

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра публічного управління та адміністрування

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ»

Студентки 4 курсу, 15 групи,
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
спеціалізації «Публічне
управління та адміністрування»

(підпис студента)

Петишиної
Каріни
Вікторівни

Науковий керівник
кандидат наук з
державного управління

(підпис керівника)

Мірко
Наталія
Вікторівна

Гарант освітньої програми
канд. екон. наук,
доцент

(підпис гаранта)

Головня
Юлія
Ігорівна

Київ 2022

Державний торговельно-економічний університет

Факультет економіки, менеджменту та психології

Кафедра публічного управління та адміністрування

Освітній ступінь: бакалавр

Спеціальність: публічне управління та адміністрування

Спеціалізація: публічне управління та адміністрування

Затверджую

Зав. кафедри _____

«01» грудня 2021 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентіві

Петишиній Карині Вікторівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту): **«УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ»**

Затверджена наказом ректора від «26» листопада 2021 р. № 3884

2. Строк здачі студентом закінченого роботи (проекту): 05.06.2022

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи (проекту): обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних заходів вдосконалення механізму управління розвитку туристичного регіону.

Об'єкт дослідження: процес реалізації управління туристичною діяльністю на регіональному рівні

Предмет дослідження: теоретико-методологічні та прикладні засади механізму управління сталим розвитком туристичного регіону на прикладі Житомирської області.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

1.1. Сучасний стан розвитку туризму Житомирської області

1.2. Забезпечення органами місцевої влади надання і розвитку туристичних послуг

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Організаційно-економічний механізм управління розвитком регіонального туризму

2.2 Шляхи удосконалення регіонального управління сферою туризму на прикладі Житомирської області

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	До 20.11.2021	20.11.2021
2	Складання плану та підготовка індивідуального завдання для виконання випускної кваліфікаційної роботи	До 05.01.2022	05.01.2022
3	Представлення на рецензування науковому керівнику рукопису першого розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 20.03.2022	20.03.2022
4	Представлення на рецензування науковому керівнику рукопису другого розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 20.04.2022	20.04.2022
5	Представлення закінченої випускної кваліфікаційної роботи	До 23.05.2022	23.05.2022
6	Підготовка письмового відгуку на випускну кваліфікаційну роботу	До 01.06.2022	01.06.2022
7	Проведення попереднього захисту випускних кваліфікаційних робіт	01-05.06.2022	01-05.06.2022
10	Вирішення питання про допуск випускної кваліфікаційної роботи до захисту	До 10.06.2022	До 10.06.2022
11	Направлення випускної кваліфікаційної роботи із зовнішньою рецензією у ЕК для захисту	За графіком	За графіком

6. Дата видачі завдання « 01 » грудня 2021 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)
Мірко Н.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми Головня Ю.І.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент Петишина К.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту):

Випускна кваліфікаційна робота написана на актуальну тему. Розвиток туризму в Україні має значні можливості та перспективи. Він спроможний дати важливий імпульс для соціально-економічного розвитку, як всієї держави, так і її регіонів, областей, районів, міст, сіл. Туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети.

Студенткою узагальнено шляхи покращення управління регіональним розвитком туризму. Виявлено основні проблеми туризму та регіональної туристичної політики як невід'ємної та взаємопов'язаної частини економіки України, що має власні особливості. Розроблено напрями підвищення туристичної привабливості Житомирської області. За допомогою методу SWOT-аналізу виявлено сильні та слабкі сторони туристичної галузі в Житомирській області, ризики його функціонування та можливості їх усунення.

Зміст випускної кваліфікаційної роботи підпорядкований поставленій у роботі меті. Проведений аналіз дозволив визначити проблемні питання розвитку туристичного бізнесу в Україні. Завдання поставлені в роботі виконані в повному обсязі, що підтверджено висновками.

Випускна кваліфікаційна робота має досить логічну структуру та відповідає вимогам оформлення. Робота написана на достатньому науковому рівні, є самостійним дослідженням студентки, повністю розкриває обрану тему. Вважаю, що випускна кваліфікаційна робота заслуговує позитивної оцінки, а її автор Петишина Каріна Вікторівна на присвоєння ступеня бакалавр зі спеціальності «Публічне управління та адміністрування».

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту) _____

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист Головня Юлія Ігорівна

(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект):

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента Петишиної К.В.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми): Головня Юлія Ігорівна

(прізвище, ініціали, підпис)

Завідувач кафедри: Новікова Наталія Леонідівна

(підпис, прізвище, ініціали)

«10» червня 2022 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ	7
1.1. Сучасний стан розвитку туризму Житомирської області.....	7
1.2. Забезпечення органами місцевої влади надання і розвитку туристичних послуг.....	15
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ	23
2.1. Організаційно-економічний механізм управління розвитком регіонального туризму.....	23
2.2 Шляхи удосконалення регіонального управління сферою туризму на прикладі Житомирської області.....	32
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44
ДОДАТКИ	49

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена значним туристичним потенціалом, культурними та історичними ресурсами нашої країни. Туризм сьогодні є важливим чинником розвитку країни, як на національному, так і на регіональному рівні, він здатний сприяти розвитку економічних, соціальних, гуманітарних складових господарства регіонів, створювати передумови прискореного зростання суміжних секторів.

Важливо зазначити, що перспективним є приділення особливої уваги розвитку туристичної галузі в Житомирській області, враховуючи її роль у формуванні валового внутрішнього продукту, забезпеченні зайнятості населення та створенні додаткових робочих місць.

Протягом останніх років в Житомирській області було реалізовано ряд заходів щодо розвитку туристичної діяльності та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що надають послуги у сфері туризму. Зокрема, було прийнято обласну цільову програму розвитку туризму в Житомирській області на 2021 – 2023 роки.

Крім того, місцеві органи влади визначили пріоритетні напрями розвитку туризму з метою забезпечення сталого розвитку туризму в області та збільшення туристичного потоку.

На жаль, поширення нового коронавірусу COVID-19 на початку 2020 р. дуже негативно вплинуло на розвиток туристичної діяльності у Житомирській області. Пандемія стала найсерйознішим викликом не тільки для українського, для світового туризму весь час його існування.

Як свідчать дані офіційної статистики, якщо до пандемії (2019 р.) кількість туристів, що обслуговувалися у туристичних операторів та туристичних агентів в Україні становила 6 132 тис. осіб, то у 2020 році їхня чисельність скоротилася до 2 360 тис. осіб, що становить скорочення на 61,5%.

У таких умовах вкрай важливим та актуальним стає вивчення теоретичних та практичних засад управління сталим розвитком туристичного регіону, що визначає актуальність представленою дослідження.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних заходів вдосконалення механізму управління розвитку туристичного регіону.

Для досягнення поставленої мети сформульовані та вирішені наступні завдання дослідження:

- дослідити сучасний стан розвитку туризму Житомирської області;
- розглянути забезпечення органами місцевої влади надання і розвитку туристичних послуг;
- проаналізувати організаційно-економічний механізм управління розвитком регіонального туризму;
- обґрунтувати шляхи удосконалення регіонального управління сферою туризму на прикладі Житомирської області.

Об'єкт дослідження випускної кваліфікаційної роботи є процес реалізації управління туристичною діяльністю на регіональному рівні.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та прикладні засади механізму управління сталим розвитком туристичного регіону на прикладі Житомирської області.

З метою досягнення поставлених завдань у роботі використовувалися наступні *методи дослідження*: узагальнення та систематизація, розрахунково-аналітичні методи – для дослідження сучасного стану розвитку туризму Житомирської області.

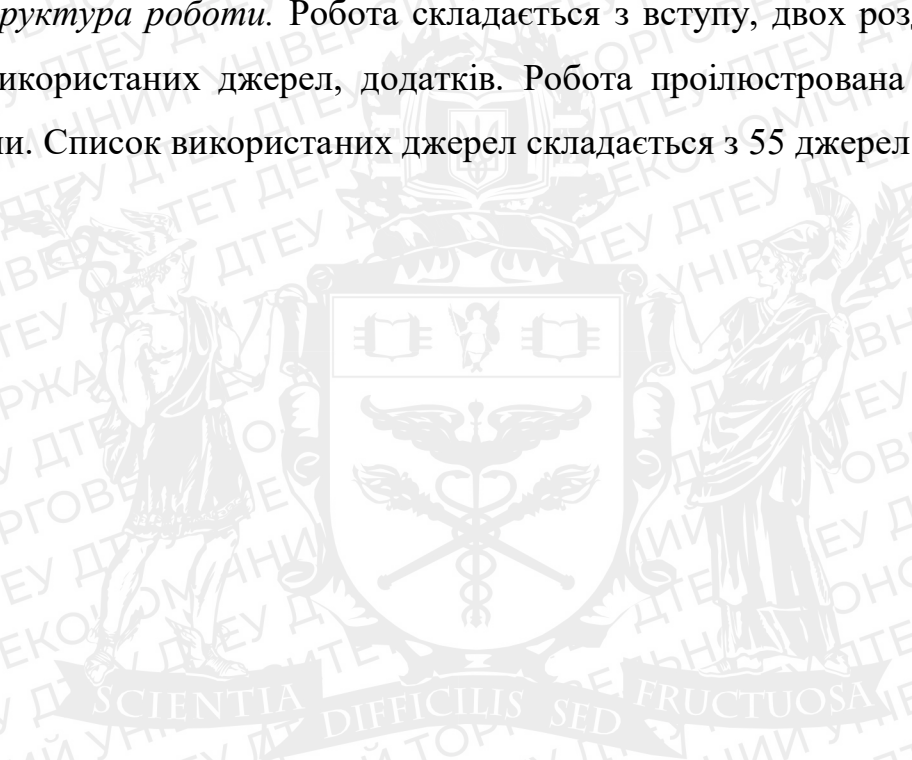
Методи системного аналізу та синтезу для розгляду забезпечення органами місцевої влади надання і розвитку туристичних послуг. Порівняльний та нормативно-правовий методи були використані для аналізу організаційно-економічного механізму управління розвитком регіонального туризму.

Процесний підхід застосований для обґрунтування шляхів удосконалення регіонального управління сферою туризму на прикладі Житомирської області;

графічні та табличні методи застосовані для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень.

Практична цінність дослідження полягає у можливості застосування практичних рекомендацій у діяльність органів публічної влади та господарюючих суб'єктів ринку туристичних послуг Житомирської області, а також у місті Коростень.

Структура роботи. Робота складається з вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Робота проілюстрована 3 таблицями, 5 рисунками. Список використаних джерел складається з 55 джерел.



РОЗДІЛ 1

СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗИ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

1.1. Сучасний стан розвитку туризму Житомирської області

Розвиток туристичної галузі є одним із перспективних напрямів для Житомирської області. Конкурентоспроможність та привабливість регіону підвищується, якщо на його території зосереджена достатня кількість туристичних ресурсів, які забезпечують сталий розвиток та залучення туристичних потоків.

Житомирська область є привабливою для туристів, оскільки нараховує

- понад 160 пам'яток історії та культури, 30 пам'яток архітектури, 18 пам'ятних історичних знаків, 3 фортеці, 1 замок, 3 меморіали, 16 садиб, 7 палаців;
- 28 музеїв, 3 театри, 40 культових споруд, 913 бібліотек (із них 788 знаходяться у сільській місцевості), близько 10 музичних колективів;
- близько 200 туристичних підприємств, з них 150 – туристичні фірми та туристичні оператори, 50 готелів категорії 2–4 зірки та готельно-ресторанних комплексів на понад 300 номерів;
- близько тисячі працюючих у туристичній сфері області;
- обласний туристично-інформаційний центр (м. Житомир) та туристично-інформаційний центр у м. Коростень, які надають виключно екскурсійні послуги та навчають екскурсоводів (в області працює близько 100 екскурсоводів);
- у приміських територіях діє близько 10 садиб сільського (зеленого) туризму.

Пріоритетними туристичними напрямками нині є фестивальний, медичний, культурний, релігійний, спортивний, автентичний та місе-туризм у рамках проекту «Подорожуй Житомирщиною» за підтримки Житомирської обласної державної

адміністрації та Житомирського обласного туристично-інформаційного центру (табл. 1.1) [29].

Таблиця 1.1

Пріоритетні туристичні напрями розвитку туризму у Житомирській області

Туристичні напрями	Назва	Місце проведення
Фестивальний туризм	Французька весна	м. Бердичів
	Купальські роси	с. Немиринці
	Міжнародний фестиваль дерунів	м. Коростень
	Ягідний фестиваль «Бруснява»	с. Костовці
	Всеукраїнський OPEN AIR рок-фест	сміт Лугини
	Всеукраїнський фестиваль «Лесині джерела»	м. Новоград-Волинський
	Фестиваль картоплі	м. Овруч
	Міжнародний фестиваль льону	с. Стремигород
Медичний туризм	Радонові ванни в санаторій «Дениші»	с. Дениші
	народження дитини в обласному перинатальному центрі	м. Житомир
	Кардіохірургічний центр обласної лікарні ім. О.Ф. Гербачевського	м. Житомир
	Стоматологічний туризм	Житомирська обл.
	Відновлювально-реабілітаційне лікування в санаторії «Тетерів»	м. Коростишів
	Відновлювально-реабілітаційне лікування в санаторії «Іршанськ»	сміт. Іршанськ
Культурний туризм	Музей Лесі Українки	м. Новоград-Волинський
	Літературно-меморіальний музей В. Короленка	м. Бердичів
	Музей космонавтики ім. С. Корольова; Музей української домашньої ікони.	М. Радомишль
	Парк «Древлянський»	м. Коростень
	Палац Ганських з музеєм О. Бальзака	с. Верхівня
	Замок «Радомишль»	м. Радомишль
	Андрушівська астрономічна обсерваторія	с. Гальчин, Андрушівський район
	Замок Терещенко	с. Турчинівка, Чуднівський район
	Музей коштовного та декоративного каміння	сміт. Хорошів
	Кмитівській музей образотворчого мистецтва	с. Кмитів, Коростишівський район.
Релігійний туризм	Монастир-фортеця католицького ордену Босих Кармелітів	м. Бердичів
	Костел святої Варвари	м. Бердичів
	Чоловічий монастир Казанської ікони Божої Матері	урочище Кипяче

Продовження табл. 1.1

	Свято-Анастасіївський жіночий монастир	м. Житомир
	Тригірський Свято-Преображенський монастир	с. Тригір'я
	Свято-Васильківський храм	м. Овруч
Спортивний туризм	Водний туризм (сплав на байдарках, катамаранах, рафтинг, скелелазіння);	річки Тетерів, Случ, Уборть
	Гірський туризм (скеледром);	с. Дениші
	Велотуризм; авто-, мототуризм; авіатуризм	Житомирська обл.
Автентичний туризм:	Поліський природний заповідник	с., Селезівка
	Заказник «Камінне село»	с. Рудня Замисловицька, Олевський район)
	Скеля Голова Чацького	м. Житомир
	Ольжині купальні	м. Коростень
	«Острів кохання»	с. Ст. Солотвин, Бердичівський район
	Центр реабілітації ведмедів «Надія»	(с. Березівка, Житомирський район)
МІСЕ-туризм		Житомирська обл.
Сільський (зелений) туризм	Екопростір «Тетерівський кіш»	с. Городське, Коростишівський район
	Культурно-мистецький центр «Поліська хата»	с. Городське
	Садиба «Кіт Баюн і Кривенька качечка»	с. Тетерівка, Житомирський район
	«Володимирська садиба»	(Брусилівщина).

Джерело: узагальнено автором [29].

Розвиток МІСЕ-туризму (бізнес-туризму) пов'язаний з тим, що Житомирщина має потужні перспективи для розвитку бізнесу. Свої інвестиції у проекти Житомирської області вкладають більше 50 країн світу. Житомирська область активно залучає іноземний капітал в галузі економіки, сільського господарства, енергоефективності, медицини та спорту.

Перспективним напрямом розвитку туризму в Житомирській області поступово стає сільський (зелений) туризм. За статистикою цей вид туризму цікавий в основному для жителів великих міст у віці від 25 до 50 років, а також для іноземних туристів, які бажають відпочити в сільській місцевості, пізнати культуру села, спробувати місцеву кухню і продукти харчування, які виробляються на території садиби.

Для жителів сільської місцевості та для власників садиб сільський (зелений) туризм – це можливість організувати нові туристичні маршрути, облаштувати місця ночівлі та дозвілля для туристів, попрацювати екскурсоводом, здивувати кулінарними навичками, підготувати культурну програму, продемонструвати звичаї та традиції краю, а також реалізувати туристам екологічно чисті продукти харчування.

Розвиток сільського (зеленого) туризму допомагає вирішувати проблему зайнятості, яка є дуже важливою особливо для сільської місцевості, приносить прибутки як власникам садиб, так і в обласні, сільські, селищні бюджети. Завдяки цим надходженням стає можливим вирішення соціальних проблем сільських громад, благоустрій сіл та селищ, що є головною проблемою сьогодення.

Популярними туристичними маршрутами області є такі:

- «Zoorganic-тур» (тривалість 9 годин);
- «Український Стоунхендж» (тривалість 13 годин);
- «Гра престолів» (тривалість 9 годин);
- «Руїни історії» (тривалість 8 годин);
- «Стежками Бердичева» (тривалість 6 годин);
- «Лямур-тужур» (тривалість 9 годин);
- «Мілітарі-тур» (тривалість 9 годин);
- «Загублений світ» (тривалість 10 годин) [27].

Натомість подальший розвиток туристичної галузі на Житомирщині гальмує цілий ряд невирішених проблем:

- низька конкурентоспроможність туристських послуг Житомирської області в порівнянні з іншими регіонами;
- недостатній розвиток інфраструктури біля туристично привабливих об'єктів області;
- недостатня поінформованість населення області про туристичні об'єкти, маршрути України, зокрема, Житомирської області;
- більша частина об'єктів та локацій, що включені до туристичних

маршрутів та мають особливу культурну та історичну цінність, не набули до цього часу популярності серед широкого загалу;

- низька відвідуваність заходів глядачами, що відбуваються у рамках розвитку подієвого туризму в області;
- відсутність філіалу обласного туристичного інформаційного центру в зручно-доступному для туристів місці;
- мала кількість регіональних туристичних інформаційних центрів та відповідальних за сферу туризму на місцях;
- відсутність місць продажу брендваної сувенірної продукції області;
- на більшості туристичних маршрутів відсутнє маркування та навігаційні елементи;
- відсутнє фінансування виробництва якісних промо-роликів, які можна демонструвати на всеукраїнській та міжнародній арені;
- відсутня рекламна кампанія туристичного потенціалу області в інших містах та регіонах України;
- неефективна взаємодія туроператорів, турагентів, підприємств, що надають послуги розміщення, підприємств харчування, транспортних підприємств, підприємств, що надають екскурсійні послуги, страхових компаній з установами та організаціями державної влади;
- відсутність фінансування проєктів з використанням новітніх технологій спрямованих на збільшення туристичної привабливості та інформованості про об'єкти;
- недостатнє фінансування участі в туристичних виставках різного значення;
- небажання організаторів заходів подієвого туризму області співпрацювати з Житомирською облдержадміністрацією, оскільки фінансова підтримка таких заходів з обласного бюджету незначна;

– недостатній рівень туристичного етикету у працівників сфери обслуговування та туризму, а це те, що залишає емоційний відбиток від подорожі у туриста та формує імідж області [29].

Ситуація значно погіршилась у 2019 р., коли відбулося скорочення туристичного потоку внаслідок поширення пандемії коронавірусу COVID-19, оскільки були обмежені всі туристичні потоки та пересування між областями. Критичною для туристичного бізнесу ситуація стала після початку повномасштабної російсько-української війни.

На підставі проведеного аналізу позитивних та негативних рис розвитку туризму у Житомирській області можна зробити SWOT-аналіз, результати якого наведені у табл. 1.2.

Безумовно, позитивним аспектом, який сприятиме розвитку туризму на Житомирщині, є діяльність Житомирського обласного туристичного інформаційного центру (ЖОТІЦ), створеного для сприяння та реалізації туристичного потенціалу області і є основною зв'язуючою ланкою між усіма групами інтересів: учасниками туристичної інфраструктури, обласною владою, громадою та відвідувачами міста.

Таблиця 1.2

Матриця SWOT-аналізу

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> – туристичні об'єкти; – географічне положення; – потенціал області; – рекреаційні і водні ресурси; – міжнародні транспортні сполучення; – природно-ресурсний потенціал. 	<ul style="list-style-type: none"> – інновації та інвестиції; – ціна туристичного продукту; – стандарти обслуговування; – недостатність самостійних органів туристичної сфери; – реклама; – екологічний стан.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – нові види туризму; – децентралізація; – дотримання вимог законодавства; – громадянське суспільство; – міжнародні зв'язки; – конкуренція в галузі; – підтримка підприємств. 	<ul style="list-style-type: none"> – відсутність фінансування об'єктів туристичної інфраструктури; – рівень нормативноправової бази; – інфраструктура області; – сфера послуг; – пандемія коронавірусу та ескалація російсько-української війни.

Джерело: [23, 29]

Основними завданнями ЖОТІЦ є:

- сприяння розвитку туристичного потенціалу міста;
- налагодження якісних та ефективних комунікацій;
- створення умов та покращення позицій Житомирщини як туристичної області через розвиток та просування привабливих туристичних продуктів і послуг;
- формування позитивних туристичних вражень.

У туристичному інформаційному центрі безкоштовно надають детальну інформацію про туристичну інфраструктуру, архітектурну та культурну спадщину, екскурсійні маршрути та можливості гарного дозвілля в Поліському краї.

Житомирський обласний туристичний інформаційний центр поставив перед собою амбітну мету: довести туристичний потік області до 50 тис. туристів на рік. Оцінюючи наявний туристичний потік до Житомирської області, наведемо на рисунку 1.1 дані за останні три роки за даними Державної служби статистики.

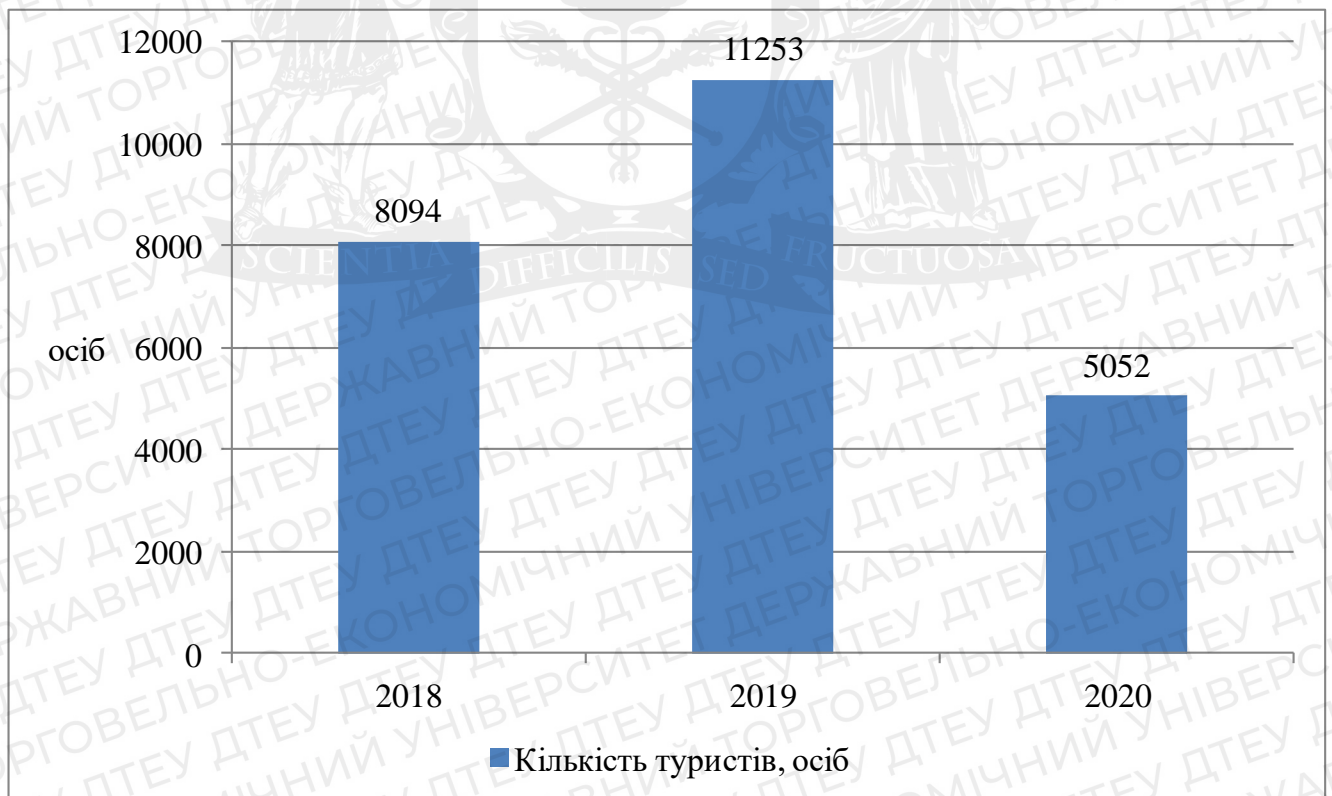


Рис. 1.1. Туристичний потік до Житомирської області у 2018-2020 рр., осіб: [28].

Важливо зазначити, що офіційні дані щодо туристів є дещо меншими за реально існуючу ситуацію, оскільки до статистики попадають лише туристи, які обслуговувані туроператорами та турагентами, однак реальна цифра є вищою, оскільки внутрішні туристи, наприклад, досить рідко звертаються по допомогу турагенцій.

Якщо подивитися на наведені дані, у 2020 році Житомирську область відвідали 5 032 осіб, що на 37,58% менше, ніж у 2018 році та на 55,11% менше, ніж у 2019 році. В цілому таке значне скорочення пояснюється впливом пандемії коронавірусу нового типу, оскільки внаслідок поширення хвороби та застосованих карантинних обмежень були обмежені всі туристичні потоки та навіть в цілому пересування між областями. Наприклад, якщо порівняти 2019 рік із 2018 роком, то наявне зростання туристичного потоку на 39,03%.

Для реалізації поставленої мети щодо значного збільшення туристичного потоку Житомирський обласний туристичний інформаційний центр та управління культури та туризму Житомирської обласної державної адміністрації вже втретє організували безкоштовні курси гідів. Перший випуск «Школи гідів» відбувся 20 грудня 2018 року [26].

Навчальний курс школи складається з вступного курсу «Розвиток туристичного потенціалу Житомирщини»; основ екскурсійної справи; краєзнавства; історії туристичних об'єктів; психології групи; ораторського мистецтва; англійської мови; майстер-класу від провідних гідів Житомирщини; практичних занять щодо розробки та презентації маршрутів.

На Житомирщині вперше в Україні реалізований проект «Клуб Амбасадорів Житомирщини» (КАЖИ). Станом на сьогодні 12 відомих людей отримали це почесне звання. Крім Житомирської області Почесних амбасадорів має лише Львів.

Ініціатором та реалізатором проєкту «Клуб Амбасадорів Житомирщини» є Управління культури та туризму Житомирської облдержадміністрації та Житомирський обласний туристичний інформаційний центр.

При виборі почесних амбасадорів комісія управління культури та туризму облдержадміністрації керувалася трьома основними критеріями: тісний зв'язок з

Житомирщиною, авторитетність у своїй галузі та публічна упізнаваність кандидатів.

Також цікавими та такими, що заслуговують на увагу є робота з юними мешканцями житомирської області. ЖОТІЦ розробив і презентував пізнавальну туристичну настільну гру «Мандрівка Житомирщиною», яка в ігровій формі знайомить дітей і дорослих з туристичними пам'тками області та їх історією. Протягом короткого часу ця гра набула широкої популярності [29].

Таким чином, Житомирська область завдяки наявності всіх необхідних підсистем (природних і культурних територіальних комплексів, технічних систем, обслуговуючого персоналу, органів управління, відпочиваючих і туристів) може розглядатися як туристично-рекреаційна система регіонального рівня.

Оцінка туристичного потенціалу дозволила визначити основні напрямки розвитку регіонального туризму: культурно-пізнавальний, сільський (зелений), міський, спортивний, медичний, діловий та науковий та ін., що робить область привабливою практично для всіх сегментів туристичного ринку споживачів.

Формування та розвиток туристичної галузі залежить від ефективності туристичної політики місцевих органів влади, формування позитивного іміджу Житомирщини як привабливого місця туристичного призначення, що буде досліджено у наступному параграфі.

1.2. Забезпечення органами місцевої влади надання і розвитку туристичних послуг

Значний вплив туристичної діяльності на регіональний розвиток пов'язаний з тим, що туризм приносить доходи державі та регіонам; виступає каталізатором соціально-економічного розвитку, оскільки впливає на інші важливі галузі економіки, сприяє створенню робочих місць, підвищенню рівня якості життя населення, вирівнюю диспропорції у регіональному розвитку, сприяє інтеграції країни та окремих регіонів у світовий простір; допомагає духовному та фізичному розвитку кожної людини.

На сьогоднішній день держава визнає туристську сферу як пріоритетну та стратегічно важливу, що сприяє появі великих можливостей для розвитку інноваційної діяльності у цій галузі. Регіональне управління галуззю туризму – це суспільні відносини, що складаються у процесі організації адміністративно-правового регулювання у туристській сфері.

Співробітництво органів місцевої влади, підприємств туріндустрії та закладів освіти має бути спрямоване на управління туристським ринком, ефективне використання туристських ресурсів та підвищення туристської привабливості регіону. Для досягнення сталого розвитку сфери туризму необхідне вирішення таких завдань, як державне та регіональне регулювання сталого розвитку туризму, вдосконалення та реалізація відповідної стратегії, заохочення суб'єктів господарювання до здійсненні діяльності, спрямованої на реалізацію стратегічних цілей та завдань, постійний моніторинг управління розвитком туризму.

Такий моніторинг має здійснюватись як на рівні туристських підприємств, так і на регіональному рівні на основі певної системи показників. При цьому необхідне бачення впливу всіх факторів у комплексі, а не лише зовнішніх чи внутрішніх, що здійснюють позитивний чи негативний вплив. За результатами проведеного моніторингу мають коригуватися тактичні завдання та пріоритетні напрями управління сталим розвитком туризму на основі використання комплексу методів (державних, економічних, адміністративних, екологічних, маркетингових, інноваційних) [45, с. 125].

Моніторинг управління туристичною галуззю повинен проводитись на рівні туристичних центрів та на місцевою владою та ґрунтуватися на конкретній системі показників. Необхідно оцінювати ефективність всіх чинників у цілому.

Управління розвитком туризму, здійснюване органами місцевої влади, має враховувати, що стандарти надання туристських послуг, механізми взаємодії фірм друг з одним і з клієнтами розробляються самими суб'єктами цієї діяльності. Держава, закріплюючи дані стандарти та принципи законодавчо, повинна лише забезпечити баланс приватних інтересів усередині самої галузі та на рівні міжгалузевих та соціальних інтересів. Публічне управління та регулювання слід

здійснювати в контексті використання індикативних, але не директивних методів, з основним акцентом на забезпечення дотримання всіма учасниками туристичної діяльності єдиних галузевих стандартів надання послуг та загальних засад господарської діяльності в країні.

Управління розвитком туризму необхідне як елемент комплексного управління просторовим розвитком території. У цьому можливе використання всього інструментарію регулювання територіального розвитку. Управління розвитком туризму має на увазі:

- здійснення прямого державного фінансування розвитку туристичних дестинацій та їх готельних об'єктів як за допомогою трансфертного фінансування, так і в рамках зворотного фінансування через механізм цільового кредитування;
- надання суб'єктам господарської діяльності у сфері туризму пільг, преференцій, державних гарантій;
- пріоритетну адміністративну, фінансову, кадрову, методичну та організаційну підтримку процесів реструктуризації та санації існуючих низькоєфективних підприємств;
- використання можливостей механізму державно-приватного партнерства.

Реалізація зазначених заходів передбачає дотримання принципів конкуренції за право доступу до обмежених ресурсів державної підтримки, адресності, цільового характеру, економічної та фінансової ефективності та інвестиційної спрямованості реалізованих заходів.

Для ефективного управління розвитком туризму на регіональному рівні необхідним є кластерне співробітництво органів місцевої влади, туристських підприємств та суб'єктів туристичної інфраструктури, науково-освітніх установ. Кластер є групою взаємозалежних та взаємодіючих між собою підприємств, організацій та установ, метою яких є досягнення певного соціально-економічного ефекту, що реалізує конкурентні переваги території, на якій вони функціонують.

Функції органів місцевої влади у процесі управління розвитком туризму у регіоні на основі кластерного підходу полягають у наступному:

- визначення основних пріоритетів, цілей, завдань та принципів кластерного співробітництва у сфері туризму;
- комплексний аналіз рівня соціально-економічного та екологічного розвитку регіону в цілому, та сфери туризму зокрема, виявлення факторів, що впливають на розвиток;
- розробка та реалізація програм розвитку регіону;
- узгодження програм інвестиційно-інноваційного розвитку регіону з цілями та напрямками діяльності туристських підприємств;
- формування та впровадження програм удосконалення інфраструктури регіону для створення умов, що сприяють ефективному розвитку сфери туризму;
- мотивація туристських підприємств до ведення діяльності, спрямованої на забезпечення сталого розвитку регіону.

Організація управління ринком туристських послуг у регіоні є складною сукупністю дій регіональних органів управління. До неї включаються:

- розробка регіональних програм розвитку туризму;
- удосконалення регіональної нормативної бази;
- надання регіональних стимулів та пільг відповідно до їх компетенції учасникам туристичної діяльності;
- підготовка та представлення проєктів у сфері туризму;
- сприяння розвитку транспортної та готельної інфраструктури на місцях;
- створення регіональної інформаційної бази для розвитку туристичної сфери [33, с. 88].

При цьому кожен регіон самостійно визначає шляхи, методи та способи управління ринком туристських послуг, що складається у його межах.

У цілому нині розробка напрямів розвитку у регіоні залежить від ролі і рівня пріоритетності туризму у регіональній економіці.

Управління туризмом на місцевому рівні будується на основі деяких методичних прийомів, до яких належать: форми управління (зовнішні прояви конкретних дій регіональної влади у сфері туризму), інструменти (способи впливу

на туристську діяльність у регіоні) та технології (комплекси організаційних заходів, операцій та прийомів, що використовуються з метою на сферу туризму як об'єкт управління).

До способів регулювання туристичної діяльності органами місцевої влади, яким необхідне певне коригування, можна віднести класифікацію об'єктів туристичної індустрії та стандартизацію; сертифікацію у сфері туризму та формування, а потім ведення єдиного реєстру туроператорів.

Необхідно також внести до існуючих інструментів регулювання туризму на місцевому рівні такий інструмент як лінійний контроль. Тобто це за фактом не буде принципово новим інструментом, такий інструмент частково виконуватимуть різні органи, які відповідають за контроль у тій чи іншій галузі. Такий інструмент підвищить навантаження на окремі органи та їх працівників. Мотивація шляхом надбавки до заробітної плати та посилення відповідальності за невиконання окремих функцій допоможе співробітникам органів контролю виконувати свої обов'язки повною мірою.

Ефективна взаємодія, за якої кожен з учасників отримує певний результат, можливо забезпечити за рахунок розвитку державно-приватного партнерства у сфері туризму у регіоні.

Державно-приватне партнерство (ДПП) у сфері туризму є сукупністю заходів щодо співпраці між партнерами, які представляють організацію у двох або більше секторах, що за своїми інтересами стосуються туризму та об'єднуються шляхом взаємодії. Реалізація цього виду партнерства можлива лише за умови використання загальних правил, норм та структури щодо розвитку туризму на попередньо встановленому організаційному рівні та географічно обмеженій території [10, с. 142].

У таких партнерствах до відповідальності зазвичай належать:

- розробка загального бачення розвитку туризму у регіоні, визначення основних пріоритетів, цілей, завдань та принципів державно-приватного партнерства у сфері туризму;

- створення та забезпечення сприятливого середовища розвитку туристичної сфери, що передбачає сталість та прибутковість для приватного сектору, пропозицію тимчасово вільного капіталу та сприяння інвестиціям, забезпечення належної інфраструктури та її утримання;
- генерування належних ринкових умов для стимулювання розвитку туризму;
- забезпечення підтримки, сприятливих умов та послуг для приватного сектору разом зі стимулами для нього;
- створення гнучкого законодавства про працю;
- здійснення стабільної регулятивної політики та справедливого ціноутворення;
- розробка регулятивної моделі шляхом консультування з усіма зацікавленими сторонами для захисту природного, культурного та соціального середовищ;
- формування та реалізація програм покращення інфраструктури регіону з метою створення умов, що сприяють ефективному розвитку туристичної галузі;
- забезпечення добробуту місцевого співтовариства, мотивація туристичних підприємств до проведення заходів, спрямованих на розвиток регіону;
- здійснення дослідницьких ініціатив у співпраці з приватним сектором для отримання інформації про ринки для потреб галузі та інвесторів з метою покращення сприйняття та розуміння ринкових змін тощо.

Розвиток державно-приватного партнерства на інституційному рівні має спиратися на гармонійне поєднання формальних та неформальних інститутів, що регулюють окремі напрями розвитку, а також формують та вдосконалюють систему, форми та методи взаємодії держави та приватного сектору.

На території України здійснення цього партнерства доцільно здійснювати у вигляді асоціацій. Метою створення асоціацій на кшталт державно-приватного партнерства є управління розвитком туризму шляхом підвищення регіональної та національної конкурентоспроможності туризму, посилення інноваційної діяльності. Це сприятиме залученню вітчизняних та зарубіжних інвестицій, що

дозволить ефективно використання природних ресурсів, забезпечуючи їх збереження та підвищуючи соціальну відповідальність усіх учасників.

Партнерство органів влади та підприємств індустрії туризму має бути орієнтоване на управління туристичним ринком, ефективно використання туристичних ресурсів та підвищення туристичної привабливості регіону.

Для досягнення розвитку туристичної галузі в регіонах України необхідно вирішити такі проблеми: державне та регіональне управління складовими галузі, удосконалення та реалізація відповідної стратегії, сприяння суб'єктам господарювання у реалізації заходів, спрямованих на реалізацію стратегічних цілей та завдань, постійний моніторинг управління туристською галуззю [3, с. 42].

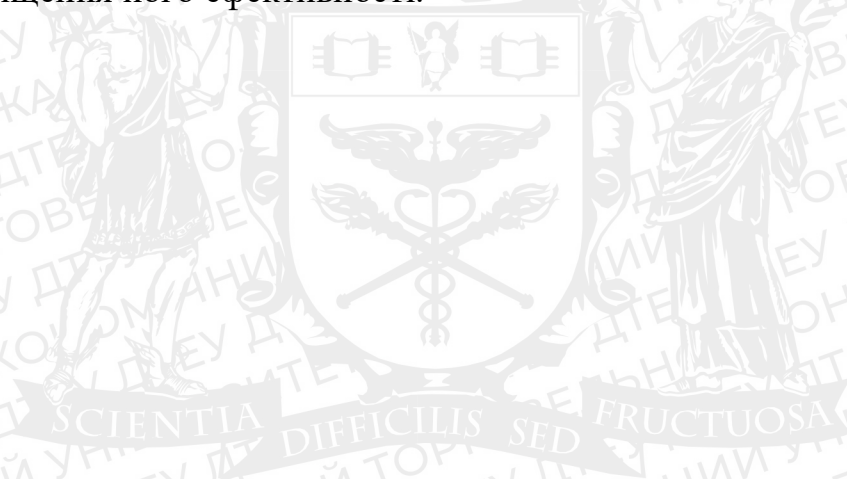
На підставі викладеного вище можна відзначити, що функціонування ДПП у сфері туризму є не лише доцільним, а й ефективним, оскільки кожен учасник зможе досягти певних результатів:

- державний сектор – формування привабливого іміджу регіону, соціально-економічний розвиток регіону, підвищення інвестиційної привабливості регіону, збільшення надходжень до бюджету та ін.;
- регіон – формування привабливого образу регіону, ефективно використання природних ресурсів, із забезпеченням їх збереження, підвищення конкурентоспроможності регіону та ін.;
- приватний сектор – розвиток бізнес-середовища, покращення умов ведення бізнесу (пільгове кредитування, оподаткування), підвищення прибутковості та ін.;
- місцеве населення – розвиток інфраструктури, збільшення кількості робочих місць, підвищення якості життя та ін.;
- туристи – якісні послуги за доступною ціною.

Таким чином, управління розвитком туризму на місцях вимагає безпосередньої участі всіх рівнів державної та муніципальної влади. У цьому ключова роль підвищення ефективності управління туристичною галуззю належить регіональному рівню. Саме на цьому рівні прийняття рішень існує можливість очікувати на найбільш мотивовану активність управлінських структур.

Потенційна конструктивність їх підходу пов'язана з багатьма факторами, серед яких необхідність розвитку реального сектора економіки як сталої бази доходів регіональних бюджетів, зміна структури економіки та підвищення рівня її інноваційності, зростання зайнятості та доходів населення, забезпечення прийнятної рівня антропогенного навантаження на екологію регіону та ін.

Система місцевого управління туристською сферою є складною сукупністю компонентів, що включає органи управління туристичною діяльністю, цільові стратегічні установки, принципи, функції, структури, ресурси, методи, технології та інструменти, тісно взаємопов'язані між собою, що утворюють інтеграційну цілісність і формують механізм впливу на ринок туристичних послуг у регіоні з метою підвищення його ефективності.



РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Організаційно-економічний механізм управління розвитком регіонального туризму

Досліджуючи стан організаційно-економічний механізм управління розвитком регіонального туризму, зокрема, в Житомирській області, слід зазначити, що не всі регіони України приділяють належної уваги питанням розвитку туристичної діяльності порівняно із іншими видами підприємницької діяльності, оскільки іноді туристичні організації менше задіяні у суспільному житті регіонів, порівняно із іншими видами господарської діяльності [27].

Аналіз публічної політики – зокрема, державної, оскільки вплив самоврядної влади був досліджений у попередньому розділі, – щодо туристичної діяльності доцільно проводити за двома напрямками – рис. 2.1:

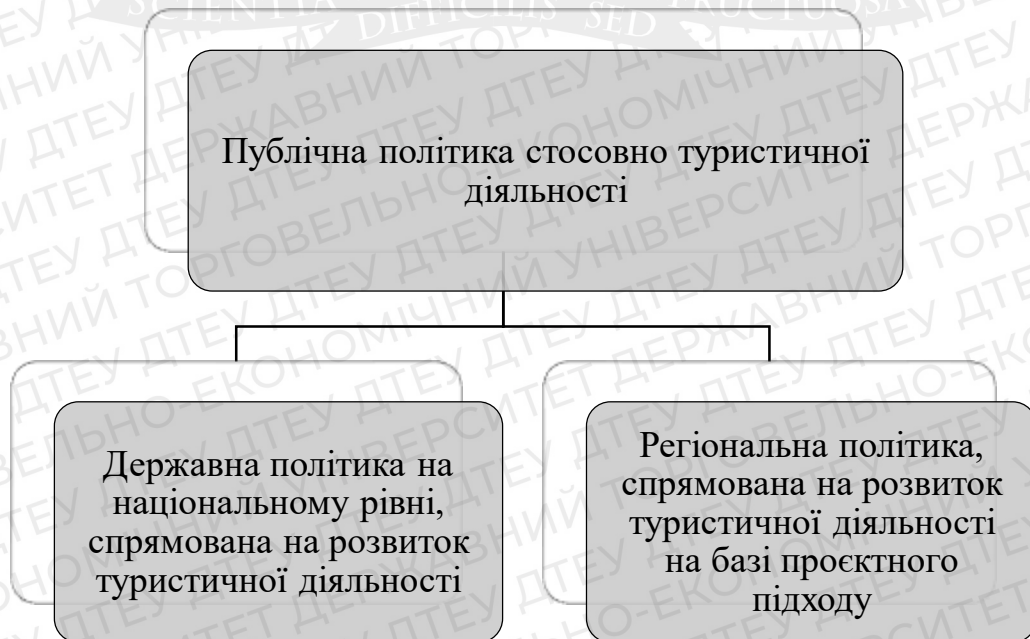


Рис. 2.1. Напрямки реалізації державної політики щодо туристичної діяльності [33].

- 1) Державна політика на національному рівні, спрямована на розвиток туристичної діяльності.
- 2) Регіональна політика, спрямована на розвиток туристичної діяльності на базі проєктного підходу.

Дослідимо детальніше перший напрям – державну політику, спрямовану на розвиток туристичної діяльності.

Передусім зазначимо, що організація державного управління щодо розвитку туристичної діяльності в Україні має наступний вигляд – рис. 2.2.

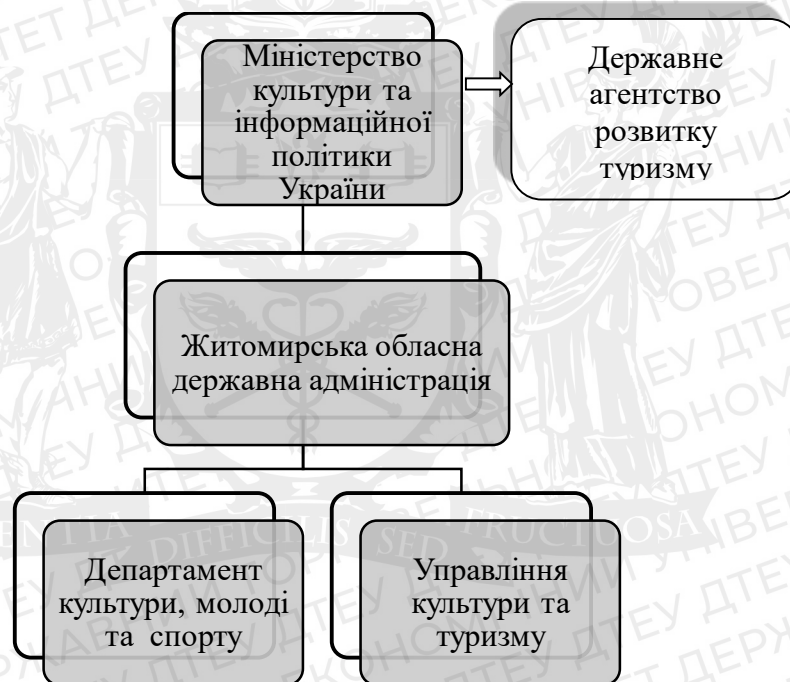


Рис. 2.2. Організація державної політики щодо реалізації та розвитку туристичної діяльності

Джерело: узагальнено автором [30; 42].

Головним суб'єктом державної політики з розвитку туристичної діяльності на національному рівні є центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері туризму, Міністерство культури та інформаційної політики, невід'ємною складовою функціоналу якого є регулювання туристичної діяльності [30].

Зокрема, у вересні 1995 року було ухвалено закон України «Про туризм», який визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму; зазначений закон встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України. Це є головний законодавчий акт, який регулює зазначену сферу.

У жовтні 2000 року був ухвалений закон України «Про курорти», який деталізував деякі напрями державного регулювання туристичної діяльності.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) є центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику в галузі туризму та курортів України. ДАРТ утворено 04 грудня 2019 року згідно з постановою Кабінету Міністрів України №995 «Питання утворення деяких центральних органів виконавчої влади».

У додатку А наведемо проекти у сфері туризму, які були реалізовані завдяки діяльності ДАРТ.

Відповідно до додатку А проектами, що реалізовані Державним агентством розвитку туризму є :

- 1) #МандруйУкраїною: проєкт ДАРТу, спрямований на популяризацію внутрішнього туризму серед співвітчизників .
- 2) Туристичні магніти: популяризація українських пам'яток природи та архітектури для співвітчизників та іноземців.
- 3) UkraineNOW: новий бренд України, що демонструє привабливість України для туризму, культурної взаємодії та бізнесу.

Далі проведемо аналіз сучасного стану державної політики щодо туристичної діяльності в Житомирській області [29].

У Житомирській області головним суб'єктом державної політики щодо туристичної діяльності є Житомирська обласна державна адміністрація із структурними підрозділами, які відповідають за реалізацію відповідної державної політики – управлінням культури і туризму та управлінням молоді і спорту.

Відповідно до Положення про Положення про Управління культури та туризму Житомирської обласної державної адміністрації – структурний підрозділ обласної державної адміністрації зі статусом юридичної особи публічного права, що утворюється головою облдержадміністрації, який входить до її складу і в межах Житомирської області забезпечує виконання покладених завдань.

Управління у своїй діяльності керується Конституцією та законами України, актами Президента України, Кабінету Міністрів України, наказами Міністерства культури та інформаційної політики України, інших центральних органів виконавчої влади, розпорядженнями голови обласної державної адміністрації, рішеннями обласної ради, а також цим Положенням

Основними завданнями управління є:

- дотримання вимог Конституції і законів України, організація виконання актів центральних органів виконавчої влади та здійснення контролю за їх реалізацією;
- забезпечення у межах своїх повноважень захисту прав і законних інтересів фізичних та юридичних осіб;
- надання адміністративних послуг;
- здійснення державного контролю за дотриманням підприємствами, установами та організаціями правил, норм, стандартів у межах визначених повноважень;
- аналіз стану та тенденцій культурного, туристичного розвитку в межах області;
- участь у підготовці пропозицій до проектів програм соціально-економічного та культурного розвитку області;
- внесення пропозицій до проекту обласного бюджету;
- забезпечення ефективного і цільового використання відповідних бюджетних коштів;
- участь у підготовці заходів щодо регіонального розвитку [29].

Схематично взаємодію зазначених інституцій на рівні Житомирської області щодо розвитку туристичної діяльності можна навести на рис. 2.3.



Рис. 2.3. Взаємодія суб'єктів державної політики щодо розвитку туристичної діяльності на рівні Житомирської області [29].

Відділ культури і туризму виконавчого комітету Коростенської міської ради є структурним підрозділом Коростенської міської ради і підпорядковується у своїй діяльності виконавчому комітету міської ради, міському голові, заступнику міського голови згідно розподілу обов'язків в питаннях оперативного управління.

Основними завданнями відділу щодо управління туристичною діяльністю є:

- 1) створення умов для розвитку туризму;

- 2) сприяння органам місцевого самоврядування у вирішенні питань соціально-культурного розвитку міста у сфері культури і туризму;
- 3) надання організаційно-методичної допомоги із розробки та провадження туристичних та екскурсійних маршрутів закладам, підприємствам і організаціям культурно-мистецької сфери;
- 4) проведення фестивалів, свят, мітингів, конкурсів, оглядів професійного мистецтва і самодіяльної народної творчості, виставки творів образотворчого та декоративно-ужиткового мистецтва;
- 5) організація проведення мистецьких аукціонів, лотерей, виставок-продаж;
- 6) сприяння забезпеченню соціального захисту працівників закладів і організацій туристичної та культурно-мистецької сфери;
- 7) здійснення реалізації Закону України «Про туризм» [36].

Зусиллями відділу культури і туризму виконавчого комітету Коростенської міської ради у 2020 році підготовлені та подані для реалізації проекти туристичного спрямування, які наведені у табл. 2.1.

Також до проектів туристичного спрямування віднесені наступні проектні розробки: історико-археологічний рекреаційний комплекс «Літописне місто Іскоростень», туристичний маршрут «Древлянські гради», туристичний маршрут «Коростенське море» (забезпечення доступу до рекреаційних зон у водойм-кар'єрів), «Іскоростень у вимірі часу» (віртуальна реконструкція пам'ятки археології Городище №1), «Збереження унікальної пам'ятки історії – підземного командного пункту Коростенського укріпленого району «СКЕЛЯ», «Культурна спадщина Коростеня» (охоронні заходи пам'яток), «Коростень запрошує!» (презентаційні заходи), «Коростень в кишені» (мобільний додаток).

У вересні 2020 року презентовано Коростень як туристичне місто на Всеукраїнській туристичній виставці ZT EXPO 2020 (м. Житомир) [25]

Для розвитку туризму в місті КУ «Туристично-культурний інформаційний центр місто Коростень» надаються інформаційні та екскурсійні послуги для гостей міста щодо відвідування краєзнавчого музею, парку культури і відпочинку

«Древлянський», кімнати-музею виробів фарфорового заводу, ВІК «Скеля», оглядових екскурсій. За звітний період було проведено 68 екскурсій, в яких взяли участь 934 особи.

Таблиця 2.1

Туристичні проекти у м. Коростень, складені відділом культури і туризму Коростенської міської ради

Назва проекту	Реалізований у колаборації із	Сутність проекту
Інноваційний Іскоростень	Український культурний фонд	Можливість відвідування туристами археологічних досліджень легендарного літописного Іскоростеня, які проводяться вченими на території сучасного Коростеня
Туристичний маршрут «Древлянські гради», комплекс «Літописне місто Іскоростень»	Житомирська ОДА	Новий туристичний маршрут передбачав охоплення древніх міст Малин, Коростень, Овруч, Олевськ, Новоград-Волинський, Житомир, Коростишів та Радомишль. Виготовлений буклет із картою та описом кожного міста.
Інфраструктурний грант «Розширення можливостей роботи Комунальної установи «Культурно-туристичний центр міста Коростень» в умовах карантину»	House of Europe спільно з представниками ГО «Інститут креативних інновацій» у співпраці з КУ «Туристично-культурний інформаційний центр місто Коростень»	Вдосконалення туристичної діяльності у Житомирській області та м. Коростень в умовах пандемії коронавірусу нового типу
Інформатор про пам'ятку археології Городище №1	проект Re_HERIT	Проект переосмислення, актуалізації та розвитку культурної спадщини
Красна гірка	Бюджет участі	Заходи збереження та доступності відносно пам'ятки археології національного значення Городища №1 Літописного міста Іскоростеня (Красної гірки) для всіх груп населення, через прокладання пішохідної дороги

Джерело: узагальнено автором [24; 25].

Продовжувалась діяльність конференц-зали міського Палацу культури для проведення заходів. У 2020 році таких заходів було проведено 24.

Для розвитку туризму в місті туристично-інформаційним центром надаються інформаційні та екскурсійні послуги для гостей міста щодо

відвідуванням краєзнавчого музею, парку Древянського, кімнати-музею виробів фарфорового заводу, ВІК «Скеля», оглядових екскурсій.

Визначене дозволяє зробити висновок, що у Житомирській області спостерігається розвиток підприємництва, що знаходить прояв у зростанні чисельності підприємств як у абсолютному, так і у відносному виразі.

В рамках дослідження економічної складової механізму управління туристичною діяльністю, розглянемо динаміку фінансування туристичної сфери Житомирської області згідно із обласною цільовою програмою розвитку туризму в Житомирській області на 2021 – 2023 роки, яку наведено на рис. 2.4. [29]



8) Рис. 2.4. Динаміка обсягів фінансування туристичної сфери Житомирської області згідно із обласною програмою у 2021-2023 рр., тис. грн. [26].

Наведені дані ілюструють, що на три визначені роки у Житомирській області на розвиток туризму планується виділити 7878,2 тис. грн. З них 2 785,2 тис. грн. виділені ще у 2021 році, у наступні роки, у 2022 році та 2023 році обсяг фінансування передбачений у розмірі 2 503,3 тис. грн. та 2 589,7 тис. грн.

відповідно. У додатку А наведений перелік заходів, що передбачений зазначеною програмою.

Відповідальним виконавцем заходів Програми визначається Департамент культури, молоді та спорту Житомирської облдержадміністрації. Безпосередній контроль за ходом виконання заходів і завдань Програми здійснює відповідальний виконавець. Контроль за цільовим та ефективним використанням коштів здійснюється відповідно до норм чинного законодавства

Інструментами реалізації визначеної Програми є:

- 1) Популяризація, рекламація та інформаційний супровід туристичного потенціалу області.
- 2) Розробка та облаштування туристичних маршрутів та об'єктів, що мають особливу культурну та історичну цінність.
- 3) Створення на території області туристичних дестинацій з використанням наявного регіонального туристичного потенціалу, доступності та зручності.
- 4) Визначення, створення та модернізація туристичних атракцій, визначених туристичних магнітів області.
- 5) Промоційно - виставкова діяльність.
- 6) Проведення навчань, семінарів, форумів тощо для виховання туристичного етикету у працівників сфери обслуговування, розміщення та туризму [29].

З урахуванням проблем, що визначені у попередньому розділі, проблемою даної Програми є те, що потреба у фінансуванні задля розвитку туристичної діяльності є значно більшою, нід обсяг коштів, який виділений на їхнє вирішення.

Водночас серед позитивних тенденцій слід зазначити майже рівномірне фінансування туристичної галузі, незважаючи на складнощі, що викликані пандемією коронавірусу та поступове подолання наслідків пандемії коронавірусу, що проявляється у запланованому показнику обсягу фінансування туристичної діяльності Житомирської області у 2023 році, який є нижчим за рівень 2021 року, але вищим за рівень 2022 року.

Слід визначити, що протягом останніх років в основу управлінської роботи органів публічного управління, що регулюють туристичну діяльність у Житомирській області покладено метод проєктної діяльності, який набуває все більшого поширення в практиці публічного управління.

2.2 Шляхи удосконалення регіонального управління сферою туризму на прикладі Житомирської області

Удосконалення управління сферою туризму у Житомирській області має відповідати сучасним тенденціям і бути націленим на створення курортної зони, що поєднує лікувально-розважальний та діловий туризм та екотуризм, при цьому пропонує туристські послуги високої якості, а також має сучасну матеріально-технічну базу та розвинену інфраструктуру.

Дані стратегічні цілі зумовлюють необхідність вирішення завдань у межах зазначених чотирьох перспектив на основі збалансованої системи показників.

1. Клієнтська перспектива. У рамках цього напрямку для ефективного управління туристською галуззю Житомирської області можна виділити такі системні показники:

– вивчення клієнта, що означає мати актуальну інформацію про своїх клієнтів, їх бажання та потреби. На основі вивчення клієнтів, визначати цільові аудиторії, що дозволяють співвідносити бажання та переваги споживачів з туристськими пропозиціями на ринку у межах певних видів туризму на території області. Портрет клієнта повинен формуватися на безперервній основі, оскільки неправильне розуміння сучасних тенденцій і переваг клієнтів тягне за собою зниження конкурентоспроможності туристської галузі;

– розширення клієнтської бази – залучення туристів різних категорій, виходячи з рівня доходів, інтересів, переваг, цілей тощо. Це завдання може бути вирішено шляхом диверсифікації надання послуг на основі створення туристських підприємств різних напрямків та цінкових категорій. Крім того, розширення клієнтської бази можна досягти з допомогою підвищення транспортної доступності

туристичних об'єктів;

– формування набору цінностей для клієнтів – створення пропозицій, які мають максимальну корисність для туристів різних категорій; розробка унікальних інноваційних туристських пропозицій на території області та її регіонів, наприклад, маршрутів, що передбачають наявність спеціалізованих облаштованих екологічних стежок, туристичних категорійних спортивних маршрутів тощо. Це завдання полягає в тому, щоб туристичні ресурси привести у відповідність до цінностей потенційних клієнтів [40, с. 83].

2. У рамках фінансової перспективи доцільно звернути увагу на систему показників, що сприяють збільшенню фінансових індикаторів. Основними її елементами є такі:

– збільшення цінності туристського продукту на основі якісного вдосконалення послуг, що надаються. Підвищення цінності послуг для туриста зумовлює готовність платити за неї більше грошей;

– розширення номенклатури послуг, що надаються, відповідно до збільшення потреб та переваг споживачів;

– збільшення чисельності туристів, яке може бути досягнуто за рахунок підвищення транспортної доступності туристичної зони, ефективного туроперейтингу, переорієнтованого з аутгоінгу на інкамінг та інсайдинг, розробки ефективної рекламної кампанії за допомогою залучення до роботи всіх каналів ЗМІ, формування позитивного іміджу туристської галузі на регіональному та світовому туристському ринку.

3. Перспектива управління бізнес-процесами у туристичній галузі Житомирської області містить у собі значну кількість завдань, що потребують негайного вирішення:

– удосконалення туристичних об'єктів шляхом модернізації застарілих моделей надання послуг, оновлення матеріально-технічної бази, насичення історико-культурних програм;

– підвищення доступності для туристів. Насамперед, йдеться про транспортну доступність, яка може бути забезпечена шляхом створення недорогого

авіасполучення, по-друге, забезпечити наявність інформації про туристичні об'єкти Житомирщини, її розміщення на найбільших порталах бронювання (booking.com, tripadvisor.com та ін.); а також зобов'язати всі об'єкти туріндустрії створити привабливі інтернет-сайти зі зручною навігацією, з доступним та інформативним інтерфейсом, що відображатиме інформацію, як мінімум, на 3 мовах; сформуванню правильно орієнтовану міську логістику, яка б дозволила туристам безперешкодно діставатися визначних пам'яток, торгово-розважальних центрів тощо;

– формування пакетів туристських послуг. Відсутність турпакетів є обмежувальним фактором для туристів, які бажають відвідати Житомирську область. Незначна кількість англomовного обслуговуючого персоналу, недосконалі транспортна та своєрідна соціальна інфраструктура не дозволяють іноземному туристу вільно пересуватися регіоном та відвідувати туристські об'єкти, користуватися повним переліком послуг.

Тому для залучення туристів необхідно розробити диференційовані пакети туристських послуг, що включають транспортування, трансфери, проживання, харчування, екскурсії, відпочинок, розваги тощо [23].

4. Вдосконалення інфраструктури. Житомирська область є зоною відпочинку з найрозвиненішою інфраструктурою. Тим не менш, існує низка проблем, які потребують вирішення:

– розвиток мережевих структур у туристській галузі. Кластерна модель розвитку довела свою ефективність у багатьох галузях економіки розвинутих країн. Вона дозволяє найбільш повноцінно реалізувати наявний економічний потенціал, а також досягти максимального кумулятивного ефекту. Розвиток мережевих структур у туристській галузі дозволить досягти гармонійного розвитку всіх напрямків туристичної індустрії;

– реалізація інвестиційних проєктів є одним із основних механізмів розвитку. Зокрема, необхідно опрацювати питання державно-приватного партнерства щодо реалізації інвестиційних проєктів різного масштабу;

– навчання обслуговуючого персоналу – головна умова підвищення

якості обслуговування, що, у свою чергу, веде до підвищення привабливості туристичних об'єктів. У зв'язку з цим необхідно запровадити культуру безперервного навчання та розвитку обслуговуючого персоналу;

– підвищення якості послуг. Це повинно досягатися шляхом навчання обслуговуючого персоналу, вдосконалення інженерної та соціальної інфраструктури, оновлення матеріально-технічної бази обслуговуючих підприємств, розробки послуг, які мають максимальну корисність для туристів різних категорій;

– охорона природи та розвиток екотуризму. Вирішення цього завдання обумовлює необхідність розрахунку максимально допустимого навантаження на курортну зону, посилення контролю над суб'єктами бізнесу та туристами, пропаганда та розвиток напряму екологічного туризму.

Органи місцевого самоврядування, що функціонують у туристській галузі Житомирської області, у рамках своєї стратегічної мети повинні вирішувати такі завдання:

– захист інтересів підприємств туристичної галузі шляхом юридичної консультації, лобювання інтересів підприємців перед державними органами, підвищення рівня залученості підприємців до вирішення стратегічних завдань у сфері туризму;

– розробка та безперервне вдосконалення механізмів розвитку туристичної галузі, у тому числі через участь у розробці стратегічних документів: концепцій, планів, прогнозних схем;

– сприяння у формуванні мережевих структур у туристській галузі шляхом розробки механізмів ефективної та взаємовигідної співпраці підприємств туристичної галузі;

– підвищення якості туристських послуг за допомогою проведення навчальних семінарів, майстер-класів, гуртків якості, конкурсів кращих підприємств туристичної галузі тощо [39, с. 75].

Державні структури з метою сталого розвитку туристичної галузі регіону мають вирішувати такі завдання:

- збереження природних ресурсів шляхом удосконалення заходів захисту природи, недопущення надмірного антропогенного навантаження на туристичну зону;
- збільшення потоку туристів шляхом підвищення транспортної доступності туристичної зони;
- удосконалення туристичної інфраструктури;
- підвищення інвестиційної привабливості шляхом розробки економічних та правових механізмів підтримки підприємців туристичної галузі;
- формування туристського кластера за допомогою стимулювання взаємодії підприємств, що функціонують у туристській галузі області;
- підвищення рівня життя населення на основі підвищення доходів та зниження рівня безробіття серед місцевого населення;
- формування позитивного іміджу області через державну інформаційну політику;
- підвищення якості туристських послуг шляхом стимулювання навчання працівників підприємств туристичної галузі;
- розвиток ДПП у туристській галузі за рахунок спільної реалізації проектів різного масштабу.

Підприємства туристичної галузі Житомирщини в рамках стратегічної мети, що передбачає довгостроковий розвиток, заснований на підвищенні конкурентоспроможності, мають вирішувати такі завдання:

- розширення номенклатури послуг;
- підвищення якості туристських послуг;
- формування власного бренду;
- формування пакетів туристських послуг на основі тісної співпраці з іншими суб'єктами галузі;
- реалізація інвестиційних проектів.

Разом з тим, можна визначити основні механізми співпраці суб'єктів туристичної галузі Житомирської області:

- формування туристського бренду на основі державної інформаційної політики, пропагандистської діяльності асоціацій та розробки унікальних видів послуг підприємствами туристичної галузі;
- проведення навчальних заходів для підприємств, що обслуговують туристів, на основі «шкіл туристичної майстерності» за рахунок державних коштів та за організаційної підтримки туристських асоціацій;
- реалізація інвестиційних проектів на основі державно-приватного партнерства [29].

Актуалізується необхідність запровадження конструктивних механізмів державної підтримки малих форм турбізнесу, а також їх інтеграцію у підприємницькі об'єднання у форматі саморегулювальних організацій. Маючи на увазі заповзятливість місцевих жителів, національний колорит, орієнтацію на розвиток внутрішнього туризму вважаємо виправданим стимулювання малого турбізнесу.

Науково-технічний прогрес, насамперед, пов'язаний з розвитком інформаційних технологій, використання яких дозволило створити глобальні системи туристської навігації (наприклад, Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre) для туркомпаній та інтернет (або альтернативні) системи дистрибуції турпослуг (наприклад, Expedia.com, Orbitz.com, HRS.com, Travelocity.com, Hotels.com, Priceline.com, Hotels.su для приватних осіб; інтернет-портали з мобільною версією та туристичні реєстри на базі регіональних туристично-інформаційних центрів, віртуальні турпродукти та корпоративні сайти. У перспективі для туристської галузі Житомирщини можливе створення у форматі геокешингу електронних туристських карт, оздоровчих онлайн-турів, наприклад, санаторіями, заповідними місцями та ін. [46]

Крім того, НТП істотно впливає на розвиток транспортної інфраструктури та туристської логістики, що призводить до зростання мобільності населення, яке розширює як географію подорожей, так і екстремальні види туризму, залучаючи до туристичного простору екзотичні дестинації. У контексті інфраструктурного забезпечення стратегічні пріоритети розвитку туристичної галузі Житомирської області слід пов'язати з облаштуванням туристської логістики, що відповідає

насамперед вимогам безпеки та інформативності, наприклад, за допомогою електронної туристської навігації та терміналів із «тривожними кнопками».

Слід зазначити, що тренд озеленення туризму є особливо значущим, бо, з одного боку, природні ресурси та екологічні блага є важливим фактором виробництва та значною компонентою турпослуг, а, з іншого, їх унікальність і багато в чому обмеженість обумовлює особливу екологічну статусність і специфічний режим природокористування у туристських дестинаціях, особливо оздоровчого типу.

Необхідно враховувати і зміни у споживчих уподобаннях туристів. Так, статистикою зазначено, що кризові явища економіки та суспільстві ініціюють зростання ближніх подорожей до сусідніх країн чи внутрішній туризм. Наприклад, нині чотири з п'яти прибуттів у всьому світі відбуваються у регіоні проживання туристів, і такі диспропорції мають тенденцію до зростання.

Допомогти у вирішенні проблем туристичної галузі регіону може активне державне регулювання та стратегічне позиціонування туризму, що цілком справедливо, маючи на увазі локомотивну роль галузі у світовому та національному масштабах. Як показує зарубіжна практика, форми державної участі у туріндустрії відрізняються різноманітністю. Проте певні позитивні закономірності, особливо у контексті запозичення інструментарію у вітчизняній практиці, слід відокремити.

Насамперед, системний характер розвитку туризму та суміжних із ним галузей, як свідчить європейська практика, передбачає скоординовану роботу всіх громадських структур у межах туристської політики на державному та регіональному рівнях на початкових етапах її формування, а в міру реалізації – на місцевому та корпоративному. Особливий регулятивний статус у цьому механізмі займають регіональні туристичні організації, основне призначення яких полягає у маркетингу та просуванні національного турпродукту.

Тому неефективне позиціонування на світовому ринку туризму розглядається експертною спільнотою як «провал» державного регулювання галузі та причини її низької конкурентоспроможності.

Не слід забувати також про потенціал державно-приватного партнерства у розвитку туристичної галузі. У світовій практиці такого партнерства накопичено безліч прикладів співпраці держави та підприємницьких структур. Умовно цю співпрацю можна розділити на три основні напрямки:

- співробітництво у сфері реалізації комплексних проектів, пов'язаних із необхідністю значних вкладень в інженерну інфраструктуру та комунікацій (схеми договорів концесій, лізингу або прямого державного фінансування інфраструктурної частини проекту);
- співробітництво у галузі створення об'єктів туристичної та розважальної інфраструктури (використання різних інструментів стимулювання приватного сектору: пільги, податки, кредити тощо);
- співпраця у сфері маркетингу та просування національного туристичного продукту.

Для швидкого відновлення туристичних потоків у післявоєнний час потрібно буде запровадити нові форми антикризового державного управління.

Державна агенція з розвитку туризму вже запропонувала кілька напрямів:

- сформулювати нові змісти з акцентом на розвиток внутрішнього туризму;
- стимулювання розвитку туризму в Донецькій і Луганській областях, що матиме важливе соціально-економічне та політичне значення;
- запланувати розробку туристичних маршрутів по місцям військової слави ЗСУ.

У програмах державної підтримки внутрішнього туризму обов'язково потрібною є трансформація туристичного ландшафту країни. Важливою буде і участь держави та органів місцевого самоврядування у відновлення туристичної інфраструктури.

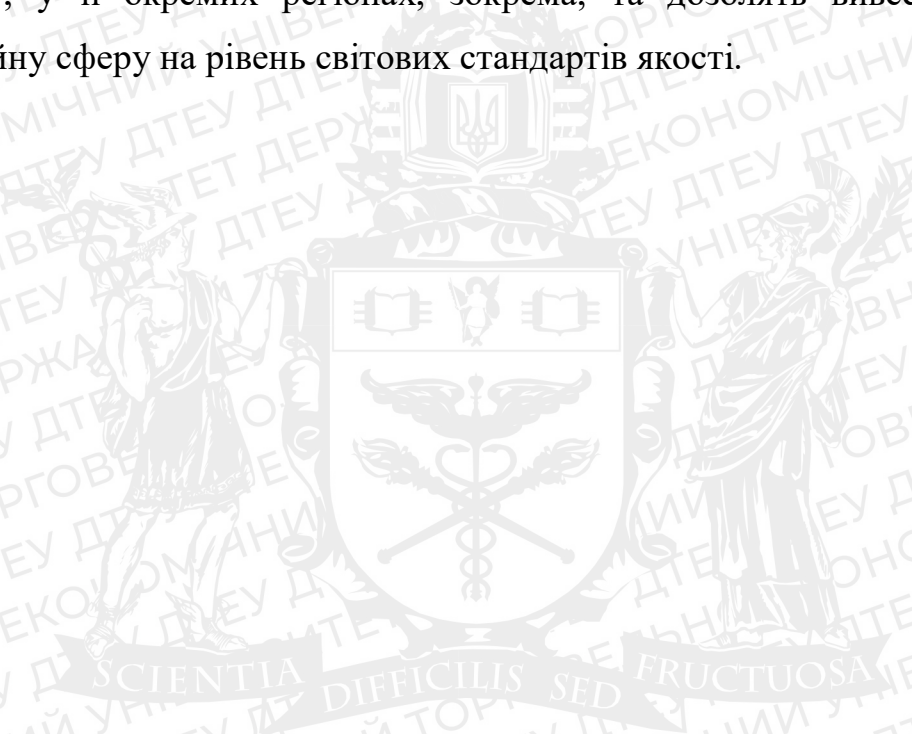
Що стосується міжнародного туризму, то цікавими його напрямками у післявоєнний період можуть стати наступні:

- створити бренд України як країни середньовічних замків;

- розвивати маршрути урбан-культури;
- екотуризм;

Для цього, в першу чергу, потрібно у багатьох розвинутих країнах відкрити національні офіси українського туризму, провести масштабні рекламні кампанії.

Таким чином, запропоновані та обґрунтовані у підрозділі заходи, у разі їх застосування, сприятимуть швидкому зростанню туризму у Житомирській області в цілому, у її окремих регіонах, зокрема, та дозволять вивести туристично-рекреаційну сферу на рівень світових стандартів якості.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Наведемо узагальнюючі висновки за підсумками розробки практичних напрямів вдосконалення управління сталим розвитком туристичного регіону.

1. Розвиток туристичної галузі є одним із перспективних напрямів для Житомирської області. Зокрема, туризм у Житомирській області розвивається за значною кількістю туристичних напрямів від фестивального до одного з найсучасніших видів туризму, сільського (зеленого) туризму.

Натомість, як зазначено, подальший розвиток туристичної галузі на Житомирщині гальмує цілий ряд невирішених проблем, серед яких скорочення туристичного потоку внаслідок пандемії коронавірусу нового типу, оскільки внаслідок поширення хвороби та застосованих карантинних обмежень були обмежені всі туристичні потоки та навіть в цілому пересування між областями. Наприклад, якщо порівняти 2019 рік із 2018 роком, то наявне зростання туристичного потоку на 39,03%.

2. Встановлено, що організація управління ринком туристських послуг у регіоні є складною сукупністю дій регіональних органів управління. До неї включаються: розробка регіональних програм розвитку туризму; удосконалення регіональної нормативної бази; надання регіональних стимулів та пільг відповідно до їх компетенції учасникам туристичної діяльності; підготовка та представлення проєктів у сфері туризму; сприяння розвитку транспортної та готельної інфраструктури на місцях; створення регіональної інформаційної бази для розвитку туристичної сфери.

3. У дослідженні визначено організацію державного управління щодо розвитку туристичної діяльності в Україні. Головним суб'єктом державної політики з розвитку туристичної діяльності на національному рівні є центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері туризму, Міністерство культури та інформаційної політики, невід'ємною складовою функціоналу якого є регулювання туристичної діяльності. Також функціонує Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) є центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику в галузі туризму та курортів України.

Що стосується публічного управління туристичною діяльністю на рівні регіону, в Житомирській області, то головним суб'єктом державної політики щодо туристичної діяльності є Житомирська обласна державна адміністрація структурними підрозділами, які відповідають за реалізацію відповідної державної політики – зокрема, управлінням культури і туризму.

На рівні м. Коростень управління туристичної діяльності покладене на відділ культури і туризму виконавчого комітету Коростенської міської ради, основними завданнями котрого є: створення умов для розвитку туризму; сприяння органам місцевого самоврядування у вирішенні питань соціально-культурного розвитку міста у сфері культури і туризму, розробка та реалізація проєктів туристичного спрямування. Протягом 2021-2023 рр. у Житомирській області на розвиток туризму планується виділити 7878,2 тис. грн.

4. Удосконалення управління сферою туризму у Житомирській області має необхідність у вирішенні завдань у межах чотирьох перспектив на основі збалансованої системи показників.

- 1) Клієнтська перспектива: вивчення клієнта, розширення клієнтської бази, формування набору цінностей для клієнтів.
- 2) Фінансова перспектива: збільшення цінності туристського продукту, розширення номенклатури послуг, збільшення чисельності туристів.
- 3) Перспектива управління бізнес-процесами у туристичній галузі: удосконалення туристичних об'єктів, підвищення доступності для туристів.
- 4) Вдосконалення інфраструктури.

Непоправних збитків туристичній галузі завдала повномасштабна агресія Росії проти нашої держави. Майже повністю зруйнований як внутрішній, так і, особливо, внутрішній туризм. Для його відновлення у післявоєнний час буде потрібно витратити багато ресурсів, запровадити нові форми антикризового державного управління.

Що стосується міжнародного туризму, то для його розширення доцільно у багатьох розвинутих країнах відкрити національні офіси українського туризму, провести масштабні рекламні кампанії.

Таким чином, запропоновані та обґрунтовані заходи, у разі їх застосування, сприятимуть швидкому зростанню туризму у Житомирській області в цілому, у її окремих регіонах, зокрема, та дозволять вивести туристично-рекреаційну сферу на рівень світових стандартів якості.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белоусова Н. В. Впровадження інклюзивного туризму в соціально-реабілітаційну систему України. *Молодий вчений*. 2017. № 6. С. 14–17.
2. Бобрицька Н. Д. Алгоритм формування маркетингових стратегій для підприємств туристичної галузі. *Формування ринкової економіки*. 2018. Вип. 30. С. 242–249.
3. Бобрицька Н. Маркетинг в управлінні туристичними DESTINATIONAMI. *Маркетинг в Україні*. 2014. № 4. С. 39–47.
4. Гончарук Н. Система управління сферою туризму в умовах децентралізації влади в Україні. 2018. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018_04\(39\)/16.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018_04(39)/16.pdf)
5. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції: монографія / За ред. В.Г. Герасименко, О.Л. Михайлюк. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.
6. Дороніна О. А., Колос Н. А. Шляхи збільшення привабливості України як туристичного напрямку. *Економіка і організація управління*. 2019. № 3 (35). С. 140–145.
7. Жданова О., Кравченко Н. Гастрономічний туризм в європейських країнах. URL: <https://cutt.ly/1HgEL4b>
8. Захарін С. В., Соболев В. П., Мельник Ю. В. Сталий розвиток сфери туристичних послуг: глобальні тенденції, міжнародна взаємодія, уроки для України. *Економічний вісник університету*. 2018. № 20/3. С. 297–303.
9. Іванов А. М. Економічні аспекти інституціонального забезпечення державної політики України в сфері туризму. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2018. Т.23. Вип. 1 (66). С. 77–81.
10. Іванов А. М. Особливості управління сферою туризму в Україні в умовах адміністративно-територіальної реформи. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2021. № 4 (77). С. 141–157.

11. Іванов А. М. Теоретичні основи державної політики розвитку туризму на основі маркетингового підходу в управлінні. *Економіка харчової промисловості*. 2016. № 1. Т. 8. С. 33–39.
12. Іванов А. М. Шляхи удосконалення інституціонального механізму рекреаційно-туристичної політики України. *Бізнес-навігатор*. 2018. № 1(44). С. 72–76.
13. Каплан Ф., Акташ А. Аналіз залежностей між прибутками від туризму та економічним зростанням на прикладі окремих середземноморських країн. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 33–42.
14. Ковешніков В. С., Ліфіренко О. С., Стукальська Н. М. Інноваційні види туризму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 4. С. 38–44.
15. Колотуха О. В., Миргородська О. Л. Макроекономічний аналіз розвитку спортивного туризму в геопросторовому аспекті. *Науковий вісник Львівської академії. Серія: Економіка, менеджмент та право*. 2019. Вип. 1. С. 164–169.
16. Кулаковська І. М. Розвиток етнічного туризму на Житомирщині. *Актуальні питання культурології* 2012. Вип. 12. URL: <https://cutt.ly/hNgUXIP>
17. Кучеренко В. С. Особливості та сучасні тенденції управління туристичною сферою. *Зб. наукових статей Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету*. 2016. № 7. С. 197–205.
18. Лебедев К. А. Маркетинговые технологии стимулирования рекреационно-туристического потенциала регионов. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 11. С. 186–190.
19. Леоненко Н. А. Дослідження моделей державного регулювання у сфері туризму. 2019. URL: <http://www.pag-journal.iei.od.ua/archives/2019/11-2019/16.pdf>
20. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>
21. Марченко О. А. Сутнісне визначення галузі туризму з позиції регіональної економіки. *Новости научной мысли. Экономические науки*. 2014. URL: http://www.rusnauka.com/30_NNM_2014/Economics/13_177468.doc.htm.

22. Мірко Н. В., Костянчук О. М. Концептуальні засади управління туристичною сферою на прикладі Житомирської області. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2020. Том 31 (70). № 1. С. 50–57.
23. Мосіюк С. І. Туризм – складова національної економіки України. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1219200.pdf>
24. Новий туристичний маршрут «Древлянські гради» пройде через Новоград-Волинщину URL: <https://novograd.city/articles/6237/novij-turistichnij-marshrut-drevlyanski-grady-projde-cherez-novograd-volinschinu>
25. Офіційний сайт відділу культури і туризму Коростенської міської ради. URL: <https://korosten-rada.gov.ua/miska-rada/upravlinnya-ta-viddil-viddil-kultury-i-turyzmu/>
26. Офіційний сайт Головного управління статистики у Житомирській області URL: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua/>
27. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму URL: <https://www.tourism.gov.ua/news-and-announcements>
28. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
29. Офіційний сайт Житомирської обласної державної адміністрації URL: <https://vlada.info/rda/zhytomyrska-oda/>
30. Офіційний сайт Міністерство культури та інформаційної політики України URL: <https://mkp.gov.ua/>
31. Охріменко А. Досвід європейських країн фінансування туризму. *Вісник Львівського університету*. 2014. Вип. 34. С. 160–167.
32. Паньків Н. Є. Сучасні тенденції розвитку подієвого туризму на Закарпатті. *Вісник Хмельницького національного університету Економічні науки*. 2021, № 5. Том 1. С. 125–135.
33. Петришин Д. Туризм: можливості розвитку в Україні. *Молода спортивна наука України*. 2018. Т. 4. С. 86–87.
34. Покоłodна М. М., Семків М. О. Етнографічний туризм: особливості, географія та ресурсний потенціал (на прикладі України). *International Scientific*

Journal «Internauka». URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15428768436423.pdf>

35. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.10.2003 р. № 1282-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text>

36. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

37. Проєкт ReHERIT URL: <https://reherit.org.ua/>

38. Проєкт Красна гірка URL: <https://korosten.pb.org.ua/projects/3>

39. Сагалакова Н. О. Концептуальна еволюція поняття туризму як соціально-економічного явища. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 2. Т. 2. С. 72–77.

40. Саричев В. І. Стан та перспективи світової та національної сфер туризму в контексті людського розвитку. *Статистика України*. 2014. № 2. С. 80–84.

41. Стадник В. В., Гризовська Л. О. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. Хмельницький : ХНУ, 2020. 355 с.

42. Степаненко Н.О. Розвиток туристичної діяльності України в умовах євроінтеграції. URL: <https://cutt.ly/2HgRA2r>

43. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501>

44. Терлецька О., Кушнір Л., Мартинюк У., Багрій М. Наукові засади організації міського екологічного туризму. *Рекреаційна географія і туризм. Наукові записки*. 2021. № 1. С. 119–126.

45. Телетов О. С., Хижняк М. О. Маркетингові підходи до надання туристичних послуг в умовах України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 3. С. 123–131.

46. Тимошенко Т. О. Стратегічні орієнтири розвитку сфери туризму в умовах сучасних соціально-економічних трансформацій. *International Scientific Journal*. URL: <http://www.inter-nauka.com/>

47. Торяник В. М., Макущев П. В. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. Дніпропетровськ: ВНПЗ «ДГУ», 2016. 256 с.
48. Труніна І. М., Ліхоносова Г. С., Гречишкіна О. О. Ринок туристичних послуг в умовах глобалізаційних процесів. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2017. Вип. 6 (107). Ч. 2. С. 49–53.
49. Труніна І. М., Сосновська Ю. Р. Стан міжнародного туризму для осіб з інвалідністю в Україні. *Modern Economics*. 2019. № 15. С. 191–195.
50. Туризм в Україні: проблеми, перспективи розвитку. URL: <http://skole.com.ua/uk/papers/13-turizm/36-turizmurproblemi.html>
51. Устименко Л. М. Культурно-освітній потенціал етнографічного туризму. *Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Філософія, культурологія, соціологія*. 2014. № 4. С. 90–96.
52. Чорна Л. В. Міжкультурна комунікація в туризмі: професійно-прикладний аспект. *Карпатський край*. 2018. № 1-2 (10-11). С. 137–143.
53. Шепелюк С. І. Туристичний продукт та туристична послуга: критерії розмежування понять. URL: <http://www.irbis.nbuv.gov.ua/cgi/irbis>.
54. Шишигіна Л. С., Зима Я. М. Маркетингові засоби просування туристичних послуг на ринку України. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/78513125.pdf>
55. Шпак Л. О. Інституційне регулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу. *Агросвіт*. 2014. № 5. С. 32–35.

ДОДАТКИ



Додаток А

Проекти у сфері туризму, що реалізовані ДАРТ



SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

Додаток Б

**Показники продукту Обласної цільової програми розвитку туризму в
Житомирській області на 2021-2023 роки**

№ з/п	Назва показника	Одиниця виміру	Вихідні дані на початок дії програми	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Всього витрат на виконання програми
1	2	3	4	5	6	7	9
I	Показники продукту програми						
1	Кількість виготовлених інформаційних табличок тощо	од. в рік	20	30	30	30	300,0*
2	Кількість заходів, на яких представлено туристичний потенціал області	од. в рік	3	6	8	9	615,0*
3	Кількість проведених промоційних, інформаційних, соціальних турів	од. в рік	4	15	16	17	520,0*
4	Кількість виготовленої сувенірної продукції	од. в рік	600	1500	2000	2500	150,0*
5	Кількість надрукованої презентаційної продукції	од. в рік	1000	3000	3000	3000	150,0*
6	Кількість створених аудіовізуальних продуктів	од. в рік	0	2	2	2	300,0*
7	Кількість відзнятих сферичних панорам для віртуальних турів	од. в рік	0	3000	0	0	400,0*
8	Кількість промаркованих Маршрутів	од. в рік	1	3	3	3	450,0*
9	Кількість проведених заходів туристичного спрямування	од. в рік	3	5	6	7	520,0*
II	Показники ефективності програми						

1	Середні витрати на організацію одного промотуру	тис. грн	3,0	10,0	10,6	11,7	520,0*
2	Середні витрати на видання одного виду друкованої продукції	грн.	22,75	16,6	16,6	16,6	150,0*
III	Показники якості програми						
1	Динаміка кількості промаркованих туристичних маршрутів порівняно з попереднім роком	од. в рік	2	4	5	6	//-//-//
2	Динаміка кількості учасників промо- та інфотурів	%	20	30	40	45	//-//-//

*- Обсяги фінансування Програми визначаються щороку, виходячи з конкретних завдань та реальних фінансових можливостей