

## **УПРАВЛІНСЬКИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОЇ ДЕСТИНАЦІЇ**

*У статті розкрито особливості управління туристською дестинацією як суб'єктом ринкових відносин; проведено аналіз розвитку туристської дестинації «Українська Венеція»; виявлено проблеми та запропоновано напрямки її подальшого розвитку.*

**Ключові слова:** туризм, туристська дестинація, ринок туристичних послуг, управління туристською дестинацією.

Туризм важливий стратегічний ресурс економічного розвитку країни. Усвідомлення цього створить необхідні можливості пріоритизації туризму для забезпечення стійкого економічного зростання України. Разом з тим, виникає необхідність враховувати елементи зовнішні по відношенню до туристської дестинації, що стало одним із найважливіших здобутків системного підходу в науку управління.

Туристська дестинація являє собою певне місце, що має реальний або уможливленний кордон (місто, регіон, район, острів тощо), що приваблює туристів за рахунок наявності своїх туристично-рекреаційних ресурсів, атрактивних можливостей та необхідної інфраструктури, доведених до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання [1, с. 62].

З вищезазначеного можна зробити висновок про те, що туристська дестинація з одного боку є суб'єктом ринкових відносин, оскільки створює, пропонує та реалізує туристичний продукт, а з іншого – об'єктом управління туризмом [2]. У працях вітчизняних та зарубіжних науковців таких як: Л. Анастасова, Р. Баталер, М. Барнет, Е. Богданов, О. Дурович, О. Йоргенсен, О. Коль, К. Купер, Н. Лейпер, К. Макаричева, В. Матієсон, П. Мерфі, М. Морозов, С. Ніколаєв, Т. Румянцева, Дж. Суорбрук, Т. Ткаченко, Н. Шмолл, Д. Флетчер, Р. Фостер, Д. Дж. Чоя, туристська дестинація розглядається як об'єкт інтегрованого управління, оскільки саме воно здатне об'єднати всі компоненти в єдину систему для створення та реалізації туристичного продукту.

Разом з тим, недостатньо розкрито сутність туристської дестинації представленої сукупністю підприємств туристичної індустрії. Це обумовлює різне розуміння механізму управління ними, а також регулювання процесом узгодження інтересів суб'єктів господарювання, місцевих органів влади, населення та туристів.

У зв'язку з цим, метою написання статті є дослідження особливостей управління туристською дестинацією як суб'єктом ринкових відносин. Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення наступних завдань: аналіз ринку туристичних послуг м. Вилкове; дослідження стану та виявлення проблем розвитку туристської дестинації "Українська Венеція"; визначення напрямків її подальшого розвитку.

Місто Вилкове - розташоване в українській частині дельти Дунаю, на крайньому південному заході України, в Одеській області і відоме під назвою "Українська Венеція" завдяки численним каналам вздовж вулиць. Заснували його у XVII столітті старообрядці та кріпаки-втікачі, які рятувалися від переслідувань. Згодом до старообрядців приєдналися запорізькі козаки з розореної Січі. У зв'язку з цим, місто поділяється на дві частини: українську і старообрядницьку. Старовіри ревно бережуть

свою релігію, мають два діючі храми (православні старообрядці – липовани серед яких 70 % росіян).

З огляду на те, що дана туристська дестинація розташована у дельти Дунаю, загальноприйнятими сферами зайнятості населення є рибальство, виноградарство та вирощування полуниці.

Дана туристська дестинація є еталоном незайманої природи, чарівне місце з кришталево чистим повітрям, розкішними рибними запасами, багатством рослинного і тваринного світу – остання «жива» дельта Європи. У місті Вилкове розташована адміністрація Українського Дунайського біосферного заповідника (внесений до Списку Світової Спадщини ЮНЕСКО), чия територія охоплює острови дельти вгору та вниз по течії Дунаю, плавні на північ від Дунаю, озера дельти та двокілометрову полосу морської акваторії вздовж узбережжя.

Особливістю туристичного продукту дестинації є перебування на одному з егерських кордонів біосферного заповідника, де на заповідному морському узбережжі, на межі зустрічі двох природних стихій ріки і моря, встановлено символічний знак: «0 км» - нульовий кілометр ріки Дунай.

Туризм - відносно новий напрямок економіки Нижньодунайського регіону, однак він вже став візитною карткою міста Вилкове. Для індустрії відпочинку характерне широке використання потенціалу місцевого населення, а саме: придбання продукції місцевих промислів (риба, вино, полуниця, фрукти і овочі), використання приватних плавзасобів для прогулянок і приватних будинків для розміщення туристів, додатковий заробіток для вчителів і студентів, що проводять екскурсії.

Значні темпи розвитку туризму в даній дестинації припадають на 2005-2009 роки. У цей період на одного мешканця міста припадало близько 6 туристів. Значно погіршилась ситуація у 2010 році. Чисельність туристів у зазначений період зменшилась на 40% порівняно з попереднім. Результати аналізу динаміки кількості туристів, які відвідали туристську дестинацію за 2008 – 2010 рр. представлено на рис.1.

Зменшення туристів у 2010 році відбулося переважно з причин критичного паводку в дельті Дунаю на початку туристичного сезону 2010 року, складної економічної ситуації в країні; підвищення оплати заповідником за відвідування «0 км» майже в два рази. При цьому вартість послуг туристичних фірм і виробників послуг залишилася на рівні 2009 року, а в деяких випадках навіть знизилась [3].

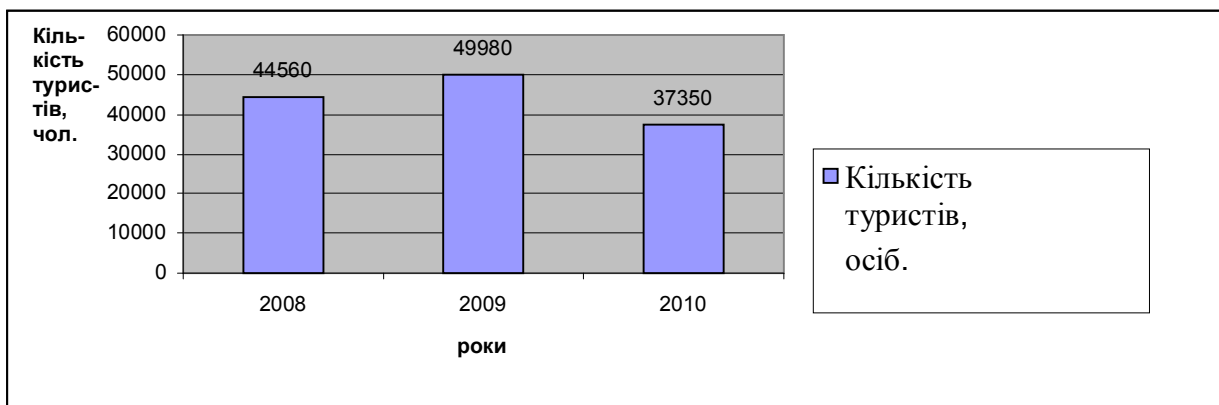


Рис. 1. Динаміка кількості туристів за 2008 – 2010 рр.

Крім того, існують інші проблеми щодо розвитку даної дестинації, а саме:  
- неякісне покриття шляхів, яке не відповідає сучасним нормам. Недотримання у місті санітарних норм, часте відключення води, що ускладнює перебування туристів;

- відсутність: показчиків в самому місті та на маршруті Одеса-Вилкове; карти міста з позначеними на ній туристичними об'єктами; лінії Одеса – Вилкове по морю; міських свят і фестивалів; підприємств готельного господарства у центральній частині міста;

- брак професійних екскурсоводів, що володіють не лише знаннями, але й уміють емоційно розповісти про історію міста, традиції місцевих жителів, закохують туристів в це місто, заставляють їх не помічати поламані кладки, обмілілі ерики, відсутність спеціальних майданчиків з лавками для літніх екскурсантів та інші незручності.

Близько 75% туристів відвідують дану DESTИНАЦІЮ через туроператорів і виробників послуг, а 25 % організують свій відпочинок самостійно.

У даний час на туристичному ринку міста Вилкове здійснює діяльність 3 туристичні оператори, нерахуючи спеціалізованої компанії «Транскруїз», яка обслуговує виключно круїзні судна із зарубіжними туристами. У наданні туристичних послуг також задіяно більше 10 фізичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності. Значна кількість туристів відвідують дану DESTИНАЦІЮ з одноденними програмами.

Структура розподілу туристів між туристичними операторами DESTИНАЦІЇ "Українська Венеція" представлена на рис. 2 [4].

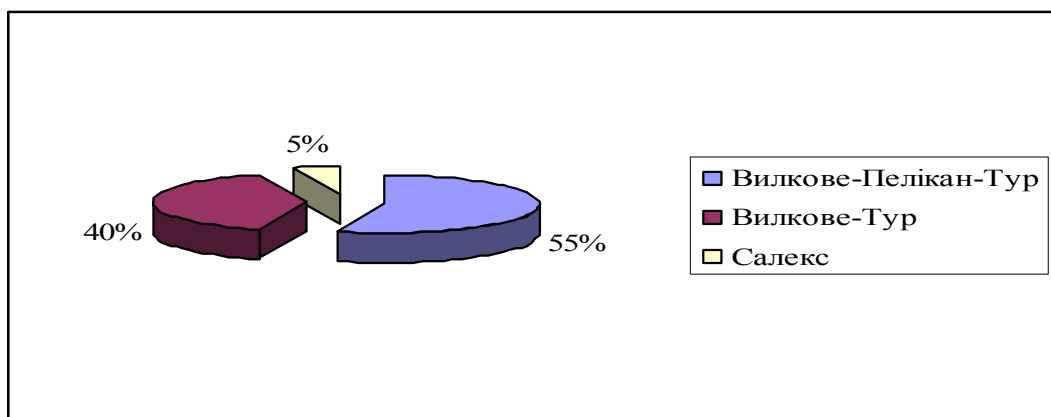


Рис. 2. Структура розподілу туристів між туроператорами DESTИНАЦІЇ за 2010 рік

Не дивлячись на те, що ціни на індивідуальні та групові тури вищезазначених туристичних операторів однакові лідируючу позицію на ринку займає «Вилкове - Пелікан - Тур». Конкурентними перевагами даного туроператора по відношенню до інших є: приналежність його до корпоративної групи «Вилкове - Пелікан - Тур», що має велику власну інфраструктуру в Придунайському регіоні, яка постійно розширюється; надає достатньо високий відсоток для посередників, що коливається у межах 10 – 20 %; забезпечує високий рівень сервісу.

Крім того, він активно займається інвестиційною діяльністю. Оскільки розвиток туристської DESTИНАЦІЇ стримується, в першу чергу, недостатньо розвинутою інфраструктурою та відсутністю належної державної організаційно-правової підтримки, компанією пропонуються наступні інвестиційні проекти, створення:

- туристичного комплексу «Українська Венеція» в м. Вилкове на 160 місць. В його складі планується лодочна станція, пункт харчування, музейні експозиції під відкритим небом та інші профільні інфраструктурні елементи. Орієнтований обсяг інвестицій – 1,1 млн.дол. США. Термін окупності 5-7 років;

- риболовно – оздоровчої бази на березі Дунаю, яка складатиметься з 50 відокремлених рекреаційних модулів, берегової зони, великого зарибленого

водоймища, гостьового будинку для туристів, лодочної станції, пункту харчування. Орієнтований обсяг інвестицій – 1,45 млн.дол. США. Термін окупності приблизно 5 років;

- музею природи «Дельта Дунаю» в м. Вилкове. Орієнтований обсяг інвестицій 950 тис.дол. США. Музей природи не зможе окупити повну вартість його створення, а тільки щорічні експлуатаційні витрати як в більшості подібних музеїв світу.

У розпорядженні Одеської обласної державної адміністрації від 24.12.2004 р. «Про схвалення Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області на період до 2015 року» приділяється достатньо уваги розвитку сільського (зеленого) туризму у місті Вилкове [5].

Основу державної політики розвитку даної дестинації повинні складати наступні чинники:

- державне стимулювання внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму, в тому числі через удосконалення системи оподаткування;

- забезпечення внутрішньої конвертованості туристичних послуг шляхом підвищення їх якості та розширення асортименту, поліпшення умов обслуговування туристів;

- поетапна приватизація туристичних об'єктів;

- будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристичних об'єктів;

- державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії регіону;

- залучення коштів підприємницьких структур, суб'єктів туристичної діяльності для розвитку інфраструктури туризму (шляхи, пункти пропуску, системи водопостачання та каналізації, зв'язок, служби сервісу тощо);

- організація приміських зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон загальнодержавного та місцевого значення;

- сприяння організації виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції для забезпечення потреб туристів і відпочиваючих у високоякісних продуктах харчування;

- залучення приватного сектору до рекреаційно-туристичного підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму;

- створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, пригодницького тощо);

- державне сприяння просуванню на міжнародний ринок туристичного продукту дестинації через міждержавні угоди та програми;

- створення сучасної інформаційно-маркетингової служби у сфері туристичного бізнесу;

- проведення науково-дослідних, проектних і пошукових робіт з актуальних проблем розвитку рекреаційно-туристичних господарств, використання природного та історико-культурного потенціалу [1].

Підсумовуючи вищевикладене слід зазначити, що на сьогодні державна підтримка даного регіону практично відсутня. Розвиток туристської дестинації «Українська Венеція» суттєво стримується недостатньо розвинутою інфраструктурою, яка до цього часу розвивається майже виключно місцевим приватним бізнесом за власні кошти. Разом з тим, вона є досить перспективною оскільки має значні природні та історико-культурні можливості для розвитку туризму та надання різноманітних рекреаційних послуг.

Подальші наукові розробки будуть спрямовані на дослідження управлінського механізму розвитку туристських дестинацій інших областей України.

### **Список використаної літератури:**

1. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
2. Головчан А.І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Tiru/2009\\_27/24.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2009_27/24.pdf)
3. Жмуд М.Є. Туристична історія Вилкове // Дельта та людина. – 2010. – № 12, вересень.
4. Поздняк В.А. Туризм в г. Вилково – 2010: Информационная справка мэра г. Вилково на выездном заседании Временной рабочей группы «Развитие предпринимательства» Регионального комитета по экономическим реформам Одесской обл. администрации. – Киля, . – 2010. – 18 червня.
5. Про схвалення Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області на період до 2015 року: Розпорядження Одеської обласної державної адміністрації від 24.12.2004 р. / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.uazakon.com/document/fpart56/idx56221.htm>

### **МЕЛЬНИЧЕНКО С.В. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

*В статье раскрыты особенности управления туристской дестинацией как субъектом рыночных отношений; проведен анализ развития туристской дестинации "Украинская Венеция"; обнаружены проблемы и предложены направления ее дальнейшего развития.*

**Ключевые слова:** туризм, туристская дестинация, рынок туристических услуг, управление туристской дестинацией.

### **MELNYCHENKO S.V. ADMINISTRATIVE MECHANISM OF DEVELOPMENT TOURIST DESTINATION**

*In the article management features are exposed tourist destination as by the subject of market relations; the analysis of development of tourist destination is conducted "Ukrainian Venice"; found out problems and directions of her are offered further development.*

**Keywords:** tourism, tourist destination, market of tourist services, management tourist destination.