний порт приваблює теплим морем, гарною погодою, традиційно чудовою набережною.

Курортно-туристичний комплекс – містоутворююча галузь у Залізному порту, його цілорічні здравниці готові одночасно приймати понад 30 тис. відпочиваючих. Інтерес, виявлений інвесторами до курорту, дозволив створити сучасну подобу і щорічно приймати на відпочинок понад 800 тис. осіб.

Аналіз поточного стану туристичного комплексу міста-курорту Залізний порт показав, що існуючі можливості (ресурси та природно-кліматичні умови) є перспективою для розвитку багатьох напрямів туризму: лікувального, оздоровчого, пляжно-купального, пізнавального, розважального, спортивного, ділового та ін.

Основною метою стратегії соціально-економічного розвитку міста-курорту Залізний порт на період до 2025 року є становлення міста-курорту Залізний порт популярним цілорічним курортом України, що пропонує якісний відпочинок, здатний приймати до 2 млн. туристів на рік, у тому числі іноземних.

До відкриття літньо-оздоровчого сезону щорічно за період з березня по червень готуються всі пляжні території міста-курорту Залізний порт із

встановленням душових кабін, роздягалень, тінювих навісів, спортивних майданчиків, питних бюветів та альтанок, обладнаних для куріння [30].

Однак існує зростаюча конкуренція між курортом Залізний порт та іншими курортними територіями України. Адміністрація міста та провідні підприємства санаторно-курортної сфери реально реагують на динаміку розвитку туризму в Україні та за кордоном і докладають величезних зусиль щодо розвитку регіону.

У сумарному вираженні очікуваний соціальний ефект - збільшення кількості відпочиваючих на 500 тис. чол.

Очікуваний економічний ефект - збільшення податкових надходжень від підприємств санаторно-курортного комплексу на всі рівні бюджету на 30 млн. грн.

На підставі проведеного дослідження можна зробити деякі рекомендації:

1. Необхідно активізувати роботу з підвищення якості послуг у цих районах. У той же час необхідна диверсифікація турпродукту через розвиток видів туризму, що мають ресурсний потенціал, а також нових видів туризму. Як наслідок, потрібна розробка концепцій розвитку окремих видів туризму.

Через обмеженість місць у готелях необхідно залишити ціни на рівні конкурентів і одночасно закріпити за готелями можливість безкоштовно відвідувати басейни з морською водою, аквапарки і т.д. Можливо, навіть включивши частину вартості додаткових послуг у вартість проживання.

Позиціонування курортних районів має набути планомірного та керованого характеру, у тому числі, з метою зниження конкуренції між районами.

У той самий час, це позиціонування має враховувати виявлені особливості цільових аудиторій. Наприклад, в інших районах Чорного моря виявлено високу питому вагу молодих вікових груп у загальному потоці туристів, при цьому туристична інфраструктура не враховує цієї специфіки. Отже, при виборі стратегії подальшого розвитку (інвестиційних проєктів,

планів розвитку матеріально-технічної бази та інфраструктури районів тощо) рекомендується враховувати особливості контингенту туристів.

Виявлена тенденція відвідування туристами різних районів під час своїх візитів дозволяє рекомендувати, з одного боку, розробку проекту міжрайонного турпродукту, з іншого – посилення самодостатності кожного туристичного району. Поділ районів за спеціалізацією, в черговий раз підтверджений цим дослідженням, дозволяє рекомендувати проведення робіт з розширення асортименту послуг, які пропонуються на місцях (нецільові рекреаційні заняття).

2. Слід також звернути увагу на проблеми сфери громадського харчування (різноманітність меню та прийнятність цін на харчування).

Гостро стоїть питання чистоти пляжів і моря, як наслідок – очевидна необхідність виконання робіт з благоустрою пляжів (установка контейнерів для сміття, роздягалень, туалетів та душових кабін), посилення контролю асортименту, якості та цін на послуги, що надаються на пляжах (особливо продуктів харчування). У зв'язку із заклопотаністю туристів безпекою відпочинку у Залізному порту посилити присутність представників правоохоронних органів у місцях масової присутності туристів, що сформує відчуття безпеки відпочиваючих [11].

Рекомендується звернути увагу на роботу транспорту Залізного порту (збільшення кількості маршрутів та транспортних одиниць на маршрутах).

З метою розвантаження автодоріг чорноморського узбережжя доцільно розвивати програми, пов'язані з перерозподілом туристичних потоків між курортними районами Чорноморського узбережжя.

Перерозподіл туристичних потоків може бути забезпечено розвитком спеціальних туристичних зон, пропозицією нових видів туризму, розвитком туристичної інфраструктури. Необхідно звернути увагу на недостатню розвиненість інфраструктури у місті-курорті Залізний порт: робота банків та банкоматів, побутові послуги, торгівля продуктами харчування.

Зберігаючи сучасні підходи до якості організації екскурсійного обслуговування, яку високо оцінили туристи, рекомендується розширити пропозицію екскурсійних послуг у місті-курорті Залізний порт. Необхідний розвиток індустрії розваг (розважальних комплексів, спортивних споруд та ін.) у курортних районах, зокрема така гостра потреба характерна для міста-курорту Залізний порт [26].

3. Необхідний моніторинг цін на курортах краю, розробка цінових стратегій, що враховують очікування та потреби конкретних цільових аудиторій. Активізувати діяльність з розробки, випуску та розповсюдження друкованої інформаційної продукції щодо кожного курорту.

Просування турпродукту міста-курорту Залізний порт необхідно проводити з урахуванням географії регіонів-постачальників туристів.

4. Гостро стоїть питання якісної та кількісної різноманітності пропонованих послуг з погляду освоєння невитрачених коштів туристів. Рекомендується врахувати побажання опитаних туристів щодо пропозиції затребуваних послуг та розширити асортимент цих послуг. Для чіткого з'ясування переліку послуг, на які туристи готові витратити невитрачені кошти, потрібні додаткові дослідження.

Проведення багатофакторних масштабних досліджень ступеня задоволеності туристів послугами, що надаються на курортах, має бути щорічним, проводитись у різні туристичні сезони з метою виявлення довгострокової динаміки та тенденцій, а також відстеження результативності впровадження рекомендацій та ініціатив наукових та адміністративних інститутів у сфері санаторно-курортної туристичної діяльності.

Позиціонування і просування міста-курорту Залізний порт, як центру пляжно-купального туризму, має бути збуджуючим емоції, привабливим, викликаючим довіру, простим і таким, що запам'ятовується, тобто цей бренд повинен зайняти певне місце у свідомості споживача.

Для найбільш повного задоволення потреб споживача та для якісного управління туристично-рекреаційною галуззю в цілому вкрай необхідна

актуальна інформація, яка стосувалася б не тільки стану туристично-рекреаційних ресурсів, а й давала б уявлення про ефективність роботи зі споживачем [46, с.74].

Заходи сформульовані за такими напрямками:

- Участь міста-курорту Залізний порт в найбільших іміджевих українських та міжнародних заходах (туристичні та інвестиційні виставки, ярмарки, форуми);
- організація рекламної кампанії у центральних та регіональних засобах масової інформації, спрямованої на популяризацію туристичного та інвестиційного потенціалу курорту Залізний порт;
- виготовлення та розповсюдження презентаційних матеріалів про місто-курорт Залізний порт;
- Підтримка, розвиток та просування інвестиційного сайту адміністрації міста-курорту Залізний порт.

Реалізація заходів, передбачених Програмою, дозволить отримати соціально-економічний ефект:

- зміцнити позитивний імідж курорту серед громадян України та іноземних громадян;
- збільшити кількість відпочиваючих на курорті Залізний порт;
- забезпечити зростання податкових надходжень від підприємств курортно-туристичної сфери до бюджетів усіх рівнів;
- забезпечити збільшення кількості робочих місць для працездатного населення за рахунок розширення рамок високого сезону.

Внаслідок виконання заходів Програми очікується:

- щорічний приріст кількості туристів на курорті Залізний порт не менше, ніж на 10%;
- щорічне підписання 3-х і більше угод з інвесторами;
- щорічне збільшення обсягу податкових надходжень від підприємств курортно-туристичної сфери у всі рівні бюджету не менше ніж на 5%.

Таким чином у сумарному вираженні очікуваний соціальний ефект -

збільшення кількості відпочиваючих на 500 тис. чол., Очікуваний економічний ефект - збільшення податкових надходжень від підприємств санаторно-курортного комплексу на всі рівні бюджету на 30 млн. грн.

### 3.3 Економічне обґрунтування проекту

Для оцінки привабливості туризму за проектом міста-курорту Залізний порт автором запропонована методика, заснована на розрахунку інтегрального показника ( $K_j$ ):

$$K_j = \sum_{i=1}^n b_{ij}; \quad K_j \rightarrow \max \quad (3.1)$$

де  $b_i$  - бал, який присвоюється кожному значенню показника ( $i = 1 \dots n$ );

$n$  - кількість показників;

$j$  - порядковий номер регіону. [46]

Для порівняння структури активних заходів запропоновано використовувати коефіцієнт структурних змін ( $K_c$ ), Що враховує абсолютну зміну частки заходів по галузях:

$$K_c = \left( \frac{d_{ij}}{\sum d_{ij}} - \frac{d_{ig}}{\sum d_{ig}} \right) \cdot 100\%; \quad (3.2)$$

де  $d_{ij}$ ,  $d_{ig}$  - кількість заходів по ( $i$ ) галузі відповідного ( $j$ ,  $g$ ) регіону;

$\sum d_{ij}$ ,  $\sum d_{ig}$  - загальна кількість заходів відповідного ( $j$ ,  $g$ ) регіону.

Для реалізації концепції розроблений докластерний підхід як спосіб ефективної взаємодії регіональних органів управління з бізнесом з метою забезпечення планування та регулювання туристичних потоків і ресурсів регіону. Підхід передбачає формування групи підприємств, спеціалізованих в певному секторі економіки і сконцентрованих за географічною ознакою.

Докластерний підхід використаний при розробці системи підкластера, що характеризують стан об'єктів інфраструктури активного туризму. З цією

метою визначено рейтинг популярності об'єктів харчування та розміщення, а також підприємств, що надають транспортні послуги для туристів в туристичній дестинації.

Оцінка критеріїв ефективності розвитку туризму виконана на основі методу статистичної вибірки шляхом експертного опитування туристів.

У складі пропозицій щодо вдосконалення транспортних послуг найбільшу перевагу має пропозиція в організації доставки туристів до місця призначення спеціалізованим транспортом.

До транспорту пред'являються певні вимоги: комфортні умови, культура обслуговування, його безпеку, що вимагає використання сучасних транспортних засобів і професійної підготовки обслуговуючого персоналу.

Під принципами розуміються правила, якими керуються в цілях більш повного використання ресурсного потенціалу та соціально-економічних умов території, а також правила поведінки учасників активних заходів, цілі і характер виконуваних ними процедур.

Таблиця 3.1

Показники та критерії розвитку туризму в місті-курорті Залізний порт, 2020

показники розвитку д туризму	Критерії оцінювання	індикатори розвитку,%
1.Об'єм потоку туристів ( $V_t$ )	Приріст обсягу потоку туристів:	+ 10
2. Доходи інфраструктури туризму ( $D_t$ )	приріст доходу	+ 17
3. Витрати одного туриста ( $R_t$ )	Темп зростання витрат	107
4.Податкові надходження в бюджет (Нт)	приріст податків	+ 18

Приріст обсягу потоку туристів:

$$\frac{V_t - V_{t-1}}{V_{t-1}} \cdot 100\% = \frac{3050 - 290}{290} \cdot 100 = 10\% \quad (3.3)$$

#### Приріст доходу

$$\frac{D_t - D_{t-1}}{D_{t-1}} \cdot 100\% = 20\,000\,000 - 1200\,000 / 1\,200\,000 * 100 = 17\% \quad (3.4)$$

#### Темп зростання витрат

$$\frac{R_t}{R_{t-1}} \cdot 100\% = 800 / 1100 * 100 = 107\% \quad (3.5)$$

#### Приріст податків

$$\frac{H_t - H_{t-1}}{H_{t-1}} \cdot 100\% = 2050 - 110 / 110 * 100 = 18\% \quad (3.6)$$

[10, с.118]

В результаті виконаних розрахунків встановлено щорічне збільшення кількості туристичних заходів в середньому на 10% і збільшення витрат туристів в середньому на 7%.

За даними Всесвітньої туристичної організації, в обслуговуванні одного туриста беруть участь 30-50 різних фірм, включаючи екскурсійні бюро, спеціалізовані магазини та страхові компанії, сувенірні лавки, пункти обміну валюти, таксі та ін. Ці фірми, функціонуючи в сфері послуг самостійно, не взаємодіють один з одним, що ускладнює координацію і управління їх діяльністю з боку державних органів влади з метою розвитку активного та пляжного туризму в регіоні. У цих умовах доцільно створення Координаційного центру з розвитку туризму [26].

Основні завдання та напрямки діяльності Координаційного центру з розвитку туризму в Залізному порту: консолідація і координація взаємодії учасників регіонального туристичного кластера; державне регулювання туризму на території Залізного порту; складання реєстру туристичних об'єктів і ресурсів Залізного порту; розробка норм, стандартів і принципів ведення туристичної діяльності в чинній конкурентному середовищі в інтересах споживача і з метою забезпечення його безпеки [26].

Прогнозовані податкові надходження від підприємств, що входять в



туристичний кластер Залізного порту і безпосередньо надають послуги бізнес-туристам, показані на рис. 3.3 та 3.4

Розрахунок податкового мультиплікатора здійснювався за трьома видами податків: податок на доходи фізичних осіб, єдиний соціальний податок, податок на додану вартість:

$$NM = \sum_{i=1}^n H_i = H_{i1} + H_{i2} + H_{i3} + \dots + H_{in}; \quad (3.7)$$

де  $H_i$  - сума податків, які сплачують підприємства  $i$ -го типу, що входять в туристський кластер ( $H_1$  - податки підприємств готельного типу,

$H_2$  - податки підприємств харчування,  $H_3$  - податки транспортних підприємств і т. д.)

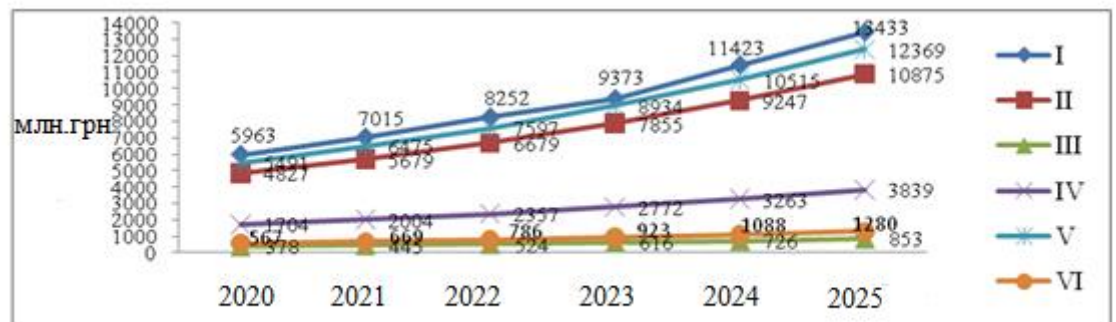


Рис. 3.3. Прогнозовані податкові надходження від підприємств, що входять в туристичний кластер Залізного порту (I- готелі, II- підприємств харчування, III - транспорт, IV- екскурсійно-культурне обслуговування, V- проведення дозвілля, VI - товари)

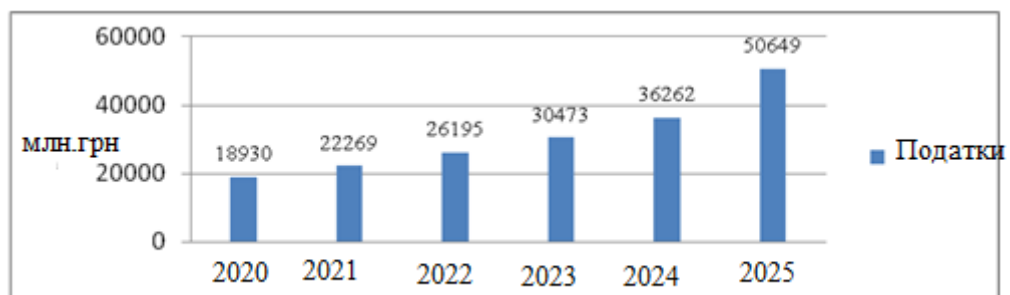


Рис. 3.4. Прогноз податкових надходжень до бюджету Херсонської області 2020-2025 рр

Проведені дослідження показали, що сумарні податкові надходження від активного туризму в бюджет Херсонської області щороку збільшуються в середньому на 17,7%.

Інтегральний кумулятивний ефект туризму являє собою сумарну економічну оцінку прямого і непрямого впливу туристичних потоків на регіональну економіку.

Прямий ефект (Еп) активного туризму відображає вплив зміни потоків туристів на доходи підприємств індустрії туризму. Для його розрахунку в роботі запропонована аддитивна модель:

$$\Sigma D_i = \sum_{i=1}^n D_i; \quad (3.8)$$

де  $\Sigma D_i$  - сума доходів підприємств і-го типу (Д1 - готельного типу, Д2 - підприємств харчування, Д3 - транспортного типу і т.д.);

$i = 1 \dots n$  - число типів підприємств, що входять в туристський кластер.

Сума доходів підприємств і-го типу визначена на підставі середньостатистичних витрат туристів, які складаються з витрат, пов'язаних з обслуговуванням підприємств індустрії туризму і витрат організацій по проведенню туристичних заходів [46].

Структура доходів від туризму в сфері послуг Залізного порту представлена на рис. 3.5.

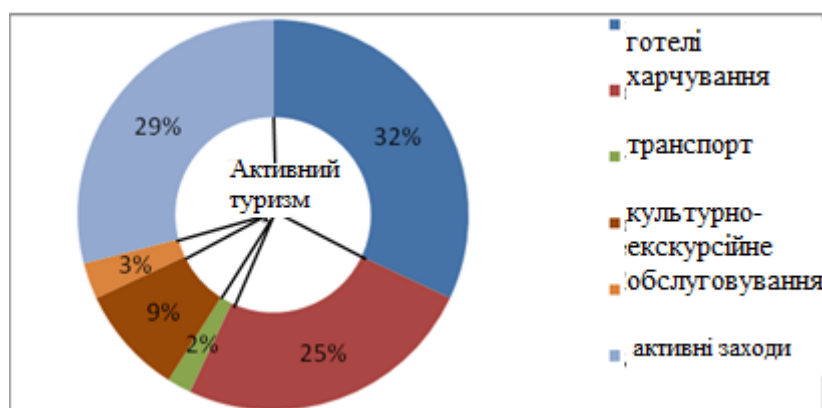


Рис. 3.5. Структура доходів від туризму в сфері послуг Залізного порту  
Джерело: [26]

З цього малюнка видно, що найбільшу частку в доходах від туризму в сфері послуг займають готелі, підприємства харчування і підприємства, що організують активний відпочинок.

Непрямий ефект ( $E_k$ ) виникає в результаті мультиплікативного впливу зміни витрат ( $\Sigma P_i$ ) на доходи організацій туристичного кластера за період:

$$E_k = \sum_{i=1}^n P_i \cdot K_m; \quad (3.9)$$

$$\sum_{i=1}^n P_i$$

де:

$K_m$  - коефіцієнт мультиплікації, який визначається за формулою:

$$K_m = \frac{1}{(1 - MСП)}; \quad (3.10)$$

$MСП$  - маргінальна схильність населення до споживання (відображає ставлення зміни в споживанні (витратах) населення регіону ( $\Delta C$ ) до зміни в доходах ( $\Delta Y$ ) в порівнянні з попереднім періодом:

$$MСП = \frac{\Delta C}{\Delta Y} \quad (3.6)$$

Прогнозований обсяг фінансових надходжень від активного туризму представлено на рис. 3.4.

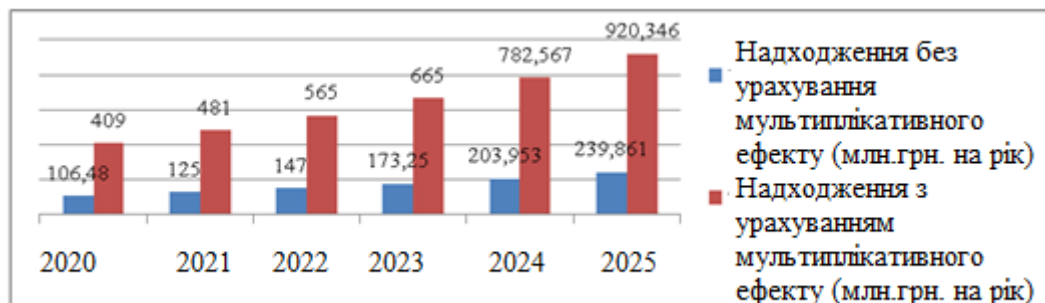


Рис.3.6 Прогнозований обсяг фінансових надходжень від активного туризму, 2020-2025 рр, млн. грн.

Проведені дослідження показали, що в результаті реалізації Проекту стратегії розвитку локальної дестинації в Залізному порту, сумарні надходження від туризму зростуть на 133,4 млн. грн. [46].

### **Висновок до третього розділу**

Аналіз поточного стану туристичного комплексу міста-курорту Залізний порт показав, що існуючі можливості (ресурси та природно-кліматичні умови) є перспективою для розвитку багатьох напрямів туризму: лікувального, оздоровчого, пляжно-купального, пізнавального, розважального, спортивного, ділового та ін.

Основною метою Проекту стратегії соціально-економічного розвитку міста-курорту Залізний порт на період до 2025 року є становлення міста-курорту Залізний порт популярним цілорічним курортом України, що пропонує якісний відпочинок, здатний приймати до 2 млн. туристів на рік, у тому числі іноземних.

Проведені дослідження показали, що в результаті реалізації Проекту стратегії розвитку локальної дестинації в Залізному порту, сумарні надходження від туризму зростуть на 133,4 млн. грн.

## ВИСНОВКИ

Сучасні соціально-економічні перетворення в Україні, розвиток ринкових відносин визначають актуальність забезпечення відповідності структури та змісту професійної освіти потребам регіональних ринків праці та пріоритетів соціально-економічного розвитку територій.

Туризм як галузь економіки, що порівняно недавно виникла і бурхливо розвивається, настійно вимагає побудови актуальної професійно-кваліфікаційної структури кадрів, що відповідає потребам туристичних підприємств і забезпечує їх розвиток на рівні світових стандартів.

В останні роки приділяється значна увага теорії та методиці туристичної освіти, ведеться активний пошук способів побудови регіональних систем безперервної освіти, що відповідають сучасним вимогам професійної праці в туризмі.

Професійна туристична освіта потребує наукової обґрунтованості та систематизації потреби в туристичних кадрах різного рівня, які б забезпечували розвиток їхньої мобільності та конкурентоспроможності в умовах економіки та соціальної сфери регіонів, що розвивається.

На наш погляд, об'єктивно існуючою основою для проектування системи безперервної професійної туристичної освіти в умовах регіону є туристична дестинація, відмінні риси якої дозволяють забезпечити інноваційність освітнього процесу та його відповідність запитам регіонального туристичного бізнесу. Дано визначення поняття «туристична дестинація»; уточнено поняття туристичної дестинації у сфері сучасного наукового дослідження та, зокрема, в теорії та методиці професійної туристичної освіти; представлені показники туристичної дестинації; на підставі вивченого різноманіття туристичних дестинацій розроблено типологію за етнографічною, культурно-історичною та іншими ознаками; розкрито функції туристичної дестинації в аспекті професійної туристичної освіти як фактора, що впливає на його розвиток; визначено теоретичні основи

моделі, що ґрунтуються на наукових дослідженнях у галузі педагогічного моделювання.

Туристичний продукт – це комплекс туристичних послуг, необхідні задоволення потреб туриста під час його подорожі, тобто сукупність речових (товару) та нематеріальних (послуги) споживчих цінностей. Туристичні послуги – це послуги суб'єкта у туристичній діяльності з розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту та розваг, спрямовані на задоволення потреб туриста.

Туристичні дестинації розглядаються комплексно, у взаємозв'язку їх елементів, забезпечують подорож туристів і формують їх уявлення про дестинації. На наш погляд, саме виробничий підхід, який би розглядав туристичну дестинацію як продукт, найбільш об'єктивно відображає сутність поняття туристичної дестинації, який би розглядав її як амальгами взаємопов'язаних елементів, наявність яких і формує туристичну дестинацію.

Елементи туристичної дестинації невіддільні одна від одної, їх комбінація створює унікальний туристичний продукт, що сприяє формуванню туристичного попиту і спонукає до здійснення подорожі.

В роботі було розглянуто тему більш детально, а саме туристичну дестинацію місто-курорт Залізний порт.

Пляжний туризм - це туризм на березі моря, таким чином пляжний туризм є обов'язковим атрибутом морського курорту. На пляжний туризм припадає близько 70% світового туризму. Пляжний туризм у класифікації туризму входить у структуру з мети поїздки під назвою «оздоровчий туризм».

Туризм пов'язаний з рекреаційними ресурсами. У країнах, де особливо розвинений туризм, природно-рекреаційні ресурси поєднуються з культурно-історичними пам'ятками.

Місто-курорт Залізний порт – один з найперспективніших курортів Чорноморського узбережжя України.

Місто Залізний порт - це відмінне місце для сімейного відпочинку та відпочинку з дітьми, де відкриваються широкі можливості для лікування, оздоровлення та реабілітації.

У рейтингу пляжних курортів Залізний порт посідає 7-е місце. Рейтинг міста-курорту Залізний порт значно зріс за останні роки. Пляжний відпочинок у Залізному порту залишається дуже привабливим для відпочиваючих, оскільки тут дуже тепло, хороший упорядкований пляж, має чисте піщане дно. Курорт має розвинену інфраструктуру, сучасні засоби розміщення, широкий спектр послуг пляжного відпочинку. А головне має великий попит у відпочиваючих як усередині регіону, так і на загальноукраїнському ринку. А для того, щоб завоювати світовий успіх, у нього є величезні перспективи. Тому далі буде розроблено проект локальної туристичної дестинації з метою розвитку пляжного туризму у місті-курорті Залізний порт.

Для вдосконалення розвитку пляжного туризму міста Залізний порт рекомендую комплекс заходів з метою підвищення результативності бюджетних видатків на сферу курортології та туризму:

- реалізація заходів щодо залучення туристів (подійні заходи: фестивалі, виставки, карнавали, конференції та ін.);
- реалізація заходів рекламної кампанії.
- розвиток інфраструктури.

Аналіз поточного стану туристичного комплексу міста-курорту Залізний порт показав, що існуючі можливості (ресурси та природно-кліматичні умови) є перспективою для розвитку багатьох напрямів туризму: лікувального, оздоровчого, пляжно-купального, пізнавального, розважального, спортивного, ділового та ін.

Основною метою стратегії соціально-економічного розвитку міста-курорту Залізний порт на період до 2025 року є становлення міста-курорту Залізний порт популярним цілорічним курортом України, що пропонує якісний відпочинок, здатний приймати до 2 млн. туристів на рік, у тому числі іноземних.

Проведені дослідження показали, що в результаті реалізації Проекту стратегії розвитку локальної туристичної дестинації в Залізному порту, сумарні надходження від туризму зростуть на 133,4 млн. грн.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранюк Д. Карт-система туристської дестинації як інструмент територіального маркетингу Буковини / Д.Баранюк // Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (16-17 квітня 2019 року). Економічний факультет. – Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. – С.9-10.
2. Баранюк Д.С. Досвід країн з просування туристичних дестинацій на ринок Китаю / Д.С. Баранюк, Д.А. Бастраков, І.М. Буднікевич І.М. // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Трансформація системи міжнародних, національних та локальних ринків / Transformation of system of international, national, and local markets: Матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції, 29-30 квітня, 1 травня 2020 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2020. – С.19-23.
3. Буднікевич І. Напрямки реалізації технологій маркетингу дестинацій на прикладі резиденції митрополитів Буковини і Далмації у Чернівцях/ І.М.Буднікевич, Д.С. Баранюк // Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку: [Електронне видання]: Зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. інтернет конф. (Львів, 20 лютого 2020 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. – Львів: ЛПЕТ, 2020. – С.113-117.
4. Буднікевич І.М. Напрямки маркетингових досліджень рекреаційно-туристичної сфери Чернівецької області: стан та перспективи розвитку / І.М. Буднікевич, О.В. Кифяк // Сталий розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. № 3. – 2010. – С.122-127.
5. Бурняшева Л.А. Принципы организации и сегментации сферы делового туризма / Л.А.Бурняшева, Ф.Х.Османова // Материалы научно-методических чтений ПГУ «Университетские чтения – 2018». – 2018. – С. 147-151.

6. Бухаліс Д. Маркетинг конкурентоспроможної дестинації майбутнього/ Д. Бухаліс // Менеджменттуризму. – 2000. – № 21 (1). – С. 97–116.
7. Веденін Ю.А. Динамічність середовища та ресурсів рекреаційної діяльності/ Ю.А. Веденін //Рекреаційні ресурси та методи їх вивчення. – М.: МФГО ССРСР, 1981 – 137 с.
8. Гончарова Н. А. Развитие туристской дестинации / Н. А. Гончарова. -Ольборг: Ольборгский университет, 2010. — 152 с.
9. Гуслев А.П. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В УКРАИНЕ // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2. ;
10. Гудзь П.В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій / П.В. Гудзь. - Донецький ІЕПД НАН України: ТОВ «Юго-Восток» Лтд, 2015. - 270 с.
11. Дудник І. М. Територіальна система туристичних послуг як об'єкт суспільної географії / І. М. Дудник // Освітньо-професійна підготовка фахівців з туризму : зб. наук. праць. – К. : НАУ, 2016. – С. 40-53.
12. Дудник І.М., Борисюк О.А. Регіональні системи туристичних послуг: методологічний аспект. – Регіон – 2019: стратегія оптимального розвитку: міжнародна науково-практична конференція, 16-17 жовтня 2019 р.– Х.: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2019р.– С.26-29.
13. Дудник І. М. Вступ до загальної теорії систем / І. М. Дудик. – К. :Кондор, 2009. – 205 с.
14. Дудник І.М., Лук'янюк В.В. Концепція національної туристичної системи в регіональних дослідженнях туризму. / Актуальні проблеми міжнародних відносин і регіональних досліджень: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Луцьк, 6 грудня 2021 р.) / за ред. В. Й. Лажніка. – Луцьк : Вежа-Друк, 2021. – 267 - 271 с.
15. Дудник І. М. Територіальна організація послуг: Курс лекцій / І. М. Дудник. – Полтава: ПІБ МНТУ, 2002. – 100 с.

16. Дудник І.М., Шишка І.І. Локальна туристична дестинація як форма регіонального розвитку туризму. / Актуальні проблеми міжнародних відносин і регіональних досліджень: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Луцьк, 6 грудня 2021 р.) / за ред. В. Й. Лажніка. – Луцьк : Вежа-Друк, 2021. – 267 - 271 с.
17. Зорин И. В. Туризм как особый вид деятельности / И. В. Зорин., 2016. – 367 с. – (КНОРУС).
18. Зорін А.І. Дестинація в контексті ЮНЕСКО/ А.І. Зорін // . – М., РМАТ, 2011. – 97 с.
19. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності/ І.В. Зорін, Т.П. Каверина, В.А.Квартальнов// Підручник. - Підручник.М.: Финансы и статистика. 2005. – 288 с.
20. Камінська Н.В. Щодо питання класифікації договорів у туристичній сфері [Текст] / Н. Камінська // Підприємництво, господарство і право. - 2017. - № 3. - С. 27-30.
21. Карягин Ю.А. Перспективи розвитку туризму в Україні в умовах ринкових відносин. Розвиток масового харчування, готельного господарства й туризму в умовах ринкових відносин:/ Сб. наук. праць. Київ.// Київський державний торгово-економічний ун-т, 2016. - С.49-53.
22. Кирьянова Л.Г. «Туристская дестинация» как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы // Вестник КемГУ. 2012. — № 4 (52) Т. 1. — С. 131–136.
23. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. - Чернівці: Книги-XXI, 2016. - 326 с.
24. Ковешніков, В. С. Питання класифікації в сфері туризму [Текст] / В. С. Ковешніков, О. С. Ліфіренко, Н. М. Стукальська // Економіка та держава : Міжнародний науково-практичний журнал. - 2016. - № 6. - С. 29-31.
25. Козовий Віталій, Волошин Іван. Ностальгійний туризм, його трактування поняття та види. //Рекреаційна географія і туризм. Наукові записки. – 2016 -№ 2 - С.118-123.

26. Колодійчук А. В. Туризм як вид підприємницької діяльності на селі / А. В. Колодійчук // Формування ринкових відносин в Україні. - 2017. - № 1. - С. 47-51. - Режим доступу до ресурсу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu\\_2017\\_1\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2017_1_10).
27. Колодійчук А. В. Іноземний досвід становлення та розвитку сільського аграрного туризму: уроки для України / А. В. Колодійчук. - С.56-62.
28. Колодійчук, А. В. Сільський зелений туризм як невід'ємна частина матеріального виробництва / А. В. Колодійчук // Формування ринк. відносин в Україні. – 2016. – № 4. – С. 53–55.
29. Концепція розвитку туризму і курортів в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: <http://tourism.gov.ua/>;
30. Косар Н.С. Дослідження розвитку туризму в Україні в умовах кризи [Текст] / Н. С. Косар, Н. Є. Кузьо // Актуальні проблеми економіки (Actual Problems of Economics) : науково економічний журнал. - 2016. - № 2. - С. 115-124.
31. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс]: учебник: Пер. с англ. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. — 4 изд. — М.: ЮНИТИ, 2015 — 1071с.
32. Котлер Ф., Гайдер Д., Ірвінг Р.. Маркетинг місць – Привертаючи інвестиції, галузь і туризм до міст, держав і націй. – Нью-Йорк, 1993. – С. 86.
33. Кружалін В.І. Теорія і практика розвитку туризму і рекреації. // Вестник Национальной академии туризма. - 2015. - № 2. - с. 7-9.
34. Кузьо Н.Є., Косар Н.С. Маркетингове забезпечення розвитку сільського зеленого туризму в Україні // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2017. - № 2. - С. 369-381;
35. Лавсон Ф., Бод-Бові М..Туризм та рекреаційний розвиток. Лондон: Архітектурна преса. - С.83.

36. Левковська Л., Чабан Р., Мунін Г. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні // Економіка України – 2016 – №6. – с.31-36.
37. Лейпер Н. Структура туризму: у напрямку визначення туризму, туриста і туристичної індустрії // Результати туристичного дослідження. – 1973. – № 6(4). – С. 390–407.
38. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / Любіцева О. О. –3-тє вид., перероб. і допов. – К. : Альтерпрес,2005. – 436 с.
39. Ляшкевич П. Туризм в Україні: Сучасний стан та пріоритети розвитку / П. Ляшкевич // Освіта України. – 2014. – №85. - С. 178.
40. Масляк П.О. та Шищенко П.Г Географія України: Пробний підруч. Для 8-9 кл. серед. шк. – К.: Зодіака-ЕКО, 2016. – 384 с.
41. Мельниченко С. В. Франчайзингові мережі туристичних підприємств / С. В. Мельниченко, Т. М. Ткачук // Вісник КНТЕУ. – 2015. – №4(102). – С. 30- 42.
42. Морозов М.А. Дестинація – важливий елемент туризму. / М.А. Морозов, О. Коль. // Туризм: практика, проблеми, перспективи. - 1998. - № 1. - С. 9.
43. Морозова Н.Н. МІСЕ - туризм в інституціональній інфраструктурі соообщества. / Н. Морозова // В мире научных открытий. - 2017. - № 2.5. - с. 276-284.
44. Науменко П. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні. / Науменко П. // Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти. Сб. статей.К. - 2016. - С.5-13.
45. О. А. Блінов, М. А. Рабканова. Актуальні проблеми економіки (Actual Problems of Economics): науково економічний журнал. - 2016. - № 1. - С. 168-172.
46. Особливості розробки прогнозів розвитку туристичної галузі. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/orlova2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/orlova2.htm).

47. Офіційний сайт Інформаційного агентства REGNUM. URL: <https://regnum.ru/news/society/2941046.html>
48. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство Навчальний посібник / Панкова Є.В. // Київ – Видавництво: Альтерпрес, 2017. - 125 С.
49. Пірс Д. Розвиток туризму. – Wiley, 1989. – С. 341.
50. Пістун М. Д. Основи теорії суспільної географії / М. Д. Пістун. — К. : Вища шк., 1996. — 231 с.
51. Плог С. Чому території дестинацій збільшують і зменшують популярність // Щоквартальник готельно-ресторанної адміністрації Корнел. – 1973. – № 14. – С. 55–58.
52. Преображенський В.С. Рекреаційна географія, її стан і перспективи// Преображенський В.С., ЛіхановБ.Н., Веденін Ю.А. // Соціально-економічні та географічні аспекти дослідження. – М., 1974. – С. 1-16.
53. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства / П. Р. Пуцентейло – К.: Центр учбової літератури, 2015. – 344 с.
54. Річі Дж., Круш Дж.. Конкурентоспроможна дестинація: Перспектива сталого туризму,ВидавництвоСАВІ, Валлінфорд,Великобританія. – 2003. С.35
55. Сорочан В. О. Аналіз ринку послуг промислового туризму в Україні / В. О. Сорочан // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 12. - С. 136-145.
56. Стафійчук В.І. Туристичне країнознавство: навч. посіб. / В.І.Стафійчук, О. Ю. Малиновська. – Херсон: ОЛДІ-Плюс, 2016. – 808 с.
57. Тарасенок А.И. Формирование дестинаций культурного туризма путем внедрения карт-системы продвижения национального продукта // Вісник ДІТБ. Серія «Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому». – 2011. – Вип. 15. – С. 245 – 251.

58. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. - 2-ге вид., випр. та доповн. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. - 463 с
59. Ткешелашвілі М. Л. Основні аспекти дослідження динаміки розвитку суб'єктів туристичної діяльності України та Грузії / М. Л. Ткешелашвілі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11954/1/81.pdf>
60. Томчевска-Попович Н.Є. Адаптація сентиментального (ностальгічного) туризму на шляху "Золота підкова" для туристичних потоків в Польщі [Текст] / Н. Є. Томчевска-Попович // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2016. - № 1. - С. 196-205.
61. У Чернівцях продовжує розвиватися подієвий туризм [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://chernivtsy.eu/portal/4/16432-16432.html>
62. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І. Басюк. – Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с
63. Федулин А. Оптимизация антикластерных отношений в туристической сфере [Текст] / А. Федулин, К. А. Лебедев, О. Е. Лебедева // Актуальні проблеми економіки (Actual Problems of Economics) : науково економічний журнал. - 2017. - N 1. - С. 383-388.
64. Цибух В. "Туризм в Україні" // "Економіст", №6 (June) 2000 р., 34-35 С.
65. Чобаль Л. Ю. Організаційні аспекти розвитку сільського туризму в Україні [Текст] / Л. Ю. Чобаль // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. - 2017. - № 6. - С. 85-89.
66. ВІДПОЧИНОК НА ЧОРНОМУ МОРІ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://gport.com.ua/uk>.
67. Отдых в Железном Порту на берегу Черного моря. URL: <https://porto.co.ua/>.

68. Пансіонат Port Royal. URL: <https://royal-port.com.ua/>.
69. «Море» Отдых на побережье Черного и Азовского морей. URL: <https://more.ks.ua/pansionat/kurort/1>.
70. Hills T., Lundgren J. The Impact of Tourism in the Caribbean: a Methodological Study // Annals of Tourism Research, - 1977, Vol.4. - No.5. - p. 256
71. Destination-Card-Systeme: Entwicklung – Management – Kundenbindung: Schriftenreihe der Europäischen Akademie Bozen / Hrsg. H. Pechlaner, A. Zehrer. – Band. 11. – Wien: Linde, 2005. – 168 S.
72. Tourism in Georgia [Statistics] [Elektronic resourse]. – Mode of access: <http://theyounggeorgians.wordpress.com/2011/09/13/tourism-in-georgia-statistics/>
73. Obozna A. Areas of improvement of ecological tourism in Ukraine region as a factor of innovation and investment model sustainable economic development (Напрями покращення екологічного туризму в Україні та регіону як фактор формування інвестиційно-інноваційної моделі сталого економічного розвитку) / A. Obozna., International scientific conference [Quality of tourist services of promotion of healthy lifestyle], (27-28 травня 2015р., м. Люблін, Польща).
74. International Visitors In Georgia. URL: [https://gnta.ge/wp-content/uploads/2018/06/International\\_statistical-overview-2017-2.pdf](https://gnta.ge/wp-content/uploads/2018/06/International_statistical-overview-2017-2.pdf).
75. Tourism Highlights 2017 Edition. [Електронний ресурс] // World Tourism Organization UNWTO. – 2018. URL: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2017.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2017.pdf).
76. A Practical Guide to Tourism Destination Management. URL: <https://www.unwto.org/global/publication/practical-guide-tourism-destination-management>.
77. Althof W. Incoming-Tourismus / Althof. – Мьнchen; Wien: Oldenbourg Verlag, 2001. – 356 с.
78. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. 2000. 1 21 (1). - P. 97–116.



79. Iwashita C. Media Construction of Britain as a Destination for Japanese Tourists: Social Constructionism and Tourism // *Tourism and Hospitality Research*. 2003. 4(4). p. 331–340
5. Larsen J., Urry J., Axhausen K. Networks and tourism: Mobile social life // *Annals of Tourism Research*. - 2007. 34(1). - p. 244–262.
80. Leiper N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist Industry // *Annals of Tourism Research*. - 1979. Vol. 6(4). - P. 390–407
81. Lichrou M., O'Malley L., Patterson M. Place-product or place narrative(s)? Perspectives in the Marketing of Tourism Destinations // *Journal of Strategic Marketing*. - 2008. 16(1). - p. 27–39.
82. Manente M., Minghetti V. Destination management organizations and actors // *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Oxford: 2006. - p. 228–237
83. Medlik S. Dictionary of travel, tourism and hospitality. 3-d ed. Elsevier Science, 2003. - 273 p.
84. Pritchard A., Morgan N. Culture, Identity and Tourism Representation: Marketing Cymru or Wales? *Tourism Management*. 2001. 22(2). - p. 167–179.
85. Saarinen J. Destinations in Change. The Transformation Process of Tourist destinations. *Tourist Studies*. 2004. 2. p. 161–179.
86. Saraniemi S., Kylänen M. Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches // *Journal of Travel Research*. 2011. 50(2). p. 133–143.
87. Scientific issue of knowledge, education, law and management. – Fundacja “Oswiata I Nauka Bes Granic PRO FUTURO”. 2016. №1 (13). S. 73-77.
88. Cooper C., Fletcher J., Gilbert D., Wanhil S. *Tourism: principles and practice*. London: Pitman, 2006. 840 p.

## ДОДАТКИ

### ПЛАН ПЕРШОЧЕРГОВИХ ДІЙ (2025-2028 РОКИ)

№2	Захід	Термін реалізації	Відповідальний	Очікувані результати
Стратегічна мета				
А. Створення та вдосконалення системи управління та інформації дестинації				
1.	Створення дестинації “Залізний порт”	01.12.2021	Виконавчий орган дестинації	Створення управляючого органу дестинації
2.	Розробка логотипу дестинації	01.03.2022	Дестинація в рамках гранту програми	Створення інструментів просування дестинації
3.	Складання календаря подій	01.03.2022	Ініціативна група	Створення інструментів просування дестинації
4.	Створення профілю дестинації у соціальних мережах	01.03.2022	Ініціативна група	Створення інструментів просування дестинації

5.	Розробка макетів друкованої продукції та інформаційних стендів	01.05.2022	Дестинація в рамках гранту програми	Створення інструментів просування дестинації
6.	Друк інформаційних матеріалів та видань про продукти дестинації	01.05.2022/31.12.2022	Дестинація в рамках гранту програми	Створення інструментів просування дестинації
7.	Створення веб-сайту "Залізний порт"	01.06.2022	Дестинація в рамках гранту програми	Створення інструментів просування дестинації
8.	Обладнання багатомовними інформаційними стендами регіон дестинації	31.12.2023	Державне фінансування, Херсонська облрада	Створення інструментів просування дестинації
Стратегічна мета Б. Забезпечення припливу додаткових фінансових коштів у дестинацію на розвиток інфраструктури				
1.	Інституційна підтримка керуючого органу дестинації "Залізний порт"	31.03.2022	Дестинація в рамках гранту програми	Забезпечення функціонування керуючого органу дестинації

2.	Інвентаризація об'єктів дестинації, які вимагають невідкладних інвестицій	01.03.2012	ініціативна група, Херсонська облрада	Розвиток інфраструктури дестинації
3.	Консервація та часткове відновлення комплексів в занепаді	31.12.2023	Залучені інвесторів в рамках державно-приватного партнерства, залучення безповоротних коштів міжнародних програм співробітництва	Відновлення об'єктів дестинації
4.	Облаштування екологічної частини та пляжів дестинації "Залізний порт"	01.05.2023	Залучені інвесторів в рамках державно-приватного партнерства, залучення безповоротних коштів міжнародних програм співробітництва	Створення інфраструктури дестинації
5.	Створення ландшафтних парків та зон відпочинку біля пляжів дестинації	31.12.2023	Представник облради, інвестори	Створення інфраструктури дестинації

6.	Облаштування зони відпочинку, лікувально-санаторної зони, розважальної зони	31.12.2022	Залучені інвестори в рамках державно-приватного партнерства	Створення інфраструктури дестинації
7.	Асфальтування дороги та тротуарів	31.12.2022	Державне фінансування	Створення інфраструктури дестинації
8.	Створення еколого-розважального центру	31.12.2024	Державне фінансування	Створення інфраструктури дестинації
9.	Облаштування зони відпочинку та створення готелів категорії 4 та 5 зірок	31.12.2024	Державне фінансування	Створення інфраструктури дестинації
10.	Відновлення садиби та пансіонатів в занепаді	31.12.2024	Залучені інвестори державно-приватного партнерства	Відновлення інфраструктурних об'єктів дестинації

Стратегічна мета В. Збільшення кількості розосереджених місць проживання у дестинації				
1.	Збільшення кількості місць проживання в санаторіях, лагерьх, пансіонатах та базах відпочинку	31.12.2023	адміністрація та власники інфраструктурних об'єктів	Збільшення кількості місць проживання в дестинації
2.	Будівництво пляжно-екологічного спортивного комплексу	31.12.2024	Державне фінансування	Збільшення кількості місць проживання в дестинації