

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
«Стратегія розвитку туристичної дестинації
Київської області в сегменті
культурно-пізнавального туризму»

Студента 2 курсу 8м групи
освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 242 «Туризм»
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес»

(підпис)

Притульської Дарії
Олександрівни

Науковий керівник
д.е.н., проф.

(підпис)

Ткаченко Тетяна
Іванівна

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

(підпис)

Ткаченко Тетяна
Іванівна

Київ 2018

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Спеціальність 242 «Туризм»
Спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри _____

« _____ » _____ 201__ р.

**Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу студентів**

Притульській Дарії Олександрівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи
«Стратегія розвитку туристичної дестинації Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму»

Затверджена наказом ректора від «18» грудня 2017 р. № 4329

2. Строк здачі студентом закінченого роботи 01.11.2018 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи – комплексне дослідження теоретичних і методологічних засад процесу розроблення і реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації в сегменті культурно-пізнавального туризму, обґрунтування пропозицій підвищення ефективності стратегічних заходів в Київській області

Об'єкт дослідження – процес розроблення і реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації в сегменті культурно-пізнавального туризму

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні засади процесу розроблення і реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації в сегменті культурно-пізнавального туризму Київської області

4. Перелік графічного матеріалу – рисунки та таблиці.

5. Консультанти по роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1.	Ткаченко Т.І.	21.12.2017	21.12.2017
2.	Ткаченко Т.І.	21.12.2017	21.12.2017
3.	Ткаченко Т.І.	21.12.2017	21.12.2017

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЇ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Концептуальні засади стратегічного управління туристичною дестинацією

1.2. Ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму в системі чинників формування і реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації

1.3. Методичні основи розроблення та оцінки дієвості реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЇ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Характеристика ресурсного потенціалу регіональної туристичної дестинації Київської області

2.2. Аналіз розвитку ринку послуг культурно-пізнавального туризму в регіональній туристичній дестинації Київської області

2.3. Оцінка дієвості стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації Київської області

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Концептуальні положення нової стратегії розвитку регіональної дестинації Київській області в сегменті культурно-пізнавального туризму

3.2. Оцінка ефективності реалізації стратегії розвитку регіональної дестинації Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи

№ пор	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	<i>Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.09.2017-20.12.2017 р.	20.12.2017 р.
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на роботу</i>	21.12.2017-15.01.2018 р.	15.01.2018 р.
3	<i>Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника</i>	20.11.2017 - 11.05.2018 р.	11.05.2018 р.
4	<i>Написання та оформлення наукової статті</i>	до 01.06.2018 р.	01.06.2018 р.
5	<i>Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника</i>	12.05.2018-31.08.2018 р.	31.08.2018 р.
6	<i>Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника</i>	01.09.2018-14.10.2018 р.	14.10.2018 р.
7	<i>Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях</i>	15.10.2018-22.10.2018 р.	22.10.2018 р.
8	<i>Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту Оформлення електронної версії ВКР для репозитарію КНТЕУ та перевірка на плагіат</i>	23.10.2018-31.10.2018 р.	31.10.2018 р.
9	<i>Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі</i>	01.11.2018 р.	01.11.2018 р.
10	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	Згідно графіку	06.12.2018р.

8. Дата видачі завдання «21» грудня 2017 р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Ткаченко Т.І.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми) _____ Ткаченко Т.І.
(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент _____ Прикульська Д.О.

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____
(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми) _____ Ткаченко Т.І. _____
(прізвище, ініціали, підпис)

Завідувач кафедри _____
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 201 _____ р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЇ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	12
1.1. Концептуальні засади стратегічного управління туристичною дестинацією	12
1.2. Ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму в системі чинників формування і реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації	19
1.3. Методичні основи розроблення та оцінки дієвості реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації	27
Висновки до розділу 1.....	42
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЇ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ КИЄВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	44
2.1. Характеристика ресурсного потенціалу регіональної туристичної дестинації Київської області	44
2.2. Аналіз розвитку ринку послуг культурно-пізнавального туризму в регіональній туристичній дестинації Київської області	54
2.3. Оцінка дієвості стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації в Київській області.....	64
Висновки до розділу 2	80
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ КИЄВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	82
3.1. Концептуальні положення нової стратегії розвитку регіональної дестинації Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму	82
3.2. Оцінка ефективності реалізації стратегії розвитку регіональної дестинації Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму	97
Висновки до розділу 3	106
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	109
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	114
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В сучасних умовах туризм має надзвичайно важливе значення для економіки держави, оскільки при правильній організації, формує значну частину надходжень в бюджет. Основу стратегічного розвитку туризму становить туристичний потенціал території. Важливе значення для розвитку туристичного потенціалу мають туристичні ресурси, які є основною метою подорожей. Внаслідок цих обставин вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна на послуги, географія подорожей, їх сезонний розподіл, тривалість перебування та ін. Тому комерційна робота в галузі туризму повинна будуватись на розробці стратегії сталого розвитку туристичних ресурсів як в цілому по країні, так і по окремих регіонах.

Україна володіє багатими природно-кліматичними, культурно-історичними та національно-етнографічними ресурсами, які створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму. Більшість регіонів України має туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями.

Управління стійким розвитком туризму в регіоні нерозривно пов'язано зі стратегічним його плануванням з урахування складових елементів його потенціалу, що має складну ієрархію і включає безліч підсистем з великою кількістю елементів. У багатьох випадках використовується лише формальне визначення туристського потенціалу регіону, без глибокого аналізу сутності досліджуваного явища і специфіки взаємозв'язків, що виникають між різноякісними потенціалами, що входять до його складу. Отже, при аналізі передумов формування стратегії розвитку дестинації доцільно враховувати всі важливі структурні елементи туристського потенціалу регіону, що робить кількісну оцінку ефективності її реалізації неповною.

Для подальшого розвитку та вдосконалення стану управління туристичним потенціалом на регіональному рівні активно використовують здобутки стратегічного планування та стратегічного управління. Розробка довгострокової стратегії розвитку туристичної дестинації на сучасному етапі є

запорукою ефективного функціонування туристичного сектора будь-якого регіону, району або міста. Тому стратегічному плануванню в туризмі на сьогоднішній день приділяється все більше уваги.

Як відомо, будь-яка територія має певним набір туристичних ресурсів і може обирати способи і варіанти їх використання. Тому, очевидно, що критеріями ефективності управління туристичною дестинацією будуть такі результати, як рівень, якість життя і доходи населення, податкові надходження, інвестиційна привабливість, прибутковість компаній, що працюють в межах території та ін. Визначення пріоритетних варіантів використання ресурсного потенціалу території – це стратегічне управлінське завдання. Оскільки від того, наскільки правильно буде обраний варіант використання ресурсів, багато в чому визначається і те, чи вдасться території органічно вбудуватися в глобальні виробничі ланцюжки і систему глобального ринку.

Завдання управління туристичною дестинацією виникає тоді, коли необхідно домогтися, щоб об'єкт управління набув нових бажаних властивостей. Вибір необхідної стратегії в сучасних економічних умовах здійснюється в рамках вибору оптимальної траєкторії управління – переведення керованої системи з початкового в бажаний стан з мінімальними витратами, і надання системі нових якостей, що забезпечать конкурентоспроможність її туристичного потенціалу у порівнянні з іншими аналогічними системами. При цьому враховують, що особливістю сучасного етапу розвитку економіки є не управління виробництвом чи конкретним видом економічної діяльності, а управління капіталом, а отже, і фінансовим результатом.

Сприятливі кліматичні умови, наявність численних культурно-історичних ресурсів визначають роль Київської області як важливого рекреаційного та культурно-історичного регіону, що робить його перспективною туристичною дестинацією для місцевого населення та для України з економічної точки зору.

Дослідження з актуальних питань туризму, розвитку туристичного потенціалу певних територій та стратегії їх розвитку нині розкрито у численних роботах науковців. Дослідження різних аспектів розвитку туристичного ринку

містяться у працях Н.В. Антонюк, І.О. Бочана, Г.О. Ворошилової, Л.П. Дяченко, Н.М. Ганич, О.М. Кальченко, В.І. Стафійчука, І.В. Свиди, Б.В. Шупіка. Здебільшого вони розглядають управління окремим туристичним підприємством і тільки у деяких працях висвітлюється питання інших рівнів організації та управління туризмом – регіональний, національний та міжнародний. Питання різних аспектів регіоналізації туристської діяльності доволі активно досліджуються. Проблеми регіональної туристичної політики розглядаються в роботах А.А. Мазаракі, М.П. Мальської С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, М. Г. Бойко, Н.І. Ведмідь, В.К. Євдокименко, Т.І. Ткаченко, О.О. Любіцевої. Дослідження потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів регіонів України висвітлюється у численних публікаціях О.О. Бейдика. Багато авторів досліджують окремі туристичні регіони (області) України: М.М. Блага, В.І. Гетьман, В.С. Грицевич, О.П. Дудкіна, В.І. Мацола, О.А. Марченко, С.П. Кузик, М.М. Покоłodна та інші. Проте проблеми формування стратегії розвитку туристичного потенціалу в Україні розкриті недостатньо і потребують подальшого опрацювання, що і визначило актуальність цієї роботи.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розробка стратегії розвитку туристичної дестинації Київської області.

Виходячи з мети, визначено для вирішення наступні завдання випускної кваліфікаційної роботи:

- Розкрити концептуальні засади стратегічного управління туристичною дестинацією на регіональному рівні;
- Дослідити місце туристичного потенціалу у формування і реалізації стратегії розвитку туристичного регіону;
- Визначити методичні основи оцінки рівня розвитку туристичного потенціалу дестинації;
- Дослідити методичні підходи до оцінки ефективності реалізації стратегії розвитку туристичного потенціалу дестинації;
- Надати характеристику туристичного потенціалу обраному для дослідження району Київської області;

- Оцінити стан та динаміку розвитку туристичного потенціалу досліджуваного регіону Київської області;
- Проаналізувати стратегії розвитку туристичної дестинації в системі субстратегій розвитку досліджуваного регіону Київської області;
- Обґрунтувати стратегію розвитку туристичної дестинації регіону Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму;
- Визначити заходи щодо реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації регіону Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму;
- Визначити соціально-економічну ефективність реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації регіону Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму.

Об'єктом дослідження є процес розроблення стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації.

Предмет дослідження випускної кваліфікаційної роботи – теоретико-методичні та практичні засади процесу розроблення стратегії розвитку туристичної дестинації Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму.

Методи дослідження. Поставлені завдання вирішуються із застосуванням загальнонаукових методів: конкретно-пошукового – для виявлення, відбору, теоретичного аналізу, синтезу, класифікації, узагальнення друкованих джерел з питань формування і реалізації туристичного продукту в дестинаціях в Україні; методи індукції та дедукції, синтезу й аналізу, уточнення поняття «інноваційний туристичний продукт», формування висновків; історико-структурного – з метою визначення передумов формування інноваційного туристичного продукту підприємством; хронологічного – для розгляду динаміки ринку туристичних послуг дестинації міста.

Інформаційною основою випускної кваліфікаційної роботи є результати наукових досліджень провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, матеріали

наукових періодичних видань та у мережі Інтернет, закони України, а також міжнародних інформаційних та дослідницьких агентств, результати власних досліджень автора.

Практичне значення одержаних результатів полягає у визначенні та обґрунтуванні теоретико-методичних засад формування і реалізації стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації в сегменті культурно-пізнавального туризму..

Апробація результатів роботи. На основі результатів дослідження випускної кваліфікаційної роботи написана та опублікована наукова стаття «Стратегічний потенціал розвитку туристичної дестинації Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму», яка опублікована у збірнику наукових статей студентів КНТЕУ (додаток А).

Структура дослідження. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до них та загальних висновків і пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЇ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО- ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Концептуальні засади стратегічного управління туристичною дестинацією

Туризм – одна з найважливіших сфер діяльності сучасної економіки, що націлена на задоволення потреб людей і підвищення якості життя населення. В даний час туризм є однією з галузей сфери послуг що найбільш стрімко розвивається. Виступаючи в якості одного з ефективних каталізаторів соціально-економічного розвитку, індустрія туризму має стимулюючий вплив практично на всі суміжні галузі економіки.

Світовий досвід сьогодні свідчить, що за допомогою туризму можна:

- Подолати нерівномірність розвитку окремих територій регіону;
- Оживити регіональну економіку за рахунок залучення інвестицій;
- Поліпшити інфраструктуру;
- Забезпечити зайнятість населення;
- Підтримати підприємництво і місцеву промисловість;
- Поліпшити екологічну обстановку за рахунок додаткового фінансування природоохоронних програм.

У питаннях розвитку туристичної діяльності в регіонах велике значення має стратегічне планування. Стратегічні засади розвитку туризму входять до загальних стратегій розвитку певних регіонів або країни в цілому. В даних стратегіях туристичному потенціалу відводиться важливе місце, адже вони значним чином побудовані на вже існуючому на території регіону туристичному потенціалі.

Стратегічне управління є системним підходом до визначення майбутнього вектору розвитку туризму країни чи її конкретного регіону і містить у собі два взаємодоповнюючі блоки: аналіз та визначення стратегічних позицій і управління в реальному масштабі часу.

На сучасному етапі розвитку суспільства існує багато моделей стратегічного управління, які в тій чи іншій мірі деталізують послідовність кроків цього процесу, проте три основні етапи є спільними для всіх моделей:

- стратегічний аналіз;
- стратегічний вибір;
- реалізація стратегії.

Етап стратегічного аналізу інтерпретує стратегічне положення регіону за допомогою, по-перше, визначення змін, які виникають в економічній системі держави, і виявлення їх дії на соціально-економічну систему регіону визначення переваг і ресурсів регіону в залежності від цих змін [23].

Основна мета стратегічного аналізу – оцінка ключових дій на теперішнє і майбутнє положення регіону і визначення їх специфічного впливу на стратегічний вибір.

Одним з результатів стратегічного аналізу є визначення загальних цілей регіону, які визначають сферу його діяльності. На підставі цілей визначаються завдання. Вони використовуються для представлення показників стратегічного планування.

Стратегічний аналіз включає наступні компоненти:

– перший компонент стратегічного аналізу визначає мету та основні завдання, які складають фон, в умовах якого формулюються стратегії подальшого розвитку регіону, а також критерії, за якими вони оцінюються. Основні завдання визначають, що необхідно зробити, щоб соціально-економічна система регіону могла досягти поставленої мети в середньостроковому і довгостроковому планах;

– другим компонентом стратегічного аналізу є дослідження характеристик зовнішнього середовища, в якому існує регіон. На регіональну систему впливає багато факторів зовнішнього середовища (політичні, технологічні, соціальні і економічні). Зовнішнє становище зазнає значних зміни, що ставить перед регіоном найважливіші стратегічні питання;

– третій компонент стратегічного аналізу – аналіз внутрішніх ресурсів, визначає якість та обсяги ресурсів, що є у розпорядженні регіону по основним функціональним напрямкам його діяльності. Мета аналізу полягає в тому, щоб розробити загальний план внутрішніх дій з урахуванням обмежень, що накладаються на стратегічний вибір. Внутрішній аналіз зосереджується на двох напрямках: виявлення сильних і слабких сторін соціально-економічної системи регіону і визначення можливостей впливу на процес стратегічного планування.

Другий етап стратегічного управління – стратегічний вибір – має чотири компоненти процесу стратегічного вибору:

- розробка стратегічних варіантів розвитку соціально-економічної системи регіону;
- оцінка розроблених стратегічних варіантів;
- вибір стратегії розвитку соціально-економічної системи регіону;
- розробка плану функціонування соціально-економічної системи регіону [32].

Третім ключовим етапом стратегічного процесу є реалізація стратегії розвитку соціально-економічної системи регіону. Особливо значущими чинниками при реалізації стратегії є розробка плану подальшого розвитку соціально-економічної системи регіону, в якому враховуються використання інвестиційних ресурсів [23].

Необхідним елементом формування конкурентоспроможної туристичної індустрії виступає реалізація державної політики у сфері туризму, яка базується на визначенні основних напрямів державної політики, пріоритетних напрямів розвитку туризму, класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорона, спрямування бюджетних коштів на розробку та реалізацію програм розвитку туризму.

Важливе значення для реалізації державної політики є виявлення основ безпеки туризму, нормативного регулювання відносин у галузі туризму, ліцензування, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу, встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного

комплексу, організація і здійснення державного контролю за дотримання законодавства у галузі туризму.

Пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

- удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки країни;
- розвиток в'їзного та внутрішнього туризму сільського, екологічного (зеленого) туризму;
- розширення міжнародного співробітництва утвердження України на світовому туристичному рівні;
- створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб [32].

На сучасному етапі розвитку туристичної галузі в регіонах необхідно сформувати чітку стратегію управління розвитком туристичної галузі, яка б дала можливість розкрити туристично-рекреаційний потенціал країни повною мірою і забезпечити наповнення хронічно дефіцитного бюджету.

Стратегії та програми соціально-економічного розвитку регіонів містять розділи, у яких описуються основні пріоритети, цілі та завдання стимулювання розвитку туристичної галузі.

У загальних рисах стратегічна мета державної політики розвитку туристичної галузі може бути визначена наступним чином: створення конкурентоспроможного туристичного комплексу, який задовольняє потреби громадян у туристичних послугах і робить внесок у розвиток економіки країни.

Тому у загальній стратегії розвитку необхідно приділяти увагу питанням законодавчого запровадження галузевих принципів управління туристичною галуззю, які відповідають сучасним відносинам: доступності туризму, забезпечення безпеки громадян, державної підтримки туризму, міжнародного

співробітництва у сфері туризму, забезпечення балансу інтересів населення, туристів і суб'єктів туристичної індустрії, пріоритетної підтримки малого підприємництва, гласності і відкритості в розробці, прийнятті і застосуванні заходів державного управління туристичною галуззю, охорони природи, історичних і культурних цінностей.

Ефективність державних стратегій розвитку туристичної галузі має оцінюватись, згідно мети, за наступними критеріями: економічна та соціальна ефективність, екологічні наслідки реалізації цільових програм і заходів.

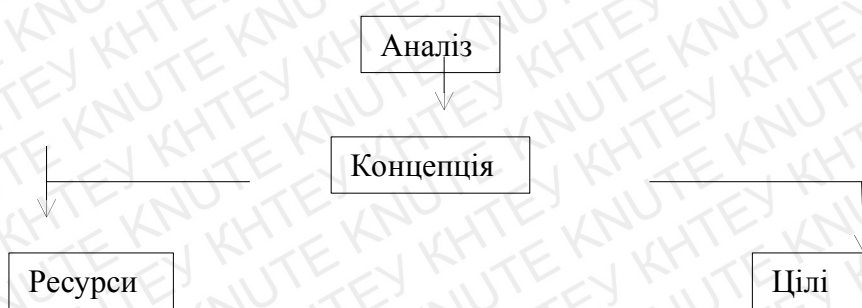
Найбільш актуальними є такі напрями стратегічного планування в сфері розвитку туризму:

- розробка і створення цілісної економічно вигідної системи розвитку туристичної галузі (пріоритет - внутрішній та в'їзний туризм, ефективне управління у сфері виїзного туризму),
- формування сучасного якісного страхування в туризмі,
- випереджаючий розвиток наукових досліджень і створення багаторівневої системи неперервної професійної освіти для сфери туризму.

З метою стабільного розвитку, що відповідає рівню міжнародних стандартів у сфері туристичної діяльності, необхідно розробляти і законодавчо затверджувати Державні та регіональні довгострокові стратегії розвитку туристичної галузі.

Концептуальними основами розвитку туристичної галузі є логічний зв'язок сукупності ідей, принципів, обмежень і стратегічних рішень, спрямованих на досягнення її конкурентоспроможності на світовому ринку туристичних послуг.

Зміст науково-методичних засад стратегічного планування розвитку туризму, полягає у формуванні цілісної системи довгострокового планування (рис. 1.3).



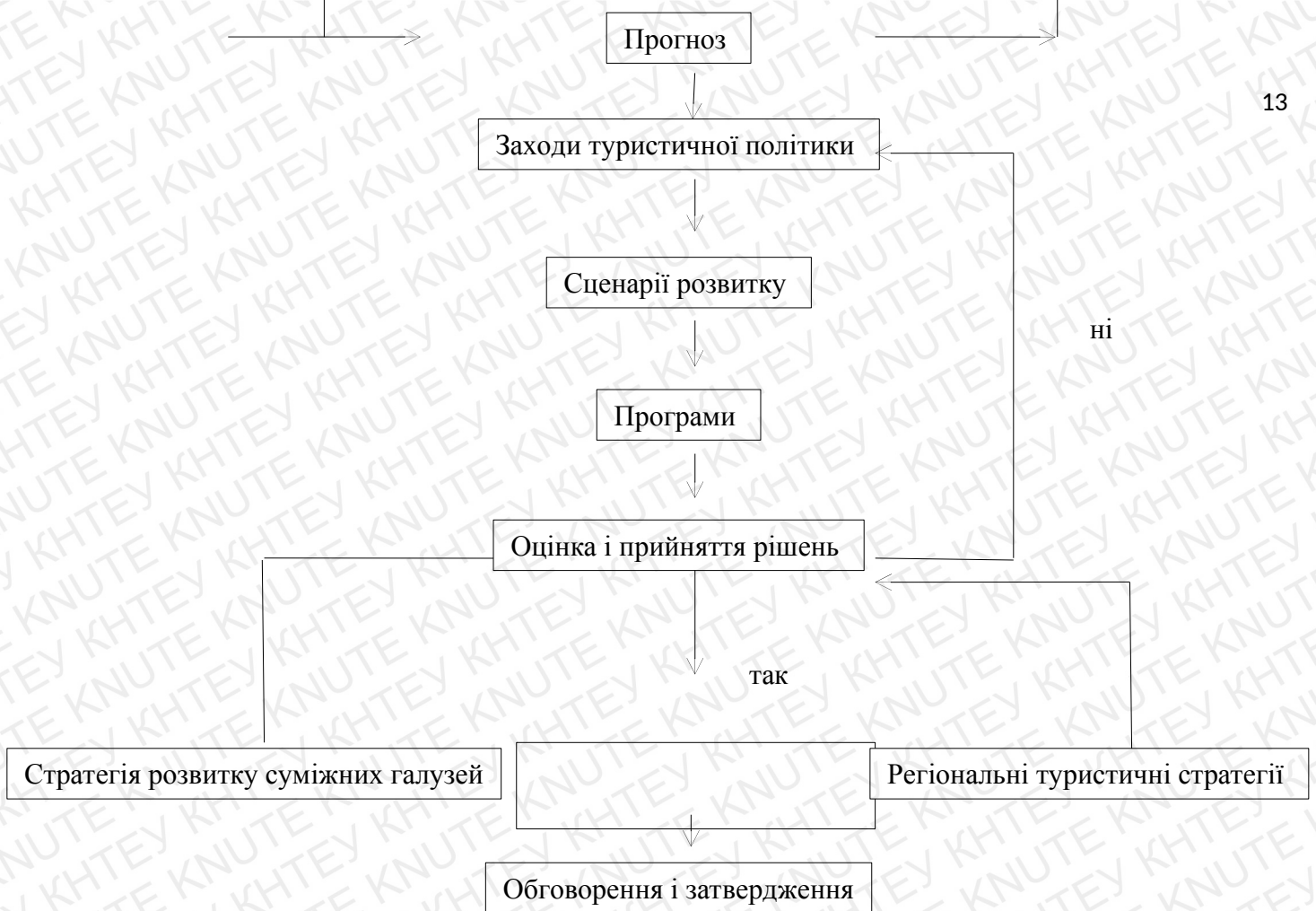


Рис. 1.3. Схема розробки стратегії управління розвитком туристичної галузі

Джерело: [33]

Принципи стратегічного планування розвитку туристичної галузі, можна визначити як:

- соціальна орієнтованість стратегії;
- ефективність використання туристичного потенціалу;
- збалансованість економічних, соціальних і екологічних пріоритетів;
- орієнтація на розвиток секторів - точок зростання;
- системність;

- відповідність програмних документів;
- ефективність прогнозно-аналітичних робіт, пов'язаних з вибором і обґрунтуванням пріоритетних функцій, що визначається наявністю повної і достовірної інформації про закономірності функціонування і стартові умови розвитку туристичної діяльності.

Концепція може включати стратегічний аналіз, стратегічні цілі і пріоритети управління розвитком туризму, основні напрями реалізації цілей, перелік програмних документів.

Суттєвими недоліками довгострокових стратегій розвитку туристичного потенціалу є не завжди конкретний вибір стратегічних цілей, відсутність індикаторів досягнення цілей, чітко визначеного механізму впровадження стратегій та контролю за їх реалізацією.

Для розробки стратегічних етапів розвитку туристичної галузі дослідник Стойка С.О. пропонує доповнити систему індикаторів показниками інноваційного розвитку та екологічного стану, а саме: кількість туристичних підприємств, що впроваджують організаційні інновації; кількість підприємств, що впроваджують нові технології; стан повітря, води; електромагнітне, радіоактивне, шумове забруднення тощо [33].

Отже, у будь-якій стратегії соціально-економічного розвитку країни або регіону управління та вдосконалення використання туристичного потенціалу займає важливе місце. Стратегічний розвиток туризму певної дестинації передбачає дослідження проблем та розробку шляхів вдосконалення туристичного сектору, основу якого складає туристичний потенціал з усіма його складовими та елементами.

В умовах економічної нестабільності необхідно дотримуватись обґрунтованих принципів стратегії управління як орієнтиру. Принципами стратегічного планування комплексного розвитку туристичної галузі є: забезпечення соціальної орієнтованості стратегії; стратегічний вибір визначений величиною і ефективністю використання туристичного потенціалу.

Стійкий розвиток туризму ґрунтується на збалансованості економічних, соціальних і екологічних пріоритетів; орієнтація на розвиток секторів, які можуть відігравати роль точок зростання.

1.2. Ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму в системі чинників формування і реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації

Сьогодні представляється розумним аналіз трьох основних точок зору, які формують два базових і один синтетичний підхід до розуміння туристського потенціалу території: підхід, що йде від оцінки пропозиції, і підхід, що йде від оцінки попиту.

Перший підхід (від оцінки пропозиції) виходить з припущення, що міра туристського потенціалу є функція що залежить, по-перше, від чисельності і якості об'єктів туристського значення (туристських атракторів) і, по-друге, від розвиненості туристичної інфраструктури території. Варто зазначити, що на сьогоднішній день використання даного підходу до оцінки туристського потенціалу території є найбільш поширеним [16].

Передбачається, що туристичний потенціал має не просто об'єктивну, але «об'єктну» основу, тобто складається із сукупності туристських атракторів і об'єктів інфраструктури. С. Холл і С. Пейдж [39] висловлюють гіпотезу, що виникнення даного підходу було обумовлено в свій час традицією застосування в економіці туризму концепцій і моделей економічної географії. Відповідно до даного підходу виходить, що нарощування числа музеїв, кількості маршрутів для піших прогулянок і / або місць розміщення на території повинно автоматично забезпечувати підвищення туристського потоку - проте легко побачити, що на практиці це не завжди так.

Підхід, що йде від оцінки попиту, є більш складним з точки зору практичного застосування, хоча, ймовірно, більш методологічно коректним. Передбачається, що туристичний потенціал виражається в обсязі туристського

поток; при цьому серед представників даного підходу немає єдності в думках: чи йде мова про поточний туристський потік (який можна виміряти досить об'єктивно) або про можливий / прогнозований туристський потік (оцінки якого містять певну частку суб'єктивності). Прихильники даного підходу переконані, що туристи - кращі судді туристської привабливості території, а значить, попит з їхнього боку є точною мірою туристського потенціалу території [16].

Третій підхід (синтетичний), досить популярний сьогодні. Згідно з ним, стверджується, що туристський потенціал тісно пов'язаний з попитом, але при цьому ключовим чином залежить від пропозиції. Туристський потенціал базується на туристичній пропозиції території (системі туристських атракторів та інфраструктурі території), але залежить від туристичного попиту (суб'єктивного подання туристів про привабливість території для цілей туризму); при цьому туристський попит і пропозиція впливають один на одного.

Отже, представляється можливим визначити туристський потенціал території як здатність території генерувати певний туристський потік, що ґрунтується на системі туристських ресурсів території та сформованого у потенційних споживачів образу туристської привабливості території. В даному визначенні варто підкреслити, що здатність території генерувати туристський потік безпосередньо залежить від наявності туристських ресурсів: об'єктів туристичної привабливості (туристських атракторів), розвиненості туристської інфраструктури і транспортної доступності території. При цьому інформованість споживачів про туристські об'єкти території, бренд території здатні відчутним чином впливати на формування туристичного потоку [27]. Оскільки туристичний потенціал території не є статичним і здатний змінюватися з часом, величезну роль в його розкритті відіграє застосування маркетингового інструментарію.

Для здійснення кількісної і якісної оцінки туристського потенціалу конкретного регіону, необхідно визначити, з яких компонентів він складається. Визначити туристський потенціал регіону можна як сукупність природних,

історико-культурних об'єктів і явищ, а також соціально-економічних і технологічних передумов для організації туристської діяльності на певній території [25].

Принциповим моментом в дослідженні складу сукупного туристського потенціалу регіону є розгляд його як системи. Як відомо, система - це безліч взаємодіючих елементів, що знаходяться у відносинах і зв'язках між собою і становлять цілісне утворення [17]. Однак системний підхід до аналізу туризму і його потенціалу отримав розвиток порівняно недавно.

Один з теоретиків системного підходу до вивчення туризму російський вчений І. В. Зорін [14] вважає, що туристична система формується на стику трьох суперсистем - природи, суспільства, народного господарства - і містить в собі компоненти всіх зазначених суперсистем: природні туристські ресурси, туристи (формальна тимчасова група суспільства), туристські засоби (матеріально-технічні, енергетичні і трудові ресурси, необхідні для обслуговування туристської системи). При моделюванні туристських систем може використовуватися представлення її у вигляді блоку «туристи», якому протиставлено блок «забезпечення», що складається з наступних підсистем:

- Підсистема атрактивного забезпечення, що представляє собою сукупність властивостей природних і культурних комплексів, технічних систем і обслуговуючого персоналу, що визначає вибір туристом даного туристичного об'єкту;
- Підсистема технічного обслуговування, що складається з технічних засобів і споруд, що забезпечують реалізацію цільової функції туризму (виділені три основних типи засобів забезпечення: екскурсійне та культурне обслуговування, розміщення та харчування, транспорт);
- Підсистема управління;
- Підсистема забезпечення трудовими ресурсами, необхідними для технічного і організаційного обслуговування.

Відомий дослідник А.В. Дроздов пропонує в складі сукупного туристського потенціалу виділяти дві основні групи:

- 1) природні і культурні ландшафти та їх компоненти;
- 2) засоби і умови здійснення турів (програм, екскурсій) [8].

На рис 1.1. представлено приблизний перелік найважливіших компонентів туристського потенціалу, сукупність яких, на думку А. В. Дроздова, необхідно охарактеризувати з метою його виявлення і оцінки.

Недолік наведеного складу туристського потенціалу полягає в тому, що він характерний виключно для цілей екологічного туризму.

Регіон для забезпечення функціонування і розвитку своєї туристської сфери використовує не тільки власні ресурси, а і потенціали більш високого рівня - країни, континенту, світу. З іншого боку, значення багатьох регіональних потенціалів в рамках сукупного туристського потенціалу виходить за межі самого регіону (наприклад, використання культурного потенціалу деяких регіонів здійснюється жителями всього світу).

Розглядаючи склад потенціалів регіону, що входять до його сукупного туристський потенціал, необхідно виділити серед них ключові. До ключових відносяться ті з них, формування і розвиток яких здатне забезпечити стійке функціонування і розвиток туризму в регіоні [26].

Природні і культурні ландшафти і їх

Території і акваторії парків, а також пам'ятки природи, ботанічні та зоологічні сади

природничо-історичні (особливо краєзнавчі) музеї, а також об'єкти, цікаві і повчальні для демонстрації екологічних

культурні ландшафти з їх естетичними перевагами, території особливої культурно-історичної цінності, пейзажі, садово

Екотехнологічні види транспорту

Екологічно чисті місцеві продукти

Кваліфіковані гідри-екологи

Екологічна чистота місцевості, в т.ч. в аспектах забруднення, сан-епідеміологічного стану, ризику стихійних ли

Придатність (відповідність) території для туру та її доступність

Припустимі рекреаційні навантаження

Об'єми використання водних, енергетичних і інших ресурсів

Строки відвідування і форми контактів з об'єктами огляду

Рис. 1.1. Компоненти туристично-рекреаційного потенціалу для цілей екотуризму (за А.В. Дроздовим)

Джерело: Складено автором за [8]

У структурному плані туристський потенціал регіону доцільно представити як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих потенціалів: природно-ресурсного, історико-культурного, економічного і соціального (рис. 1.2).

Економічний потенціал

Інфраструктурний

Інформаційний

Фінансовий

Інвестиційний

Управлінський

Ресурсний потенціал
Історико-культурний
Природно-ресурсний
Соціальний потенціал
Професійно-кадровий

Рис 1.2. Елементний склад туристського потенціалу регіону

Джерело: Складено автором за [26]

Розглянемо ці елементи більш детально.

1. Природно-ресурсний потенціал сфери туризму - здатність природних систем без шкоди для себе (а, отже, і для людей) віддавати необхідну людству продукцію або проводити корисну для нього роботу в рамках господарства даного історичного типу; можливості регіону по використанню сукупних природних багатств в туристичній діяльності.

2. Історико-культурний потенціал - передбачає можливості для розвитку туризму, закладені історико-культурними цінностями, що знаходяться в регіоні.

3. Економічний потенціал сфери туризму - це складова частина економічного (господарського) потенціалу регіону, що характеризує здатність регіону в області відтворення туристичного продукту, тобто потенційно придатні сили і засоби, необхідні для відтворення туристичного продукту на регіональному рівні (матеріальні, природні, трудові та ін.). До складу економічного потенціалу входять:

- Інфраструктурний потенціал - збалансовані з вимогами виробництва туристського продукту можливості підприємств розміщення, дозвілля,

харчування, транспорту та інші, щодо забезпечення необхідних умов для здійснення туристської діяльності і задоволення потреб їх персоналу та рекреантів;

- Фінансовий потенціал - характеризує обсяг коштів, якими регіон може розпоряджатися для здійснення туристської діяльності;

- Інформаційний потенціал - це сукупність організаційно-технічних і інформаційних можливостей, які забезпечують підготовку і прийняття управлінських рішень та впливають на характер (специфіку) виробництва туристського продукту шляхом збору, заощадження, обробки і поширення інформаційних ресурсів;

- Інвестиційний потенціал - сукупні можливості регіону щодо інвестування туристської діяльності;

- Управлінський потенціал - це навички та здібності керівництва всіх рівнів управління з формування, організації, створення належних умов для функціонування туристської сфери регіону.

4. Соціальний потенціал сфери туризму – це можливості регіону по відтворенню необхідної для здійснення туристської діяльності робочої сили, оскільки використовуючи тільки матеріальні ресурси туризму, неможливо виробити, розподілити, обміняти і спожити регіональний туристичний продукт. Включає спеціально підготовлені кваліфіковані кадри, здатні здійснювати туристську діяльність для досягнення її функціональних цілей.

Представлений перелік потенціалів, що входять до туристичного потенціалу регіону, не є остаточним і вичерпним, оскільки їх кількість залежить від поставлених цілей, способів їх досягнення і необхідних для цього ресурсів.

Отже, в зв'язку з тим, що туристський потенціал регіону є системою, можна стверджувати наступне:

1. Туристський потенціал регіону можна розглядати як сукупність відносно автономних елементів (потенціалів) з набором притаманних їм властивостей, які утворюють один з одним нескінченний ланцюг взаємозв'язків і взаємозалежностей всередині системи.

2. Кожен потенціал в складі туристичного потенціалу повинен бути об'єктом управління з боку людини.

3. Керуючий вплив з боку суб'єкта управління перетворює відповідно заданим цілям не тільки певний потенціал (або потенціали), а й туристський потенціал в цілому.

4. Потенціали в рамках туристичного потенціалу регіону та, відповідно, туристський потенціал в цілому, функціонують і розвиваються не тільки за притаманними їм об'єктивним законам, а і за програмними установками суспільства. Важливо, щоб між ними не було нерозв'язних протиріч.

5. Туристичному потенціалу регіону властива ієрархічність. Яке б місце в ієрархії не займав потенціал, без нього неможливим є планомірний розвиток туризму в регіоні. Властивість системності туризму якраз і полягає в тому, що зникнення або погіршення якості будь-якого з його потенціалів може привести до серйозної зміни якості самої туристської системи.

6. Всі потенціали в рамках туристичного потенціалу регіону здатні до декомпозиції і синтезу, до трансформації і інверсії. Так, інформаційний потенціал накопичується і синтезується в результаті людської діяльності. Корисна інформація з необхідною і достатньою кількістю (наприклад, реклама турів) може інвертуватися в надлишкову і марну, яка буде нести в собі певний потенціал загрози (відомо, що надлишок інформації негативно діє на психіку людини).

7. Потенціали в рамках сукупного туристського потенціалу регіону пов'язані між собою, тобто розвиток одного потенціалу стимулює розвиток інших.

8. Туристський потенціал регіону та його складові елементи, будучи системним утворенням, мають як природну сутність, так і штучну (антропогенну) природу. Значення співвідношення природного та антропогенного чинників в кожному з потенціалів різні, що, мабуть, і визначає необхідність розробки відповідних механізмів управління ними. Формування та використання антропогенних потенціалів не повинно порушувати природних, об'єктивно існуючих і діючих законів.

9. Кожен потенціал в рамках туристичного потенціалу регіону спочатку містить в собі передумови до розвитку певних видів туристської діяльності.

Отже, принциповим моментом в дослідженні складу сукупного туристського потенціалу регіону є розгляд його як системи, у складі якої з позиції системного підходу об'єкт туризму (турист) формує туристський потенціал потреб, має суб'єктивну і мінливу природу, а суб'єкти туризму є основою формування сукупного туристського потенціалу можливостей, які мають об'єктивну природу. У структурному плані сукупний потенціал регіону являє сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих потенціалів: природно-ресурсного, історико-культурного, економічного і соціального.

1.3. Методичні основи розроблення та оцінки дієвості реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації

Для здійснення правильних, економічно обґрунтованих заходів, що стосуються туристичної діяльності в регіоні, необхідним є проведення аналітичних досліджень, що стосуються оцінки туристичного потенціалу регіону, шляхом використання різноманітних методичних підходів.

Саме на основі результатів діагностики туристичного потенціалу можливим є визначення ключових проблем, що існують у регіоні в галузі, формування конструктивних управлінських рішень щодо їх вирішення, а також і подальшого вибору шляхів, методів та інструментів досягнення збалансованого розвитку туристичного потенціалу території і країни загалом.

Дослідження стосовно туристичного потенціалу та основних тенденцій та чинників, що визначають його подальший розвиток, є безперечно важливими для багатьох суб'єктів господарювання в регіоні та за його межами, зокрема:

- для інвесторів – для виявлення основних передумов щодо ведення туристичного бізнесу в регіоні, виявлення зацікавленості органів влади та пошук можливих партнерів для спільної діяльності;
- для різноманітних фондів, об'єднань – аналітичні дослідження стають базою для обґрунтування можливості надання фінансової допомоги або

першочерговості (пріоритетності) щодо отримання регіоном певного грантового трансшу тощо;

- для органів влади різних рівнів – дають змогу визначити пріоритетні напрямки, об'єкти туристичної сфери, інвестиційні вкладення в які через деякий час зможуть принести значні асигнування у місцеві та державні бюджети, також сприяти активізації туристичної діяльності населення та покращення його рівня життя;
- для туристів – можливість споживання нових туристичних продуктів, які можуть бути сформовані в процесі розвитку туристичного потенціалу [7].

Загалом правильно розроблена та аналітично обгрунтована методика оцінки туристичного потенціалу може також сприяти відстеженню негативних тенденцій, що його стосуються, та дасть можливість здійснювати прогнози щодо можливих змін розвитку в галузі. Для забезпечення вищевказаних моментів необхідним є застосування науково-прикладних аспектів, особливо, що стосується питань вибору методів аналізу розвитку туристичного потенціалу, показників, що суттєво та об'єктивно зможуть представити дійсний стан справ, правильної інтерпретації отриманих даних та прийняття на їх основі конструктивних управлінських рішень, які сприятимуть вибору оптимальних стратегій та механізму їх реалізації відповідно до поставленої мети. Розглянемо більш детально наявні методики оцінки туристичного потенціалу.

Шабардіна Ю. В. [38, с. 55], досліджуючи туристичний потенціал, пропонує здійснювати його діагностику через призму двох складових:

- оцінку рекреаційної активності, зокрема через показники активності щодо задоволення рекреаційних потреб в оздоровленні й відпочинку, в послугах закладів культури, в туристичних послугах;
- оцінку рекреаційного потенціалу через показники: історико-культурної спадщини, природно-рекреаційних, інфраструктурних, інноваційно-інвестиційних ресурсів, стану довкілля.

При цьому не виділяються фінансові ресурси як джерело функціонування рекреаційного потенціалу. Особливої уваги заслуговує розрахунок рекреаційної активності, розглядається відносно наявного населення, що, є не зовсім

правильним, адже задоволення туристичних потреб насамперед характеризують туристи, які відвідують територію, а не його населення.

Досить цікавим та принципово новим є науковий підхід Бережної І. В, згідно з яким туристичний потенціал оцінюється як з позиції споживача рекреаційних ресурсів, так і з позиції виробника рекреаційних послуг при максимальному врахуванні інтересів усіх зацікавлених сторін [3, с. 110].

У дослідженні Дащук Ю.Е, автор підтримує цю позицію стосовно врахування інтересів усіх зацікавлених сторін, проте дослідниця вважає за необхідне дещо її доповнити. Дослідниця зауважує, що в процесі оцінки туристичного потенціалу має бути аналіз результатів діяльності територіальної та галузевої груп стейкхолдерів. Це дозволить, по-перше, виявити недоліки у функціонуванні груп зацікавлених сторін, а по-друге, розробити механізми для активізації їх роботи, виявити основні інтереси, які вони переслідують у межах забезпечення розвитку туристичного потенціалу [7].

Автори Л. М. Черчик, Н. В. Коленда [37, с. 65], досліджуючи стратегічний потенціал туристичної сфери регіону, пропонують для його оцінки використовувати п'ять груп показників, які характеризують природно-рекреаційну, фінансову, інфраструктурну, трудову та екологічну компоненти. На основі отриманих результатів автори пропонують здійснювати прогнозування потенціалу за допомогою графоаналітичної моделі, зокрема «шестикутника». Загалом вказаний підхід може бути використаний і в межах оцінки туристичного потенціалу, проте в сучасних умовах його можна доповнити показниками діяльності основних суб'єктів туристичного бізнесу, а також активності органів влади, що є безперечно важливим фактором, який забезпечує розвиток туристичного потенціалу.

Дослідник І. Зелінський пропонує для оцінки туристичного потенціалу методичний підхід, який зводиться до проведення оцінки на 4-х етапах [13, с. 29].

На першому етапі здійснюється оцінка об'єктів природного потенціалу регіону, які можуть бути використані з туристичною метою. *На другому етапі* – оцінка рівня використання природного потенціалу регіону з туристичною метою, *на третьому* – оцінка стану та використання рекреаційно-оздоровчих

закладів та відповідної туристичної інфраструктури на території регіону. *Четвертий етап*, протягом якого проводиться оцінка ефективності рекреаційно-оздоровчого забезпечення в регіоні, є завершальним.

Такий підхід має насамперед ресурсне спрямування, що є безумовно важливим для побудови стратегії розвитку туристичного потенціалу території. Так безперечним у процесі оцінки туристичного потенціалу, є аналіз історико-культурних, фінансових, трудових, матеріально-технічних та, безперечно, природних ресурсів. При цьому слід сконцентрувати увагу й на якості вказаних ресурсів, що буде визначати конкурентні переваги регіону в можливості забезпечити надання туристичних послуг.

В. І. Мацола [19] у своїх дослідженнях потенціалу туристичного комплексу регіону оцінює його як у натуральних, так і у вартісних показниках. Причому натуральними показниками, на його думку, є «запаси ресурсів і виражена через них продуктивна спроможність кількісного рекреаційного попиту населення в області». Економічна оцінка цього виду потенціалу проводиться з огляду на наявні та перспективні центри відпочинку, туризму та санаторно-курортного лікування, з урахуванням ціни рекреаційно-туристичних послуг.

Безносюк [2] туристичний потенціал регіонів розглядає в контексті туристично-оздоровчого комплексу і розвиток його визначає такими факторами, як: історичні та культурні, архітектурні та археологічні, релігійні та природно-рекреаційні ресурси, кліматичні умови та бальнеологічні ресурси, розвиток усіх видів транспорту, ступінь розвитку матеріальної бази туризму. В обох випадках оцінка туристичного потенціалу зводиться до розгляду ресурсів, проте, туристичний потенціал не обмежується лише цією складовою. Важливим є врахування конкурентних переваг, якими володіє регіон стосовно надання туристичних послуг, що в сучасних умовах функціонування відпочинкового бізнесу є надзвичайно важливим моментом.

У дослідженнях І. В. Давиденка [6, с. 72] рекреаційно-туристичний потенціал визначається як потенціал усіх ресурсів, що не тільки задовольняють біологічні (психофізіологічні) і соціальні (духовно-інтелектуальні) потреби

людей, але й становлять ресурсний потенціал відповідної економічної діяльності регіону. Це свідчить, що автор є прихильником ресурсного підходу при дослідженні потенціалу туристичної галузі.

Д. М. Стеченко пропонує туристичний потенціал вивчати в два етапи. На першому етапі необхідно виділити туристичний потенціал території як єдине ціле і визначити його територіальні межі. У план такого дослідження вводять тільки ті компоненти природи і культурно-історичні об'єкти, які використовують або можуть використати в туристичних цілях. На другому етапі аналізують компонентну структуру туристичного потенціалу, зокрема природні і культурно-історичні ресурси з погляду розвитку різних видів туризму та їх ролі в структурі господарства регіону [28].

Автор Самко О. О. пропонує здійснювати оцінку туристичного потенціалу за допомогою інтегрального методу, шляхом оцінки визначених складових, зокрема: інфраструктурної, інформаційної, інтелектуальної, культурно-історичної, інформаційної [24].

Застосування інтегрального методу для оцінки туристичного потенціалу є перспективним, але вихідні дані, які застосовуються автором, потребують подальшого обґрунтування.

Так виділення інформаційної складової для оцінки туристичного потенціалу є безумовно позитивним моментом, проте її презентування як кількості домашніх телефонів та радіоточок на 1000 осіб населення регіону є надто спрощеним. Вважається, що інформатизація потенційних рекреантів є одним із ключових елементів, що формують туристичний попит. Сюди насамперед слід зарахувати імідж регіону, кількість та якість інформаційних потоків про регіон та його можливості з точки зору туристичної діяльності. Поряд з цим слід також враховувати ефективність усіх промоційних заходів, що були здійснені стосовно регіону, шляхом оцінки рекреантів, які відвідали територію тощо.

Автори Герасимчук З. В. та Глядіна М. В. [4, с. 59] для оцінки рівня розвитку туристичного потенціалу в регіоні пропонують оцінювати динаміку розвитку рекреаційної сфери за напрямками: ресурсна забезпеченість та

інтенсивність розвитку туристичної сфери. Такий підхід є досить конструктивним, проте, він не враховує активності діяльності ключових груп стейкхолдерів, які визначають розвиток туристичного потенціалу.

Дослідження методичних підходів до оцінки туристичного потенціалу дозволяє зробити певні проміжні висновки. Зокрема, кожен із запропонованих дослідженими авторами методологічних підходів має свої переваги та недоліки і може застосовуватися для оцінки туристичного потенціалу у певних умовах.

Більшість досліджень, представлених у наукових дослідженнях щодо цього питання мають фрагментарний характер, тобто зосереджують увагу на окремих компонентах потенціалу, найчастіше ресурсних.

Низка фахівців зазначають, що для оцінки туристичного потенціалу слід застосовувати системний підхід, проте в межах його реалізації стикаються із проблемою недостатності інформаційного забезпечення, що суттєво ускладнює можливість оцінки окремих показників, а пізніше – і складових туристичного потенціалу [7].

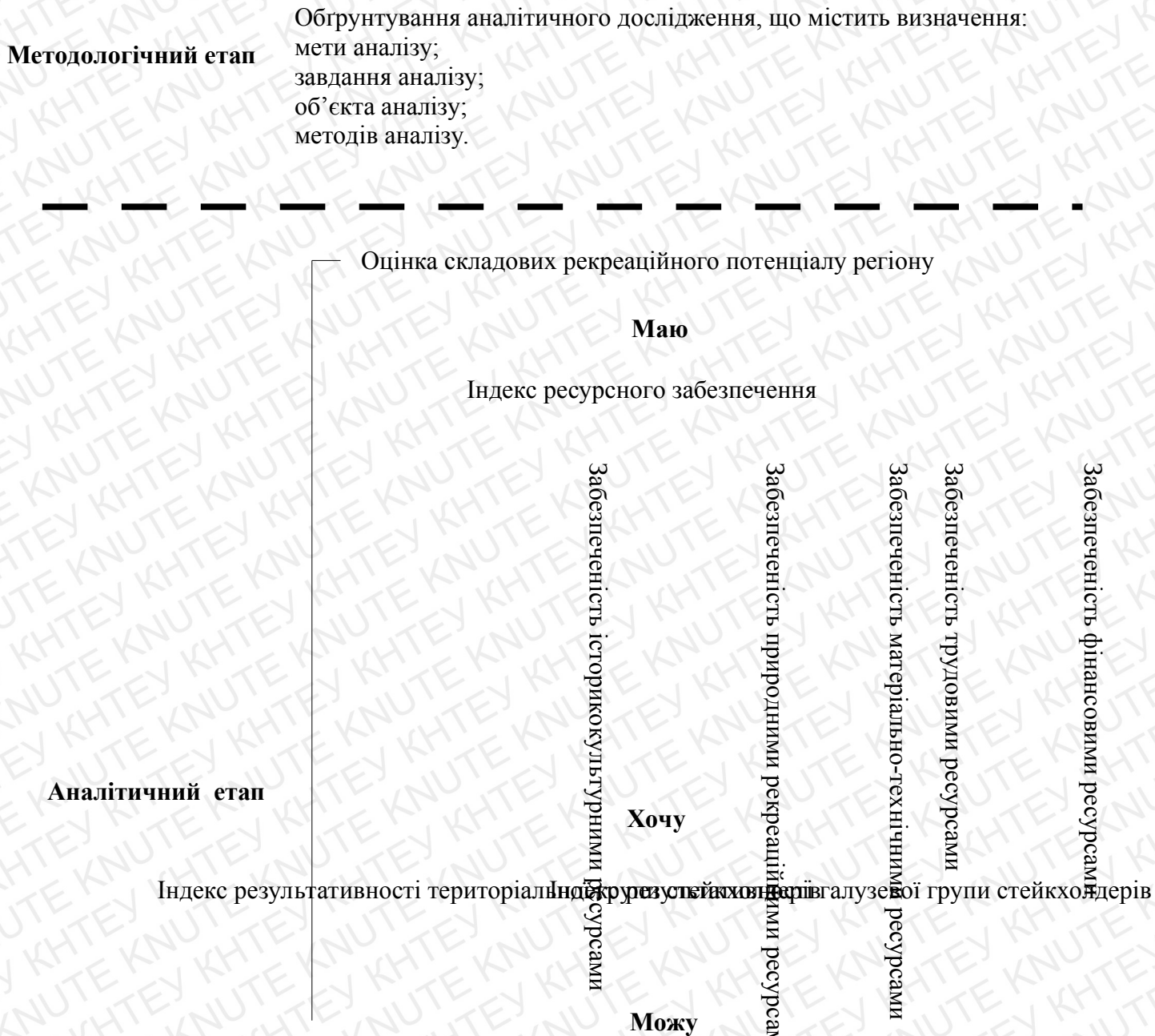
Отже, основними принципами, на яких базуються методики оцінки рівня розвитку туристичного потенціалу є:

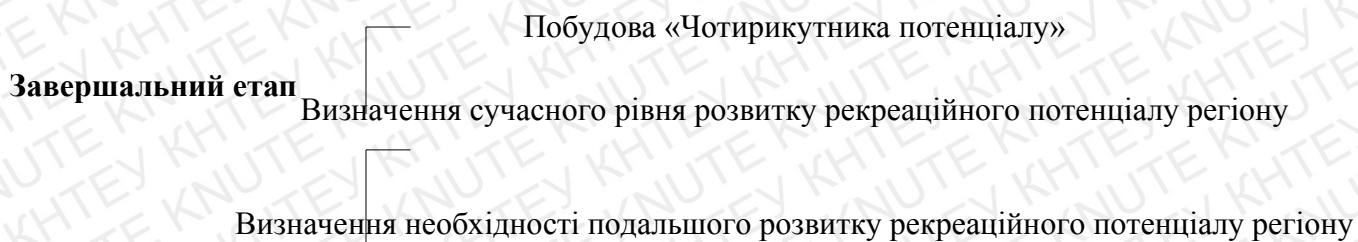
- застосування ресурсного підходу в межах методики, тобто оцінка різного роду ресурсів, які мають безпосереднє відношення до туристичного потенціалу, а також забезпечують оптимальне функціонування туристичної сфери в регіоні загалом;
- оцінка характеру та змісту інформації, яка надходить до потенційних туристів про регіон, шляхом оцінки сформованості туристичного іміджу регіону, а також інформаційного забезпечення промоції регіону як ключових напрямків, які визначають бажання та мотиви поїздки туристів у той чи інший регіон;
- оцінка роботи ключових стейкхолдерів, діяльність яких безпосередньо визначає характер, напрямки та темпи розвитку туристичного потенціалу; оцінка конкурентних переваг з позиції регіону як територіального утворення та туристичної галузі, яка функціонує в ньому, порівняно з іншими регіонами країни.

Отже, для оцінки рівня розвитку туристичного потенціалу пропонуємо застосовувати методику розроблену Дащук, Ю. Є, що базується на застосуванні різноманітних методів оцінки і полягає у здійсненні комплексної оцінки ключових складових туристичного потенціалу й інтерпретації отриманих результатів шляхом застосування графоаналітичного методу.

Його варто здійснювати шляхом побудови «Чотирикутника потенціалу», який дасть можливість оцінити стан туристичного потенціалу та доцільність його розвитку на конкретній території [7].

Основні етапи запропонованої Дащук, Ю. Є методики оцінки рівня розвитку туристичного потенціалу зображено на рис. 1.4.





І

Рис. 1.4. Методика оцінки рівня розвитку рекреаційного потенціалу регіону [7]

Отже, використання вказаного методичного підходу дасть можливість визначити не тільки загальний рівень туристичного потенціалу в регіоні, але і дозволить показати доцільність реалізації подальших заходів туристичного спрямування на досліджуваній території. Цей підхід дозволяє сформувати особливості розвитку кожної складової, що сприятиме виявленню відхилень окремих компонент туристичного потенціалу, а також пошуку нових можливостей для подальшого його розвитку.

Нині єдиного розуміння змістового наповнення поняття «стратегія» не існує. При зміні чинників зовнішнього середовища змінюються принципи формування стратегічної поведінки на ринку. Поняття «стратегія» дістало широке відображення в працях теоретиків та практиків різних наукових сфер. Воно запозичене з військового лексикону і походить від грецького слова *strategia* (*stratos* – військо і *ago* – веду) [10]. Сполучені разом, вони утворюють слово «*strategos*» (полководець або воєначальник, що командує армією). Пізніше, приблизно в 550 р. до н.е., слово "*strategos*" набуло значення полководницького мистецтва (розгортання військ у бою). Воно припускало, що, крім офіційного статусу, командувач володіє спеціальними психологічними і поведінковими навичками і досвідом, необхідними для управління військами.

Сучасне поняття стратегії стосовно до бізнесу з'явилося в середині ХХ сторіччя. Стратегія розглядалася як комплекс дій сформований відповідно до характеру ситуації.

Так, П. Друкер відзначав, що стратегія жадає від менеджера з'ясування корінного питання про ресурси: що вони являють собою в даний час і якими вони повинні бути у майбутньому [9].

І. Ансофф визначав стратегію як загальну головну нитку (common thread), що пронизує всю діяльність підприємства, товари і ринки. Відповідно до уявлень більш пізніх авторів, стратегія, як зведення правил для прийняття управлінських рішень про діяльність підприємства в майбутньому, містить наступні чотири компоненти:

- ”продукт/ринок”, тобто вироблений продукт і ринок, на якому він представлений;
- вектор росту, тобто зміни, що передбачаються здійснити в поле ”продукт/ринок”;
- конкурентна перевага, що забезпечує особливих характеристик виробленого товару або послуги і значно зміцнює позицію об'єкта стратегічного управління в порівнянні з конкурентами;
- синергію, що означає такий ефект, коли загальний результат функціонування різних складових об'єкта стратегічного управління при їхній спільній діяльності перевищує загальний результат, що був би при їхній діяльності окремо [1].

Г. Мінцберг розглядає стратегію як "модель потоку рішень: плану, палітри, позиції, перспективи і концепції". Г. Мінцберг вважає план і концепції як складову моделі прийняття рішень, під якою він розуміє стратегію. Г. Мінцберг визначає поняття стратегії через так звану комбінацію 5-ти ”П” [20]:

- стратегія – план дій;
- стратегія – прикриття, тобто дії, націлені на те, щоб перехитрити своїх конкурентів;

- стратегія – порядок дій, тобто план може бути нереалізуємим, але порядок дій повинний бути забезпечений у будь-якому випадку;
- стратегія – позиція в навколишньому середовищі, тобто зв'язок зі своїм оточенням;
- стратегія – перспектива, тобто бачення того стану, до якого треба прагнути.

На думку Дж. Б. Руїнна, стратегія – модель або план, що об'єднує головні цілі, політику і послідовність дій в єдине ціле, допомагає розмішувати і спрямовувати ресурси унікальним і неповторним чином, оснований на відносних перевагах і недоліках організації, очікуваних змінах в оточенні та пов'язаних з ними діями конкурентів [40]. У цьому визначенні акцентується увага на ефективному використанні ресурсів відповідно до конкурентних позицій.

Особливості туристичної діяльності вимагають розглядати сутність стратегій під дещо іншим кутом зору. Туристичний ринок, на відміну від інших галузей народного господарства, значно тісніше залежить від факторів зовнішнього середовища – рекреаційних ресурсів, об'єктів туристичного попиту, архітектурних та історичних пам'яток, традицій і етнографії туристичного регіону, сезонності туристичного попиту.

Виходячи з цього, завдання сучасного стратегічного управління сферою туризму регіону полягає насамперед у побудові такої моделі управління, яка б, враховуючи нестабільні, з високим рівнем невизначеності фактори зовнішнього середовища дала б можливість детермінувати оптимальний якісний та кількісний склад стратегічного набору туристичного потенціалу для досягнення економічного і соціального успіху.

Таким чином, враховуючи особливості туристичної діяльності, стратегію можна розглядати як систему завдань на основі застосування правил, концепцій, моделей прийняття рішень для становлення і досягнення довготермінових цілей розвитку туристичного потенціалу території, удосконалення його структури з урахуванням наявних ресурсів, економічних

інструментів і конкурентних позицій на ринку, кінцевою метою яких є забезпечення економічного і соціального ефекту.

Стратегічне управління в будь-якій сфері (в тому числі і у сфері туризму) передбачає наявність наступних концептуальних елементів, відсутність чи неточність яких здатна значно знизити якість управління: стратегічні цілі діяльності; розроблення тактичних і оперативних цілей, підпорядкованих досягненню стратегічних; формулювання співмірної системи одиниць вимірювання, нормування та оцінки виконання виробничих операцій; порівняння інформації про керований процес зі встановленими стандартами і контрольними цифрами керуючої системи; постійний моніторинг змін факторів зовнішнього середовища; прийняття рішень про коригування згідно зі здійсненим зіставленням результатів; контроль та контролінг отриманих результатів.

Особливості системи управління туристичним потенціалом території полягають у тому, що оцінка результатів даної діяльності об'єктивно має бути комплексною. Недостатнє методологічне підґрунтя оцінки тих чи інших результатів діяльності, обумовлене нестійким розвитком туристичної сфери в сучасних умовах, може негативно впливати на результативність діяльності останньої.

Після формування стратегій управління та розвитку туристичного потенціалу регіону здійснюється перехід до наступних етапів стратегічного управління, пов'язаним з реалізацією обраних стратегій, узгодженням тактичних і оперативних рішень зі стратегічними, контролем процесу реалізації, оцінкою ефективності впровадження стратегії і використанням механізмів зворотного зв'язку і коригувальних впливів. При цьому, особливу значимість набуває комплексна й об'єктивна оцінка ефективності вибраних стратегій, що дозволяє визначити характер і ступінь їх впливу на розвиток туристичного потенціалу регіону.

Американський дослідник у галузі менеджменту А. Томпсон дає наступне трактування ефективної стратегії: «це виконання правильних речей у

правильний спосіб та для правильних цілей». Ознаками ефективної стратегії він вважає:

- адекватність стратегії (потребам середовища, ресурсам та цінностям організації та її основній меті);
- виконуваність стратегії (забезпеченість ресурсами, відповідність вимогам та інтересам суб'єктів, яким належить її втілювати, відповідність поточному історичному моменту);
- прийнятність стратегії (відповідність стратегічним суспільним потребам та інтересам, належна очікувана віддача, наявність синергічного ефекту, прийнятний рівень ризиків реалізації стратегії) [34].

Щоб бути ефективною, стратегія має розроблятися відповідно до певного комплексу умов, вимог та критеріїв, а її реалізація - забезпечувати відповідні інституційні рамки. На думку Забуранної Л.В, загальними чинниками ефективності стратегії будь-якого рівня є:

- чітко сформульовані завдання, які можуть змінюватися навколо поставлених цілей;
- підтримка ініціативи виконавців, що підвищує свободу політичного маневру;
- концентрація зусиль, що дозволяє досягти максимального результату за мінімальних зусиль;
- гнучкість, що дає запас міцності для свободи маневру;
- скоординованість дій та відповідальність керівництва за результат;
- захист основних ресурсів та життєво важливих систем організації [11]

У науковій роботі Фоміченко В.П. та Кондратенко О.О. зустрічаються дані, які свідчать про те, що, оцінюючи ефективність стратегії, здебільшого керуються такими критеріями: отримання більшого прибутку; збільшення обсягів збуту; зростання заробітної плати працівників; зміни в системі роботи з постачальниками та споживачами [36].

Згідно з традиційним підходом, при оцінюванні ефективності організаційних перетворень увага зосереджується насамперед на визначенні

економічної ефективності у кількісних показниках, наприклад, підвищення продуктивності праці робітників, загальної рентабельності підприємства, отже, одержання позитивної різниці між результатами і витратами. Такі провідні вчені як Т. Пітерс, Р. Уотерман зазначають, що найбільш прогресивним є підхід, який передбачає визначення того, чи була реалізована стратегія та всі конкретні організаційні перетворення. Отримані результати при цьому оцінюються як кількісними, так і якісними показниками. У контексті підвищення значущості соціальних факторів такий підхід до оцінки ефективності стратегічних змін є найбільш доцільним, а тому потребує удосконалення [21].

Спираючись на роботи В. Плеша, можна використовувати багатокритеріальну оцінку виміру стратегії, яка базується на підставі різних підходів до виміру ефективності. В ній використовуються сім основних критеріїв [22]:

- 1) дієвість - це рівень досягнення системою поставлених перед нею цілей, ступінь завершення «потрібної» роботи;
- 2) економічність можна виразити відношенням ресурсів, що підлягають споживанню, до ресурсів, фактично спожитих;
- 3) якість - це ступінь відповідності системи вимогам, специфікації і сподіванням;
- 4) прибутковість (доходи / витрати) - це різниця між валовими доходами (чи кошторисом) і сумарними витратами (чи фактичними витратами);
- 5) продуктивність - це співвідношення кількості продукції та витрат на товарооборот;
- 6) умови роботи - престижність роботи, почуття безпеки, впевненості, задоволеності працівників, зайнятих на підприємствах;
- 7) впровадження нововведень відображає реальне використання нових досягнень в галузі сучасної техніки, організації і управління на підприємствах і в організаціях.

Безумовно, вони мають досить узагальнений характер і не враховують усієї складності і особливості об'єкта управління, оцінку якого необхідно доповнювати показниками соціального значення.

Г. Мінцберг, Дж. Б. Куїнн, С. Гошал, виділяють чотири основні групи, що відображають головні напрямки оцінки ефективності [20]:

1) цілі, стратегія, політика і цінності сумісність планів розвитку підприємства зі стратегією розвитку території і довгостроковими планами соціального й економічного розвитку; відповідність роботи підприємств потребам ринкової економіки і, насамперед, таким її оціночним показникам, як конкурентоспроможність, гнучкість, динамічність;

2) фінанси - раціональне використання фінансових ресурсів території; витрати управління і виробництва порівняно з їх величиною в конкурентів;

3) виробництво - оцінка технологічних змін; оцінка потенціалу виробничого й управлінського персоналу (за чисельністю, кваліфікацією, використанням тощо); оцінка потреби в додаткових виробничих потужностях;

4) споживчий результат і екологія - задоволеність попиту населення; безпека (з точки зору впливу на навколишнє середовище і здоров'я людини); комфортність; культура обслуговування; естетичні вимоги комунального господарства та ін.

Остання група критеріальної оцінки відображає, власне кажучи, соціальну ефективність, яка для сфери туризму є важливою та пріоритетною.

Дослідниця Забуранна Л.В пропонує власну методику оцінки економічної ефективності обраних стратегій туризму, яка розглядає економічну ефективність стратегії як результативність економічної системи, що виражається у відношенні корисних кінцевих результатів її функціонування до витрачених ресурсів. При цьому рекомендується виділення двох основних груп показників ефективності: ефективності господарської діяльності (пов'язаної з виробничою стороною функціонування туристичного потенціалу) і ефективності фінансової діяльності (пов'язаної з організацією фінансів, грошового обігу й кредиту) [11].

Методика оцінки економічної ефективності обраних стратегій розвитку туристичного потенціалу складається з наступних етапів.

1. Проведення всебічного аналізу стану туристичного потенціалу регіону для встановлення правильності обраних ним стратегій, здатності їх забезпечити його сталий розвиток і забезпечення конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі.

2. Формування системи показників, що характеризують господарські й фінансові аспекти сфери туризму регіону, які дозволяють оцінити його забезпеченість різними ресурсами, ефективність їхнього використання й характер фінансових результатів.

3. Вибір на основі сформованої системи показників комплексного інтегрального показника ефективності фінансової і господарської діяльності сфери туризму регіону, що дозволив би узагальнити результати аналізу, отримані на основі значень приватних показників.

4. Аналіз динаміки значень інтегрального показника для туристичного потенціалу території в часі (до й після реалізації вибраної стратегії), а також (при необхідності) зіставлення значень показника для різних регіонів [11].

Таким чином, запропоновані методики оцінки ефективності обраної стратегії управління туристичним потенціалом дозволяє чітко оцінити ефективність діяльності сфери туризму регіону та майбутні перспективи.

Висновки до розділу 1

Отже, виходячи з дослідження проведеного у першому розділі можна зробити такі висновки:

1. Туристичний потенціал можна визначити як здатність території генерувати певний туристський потік, що ґрунтується на системі туристських ресурсів території та сформованого у потенційних споживачів образу туристської привабливості території. При чому, здатність території генерувати туристський потік безпосередньо залежить від наявності туристських ресурсів:

об'єктів туристичної привабливості (туристських атракторів), розвиненості туристської інфраструктури і транспортної доступності території.

2. У будь-якій стратегії соціально-економічного розвитку країни або регіону управління та вдосконалення використання туристичного потенціалу займає важливе місце. Стратегічний розвиток туризму певної дестинації передбачає дослідження проблем та розробку шляхів вдосконалення туристичного сектору, основу якого складає туристичний потенціал з усіма його складовими та елементами.

3. Для оцінки туристичного потенціалу найчастіше застосовують системний підхід, проте в межах його реалізації стикаються із проблемою недостатності інформаційного забезпечення, що суттєво ускладнює можливість оцінки окремих показників, а пізніше – і складових туристичного потенціалу. Проте, використання вказаного методичного підходу дасть можливість визначити не тільки загальний рівень туристичного потенціалу в регіоні, але і дозволить показати доцільність реалізації подальших заходів туристичного спрямування на досліджуваній території.

4. Загальними чинниками ефективності стратегії будь-якого рівня є: чітко сформульовані завдання, які можуть змінюватися навколо поставлених цілей; підтримка ініціативи виконавців, що підвищує свободу політичного маневру; концентрація зусиль, що дозволяє досягти максимального результату за мінімальних зусиль; гнучкість, що дає запас міцності для свободи маневру; скоординованість дій та відповідальність керівництва за результат; захист основних ресурсів та життєво важливих систем.

РОЗДІЛ 2

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОГО РАЙОНУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Характеристика ресурсного потенціалу регіональної туристичної дестинації Київської області

Київська область у силу свого географічного положення та особливостей історичного розвитку має всі необхідні ресурси для розвитку туризму. Сприятливі кліматичні умови, наявність численних водних об'єктів, а також джерел мінеральних вод, багатство культурно-історичних пам'яток визначають роль Київської області як важливого рекреаційного регіону.

У Київській області нараховується 17 заказників, 35 пам'яток природи, 8 парків – пам'яток садово-паркового мистецтва і 12 заповідних урочищ. Київська земля явила світові таких визначних державних мужів, як Ярослав Мудрий, Іван Мазепа, Феофан Прокопович, Іван Сошенко, Павло Чубинський, Григорій Косинка, Іван Козловський, Андрій Малишко, Іван Драч, Ліна Костенко, Шолом-Алейхем і багато інших видатних особистостей. Переяслав-Хмельницький – найстаріше місто у Київській області. У літописних джерелах перші згадки про нього датуються 906 роком. на території міста розташований Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав», який налічує 25 музеїв різноманітної тематики.

Нині Київщина налічує біля 6000 пам'яток культурної спадщини, зокрема, 1194 пам'ятки різних епох-давніх поселень, городищ, могильників, курганів, змійових валів, місць битв та історичних подій, що входять до значних прошарків історії, які впродовж тисячоліть створювали підвалини сучасної цивілізації на території області. 2010 археологічних пам'яток області занесено до Реєстру нерухомих пам'яток, вісім міст області віднесено до міст Всеукраїнського історичного значення. Окремим рядком в переліку пам'яток Київщини вписані 24 пам'ятки національного значення, серед яких велика

кількість культових споруд XVI-XIX ст., палаців, архітектурних споруд, парків, зокрема, білоцерківська «Олександрія» та багато інших.

Серед 25 адміністративних районів та 12 міст Київської області високим рівнем привабливості за потенціалом культурно-історичної спадщини характеризується Білоцерківський район та м. Біла Церква як районний центр.

Білоцерківський район розміщений на півдні Київської області у зоні лісостепу. Район утворений у 1930 році. Площа Білоцерківського району 127,7 тис. га, водні ресурси 2897 га.

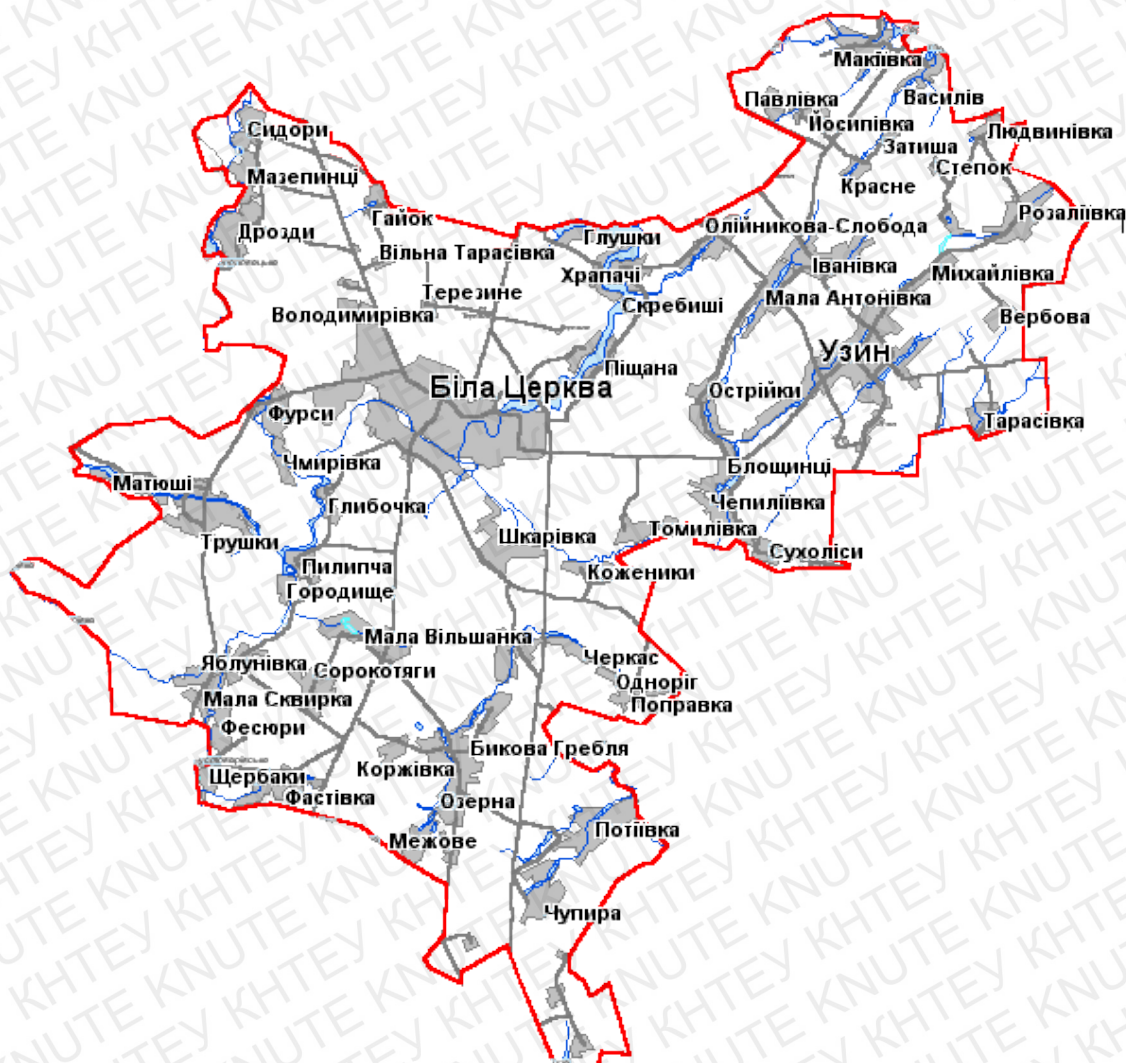


Рис 2.1. Карта Білоцерківського району

В геологічному відношенні територія краю розміщена на Українському кристалічному щиті (УКЩ). В зональному відношенні це перехідна зона від лісу до степу – лісостеп.

У межах району сформувались основні типи ґрунтів: чорнозем типовий, чорнозем опідзолений, сірий лісовий ґрунт, дерново-підзолистий, лугово-чорноземний, дерновий і болотний. В даному районі сильно виражені процеси ерозії ґрунтів, які виникають під впливом зовнішніх умов: розмивання талими і дошовими водами, вивітрювання, спровоковані і прискорені неправильним розорюванням схилів.

Білоцерківський район багатий на різні корисні копалини, які мають промислове значення. Серед них переважають родовища будівельних матеріалів. В районі добувають граніти, гнейси, мігматити, пегматити. Використовують у вигляді буту і щебеню, для кладки стін, для будівництва тротуарів, дорожнього покриття. Пегматити є комплексним джерелом мінеральної і польово-шпатової сировини.

Під Білою Церквою є великі поклади глинистих порід, які використовуються в цегельно-черепичній промисловості, також є будівельні піски.

З горючих корисних копалин у Білоцерківському районі є торф, який в сільському господарстві використовуються також як добриво. У Білій Церкві знаходяться джерела радонових вод.

Головною водоймою є річка Рось, яка протікає через увесь район.

Клімат є помірно-континентальним, теплим, із достатнім зволоженням. Зима м'яка; середня температура січня -6°C . Літо тепле, середня температура липня від 18 до 20°C . Опадів близько 600 мм в рік. Середньорічна кількість опадів – 500 – 600 мм, коефіцієнт зволоження $1,3$. Середньорічна температура $+6,9^{\circ}\text{C}$. Середня тривалість безморозного (вегетаційного) періоду 160 – 170 днів. Переважають вітри західних і південно-західних напрямків.

Як свідчать археологічні знахідки, і донині на територіях багатьох сіл – Мазепинців, Шкарівки, Яблунівки та інших залишилися пам'ятки різних епох: городища черняхівської та древньоруської культур, поховання бронзового періоду, стародавній земляний Зміїв вал уздовж Росі, споруджений за наказом Київського князя Ярослава Мудрого.

Історія району - це будівництво на берегах Росі величного оплоту проти монголо-татар - міста Юр'єва (попередня назва м. Біла Церква), підписання Білоцерківської угоди між Богданом Хмельницьким і польською шляхтою під час Визвольної війни 1651–1654 років.

Минуле Білоцерківщини тісно пов'язане з гайдамацьким рухом - Коліївщиною, рухом декабристів. Саме тут члени Васильківської управи Південного товариства на чолі з П. І. Пестелем обговорювали долю майбутньої держави, розробляли плани вбивства царя та повстання Чернігівського полку.

Білоцерківщина стає одним з найрозвинутіших сільськогосподарських, промислових, торговельних осередків Київської губернії.

Певний вплив на соціально-економічний та культурний розвиток краю мали графи Браницькі - володарі білоцерківських земель кінця XVIII - початку XX століття.

Жителі району бережуть добру пам'ять про відомих людей, які побували в краї - О. В. Суворов, Т. Г. Шевченко, О. С. Пушкін, Г. Р. Державін, К. Г. Стеценко.

Минувшина Білоцерківщини насичена знаменними подіями, що охоплюють всі періоди історії України. Її земля вкрита прадавніми курганами, городищами часів Київської держави Рюриковичів. З білоцерківських осель вирушали в далекі походи козаки, ця земля пам'ятає гоноровий поступ військ українських гетьманів, один з яких - Іван Мазепа - народився й виріс на ній. Білоцерківщина оспівана у творах найкращих українських митців слова та пензля, зокрема, класиком нашої літератури Іваном Нечуєм-Левицьким.

В гербі та прапорі Білоцерківського району поєднано історичну спадщину Білоцерківщини, яку символізують лук з трьома стрілами (елемент герба міста Білої Церкви) та червона смуга (колір прапора міста Білої Церкви), із хліборобським напрямком розвитку району, який символізують колос у вигляді рогу достатку та зелене поле (в нижній лівій частині герба). Блакитні смуги в гербі та золота смуга в прапорі Білоцерківського району пов'язують їх з колористикою прапора Київської області (рис 2.2.)

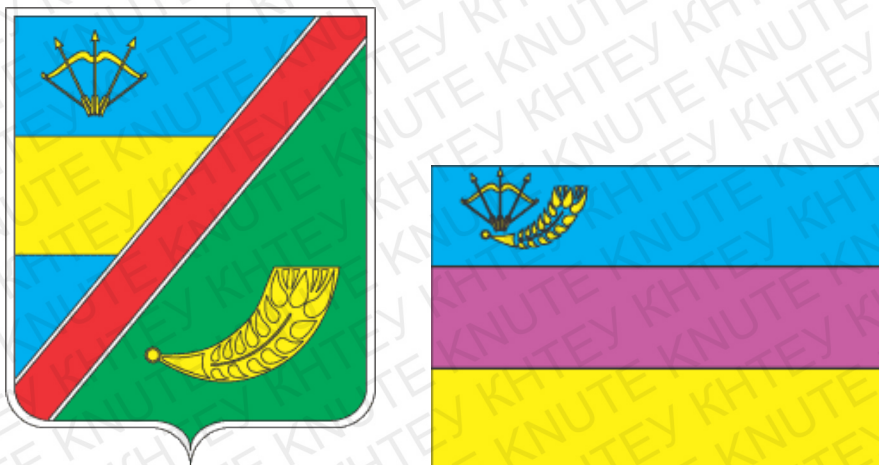


Рис 2.2. Герб і прапор Білоцерківського району

З 2001 року Біла Церква входить до списку історичних міст України та є найбільшим культурним осередком Київської області з археологічними та культурними пам'ятками різних часів, назвами вулиць, площ та парків, що присвячені відомим діячам різних епох.

Біла Церква розташована на березі річки Рось (басейн Дніпра). Місто займає вигідне географічне положення: поруч з ним проходить автомагістраль Санкт-Петербург – Київ – Одеса. Відстань до столиці України – міста Київ становить 84 км, відстань до столиці Російської Федерації – Москви складає 950 км, до столиці Чеської Республіки – Праги складає 1020 км, до столиці Республіки Польща – Варшави складає 800 км. Відстань до аеропорту м. Бориспіль становить 120 км.

Близькість до Києва, зручне транспортне сполучення, розвинута соціально–економічна інфраструктура у комплексі з ландшафтними і природними умовами надають місту значної інвестиційної та туристичної привабливості.

Головним багатством Білої Церкви протягом всієї історії є люди, звичайні його мешканці, які своєю мирною та ратною працею творили і творять його історію, примножуючи досягнення та надбання попередніх років, роблячи його ще красивішим та привабливішим для наступних поколінь мешканців та гостей міста.

У місті проживає понад 205 тис. чол. з них чоловіків – 46%, жінок – 54%.

Основними рисами, що характеризують трудові ресурси міста є велика частка молоді у віковій структурі населення міста; велика частка кваліфікованих працівників з професійно-технічною та вищою освітою.

Місто Біла Церква своїм культурним потенціалом та досягненнями в галузі культури протягом багатьох років знаходиться в авангарді Київщини.

Біла Церква підтримує партнерські стосунки з містами-побратимами з таких країн, як Польща, Білорусія, Грузія, Словаччина, Російська Федерація, Литва, Чорногорія, КНР.

Економіка міста представлена потужним промисловим комплексом, який складається із 57 підприємств різних галузей та видів діяльності. Провідними галузями економіки міста є:

- Хімічна промисловість.
- Машинобудування.
- Будівництво.
- Легка промисловість.
- Харчова промисловість.
- Переробна промисловість.
- Виробництво меблів.

Найбільшими підприємствами міста є: ЗАТ “Росава” (виробництво автомобільних шин), ТОВ «Інтер- ГТВ», ПАТ “Трібо” (виробництво накладок, колодок гальмівних), ТОВ «Білоцерківський домобудівельний комбінат», КПБМР «Білоцерківводоканал», КПБМР «Білоцерківтепломережа», КП «Білоцерківхлібпродукт», ДП ПАТ «Київхліб», ТОВ “Валтекс” (виробництво робочого взуття, пошиття спецодягу, засобів індивідуального захисту), ВАТ “Білоцерківська книжкова фабрика” (поліграфічні послуги).

На сьогоднішній день на промислових підприємствах міста працює більше 13,5 тисяч осіб, постійно відбувається процес оновлення фондів, застосовується інноваційні технології, вводяться нові виробничі потужності.

У місті активно розвивається приватний бізнес. Розвинута інфраструктура підтримки малого підприємництва (Білоцерківський інноваційний бізнес інкубатор, Агентство з розвитку підприємництва, Спілка дрібних підприємців та Ліга підприємців Білоцерківщини), яка на сьогоднішній день набула визнання як в Україні, так і в таких розвинутих країнах світу як США, Німеччина, а також в країнах Східної Європи.

Станом на кінець 2015 року кількість суб'єктів малого підприємництва становить 17,3 тис. в тому числі малих підприємств – 3,1 тис., фізичних осіб-підприємців – 14,2 тис. осіб.

Мале підприємництво охоплює в першу чергу торгівлю, сферу послуг, будівельні підприємства.

Упродовж останніх років у сфері споживчого ринку міста відбулися позитивні зміни. Це відкриття сучасних магазинів, кафе, підприємств побуту, які відповідають вимогам сьогодення, з високим рівнем обслуговування і якістю послуг, а саме: торговельні комплекси «Вега», «Край», «Сільпо», «Велика кишеня», «Гермес» та інші. Продовжується формування торгової мережі провідних торгових компаній. Це перш за все крупні роздрібні мережеві центри «Фокстрот», Comfy. Взагалі в місті працює 398 продовольчих магазинів, 478 непродовольчих магазинів, 652 одиниць дрібно-роздрібної мережі, 24 підприємства оптової торгівлі, 407 закладів ресторанного господарства, діє 12 ринків та понад 50 підприємств побуту.

На підприємствах ресторанного господарства впроваджуються традиції української кухні («Кабачок на бочок», «Ресторанчик», «Рибальське подвір'я»), надання послуг споживачам на вищому рівні та розвиток мережі закладів швидкого обслуговування, розширення мережі кафе з обслуговування дітей, підлітків у режимі «дитячого кафе» («Шоколадниця», «Пітер Пен»).

Діюча мережа підприємств здатна задовольнити платоспроможний попит населення у різноманітних товарах та послугах.

Будівельний ринок міста Біла Церква представлений малими та середніми будівельними фірмами та великими промисловими будівельними

підприємствами, на долю яких припадає значна кількість виконаних будівельних робіт по спорудженню житла та об'єктів соціальної сфери.

Серед них виділяються:

- ТОВ “Білоцерківський домобудівельний комбінат”.
- ТОВ «Білоцерківміськбуд»
- ПП “Еркер”.
- ТОВ “Екобуд”.
- ЗАТ “МЖК - Буд”.

За останні роки спостерігається стрімкий розвиток галузі зв'язку, особливо місцевого телефонного зв'язку. На даний час в місті працює 22 АТС, 178 міжміських таксофонів. У місті працює 11 відділень Центру поштового зв'язку №1 КОД УДППЗ «Укрпошта». Вся територія має покриття мобільного зв'язку провідних операторів України (МТС, Київстар, Life, Білайн тощо) та мережі стандарту СДМА. Найбільший оператор проводового зв'язку на території міста є Центр телекомунікаційних послуг №1 «ВАТ Укртелеком».

Транспортна галузь є важливою складовою у структурі господарського комплексу міста. Її діяльність спрямована на задоволення потреб населення і підприємств міста у якісному та безпечному обслуговуванні транспортними послугами.

На постійних міських пасажирських маршрутах використовується наступний рухомий склад:

- КП БМР «Тролейбусне управління» – 26 од.
- ВАТ «Білоцерківський автобусний парк» - 143 од.
- ПП «Валоїс» - 167 од.
- МПП «Діліжанс» - 61 од.
- МП «КАН» - 65 од.

Для задоволення потреб населення в місті діє 22 автобусних та 5 тролейбусних маршрутів.

На території міста знаходяться дві залізничні станції «Біла Церква» і «Роток» та автовокзал.

У місті працює 36 дошкільних навчальних закладів, з них 35 міської комунальної власності. Із загальної кількості дошкільних закладів 9 (26%) загальнорозвиваючого типу, 2 (5%) санаторного типу, 24 (69%) комбінованого типу. Освітня система у місті представлена 27 загальноосвітніми навчальними закладами: колегіумом, ліцеєм, двома гімназіями, п'ятьма спеціалізованими школами, тринадцятьма школами I-III ступенів, однією школою I-II ступенів та однією I ступеня, спеціальною школою для дітей з вадами розумового розвитку, двома вечірніми школами, одним приватним навчально – виховним комплексом.

Підготовку спеціалістів у місті забезпечують Білоцерківський національний аграрний університет ім. П.Л. Погребняка, Білоцерківський факультет менеджменту та бізнесу ЗАТ “Інститут соціально-культурної діяльності Київського національного університету культури та мистецтв”, Технологіко-економічний коледж Білоцерківського національного аграрного університету, Гуманітарно-педагогічний коледж Київського обласного інституту післядипломної освіти педагогічних кадрів, Білоцерківський технічний коледж Товариства сприяння обороні України, Білоцерківський інститут економіки та управління Відкритого Міжнародного університету розвитку людини “Україна”, Білоцерківська філія Державної академії статистики, обліку та аудиту, Білоцерківський коледж Міжрегіональної академії управління персоналом, Білоцерківська філія Одеського коледжу стандартизації, метрології та сертифікації, Білоцерківська філія сучасних знань, Білоцерківське вище професійне училище будівництва та сервісу № 13 та інші.

Для занять фізичною культурою та спортом в місті функціонують: 4 стадіони з трибунами, 139 спортивних майданчиків (в т.ч. тенісні корти, майданчики із синтетичним покриттям, футбольні поля, майданчики з тренажерним обладнанням), 12 стрілецьких тирів, 5 плавальних басейнів, 59 спортивних залів, 55 приміщень для фізкультурно- оздоровчих занять.

Стадіон «Трудові резерви» вміщує 13,5 тис. глядачів. Він є домашньою ареною для футбольних команд «Арсенал» і «Рось».

У Білій Церкві вже давно стало традиційним святкування «Олімпійського дня», яке щорічно проводиться у відзнаку дати створення олімпійського руху. Проводяться спортивні заходи «Спорт для всіх», «Веселі старти» тощо. Спортсмени міста та збірні команди з видів спорту беруть участь в обласних, Всеукраїнських та Міжнародних змаганнях.

Біла Церква – найбільший культурний осередок Київської області. Своім культурним потенціалом та досягненнями в галузі культури місто протягом багатьох років знаходиться в авангарді Київщини.

Культурну спадщину міста складають:

- ✓ Пам'ятки архітектури та історії.
- ✓ Дендропарк “Олександрія”.
- ✓ Парк культури та відпочинку імені Т.Г. Шевченка.
- ✓ Київський обласний музично-драматичний театр ім. П.К. Саксаганського.
- ✓ два Палаці культури.
- ✓ кінотеатр.

Будинок органної і камерної музики та ін.

На території міста Біла Церква знаходяться 8 готелів.

Одним із пріоритетних напрямів розвитку міста в майбутньому є туристична галузь. Все, що може зацікавити, вразити та назавжди закохати в наше місто не лише справжніх мандрівників та поціновувачів історії, а й звичайних туристів знаходиться саме в Білій Церкві – одному з найдавніших міст Київської Русі.

2.2. Аналіз розвитку ринку послуг культурно-пізнавального туризму регіональної туристичної дестинації Київської області

Для аналізу та оцінки туристичного потенціалу Білоцерківського району необхідно проаналізувати основні його складові. Оцінка туристичного

потенціалу території характеризується географічним положенням, наявністю пам'яток історії та культури, архітектури, наявністю об'єктів релігійного культу, військово-патріотичних об'єктів та інших об'єктів туристичного показу а також наявністю та рівнем розвитку об'єктів туристичної інфраструктури. Інформацію про вищеназвані об'єкти можна отримати з довідників, туристичних каталогів, офіційних Інтернет-джерел (табл. 2.1.).

Таблиця 2.1

**Джерела інформації про ресурсний потенціал туристичної дестинації
Білоцерківського району Київської області**

Туристичні ресурси	Джерела інформації
<p>Природно-рекреаційні ресурси</p> <ul style="list-style-type: none"> - Парк «Олександрія»; - Ріка Рось; - джерела радонових вод; - парк культури і відпочинку імені Т. Г. Шевченка - парк Слави - парк «Будівельників» - Парк козацької слави, село Мазепинці 	<p>Офіційний сайт Білоцерківського району, Соціальна мережа мешканців міста, Географічна карта України, електронні енциклопедії в мережі Інтернет</p>
<p>Історико-культурні ресурси</p> <ul style="list-style-type: none"> - Білоцерківський замок - Білоцерківський краєзнавчий музей - Свято-Успенський храм - культова споруда УПЦ-МП в місті Узин - Храм Святителя Миколая в селі Мазепинці Білоцерківського району - Свято-Духівський храм в селі Шкарівка Білоцерківського району - Спасо-Преображенська церква в селі Сухоліси - Церква Святої Параскеви в селі 	<p>Офіційний сайт Білоцерківської районної ради, сайт «Храми України», каталоги туристичних операторів, туристичні буклети</p>

<p>Олійникова Слобода Білоцерківського району</p> <p>- Церква Зішестя Святого Духа, село Шкарівка</p> <p>Церква Святої Параскеви - село Олійникова</p>	
<p>Слобода</p> <p>- Церква Жон Мироносиць - село Сорокотяги,</p> <p>- Михайлівська Церква - село Храпачі.</p> <p>- Спасо-Преображенська церква - село Сухоліси.</p>	
<p>Об'єкти туристичної інфраструктури</p> <p>- Заклади готельного господарства;</p> <p>- Заклади ресторанного господарства;</p> <p>- Транспорт;</p> <p>- Підприємства сфери послуг.</p>	<p>Офіційні сайти ресторанів, готелів, сайт Білоцерківської районної ради, електронні енциклопедії в мережі Інтернет</p>

Відповідно до наведеної інформації, проаналізуємо основні об'єкти туристичного потенціалу Білоцерківського району в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Характеристика культурно-історичних та природно-рекреаційних об'єктів туристичного потенціалу Білоцерківського району Київської області

№ з/п	Назва об'єкту	Розміщення	Фото об'єкта
1	Державний дендрологічний парк «Олександрія»	Київська область, м. Біла Церква - 13.	

2	Ріка «Рось»	Білоцерківський район	
3	Парк культури і відпочинку імені Т. Г. Шевченка	М. Біла Церква біля Соборної площі, вдовж Олександрійського бульвару	
4	Парк Слави	Центр м. Біла Церква	
5	Парк «Будівельників»	м. Біла Церква Сквирське шосе	
6	Село Мазепинці Парк козацької слави	Село Мазепинці	

Розглянемо наведені об'єкти більш детально.

Історико-культурний туристичний об'єкт.

«Олександрія» – державний дендрологічний парк Національної академії наук України. Розташований у північно-східній частині Правобережного

лісостепу, за 80 км на південь від Києва на північно-західній околиці міста Біла Церква, на висоті 80-106 м над рівнем моря. Це найбільший (понад 290 га) архітектурно оформлений ландшафтний парк в Україні.

Парк розташований на площі 297 гектарів на березі річки Рось. Площа декоративних водойм парку (ставки та р. Рось) становить 21 га. Загальна довжина алей і доріжок становить понад 20 км. Парк є зразком пейзажної паркової композиції, основу якої складають рослини, архітектурні споруди, скульптури, водна гладь річки Рось та ставків.

«Рось» - річка на Придніпровській височині, у межах Вінницької, Київської та Черкаської областей України. Права притока Дніпра (басейн Чорного моря).

Білоцерківський міський парк культури і відпочинку імені Т. Г. Шевченка - один з парків у місті Біла Церква. З середини ХІХ - початку ХХ століття місце майбутнього парку позначена на міських планах під назвою Сквер. Поява Скверу пов'язана з демонтажем Білоцерківського замку графами Браницькими, який на кінець ХVІІІ століття втратив оборонне значення. Тому через близьке розташування до Зимового палацу задля створення культурно-естетичного ландшафту там було висаджено дерева. Згодом після встановлення влади Рад в Білій Церкві на території Скверу було облаштовано Парк культури і відпочинку, названий на честь більшовицького державного діяча Петровського Григорія Івановича. Згодом, зважаючи на причетність Петровського до Голодомору, парк перейменовано на честь Тараса Шевченка.

Парк Слави - один з парків у Білій Церкві. Являє собою меморіальний комплекс присвячений загиблим визволителям Білої Церкви — солдатам РСЧА та бійцям 1-ої окремої Чехословацької піхотної бригади. Біля центрального пам'ятника Загиблим визволителям горить вічний вогонь.

На території парку до закінчення німецько-радянської війни розташовувались римо-католицьке та лютеранське кладовища. Також біля католицьких поховань стояла каплиця, яку разом з могилами було знесено для закладення меморіального комплексу. Втім місце для Парку слави було обрано

не випадково, ще у 1919 році тут було поховано вбитих продармійців, про що звідчить пам'ятник.

«Парк Будівельників» - один з парків у місті Біла Церква. Назву отримав через близькість до «Білоцерківського домобудівельного комбінату»

На території майбутнього парку тривалий час існувало військове кладовище, яке згодом було перепоховано. Робітники ДБК заклали парк, у якому було збудовано невеликий льодовий стадіон та дитячі майданчики. Після розвалу Радянського Союзу і кризи на ДБК парк занепадає.

12 липня 2000 року в парку була закладена пам'ятна капсула на заснування храму Святих апостолів Петра і Павла та встановлений хрест. Станом на 2013 рік побудоване напівпідвальне приміщення, пристосоване під тимчасовий храм, у якому з 12 липня 2006 року проводяться Богослужіння.

1 лютого 2008 року на території колишнього льодового стадіону відкрито ковзанку «Льодовий період».

Село Мазепинці знаходиться в Білоцерківському районі Київської області за 15 км від м. Білої Церкви на річці Кам'янка. Населення приблизно 500 мешканців. Родинне село гетьмана Івана Мазепи. Від козацького села зараз нічого не залишилось, жодної пам'ятки. Влада вирішила змінити ситуацію - все ж таки Іван Мазепа. Ще можна сказати про село, що довгий час воно належало польському поміщику археологу Едуарду Руліковському. В 90-их роках було встановлено пам'ятник Івану Мазепі. В 2007 році було збудовано церкву в козацькому стилі на місці зруйнованої в 1939 році радянською владою. А нещодавно відкрився Меморіальний комплекс парку козацької слави.

Білоцерківський замок - оборонна споруда у місті Біла Церква зведена близько 1552 року. Зруйнована наказом імператриси Катерини II.

Фортеця стала одним із опорних пунктів національно-визвольної боротьби українського народу. Вона використовувалась посталими загонами Криштофа Косинського, Семерія Наливайка, Семена Палія.

В другій половині XVII та протягом XVIII ст. Білоцерківська фортеця складалася з двох частин – верхнього та нижнього замків. Нижній замок

розташовувався на місці сучасних Замкових провулків. Передбачалося, що білоцерківці могли завести на велике подвір'я нижнього замку вози з найціннішими речами. Нижній (як і верхній) замок було оточено ровом, але через своє положення він був найбільш вразливою частиною укріплень.

Верхній замок розташовувався на місці сучасної Замкової гори і мав чотири бастіони з власними назвами. Наприклад, бастіон, на місці якого зараз стоїть Білоцерківський краєзнавчий музей, називався Комендантським. Поруч з ним розташовувалася єзуїтська каплиця (зараз це місце відмічено хрестом). На верхньому замку та під ним розташовувалися споруди військового і господарчого призначення. Між обома частинами фортеці існував рів, через який вів підйомний міст.

Білоцерківський краєзнавчий музей – районний краєзнавчий музей у місті Білій Церкві Київської області; значне зібрання пам'яток матеріальної та духовної культури Південної Київщини; міський і обласний осередок культури, науки та просвіти.

Білоцерківський краєзнавчий музей міститься у спеціально зведеній сучасній будівлі в самому серці Білої Церкви на Замковій горі за адресою - пл. Соборна, буд. 4. Режим роботи для відвідувачів: з 10:00 до 18:00, вихідний день - середа.

Директор закладу – заслужений працівник культури України Діденко Людмила Михайлівна.

На сьогодні музей має унікальну за своєю побудовою експозицію, основою якої є матеріали, зібрані в районах Південної Київщини. Завдяки клопіткій праці багатьох поколінь працівників музею зібрана численна колекція, яка налічує понад 78 тис. предметів.

У музеї працюють такі експозиції:

- Природа Південної Київщини;
- Археологічне минуле краю;
- Білоцерківщина в період польсько-литовської доби та Козаччини;
- Розвиток краю у XVIII — на початку XIX ст.ст.;

- Розвиток капіталістичних відносин на території краю;
- Розвиток освіти та культури в краї (кінець XIX- початок XX ст.);
- Велика вітчизняна війна;
- Повоєнна радянська доба;
- Сучасність.

Серед найцінніших предметів археологічної збірки музею — скіфський меч акінак, унікальний черняхівський світильник зі зображенням обличчя людини, руські жіночі прикраси, зброя, писала, гирька тощо.

Найціннішими реліквіями козацької доби є прапор козацької сотні, булава, бунчук, літавра та зброя.

Основу нумізматичної колекції склали римські монети, київські гривні, гроші козацької доби.

У музеї також солідна етнографічна колекція, що є доволі репрезентативною для Південної Київщини - багате зібрання рушників, вишитих сорочок, одягу, килимів, жіночих прикрас, предметів домашнього вжитку, керамічних виробів, характерних саме для Правобережної Київщини.

Заклад володіє значною колекцією письмових і фотодокументів, серед них є стародруки XVII-XIX століть, у яких відобразились історія краю останніх століть: політичні події, трудове і буденне життя білоцерківців.

Відділ мистецтва музею представлений іконами, зокрема, українського письма, живописними й графічними роботами XVII–XX століть, скульптурами, в тому числі з маєтків навколишнього дворянства, серед яких, у першу чергу, варто відмітити Браницьких. Значну частину колекції складає творчий доробок місцевих митців, творами яких постійно поповнюється музейна колекція.

Свято-Успенський храм - культова споруда УПЦ-МП в місті Узин. Перша православна церква св. Миколая почала будуватись у 1773 р. Вона стояла на високому пагорбі, недалеко від ставу - на вулиці, що й зараз зветься Високою. Першим настоятелем був Пантелеймон Августинович. Нащадок Пантелеймона Августиновича у 1842 р. розібрав стару церкву і побудував на

кам'яному фундаменті нову двопрестольну церкву в честь Успіння Божої Матері і святителя Миколая.

У 60-х роках ХХ століття храм був зруйнований радянською владою. У 1996 році розпочалося будівництво нової цегляної церкви в честь Успіння Божої Матері по вул. Першотравнева, 8а. Допомогу при будівництві нового храму надавали: Узинський цукрозавод, ремонтно-транспортне підприємство "Сільгосптехніка", ПОП "Агрофірма «Узинська», керівництво та жителі міста Узина. 3 березня 2002 р. храм був освячений Преосвященним Серафимом, єпископом Білоцерківським і Богуславським.

Настоятель храму протоієрей Андрій Омельченко – благочинний Узинського округу.

Свято-Духівський храм – дерев'яна культова споруда УПЦ МП у селі Шкарівка Білоцерківського району. Знаходиться під юрисдикцією Білоцерківської єпархії Білоцерківського благочиння.

Згідно з архівними даними, у 1706 р. в селі Шкарівка було збудовано та освячено Свято-Духівську церкву. Це була єдина на всю Київську губернію двокупольна церква, яка проіснувала до середини ХVІІІ ст. У 1756 р. замість неї була збудована трьохкупольна дерев'яна церква.

За часів Київської Русі тут існував монастир з підземними печерами, а також була заміська резиденція Юр'ївських єпископів ХІ-ХІІІ ст.

Шкарівська парафія мала досить широку географію. Так, щороку з Шкарівського храму надсилались кошти на прикрашення найбільшої святині православного світу - Гробу Господнього в Єрусалимі. Цікаво, що в Шкарівці в 1910-1917 рр. служив о. Григорій, який не тільки правив у церкві, але був ще й директором школи.

У роки радянської влади почалося переслідування тих селян, які відвідували церкву. Священикам забороняли проводити обряди і таїнства. Парафіяльні священики змінювалися по кілька на рік. У 1930 р. церква була розграбована, з неї зняли дзвони.

У 1932 р. була зруйнована дзвіниця і частина церкви. Із цих матеріалів було побудовано дві колгоспні комори, а в храмі було заборонено проводити богослужіння. Приміщення церкви було пристосовано під складські приміщення.

Храм знову був відкритий для богослужіння лише в 1945 році.

Спасо-Преображенська церква - пам'ятка архітектури національного значення. Знаходиться в селі Сухоліси Білоцерківського району.

На південь від Сухолісів, на лівому березі Росі лежить городище XI–XII століть, а в самому селі, що притулилося на краю великого лісу, збереглася дерев'яна церква. Цей невеликий одноглавий храм має цікаву композицію та прекрасні пропорції, тому вважається пам'яткою архітектури національного значення.

Церква була збудована у 1726 році. У 1849 році її дуже сильно перебудували.

Попри те, що церковний верх узято у білий пластик, споруда майже не втратила рідкісної стрункості. Дуже пасує храмові й чудовий кований хрест, цілком згідний із бароковою традицією.

За переказами місцевих мешканців, спершу – років триста тому – церква стояла в старому селі Сухоліси, яке потім перенесли. А разом із ним перенесли і старовинну дерев'яну церкву Святого Преображення, споруджену без єдиного цвяха. Оповідують, що храм люди несли на руках, аби не зруйнувати під час розібрання. З того часу церкву вважають особливою, люди їдуть з усіх усюд. А коли наприкінці 50-х років ХХ століття з «центру» надійшов наказ знищити храм, місцеві мешканці на чолі з головою колгоспу встали на його захист. Голови, звісно, «полетіли», але церкву відстояли.

Церква дерев'яна на кам'яному фундаменті вертикально ошальована хрестова в плані п'ятизрубна однокупольна з прибудовами. Купол - восьмирич на четверику з двома заломами - увінчаний невеликою главкою. В інтер'єрі збереглися тематичні розписи ХІХ ст. В бабинці розташовані хори. Всі зруби, крім центрального, перекриті плоскою стелею.

Цікава композиція і прекрасно знайдені пропорції будівлі ставлять її в ряд цінних пам'яток українського дерев'яного зодчества.

Багато цікавих пам'яток архітектури знаходиться і в історичному центрі Білої Церкви. Визначні архітектурні пам'ятки міста: Склади Браницьких, Ансамбль споруд поштової станції, Торгові ряди (БРУМ), Зимовий палац, Будинок Дворянських зібрань, Микільська церква, Свято-Преображенський кафедральний собор, Костел святого Івана Хрестителя, Церква святої Марії Магдалини та інші.

2.3. Аналіз розвитку ринку послуг культурно-пізнавального туризму в регіональній туристичній дестинації Київської області

Важливою передумовою розроблення стратегії розвитку туристичної дестинації є етап аналізу розвитку ринку туристичних послуг у певному його сегменті. Аналіз розвитку ринку послуг культурно-пізнавального туризму в регіональній туристичній дестинації Київської області наведено нижче.

Туристичні потоки. Динаміка туристичних потоків в Білоцерківському районі Київської області за 2000–2017 роки представлено в табл. 2.3. Як видно з таблиці 2.3, загальна туристів, обслугованих туроператорами та турагентами складає у 2017р. 36983 осіб, що більше ніж у критичному 2015 році практично у 3 рази, однак, значно менше, ніж у 2001–2003 роках. Негативною тенденцією сьогодення є результати структурного аналізу турпотоків, який свідчить, що 94,1% туристів виїжджають за межі району за кордон. Внутрішній і в'їзний туризм, який позитивно впливав би на економіку району практично відсутній.

Таблиця 2.3

Динаміка туристичних потоків та обсягів наданих туристичних послуг в Білоцерківському районі за 2000 – 2017 роки

(осіб)

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та	Із загальної кількості туристів:		
		іноземні туристи	туристи-громадяни	внутрішні туристи

	турагентами – усього		України, які виїжджали за кордон	
2000	13645	130	963	12552
2001	48541	412	6156	41973
2002	53648	526	13044	40078
2003	47975	1636	19896	26443
2004	28102	1089	7734	19279
2005	19406	181	4306	14919
2006	8664	124	4619	3921
2007	20243	935	14972	4336
2008	27354	625	18395	8334
2009	19691	611	12717	6363
2010	30088	446	19247	10395
2011	12679	85	9724	2870
2012	18341	532	14645	3164
2013	24459	299	18511	5649
2014	13143	18	11465	1660
2015	11560	5	10207	1348
2016	25008	–	22569	2439
2017	36983	11	34811	2161

У 2000-2010 роках інформація наведена за даними управління культури і туризму облдержадміністрації, починаючи з 2011 року – за даними форми державного статистичного спостереження № 1-туризм (річна) "Звіт про туристичну діяльність".

Джерело: Представлено автором за даними [62]

обсягів наданих туристичних послуг

Заклади готельного господарства. Станом на 01.01.2017 р в Білоцерківському районі офіційно пропонують послуги розміщення туристів 58 підприємств готельного господарства, серед яких готелі, мотелі, бази відпочинку та садиби зеленого туризму.

Показники, що характеризують динаміку розвитку готельного господарства в Білоцерківському районі Київської області за останні 5 років, наведені в табл. 2.4.

У місті Біла Церква досить розвинута готельна інфраструктура, що представлена закладами різного рівня обслуговування: «City Park Hotel», «Київ», «Chalet», «Центральний», «Соборний», «Трактор», «Обрій»,

«Гостинний двір», «Кларк», «Рось», «Візит», «Поліс», «Місце під сонцем», «Диліжанс».

Таблиця 2.4

**Динаміка розвитку готельних підприємств в Білоцерківському районі
Київської області за 2013-2017 роки**

Показник	Од. виміру	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість готельних підприємств	од.	50	56	56	58	58
Загальна житлова площа	м ²	5405	5419	5419	5335	5335
Загальна кількість номерів	од.	500	680	680	722	722
Середній показник загальної житлової площі на 1 номер	м ²	12,01	11,58	11,58	11,3	11,3

Характеристика підприємств готельного господарства міста Біла Церква наведена у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Підприємства готельного господарства міста Біла Церква
Київської області**

Назва готелю	Адреса	Місткість	Послуги
City Park Hotel	вул. Ярослава Мудрого 14, м. Біла Церква	31 номер, загальна місткість 120 місць.	Проживання, харчування в ресторані при готелі, бізнес-послуги, Спа-центр, побутові послуги, перевезення, замовлення екскурсій
Київ	Торгова площа 3, м.	51 номер, 22 одномісних номери, 19 двомісних	Проживання, харчування в ресторані при готелі,

	Біла Церква	номерів, 2 тримісних - номери, 4 номерів напівлюкс та 4 номерів люкс.	замовлення екскурсій
Chalet	вул. Росьова, 17 м. Біла Церква	Міні-готель на 10 номерів, загальна місткість 35 місць.	Проживання, харчування в ресторані при готелі, послуги кейтерингу, проведення заходів, трансфер, організація відпочинку
<i>Продовження табл. 2.5</i>			
Центральний	м. Біла Церква, бульвар 50-річчя Перемоги 15	Міні-готель на 11 одно-двокімнатних комфортабельних номерів класу «люкс»	Проживання, харчування в ресторані при готелі, бізнес-послуги, побутові послуги, трансфер, замовлення екскурсій
Соборний	пл. Соборна, 1/1, м. Біла Церква	Міні-готель на 5 номерів класу «студіо»	Проживання, харчування в ресторані при готелі, побутові послуги, цілодобове обслуговування в номерах.
Трактир	м Біла Церква, бул. 50-річчя Перемоги, 13-а	7 комфортабельних готельних номерів, з яких: 4 двомісних номери категорії "стандарт", 2 номери "напівлюкс" і 1 двокімнатний люкс з сауною	Проживання і харчування
Обрій	м Біла Церква бул. перемоги 107а	Міні-готель на 8 номерів, загальною місткістю 30 місць	Проживання і харчування, замовлення екскурсій
Гостинний двір	м. Біла Церква, вул. Підвальна, 10	міні-готель на 10 номерів, загальна місткість 20 місць.	Проживання і харчування
Кларк	м Біла Церква, вул. Олеся Гончара, 1/42	106 номерів на 204 місця. Одно-, дво-, тримісні номери, номери категорії "стандарт", "напівлюкс" і "люкс"	Проживання і харчування, організація екскурсій, інформаційні послуги, дитячий ігровий майданчик / ресторан, салон краси, конференц-зал, паркінг, Wi-Fi, обслуговування номерів
Рось	м Біла Церква, бул. 50-річчя Перемоги, 130	105 номерів бюджетного класу	Проживання і харчування у їдальні при готелі
Візит	вул. І. Мазепи, 65А	7 номерів, загальна місткість 25 місць	Проживання, харчування, інформаційні та побутові послуги
Місце під сонцем	м. Біла Церква, вул.	24 номери на 48 місць загалом	Проживання, харчування, конференц-зал

	П. Запорожця 361		
Диліжанс	м Біла Церква, вул. П. Запорожця, 359	Мотель на 9 номерів, загальна місткість 22 місця.	Проживання і харчування, побутові послуги

Заклади ресторанного господарства. У місті Біла Церква зосереджено найбільшу кількість закладів ресторанного господарства району, а саме, у місті працює 407 закладів ресторанного господарства. На підприємствах ресторанного господарства впроваджуються традиції української кухні («Кабачок на бочок», «Ресторанчик», «Рибальське подвір'я»), надання послуг споживачам на вищому рівні та розвиток мережі закладів швидкого обслуговування, розширення мережі кафе з обслуговування дітей, підлітків у режимі «дитячого кафе» («Шоколадниця», «Пітер Пен»).

Таблиця 2.6

Динаміка розвитку підприємств ресторанного господарства в Білоцерківському районі Київської області за 2012-2016 роки

Показник	Од. виміру	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість закладів ресторанного господарства, в т.ч.	од.	502	505	505	508	510
Ресторанів	од.	119	119	119	124	120
Кафе, закусочних	од.	200	200	201	200	200
Барів	од.	57	58	58	59	59
Інші (їдальні, чайні, кондитерські, тощо)	од.	126	128	127	125	131

Отже, як можна побачити з табл. 2.6. кількість закладів ресторанного господарства загалом по Білоцерківському району або залишається стабільною, або незначним чином зростає, що говорить про насиченість ринку закладами

харчування, а також і тим, що існуюча мережа ЗРГ спроможна задовольнити існуючий попит.

Транспорт. Через місто проходять автошляхи європейського значення: Чернігів - Бровари - Київ - Боярка - Глеваха - Біла Церква - Ставище - Жашків - Умань - Ульяновка - Любашівка - Жовтень - Одеса (Е95); також міжнародного Київ - Васильків - Біла Церква - Ставище - Умань - Ульяновка - Жовтень - Одеса (М05); залізнична лінія Фастів-1 - Миронівка.

У місті функціонують залізничний вокзал, що був відкритий у 1876 році, автостанція приміського сполучення та військовий аеродром. Також, у місті працює каса попереднього продажу авіаквитків - агентство повітряних сполучень «Кіуавіа».

У місті працюють велика кількість транспортних підприємств, що забезпечують перевезення жителів. Серед них - КП БМР «Тролейбусне управління», ПАТ «Білоцерківський автобусний парк», ПП «Валоїс», ПП «К-А-Н», МПП «Діліжанс» та ПП транспортне агентство «Ікарус».

Громадський транспорт представлений 6 тролейбусними маршрутами. Значну частину міських перевезень представляє маршрутне таксі, який складається із 20 маршрутів.

Підприємства сфери послуг. На території міста Біла Церква функціонують Київська регіональна торгово-промислова палата, 9 ринків, 144 магазинів продуктів харчування, 14 магазинів побутової хімії, понад 60 об'єктів роздрібною торгівлі, 16 спортмагазинів, понад 120 магазинів меблевої спеціалізації, 17 магазинів - тканини, фурнітура, пряжа, 46 магазинів чоловічого та жіночого одягу, 22 - ювелірних виробів, близько 10 торговельних комплексів та центрів, такі як ТРЦ «Вега», ТРЦ «Гермес», ТРЦ «Апельсин», ТРЦ «Сіті центр», ТРЦ «White Plaza», ТРЦ «Олександрія», ТЦ «Євродім», ТЦ «ДНС», ТЦ «Бульвар», ТЦ «Пасаж», офісно-торговельний центр «Великий трикутник», центр моди «Гранд парфюм» та «Королева».

У місті представлені головні національні мережі супермаркетів як продовольчих і господарських товарів - «Фуршет», «Сільпо», гіпермаркет

«Велмарт», «АТБ», «Квартал», «Еко маркет», гіпермаркет будівельних матеріалів «Епіцентр», «Будмаркет», так і побутової та професійної техніки, аудіо- та відеоелектроніки - «Фокстрот», Comfy, Ельдорадо, «Frost», «MOYO online», Алло, Ringoo, «Мобільні фішки», «SMART», «Жжук», «Комп'ютерний всесвіт», косметика та побутової хімії «Космо», «ProStor», «Eva», «Watsons» «JYSK»

У Білій Церкві працює понад 40 автозаправних станцій та комплексів, що є власністю великих операторів ринку «ТНК-ВР», «Amic», «Укртатнафта», «WOG», «ОККО» тощо. Також, у місті близько 15 автосалонів, близько 56 магазинів, що спеціалізуються по автозапчастинам, 5 автошкіл, 26 автостоянок, гаражних кооперативів тощо.

2.4. Оцінка дієвості стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації Київської області

Розробка і впровадження стратегій сталого розвитку в усіх сферах життя певної території є пріоритетним завданням кожної області, району, населеного пункту України. Не виключенням є і Білоцерківський район. Наразі існує декілька основних стратегій розвитку розроблених місцевими радами району, а також і загальна стратегія розвитку Київщини, в якій також виділено аспекти розвитку соціально-економічної сфери Білоцерківського району.

Важливою частиною стратегій розвитку на місцевому рівні є закладення пріоритетів і напрямів розвитку туристичної діяльності та туристичного потенціалу території.

Так, Програмою соціально-економічного та культурного розвитку Білоцерківського району на 2026 рік, передбачено забезпечення узгоджені спільні дії виконавчої влади та органів місцевого самоврядування задля ефективного використання власних ресурсів, творення власної територіальної згуртованості.

Дана Програма розроблена з метою аналізу соціально-економічної ситуації в районі за попередній період та визначення зовнішніх і внутрішніх чинників, які впливають на розвиток району.

Першим пунктом даної Програми є аналіз економічного і соціального розвитку Білоцерківського району. Зокрема, наводяться дані щодо роботи основних підприємств району, результатів їх діяльності, досягнень в сільському господарстві за попередні періоди, аналізуються інвестиційні потоки в економіку району. Також в даному розділі аналізується стан надання населенню комунальних послуг, стан та якість дорожнього покриття в районі. Аналіз соціальних показників включає визначення рівня безробіття, середніх показників по оплаті праці в районі, виділенню соціальної допомоги незахищеним верствам населення. Аналізується стан медичної сфери і сфери освіти, вказується все що було зроблено для покращення в цій сфері.

Основною метою Програми соціально-економічного та культурного розвитку Білоцерківського району на 2026 рік встановлено вирішення соціальних проблем та покращення рівня життя населення, та відновлення сталого економічного розвитку району. Для досягнення мети визначено наступні пріоритетні напрями:

- забезпечення сталого функціонування промислового комплексу району шляхом сприяння налагодженню стабільної роботи промислових підприємств;
- забезпечення екологічної та техногенної безпеки в районі шляхом розв'язання проблем поводження з відходами, насамперед з твердими побутовими, токсичними та непридатними для переробки; збереження природно-заповідного фонду, біологічного та ландшафтного різноманіття з урахуванням закономірностей формування рекреаційної сфери району;
- раціональне використання бюджетних коштів, зміцнення бюджетної та фінансової дисципліни, покращення платіжної дисципліни суб'єктів господарювання;

- підвищення якості надання медичних та освітянських послуг шляхом продовження роботи з оптимізації мережі медичних та навчальних закладів з урахуванням демографічних та економічних реалій;
- створення сприятливих умов для надходження в район вітчизняних та іноземних інвестицій, підвищення інвестиційного іміджу району;
- створення умов для розвитку підприємницької діяльності та поліпшення бізнес-клімату в районі шляхом залучення фінансових та інвестиційних ресурсів у сферу малого підприємництва, розширення і підтримки діяльності мережі об'єктів інфраструктури підприємництва;
- продовження впровадження енергозберігаючих заходів у закладах бюджетної сфери та житлово-комунального господарства, стимулювання раціонального використання енергоресурсів, використання альтернативних видів палива та запровадження енергозберігаючих технологій у галузях виробництва;
- недопущення зниження рівня соціальних стандартів життя населення району, створення умов для зростання заробітної плати, недопущення заборгованості з виплати заробітної плати, пом'якшення ситуації на ринку праці.

Основними напрямками соціально-економічного та культурного розвитку Білоцерківського району у 2016 році визначено:

1. Соціальна сфера – напрями спрямовані на демографічний розвиток, підтримку сімей та молоді, охорону дитинства, зайнятість населення, стабілізація грошових доходів населення, вдосконалення пенсійного забезпечення та соціального захисту населення. Цим пунктом передбачено розвиток будівництва району, впровадження заходів з енергозбереження, заходи щодо реформування житлово-комунального господарства.
2. Гуманітарна сфера - визначено напрями модернізації галузі освіти району, забезпечення доступності, якості медичної допомоги.

У Стратегії соціально-економічного та культурного розвитку Білоцерківського району у 2026 році важливе місце займає планування розвитку туристичного сектору району.

У сфері культури Білоцерківського району функціонує: 54 Будинки культури та клуби, 53 бібліотеки, комунальний позашкільний навчальний заклад «Дитяча школа мистецтв» Білоцерківської районної ради та 10 її філій, 13 аматорських колективів району носять почесне звання «народний», 3 - «зразковий».

Протягом 2015 року художні колективи, солісти району брали участь у Міжнародних(8), Всеукраїнських(6), обласних (4) та районних (18) культурно-мистецьких заходах.

Щорічно у районі проводяться районні конкурси та фестивалі, а саме: конкурс юних виконавців естрадної пісні «Різдвяна зіронька», фестиваль колядок, щедрівок та новорічних пісень «В ніч різдвяну колядка дзвенить», фестиваль хореографічних колективів «Перлини танцю», фестиваль вокальних та хорових колективів «На Великдень сонце грає і заспіває наш край», районний конкурс козацької пісні «Славі козацькій жити в віках».

В закладах культури сіл Озерне III відділення, Фурси, Острійки та смт. Терезине протягом 2015 року було створено нові колективи художньої самодіяльності.

На виконання вимог ЗУ про декомунізацію в районі пройшли громадські слухання щодо перейменування вулиць, назви яких містять символіку комуністичного тоталітарного режиму. Рішенням виконавчих комітетів перейменовано в м. Узин – 20 вулиць, смт. Терезине – 3, в 34 сільських радах - 228.

Так, пунктом 3.2.3 Програми передбачено такі головні цілі у сфері культури і туризму на 2016 рік:

- реалізація заходів Комплексної програми розвитку галузі культури Білоцерківського району на 2016-2020 роки.
- розвиток інформаційних технологій та просвітницької діяльності;

- удосконалення та оптимізація мережі мистецької освіти та виховання;
- покращення умов для дозвілля та розвитку культурного середовища;
- здійснення заходів щодо збереження культурної спадщини та розвитку туризму в районі.

А основні завдання у сфері культури і туризму на 2016 рік:

- збереження і розвиток мережі закладів культури;
- проведення фестивалів-конкурсів різних жанрів;
- подальше впровадження в діяльність бібліотек сучасних інформаційних технологій, зокрема - в рамках програми «Бібліоміст» приймати участь в конкурсах малих грантових проєктів (ЦРБ);
- сприяння залученню об'єктів культурної спадщини Білоцерківщини до районних туристичних маршрутів;
- збереження, відродження та забезпечення подальшого розвитку традиційних народних художніх промислів, що сприятиме підвищенню рівня духовності суспільства;
- підвищення рівня працевлаштування людей з обмеженими фізичними можливостями, які зможуть працювати в домашніх умовах;
- забезпечення ефективної координації діяльності органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, наукових установ, а також громадських організацій щодо збереження, відродження і розвитку народних художніх промислів.

Впровадження запланованих заходів безумовно буде мати позитивний вплив на сектор туризму Білоцерківського району, проведення сезонних заходів дозволить привабити туристів, оскільки подієвий туризм наразі є пріоритетним напрямком розвитку туризму у багатьох регіонах України.

Значний вплив на розвиток туризму та туристичного потенціалу будуть мати також і закладені Стратегією соціально-економічного та культурного розвитку Білоцерківського району у 2016 році, завдання у сфері розвитку торгівельної інфраструктури споживчого ринку та сфери послуг:

- забезпечення реалізації державної політики у сфері послуг, спрямованої на подальший розвиток підприємницької діяльності та задоволення потреб споживачів у якісних і безпечних товарах та послугах за доступними цінами;
- відновлення та подальший розвиток мережі підприємств торгівлі, побуту та підприємств ресторанного господарства в районі;
- формування сприятливого підприємницького середовища у сфері торгівлі;
- вдосконалення діяльності об'єктів ринкового господарства;
- проведення спільних нарад, семінарів, засідань «круглих столів», конференцій з питань обслуговування населення;
- забезпечення координації та функціонального регулювання у сфері захисту прав споживачів на території району.
- насичення споживчого ринку району широким асортиментом якісних продовольчих та непродовольчих товарів;
- впровадження сучасних форм і методів обслуговування населення;
- надання суб'єктам господарської діяльності району допомоги в організації, участі та проведенні виставок, ярмарок, презентацій, бізнес-форумів тощо.

Отже, важливі завдання закладені Програмою соціально - економічного та культурного розвитку Білоцерківського району на 2016 рік, реалізація яких потребує спільних дій виконавчої влади та органів самоврядування, підприємств та організацій району, спрямовані, у першу чергу, на вирішення соціальних проблем жителів району. Проте, частина даної програми відводиться і для вирішення проблем у туристичному секторі району. Впровадження положень Програми має сприяти збільшенню надходжень до бюджетів усіх рівнів, що дасть можливість досягти позитивних зрушень у соціальній сфері та призведе до більш високого рівня соціально-економічного розвитку району.

У загальній «Стратегії розвитку Київської області на період до 2020 року» також відводиться значна роль формуванню та розвитку туристичного

потенціалу області. В даній загальній стратегії Білоцерківському району відводиться важливе місце як туристичному центру Київщини.

У Стратегії розвитку Київської області на період до 2020 року зазначається, що галузь культури Київської області представлена цілісною мережею закладів та установ, серед яких 1813 закладів культури і мистецтва, зокрема 829 клубних закладів, 885 бібліотек, 26 музеїв, 2 центри дозвілля, 2 парки культури та відпочинку, 60 шкіл естетичного виховання.

Зкладами культури обласного підпорядкування є Київська обласна бібліотека для дітей, Київська обласна бібліотека для юнацтва, Київська музично-театральна бібліотека, коледж культури і мистецтв, Національний музей-заповідник "Битва за Київ у 1943 році", Вишгородський історико-культурний заповідник, Київський обласний археологічний музей, Яготинський державний історичний музей, Ржищівський археолого-краєзнавчий музей, Меморіальний музей К.Г. Стеценка, Меморіальний музей-садиба І.С. Козловського, Білоцерківський краєзнавчий музей, Київський академічний обласний музично-драматичний театр імені П.К. Саксаганського, симфонічний оркестр "Академія", обласний центр народної творчості та культурно-освітньої роботи, обласний центр охорони і наукових досліджень пам'яток культурної спадщини. Важливою складовою галузі є бібліотеки, переважна більшість яких (756) розташована в сільській місцевості. Послугами бібліотек щорічно користується понад 600 тис. читачів. Сукупний бібліотечний фонд становить близько 10,0 млн. примірників. Щорічна книговидача складає в середньому понад 13 млн. примірників книг.

На території Київської області під охороною держави перебуває близько 6000 об'єктів культурної спадщини, з них 2010 – пам'ятки археології, 1164 – пам'ятки історії, 164 – пам'ятки архітектури.

До кращих обласних музейних закладів належать археологічний музей (с. Трипілля — трипільська культура), Яготинський історичний, що включає музей-садибу народної художниці К. Білокур, археологічний музей "Добранічівська стоянка", Білоцерківський краєзнавчий музей та ціла низка

музеїв-садиб визначних постатей — К. Білокур, І. Козловського, К. Стеценка, В. Заболотного, М. Вовчка, О. Корнійчука, А. Малишка та інших. Предметом особливої гордості області є Національний історико-етнографічний заповідник "Переяслав", що налічує 23 музеї.

Визнані туристично-культурні центри області – міста Біла Церква, Бориспіль, Переяслав-Хмельницький, Ржищів та інші в сукупності з широким спектром 25 закладів сучасної модернізованої сервісної інфраструктури стрімко трансформують їх в потужних генераторів пакетів високоякісних туристичних послуг.

На території Київської області нараховується 194 території та об'єкти природно-заповідного фонду, у тому числі 23 об'єкти загальнодержавного значення (2 національних природних парки, 15 заказників, 2 пам'ятки природи, 1 дендрологічний парк, 3 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва) та 171 об'єкт місцевого значення (82 заказника, 59 пам'яток природи, 11 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 17 заповідних урочищ та 2 регіональні ландшафтні парки).

З метою популяризації туристичних можливостей Київської області, розроблено і впроваджуються тематичні туристичні маршрути: "Музейна скарбниця Київщини", "Козацькими шляхами Київщини", "Визначні місця Київського Поросся", "Трипільська культура на Київщині", "Місцями бойової слави Київщини", "Голодомор 1932-1933 рр. на Київщині", "Подорож у Київську Русь", "Старожитності Вишгородщини", "Мистецька Яготинщина", "Край Марусі Богуславки", "Київський укріпрайон", "Шевченко на Київщині".

Згідно з зазначеною Стратегією, найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства є сфера сільського зеленого туризму. Розвиненими місцями зеленого туризму є села Білоцерківського, Богуславського, Вишгородського, Кагарлицького, Переяслав-Хмельницького районів.

На думку розробників Стратегії розвитку Київської області на період до 2020 року – «Київщина – це край, де поєднані стародавня культура та модерні

технології, де серед перлин природи стоять рукотворні пам'ятки, де старість і молодість разом дивляться у майбутнє, де розвинута економіка прокладає шлях України до Європи».

Тому, у даній стратегії як операційну ціль (1.4.) визначено розвиток туристичного потенціалу Київщини.

Згідно зі Стратегією - Київська область характеризується чітко вираженими тенденціями: стрімкого розвитку її внутрішньої туристичної індустрії та створенням майже в кожному з її районів яскравих, економічно доцільних та конкурентоспроможних пакетів пропозицій у сфері туризму, екскурсій, подорожей, активного і здорового відпочинку, культурних програм та змістовного дозвілля.

Забезпечення подальшого розвитку туристичного потенціалу Київської області передбачається здійснювати шляхом поєднання бюджетної підтримки із стимулюванням добродійності, меценатства, підприємницької активності культурних закладів, що забезпечить оновлення матеріально-технічної бази галузі.

Індикаторами стану туристичної сфери області за Стратегією є:

- Кількість об'єктів туризму, туристичних продуктів та туристичної інфраструктури.
- Кількість відвідувачів туристичних об'єктів Київської області.
- Кількість реалізованих інвестиційних проектів у туристичній сфері.

Основні завдання у сфері розвитку туристичного потенціалу Київщини за Стратегією розвитку Київської області на період до 2020 року наведені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Основні завдання у сфері розвитку туристичного потенціалу Київщини

Завдання	Потенційно можливі сфери реалізації проектів
1. Пропаганда й розвиток туризму вихідного дня та етнотуризму	1. Видання і поширення інформаційних матеріалів та пропаганда у ЗМІ відомих і нових туристичних маршрутів вихідного дня та етнотуризму 2. Сприяння проведенню акцій, святкувань, ярмарок, виставок

	<p>що сприяють розвитку туризму, просування місцевих традицій та звичаїв Київщини</p> <p>3. Організація проведення масових туристичних заходів міжнародного рівня</p> <p>4. Удосконалення туристичного веб-порталу, створення мережі інформаційних туристичних центрів</p>
2. Розвиток туристичних об'єктів, продуктів та мереж	<p>1. Розвиток дорожньої мережі до туристичних і оздоровчих об'єктів, таборів, садиб та баз відпочинку, створення та реконструкція малих об'єктів обслуговування туристів (громадські вбиральні, дитячі майданчики тощо)</p> <p>2. Ідентифікація, маркування та встановлення міжнародно визнаних позначень туристичних та рекреаційних об'єктів, пам'ятників архітектури, історії та культури та їх підтримка у задовільному стані</p> <p>3. Розробка нових тематичних екскурсійних програм та спеціалізованих маршрутів з історико-краєзнавчої, військово-патріотичної, літературно-мистецької, архітектурної, історико-релігіознавчої, природничої та інших тематик</p> <p>4. Розроблення рекламних буклетів та встановлення стендів туристичних маршрутів</p> <p>5. Організація навчання для підприємців-початківців у сфері сільського туризму, створення системи дистанційного навчання та консультування кадрів в цій сфері</p>
3. Створення та просування туристичних брендів	<p>1. Розробка бренду Київщини, сприяння у виготовленні сувенірної продукції, яка буде символізувати туристичний бренд Київщини</p> <p>2. Просування традиційних продуктів Київщини, популяризація місцевих традицій та звичаїв</p> <p>3. Проведення спеціалізованих заходів для популяризації туристичного потенціалу Київщини (реklamних турів, інфотурів)</p>

Очікувані результати за реалізації завдань у сфері розвитку туризму Київщини:

- Зростання кількості об'єктів соціальної та ринкової інфраструктури у сфері туризму.
- Розбудова мережі туристичних інформаційних центрів для забезпечення якісної та достовірної інформації.
- Створення ефективної системи туристичного сервісу на рівні світових вимог та стандартів
- Збереження та примноження історико-культурної спадщини.

- Поява нових комплексних туристичних продуктів, розвиток інфраструктури та сфери послуг навколо історико-культурних та природних об'єктів та пам'яток.

Отже, як можна бачити з проведеного дослідження, у загальних стратегіях розвитку пріоритетне місце займає планування розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району. Важливість і актуальність розвитку туристичного потенціалу, що закладені у загальних стратегіях розвитку пояснюють зростаючою роллю туризму в економіці району. При правильній організації і якісно розробленій стратегії розвитку туристичний сектор району є важливим джерелом надходжень до місцевих бюджетів, та має надзвичайно важливе соціальне значення, створюються додаткові робочі місця, покращується рівень життя населення району.

Висновки до розділу 2

Дослідивши стан розвитку туристичної дестинації Білоцерківського району Київської області можемо зробити такі висновки:

1. Місто Біла Церква – найбільший культурний осередок Київської області. Своїм культурним потенціалом та досягненнями в галузі культури місто протягом багатьох років знаходиться в авангарді Київщини. Близькість до Києва, зручне транспортне сполучення, розвинута соціально-економічна інфраструктура у комплексі з ландшафтними і природними умовами надають місту значної інвестиційної та туристичної привабливості. З 2001 року Біла Церква входить до списку історичних міст України та є найбільшим культурним осередком Київської області з археологічними та культурними пам'ятками різних часів, назвами вулиць, площ та парків, що присвячені відомим діячам різних епох.

2. Місто Біла Церква і Білоцерківський район в цілому, володіють значним туристичним потенціалом. У місті Біла Церква зосереджено найбільшу кількість природних та історико-культурних пам'яток, найбільш цінна з яких –

ландшафтний парк «Олександрія». Населені пункти Білоцерківського району мають значний пізнавальний інтерес для туриста. Також в районі розвинений зелений туризм.

Об'єкти туристичної інфраструктури в районі – заклади ресторанного та готельного господарства, зосереджено переважно в районному центрі. Готельні підприємства різноманітні за рівнем комфорту та ціною політикою, ресторани підприємства представлені у достатній кількості та у різних форматах. Транспортна інфраструктура досить розгалужена, до міста легко дістатись транспортом загального користування, містом проходять важливі автошляхи державного та міжнародного значення. Проте, якість дорожнього покриття деяких автошляхів є незадовільною.

3. Наразі існує декілька основних стратегій розвитку розроблених місцевими радами району, а також і загальна стратегія розвитку Київщини, в якій також виділено аспекти розвитку соціально-економічної сфери Білоцерківського району. Важливою частиною стратегій розвитку на місцевому рівні є закладення пріоритетів і напрямів розвитку туристичної діяльності та туристичного потенціалу території.

У загальних стратегіях розвитку пріоритетне місце займає планування розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району. Важливість і актуальність розвитку туристичного потенціалу, що закладені у загальних стратегіях розвитку пояснюють зростаючою роллю туризму в економіці району. При правильній організації і якісно розробленій стратегії розвитку туристичний сектор району є важливим джерелом надходжень до місцевих бюджетів, та має надзвичайно важливе соціальне значення, створюються додаткові робочі місця, покращується рівень життя населення району.

РОЗДІЛ 3

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Концептуальні положення нової стратегії розвитку регіональної дестинації Київській області в сегменті культурно-пізнавального туризму

Необхідність розробки стратегій сталого розвитку туристичного потенціалу на сучасному етапі в Україні, обумовлюється значною низкою проблемних питань що наразі існують в туристичному секторі регіонів нашої країни. Переважно ці проблеми стосуються екологічних питань, організаційних, інформаційних, фінансування і т.д.

У розвиткові туристичного потенціалу Білоцерківський район Київської області, в цілому так само як і в інших туристичних осередках нашої держави існує ряд проблемних питань які необхідно враховувати при розробці стратегій розвитку туризму. Серед існуючих проблем варто виділити наступні:

- відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв;
- відсутність цивілізованих умов перетину кордону та несприятливий візовий режим для іноземних туристів;
- низький рівень розвитку готельного та ресторанного господарства, низька якість послуг що надаються;
- проблеми транспортного забезпечення туристичної діяльності, погана якість дорожнього покриття, проблеми в функціонуванні транспорту;
- недостатня інформованість потенційних туристів про туристичний потенціал Білоцерківського району, про його переваги та особливості;
- проблеми екологічного характеру, які перешкоджають розвитку пріоритетного для Білоцерківського району зеленого туризму;

- податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс;
- недоліки в системі регіонального управління;
- проблема тіньової економіки;
- необхідність передання частини повноважень органам місцевого самоврядування.

Для удосконалення туристичної діяльності Білоцерківського району велике значення має інформація про навколишнє середовище, яке включає демографічні, науково-технічні, політико-правові, соціально-культурні, природні та економічні фактори. До того ж усі фактори макро- та мікросередовища взаємопов'язані і взаємообумовлені. Тому всі дані повинні бути зосереджені у відповідних інформаційних центрах, об'єднаних в єдину інформаційну систему. Ця система повинна бути повна, зрозуміла у використанні та загальнодоступна.

Державна податкова система має суттєвий вплив на соціально-економічну ефективність туристичної сфери, тому головним завданням держави є усунення бар'єрів для розвитку туристичної сфери шляхом прийняття проведення виваженої податкової політики з метою підтримки та захисту суб'єктів рекреаційно-туристичної діяльності.

Нині, не відпрацьовано механізм заохочувального оподаткування інформаційно-рекламної діяльності, стимулювання інвестицій у туристичну галузь. Визначення туризму як пріоритетного напрямку розвитку Білоцерківського району не підкріплено сприятливими умовами, які б створювалися з боку органів влади.

Першочерговим має бути поетапне передання місцевий органам влади Білоцерківського району прав на ліцензування туристичної діяльності, сертифікацію підприємств готельного господарства та пунктів харчування, а також повноважень щодо відповідного контролю.

Основу такого механізму складає фінансово-економічне регулювання розвитку туристичної сфери, яке має здійснюватися через:

- механізм платежів за використання природних рекреаційних ресурсів;
- ефективну податкову політику;
- систему місцевих зборів (курортний рекреаційний збір, податок на приватний житловий фонд, який використовується в рекреаційних цілях, тощо);
- механізм ціноутворення на рекреаційно-туристичні послуги;
- інноваційно-інвестиційну політику і кредитування.

В Білоцерківському районі існують всі передумови для розвитку туризму: історичні, географічні, природні, економічні, соціально-демографічні. Відповідно, причинами нестабільності в туристичній галузі району є ряд проблем, які сповільнюють розвиток туризму та гальмують розвиток туристичної індустрії. Деякі з цих проблем мають загальнонаціональний масштаб. В першу чергу, у засобах масової інформації населення активно проводиться реклама міжнародного туризму і майже відсутня реклама внутрішнього туризму, за виключенням загальновідомих зон туризму та рекреації.

Серед проблем, варто відмітити відсутність коштів на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва, а залучення інвестицій гальмується через неврегульовану нормативно-законодавчу базу нашої країни.

Також варто відмітити не достатню розвиненість сектора туристичної індустрії. У містах не роздаються безкоштовні буклети-путівники історико-культурних пам'яток міста, інформація про Білоцерківський район в мережі Інтернет також є не досить повною і достатньою, представлені дані дублюються та не висвітлюють багатогранності туристичного потенціалу району. Це все обумовлює вузькі уявлення про туристичний потенціал Білоцерківського району та визначає малу обізнаність про різноманіття туристичних послуг.

Перешкоджає розвитку туризму в Білоцерківському районі і те, що різноманіттям туристичних послуг в Україні, можуть похвалитися переважно великі міста і міста загальновизнаних зон рекреації та туризму. В той час в

Білоцерківському районі Київської області можна розвивати промисловий, оздоровчий та інші види туризму. Але для цього ж знову потрібні інвестиції для створення бізнес-центрів, рекреаційних зон відпочинку, які поєднували в собі пасивні та активні види відпочинку.

Таким чином, подальший розвиток туризму в Білоцерківському районі гальмують наступні негативні чинники:

1. Відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах.
2. Заходи, які надають туристичні послуги, як правило, підпорядковані різним підприємствам, що ускладнює їх координацію.
3. Повільне зростання обсягів капіталовкладень у розвиток туризму.
4. Не відповідність наявної матеріальної бази (дороги, сервісне обслуговування) загальним міжнародним стандартам.
5. Відсутність інноваційних проектів та наукових досліджень з питань розвитку туризму.
6. Недосконалість законодавчих актів, що регулюють дану сферу та потрібність в прийнятті додаткових законів, а також поліпшення статистичної звітності, яка б охоплювала всі аспекти розвитку туризму.
7. Недостатність уваги, що приділяється, для визнання туризму як чинника не тільки соціально-економічного розвитку, але в якості джерела «заробляння» іноземної валюти, розвитку міжнародних культурних зв'язків тощо.
8. Слабка матеріальна база для розвитку туризму.
9. Низький та неякісний рівень харчування туристів.
10. Відсутність якісних доріг і придорожніх кафе, мотелів, ресторанів, розважальних підприємств, які б забезпечували комфортне проживання та обслуговування туристів.

Згідно з визначеними проблемами розвитку туристичного потенціалу та туризму загалом можна визначити пріоритетні напрямки вдосконалення та шляхи їх вирішення (табл. 3.1.)

Таблиця 3.1

Проблеми розвитку туристичної дестинації Білоцерківського району

Київської області та можливі напрями їх вирішення

Сутність проблеми	Шляхи вирішення
1. Недостатній розвиток правової бази. Проблеми, пов'язані з ліцензуванням екскурсійної діяльності, обов'язковою сертифікацією послуг харчування та умовами проведення діяльності з надання туристичних послуг у сфері туризму без реєстрації як суб'єктів підприємницької діяльності.	- доопрацювання та прийняття Закону України про „Сільський туризм”, інших нормативно-правових документів, які регламентують організації туристичних послуг; - спрощення податкової політики;
2. Недосконалість системи державного управління.	- розробка регіональних і муніципальних програм розвитку туризму
3. Відсутність єдиних методик і стандартів оцінювання якості туристичних послуг.	- розробка нормативних документів з вимогами до організації туристичних послуг
4. Відсутність якісних рекламно-інформаційних матеріалів.	- проведення маркетингових досліджень; - розробка пакету рекламно-інформаційних матеріалів з інформацією про туристичні об'єкти, умови проживання, надані послуги, рекреаційні можливості.
5. Відсутність можливостей виходу на міжнародний ринок.	- відповідність міжнародним вимогам з організації туризму; - участь у міжнародних організаціях туризму; - використання міжнародних баз даних; - використання інформаційних ресурсів мережі Інтернет.
6. Низький рівень надання послуг і рівень комфорту.	- розробка нормативних документів із переліком вимог до послуг туризму; - розвиток інфраструктури; - конкурси з якості послуг; - надання банківських кредитів на пільгових умовах; - професійна підготовка і підвищення кваліфікації працівників галузі; - розробка нових екскурсійних маршрутів
7. Відсутність спеціалізованих туроператорів, гідів та екскурсоловів.	- розробка семінарів і курсів з підготовки кадрів туроператорів в галузі.
8. Незацікавленість і необізнаність місцевої влади та місцевого населення в організації високого рівня туристичних послуг.	- проведення семінарів із туризму, присвячених принципам організації, методам і системам управління; - створення бізнес-планів, проектів діяльності; - залучення місцевих жителів до послуг, супутніх туризму; - друк просвітних матеріалів; - створення пільгових умов організації туристичної діяльності; - взаємодія з населенням і підприємцями регіонів.
9. Низькі доходи від туристичної	- збільшення кількості наданих послуг, розробка

діяльності	різноманітних програм для різних категорій населення.
------------	---

Таким чином, наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичного потенціалу Білоцерківського району. На вирішення розглянутих проблем і повинна бути спрямована Стратегія розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району, яка має здійснити позитивний вплив на туристичну сферу району, а також і на покращення економічного і соціального розвитку Білоцерківського району.

Вибір стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району ґрунтується на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу. Дієва стратегія здатна примножити внутрішній потенціал туристичної галузі району і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити положення території на міжрегіональному туристичному ринку.

З метою визначення основних чинників впливу та формулювання стратегічних напрямків розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району, було проведено SWOT-аналіз. Було виявлено проблеми та потенційні можливості туристичного потенціалу району, потреби громади та місцевого бізнесу, найважливіші кроки та заходи щодо розбудови туристичної галузі, проведено ідентифікацію сильних і слабких сторін, потенційних можливостей і зовнішніх загроз, зроблено порівняльний аналіз.

На першому етапі було визначено внутрішні та зовнішні чинники (наявні та прогнозовані у найближчій перспективі фактори впливу), які необхідно врахувати при розробці Стратегії розвитку туризму. На другому етапі визначено ступінь прояву та очікуваного впливу кожного з найбільш вірогідних факторів.

Спираючись на аналітичні висновки, за підсумками проведеної роботи були визначені основні чинники впливу на вибір стратегічних напрямків розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району. SWOT-аналіз,

проведений вказує на внутрішні сильні і слабкі сторони туристичного потенціалу району, а також на зовнішні можливості і загрози (ризики), які впливатимуть на розвиток туристичної галузі у Білоцерківському районі. Узагальнені результати SWOT-аналізу наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2.

SWOT-аналіз туристичного потенціалу Білоцерківського району

Сильні сторони (внутрішні)	Слабкі сторони (внутрішні)
<p>Унікальна історична і культурна спадщина загальноукраїнського та міжнародного значення</p> <p>Наявність потенційно брендированих об'єктів і продуктів</p> <p>Економічно розвинене місто і регіон</p> <p>Вигідне транспортно-логістичне розташування (автошляхи та залізничні шляхи міжнародного значення)</p> <p>Наявність об'єктів і територій заповідного фонду в межах міста</p> <p>Специфічне просторове планування міста, поєднання урбанізованої забудови з рекреаційними зонами</p> <p>Річка Рось як водна артерія, зона відпочинку і місце проведення різних заходів</p> <p>Високий рівень концентрації людського капіталу, наявність наукових закладів та студентської молоді</p>	<p>Низька якість комерційних та окремих муніципальних послуг (транспорт, громадські туалети, прибирання вулиць)</p> <p>Проблеми з благоустроєм міста, висока "природна" засміченість та занедбаність окремих територій</p> <p>Значне техногенне навантаження на довкілля</p> <p>Низька якість та недостатній асортимент туристичних послуг</p> <p>Низька активність громади міста в цілому, у т.ч. у сфері туризму, послуг, розвитку клієнто-орієнтованого малого та середнього бізнесу</p> <p>Низький рівень кооперації, партнерських відносин, кластеризації сфери послуг</p> <p>Відсутність традицій системного управління процесами стратегічного розвитку, проектного менеджменту</p> <p>Відсутність ефективної організаційної структури з управління розвитком туризму, брак професійних кадрів у системі муніципального управління</p> <p>Неефективний муніципальний маркетинг</p>
Можливості (зовнішні)	Загрози (зовнішні)
<p>Доступність сучасних інформаційних технологій та їхній подальший розвиток</p> <p>Збільшення попиту на туристичні продукти на внутрішньому ринку (організований та неорганізований туризм)</p> <p>Близькість обласних центрів та інших населених пунктів із загальною чисельністю понад 10 млн. осіб (як ринку збуту)</p> <p>Наявність транзитного туристичного потоку</p> <p>Подальший розвиток партнерських</p>	<p>Незадовільний стан транспортної інфраструктури, низька якість послуг з перевезення</p> <p>Дефіцит бюджету, неможливість фінансування проектів через несправедливий розподіл бюджету "центр-регіони"</p> <p>Конкуренція з боку інших міст і регіонів України</p> <p>Погіршення екологічної ситуації у районі</p> <p>Неефективне державне управління туристичною галуззю в цілому</p> <p>Поглиблення макроекономічних кризових явищ на національному та світовому ринках</p> <p>Відсутність підтримки ініціатив влади у сфері розвитку туризму з боку бізнесу та громадськості, центральних органів влади</p>

<p>відносин з містами-побратимами</p> <p>Розвиток державно-приватного партнерства</p> <p>Зацікавленість проектами розвитку туризму з боку молодіжних громадських організацій, студентів</p> <p>Зацікавленість історико-культурною спадщиною з боку української діаспори, та зарубіжних представників інших національних меншин</p> <p>Альтернативні джерела фінансування проектів (фонди підтримки місцевого самоврядування, проекти міжнародної технічної допомоги)</p> <p>Горизонтальна співпраця з іншими містами та регіонами (безпосередньо, через асоціації міст та інші об'єднання)</p> <p>Наявність попиту з боку мешканців району у сфері пізнавального, подієвого, промислового, "зеленого" туризму (місцевий туризм)</p>	<p>Інформаційна закритість влади і суспільства</p> <p>Зниження купівельної спроможності споживачів та попиту на туристичні послуги</p>
---	--

Отже, результати SWOT-аналізу свідчать про певну перевагу слабких сторін над сильними сторонами, а також про існуючі та очікувані переваги зовнішніх можливостей над загрозами.

Проведений комплексний аналіз наявної ситуації у туристичній галузі Білоцерківського району дозволяє визначити ключові проблеми і фактори, які стримують розвиток туристичного потенціалу.

1. Імідж та позиціонування

- Відсутність чіткої та сприйнятої громадою ідеології і стратегії розвитку міста.
- Невизначений образ району на туристичному ринку.
- Неefективний муніципальний маркетинг, відсутність системності та цілеспрямованості у формуванні нового іміджу району як туристично-привабливої території.
- Низька представленість Білоцерківського району у зовнішньому медійному просторі.

2. Розвиток громади:

- Високий рівень недовіри з боку громади і бізнесу до ініціатив влади.
- Низький рівень місцевого та загальнонаціонального патріотизму.
- Низький рівень культурно-естетичного виховання мешканців району.
- Низький рівень обізнаності місцевої громади щодо історії, історичних, культурних подій та пам'яток міста.
- Брак культури гостинності, створення атмосфери просторового та емоційного комфорту.

3. Туристично-привабливі об'єкти та події:

- Незадовільний стан пам'яток архітектури, знакових об'єктів.
- Незадовільний стан пам'яток історико-культурної спадщини (занедбаність пам'яток історії і культури, відсутність дієвих важелів впливу на власників об'єктів).
- Недостатність сучасних культурних, виставкових, розважальних, спортивних та інших закладів для дозвілля.
- Стан парків та скверів, площ міста не відповідають сучасним вимогам надання послуг відпочинку в місті.
- Відсутність подій національного та міжнародного масштабу для залучення туристів.
- Невиразність місцевого колориту в місцях обслуговування туристів, у т.ч. відсутність традицій широкого використання місцевої та національної кухні.

4. Туристична інфраструктура району, туристичні продукти і послуги:

- Загальний низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури.
- Відсутність під'їздів до багатьох туристичних об'єктів.
- Відсутність дорожніх вказівників і туристично-інформаційних знаків.

- Недостатність сучасних місць розміщення (готелів) для різних категорій споживачів, в т. ч. двох-зіркових готелів, орієнтованих на середнього туриста, а також костелів.
- Невідповідність засобів розміщення світовим стандартам.
- Неналежний стан туристичних маршрутів, у т. ч. брак обладнаних місць короткочасного відпочинку.
- Відсутність достатньої кількості стоянок та інших об'єктів туристичної інфраструктури (туалети та ін.).
- Низька якість та недостатній асортимент туристичних та супутніх послуг: проживання, транспорт, харчування, інформаційні послуги, зони відпочинку вздовж р. Рось, санітарні зони тощо.

5. Загальний благоустрій, транспортна та комунальна інфраструктура:

- Проблеми з благоустроєм: висока "природна" засміченість та занедбаність окремих територій, у т. ч. таких, що мають високий туристичний потенціал.
- Незадовільний стан доріг – магістральних, загальноміських та внутрішньо-квартальних.
- Невідповідність якості транспортних, інших комерційних та муніципальних послуг сучасним вимогам.

6. Інформаційна підтримка:

- Відсутність якісної, комплексно оформленої пропозиції щодо подієвого туризму, у т. ч. «календаря туриста».
- Недостатність туристичної інформації як для туристів, так і для підприємств, що надають послуги у сфері туризму (туристичних карт і схем, путівників, рекламної продукції, актуалізованої пізнавальної інформації про місто та область тощо).
- Відсутність систематизованої доступної інформації щодо наявної ресурсної бази (об'єктів та їх стану), що можуть бути використані для розвитку туризму.

- Нерозвиненість інформаційної інфраструктури, у т.ч. інформаційних центрів.

7. Управлінське, фінансове, кадрове та інші ресурсне забезпечення галузі:

- Відсутність традицій системного управління процесами стратегічного розвитку міста і застосування інструментів проектного менеджменту в цілому.
- Відсутність цілеспрямованого управлінського процесу у сфері розвитку туризму.
- Незабезпечення професійними кадрами в галузі туризму і рекреації.
- Відсутність ефективної організаційної структури з управління розвитком туризму, брак кадрів у системі муніципального управління.
- Прояви корумпованості окремих дозвільних, контролюючих та правоохоронних органів, що перешкоджає розвитку бізнесу.

8. Партнерство:

- Низька активність громади міста і готовність до широкої співпраці в цілому, у т. ч. у сфері туризму, послуг, розвитку малого та середнього бізнесу, орієнтованого на залучення та обслуговування туристів.
- Відсутність дієвого механізму взаємодії влади, бізнесу, громади щодо спільного втілення програм розвитку міста, у т.ч. туристичної галузі.
- Відсутність досвіду й активної зацікавленості у формуванні міжсекторних партнерств (туристичних бізнес-асоціацій, кластерів тощо).
- Відсутність системної підтримки виробників сувенірної продукції, народних майстрів.
- Низька зацікавленість промислових підприємств у розвитку промислового (індустріального) туризму.

9. Стан довкілля:

- Значне техногенне навантаження на довкілля.
- Неєфективна система поводження з твердими побутовими та промисловими відходами.

- Недостатня робота відповідних структур щодо забезпечення екологічної безпеки території, діяльності промислових підприємств та інших суб'єктів господарювання.

Таким чином, за технологією стратегічного планування на основі SWOT-аналізу, таке співвідношення факторів є підставою для обрання стратегії розвитку туризму, яка передбачає комплексний розвиток туристичної галузі з більш ефективним використанням наявних історико-культурних, природних, виробничих, інтелектуальних та соціальних ресурсних можливостей на основі широкого партнерства, залучення та об'єднання потенціалу різних зацікавлених сторін. Особлива увага під час реалізації Стратегії розвитку туризму та інших міських цільових програм має приділятися питанням збалансованого розвитку міста в екологічній, соціальній та економічній сферах.

Тому, стратегія розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району буде включати три етапи (табл. 3.3.)

Таблиця 3.3

Стратегія розвитку туристичної дестинацій Білоцерківського району Київської області

№ пп.	Основна ціль етапу	Завдання етапу	Термін виконання
I етап	створення базових умов для розвитку туристичної галузі	- створення організаційної структури з управління розвитком туристичної галузі; - покращення загального благоустрою міста, розвиток муніципальної інфраструктури; - фіксація у документації району рекреаційних та інших територій, які будуть задіяні для розвитку туристичної галузі Білої Церкви та району; - започаткування системної роботи у сфері охорони, відновлення та збереження архітектурної та іншої історичної спадщини - навчання (підвищення кваліфікації) кадрів, вивчення та поширення кращих практик управління туристичною галуззю, міжсекторної співпраці, надання послуг та	2019

		<p>ін.;</p> <ul style="list-style-type: none"> - підвищення якості муніципальних і комерційних послуг, у т.ч. транспортних; - активізація залучення мешканців населених пунктів району, громадських об'єднань, органів самоорганізації та інших зацікавлених сторін до процесу розбудови туристичної галузі; - формування атмосфери гостинності, просторового та емоційного комфорту; - запровадження першочергових туристичних продуктів у сфері індустріального та ділового туризму; - забезпечення ефективної інформаційної підтримки галузі, у т.ч. широкої інформаційної присутності Білоцерківського району у мережі Інтернет та покращення інформаційного обслуговування мешканців і гостей на території міста; - проведення й оприлюднення результатів системних наукових досліджень у сфері ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу міста Біла Церква і регіону; - покращення кадрової, матеріально-технічної та іншої ресурсної підтримки туристичної сфери району, адаптація діючих комунальних закладів до потреб туристичної галузі; - створення сприятливих умов для започаткування і розвитку бізнесу у галузях, пов'язаних із залученням та обслуговуванням туристів; - створення системи муніципальної підтримки приватних і громадських ініціатив, бізнес-проектів на конкурсній основі. 	
Продовження табл. 3.3. II етап	формування стабільного попиту на туристичні продукти з боку цільових сегментів споживачів	<ul style="list-style-type: none"> - вирішення ключових екологічних проблем, які стримують розвиток туризму; - подальше розширення співпраці з містами і регіонами України, закордонними містами-партнерами, міжнародними туристичними організаціями; - збільшення попиту за рахунок виведення на ринок інноваційних продуктів у сфері пізнавального, подієвого (розважального і спортивного спрямування), індустріального, ділового та інших видів туризму; - створення повноцінної водної туристичної інфраструктури з комплексним використанням ресурсних можливостей річки Рось; 	2020

		<p>- формування та просування туристичних брендів Білоцерківщини на ринку України і за кордоном з метою підвищення загальної конкурентоспроможності Білоцерківського району як туристично-привабливої території;</p> <p>- створення інституційних, інфраструктурних, маркетингових та інших ресурсних умов для реалізації наступного етапу стратегічного планування інноваційного розвитку туристичної галузі.</p>	
--	--	--	--

Наступний етап передбачає розробку пріоритетних стратегічних цілей та операційних завдань стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району.

Стратегічна ціль 1: Розбудова системи управління туристичною галуззю і партнерських відносин:

1. Створити організаційну структуру з управління розвитком туристичної галузі Білоцерківського району та організувати її діяльність
2. Покращити організаційну, кадрову, правову, матеріально-технічну та іншу ресурсну підтримку туристичної сфери району
3. Створити систему фінансового забезпечення розвитку туристичної галузі
4. Активізувати співпрацю з іншими містами, регіонами, країнами у сфері розвитку туризму, розширити міжнародні та міжкультурні зв'язки

Стратегічна ціль 2: Розвиток міської інфраструктури, орієнтованої на потреби туристів:

1. Покращити загальний благоустрій, дотримання санітарних і будівельних норм на території населених пунктів Білоцерківського району
2. Підвищити туристичну привабливість та ефективність використання наявних туристично-привабливих об'єктів і територій
3. Створити умови і забезпечити розвиток багатофункціональної туристичної інфраструктури
4. Розбудувати транспортну інфраструктуру населених пунктів Білоцерківського району

5. Створити сучасні території відпочину і рекреації на базі природно-ландшафтного потенціалу населених пунктів Білоцерківського району

Стратегічна ціль 3: Створення атмосфери гостинності, підвищення якості муніципальних та комерційних послуг

1 Підвищити рівень місцевого патріотизму, культурно-естетичного виховання і просвіти городян, сприяти розвитку творчого потенціалу мешканців Білоцерківського району

2 Забезпечити досягнення якості муніципальних та комерційних послуг європейського рівня

3 Організувати науковий супровід розвитку туристичної галузі Білоцерківського району

4. Покращити стан довкілля та підвищити безпеку життєдіяльності

Стратегічна ціль 4: Формування конкурентоздатних туристичних продуктів і забезпечення маркетингової підтримки

1. Запровадити цілеспрямовану політику муніципального маркетингу і формування іміджу Білої Церкви – як міста, відкритого для туристів

2. Активізувати інформаційну підтримку розвитку туристичної галузі

3. Підвищити ефективність використання туристичного потенціалу

4. Забезпечити відродження та розвиток культури і традицій району як унікального явища в історії України та світової цивілізації

5. Активізувати діяльність у сфері пізнавального туризму на основі культурно-історичної багатоманітності Білоцерківського району

6. Створити комплексні туристичні продукти у сфері подієвого туризму для різних категорій споживачів, у т.ч. події національного та міжнародного рівня

7. Сформувати нові напрями розвитку туристичної галузі міста, у першу чергу – промисловий (індустріальний) та діловий туризм

8. Організувати змістовне дозвілля, активно-оздоровчий відпочинок мешканців і гостей міста на основі інноваційного підходу з використанням туристичного потенціалу.

Виконання операційних завдань для досягнення визначених стратегічних цілей забезпечується шляхом розробки і реалізації Плану дій з виконання Стратегії на відповідний період, в якому зазначається перелік пріоритетних проектів і заходів, строки їх виконання, відповідальні особи, бюджет і джерела залучення коштів, очікувані результати та ефективність з огляду на сталий розвиток економічної, соціальної (у т. ч. культурної) та екологічної сфери.

Реалізація Стратегії передбачає, у першу чергу, створення дієвого механізму, який повинен забезпечувати своєчасне прийняття ефективних рішень на всіх етапах управлінського циклу: планування, постановка завдань, організація виконання, забезпечення ресурсами, управління ризиками, контроль виконання, моніторинг та оцінювання результатів впровадження Стратегії, а також подальше регулювання процесу й актуалізацію цілей.

3.2. Оцінка ефективності реалізації стратегії розвитку регіональної дестинації Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму

Під час розроблення Стратегії серед мешканців Білоцерківського району було проведене опитування у формі анкетування. Анкетування не є статистичним дослідженням і мало на меті виявити основні тенденції та очікування мешканців території щодо розвитку туристичної галузі в цілому. Анкетування здійснювалось за випадковою вибіркою. За віком респонденти розподіляються наступним чином (табл. 3.4)

Таблиця 3.4.

Дослідження респондентів за віком, осіб

Групи респондентів за віком, роки	Чоловіки	Жінки	Частика групи респондентів за віком, %
РАЗОМ	106	284	100
18-30	34	58	24
31-45	38	125	42
46-60	28	86	29
61 і старші	6	15	5 %

В цілому співвідношення вікових груп відповідає середньостатистичній віковій структурі населення районів України аналогічних Білоцерківському, за виключенням найстаршої вікової групи. Жінки середнього віку стали найактивнішими учасниками опитування.

За приналежністю до основних партнерських груп, які беруть участь у розробці та реалізації Стратегії, респонденти розподілились таким чином (табл. 3.5.)

Таблиця 3.5

Дослідження респондентів за приналежністю до основних партнерських груп

Показники	Представник и бізнесу	Представники влади	Організована громадськість (у т.ч. ЗМІ,ЗВО)	Просто мешканець району
Кількість, осіб	39	79	60	212
Частка, %	10%	20	15	55

Під час проведення анкетування жителів Білоцерківського району щодо їхнього бачення проблем і пріоритетів розвитку туристичної галузі, а також першочергових завдань різних партнерських груп у контексті розвитку туризму були отримані наступні результати.

За масштабом (спроможністю до залучення туристів) респонденти вважають, що Білоцерківський район протягом наступних 10 років повинен зосередитись на залученні туристів, які мешкають на території України (так вважають 27% респондентів). Близько 20% віддали перевагу Київській області як пріоритетній території для залучення туристів, 12% вважають, що Біла Церква може стати туристичним центром Київщини. Стільки ж (12%) вказують на спроможність досягнути загальноєвропейський чи навіть світовий масштаб. Ще близько 20% висловили сумнів у тому, що Білоцерківський район спроможний стати відомим туристичним центром.

За пріоритетними напрямками розвитку внутрішнього та в'їзного туризму на території Білоцерківського району уподобання жителів розподіляється наступним чином (з переліку було запропоновано вибрати 3 пріоритети):

1. Пізнавальний історико-культурний туризм – 66%.
2. «Зелений», екологічний та агротуризм – 64%.

3. Подієвий святково-фестивальний туризм – 44%.
4. Промисловий (індустріальний) туризм – 26%.
5. Організація масових спортивних заходів (спортивних подій) – 23%.
6. Діловий туризм та конференц-сервіс – 20%.

Ці дані свідчать про те, що жителі Білоцерківського району найвище оцінюють потенціал міста у сфері пізнавального та подієвого туризму. Друге місце «зеленого» туризму, за оцінками експертів, говорить скоріше про особисте бажання відпочивати в екологічно безпечному середовищі, а також про наявність попиту на тури вихідного дня для відпочинку на природі.

Крім того, мешканці Білоцерківського району високо оцінюють рекреаційний потенціал міста Біла Церква та прилеглих до міста природних територій, спроможних до розвитку цього напрямку туризму.

Варті уваги, на думку респондентів, ще два напрями розвитку туристичної сфери міста: промисловий (індустріальний) туризм, а також діловий туризм і супутній конференц-сервіс.

Таким чином, представникам туристичного та інших галузей бізнесу додатково слід врахувати досить високий попит жителів району на туристичні послуги, пов'язані з відвідуванням природних об'єктів, організацією турів вихідного дня.

Серед першочергових завдань міської влади для підвищення туристичної привабливості міста учасниками опитування були визначені:

- покращення транспортної інфраструктури району і транспортних послуг;
- забезпечення чистоти у населених пунктах району, покращення загального стану довкілля;
- розвиток державно-приватного (муніципального) партнерства;
- збільшення інвестицій у туристичну галузь та місто в цілому;
- розвиток туристичної та комунальної інфраструктури населених пунктів району;

- формування нового іміджу міста Біла Церква, розвиток муніципального маркетингу;
- розроблення та реалізація комплексної програми розвитку туристичної галузі.

Головні завдання бізнесу для розвитку туризму, на думку жителів району:

- використання нових можливостей для власного розвитку;
- активізація участі бізнесу у розвитку міста в цілому;
- збільшення інвестицій у туристичну та суміжні галузі;
- підвищення якості товарів і послуг;
- ефективне використання рекламних можливостей і PR;
- запровадження кооперації для розвитку туризму.

Серед пріоритетних завдань активної частини громади та пересічних мешканців респондентами було названо:

- підвищення особистої культури, самоосвіта, виховання патріотизму;
- збереження чистоти вулиць міста, дворів, місць відпочинку;
- ініціювання та реалізація громадських проектів;
- участь у формуванні позитивного іміджу району;
- організація творчих спілок та інших громадських об'єднань;
- збереження та охорона культурних цінностей.

Таким чином, спільними завданнями для всіх учасників процесу розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району жителі району визначають, перш за все: створення партнерств, покращення стану довкілля, формування нового іміджу міста, покращення ресурсного забезпечення, розбудова інфраструктури на підтримку туризму, комплексний стратегічний підхід до розвитку туристичної галузі.

Моніторинг та оцінка реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району є окремими етапами процесу стратегічного планування розвитку туристичної сфери, які передбачають збір та аналіз інформації, необхідної для забезпечення досягнення очікуваних результатів і вдосконалення процесу реалізації Стратегії.

Моніторинг та оцінка реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району здійснюються за пріоритетними стратегічними цілями і напрямками, з урахуванням операційних завдань та відповідних індикаторів моніторингу і оцінки, які визначені Стратегією, а також ухваленими на її виконання рішеннями.

Оцінка реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району – управлінський процес, який спрямований на періодичну системну, незалежну й об'єктивну перевірку та аналіз результатів впровадження Стратегії у відповідності з визначеними критеріями.

Загальна мета оцінки – на основі системного аналізу визначити, наскільки процес реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району в цілому та/або впровадження її окремого етапу чи напряму є результативним, ефективним, економічним та соціально-орієнтованим.

Основними завданнями оцінки є:

- визначення, наскільки виконання Стратегії відповідає пріоритетам розвитку туристичної галузі та міста в цілому;
- формування першочергових завдань щодо подальшого розвитку туристичної галузі;
- обмеження непродуктивних витрат та оптимізація використання фінансових, кадрових, матеріально-технічних та інших ресурсів, задіяних у процесі реалізації Стратегії;
- підвищення якості управлінських рішень у сфері стратегічного планування розвитком туристичної галузі;
- визначення відповідності очікуванням громади міста фактичних результатів реалізації Стратегії, а також подальших наслідків і впливів від впровадження Стратегії.

Оцінка Стратегії проводиться за рішенням міської ради або згідно з окремим розпорядженням міського голови. Загальну координацію, методичне та інформаційне забезпечення процесу оцінки, а також організацію роботи з

підготовки підсумкового звіту за результатами оцінки Стратегії здійснює відділ розвитку туризму.

Для забезпечення прозорості процесу й отримання більш об'єктивних результатів оцінки, а також з метою підвищення зацікавленості громади міста у результатах і наслідках реалізації Стратегії для проведення оцінки створюється експертна (робоча) група, до участі у якій на паритетних засадах залучаються експерти, представники наукових кіл, громадських об'єднань, ЗМІ, суб'єктів туристичного бізнесу та інших зацікавлених сторін.

Основними джерелами інформації для здійснення оцінки є:

- статистичні звіти, адміністративні звіти структурних підрозділів міської ради, аналітичні записки, експертні висновки (у т.ч. звіти про результати моніторингу Стратегії та звіти за підсумками попередньо проведених оцінок);
- соціологічні, маркетингові, експертні дослідження (у т.ч. опитування, анкетування, фокус-групи тощо) та інші документальні джерела.

Критеріями оцінки реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району є наступні (табл. 3.6.)

Таблиця 3.6

**Критерії оцінки дієвості реалізації Стратегії розвитку туристичної
дестинації Білоцерківського району**

Критерій (показник)	Джерела інформації	Одиниці вимірювання та механізм визначення	Періодичність
Коротко- та середньострокова результативність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про моніторинг та оцінювання стратегії Звіти про виконання програм, проектів і заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації Стратегії

	експертних досліджень		
Довгострокова результативність (вплив)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних, маркетингових та експертних досліджень.	Протягом 3-х років після впровадження Стратегії
Бюджетна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти	Розрахунковий коефіцієнт, який вказує на співвідношення фінансових видатків і надходжень до відповідного бюджету, пов'язаних з впровадженням програм і проектів та стратегії в цілому.	1 раз на рік – після підведення підсумків виконання місцевого бюджету
Економічна ефективність	Звіти про виконання проектів і програм	Розрахунковий коефіцієнт, який вказує на співвідношення сукупних витрат та економічних вигод від впровадження проектів і програм, спрямованих на реалізацію стратегії (BCR, NPV, IRR) – дисконтованих та недисконтованих	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації Стратегії – окремо за кожним проектом
Соціальна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних та експертних досліджень. Предметом оцінювання є специфічні соціальні вигоди, отримані від впровадження стратегії (створені робочі місця, покращення соціального комфорту тощо).	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації Стратегії
Екологічна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних та експертних	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами.	Протягом 3-х років після впровадження Стратегії

	досліджень	Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних та експертних досліджень. Предметом оцінювання є специфічні екологічні впливи (зменшення негативного впливу та збільшення позитивного впливу на довкілля), які є наслідком впровадження стратегії.	
Стійкість (сталість)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про моніторинг та оцінювання стратегії Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Якісний показник, який вказує на подальшу спроможність влади, бізнесу, громади міста до ефективного використання нових здобутків та потенціалу, сформованого упродовж реалізації стратегії (кадрового, фінансового, ринкового та іншого)	Протягом 3-5-ти років після впровадження Стратегії

Результати моніторингу й оцінки реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району розглядаються на засіданнях міської ради, оперативних (робочих) нарадах, засіданнях дорадчих, консультаційних та інших колегіальних органів і враховуються при прийнятті управлінських рішень.

Результати моніторингу й оцінки реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району є відкритими та оприлюднюються шляхом розміщення відповідної інформації у мережі Інтернет, а також шляхом публікацій у засобах масової інформації, видання окремих брошур, буклетів тощо.

Оприлюднення результатів моніторингу й оцінки реалізації Стратегії здійснюється в обсязі та у формі, які є доступними для сприйняття різними категоріями споживачів цієї інформації. Звітна інформація має бути наочною, подаватися з використанням пояснювальних висновків і коментарів, порівняльних таблиць, діаграм, карт, ілюстрацій та інших графічних зображень.

Дані звітів про результати моніторингу й оцінки є обов'язковими для використання при розробці і корегуванні програм, проектів, заходів Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району, формуванні і корегуванні стратегічних цілей та операційних завдань Стратегії, а також при розробці стратегії розвитку туризму на наступний період, інших програмних і розпорядчих документів. Результати моніторингу й оцінки є підставою для прийняття рішень щодо виділення чи перерозподілу фінансових та інших ресурсів, формування бюджетних запитів і впровадження інших заходів щодо ресурсного забезпечення туристичної галузі та розвитку міста в цілому.

Очікувані результати реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району у відповідності з обраним підходом до стратегічного планування розподіляються на кількісні і якісні:

- короткострокові, досягнення яких очікується вже під час реалізації Стратегії на відповідних етапах;
- середньострокові, досягнення яких очікується одразу після закінчення реалізації Стратегії;
- довгострокові результати (впливи), досягнення яких відбувається протягом кількох років в майбутньому, завдяки успішному виконанню цієї Стратегії та з урахуванням наступного періоду стратегічного планування розвитку туристичної галузі Білоцерківського району.

Висновки до розділу 3

З проведеного у третьому розділі роботи дослідження варто зробити наступні висновки:

1. Необхідність розробки стратегій сталого розвитку туристичного потенціалу на сучасному етапі в Україні, обумовлюється значною низкою проблемних питань що наразі існують в туристичному секторі регіонів нашої країни. Переважно ці проблеми стосуються екологічних питань, організаційних, інформаційних, фінансування і т.д. У розвитку туристичного

потенціалу Білоцерківський район Київської області, в цілому так само як і в інших туристичних осередках нашої держави існує ряд проблемних питань які необхідно враховувати при розробці стратегій розвитку туризму.

Наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичного потенціалу Білоцерківського району. На вирішення розглянутих проблем і повинна бути спрямована Стратегія розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району, яка має здійснити позитивний вплив на туристичну сферу району, а також і на покращення економічного і соціального розвитку Білоцерківського району.

2. Вибір стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району ґрунтується на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу. Дієва стратегія здатна примножити внутрішній потенціал туристичної галузі району і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити положення території на міжрегіональному туристичному ринку.

Результати проведеного SWOT-аналізу туристичного потенціалу Білоцерківського району свідчать про певну перевагу слабких сторін над сильними сторонами, а також про існуючі та очікувані переваги зовнішніх можливостей над загрозами.

За технологією стратегічного планування на основі SWOT-аналізу, було обрано стратегію розвитку туристичного потенціалу, яка передбачає комплексний розвиток туристичної галузі з більш ефективним використанням наявних історико-культурних, природних, виробничих, інтелектуальних та соціальних ресурсних можливостей на основі широкого партнерства, залучення та об'єднання потенціалу різних зацікавлених сторін. Особлива увага під час реалізації Стратегії розвитку туризму та інших міських цільових програм має приділятися питанням збалансованого розвитку міста в екологічній, соціальній та економічній сферах.

Розроблена стратегія розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району буде включати три етапи:

1. Створення базових умов для розвитку туристичної галузі
2. Збільшення присутності Білоцерківського району на ринку туристичних послуг України
3. Формування стабільного попиту на туристичні продукти з боку цільових сегментів споживачів.

На основі розроблених етапів визначено пріоритетні стратегічні цілі та операційних завдань стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району.

3. Оцінка реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району – управлінський процес, який спрямований на періодичну системну, незалежну й об'єктивну перевірку та аналіз результатів впровадження Стратегії у відповідності з визначеними критеріями. Очікувані результати реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району у відповідності з обраним підходом до стратегічного планування розподіляються:

- короткострокові, досягнення яких очікується вже під час реалізації Стратегії на відповідних етапах;
- середньострокові, досягнення яких очікується одразу після закінчення реалізації Стратегії;
- довгострокові результати (впливи), досягнення яких відбувається протягом кількох років в майбутньому, завдяки успішному виконанню цієї Стратегії та з урахуванням наступного періоду стратегічного планування розвитку туристичної галузі Білоцерківського району.

ВИСНОВКИ

Дослідження проведене у випускній кваліфікаційній роботі відповідає поставленим у вступі завданням, за якими варто зробити наступні висновки і визначити пропозиції:

1. У будь-якій стратегії соціально-економічного розвитку країни або регіону управління та вдосконалення використання туристичного потенціалу займає важливе місце. Стратегічний розвиток туризму певної дестинації передбачає дослідження проблем та розробку шляхів вдосконалення туристичного сектору, основу якого складає туристичний потенціал з усіма його складовими та елементами.

2. Туристичний потенціал є ресурсним забезпеченням і передумовою формування та успішної реалізації стратегії розвитку туристичної дестинації регіону. Туристичний потенціал можна визначити як здатність території генерувати певний туристський потік, що ґрунтується на системі туристських ресурсів території та сформованого у потенційних споживачів образу туристської привабливості території. При чому, здатність території генерувати туристський потік безпосередньо залежить від наявності туристських ресурсів: об'єктів туристичної привабливості (туристських атракторів), розвиненості туристської інфраструктури і транспортної доступності території.

3. Для оцінки туристичного потенціалу найчастіше застосовують системний підхід, проте в межах його реалізації стикаються із проблемою недостатності інформаційного забезпечення, що суттєво ускладнює можливість оцінки окремих показників, а пізніше – і складових туристичного потенціалу. Проте, використання вказаного методичного підходу дасть можливість визначити не тільки загальний рівень туристичного потенціалу в регіоні, але і дозволить показати доцільність реалізації подальших заходів туристичного спрямування на досліджуваній території.

4. Загальними чинниками ефективності стратегії будь-якого рівня є: чітко сформульовані завдання, які можуть змінюватися навколо поставлених цілей;

підтримка ініціативи виконавців, що підвищує свободу політичного маневру; концентрація зусиль, що дозволяє досягти максимального результату за мінімальних зусиль; гнучкість, що дає запас міцності для свободи маневру; скоординованість дій та відповідальність керівництва за результат; захист основних ресурсів та життєво важливих систем.

5. Біла Церква – найбільший культурний осередок Київської області. Своім культурним потенціалом та досягненнями в галузі культури місто протягом багатьох років знаходиться в авангарді Київщини. Близькість до Києва, зручне транспортне сполучення, розвинута соціально-економічна інфраструктура у комплексі з ландшафтними і природними умовами надають місту значної інвестиційної та туристичної привабливості. З 2001 року Біла Церква входить до списку історичних міст України та є найбільшим культурним осередком Київської області з археологічними та культурними пам'ятками різних часів, назвами вулиць, площ та парків, що присвячені відомим діячам різних епох.

6. Місто Біла Церква і Білоцерківський район в цілому, володіють значним туристичним потенціалом. У місті Біла Церква зосереджено найбільшу кількість природних та історико-культурних пам'яток, найбільш цінна з яких – ландшафтний парк «Олександрія». Населені пункти Білоцерківського району мають значний пізнавальний інтерес для туриста. Також в районі розвинений зелений туризм.

Об'єкти туристичної інфраструктури в районі – заклади ресторанного та готельного господарства, зосереджено переважно в районному центрі. Готельні підприємства різноманітні за рівнем комфорту та ціною політикою, ресторани підприємства представлені у достатній кількості та у різних форматах. Транспортна інфраструктура досить розгалужена, до міста легко дістатись транспортом загального користування, містом проходять важливі автошляхи державного та міжнародного значення. Проте, якість дорожнього покриття деяких автошляхів є незадовільною.

7. Наразі існує декілька основних стратегій розвитку розроблених місцевими радами району, а також і загальна стратегія розвитку Київщини, в якій також виділено аспекти розвитку соціально-економічної сфери Білоцерківського району. Важливою частиною стратегій розвитку на місцевому рівні є закладення пріоритетів і напрямів розвитку туристичної діяльності та туристичного потенціалу території.

У загальних стратегіях розвитку пріоритетне місце займає планування розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району. Важливість і актуальність розвитку туристичного потенціалу, що закладені у загальних стратегіях розвитку пояснюють зростаючою роллю туризму в економіці району. При правильній організації і якісно розробленій стратегії розвитку туристичний сектор району є важливим джерелом надходжень до місцевих бюджетів, та має надзвичайно важливе соціальне значення, створюються додаткові робочі місця, покращується рівень життя населення району.

8. Необхідність розробки стратегій сталого розвитку туристичного потенціалу на сучасному етапі в Україні, обумовлюється значною низкою проблемних питань що наразі існують в туристичному секторі регіонів нашої країни. Переважно ці проблеми стосуються екологічних питань, організаційних, інформаційних, фінансування і т.д. У розвитку туристичного потенціалу Білоцерківський район Київської області, в цілому так само як і в інших туристичних осередках нашої держави існує ряд проблемних питань які необхідно враховувати при розробці стратегій розвитку туризму.

Наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичного потенціалу Білоцерківського району. На вирішення розглянутих проблем і повинна бути спрямована Стратегія розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району, яка має здійснити позитивний вплив на туристичну сферу району, а також і на покращення економічного і соціального розвитку Білоцерківського району.

9. Вибір стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району ґрунтується на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього

середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу. Дієва стратегія здатна примножити внутрішній потенціал туристичної галузі району і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити положення території на міжрегіональному туристичному ринку.

Результати проведеного SWOT-аналізу туристичного потенціалу Білоцерківського району свідчать про певну перевагу слабких сторін над сильними сторонами, а також про існуючі та очікувані переваги зовнішніх можливостей над загрозами.

За технологією стратегічного планування на основі SWOT-аналізу, було обрано стратегію розвитку туристичного потенціалу, яка передбачає комплексний розвиток туристичної галузі з більш ефективним використанням наявних історико-культурних, природних, виробничих, інтелектуальних та соціальних ресурсних можливостей на основі широкого партнерства, залучення та об'єднання потенціалу різних зацікавлених сторін. Особлива увага під час реалізації Стратегії розвитку туризму та інших міських цільових програм має приділятися питанням збалансованого розвитку міста в екологічній, соціальній та економічній сферах.

Розроблена стратегія розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району буде включати три етапи:

1. Створення базових умов для розвитку туристичної галузі
2. Збільшення присутності Білоцерківського району на ринку туристичних послуг України
3. Формування стабільного попиту на туристичні продукти з боку цільових сегментів споживачів.

На основі розроблених етапів визначено пріоритетні стратегічні цілі та операційних завдань стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району.

10. Оцінка реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району – управлінський процес, який спрямований на

періодичну системну, незалежну й об'єктивну перевірку та аналіз результатів впровадження Стратегії у відповідності з визначеними критеріями. Очікувані результати реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району у відповідності з обраним підходом до стратегічного планування розподіляються:

- короткострокові, досягнення яких очікується вже під час реалізації Стратегії на відповідних етапах;
- середньострокові, досягнення яких очікується одразу після закінчення реалізації Стратегії;
- довгострокові результати (впливи), досягнення яких відбувається протягом кількох років в майбутньому, завдяки успішному виконанню цієї Стратегії та з урахуванням наступного періоду стратегічного планування розвитку туристичної галузі Білоцерківського району.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия: пер. с англ. / И. Ансофф. – СПб.: Изд-во "Питер", 1999. – 416 с.
2. Бендзюк, В. Д. Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України [Текст]: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01 / В. Д. Безносюк; НАН України; Інститут регіональних досліджень — Львів, 2001. – 19 с.
3. Бережна, І. В. Національні пріоритети та регіональні детермінанти соціально-економічного зростання (на матеріалах АР Крим) [Текст] / І. В. Бережна. – НАН України : Інститут регіональних досліджень, 2004. – 640 с.
4. Герасимчук, З. В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації [Текст] : монографія / З. В. Герасимчук, М. В. Глядіна. – Луцьк : Надстир'я, 2006. –164 с.
5. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. - М.: Нолидж, 1996. - 320 с.
6. Давиденко І.В. Організаційно-економічний механізм регулювання розвитку рекреаційної системи регіону: дис. канд. екон. наук: 08.02.03 / І.В.Давиденко; Одес. держ. екон. ун-т. — О., 2006. — 219 с.
7. Дащук, Ю. Є Методичний підхід до оцінки рівня розвитку рекреаційного потенціалу регіону: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Том 14. – №1. – С. 64-70.
8. Дроздов А. В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы // Актуальные проблемы туризма. Перспективы развития туризма в южном Подмосковье. Сб. докл. и тез. сообщений научно-практ. конференции, - М., 1999. - С. 122-129.
9. Друкер П.Ф. Как выйти в лидеры. Практика и принципы / П.Ф. Друкер. – М. : Изд-во "Бук Чембэр Интернешнл", 1992. – 350 с.

10. Жаліло Я. Економічна стратегія як категорія сучасної економічної науки / Я. Жаліло // Економіка України. – 2005. – № 1. – С. 19–27.
11. Забуранна Л.В. Оцінка ефективності обраних стратегій підприємствами сфери сільського аграрного туризму / Л.В. Забуранна // Таврійський державний агротехнологічний університет – № 5. – К., 2015. – С. 420–429.
12. Забуранна Л.В. Сталий розвиток аграрної сфери: сутність та чинники / Л.В. Забуранна // Науково-практичні економічні концепції та програми // Економіка і управління. – № 2. – К., 2012. – С. 18–24.
13. Зелінський, І. Про статистичну оцінку рекреаційно-оздоровчого забезпечення населення в регіоні [Текст] / І. Зелінський // Регіональна економіка. Додаток «Регіони України. Економіко-статистичні порівняння». – 2001. – № 2. – С. 28–32.
14. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 384 с.
15. Колбовский Е. Ю. Экологический туризм и экология туризма: Учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2006. - 256 с.
16. Красникова Т.С. Туристический потенциал территории и необходимость его развития: электронный ресурс: режим доступа - http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/2015-6/economics/krasnikova.pdf
17. Краткий экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. - 3-е изд. - М.: Институт новой экономики, 2005. - 1088 с.
18. Кусков А.С., Арсеньева Е.И. Экотуристский потенциал особо охраняемых природных территорий и проблема его использования // Современный город: социокультурные и экономические перспективы: Межвуз. сб. науч. ст. по итогам Всерос. науч.-практ. конф. - Саратов, 2004. - С. 257-260.
19. Мацола, В. І. Формування і розвиток рекреаційно-туристичного комплексу Закарпатської області [Текст]: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.02 / В. І. Мацола; НАН України; Інститут регіональних досліджень. – Львів, 1996. – 17 с.

20. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб: Питер, 2001. – 688 с.
21. Питерс Т. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний) / Т. Питерс, Р. Уотерман / Пер. с англ. - М.: Прогресс. - 1986. - 424 с.
22. Плеша В. Особливості застосування методичного інструментарію аналізу власного капіталу споживчого товариства // Наукові Записки. - 2005, - Вип. 14. С. 25-29.
23. Рудакова Т. В. Стратегія управління інноваційною діяльністю соціально-економічної системи регіону / Т. В. Рудакова // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2013. – Т. 18, Вип. 2(1). – С. 119–122.
24. Самко, О. О. Оцінка туристичного потенціалу регіону та рівня його використання / О. О. Самко // Економічні науки. Серія «Регіональна економіка». Збірник наукових праць. Випуск 7 (27), Ч. 4. – Луцьк, 2010. – С. 129–134.
25. Святохо Н. В. Концептуальные основы исследования туристского потенциала региона // Экономика и управление. - 2007. - №2. - С.30-36.
26. Святохо Н.В. К вопросу об элементном составе туристского потенциала региона Культура народов Причерноморья. - 2007. - №121. - С.76-79.
27. Социально-культурная сфера: сущность, структура, тенденции развития / под ред. Ф.Ф. Рыбакова. СПб., 2009. 150 с
28. Стеченко, Д. М. Теоретичні аспекти дослідження природно-рекреаційного потенціалу [Текст] / Д. М. Стеченко, І. В. Безуглий // Науковий вісник ЧДІЕУ, 2009. – № 2 (3). – С. 65-76.
29. Стойка В. О. Державне регулювання туристичної сфери України / В. О. Стойка // Економіка України: проблеми розвитку галузей і регіонів. Колективна монографія / Від. ред. В. Ф. Беседін, А. С. Музиченко. – К. : НДЕІ. – 2008. – С. 97–102.
30. Стойка В. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі України / В. О. Стойка, С. О. Стойка // Збірник наукових

праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. – 2013. – № 6. – С. 455-461.

31. Стойка В. О. Проблеми та перспективи розвитку сільського туризму в Україні / В. Ф. Савченко, В. О. Стойка // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. – Чернігів. - 2010. – №4 (8). – С. 5–12.

32. Стойка В. О. Роль стратегічного управління у стимулюванні розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс] / В. О. Стойка, С. О. Стойка // Ефективна економіка. – 2015. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3793>.

33. Стойка, С. О. Формування стратегії управління розвитком туристичної галузі в умовах економічної нестабільності: автореферат дис. канд. екон. наук. / С. О. Стойка; 08.00.03 - економіка та упр. нац. госп-вом. — Чернігів : ЧНТУ, 2016. - 20 с.

34. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : Монографія / [Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та ін.] / за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ. – 2010. – 596 с.

35. Томпсон А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации / А.Томпсон, Дж.Стрикленд . – М.: Юнити, 1998. – 57 с.

36. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : Монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2013. – 388 с.

37. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка. - К.: КНЕУ, 2003. - 316 с.

38. Фоміченко В.П., Кондратенко О.О. Формування стратегії розвитку великого промислового підприємства / Науковий вісник ДДМА, №2 (5Е). - 2009 С. 293-297.

39. Черчик, Л. М. Стратегічний потенціал рекреаційної системи регіону: теорія, методологія, оцінка: монографія / Л. М. Черчик, Н. В. Коленда. – Луцьк: ЛНТУ, 2008. – 235 с.

40. Шабардіна Ю. В. Рекреаційний потенціал як складова продуктивних сил регіонального економічного простору: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.05 / Ю. В.Шабардіна; Черніг. держ. технол. ун-т. - Чернігів, 2011. - 19 с.
41. Hall, CM & Page, SJ 2002, The Geography of Tourism and Recreation: Environment, place and space, London, 309 p.
42. Quinn J.B. Strategies for change: logistical incrementalism / James Brian Quinn. – Homewood, IL, Dow Jones – Irwin, 1980. – 230 p.
43. Чернецький Є. Історія Білої Церкви: події, постаті, життя. — Біла Церква: Вид. О. Пшонківський, 2012. — С. 79.
44. Чернецький Є. Історія Білої Церкви: події, постаті, життя. — Біла Церква: Вид. О. Пшонківський, 2012. — С. 400.
45. Білоцерківська районна державна адміністрація - Офіційний сайт – електронний ресурс – режим доступу: <http://bcrda.kiev.ua>
46. Біла Церква: Шлях крізь віки: Іст. нарис./ П. І. Юхименко, А. І. Гай, Е. В. Репрінцев та ін. — Біла Церква.: Буква, 1994 — С. 324–325.
47. Чернецький Є. Браницькі. — Біла Церква: О. Пшонківський, 2011. — 736 с.
48. Маленков Р., Година О. Дванадцять маршрутів Київщиною. К., Грані-Т, 2008, с.87
49. Офіційний сайт дендропарку «Олександрія» електронний ресурс – режим доступу: <http://www.alexandria-park.com.ua>
50. Офіційний сайт готелю City Park Hotel - http://ukrainian.citypark-hotels.com/services_bila_tserkva
51. Офіційний сайт готелю Київ електронний ресурс – режим доступу: <http://www.hotelkiev.co.ua/services.html>
52. Офіційний сайт готелю Chalet електронний ресурс – режим доступу: <http://www.belca.com.ua/Chalet/Gostinitsa/ua>
53. Офіційний сайт готелю Центральний електронний ресурс – режим доступу: <http://www.hotelcentral.com.ua/services.html>

54. Офіційний сайт готелю Соборний електронний ресурс – режим доступу: <http://www.hotel-sobornuy.com.ua/catalog1>
55. Офіційний сайт готелю Трактир електронний ресурс – режим доступу: <http://traktir-bc.com.ua>
56. Офіційний сайт готелю Обрій електронний ресурс – режим доступу: <http://uahotels.info/hotel/Otel-CHervona-ruta-Belaya-TSerkov/>
57. Офіційний сайт готелю Гостинний двір електронний ресурс – режим доступу: <http://hostdvir.com.ua/ua/>
58. Офіційний сайт готелю Кларк електронний ресурс – режим доступу: <http://klark.pp.ua/contact/>
59. Сторінка готелю «Рось» на сайті «дорога.юа» електронний ресурс – режим доступу: http://www.doroga.ua/hotel/Kievskaya/Belaya_Cerkovj/Rosj/1620
60. Офіційний сайт готелю Візит електронний ресурс – режим доступу: <http://vizit-hotel.com.ua/ua/index.html>
61. Сторінка готелю «Місце під сонцем» на сайті «snap.ком.юа» електронний ресурс – режим доступу: <http://snap.com.ua/uk/rests/mistse-pid-sontsem-bila-tserkva>
62. Сторінка мотелю «Диліжанс» на сайті «дорога.юа» електронний ресурс – режим доступу: http://www.doroga.ua/hotel/Kievskaya/Belaya_Cerkovj/Dilizhans/1622
63. Стратегія розвитку Київської області на період до 2020 року електронний ресурс – режим доступу: <http://phm.gov.ua/sites/default/files/%20СТРАТЕГІЯ%20РОЗВИТКУ%20КИЇВСЬКОЇ%20ОБЛАСТІ%20до%202020.doc>
64. Програма соціально - економічного та культурного розвитку Білоцерківського району на 2016 рік електронний ресурс – режим доступу: http://bcrda.kiev.ua/phocadownload/userupload/Econ/programa_2016.doc

Інтернет ресурси

65. Офіційний сайт Головне управління статистики у Київській області <http://kyivobl.ukrstat.gov.ua/content/p.php3?c=421&lang=1>

66. Офіційний сайт Білоцерківська районна рада <http://www.bcrada.gov.ua/>

Д О Д А Т К И

Додаток 1

Дендропарк Олександрія



- | | |
|----|-----------------------------|
| 1 | - Головний вхід |
| 2 | - Головна алея |
| 3 | - Північний вхід |
| 4 | - Дідинець |
| 5 | - Композиція "Варна" |
| 6 | - Колона смутку ("Пелікан") |
| 7 | - Ротонда |
| 8 | - Пам'ятний знак |
| 9 | - Джерело "Лев" |
| 10 | - Амфітеатр (колонада Луна) |
| 11 | - Велика галявина |
| 12 | - Китайський місток |
| 13 | - Арочний місток |
| 14 | - Турецький будиночок |
| 15 | - Колона Енса |
| 16 | - "Руїни" |
| 17 | - Колона "Глобус" |
| 18 | - Альтанка |
| 19 | - Новопарк |
| 20 | - Дирекція парку, музей |
| 21 | - Стара гребля |
| 22 | - Нагірна галявина |
| 23 | - Палісада |
| 24 | - Горіхова галявина |
| 25 | - Мала галявина |
| 26 | - В'їзд в парк |
| 27 | - Сад "Мур" |
| 28 | - Діброва |
| wc | - Туалет |
| P | - Парковка |

- | | |
|--|------------------------|
| | Багаторічні насадження |
| | Галявини |
| | Сад |
| | Будівлі |





Туристичні об'єкти Білої Церкви

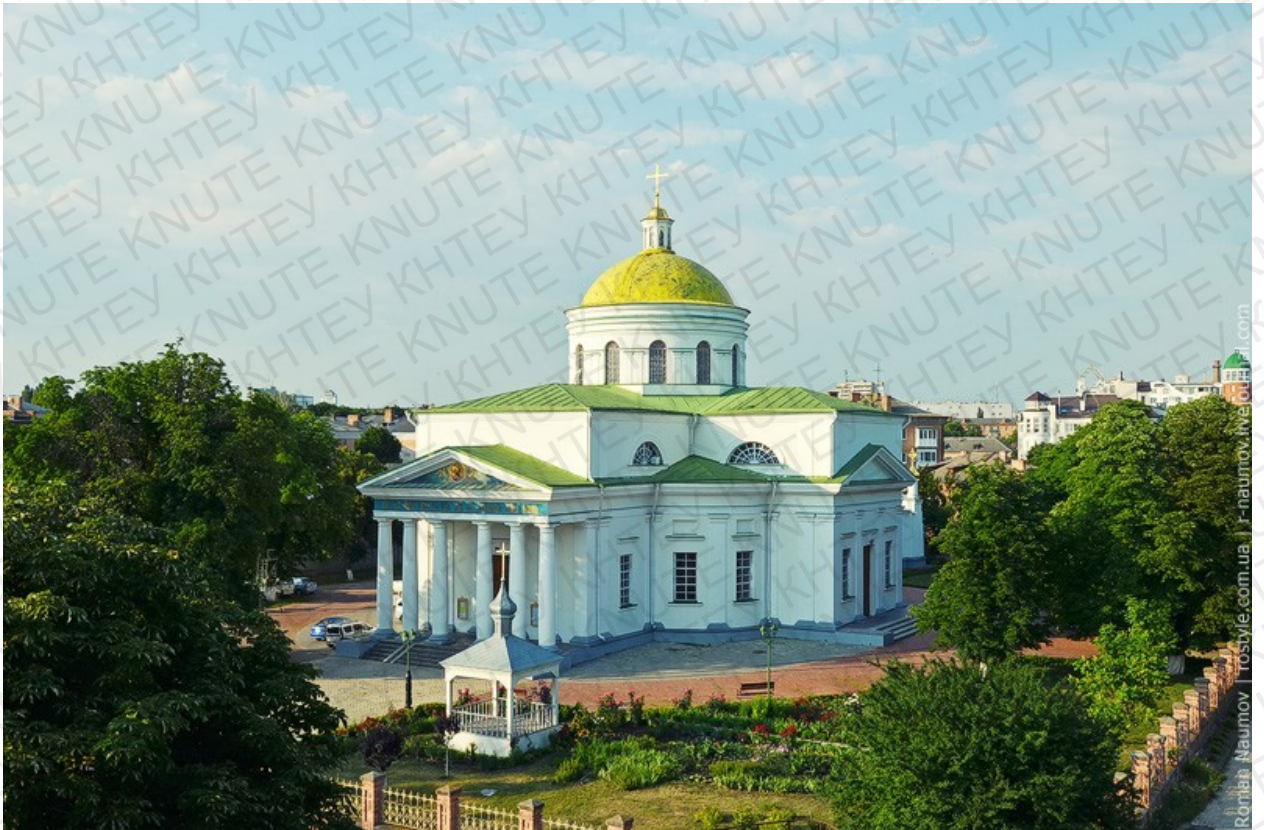




Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



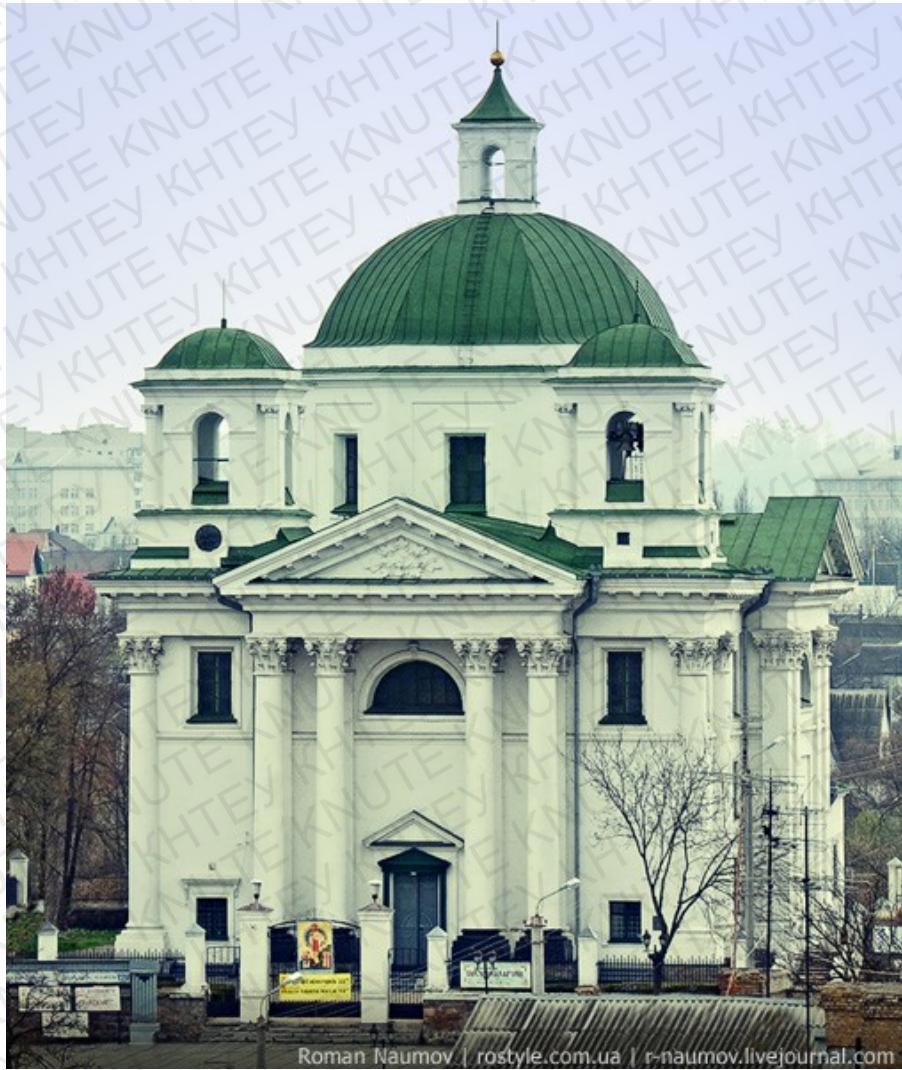
Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



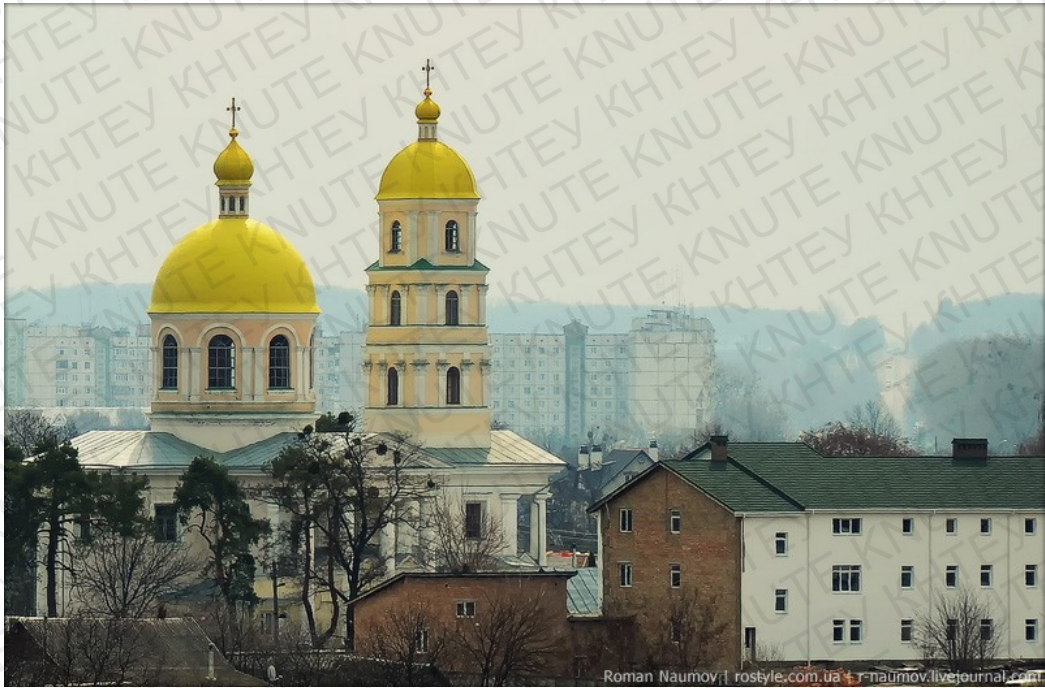
Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



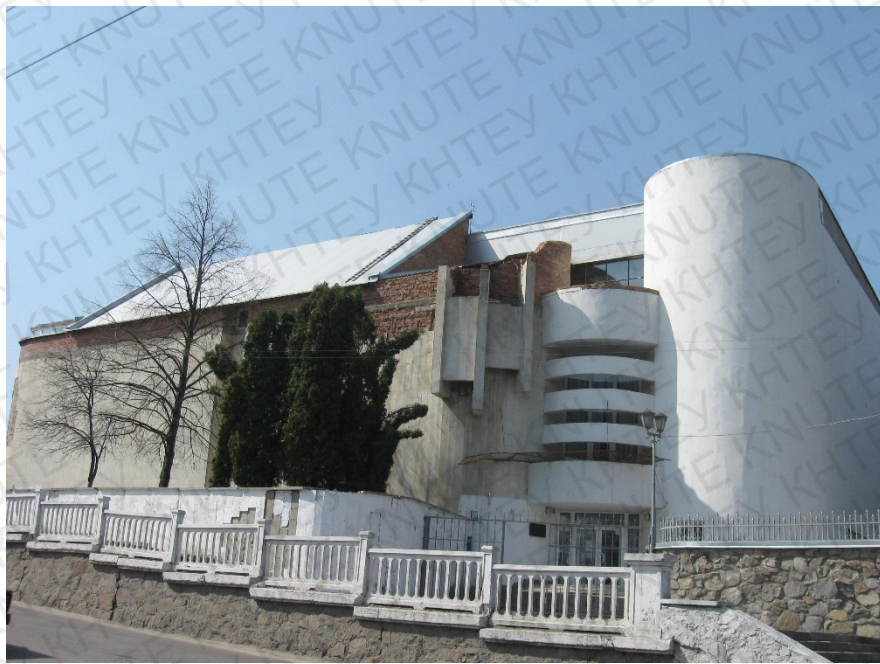
Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



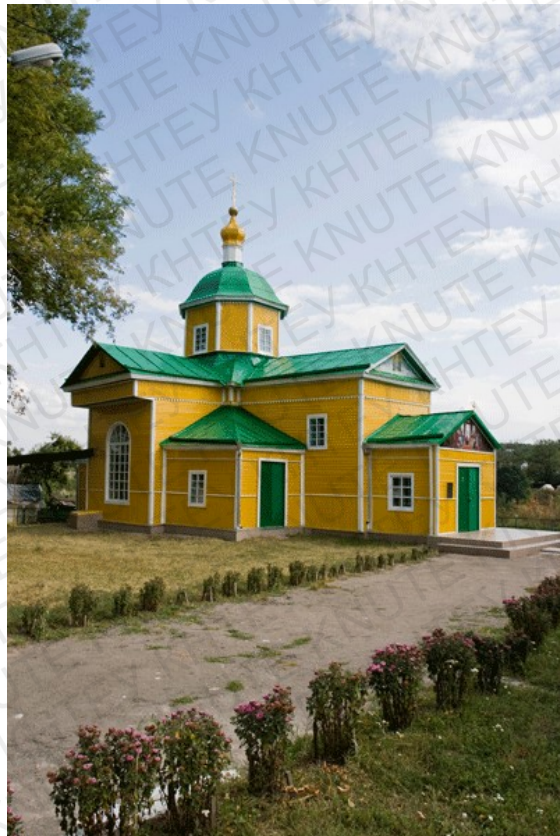
Додаток 3



Білоцерківський краєзнавчий музей



Свято-Успенський храм в місті Узин



Свято-Духівський храм у селі Шкарівка Білоцерківського району



Спасо-Преображенська церква в селі Сухолісі Білоцерківського району