

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

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

Колективна монографія

Київ

МДУ

2024

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

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 26.12.2024 р.).*

Т 87 Туристично-рекреаційний потенціал Приазов'я: стан, виклики, стратегічні орієнтири, монографія / А.В. Балабаниць, М.О. Горбашевська, В.М. Мацука та ін.; за заг. ред. А.В. Балабаниць. – Київ : МДУ, 2024. – 371 с.

В монографії висвітлено теоретико-методологічні основи формування системи стратегічного управління сферою туризму на регіональному рівні. В роботі 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 запропонована стратегія 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.

РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ПРИАЗОВ'Я ЯК ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ

2.1. Аналіз макроклімату розвитку туристичних регіонів України

Макроклімат розвитку туристичних регіонів України – це комплекс взаємопов'язаних зовнішніх і внутрішніх чинників, які впливають на формування та розвиток туристичної індустрії в різних регіонах країни. Цей макроклімат динамічний і постійно змінюється під впливом глобальних та локальних процесів.

Аналіз макроклімату розвитку туристичних регіонів України є ключовим елементом для розуміння перспектив і викликів туристичної індустрії в країні.

Аналіз макроклімату допомагає визначити основні напрямки стратегічного розвитку для туристичних регіонів України. Він є багатофакторним процесом, що включає розгляд різних показників, які впливають на привабливість та економічну стабільність туристичних напрямків. Основні групи показників, що варто враховувати, наведено в табл.2.1:

Таблиця 2.1.

Основні групи показників

| Група показників | Ключові елементи |
|---------------------------|--|
| 1. Економічні фактори | <ul style="list-style-type: none">- ВВП на душу населення- Рівень зайнятості населення- Рівень інфляції- Інвестиційний клімат |
| 2. Соціальні фактори | <ul style="list-style-type: none">- Рівень життя місцевого населення- Освітній рівень- Рівень злочинності |
| 3. Кліматичні умови | <ul style="list-style-type: none">- Температурний режим- Кількість опадів- Сезонні коливання погоди |
| 4. Політична стабільність | <ul style="list-style-type: none">- Рівень корупції- Стан національної безпеки- Політичні конфлікти |
| 5. Інфраструктура | <ul style="list-style-type: none">- Транспортна доступність- Якість доріг та зв'язків- Наявність готельної та туристичної інфраструктури |

| | |
|--------------------------------|--|
| 6. Екологічні фактори | - Рівень забрудненості повітря - Якість водних ресурсів - Рівень шумового забруднення |
| 7. Демографічні фактори | - Чисельність населення - Вікова структура - Мобільність населення |
| 8. Культурно-історичні аспекти | - Кількість історичних пам'яток - Доступ до культурних об'єктів - Розвиток подієвого туризму |

Джерело: розроблено автором

Цей аналіз базується на дослідженні зовнішнього середовища, в якому функціонують туристичні регіони, включаючи політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори. Під зовнішнім навколишнім середовищем розвитку туристичних регіонів України варто розуміти сукупність зовнішніх факторів, що впливають на їх ефективність функціонування.

Розглянемо основні фактори макроклімату для розвитку туристичних регіонів України за методом PEST.

1. Політичні фактори.

Україна наразі перебуває в складних політичних умовах:

- Війна в країні обмежує розвиток туризму у всіх регіонах та впливає на безпеку.
- Законодавча база з підтримки туризму в Україні потребує вдосконалення та стимулюючих заходів для малого і середнього бізнесу, що працює в галузі туризму.

2. Економічні фактори.

Економічні фактори безпосередньо впливають на можливості для розвитку туризму:

- Падіння ВВП. Наявні дані свідчать, що Україна посідає третє місце серед 12 країн вибірки за темпами падіння реального ВВП (29,2%) у 2022 році. Тільки війна в Іраку 1991 року (падіння ВВП на 60,2%) і війна в Австрії 1945

року (падіння ВВП на 58,7%) були більш руйнівними в досліджуваній історичний період [3].

– Інфляція та коливання валютного курсу негативно впливають на ціни на туристичні послуги та привабливість України для іноземних туристів.

Середньорічна інфляція в Україні у 20,2% у 2022 році майже відповідає середньорічній інфляції дев'яти європейських країн, які найбільше постраждали від Другої світової війни (20,1%). Тим часом рівень інфляції в Україні різко контрастує із середньорічним рівнем інфляції під час війни в Хорватії (471,7%) у 1991-1995 роках, Іраку в 1991 році (181%) та Італії в 1941-1945 роках (77,3%) [87, с. 22].

– Інвестиції у туристичну інфраструктуру здатні посилити розвиток галузі, однак у цьому аспекті важливі державні програми підтримки.

3. Соціальні фактори.

Соціокультурні фактори також мають значний вплив на розвиток туризму:

– Зростаюча зацікавленість місцевого населення у внутрішньому туризмі на фоні обмежених можливостей виїзду за кордон.

– Популяризація етно-туризму, еко-туризму та гастрономічного туризму сприяє розвитку нових напрямків туризму в Україні.

– Зміна демографічного складу населення та урбанізація також можуть впливати на попит на різні туристичні продукти.

4. Технологічні фактори

Технології відкривають нові можливості для розвитку туризму:

– Цифровізація дозволяє розвивати онлайн-бронювання, мобільні додатки та віртуальні тури.

– Розвиток транспортної інфраструктури (покращення якості доріг, відкриття нових авіарейсів) сприяє залученню туристів.

– Впровадження інноваційних технологій (наприклад, інтелектуальних систем управління туристичними потоками) може підвищити ефективність туризму.

Якщо оцінювати дані показники у регіоні Приазов'я в рамках перелічених факторів, то можна використати шкалу від 1 до 10 балів (де 1 – дуже низький рівень, а 10 – дуже високий рівень), тоді:

1. Політична стабільність (2/10). Туристична активність значною мірою залежить від політичної ситуації. Політична нестабільність, пов'язана з військовими діями, робить регіон малопривабливим для туристів. Відсутність гарантій безпеки та складна геополітична ситуація є головними стримувальними чинниками.

2. Економічні фактори (4/10). Сюди входять показники, що характеризують рівень економічного розвитку регіону, купівельну спроможність населення, потенціал для інвестування, які визначають загальну економічну стабільність регіону. Економіка Приазов'я перебуває в складному становищі, як і в цілому в країні, через воєнні дії, обмежену купівельну спроможність населення та зниження інвестиційної привабливості. Однак регіон має певний потенціал завдяки географічному розташуванню, аграрному сектору та туристичним можливостям у мирний час.

3. Соціальні фактори (3/10). Ця група включає характеристики соціального добробуту, рівень зайнятості, а також фактори, що впливають на безпеку та комфорт туристів. Низький рівень зайнятості, міграція населення та нестабільність соціальної інфраструктури негативно впливають на добробут. Комфорт і безпека туристів також знижуються через високі ризики, пов'язані з повномасштабною війною.

4. Кліматичні умови (8/10). Однією з ключових характеристик туристичних регіонів є їхній клімат, який формує сезонність туристичного потоку та визначає привабливість місцевості для певних типів туризму. Приазов'я має сприятливий клімат для літнього туризму: тепле море, довгий купальний сезон і помірно континентальний клімат. Це створює привабливість для пляжного туризму, але сезонність обмежує потік туристів в інші пори року.

5. Інфраструктура (5/10). Якість інфраструктури є ключовим фактором у виборі місця подорожі. Розвинена інфраструктура позитивно впливає на

доступність та комфорт туристів. Інфраструктура Приазов'я розвинена частково. Є базові умови для пляжного туризму, однак дороги, транспортне сполучення та якість готелів часто залишають бажати кращого. Сучасні інвестиції в інфраструктуру обмежені.

6. Екологічні фактори (6/10). Екологічний стан території є важливим для сучасного туризму, особливо для екологічних і природних напрямків. Приазов'я має переваги в екологічній сфері завдяки природним ресурсам: морю, лиманам і природним паркам. Проте антропогенне навантаження, забруднення моря та низький рівень екологічного моніторингу знижують екологічну привабливість.

7. Демографічні фактори (4/10). Вікова структура, мобільність та чисельність населення впливають на попит на туристичні послуги та формування трудових ресурсів для обслуговування туристичної галузі. Внаслідок демографічної кризи чисельність та мобільність населення знизилися. Висока міграція працездатного населення та старіння демографічної структури обмежують розвиток туристичних послуг.

8. Культурно-історичні аспекти (7/10). Наявність культурних та історичних пам'яток збільшує туристичну привабливість, а також формує можливості для розвитку подієвого та культурного туризму. Регіон має багату культурну та історичну спадщину: пам'ятки грецької, козацької та кримськотатарської культур, що створюють умови для розвитку культурного та подієвого туризму. Однак через нестабільність культурний потенціал використовується недостатньо.

Усі підприємства і організації існують у світі, де весь час відбуваються якісь зміни, і часто підпадають під вплив чинників, які є значно потужнішими від самих організацій і на які вони не можуть впливати. Аналізуючи розвиток туристичних регіонів України, слід завжди пам'ятати про усі фактори (економічні, політичні, соціальні, демографічні та ін.), щоб не пропустити яку-небудь можливість або загрозу, і ефективно прокласти свій шлях до успіху, порівнюючи свій внутрішній потенціал з можливостями, які дає зовнішнє середовище підприємства. Для цього доцільно використовувати SWOT-аналіз.

На етапі стратегічного аналізу туристичної індустрії формується необхідна інформаційна база, що дозволяє найбільше ефективно здійснювати процес вибору стратегічних альтернатив. Базою для стратегічного аналізу є: традиційний статистичний аналіз; проведення консультацій із зацікавленими місцевими політиками, ключовими представниками регіональної адміністрації, бізнесу, експертами у формі нарад, семінарів, інтерв'ю й т.д., проведення опитувань населення.

При розробці регіональної стратегії необхідно виділити типові й індивідуальні фактори, що визначають відмінності окремого регіону, його історичних і культурних корінь, геополітичне положення, ринкові переваги й недоліки. Виділення таких факторів дозволить здійснити оцінку й аналіз внутрішнього й зовнішнього середовища регіону, виявити проблеми його соціально-економічного розвитку. Безумовно, всі вони впливають на економіку регіону, тісно переплітаючись і діючи разом з факторами й процесами власне внутрішнього середовища регіону. У той же час найбільш істотний вплив на розвиток регіону в період ринкових перетворень роблять як специфічні форми перерахованих факторів, так і інші фактори:

1. Загальна концепція реформування економіки і економічна політика держави. При цьому власне регіональна політика центра відносно визнання самостійності регіонів і наділенні їхніми відповідними повноваженнями, правами й обов'язками остаточно не сформувалася.

2. Фактори, що визначають формування, єдність і цілісність правового й організаційно-економічного механізму, єдиного ринкового простору, що забезпечує необхідні загальні умови розвитку й просторової інтеграції регіонів.

3. Фактори, що характеризують стан економіки в цілому, зокрема ділова активність, темпи інфляції, рівень зайнятості населення, податкові ставки та ін.

4. Фактори, що характеризують стабільність політичної обстановки. Інтереси регіону вимагають сполученості економічного розвитку, і це може бути забезпечене на основі прогнозування можливих варіантів розвитку національної економіки.

Результатом оцінки й аналізу впливу факторів зовнішнього середовища на стан економіки Приазов'я є виявлення та вирішення взаємозалежної системи проблем, а саме економічна стабільність та розвиток, підвищення соціального добробуту, відновлення політичної стабільності та безпеки після деокупації регіону та повернення його до України.

Як наслідок впливу факторів кризового середовища виступають наступні типові проблеми більшості регіонів України:

1. Інституціональні проблеми:

- низька ефективність управління економікою, що пов'язано зі становленням нової системи господарювання, з одного боку, і фактичною відсутністю цілісної концепції економічних перетворень – з іншого;

- нерозв'язаність і неврегульованість відносин регіонів із центром, що викликають питання в області самоврядування й економічної самостійності, включаючи питання володіння й розпорядження власністю.

2. Виробничо-економічні і фінансові проблеми:

- структурна незбалансованість аграрного й промислового виробництва й інших сфер народного господарства;

- падіння обсягів виробництва внаслідок скорочення держзамовлень на продукцію, порушення господарських зв'язків, взаємних неплатежів підприємства, неефективної податкової і кредитної політики;

- кризовий стан фінансово-інвестиційної сфери;

- кризовий стан розвитку логістичних зв'язків, можливостей поставок комплектуючих деталей, вузлів, сировинних і інших матеріально-технічних ресурсів з інших регіонів і одночасно низький рівень внутрішньо-регіональної кооперації;

- не сформованість інфраструктури регіонального ринку.

3. Соціально-демографічні проблеми:

- падіння рівня життя, випередження темпів росту цін над темпами росту заробітної плати;

- різка диференціація, розшарування населення за рівнем доходів, зростання антагонізму між окремими групами населення;
- неефективне використання трудових ресурсів, безробіття;
- падіння народжуваності, ріст смертності, скорочення чисельності населення;
- недостатнє фінансування соціальної сфери;
- ріст злочинності, криміналізація всіх сфер громадського життя в регіоні.

4. Проблеми екології й природокористування:

- висока ресурсо- і екологоємність виробництва, великі обсяги викидів у навколишнє середовище, незначний рівень переробки відходів виробництва й вторинних ресурсів;
- відсутність ефективних економічних механізмів регулювання природокористування й охорони навколишнього середовища;
- неефективне використання існуючих природних ресурсів.

Очевидно, що для конкретного регіону зміст й сам «набір» регіональних проблем має специфіку, отже, напрямки, інструменти й механізми стратегічного управління розвитку для кожного регіону будуть різними.

Аналіз динамізму й складності зовнішнього навколишнього середовища є принципово важливим при виборі методів дослідження туристичних регіонів України. Очевидно, що зі збільшенням динамізму й складності зменшується роль формалізованих методів прогнозування і підвищується значення неформальних експертних оцінок і прогнозів.

Вагомим фактором зменшення туристичних потоків є психологічний фактор. Падіння економіки та поглиблення економічної кризи, а також страх інфікуватися вірусом і переживання за життя своїх близьких спричинили панічні настрої серед громадян, які часто не знають, що буде у майбутньому. Саме тому частина з них приймають рішення зберегти свої грошові заощадження «на чорний день», а не витратити їх на туристичні подорожі.

Факторами, що погіршують інвестиційний клімат в країні, є недостатній рівень розвитку фінансової інфраструктури, а також висока частка тіньового

сектора в економіці, що створює умови для недобросовісної конкуренції [94, с.67].

У перспективі значущим обмеженням розвитку туристично-рекреаційного комплексу може стати нестача висококваліфікованих кадрів як управлінських, так і різних фахівців сфери послуг.

Можна прогнозувати також підвищення значущості фактора глобалізації та регіональної економічної інтеграції у розвитку туризму.

Україна не здобула серйозних досягнень у забезпеченні національної конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості галузей економіки, в тому разі і туризму. Розглянемо індикатор економічних настроїв, який відображає очікування суб'єктів економічної діяльності, щодо змін економічного стану і перспектив розвитку ринків в Україні за останні п'ять років.

Індикатор економічних настроїв складається з наступних компонентів: індикатор ділової впевненості в переробній промисловості; індикатор ділової впевненості в будівництві; індикатор ділової впевненості в роздрібній торгівлі; індикатор ділової впевненості у сфері послуг; індикатор споживчої впевненості.

Залежно від сектора індикатори оцінюють на основі опитувань за останні три місяці. Найбільшим у визначенні індикатора економічних настроїв є внесок індикатора ділової активності в промисловості – 40%, за ним сфера послуг – 30%, будівництво з роздрібною торгівлею – по 5%. Вага споживчих настроїв становить 20% [55].

З часів першої публікації цього індексу економічні настрої стрімко покращувались (98,2% – IV квартал 2020 року; 105,8 – IV квартал 2021 року). А в IV кварталі 2022 року індикатор економічної активності впав до 92,4 – це пов'язано з військовими діями на території України та Приазов'я зокрема та на спад економічної активності населення. У IV кварталі 2023 року відбувся зріст показника до 104%. Ймовірно, це пов'язано з поверненням деяких підприємств туристичної індустрії до роботи та розвиток туристичної діяльності на території України. (рис. 2.1.).

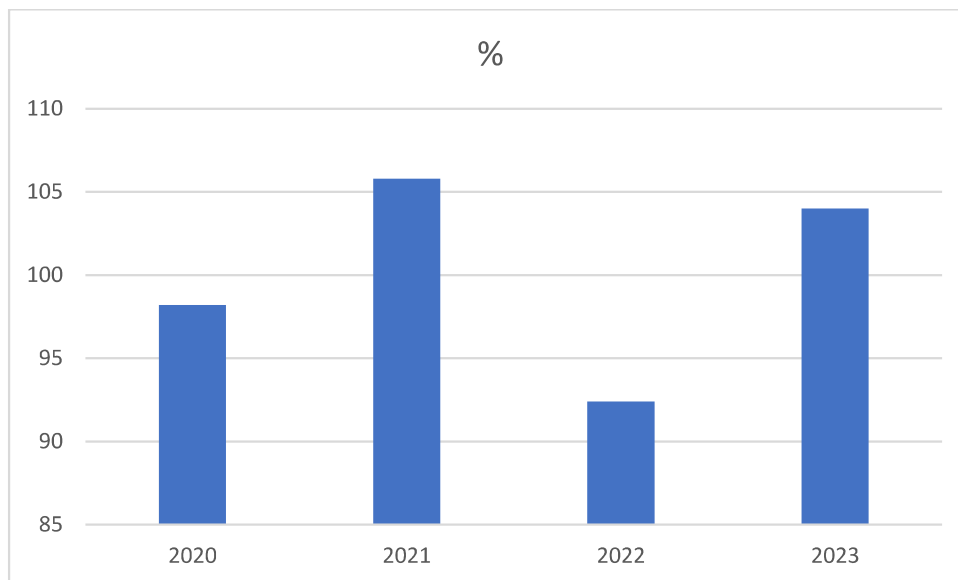


Рис.2.1. Індикатор економічних настроїв в Україні за 2020-2023 рр. (IV квартал)

Джерело: побудовано автором за даними Держстату [55]

Результати свідчать, що туристичний бізнес продовжує позитивно оцінювати подальше економічне зростання в Україні, а рівень ділової активності зберігається завдяки високим оцінкам щодо загальних обсягів реалізації продукції власного виробництва, фінансово-економічного стану підприємств, а також інвестиційних видатків на машини, обладнання та інвентар [201].

Загалом можна зробити висновок, що попри певне послаблення позитивних очікувань, війну та нестабільне економічне положення України індикатори економічних настроїв демонструють збереження позитивних очікувань як бізнесу, так і населення, на рівні значно вищому ніж у попередні роки. Однак, для збереження і покращення очікувань бізнесу необхідно продовжувати турбо-режим за всіма ключовими стратегічними напрямками – розвивати ефективні ринки, впроваджувати інвестиційні стимули, забезпечувати сприятливий бізнес клімат [73; 93].

У цьому контексті важливим є аналіз виїзних та в'їзних туристичних потоків. За підсумками 2022 року можна відзначити незначне збільшення виїзного туристичного потоку на 5,5 %, у порівнянні з 2011 роком. Так, частка населення України, яка виїжджала за кордон, становить 15,5 млн. осіб (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Туристичні потоки України у 2013-2022 рр.

| Роки | Кількість громадян України, які виїжджали за кордон | | Кількість іноземних громадян, які відвідували Україну | |
|------|---|-------------------|---|-------------------|
| | усього, осіб | темп зростання, % | усього, осіб | темп зростання, % |
| 2013 | 23761287 | - | 24671227 | - |
| 2014 | 22437671 | 94,4 | 12711507 | 51,5 |
| 2015 | 23141646 | 103,1 | 12428286 | 97,8 |
| 2016 | 24668233 | 106,6 | 13333096 | 107,3 |
| 2017 | 26437413 | 107,2 | 14229642 | 106,7 |
| 2018 | 27976681 | 105,8 | 14342290 | 100,8 |
| 2019 | 29345897 | 104,9 | 13709562 | 95,6 |
| 2020 | 11251406 | 38,3 | 3382097 | 24,7 |
| 2021 | 14726250 | 130,9 | 4271991 | 126,3 |
| 2022 | 15538488 | 105,5 | 2307156 | 54,0 |

Джерело: розраховано автором за даними Державної прикордонної служби [55; 190; 220]

Згідно з даними рис. 2.2., очевидними є туристичні уподобання українців – виїзні туристичні продукти.

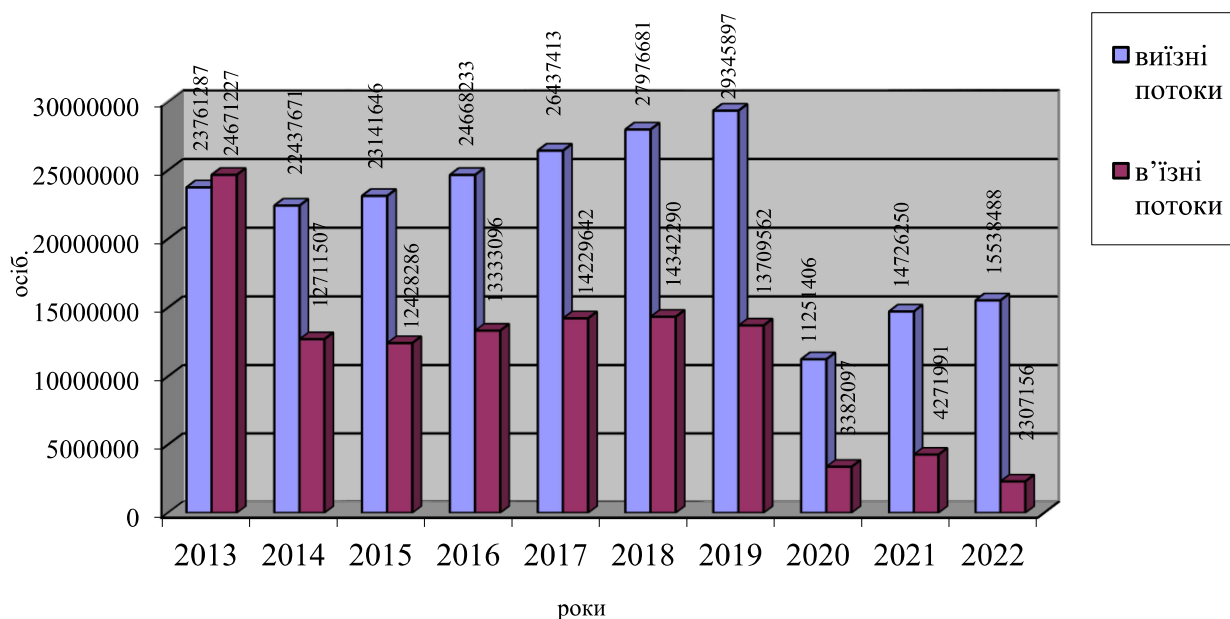


Рис. 2.2. Туристичні потоки України у 2013-2022 рр., осіб

Джерело: розроблено автором за даними Державної прикордонної служби [55; 190; 220]

Розглянемо детальні результати туристичного бізнесу України за останні три роки (табл. 2.3).

Протягом 2020-2022 рр. в Україні продовжувалися позитивні тенденції щодо кількості суб'єктів туристичної діяльності. Так, за досліджуемий період кількість суб'єктів туристичної діяльності збільшилася з 16323 одиниць до 18789 одиниць, або на 7,9 %.

Щодо регіонального розміщення суб'єктів туристичної діяльності, то станом на початок 2022 року найбільше їх зосереджено у м. Києві (32,1%), Одеській (8,9%), Львівській (8,5%), Харківській (5,5%), Київській (5,3%) та Дніпропетровській (5,2%), та областях, а найменше – у Кіровоградській (0,8%), Рівненській (0,9%), Тернопільській (1,0%), Луганській (1,0%), та Житомирській (1,1%) областях.

Можна визначити сучасні тренди розвитку туристичного бізнесу в регіонах України:

Таблиця 2.3.

Кількість зареєстрованих юридичних осіб за видами економічної діяльності (тимчасове розміщування й організація харчування) України за 2021-2022 рр.,

одиниць

| Регіон | 2020 | 2021 | 2022 | 2022 у % до 2021 |
|---------------------------|-------|-------|-------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Україна | 16323 | 17408 | 18789 | 107,9 |
| АР Крим | - | - | - | - |
| Вінницька область | 234 | 238 | 245 | 98,8 |
| Волинська область | 190 | 199 | 213 | 107,0 |
| Дніпропетровська область | 864 | 929 | 973 | 104,7 |
| Донецька область | 755 | 774 | 795 | 102,7 |
| Житомирська область | 181 | 186 | 196 | 105,4 |
| Закарпатська область | 408 | 410 | 434 | 105,9 |
| Запорізька область | 854 | 896 | 932 | 104,0 |
| Івано-Франківська область | 388 | 405 | 435 | 107,4 |
| Київська область | 846 | 893 | 987 | 110,5 |
| Кіровоградська область | 152 | 160 | 167 | 104,4 |
| Луганська область | 184 | 184 | 187 | 101,6 |

Продовження таблиці 2.3

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|------|------|------|-------|
| Львівська область | 1401 | 1478 | 1589 | 107,5 |
| Миколаївська область | 414 | 436 | 449 | 103,0 |
| Одеська область | 1493 | 1588 | 1664 | 104,8 |
| Полтавська область | 313 | 323 | 336 | 104,0 |
| Рівненська область | 156 | 161 | 173 | 107,5 |
| Сумська область | 198 | 230 | 253 | 110,0 |
| Тернопільська область | 172 | 177 | 186 | 105,1 |
| Харківська область | 921 | 978 | 1034 | 105,7 |
| Херсонська область | 397 | 432 | 467 | 108,1 |
| Хмельницька область | 251 | 264 | 277 | 104,9 |
| Черкаська область | 230 | 247 | 250 | 101,2 |
| Чернівецька область | 194 | 209 | 224 | 107,2 |
| Чернігівська область | 255 | 270 | 286 | 105,9 |
| м. Київ | 4872 | 5341 | 6037 | 113,0 |
| м. Севастополь | - | - | - | - |

* Дані наведено на початок року, без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: розраховано автором за даними державного статистичного спостереження «Структурні зміни в економіці країни та її регіонів» [55]

- поживлення туристичної діяльності чергується із спадами, як на внутрішньому так і на світовому туристичному ринку, де імідж України ще невизначено;
- домінують тенденції перевищення виїзного потоку над в'їзним в структурі туристичних потоків, тобто зменшується потік іноземних туристів до України;
- в структурі туристичних потоків як з України, так і до України за мотивами більша частка належить приватному туризму;
- в географічній структурі туристичних потоків як з України, так і до України домінують країни-сусіди;
- найбільше туристичний бізнес розвинений у наступних регіонах України: м. Київ, Київська, Львівська, Дніпропетровська та Одеська області;
- найменше у – Луганській, Кіровоградській, Житомирській, Тернопільській, Рівненській, Сумській областях [101, с.58].

Об'єктивною умовою удосконалення механізму регулювання туристичних регіонів є поєднання зусиль суб'єктів господарювання, національних і регіональних органів управління туризмом, загально-ринкових інститутів і спеціалізованої інфраструктури та громадських організацій.

Активне залучення цих інститутів до регулювання конкурентних процесів у туристичних регіонах визначається необхідністю забезпечення економічної реалізації нових форм власності; збалансуванням нерівності, пов'язаним з невизначеним рівнем регіонального розвитку; збалансуванням циклічних коливань попиту і пропозиції (в залежності від сезонів і років); усуненням або нівелюванням наслідків негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на розвиток ринку та створенням конкурентних переваг; створенням та підтримкою інфраструктури туристичного ринку, без якої неможливий нормальний перебіг ринкових процесів і конкуренції [28].

Серед великої кількості туроператорів, які функціонують на туристичному ринку України у 2022 році було проаналізовано найкращі з них, на основі рейтингів різних маркетингових компаній та відгуків туристів (табл.2.4)

Таблиця 2.4.

Рейтинг туроператорів за кількістю обслугованих туристів у 2022 році

| Місце | Туроператор | Кількість туристів, які скористалися послугами туристичного оператора, тис.чол |
|-------|----------------|--|
| 1 | «Join UP!» | 500 |
| 2 | «Coral Travel» | 374 |
| 3 | ALF | 300 |
| 4 | TEZ Tour | 170 |
| 5 | Evrotrips | 130 |

Джерело: складено на основі даних UMG International [220]

Що стосується відгуків туристів, то воно має наступний рейтинг (табл.2.5.).

Проаналізувавши дані таблиць ми бачимо, що на першому місці знаходить туристичне агенство «Join UP!», а серед туристів провідну позицію займає «Coral Travel».

Таблиця 2.5.

Рейтинг туроператорів за відгуками туристів у 2022 році

| Місце | Туроператор | Кількість позитивних відгуків |
|-------|----------------|-------------------------------|
| 1 | «Coral Travel» | 5124 |
| 2 | «Join UP!» | 5059 |
| 3 | ALF | 5008 |
| 4 | TEZ Tour | 3494 |
| 5 | Evrotrips | 2550 |

Джерело: розроблено на основі даних UMG International [220]

Слід зазначити, що однією з головних загроз виступає війна на території України та пандемія COVID–19, які зменшують та в деяких випадках унеможливають мобільність громадян та чинять негативний вплив на соціально–економічне становище у країні.

Графічним відображенням нерівномірності туристичної активності щодо регіонів України є різноманітна структура об'єктів, що здійснюють туристичну діяльність (рис.2.3).

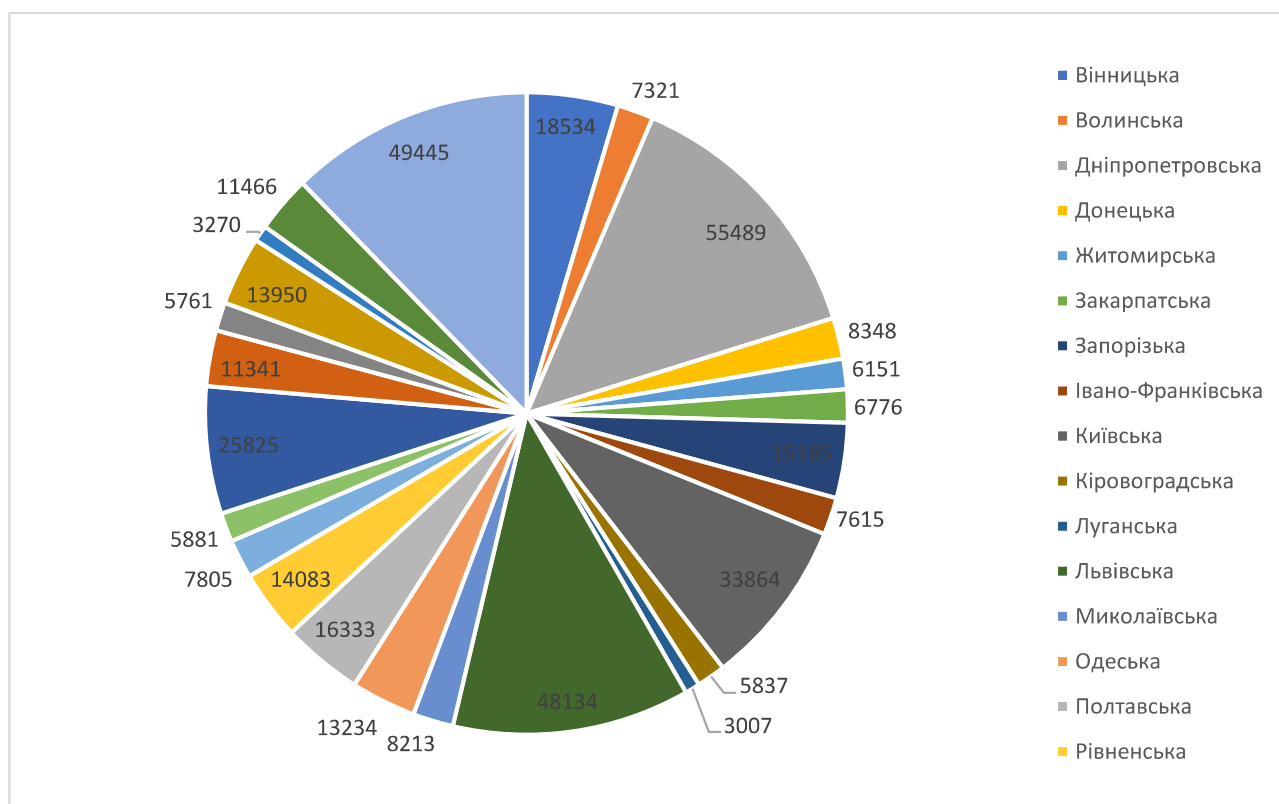


Рис.2.3. Структура суб'єктів, що здійснюють туристичну діяльність станом на 2020 рік в розрізі регіонів України

Джерело: розроблено автором за [55]

Найбільша підприємницька активність у сфері туризму спостерігається у місті Київ, а також у Львівській та Дніпропетровській областях. Це можна пояснити тим, що найбільш популярні туристичні об'єкти в Україні знаходяться саме на цих територіях. У структурі виїзного потоку громадян України у 2020 році 121628 громадян виїжджали за кордон з метою дозвілля та відпочинку, 45057 громадян їздили по службовим поїздкам, а лише близько 2700 громадян виїжджали для спеціалізованого, спортивного туризму та лікування.

Найменша кількість осіб у 2020 році подорожувала з метою спортивного туризму (539 осіб) (рис. 2.4.).



Рис.2.4. Структура виїзного потоку громадян України за метою подорожей у 2020 році, осіб

Джерело: побудовано автором за даними Держстату [55]

Таким чином, можна зробити висновок, що українцям більш цікавий відпочинок з метою дозвілля, чим наприклад з спортивною або лікувальною ціллю. Тому, Україна повинна зробити акцент на розвиток та рекламу найменш популярних видів туризму, щоб більш людей зацікавились у цьому.

На підставі дослідження проблем та перспектив розвитку Приазовського туристичного регіону, нами було складено матрицю SWOT-аналізу (табл.2.6.)

З табл. 2.6. ми бачимо, що регіон Приазов'я має великий історико-культурний, природно-кліматичний, рекреаційний, санітарно-курортний і ресурсний потенціал для створення диверсифікованого туристичного комплексу. Проте, успішній реалізації та монетизації даного потенціалу перешкоджає низка негативних чинників.

Таблиця 2.6.

SWOT-аналіз зовнішнього середовищі Приазовського туристичного регіону

| Сильні сторони | Слабкі сторони |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Сприятливі кліматичні умови 2. Диверсифіковані природно-рекреаційні ресурси 3. Наявність матеріально-технічної бази санітарно-курортного комплексу 4. Багата історико-культурна спадщина 5. Наявність природно-заповідного фонду, зокрема заповідників і заказників 6. Різноманіття промислових підприємств різних форм власності 7. Різноманіття видів активного відпочинку у прибережній зоні (кайтбординг, віндсерфінг, скалолазання, велотуризм, тощо) 8. Велика площа пляжної лінії регіону | <ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність позиціонування національного туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринку туристичних послуг 2. Інертність інвестиційних процесів у розвиток матеріальної бази туризму 3. Невідповідність переважної більшості туристичних об'єктів міжнародним стандартам 4. Виражена сезонність 5. Обмеженість, відсутність різноманіття пропозиції санаторно-курортних послуг 6. Відсутність реальних важелів впливу органів з контролю за викидами шкідливих речовин 7. Низький рівень благоустрою пляжної зони 8. Недостатня кількість кваліфікованих кадрів |
| Сприятливі можливості | Можливі загрози |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Активізація внутрішнього туризму 2. Удосконалення законодавчої бази 3. Розвиток інфраструктури регіону 4. Системний та поетапний підхід до формування стратегії розвитку туристичної галузі 5. Розвиток міжнародної співпраці в економічній та культурній сферах 6. Організація промислового туризму 7. Системна відбудова та реконструкція культурних пам'яток 8. Розробка проектів щодо благоустрою пляжної зони | <ol style="list-style-type: none"> 1. Повномасштабна війна 2. Нестабільність економічної ситуації 3. Недостатність науково-дослідницького забезпечення галузі 4. Несприятливий податковий клімат для розвитку малого та середнього бізнесу 5. Подальше погіршення інфраструктури 6. Відтік активних кадрів у зв'язку з попитом нових «центрів тяжіння» кваліфікованої робочої сили 7. Висока конкуренція та агресивна політика країн зі схожими базовими даними (Туреччини, Хорватії та Чорногорії, Чехії) |

По-перше, інертність інвестиційних процесів у розвиток матеріальної бази туризму. З одного боку нестабільна економічна та небезпечна політична ситуація, з іншого боку екологічна забрудненість, через відсутність контролю за викидами шкідливих речовин промисловими підприємствами, знижують інвестиційну привабливість регіону. Це впливає на системність та швидкість оновлення матеріальної бази та інфраструктурних об'єктів.

Більшість санаторно-курортних закладів регіону експлуатується тільки у літній період. Це обумовлено застарілістю стаціонарних об'єктів туристичного сервісу, їх нездатністю до надання якісних санаторно-лікувальних послуг впродовж року.

По-друге, недостатня кількість кваліфікованих кадрів. Деструктивним моментом у розвитку туристично-рекреаційної та санітарно-курортної сфери регіону є недостатня кількість кваліфікованих медичних кадрів, що мають належну освіту для роботи в системі грязелікувальних закладів. Слід констатувати, що жоден державний вищий навчальний заклад регіону не готує фахівців даної галузі (здійснюється підготовка лише спеціалістів з готельного та ресторанного бізнесу).

Поряд з цим, на заваді розвитку в'їзного туризму на Сході України перебуває низький рівень сервісного обслуговування, обумовлений відсутністю кваліфікованих кадрів з володінням іноземними мовами.

І по-третє, відсутність позиціонування національного туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринку туристичних послуг. Висока конкуренція та агресивна політика країн зі схожими базовими даними (Туреччини, Росії, Хорватії та Чорногорії, Чехії) вимагає активного маркетингового просування регіонального туристичного продукту на національному та міжнародному ринку туристичних послуг. Низький рівень використання Інтернету в промоційних цілях значно знижує конкурентоздатність регіону на ринку туристичних послуг.

Для успішного розвитку туристичної індустрії необхідно комплексно вирішувати існуючі проблеми та використовувати всі наявні можливості.

Для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі необхідно зосередити увагу на ключових напрямках, які сприятимуть підвищенню привабливості регіону та створенню конкурентоспроможної туристичної індустрії.

Одним із першочергових завдань є створення сприятливого інвестиційного клімату. Це передбачає спрощення процедур реєстрації бізнесу, зниження податкового навантаження для підприємців у сфері туризму та забезпечення гарантій захисту інвестицій, що допоможе залучити внутрішні й зовнішні ресурси для розвитку туристичної інфраструктури.

Важливою умовою є розвиток інфраструктури, який включає будівництво та модернізацію доріг, готельного фонду, ресторанів, аеропортів та інших об'єктів, необхідних для зручності туристів. Ці заходи сприятимуть підвищенню доступності регіонів та забезпечать комфортні умови для відвідувачів.

Необхідним аспектом є підвищення якості туристичних послуг. Це можна досягти через впровадження міжнародних стандартів якості обслуговування, професійне навчання персоналу, а також створення нових унікальних туристичних продуктів, які будуть відповідати потребам різних груп споживачів.

Ключову роль відіграє диверсифікація туристичного продукту. Йдеться про розвиток різноманітних видів туризму, таких як екологічний, культурний, оздоровчий та агротуризм, що дозволить залучити туристів із різними інтересами та збільшити тривалість туристичного сезону.

Для популяризації туризму необхідно проводити ефективні маркетингові кампанії, зокрема створити єдиний туристичний бренд України та активно просувати туристичні продукти на міжнародних ринках. Доцільною є активізація інформаційно-рекламної діяльності, спрямованої на просування туристичного потенціалу регіону, що включає створення та поширення якісного контенту для популяризації місцевих туристичних продуктів.

Це допоможе підвищити впізнаваність країни як привабливого туристичного напрямку.

Особливу увагу слід приділити підтримці малого та середнього бізнесу в туристичній сфері. Це включає надання фінансової допомоги, консультацій, сприяння доступу до кредитів і створення умов для розвитку приватної ініціативи, що сприятиме появі нових туристичних послуг.

Важливу роль має розробка та впровадження у місцевих закладах вищої освіти навчальних програм для підготовки фахівців у сфері рекреаційних та санаторно-курортних послуг із наданням державної підтримки у вигляді бюджетних місць для студентів.

Нарешті, важливим завданням є розвиток співпраці з міжнародними туристичними організаціями. Така співпраця допоможе перейняти найкращі практики, отримати підтримку для реалізації проектів та зміцнити позиції України на світовому туристичному ринку.

Проведене дослідження, дозволяє констатувати, що при очевидності та наявності необхідного потенціалу, існує безліч чинників, які гальмують розвиток туристичного бізнесу в регіонах України і Приазов'я зокрема. Для успішного розвитку туристичних регіонів України необхідний комплексний підхід, який враховує всі основні фактори макросередовища. Уряду та приватному сектору слід зосередитися на посиленні безпеки, покращенні інфраструктури, впровадженні інновацій та збереженні природного багатства країни. Таким чином, Україна зможе забезпечити конкурентні переваги туристичного комплексу, дозволивши йому зайняти провідні позиції не лише на національному, а й на міжнародному рівнях.