

**Міністерство освіти і науки України
Маріупольський державний університет
Кафедра маркетингу та туризму**

**ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ
ПРИАЗОВ'Я: СТАН, ВИКЛИКИ,
СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ**

Колективна монографія

Харків

2024

УДК 338.48

T 87

Автори: Балабаниць А.В., д.е.н., проф. (1.3, 1.4, 2.2, 2.3, 3.4, 4.1, 4.3), Горбашевська М.О., к.е.н., доц. (2.1, 4.4), Мацука В.М., к.е.н., доц. (1.3, 2.2, 2.3, 4.2), Рібейро Рамос О.О., к.е.н., доц. (1.2, 3.1), Тарасенко Д.Л., д.е.н., проф. (1.4, 2.4), Чуприна О.О., д.е.н., проф. (1.1, 3.2, 3.3).

ISBN 978-617-7886-55-5

DOI: <https://www.doi.org/10.61718/mon2024msu>

www.newroute.org.ua

Рецензенти

Горіна Ганна Олександрівна, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри туризму та країнознавства Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського.

Виноградова Олена Володимирівна, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій.

Долгова Надія Андріївна, директор Національного природного парку «Меотида».

Рекомендовано до друку Вченою радою Маріупольського державного університету Міністерства освіти і науки України
(протокол № 5 від 26 грудня 2024 р.).

T 87 **Туристично-рекреаційний потенціал Приазов'я: стан, виклики, стратегічні орієнтири:** кол. моногр./ А.В. Балабаниць, М.О. Горбашевська, В.М. Мацука та ін.; за заг. ред. А.В. Балабаниць. – Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2024. – 370 с.

Колективна монографія присвячена висвітленню теоретико-методологічних основ формування системи стратегічного управління сферою туризму на регіональному рівні. Особливу увагу приділено аналізу впливу зовнішніх факторів та їх наслідків для туристичної сфери України в умовах сучасних глобалізаційних змін. Проведено ґрунтовний аналіз туристично-рекреаційного потенціалу Приазов'я та запропоновано стратегію його розвитку. Досліджено проблему відновлення туризму регіона в поствоєний період.

Монографія призначена для науковців, викладачів, фахівців, викладачів, аспірантів, студентів, а також широкого кола читачів, які досліджують проблеми туристичної галузі національної економіки.

Опубліковано на основі ліцензії Creative Commons Attribution License.

Видавець СГ НТМ «Новий курс» – діяльність у науковій, видавничій, освітній, творчій, інформаційній сфері з 1989 року.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції:

ДК № 8013 від 22.11.2023. Зареєстровано у Global Register of Publishers.

Ідентифікатор видавця 7886. www.newroute.org.ua

© Маріупольський державний університет, 2024

© СГ НТМ «Новий курс», 2024

© Колектив авторів, 2024

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

3.1. Механізм державної підтримки розвитку туристичних регіонів країни

Державна підтримка розвитку секторів ринкової економіки є важливою через їхній суттєвий вплив на економічне зростання, зайнятість та регіональний розвиток, а також на підвищення конкурентоспроможності країни у міжнародній площині. Розвиток туризму, як структуроутворюючого сектору економіки країни, має значний вплив на економіку регіонів завдяки мультиплікаційному ефекту – активізації суміжних галузей, що взаємодіють з туризмом, і створенню економічного циклу зростання для забезпечення не тільки миттєвого ефекту через перерозподіл видаткової частини бюджетів домогосподарств на послуги суміжних галузей, але й для сталого розвитку регіонів і місцевих громад, які зможуть отримувати додаткові ресурси не лише короткостроково або на певний період, а й у довгостроковій перспективі.

Державна підтримка розвитку туристичних регіонів та регіональних туристичних комплексів є не лише умовою, але й ключовим фактором для забезпечення сталого економічного розвитку, соціальної стабільності та збереження природного середовища і культурного спадку.

Світовою радою з подорожей та туризму (The World Travel & Tourism Council) відзначається наступне: «У 2019 році частка сектору подорожей та туризму у світовому ВВП склала 10,3%; яка знизилася до 5,3% у 2020 році через обмеження мобільності в туризмі. У 2021 році частка збільшилася до 6,1%» [144]. Така статистика підкреслює вагомість туристичних послуг у макроекономічних індикаторах окремих країн. І в Україні та її регіонах питання перспектив розвитку туризму було і залишається актуальним.

Важливим є вивчення міжнародного досвіду державної підтримки в провідних туристичних країнах. За результатами проведеного дослідження у 2022 році підрозділом глобальної маркетингової комунікаційної кампанії BAV

Group у співпраці з Уортонською школою Університету Пенсильванії, зокрема професором Девідом Рейбштейном, і агентством U.S. News & World Report було визначено 73 найпривабливіших для туристів країн. Перше місце в цьому рейтингу посіла Італія, тому є доречним подивитись яка державна підтримка існує в країні задля розвитку туристичного бізнесу [185].

Навесні 2021 року в Італії було створено Міністерство туризму як окрему автономну інституцію з ціллю перезапуску туристичної галуззі. Отже, Міністерство відповідає за національну стратегічну координацію, реалізацію планів розвитку, просування ініціатив щодо покращення туристичної пропозиції, планування механізмів допомоги туристам і впровадження інновацій (цифровізація туристичних послуг, зокрема Italia.it — «офіційний додаток Міністерства туризму, який дозволяє відкривати найкрасивішу країну світу в ім'я унікальних вражень і нескінченних емоцій» [110]; розвиток інфраструктури Smart City для туризму; диджиталізація культурної спадщини тощо). Міністерство туризму підтримує та контролює Національне агентство з питань туризму (ENIT), яке здійснює нагляд за просуванням та маркетингом національного іміджу та бренду за кордоном та Club Alpino Italiano, яке відповідає за популяризацію знань про гори та охорону їхнього природного середовища.

Більш того, кожен італійський регіон має законодавчі повноваження розробляти трирічні плани. Ці плани реалізуються через річні програми, в яких визначаються обов'язки, цілі та керівні принципи управління туризмом. Регіони та автономні провінції співпрацюють у рамках «Об'єднаної конференції» — державного органу, який забезпечує стратегічну взаємодію між центральними органами влади та місцевими установами. Основні обов'язки регіонів включають:

- організацію та розподіл функцій між регіоном, провінціями та муніципалітетами;
- регулювання діяльності туроператорів та засобів розміщення, включаючи їх стандартизацію на регіональному рівні;

- розвиток іміджу регіону на національному та міжнародному рівнях;
- формування проєктів регіонального значення, спрямованих на покращення туристичної інфраструктури, стимулювання інновацій та взаємодію між різними учасниками туристичного бізнесу;
- адміністрування туристичного збору та управління регіональною туристичною статистикою, опитуваннями задоволеності відвідувачів.

Законом про бюджет Італії на 2022 рік створено Унікальний національний фонд туризму (FUNT) з бюджетом 120 млн. євро на 2022-2023 рр. та 40 млн. євро на 2024 р. [205].

Ще одним із яскравих прикладів, де ефективна державна підтримка туризму сприяє значному розвитку галузі, є Іспанія - одна з найбільших туристичних країн світу. Іспанський інститут туризму «Turespaña» є державною організацією та відіграє ключову роль у просуванні Іспанії як провідного туристичного напрямку на світовій арені. Для ефективного виконання своїх завдань «Turespaña» із залучення іноземних туристів через масштабні рекламні кампанії та заходи створила широку мережу представництв у багатьох країнах, що забезпечує постійну присутність іспанського туристичного бренду на різних міжнародних ринках, зокрема «має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 29 представництв у 21 країні світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету. Як результат, Іспанія посідає перше місце у світі за обсягом річного бюджету для проведення політики просування національного туристичного продукту за кордоном, 70 % якого надається урядом країни» [65, с. 80].

В Іспанії кожен регіон має власні повноваження щодо туризму і здійснює свою стратегію розвитку, але в той же час діє централізована система, що координує роботу між національними і місцевими органами влади. Кожен регіон реалізує свої унікальні туристичні пропозиції та програми, підтримуючи різноманіття іспанського туризму.

Таким чином, вивчення іноземного досвіду провідних країн, які досягли успіхів у туристичній галузі, дозволить Україні перейняти вже працюючі

практики та адаптувати їх для національного контексту. Враховуючи, що значна державна підтримка сприяє активному розвитку туристичної сфери, Україна може використати цей досвід для стимулювання свого туристичного сектору та досягнення сталого зростання.

На жаль, однією з найважливіших проблем розвитку туристичної галузі України є відсутність суттєвої державної підтримки ініціатив щодо розвитку туризму. Ускладнюється ситуація в туристичному секторі України негативним впливом системи чинників мега-, макро- та мезосередовища, непередбачуваних за своїм характером.

У Хартії туризму, прийнятій Генеральною асамблеєю Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) у 1985 р., зазначено наступне «держави мають розробляти і проводити політику, спрямовану на забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього і міжнародного туризму» [171]. Аналіз Всесвітньої туристичної організації показує, що більшість країн розвивають державну туристичну політику за допомогою двох основних підходів: безпосереднього впровадження через центральні органи виконавчої влади та опосередкованих заходів, таких як правове регулювання та інфраструктурна підтримка. Реалізація такої політики відбувається через національні туристичні організації або інші інститути, які відповідають за розвиток галузі, сприяння інвестиціям і формування іміджу країни як туристичної дестинації [220]. Отже, туристична політика, як частина загальної політики держави, має свої особливості нормативно-правового регулювання, стикаючись з проблемами недосконалості правових норм через розрив між законодавчими ініціативами та їхнім реальним застосуванням. Цибух В. І. відзначає: «Від стану правового забезпечення в Україні в цілому і правового забезпечення функціонування туристичної індустрії, зокрема, залежить і існування туризму в Україні» [172, с. 82]. Цієї точки зору дотримується Друк В.В.: «Законодавче поле потребує, насамперед, значних доопрацювань у сфері ліцензування, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, інформаційного, фінансового та матеріального забезпечення туристичної галузі» [59].

Отже, на державному рівні оголошено туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури, за цих умов державне регулювання та підтримка є важливими складовими державної політики, адже вони допомагають забезпечити використання туристичного потенціалу країни та подолати соціально-економічні викликів у туристичних регіонах, регіональних туристичних комплексах.

Законодавчу основу державного регулювання туристичної діяльності складає низка важливих актів, зокрема Закон України «Про туризм» - основний документ та джерело правового регулювання, який визначає правові, економічні та організаційні засади розвитку туризму в країні; прийняті відповідно до нього державні закони України; нормативно-правові акти.

Відповідно до Закону України «Про туризм» державним регулюванням туризму є здійснення державою комплексу заходів щодо регулювання та контролю за діяльністю в галузі туризму з метою забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування та забезпечення безпеки туризму тощо.

На думку Герасименко В.Г., Михайлюк О.Л. «...державне регулювання туризму повинно бути орієнтоване на встановлення необхідних та вичерпних стандартів, які враховують інтереси суспільства у відповідності з сучасними реаліями соціально-економічного розвитку» [57, с. 23]. Як відомо, державне регулювання сфери туризму передбачає регламентування використання туристично-рекреаційних ресурсів у господарській діяльності, визначення умов функціонування об'єктів туристично-рекреаційної інфраструктури та застосування механізмів управління розвитком галузі, маючи на меті не лише стимулювання економічного розвитку, але й забезпечення належного рівня якості туристичних послуг, гарантування безпеки туристів, а також підтримку локальних культур і довкілля.

Державна політика, державне регулювання та підтримка є взаємопов'язаними поняттями в управлінні економічними процесами.

Використовуючи різний функціонал, вони працюють на досягнення цілей розвитку регіональних туристичних комплексів.

Організаційно - економічний механізм державної підтримки розвитку туризму - це комплекс заходів, сукупність яких створює скоординовані дії, об'єднуючі економічні та управлінські інструменти (табл. 3.1).

Такий багатокomпонентний підхід враховує як економічний, так і соціальний вплив туризму на національному та регіональному рівнях, підвищуючи конкурентоспроможність регіонів і забезпечуючи гармонійний вплив на локальну економіку. Для розвитку туризму слід раціонально використовувати туристично-рекреаційний потенціал регіонів з урахуванням екологічних та культурних аспектів, удосконалювати маркетингові стратегії і рекламно-інформаційну підтримку на всіх рівнях, а також покращувати законодавче та адміністративне регулювання цієї сфери.

Правове регулювання сфери туризму в Україні має широкий та міжгалузевий характер, що сприяє створенню правової бази для підприємств з метою забезпечення безпеки та провадження туристичної діяльності в країні. Воно включає використання різних джерел права, зокрема конституційне, цивільне, господарське, податкове, трудове, земельне, екологічне, адміністративне та кримінальне право. Впорядкування відносин в туристичній діяльності відбувається через ліцензування господарської діяльності туристичних операторів, укладання та виконання договорів про надання туристичних послуг, надання державної підтримки туристичній діяльності [9, с.162].

Регулювання в галузі туризму здійснюють такі державні органи: Верховна Рада України; Кабінет Міністрів України; Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ); місцеві державні адміністрації; органи місцевого самоврядування; інші органи в межах їх компетенції.

Таблиця 3.1

Організаційно - економічний механізм державної підтримки розвитку туризму

Структурно-координаційний блок	Правовий блок	Економічний блок	Рекламно - інформаційний блок	Екологічний блок	Блок безпеки та охорони здоров'я
Макрорівень	Верховна Рада, Кабінет Міністрів України, профільні Міністерства, ДАРТ	Державна моделі підтримки туризму та рекреації, зайнятості. Гармонізація видів регулювання	Урядові маркетингові кампанії з просування національного туристичного бренду, національна цифрова екосистема	Концепція «зеленої економіки», культура екологічного мислення, чисте і безпечне довкілля	Санітарно-епідеміологічні норми, реалізація права на безпечний туризм
	Державні стратегії та програми, Національні проекти (ініціативи), стандарти				
Мезорівень	Місцеві органи виконавчої влади з повноваженнями та завданнями у сфері туризму; Агенція регіонального розвитку	Програмні моделі сприяння напрямів розвитку туризму та збереження історико-культурної спадщини	Інструменти стратегічного маркетингу, інформаційний супровід туризму	Зміцнення громадської безпеки та захисту від надзвичайних ситуацій	
	Регіональні стратегії розвитку та Плани з їх реалізації, цільові програми	Рішення колегії державної адміністрації			
Мікрорівень	Суб'єкти туристичної діяльності	Фінансово-кредитна підтримка, преференції, фіскальні стимули	Реклама в соціальних медіа, онлайн-маркетинг, мобільні рішення (застосунки, чат-боти)	Система страхування, впровадження технологій безпеки, навчання персоналу та підготовка до надзвичайних ситуацій	
Місцеві рівень	Органи місцевого самоврядування	Програмні моделі підвищення економічного потенціалу та туристичної привабливості громади	Цифрова трансформація, маркетингові та інформаційно-презентаційні матеріали для промоції локальних культурних традицій, брендінг територій	Створення безпечного життєвого середовища	
	Місцеві програми, проекти, технічні завдання на проекти	Рішення виконавчого комітету			

Джерело: сформовано автором на основі [9, с.157-166; 51; 79; 115; 120, с. 17].

Реформування органів державного управління туризмом в Україні проходило певний шлях (Додаток Б). З 24 грудня 2019 р. центральним органом виконавчої влади, який відповідає за розвиток туризму в Україні, стало Державне агентство розвитку туризму України. Діяльність ДАРТ координується Кабінетом Міністрів України через Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України, яке реалізує державну політику у сфері туризму. Законодавчу базу діяльності ДАРТ складають: Конституція та закони України, укази Президента України та постанови Верховної Ради України, прийняті відповідно до Конституції та законів України, акти Кабінету Міністрів України, інші нормативно – правові акти. Склад основних завдань ДАРТ:

- розроблення та виконання програм розвитку туризму і курортів в Україні;
- розроблення та подання у встановленому порядку Міністрові інфраструктури пропозиції щодо: організації обліку туристичних ресурсів України та забезпечення їх раціонального використання та охорони; визначення переліку посад фахівців туристичного супроводу та кваліфікаційних вимог до них; порядку створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів; розроблення програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури; порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання та ін.;
- встановлення відповідних категорій об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо) відповідно до законодавства;
- здійснення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності туристичного ринку, в тому числі заходів, що пов'язані з інтеграцією національного туристичного ринку в єдиний європейський туристичний простір [9, с.161-162].

Зростання показників туристичного підприємництва залежить від ефективного застосування інструментів державної підтримки розвитку туристичних регіонів та комплексів (рис.3.1).

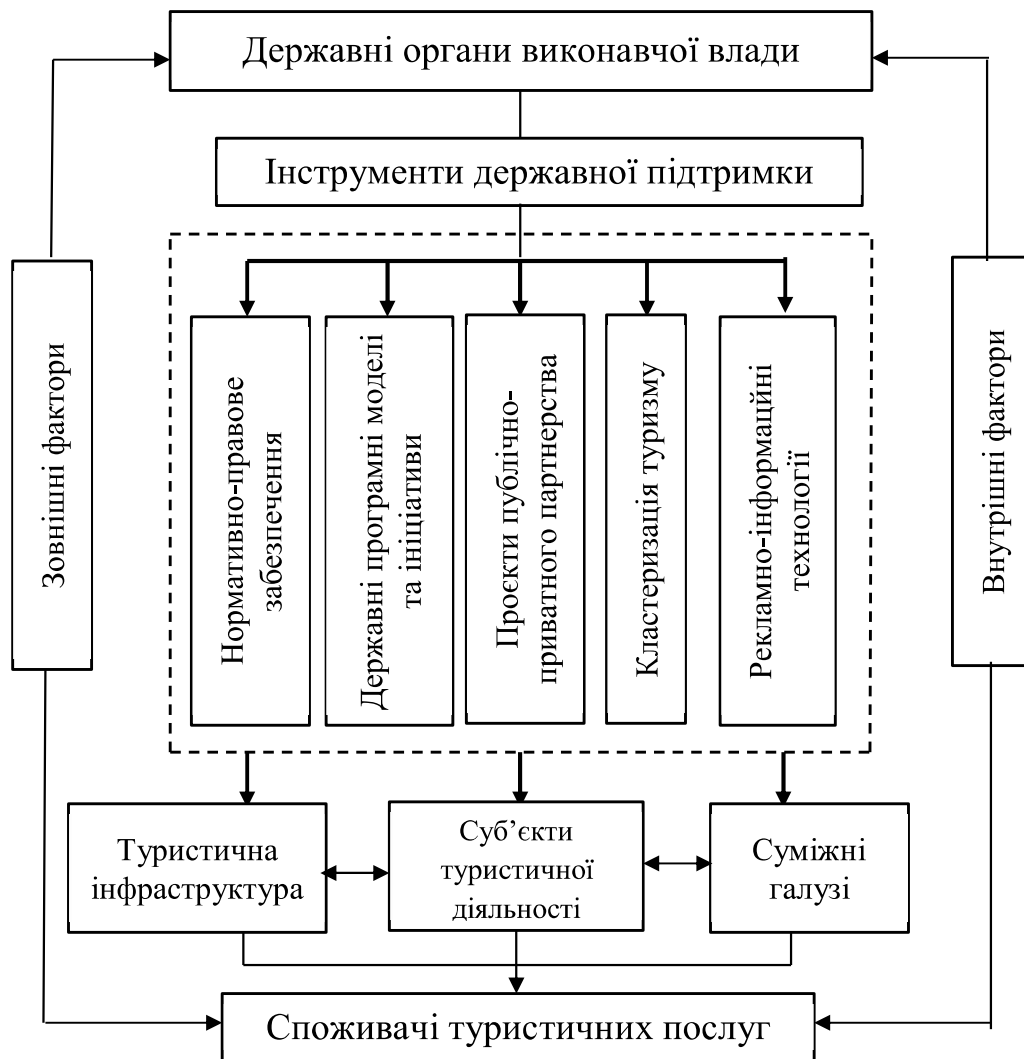


Рис.3.1. Інструменти державної підтримки розвитку туристичних регіонів
Джерело: сформовано автором.

Програми, проекти повинні враховувати специфічні особливості регіонів, сприяючи збалансованому та сталому розвитку туризму на всій території країни.

Такі країни, як Швеція та Німеччина, є прикладами успішної реалізації принципів «зеленої економіки» в туризмі, демонструючи, як державні програми можуть сприяти розвитку туристичних регіонів без шкоди для навколишнього середовища. Культура екологічного мислення стимулює туристичний бізнес до впровадження практик відповідального споживання. Застосування державного

фінансового стимулювання розвитку екологічної інфраструктури та підвищення обізнаності туристів про важливість екологічно-свідомого відпочинку буде одним із напрямів державної підтримки підприємств індустрії туризму.

Державні програмні моделі підтримки розвитку туристичного бізнесу в Україні створюють сприятливі умови для стимулювання економічного зростання завдяки фіскальній та монетарній політиці (податкові пільги, вигідні кредитні умови, грантова та донорська підтримка), розвитку інфраструктури та цифрової трансформації, зростанню рівня зайнятості населення (у сфері туризму та суміжних галузях) (рис.3.2).



Рис.3.2. Державні програми підтримки розвитку туристичного бізнесу

Джерело: сформовано автором на основі [9; 53; 109].

Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму мають враховувати різні аспекти, такі як економічні, соціальні та екологічні фактори.

Одним із важливих аспектів таких програм є забезпечення безпеки в галузі туризму.

Відповідно до вимог та проблем розвитку сфери туризму урядом схвалено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. У документі головною метою визначено «формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі» [171].

Влітку 2020 року Президент України анонсував ініціативу «Туристичні магніти», метою якої є розвиток туристичної сфери в Україні та її адаптація до стандартів ЄС. У рамках цієї ініціативи кожна область визначила на своїй території основні «магніти», які мають реальну чи потенційну привабливість для туристів. Задля полегшення фінансування ця ініціатива реалізується у рамках всеукраїнського проєкту «Велика реставрація». Серед туристичних «магнітів», з якими вже визначились значна частина областей України, чимала частка природних об'єктів (наприклад, Парк природи «Беремицьке» на Чернігівщині чи озеро Світязь на Волині), а також об'єкти сільського туризму (наприклад, равликівська ферма у Жмеринці).

У 2021 році Міністерство культури та інформаційної політики України запропонувало до громадського обговорення проєкт Концепції Державної цільової програми розвитку внутрішнього та в'їзного туризму «Мандруй Україною».

Відтак, державні програмні моделі підтримки розвитку туристичного бізнесу сприяють економічного розвитку регіонів, частина проєктів співфінансується із державного або місцевих бюджетів. Фінансові деталі та обсяги залучених коштів можуть залежати від регіональних програм і наявності інвесторів.

Розглянемо фактори, що впливають на фінансування туристичних програм та проєктів (рис.3.3).



Рис. 3.3. Фактори, що впливають на фінансування туристичних програм та проєктів

Джерело: сформовано автором.

Подолання складних економічних умов потребує знань про досвід суб'єктів туристичної діяльності, який було набуто вперше, та реалізований у різних країнах світу:

- на рівні ключових суб'єктів туризму – шлях від теорії і практики адаптаційних змін до осучаснення самої концепції бізнесу. Отже, зосередження на використанні штучного інтелекту, турів віртуальної і доповненої реальності не зможе до кінця замінити у туризмі формат реальної присутності, який більш приємний по рівню емоційності вражень. Вплив подій «екзогенного шоку» показав необхідність розвитку маркетингових стратегій;

- на рівні державної політики – планування виваженої державної політики підтримки туризму за рахунок використання державних інструментів

сприяння розвитку туристичної галузі, використання зарубіжного досвіду країн, територія яких зазнала військових конфліктів і загроз.

У післявоєнний період механізм реалізації туристичної політики держави має включати різні форми фінансової підтримки, зокрема державні пільгові кредити, гранти та субсидії для бізнесу, зниження податкового навантаження або надання податкових канікул, а також шляхи подолання кадрових проблем у сфері туризму (організація тренінгів, семінарів і курсів для працівників туристичної галузі). Затяжна війна посилює ризик того, що частина тих, хто вже працевлаштувався та адаптувався за кордоном, не планує повернення. Стратегічним кроком вважається проєкт Міністерства економіки України «Робота без бар'єрів», який реалізується на виконання Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні [109]. Інструментом є ваучер на навчання. Проєкт із надання ваучерів на навчання створює можливості для безоплатної освіти представникам вразливих категорій населення, спрямовуючи їх на набуття затребуваних професійних навичок, що дає змогу отримати актуальні компетенції, потрібні для ринку праці, сприяє зменшенню дефіциту кваліфікованих кадрів та створенню кадрового резерву для сфери туризму та рекреації. Зокрема, за допомогою цього ваучера можна здобути освіту за спеціальністю «Туризм і рекреація» (код 242).

Механізм державної підтримки на регіональному рівні повинен враховувати не лише загальнодержавні пріоритети, але й туристичну політику органів державної влади в регіонах, яка визначається сукупністю форм, методів і напрямів дій держави щодо функціонування сфери туризму для досягнення мети збереження та розвитку господарського комплексу країни [106, с. 11]. Крім прописаного механізму необхідно звернути увагу:

- на показники ефективності діяльності інституційних структур адміністративно - територіального устрою за туристичним напрямом, які мають бути складені з урахуванням регіональних відмінностей туристичних районів, формування яких обумовлено спеціалізацією та наявними туристичними ресурсами (показники регіональної екологічної ситуації, площа та стан об'єктів

природно - заповідного фонду, паспортизація історико-культурних пам'яток тощо);

- на міжсекторальну співпрацю відповідних структурно-функціональних одиниць місцевих органів влади із закладами освіти, бізнес – структурами, громадськими об'єднаннями та недержавними самоврядними організаціями, що дозволить використовувати додатковий потенціал для формування туристичного іміджу. Співпраця різних секторів управлінської діяльності може стати дієвим способом вирішення низки існуючих проблем та забезпечення збалансованого розвитку галузі [107, с. 122].

В Україні програмні моделі підтримки туризму включають різноманітні державні ініціативи, які реалізуються через партнерство між державою, місцевими органами влади та приватним сектором. Козловський Є.В., Ткаченко Т.І. стверджують: «Взаємодія держави та представників туристичного бізнесу на основі застосування механізмів публічно-приватного партнерства може стати одним з перспективних напрямів інтенсифікації розвитку сфери туризму» [75, с.81]. Ефективний розвиток регіонального туристичного ринку значною мірою залежить від двостороннього зв'язку між державними органами, громадськими організаціями та галузевими об'єднаннями, що забезпечує паритетні відносини і координацію діяльності - це офіційна співпраця на основі юридичних угод, яка може охоплювати як локальні, так й національні проєкти. У рамках цієї співпраці складна структура суб'єктів господарювання в регіоні формується в єдину систему під впливом державних механізмів з можливості потенційного «...об'єднання в одну регіональну мультимедійну мережеву систему підприємств галузі туризму, гостинності та закладів культури на регіональному рівні для кращої координації дій, максимізації прибутку, раціонального використання ресурсів туризму та надання електронних екскурсійних послуг» [114, с. 626].

Управлінські дії на державному рівні потрібно направити на розбудову регіонального туристичного ринку завдяки набору заходів і функцій, кожна з

яких спрямована на вирішення специфічних питань, зокрема розвитку великих інфраструктурних об'єктів, таких як аеропорти, готелі, курорти або музеї.

Другим важливими підходом для розвитку туристичного потенціалу регіонів є неформальні об'єднання зусиль для створення єдиного туристичного продукту – туристичні кластери, які об'єднують суб'єктів туристичного бізнесу, місцеві органи державної влади, навчальні заклади та громадські організації, щоб спільно працювати над розвитком регіонального (локального) туризму, покращенням туристичних послуг і створенням єдиного туристичного продукту.

В Україні є декілька ініціатив щодо створення туристичних кластерів, зокрема:

- Карпатський туристичний кластер – об'єднує туристичні ресурси Закарпатської, Івано-Франківської, Львівської областей, де фокус спрямований на розвиток екологічного та активного туризму.

- Туристичний кластер Поділля – охоплює Вінницьку, Хмельницьку, та Чернівецьку області, акцентуючи увагу на історичному та культурному туризмі.

- Кластер Одеського регіону – спрямований на розбудову туристичної інфраструктури в Причорномор'ї з фокусом на морському та культурно-історичному туризмі.

До початку повномасштабного військового вторгнення у 2022 році, в Приазов'ї існували громадські організації, зусилля яких спрямовувались на розвиток туризму:

- ГО «Час Є!». З 2015 року працювало у форматі хабу та надавало простір для громадських заходів. У серпні 2020 розпочали проєкт «Культурні урбаністи», щоб об'єднати бердянців, які цікавляться культурою та розвитком міста. За п'ять років створили 8 муралів. У 2020 організували приїзд до Бердянська митця Гамлета Зінківського, який створив на вулицях міста 8 арт-об'єктів.

- ГО «Інформаційно-ресурсний центр культурних комунікацій «Діалог». Реалізували проєкт «Креативний простір-студія «Бердянськ V3.0» за підтримки

проекту ПРОМІС. У 2020 році у співпраці з міською радою було реалізовано проєкт від посольства Японії в Україні в рамках грантової програми «Кусаноне».

У Генічеську діяла ГС «Асоціація гостинності Генічеського району», яка ставила собі за мету розвиток різних видів туризму, у тому числі культурно-пізнавального.

У Кирилівці в офіційних реєстрах було знайдено дві організації, пов'язані із розвитком туризму і курортів – це ГО «Кирилівка курорт» та ГО «Відродження Кирилівки».

У Маріуполі громадський сектор був представлений багатьма етнічними товариствами, зокрема ГО «Маріупольська міська федерація спортивного орієнтування та туризму», ГО «Халабуда» (діяльність з розвитку креативного кластеру та просвітня діяльність).

У Мелітополі була найбільша кількість зареєстрованих громадських об'єднань культурних етнічних товариств з усіх DESTИНАЦІЙ Приазов'я. До найактивніших організацій належали: ГО «Мелітопольське національно-культурне караїмське товариство «ДЖАМААТ»; ГО «Інновації та соціально-економічні ініціативи»; ГС «Асоціація виробників Мелітопольської черешні» (діяльність з популяризації геобренду «Мелітопольська черешня»), ГО «Фонд розвитку туризму і відпочинку».

Отже, індустрія туризму стимулює розвиток майже всіх галузей економіки, виступаючи каталізатором соціально-економічного розвитку країни, примножуючи туристичний потенціал країни й окремих регіонів завдяки механізму державної підтримки як інструменту усунення недоліків ринкової саморегуляції.

Зарубіжний досвід свідчить, що максимального ефекту в розвитку туризму можна досягти лише за умов співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій та підприємницьких структур.

Механізм державної підтримки регіонального розвитку туризму використовує програмні моделі, які є основою для планування та реалізації

політики у цій сфері. Моделі включають стратегії, програми та ініціативи, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності регіонів на туристичному ринку.

3.2. Імідж регіону як фактор розвитку туристичних можливостей

Кожен куточок світу, будь-який регіон, зокрема й туристичний, має власні територіальні відмінності, які можуть вплинути на інтерес до нього та стати додатковим фактором для залучення інвестицій та розвитку, що є вельми актуальним в сучасних умовах.

Підкреслимо, що територіальна індивідуальність, окрім об'єктивно заданих особливостей (природно-кліматичні і сировинні, етнографічні, історичні і культурні, особливості економіки, рівень розвитку виробничої і соціальної інфраструктури тощо), включає також технології і підходи до роботи, рівень довіри партнерів, наявність та якість експертної інформації, особливості спілкування і багато інше.

Усі ці чинники впливають на імідж, репутацію і, врешті-решт, на конкурентоспроможність території, і для закріплення їх у свідомості цільових груп простого інформування недостатньо - з потенційними споживачами, клієнтами туристичних послуг, необхідно налагоджувати стосунки, виходячи з їх інтересів.

Згідно з міжнародно визначеним трактуванням, яке було сформульовано Всесвітньою організацією з туризму (United Nations World Tourism Organization - UNWTO): імідж являє собою «...сукупність емоційних і раціональних представлень, які витікають із зіставлення усіх ознак країни, власного досвіду і чуток, що впливають на створення певного образу» [212, с. 5].

Імідж туристичного регіону визначають також як «...відносно стійку сукупність емоційних, раціональних представлень, що відтворюється в масовій і