

Мархонос С.М.

*к.геогр.н., доцент кафедри країнознавства і туризму,
Національний авіаційний університет*

Markhonos Svitlana

National Aviation University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6615-5262>

Турло Н.П.

*к.е.н, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту,
Академія праці, соціальних відносин і туризму*

Turlo Natalija

Academy of Labour, Social Relations and Tourism

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0007-7521>

ВІННИЦЯ НА ТУРИСТИЧНІЙ МАПІ УКРАЇНИ

VINNYTSIA CITY ON THE TOURIST MAP OF UKRAINE

Анотація. Туризм є однією з найбільш динамічних індустрій XXI століття, яка набуває все більшого розвитку й генерує все більше доходів. Тенденції до зростання туристичних потоків спостерігаються в Україні, зокрема в м. Вінниці. У статті з використанням показників офіційної статистики доведено, що чисельність туристів, які прибувають до Вінниці, з року в рік зростає. Зазначено, що в місті задля максимального задоволення туристичних потреб його мешканців та гостей створюються умови для ефективного розвитку індустрії гостинності, реалізації на території Вінниці державної політики у сфері туризму та курортів, підвищення якості туристичних послуг та туристичної інфраструктури. За підсумками проведеного дослідження зроблено висновок, що для подальшого розвитку туристичної сфери міста необхідно приділити значну увагу маркетинговій стратегії розвитку туризму. Для її реалізації потрібно зрозуміти, який туристичний продукт місто продає, кому продає та які має канали його збуту. Для розв'язання цієї задачі запропоновано розподілити усіх зацікавлених стейкхолдерів на окремі цільові групи (інвестори, туристи, мешканці), що дасть змогу розробити туристичні продукти відповідно до потреб, запитів, очікувань кожної аудиторії, а також та сформулювати туристичну пропозицію.

Ключові слова: туристичні потоки, туристичний збір, стратегія розвитку туристичної сфери міста, туристичний потенціал, діагностика туристичного потенціалу.

Постановка проблеми. Туризм є однією з найбільш динамічних індустрій XXI століття, яка набуває все більшого розвитку та генерує все більше доходів.

Україна володіє значним туристичним потенціалом і має всі передумови для розвитку внутрішнього, в'їзного та виїзного туризму, але без урахування природних, історичних, геополітичних, економічних особливостей регіонів розраховувати на успіх у розвитку туристичної сфери важко.

Вінниця – це нова точка на туристичній мапі України. Місто має свої туристичні родзинки й бажає надалі розвивати туризм. Однак потенціал туристичної сфери Вінниці сьогодні повністю не розкрито, варто приділяти увагу проектам і заходам з розвитку організаційно-управлінського та трудового ресурсів, активізувати інформаційний і природно-рекреаційний потенціал. За цих умов, а також завдяки ефективному використанню туристично-рекреаційних ресурсів місто може стати одним з провідних туристичних напрямків країни.

Аналіз сучасного стану та оцінювання наявного потенціалу туристичної сфери дадуть можливість визначити комплекс заходів, спрямованих на забезпечення системного підходу до розвитку туризму, підвищення туристичної привабливості та покращення туристичної інфраструктури міста, створення якісної мережі сервісу як для розважального, так і для ділового туризму, підвищення туристичної конкурентоспроможності м. Вінниці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Комплексному теоретично-практичному дослідженню питань розвитку туризму присвячені праці таких зарубіжних учених, як Г. Харріс, Дж. Боуен, Дж. Рігчі, Н. Реймерс, Ф. Котлер.

В більшості праць вітчизняних дослідників розглядаються питання формування ринкового механізму управління туризмом і суб'єктами туристичного бізнесу, моделями економічного зростання та сталого розвитку в умовах конкурентного середовища (Т. Ткаченко). Питанням теорії та практики функціонування туристичного підприємства в умовах конкурентного ринкового середовища, а також конкурентоспроможності як складової частини цього процесу присвячено праці Л. Шульгіної. Питання потреби регулювання, підтримки та контролю з боку держави туристичної сфери, ідентифікації основних принципів побудови державної політики розвитку туризму в Україні розглядає Р. Кожухівська. Значний внесок у розвиток сфери туризму в Україні також зробили такі науковці, як О. Бейдик, П. Гудзь, В. Євдокименко, В. Кифяк, О. Любіцева, М. Мальська.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на існування великої кількості теоретичних і методологічних розробок щодо розвитку туризму, актуальними залишаються питання дослідження розвитку туристичної сфери на регіональному рівні.

Мета статті. Головною метою роботи є діагностика сучасного стану та оцінювання туристичного потенціалу м. Вінниці, визначення шляхів подальшого розвитку її туристичної сфери.

Виклад основного матеріалу. Туризм є одним з основних напрямів розвитку світової економіки. Про його пріоритетність свідчать досить значні доходи від туризму, що складають 9% світового ВВП і 30% міжнародної торгівлі послугами. Щорічно світові туристичні потоки зростають на 4–5% [1].

Показники розвитку туризму в Україні відбивають загальну економічну ситуацію в державі, адже, незважаючи на «дивний» стан економіки, українці дедалі частіше виїжджають на відпочинок за кордон та мандрують територією країни.

За підсумками 2018 року в Україні побували 14,2 млн. іноземних туристів. Держава заробила на них \$1,261 млрд. Сукупні надходження туристичного збору та податкових платежів з туристичної сфери зросли на 20,7%, а саме до 4,2 млрд. грн., надходження туристичного збору зросли на 29,2%, склавши 90,7 млн. грн. [2].

Прикордонні країни традиційно є лідерами за відвідуванням України, а саме Молдова, Білорусь, Росія, Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина.

Крім того, Держприкордонслужба зафіксувала у 2018 році зростання чисельності туристів з неприкордонних країн, зокрема Європи, а саме Іспанії (на 68%), Великобританії (47,3%), Литви (23,4%), Італії (15,4%), Німеччини (13,3%), Франції (9,2%), а також Індії (на 57,4%), Китаю (на 38,8%), Японії (на 38,3%), Ізраїлю (на 21,7%) та США (на 19%) [2].

До найбільш популярних для відвідування іноземцями областей входить Закарпатська, Одеська та Харківська (набуває ролі центру ділового туризму) області. Українці найбільше відвідують Київську, Львівську, а також Полтавську, Черкаську та Дніпропетровську області.

Такі зміни в структурі туристичного потоку стали результатом активізації просування України на міжнародному туристичному ринку, двостороннього співробітництва, візової лібералізації, збільшення пропозицій прямого та бюджетного авіасполучення.

На замовлення Вінницької міської ради в липні 2019 року соціологічною агенцією «Fama» було вперше проведено дослідження туристичної привабливості міста Вінниці. У межах дослідження здійснювалося опитування відвідувачів міста методом «face to face». Опитано 400 респондентів віком від 18 років. Допустима похибка вибірки не перевищує 4,9%. У дослідженні також використані дані всеукраїнського опитування (2019 рік) агенції «Fama» щодо характеристики Вінниці респондентами.

Так, профіль відвідувачів міста за віком туристів має такий вигляд: до 20 років – 11,2%; 21–25 років – 15,2%; 26–30 років – 15,2%; 31–35 років – 10,5%; 36–40 років – 17,0%; 41–45 років – 11,2%; 46–50 років – 10,2%; 51 рік і старше – 9,5% [1].

Першочерговими цілями подорожі є відпочинок та розваги (61,6%); відвідини друзів і родичів (22,7%); бізнес, робоча подорож (8,7%); участь у змаганнях, конкурсах (3,0%); інші особисті справи (вступ до ВНЗ, лікування тощо) (4,0%) [1].

Отже, найбільшу частку серед туристів, що відвідують Вінницю, становлять подорожуючі віком 21–30 років (30,4%)

та 31–40 років (27,5%) із середньомісячним доходом до 6 тисяч гривень на особу (41,2%). В середньому за добу кожен із них залишає в місті близько 1 000 гривень. Серед гостей міста більшість складають мешканці сусідніх областей України, які приїжджають до Вінниці для відпочинку та розваг (61,6%), беручи із собою одного компаньйона (Вінницька область (25,7%), м. Київ (19,2%), Хмельницька область (12,2%), Житомирська область (7,7%), Дніпропетровська область (3%), Київська область (3%), Одеська область (3%)) [1].

Щодо закордонних гостей, то місто користується популярністю у громадян Білорусі, Грузії, Республіки Польща, РФ та США.

Дослідження тривалості перебування подорожуючих у місті показало, що Вінниця впевнено долає стереотип «міста на один день», адже 67,8% опитаних проводять у Вінниці понад 24 годин [1].

Для задоволення потреб туристів у проживанні в місті працюють один п'ятизірковий, два чотиризіркових, 38 тризіркових, 8 готелів економ-класу та 49 хостелів [1].

Зростання туристичного потоку до м. Вінниці привело до збільшення надходжень від туристичного збору до бюджету міста за 2016–2018 роки на 128,9% (зі 120,339 тис. грн. у 2016 році до 275,481 тис. грн. у 2018 році).

Збільшення протягом 2011–2018 років чисельності туристів та екскурсантів на 26,2%, зростання частки підприємств, задіяних у туристичній сфері, на 10,1% та збільшення чисельності працівників, які займаються обслуговуванням туристів та екскурсантів, на 102,5% визначають соціальну важливість розвитку туризму для міста [2].

Основні напрями подальшого розвитку туристичної сфери міста Вінниці визначені Рішенням Вінницької обласної ради «Стратегія збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2020 року» від 24 червня 2015 року та Рішенням Вінницької міської ради «Про затвердження Стратегії розвитку «Вінниця – 2020»» від 30 серпня 2013 року № 1405.

Конкретизація завдань і пріоритетів «Стратегії розвитку «Вінниця – 2020»» відображається у Програмі розвитку туризму в м. Вінниці на 2016–2020 роки, основні завдання якої спрямовані на реалізацію державної політики щодо розвитку туризму в місті та передбачають впровадження сучасних європейських підходів до вдосконалення організаційного та ресурсного забезпечення для:

- розвитку наявної туристичної інфраструктури;
- підвищення туристичної привабливості та конкурентоспроможності міста;
- підвищення спроможності суб'єктів малого підприємництва в туристичній сфері надавати якісні туристичні послуги.

Ужитті заходів Програми можна виділити такі зацікавлені сторони (цільові групи):

- 1) суб'єкти підприємницької діяльності, що здійснюють діяльність у туристичній сфері міста;
- 2) представники громадських організацій, діяльність яких спрямована на розвиток туризму, вивчення історичної спадщини міста, підвищення якості туристичних послуг;
- 3) представники органів міської влади та територіальних органів державної влади, які зацікавлені у встановленні партнерських відносин із суб'єктами малого підприємництва для виконання основних завдань Програми.

Також заходи Програми спрямовуються на залучення до розвитку сфери туризму в місті незахищених соціальних гендерних груп (зокрема, молоді, осіб з обмеженими можливостями).

Оцінка функціональних блоків квадрату потенціалу туристичної сфери м. Вінниці

Функціональні блоки для оцінювання потенціалу туристичної сфери	R16	R17	R18
Фінанси	0,527611	0,85752	1
Виробництво та збут продукції (робіт, послуг)	0,734065	0,867365	0,862694
Маркетинг	0,63378	0,75583	0,74572
Організаційна структура та менеджмент	0,59605	0,82085	0,936

Джерело: розраховано авторами на основі джерел [1; 2]

Фінансування Програми розвитку туризму у 2019 році склало 1 560,277 тис. грн. Порівняно з 2018 роком відбувся ріст у 5 разів.

Для реалізації Програми розвитку туризму місто повинно мати відповідний туристичний потенціал, який можна розглядати як систему інноваційно-інвестиційних ресурсів, факторів та умов, що створюють можливості для здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємствами туристичної сфери, акумуляції та освоєння інвестиційних коштів задля забезпечення їх інноваційного розвитку й розширеного відтворення та досягнення конкурентних переваг.

На основі запропонованої у працях О. Федоніна, І. Рєпіної [4] та вдосконаленої О. Кальченко [3] графоаналітичної моделі, застосувавши вказівки О. Прокопенко стосовно діагностики управління потенціалом підприємства [5], з використанням системи показників, що характеризують складові частини потенціалу сфери туризму, ми провели діагностику потенціалу туристичної сфери м. Вінниці.

Квадрат потенціалу має чотири зони відповідно до функціональних блоків (k) та чотири вектори, що його створюють. На основі цього алгоритму та відповідної системи показників, провівши відповідні розрахунки, ми отримали дані для побудови квадрату потенціалу сфери туризму м. Вінниці (табл. 1).

Наведені в табл. 1 оцінки функціональних блоків трансформуються у довжину векторів, що утворюють квадрати потенціалу туристичної сфери м. Вінниці протягом 2016–2018 років (рис. 1).

Аналіз рис. 1 вказує на те, що форма квадрата є неоптимальною, адже вектори в різні періоди розвинені по-різному. Причому

найбільшого розвитку дістали функціональні блоки «Фінанси» та «Виробництво і збут продукції» у 2018 та 2017 роках, після яких відбувалась активізація маркетингової діяльності та менеджменту установ туристичної інфраструктури міста.

Таким чином, на основі графоаналітичної моделі «Квадрат потенціалу» встановлено, що потенціал туристичної сфери Вінниці є незбалансованим. Вивчення стану складових частин функціональних блоків дає змогу зробити висновок про те, що найбільш розвиненими елементами є фінансові й матеріально-технічні ресурси. Для збалансованої моделі туристичного потенціалу міста варто приділяти увагу проектам і заходам з розвитку організаційно-управлінського та трудового ресурсів, активізувати інформаційний і природно-рекреаційний потенціал.

Висновки і пропозиції. Задля формування позитивного іміджу міста Вінниці, створення сприятливого клімату для зовнішніх інвесторів і місцевого бізнесу, впровадження інновацій, підвищення конкурентоспроможності місцевих підприємств, зростання якості життя мешканців міста відповідно до пріоритетів Стратегії розвитку «Вінниця – 2020» визначено концепцію туристичного вектору розвитку міста «Вінниця – гостинне місто унікальної історії, архітектури та культури».

Схвалення цього документа міською радою формує своєрідну політику зі вжиття комплексу заходів, чітких цілей та конкретних завдань щодо розвитку туристичної сфери, оскільки вона передбачає міжгалузеву співпрацю структурних підрозділів, установ, організацій та підприємств міста. Такий підхід формує свідому спільну відповідальність за майбутнє міста та зростання його туристичного потенціалу, підвищення

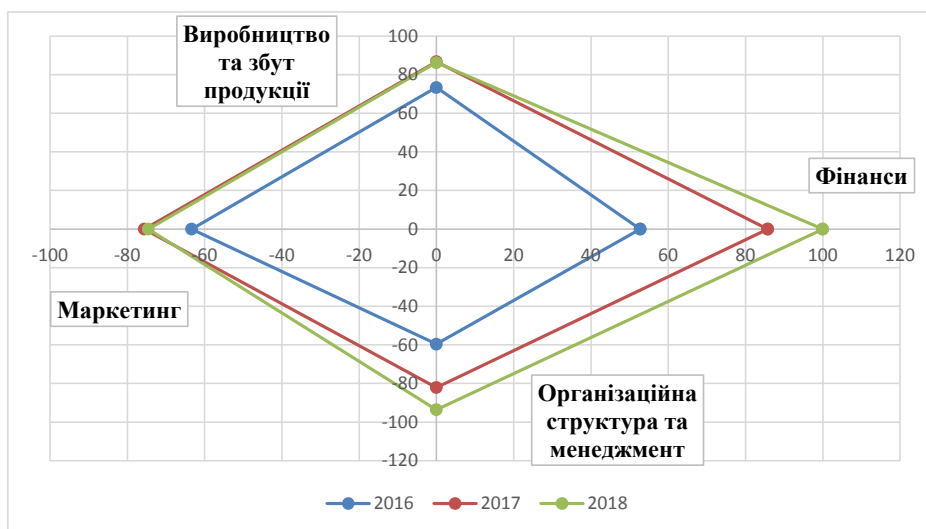


Рис. 1. Квадрат потенціалу підприємств сфери туризму м. Вінниці за 2016–2018 роки

Джерело: побудовано авторами на основі показників табл. 1

туристичної конкурентоздатності Вінниці порівняно з іншими містами України.

Задля успішної реалізації вищезазначеної концепції необхідно приділити значну увагу маркетинговій стратегії розвитку туризму. Для її реалізації необхідно зрозуміти, який туристичний продукт місто продає, кому продає та які має канали його збуту. Для цього доцільним є розподіл усіх зацікавлених стейкхолдерів на окремі цільові групи (інвестори, туристи, мешканці), що дасть змогу розробити туристичні продукти відповідно до потреб, запитів, очікувань кожної аудиторії та сформувати туристичну пропозицію.

Результатом впровадження маркетингової стратегії міста має стати сформований позитивний інвестиційний та туристичний імідж міста, що дасть йому значні конкурентні переваги на міжрегіональному та міжнародному рівнях, дасть змогу залучати й нарощувати власні ресурси.

Література:

1. Вінницька міська рада. URL: <http://vnr.gov.ua/default.aspx> (дата звернення: 22.05.2020).
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 23.05.2020).
3. Кальченко О.М. Оцінка інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств туристичної галузі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2012. № 1(56). С. 157–162.

Анотація. Туризм являється однією з самих динамічних індустрій XXI століття, яка набуває все більше розвитку і генерує все більше доходів. Тенденції до зростання туристичних потоків спостерігаються в Україні, зокрема в м. Вінниця. В статті з використанням показників офіційної статистики доведено, що чисельність туристів, прибуваючих до Вінниці, з року в рік зростає. Вказано, що в місті з метою максимального задоволення туристичних потреб його жителів і гостей створюються умови для ефективного розвитку індустрії гостеприємства, реалізації на території Вінниці державної політики в сфері туризму і курортів, підвищення якості туристичних послуг і туристичної інфраструктури. По результатам проведеного дослідження зроблено висновок, що для подальшого розвитку туристичної сфери міста необхідно приділити значну увагу маркетинговій стратегії розвитку туризму. Для її реалізації потрібно зрозуміти, який туристичний продукт місто продає, кому продає і які має канали його збуту. Для вирішення цієї задачі пропонується розподілити всіх зацікавлених стейкхолдерів на цільові групи (інвестори, туристи, жителі), що дозволить розробити туристичні продукти в відповідності з потребами, запитом, очікуваннями кожної аудиторії, а також сформувати туристичне пропозицію.

Ключові слова: туристичні потоки, туристичний збір, стратегія розвитку туристичної сфери міста, туристичний потенціал, діагностика туристичного потенціалу.

Summary. Tourism is one of the most dynamic industries of the 21st century and is gaining more development and generating more and more income. Ukraine has significant tourism potential and has all the prerequisites for the development of domestic, inbound and outbound tourism, namely: unique natural resources, favorable climate, and unique complex of historical, cultural and architectural monuments, recreational facilities. Over the past two years, the country has raised 10 places in the travel and tourism Competitiveness Index and is on the 78th there. Now the country faces the task of increasing the share of tourism in GDP to 10%, which will correspond to the level of developed countries. This should be facilitated by measures of deregulating business, facilitate the issuance of tourist visas for citizens of different countries, and increase the number of tourist routes in Ukraine. Without taking into account the natural, historical, geopolitical, economic characteristics of the regions, it is difficult to count on success in the development of tourism. Using the official statistics, the article shows that the number of tourists arriving in Vinnytsia is growing from year to year. It is noted that in the city in order to maximize the satisfaction of its residents and guests tourist needs, conditions are created for the effective development of the hospitality industry, the implementation of state policy in the field of tourism and resorts in Vinnytsia, and the improvement of the quality of tourism services and tourism infrastructure. Based on the results of the study, it was concluded that for the further development of the tourism sector of the city, considerable attention should be paid to the marketing strategy for the development of tourism. In order to accomplish this, it is necessary to understand what kind of tourism product the city sells, who is the customer and what the distribution channels are. To solve this problem, it is proposed to divide all interested stakeholders into target groups (investors, tourists, residents), which will allow developing tourism products in accordance with the needs, requirements, expectations of each category and forming a tourist offer.

Keywords: tourist flows, tourist tax, strategy of development of tourist sphere of the city, tourist potential, diagnostics of tourist potential.

4. Федонін О.С., Рєпін І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2006. 316 с.
5. Прокопенко О.В., Шипуліна Ю.С. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з курсу «Управління потенціалом підприємства» для студентів економічних спеціальностей заочної форми навчання. Суми: СумДУ, 2004. 46 с.

References:

1. Vinnytska misjka rada. *Turyzm* [Tourism]. Available at: <http://https://www.vnr.gov.ua/Branches/Lists/Tourism/Default.aspx> (accessed 22 May 2020).
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2011–2018) *Turyzm* [Tourism]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo.
3. Kalchenko O.M. (2012) Ocinka innovacijno-investytsijnogho rozvytku pidpryjemstv turystychnoji ghaluzi [Assessment of innovation and investment development of tourism enterprises]. *Visnyk of Chernihiv State Technological University*, vol. 56, no. 1, pp. 157–162.
4. Fedonin O.S., Repin I.M., Oleksiuk O.I. (2006) *Potencial pidpryjemstva: formuvannja ta ocinka: navchalnyj posibnyk* [Potential of the enterprise: formation and evaluation: [textbook]. manual.]. K.: KNEU. (in Ukrainian)
5. Prokopenko O.V., Shipulin Y.S. (2004) *Metodychni vkazivki do vykonannja kursovoi roboty z kursu "Upravlinnja potencialom pidpryjemstva" dlja studentiv ekonomichnykh specialjnostej zaochnoi formy navchannja* [Methodical instructions for the completion of course work on the course "Management of enterprise potential" for students of economic specialties of correspondence form of study]. Sumy: SumDU. (in Ukrainian)