

Іван Десятніков

## СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ РЕГІОНУ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Постійне зростання популярності туризму в Україні і світі, активізація підприємницької діяльності у цій галузі перетворюють туризм на одну з найперспективніших галузей економіки. Тому значної актуальності набуває питання стратегічного планування розвитку туристичної галузі, як необхідної передумови її розвитку.

Стратегія – це довгостроковий курс розвитку, спосіб досягнення цілей, який її розробник визначає для себе, керуючись власними міркуваннями.

Тому при підході до стратегічних питань розвитку туристичної галузі необхідно визначити такі аспекти:

- У якому стані галузь знаходиться сьогодні?
- Якого результату планується досягти у результаті реалізації стратегічних завдань?
- У який спосіб можна досягти бажаного стану?

На території Черкаської області розташована значна кількість об'єктів історико-культурної спадщини. Серед них особливо варто виділити об'єкти загальнонаціонального значення: батьківщина Т.Г. Шевченка у Звенигородському районі та місце його поховання у Каневі, Чигиринщина – місце багатьох історичних подій, пов'язаних із періодом козаччини, національно-визвольних змагань початку ХХ ст., та одна з найкращих пам'яток садово-паркового мистецтва – дендропарк “Софіївка” в Умані. Останній можна віднести до переліку об'єктів, що приваблює іноземних туристів, які не цікавляться вітчизняною історією та культурою.

Черкаська область має значний природно-рекреаційних потенціал. У цьому напрямі варто вказати на акваторію Дніпра та Кременчуцького водосховища, Буцький каньйон, Черкаський бір. Окремої уваги заслуговує гірськолижний курорт у селі Водяники Звенигородського району. Він є вдалим прикладом реалізації підприємницької ініціативи щодо використання наявного природного ландшафту.

В області зареєстровано 207 туристичних фірм, із них – 19 туроператорів. Функціонує 76 готелів та 758 закладів ресторанного господарства, 3 туристично-інформаційні центри. Проте такий стан не можна вважати задовільним, оскільки кількість закладів готельного та ресторанного господарства, особливо у рекреаційних зонах, є недостатньою. Крім цього, якість надаваних послуг та цінова політика у переважній більшості не відповідають запитам споживачів. Наприклад,

фактично неосвоєним у цьому плані є Буцький каньйон, черкаське лівобережжя Кременчуцького водосховища. Вкрай незадовільним у області є стан дорожнього покриття, що є значною перешкодою для використання наявних та створення нових туристичних маршрутів.

Отже, можна констатувати, що Черкаська область має об'єктивні передумови для розвитку туризму – природнокліматичний та історико-культурний потенціал, здатний привабити значну кількість туристів. Недоліки, висловлені щодо стану туристичної інфраструктури, є перешкодою для розвитку туризму, але їх не можна інтерпретувати як такі, що унеможливають розвиток туризму Черкащини в цілому.

Що є метою створення і реалізації стратегії розвитку туризму Черкаської області? У найзагальнішому вигляді її можна визначити як збільшення кількості туристів у регіоні. Це є наслідком спеціальної діяльності щодо залучення туристів, тобто туристичної промоції області, підтримання у належному стані і створення нових туристичних об'єктів та інфраструктури, сприяння органів державної влади і місцевого самоврядування підприємницькій ініціативі у галузі туризму тощо. Збільшення кількості туристів і відповідно об'єму реалізації туристичних послуг в області має наслідком підвищення рівня зайнятості населення та ріст податкових надходжень. Тобто головним індикатором успішної реалізації стратегії є збільшення кількості туристів. Такі індикатори, як збільшення кількості туристичних об'єктів, кількість реконструйованих та новостворених об'єктів туристичної інфраструктури, ріст кількості підготовлених фахівців із туристичного обслуговування є другорядними. Вони можуть проявлятися незалежно від збільшення туристичних потоків, наприклад, за рахунок фінансування з державного чи місцевих бюджетів, а тому є умовами реалізації стратегії, а не її метою.

Відповідно до поставленої мети, при реалізації стратегії розвитку туризму варто зосередити зусилля на обмеженому переліку об'єктів і найперспективніших напрямках діяльності. Необхідно реалізувати план заходів щодо розвитку туризму у найпривабливіших районах області: Чигиринському, Звенигородському, Канівському, Маньківському. Необхідність концентрації ресурсів для досягнення помітного ефекту в цих районах викликана, по-перше, обмеженістю ресурсів у сучасних економічних реаліях України. По-друге, ці райони мають можливості до поєднання різних видів туризму, зокрема, рекреаційного та пізнавального, а також організації подієвого, зеленого туризму тощо.

Сучасна тенденція розвитку туризму полягає у тому, що потенційного туриста важко зацікавити одноманітним відпочинком, подоланням значних відстаней заради одного-двох, навіть цікавих, об'єктів. Черкаська область щодо пізнавального туризму дуже цікава для вітчизняного туриста. Розташування області у центрі країни сприяє

відвіданню її мешканцям усіх областей. Але це призводить і до того, що вони виступають переважно екскурсантами, а не туристами, тобто не користуються послугами закладів розміщення. Облаштування відпочинкових зон та закладів розміщення у рекреаційних зонах, насамперед на берегах водосховищ, річок і озер, може затримати внутрішніх туристів на території області, відповідно забезпечивши додаткові грошові надходження. Це також зможе привабити та затримати на території області іноземного туриста, який у своїй переважній більшості незнайомий з історією та культурою України. Зростання туристичних потоків у цих районах викличе їхнє збільшення в інших куточках Черкащини, оскільки має зрости зацікавлення областю загалом.

Поряд із підтриманням належного стану туристичних об'єктів, створення та реконструкції рекреаційних зон силами державного та місцевих бюджетів, варто впровадити грантову програму реалізації підприємницьких та громадських туристичних проектів у напрямках організації рекреаційного відпочинку, подієвого туризму, зеленого туризму тощо. З одного боку, держава та органи місцевого самоврядування вивільняться від значної організаційної діяльності, віддавши ініціативу до рук підприємців та громадських діячів. А з іншого – у туристичній галузі зростатиме конкуренція підприємницьких структур, що, на нашу думку, матиме позитивний ефект для розвитку галузі.

Держава та органи місцевого самоврядування мають сконцентрувати увагу на постійній інформаційній підтримці туристичної індустрії області. Лише вони можуть сконцентрувати у своїх руках масив інформації, незалежно її висвітлювати та рекламувати туристичні об'єкти.

Учасникам реалізації стратегії розвитку туризму потрібно чітко розуміти, що вона не дає негайного результату, продажу товарів і послуг у запланованих обсягах. Ріст кількості туристів у області спостерігатиметься не відразу і не буде сталим. Необхідно постійно враховувати чинники, що впливають на розвиток галузі, і вносити зміни у стратегічні плани. Але постійно працювати на результат – збільшення кількості туристів, об'єму реалізованих туристських послуг та податкових відрахувань від підприємств галузі. Інакше стратегія перетвориться у “закопування грошей у землю”.