

СТРАТЕГІЯ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ SWOT-АНАЛІЗУ ЇЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

STRATEGY OF TOURISM DEVELOPMENT PLANNING OF ODESSA REGION OF UKRAINE ON THE BASIS OF SWOT-ANALYSIS OF ITS TOURIST ATTRACTIVENESS

У статті з'ясовано перелік основних (внутрішніх) та допоміжних (зовнішніх) факторів, які впливають на формування туристичної привабливості регіону; визначено внутрішні (основні) фактори які впливають на формування туристичної привабливості регіону, а саме: туристичні ресурси та ресурси антропогенного походження, а також, матеріально-технічна база туризму та трудові ресурси, а також зовнішні (допоміжні) фактори, які впливають на формування туристичної привабливості регіону, зокрема: маркетингова політика, система управління туристичною діяльністю в регіоні, зовнішня інфраструктура, якість довкілля, загальний імідж регіону. Обрано метод аналізування факторів, які впливають на формування туристичної привабливості регіону; запропоновано послідовність стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону як методу оцінювання його туристичної привабливості, в процесі якого здійснено SWOT-аналіз факторів туристичної привабливості регіону на прикладі Одеської для прогнозування умов функціонування туристичної галузі в його межах. В результаті запропоновано рекомендації для розроблення програми розвитку туризму в Одеській області України.

Ключові слова: туризм, туристична привабливість регіону, стратегічне планування, метод аналізування, SWOT-аналіз, Причорноморський регіон.

The article clarifies the list of main (internal) and auxiliary (external) factors that affect the formation of tourist attractiveness of the region; identified internal (main) factors influencing the formation of tourist attractiveness of the region, namely: tourist resources: natural (beaches, mountains, reserves, parks, etc.) and anthropogenic origin (historical and architectural monuments, cultural and religious values, traditional crafts, etc.), as well as material and technical base of tourism (tourist infrastructure, investment support of the industry) and labor resources, as well as external (auxiliary) factors that affect the formation of tourist attractiveness of the region, including: marketing policy, tourism management system in the region, external infrastructure, quality of the environment, general image of the region. The method of analyzing the factors influencing the formation of tourist attractiveness of the region is chosen; presented a sequence of strategic planning for the development of the tourism industry in the region as a method of assessing its tourist attractiveness, in which a SWOT-analysis of factors of tourist attractiveness of the region on the example of Odessa to predict the conditions of the tourism industry within it. The stages of the process of strategic planning for the development of the tourism industry of the region, which will form the methodology for assessing its tourist attractiveness, include the following measures: information support for strategic planning for the development of the tourism industry in the region; establishing the mission and goals of strategic planning for the development of the tourism industry in the region; choice of methods of analysis of factors of internal and external environment of the tourist industry of the region; forecasting the conditions for the functioning of the tourism industry in the region, which involves identifying opportunities and threats, as well as their changes in the future; evaluation of the chosen strategy; formation of a target program for tourism development within the region. As a result, recommendations for the development of a tourism development program in the Odessa region of Ukraine are proposed.

Key words: tourism, tourist attractiveness of the region, strategic planning, method of analysis, SWOT-analysis, Black Sea region.

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.73-23>

Музиченко-Козловська О.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій Національний університет «Львівська політехніка»

Muzychenko-Kozlovska Oksana

Lviv Polytechnic National University

Постановка проблеми. Незважаючи на кризу, спричинену карантинними обмеженнями внаслідок поширення Covid-19, туристична галузь в Україні розвивається і є таким сектором економіки, який забезпечує щораз більші надходження до бюджету. Про це свідчать збільшення обсягів надходжень від сплати туристичного збору України. Так, у 2021 р. до бюджету України надійшло 244 млн. грн. туристичного збору, що більше ніж у 2020р. (130,6 млн. грн.) на 86,8%. Серед лідерів – Одеська обл., з якої поповнили бюджет на 23 млн. грн. [1].

Передумовами формування туристично привабливого іміджу регіону є системний аналіз усіх складових цього процесу, визначення зовнішніх і внутрішніх факторів впливу, оцінювання унікаль-

них властивостей та формування цілей. Завдання такого аналізу – визначення можливостей та перешкод для розвитку туристичної галузі регіону. Адже для ефективного стратегічного планування туристичної діяльності в регіоні, та прийняття економічно обґрунтованих рішень під час реалізації регіональної туристичної політики необхідно докладно проаналізувати дані, якими оперують органи державної влади на місцях, і, базуючись на них, визначити недоліки управління туристичною галуззю регіону та вибрати найкращі варіанти для регулювання цього процесу.

Доцільним інструментом для аналізування туристичної привабливості регіону є SWOT -аналіз. Такий аналіз дасть змогу визначити сильні і слабкі сторони та сформулювати напрямки діяль-

ності у процесі підвищення туристичної привабливості регіону. За його допомогою можна системно оцінити стан розвитку туристичної галузі регіону, виявити можливості та проблеми освоєння потенціалу туризму і сформуванню цільову програму його розвитку в межах регіону, зокрема, в Одеській області Причорноморського регіону України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам, які виникають при дослідженні туристичної діяльності присвячена велика кількість праць, зокрема, присвячені дослідженню Причорноморського регіону України. Так, Шмагіна [2] здійснила комплексне оцінювання природно-ресурсного потенціалу туризму територій Причорноморського регіону та обґрунтувала стратегічні напрями і механізми стимулювання інвестиційного забезпечення освоєння його туристичного потенціалу.

У статті Стратічук та Корнієнко [3] здійснили економічне оцінювання сталого використання різних видів природних ресурсів та розрахунок індексу екологічно сталого розвитку Херсонської області, на основі якого може бути вдосконалена система управління регіональним розвитком.

У монографії [4] розроблена методика інтегральної оцінки туристично-рекреаційних потенціалів регіонів України. Запропоновані методи оцінювання окремих елементів туристичного потенціалу Одеського регіону. Визначається місце регіону в означених потенціалах країни.

У праці Давидова [5] охарактеризовано основні фактори туристичної привабливості регіонів, та здійснено аналізування відомих методів оцінювання цього процесу.

Фролова [6] запропонувала SWOT-аналіз можливості розвитку туризму в Україні за допомогою попарного порівняння сильних і слабких сторін вітчизняного туристичного ринку.

Наврозова та Кацюк [7] на підставі свот-аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища Одеської області України запропонували стратегію створення туристичного кластеру в межах її території.

У статті Шелеметьєвої [8] здійснено SWOT-аналіз туристичної галузі України як основи для формування цілей, завдань та стратегії його розвитку, передбачити необхідні дії та засоби, врахувати нові можливості.

У праці Шиманської [9] на підставі SWOT-аналізу туристичного комплексу Житомирської області України, яка небагата туристичними ресурсами, виявлено, що у майбутньому розвиток туризму у цьому регіоні має базуватись на впровадженні інвестицій, інновацій та інформаційних технологій.

У статті Баєва [10] запропоновано методику розрахунку індексу якості туристичних послуг в країні як сумарний показник від трьох субіндек-

сів: якості інфраструктури, якості ресурсів; задоволеності споживачів та безпечності подорожі.

Лісовий та Долга [11] здійснили SWOT-аналіз туристичного потенціалу України для визначення перспектив розвитку туризму в її межах.

У статті [12] Шиманська та Миронюк здійснили SWOT-аналіз національного бренду України за такими його елементами, як експорт, влада, культура, люди, туризм, інвестиції, які можуть впливати на формування туристичної привабливості країни.

Однак, вирішення проблеми оцінювання туристичної привабливості регіону з метою планування розвитку туризму в його межах потребує подальшого дослідження, зокрема, (в Одеській області Причорноморського регіону України).

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є розроблення науково-методичного підходу до оцінювання туристичної привабливості регіону з допомогою SWOT-аналізу, а також формування рекомендацій для стратегічного планування розвитку туризму в його межах, та практична апробація його на прикладі Одеської області Причорноморського регіону України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Для визначення перспективи та основних напрямків діяльності щодо розвитку туристичної галузі формують стратегічні плани, а на їх підставі здійснюють реалізацію стратегії, в процесі якої обирають методи аналізування факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. У нашому дослідженні скористаємось SWOT-аналізом туристичної привабливості регіону.

Основними (внутрішніми) факторами, які впливають на формування туристичної привабливості регіону є туристичні ресурси: природні (пляжі, гори, заповідники, парки тощо) та антропогенного походження (історико-архітектурні пам'ятки, культурні та релігійні цінності, традиційні ремесла тощо), а також, матеріально-технічна база туризму (туристична інфраструктура, інвестиційне забезпечення галузі) та трудові ресурси.

До зовнішніх (допоміжних) факторів формування туристичної потенціалу регіону, які впливають на його туристичну привабливість відносять маркетингову політику, систему управління туристичною діяльністю в регіоні, зовнішню інфраструктуру, якість довкілля, загальний імідж регіону тощо [13].

Розглянемо складові процесу стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону, які формуватимуть методику оцінювання його туристичної привабливості.

Етап 1 – інформаційне забезпечення стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону.

Етап 2 – встановлення місії та цілей стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону.

Етап 3 – вибір методів аналізу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища туристичної галузі регіону.

Етап 4 – прогнозування умов функціонування туристичної галузі регіону, яке передбачає визначення можливостей і загроз, а також їх змін в майбутньому.

Етап 5 – формування стратегії.

Етап 6 – оцінювання обраної стратегії.

Етап 7 – формування цільової програми розвитку туризму в межах регіону.

Апробацію процесу стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону як методики оцінювання його туристичної привабливості здійснимо на прикладі Одеської області Причорноморського регіону України.

Етап 1 – інформаційне забезпечення стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону. Для отримання об'єктивної інформації скористаємось даними Державної служби статистики України, Головних управлінь статистики в областях України та Державної туристичної адміністрації України тощо. Зокрема, проаналізуємо динаміку розвитку туризму в Одеській області, а результати зведемо у табл. 1.

Аналіз стан розвитку туризму в Одеській області за 2019/20 роки (див. табл. 1) відобразив погіршення цієї діяльності, зокрема, зменшилася кількість туристів, яких обслужили туроператори та турагенти та збільшилися витрати туроператорів на послуги сторонніх організацій.

Етап 2 – встановлення місії та цілей стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону. Після тривалої кризи у зв'язку з карантинними обмеженнями внаслідок поширення Covid-19, туристична діяльність потребує перегляду методів діяльності, а для цього – переосмислити місію і цілі. В таких умовах місією туристичної галузі регіону може бути – покращення задоволення потреб та запитів туристів, а цілями – покращення результативності та освоєння туристичного потенціалу усіх регіонів України, а не лише найпривабливіших; освоєння нових туристичних маршрутів тощо.

Етап 3 – вибір методів аналізу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища туристичної галузі регіону. Для цього можна скористатись факторним аналізом статистичного дослідження.

Етап 4 – прогнозування умов функціонування туристичної галузі регіону, яке передбачає визначення можливостей і загроз, а також їх змін в майбутньому. Для цього скористаємось SWOT-аналізом факторів, які формують туристичну привабливість регіону, адже таким способом маємо змогу оцінити сильні і слабкі сторони діяльності туристичної галузі в його межах. Перш, ніж перейти до SWOT-аналізу, проаналізуємо забезпеченість Одеської області туристичними ресурсами (табл. 2) та стан матеріально-технічної бази в її межах (табл. 3).

Аналіз туристичного потенціалу Одеської області показав (див. табл. 2), що, регіон забезпечений туристичними ресурсами.

Таблиця 1

Динаміка розвитку туризму в Одеській області*

№	Показники	Період		Абсолютне відхилення
		2019 р.	2020 р.	
1.	Кількість туристів, яких обслужили туроператори та турагенти, осіб	59 632	13 234	-46 398
2.	Кількість іноземних туристів, яких обслужили туроператори та турагенти, осіб	821	-	- 821
3.	Кількість туристичних пакетів, що реалізували туроператори та турагенти, одиниць	44 979	10 421	-34 558
4.	Вартість туристичних пакетів, які реалізували туроператори та турагенти, тис. грн.	787 222,1	196 519,6	-590 702,5
5.	Витрати туроператорів на послуги сторонніх організацій, тис. грн.	3 278,5	13 624,9	+10 346,4

*Склала автор за даними Державної служби статистики України

Джерело: [14]

Таблиця 2

Структура туристичних ресурсів Одеської області*

№	Показники	2020 р.
1.	Природно-заповідний фонд Одеської обл., тис. га	163,52
2.	Частка природно-заповідного фонду Одеської області від загальноукраїнського, %	3,7
3.	Показник заповідності, %	4,6
4.	Кількість пам'яток культурної спадщини національного значення, одиниць	26
5.	Частка нерухомих пам'яток України, зосереджених в Одеській обл., %	2,92

Джерело: склала автор за даними [15; 16]

Таблиця 3

Динаміка матеріально-технічної бази Одеської області

№	Показники	Період		Абсолютне відхилення
		2019 р.	2020 р.	
1.	Кількість колективних засобів розміщення туристів,	187	147	-40
2.	Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення	72	67	-5
3.	Коефіцієнт використання місткості у засобах розміщення туристів, днів	0,28	0,17	-0,11

Джерело: склала автор за даними Державної служби статистики України [14]

Таблиця 4

SWOT-аналіз туристичних ресурсів Одеської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
Приваблива міська архітектура (перлиною є Одеський театр опери і балету, Одеська філармонія тощо). Наявність унікальних ресурсів, віднесених до світової спадщини ЮНЕСКО (кінцева станція дуги Струве – с. Стара Некрасівка). Морське узбережжя з інфраструктурою. Наявність мінеральних джерел та грязей, у т. ч. унікальних (Куяльник). Самобутні природні ресурси (Дунайський заповідник). Древня історія розвитку (наявність стародавніх будівель – Аккерманська фортеця). Унікальні місцевості (м. Вилкове в дельті ріки Дунай). Національні традиції та мотиви в одязі (вишивка). Місця, пов'язані з відомими постатями (художник І. Айвазовський, Ю. Липа, Р. Шухевич, І. Мечніков, Д. Менделєєв, Д. Ойстрах, С. Ріхтер)	Занедбаний стан архітектурних та інших пам'яток (історичний центр м. Одеси відмовляються вносити у спадщину ЮНЕСКО через порушення автентичності, а також матеріально-технічної бази). Недостатня поінформованість та промоція локацій. Невисокий рівень сервісу. Невелика кількість туристичних маршрутів, які не охоплюють значної частини сегментів ринку
Можливості	Загрози
Покращення стану антропогенних ресурсів. Покращення якості обслуговування та безпеки туристів. Організування нових туристичних локацій (фестивалів, туристичних маршрутів, розважальних центрів). Створення нових артефактів та підвищення привабливості існуючих. Пропагування туристичних ресурсів та культурного надбання на міжнародних виставках. Розширення переліку пам'яток та нематеріальних цінностей у списку ЮНЕСКО	Втрата частини внутрішніх туристів через доступність іноземних ринків. Вищий рівень сервісу на іноземних ринках. Зростання доступності за цінами та транспортом іноземних туристичних продуктів

Джерело: склала автор

Аналіз матеріально-технічної бази Одеської області показав (див. табл. 3), що, кількість засобів розміщення туристів, у т. ч. готелів за 2019/20 рр. також зменшився коефіцієнт використання місткості засобах розміщення туристів.

SWOT-аналіз туристичної привабливості регіону розпочнемо з оцінювання туристичних ресурсів Одеської області (табл. 4).

SWOT-аналіз туристичних ресурсів відобразив (див. табл. 4), що Одеська область забезпечена туристичними ресурсами, у т. ч. унікальними, що дає підстави для прогнозування підвищення рівня туристичної привабливості регіону. Однак, для цього необхідно запланувати значні зміни у туристичній діяльності, зокрема: покращення стану антропогенних ресурсів та сервісу, поширення інформації про дестинацію тощо, враховуючи загрози та стан справ у конкурентів.

До основних елементів туристичної привабливості регіону відносять також матеріально-технічну базу туризму (туристична інфраструктура, інвестиційне забезпечення галузі), без яких ефективний розвиток галузі малоімовірний, адже лише невелика кількість туристів потребують екстре-

мального відпочинку без належних умов проживання та сервісу. Проаналізуємо матеріально-технічну базу туризму Одеської області за допомогою SWOT-аналізу (табл. 5).

SWOT-аналіз матеріально-технічної бази туризму Одеської області показав (див. табл. 5), що в її межах зосереджений значний потенціал, зокрема: сприятливе географічне положення, багато готелів, санаторіїв та турбаз, замків та фортець тощо. Однак, через значні загрози (війна на Сході України; небезпека поширення воєнних дій на інші регіони) інвестиційний клімат в Україні, отже, і в Одеській області, погіршується. Для покращення ситуації необхідно покращувати законодавче поле та інвестиційну політику, у т. ч. в регіоні.

Важливим фактором, який значно впливає на туристичну привабливість регіону є трудові ресурси, а також умови їх формування, та можливості для розвитку.

Здійснимо SWOT-аналіз трудових ресурсів Одеської області, а результати зведемо у табл. 6.

Населення є одним з основних факторів виробництва, особливо у такій трудомісткій галузі,

SWOT-аналіз матеріально-технічної бази туризму Одеської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Сприятливе географічне положення (приморська, прикордонна). Значний потенціал туризму (велика кількість різних пам'яток, природних ресурсів, у т. ч. унікальних). Велика кількість готелів, санаторіїв та туристичних баз. Наявність старовинних замків і фортець. Привабливість для інвесторів через популярність туристичного напрямку</p>	<p>Обмеженість транспортної доступності до туристичних дестинацій. Низький рівень розвитку загальної інфраструктури регіону. Фізична зношеність пам'яток. Велика вартість реконструкції пам'яток</p>
Можливості	Загрози
<p>Формування економічних стимулів для розвитку туризму через систему податкових пільг, підвищення туристичного збору. Приваблення міжнародних туристів. Покращення законодавчої підтримки туризму та інвесторів. Зростання економічних показників розвитку регіон. Виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС</p>	<p>Війна на сході України. Загроза поширення воєнних дій на інші регіони. Посилення карантинних обмежень через пандемію COVID-19. Незначна підтримка з боку держави малого та середнього бізнесу, зайнятого у туризмі. Закриття туристичних підприємств через карантинні обмеження. Нерозвиненість туристичної та загальної інфраструктури регіону</p>

Джерело: склала автор

Таблиця 6

SWOT-аналіз трудових ресурсів Одеської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Велика кількість населення (6 місце в Україні); Сприятливий клімат, комфортний для проживання населення. Наявність рекреаційної інфраструктури для оздоровлення. Кадровий потенціал (висококваліфіковані працівники (3,631 осіб отримали вищу освіту, або 7,67% від загального по Україні показника). Велика кількість ЗВО (60 установ I-IV рівнів акредитації)</p>	<p>Невелика кількість робочих місць у туристичній галузі регіону (1,5 % зайнятих у готелях та ресторанах від усіх працевлаштованих в області). Нижчий розмір середньої зарплати від середнього по Україні (15,379 тис. грн. та 17, 453 тис. грн.). Високий рівень безробіття. Не велика кількість ЗВО зі спеціалізованою освітою</p>
Можливості	Загрози
<p>Підвищення рівня кваліфікації трудових ресурсів регіону. Збільшення кількості осіб, які мають вищу та спеціальну для галузі освіту. Збільшення кількості робочих місць у туристичній сфері</p>	<p>Зменшення кількості населення регіону; Значне збільшення частки осіб у віці, старшому за працездатний. Міграція населення регіону. Війна у східних областях України</p>

Джерело: склала автор за даними Державної служби статистики [14]

як туристична. SWOT-аналіз трудових ресурсів Одеської області показав (див. табл. 6), що цей регіон має значний потенціал трудових ресурсів, а також можливості для підвищення його кваліфікації. Однак, залишають проблеми та загрози, які слід виправляти: необхідно покращувати демографічну ситуацію у регіоні, створювати робочі місця тощо.

Значний вплив на формування туристичної привабливості регіону справляють зовнішні чинники, а саме: маркетингова політика, система управління туристичною діяльністю в регіоні, зовнішня інфраструктура, якість довілля, загальний імідж регіону.

Маркетингова політика є визначальною у розвитку туристичної діяльності, особливо після кризових явищ, таких як карантинні заходи. Адже в умовах пандемії туризм зазнав значних втрат.

Здійснимо SWOT-аналіз маркетингової політики у процесі формування туристичної привабливості Одеської області Причорноморського регіону України, а результати зведемо у табл. 7.

SWOT-аналіз маркетингової політики у процесі формування туристичної привабливості Одеської області показав (див. табл. 7), що у цьому регіоні провадять заходи щодо покращення інформування споживачів туристичних послуг, однак залишаються нерозв'язаними такі проблеми, як створення бренду міста, розширення мережі туристично-інформаційних центрів тощо.

Етап 5 – формування стратегії. За результатами попередніх етапів, зокрема, аналізування забезпеченості Одеської області туристичними ресурсами показало, що регіон має значний потенціал туристичних ресурсів, однак, матеріально-технічна база за аналізований період погіршилася. SWOT-аналіз теж продемонстрував, що область

SWOT-аналіз маркетингової політики у процесі формування туристичної привабливості Одеської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
Інформаційне забезпечення сучасне, з мобільним додатком «аудіюгід» на сайтах органів влади. Наявний туристичний сайт міста. Наявні туристично-інформаційні центри в регіоні. Наявність культурних традицій для приваблення туристів (фестивалі, гуморина, день міста). Участь у міжнародних туристичних виставках	Символіка міста застаріла. Відсутній туристичний бренд міста. Туристичний сайт міста працює недостатньо добре. Незначна кількість туристично-інформаційних центрів у місті. Неконкурентоспроможні ціни з конкурентами
Можливості	Загрози
Оновлення сайтів міста та туристичної адміністрації. Регулювання цін та якості послуг. Залучення фахівців для промоції регіону. Поширення інформації про бренди продуктів, які виробляють у регіоні. Створення бренду міста Одеса	Нестабільна політична ситуація. Посилення карантинних обмежень через пандемію COVID-19. Продовження війни на сході України

Джерело: склала автор

забезпечена туристичними ресурсами, у т. ч. унікальними, має значну матеріально-технічну базу туризму, регіон має достатній потенціал трудових ресурсів, у цьому регіоні провадять заходи щодо покращення маркетингової політики. Це дає підстави для покращення туристичної діяльності у регіоні. Отже, встановлюємо стратегію планування розвитку туризму Одеської обл., адже після кризи, пов'язаної з карантинними обмеженнями та загрозою розширення території воєнних дій, у т. ч. в межах Одеської області, необхідно відновлювати втрачені позиції у туристичній галузі регіону.

Етап 6 – оцінювання обраної стратегії. Визначаємо відповідність місії і цілям діяльності, правильність вибору методів аналізу та чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, а також забезпечення конкурентних переваг. Обрана стратегія спрямована на розвиток потенціалу туризму Одеської області, шляхом покращення задоволення потреб та запитів туристів, отже, вона буде сприяти досягненню встановлених цілей – покращення результативності та освоєння туристичного потенціалу усіх регіонів України, у т.ч. Одеської обл.; освоєння нових туристичних маршрутів тощо. Якщо обрана стратегія планування розвитку туристичної галузі регіону відповідає встановленим критеріям, приймаємо її до реалізації. Якщо не відповідає критеріям – обрана стратегія ризикована, її слід переглянути, або обирати альтернативну.

Етап 6 – формування цільової програми розвитку туризму в межах регіону. Якщо обрана стратегія планування розвитку туристичної галузі регіону відповідає встановленим критеріям, приймаємо її до реалізації – розробляємо програму розвитку туризму, враховуючи результати аналізу, отримані на 4-му етапі стратегічного планування.

Враховуючи результати дослідження, можна покращити туристичну привабливість Одесь-

кої області Причорноморського регіону України, і отримати конкурентні переваги на ринку туристичних послуг.

Висновки. У результаті проведеного дослідження, з'ясовано: складові процесу стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону, які формують методіку оцінювання його туристичної привабливості, є: інформаційне забезпечення стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону; встановлення місії та цілей стратегічного планування розвитку туристичної галузі регіону; вибір методів аналізу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища туристичної галузі регіону; прогнозування умов функціонування туристичної галузі регіону, яке передбачає визначення можливостей і загроз, а також їх змін в майбутньому; формування стратегії; оцінювання обраної стратегії; формування цільової програми розвитку туризму в межах регіону.

SWOT-аналіз факторів формування туристичної привабливості Одеської області дав змогу стверджувати, що цей регіон забезпечений туристичними ресурсами, у т. ч. унікальними. Однак, для цього необхідно здійснювати заходи з покращення стану антропогенних ресурсів та сервісу, поширення інформації про дестинацію тощо, враховуючи загрози та стан справ у конкурентів.

SWOT-аналіз матеріально-технічної бази туризму Одеської області показав, що в її межах є сприятливе географічне положення, багато готелів, санаторіїв та турбаз, замків та фортець тощо. Однак, через значні загрози інвестиційний клімат в Україні, отже, і в Одеській області, погіршується. Для покращення ситуації необхідно покращувати законодавче поле та інвестиційну політику, у т. ч. в регіоні. SWOT-аналіз трудових ресурсів Одеської області показав, що цей регіон має значний потенціал трудових ресурсів,

а також можливості для підвищення його кваліфікації. Однак, залишають проблеми та загрози, які слід виправляти: необхідно покращувати демографічну ситуацію у регіоні, створювати робочі місця тощо. SWOT-аналіз маркетингової політики у процесі формування туристичної привабливості Одеської області показав, що у цьому регіоні провадять заходи щодо покращення інформування споживачів туристичних послуг, однак залишаються нерозв'язаними такі проблеми, як створення бренду міста, розширення мережі туристично-інформаційних центрів тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державне агентство розвитку туризму України: URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення 10.01.22 р.).
2. Шмагіна В. В. Механізми мобілізації природно-ресурсного потенціалу розвитку рекреації та туризму (на прикладі Українського Причорномор'я): дис.... канд. екон. наук : 08.08.01. – Одеса, 2001: URL : http://tourlib.net/aref_tourism/shmagina.htm.
3. Стратічук Н.В., Корнієнко В.О. Оцінка сталого використання природних ресурсів на території Херсонської області. Таврійський науковий вісник. № 119, 2020. С. 272-280.
4. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.
5. Давидова О.Г. Методи оцінювання туристичної привабливості регіонів країни. Український соціум. № 4 (55), 2015 : URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/10/97-107__no-4__vol-55__2015__UKR.pdf
6. Фролова В.Ю. SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичного ринку України. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. № 1 (29), 2015. С. 42-46.
7. Наврозова Ю.О., Кацюк В. Свот-аналіз передумов створення туристичного кластеру в Одеському регіоні. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. № 4 (57), 2016 : URL: <https://www.daemmt.odessa.ua>.
8. Шелеметьєва Т. В. SWOT-аналіз як дієвий інструмент процесу управління розвитком туризму в Україні. Інтелект XXI. № 6, 2018 : URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2018_6_23.
9. Шиманська В. В. SWOT-аналіз туристичного комплексу Житомирщини. Економіка. Управління. Інновації. № 1 (5), 2011 : URL: https://tourlib.net/statti_ukr/shymanska2.
10. Баєв В.В. Складові якості сфери туризму та їх оцінювання. Ефективна економіка. № 8, 2013 : URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2220>.
11. Лісовий А.В., Долга Г.В. Стратегічний аналіз потенціалу туристичної галузі України. Вісник ХНАУ : URL: DOI: 10.31359/2312-3427-2020-2-17.
12. Шиманська К. В., Миронюк М. А. Swot-аналіз національного бренду в контексті конкурентоспроможності України на світових ринках. Агросвіт. № 4, 2021. С. 17–23. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.17.

13. Shpak, N., Muzychenko-Kozlovska, O., Gvozdz, M., & Sroka W. Simulation of the Influence of External Factors on the Level of Use of the Regional Tourism Potential: A Practical Aspect. Administrative Sciences, vol. 11, iss. 3, 2021. Pp. 85-106 : URL: <https://doi.org/10.3390/admsci11030085>.

14. Державна служба статистики України: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 18.02.2022 р.).

15. Екологічний паспорт Одеської обл. URL: <https://ecology.odessa.gov.ua/novosti/ekologichnij-pasport-regionu-za-2020-rk> (дата звернення 18.02.2020 р.).

16. Міністерство культури та інформаційної політики: URL: <https://mkp.gov.ua/> (дата звернення 21 лютого 2022).

REFERENCES:

1. Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu Ukrainy (2022) [State agency for the development of tourism in Ukraine]. Available at: URL: <https://www.tourism.gov.ua> (accessed January 10, 2022).
2. Shmahina V.V. Mechanisms for mobilizing the natural resource potential of recreation and tourism (on the example of the Ukrainian Black Sea coast) [Mekhanizmy mobilizatsii pryrodno-resursnoho potentsialu rozvytku rekreatsii ta turyzmu (na prykladi Ukrainського Prychornomor'ia)] (2001): dys.... kand. ekon. nauk : 08.08.01. – Odesa : URL : http://tourlib.net/aref_tourism/shmagina.htm (in Ukrainian).
3. Strachuk N.V., Korniienko V.O. (2020) Assessment of sustainable use of natural resources in the Kherson region [Otsinka staloho vykorystannia pryrodnykh resursiv na terytorii Khersonskoi oblasti]. Tavriiskyi naukovyi visnyk. Vol. 119. Pp. 272-280. (in Ukrainian).
4. Assessment of tourist and recreational potential of the region: monograph (2016) [Otsinka turystychno-rekreatsijnoho potentsialu rehionu : monohrafiia] / za zah. red. V. H. Herasymenko. Odesa : ONEU. 262 p. (in Ukrainian).
5. Davydova O.H. (2015) Methods for assessing the tourist attractiveness of the country's regions [Metody otsiniuvannia turystychnoi pryvabylyvosti rehioniv krainy] Ukrainykyi sotsium. Vol. 4 (55) : URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/10/97-107__no-4__vol-55__2015__UKR.pdf. (in Ukrainian).
6. Frolova V. Iu. (2015) SWOT-analysis of the competitiveness of the tourist market of Ukraine [SWOT-analiz konkurentospromozhnosti turystychnoho rynku Ukrainy]. Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu. Vol. 1 (29). S. 42-46. (in Ukrainian).
7. Navrozova Yu.O., Katsiuk V. (2016) Swot-analysis of the preconditions for the creation of a tourist cluster in the Odessa region [Svot-analiz peredumov stvorennia turystychnoho klasteru v Odeskomu rehionii] Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti. Vol. 4 (57) : URL: <https://www.daemmt.odessa.ua>. (in Ukrainian).
8. Shelemetieva T. V. (2018) SWOT-analysis as an effective tool in the process of tourism development management in Ukraine [SWOT-analiz yak diievyi instrument protsesu upravlinnia rozvytkom turyzmu v Ukrainii] Intelkt KhKhI. Vol. 6 : URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2018_6_23. (in Ukrainian).

9. Shymanska V. V. (2011) SWOT-analysis of the tourist complex of Zhytomyr region [SWOT-analiz turystychnoho kompleksu Zhytomyrshchyny. Ekonomika. Upravlinnia] Innovatsii. Vol. 1 (5) : URL: https://tourlib.net/statti_ukr/shymanska2. (in Ukrainian).
10. Baiev V.V. (2013) Component qualities of tourism and their evaluation [Skladovi yakosti sfery turizmu ta yikh otsiniuvannia]. Efektyvna ekonomika. Vol. 8 : URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2220>. (in Ukrainian).
11. Lisovyi A.V., Dolha H.V. (2020) Strategic analysis of the potential of the tourism industry of Ukraine [Stratehichnyi analiz potentsialu turystychnoi haluzi Ukrainy] Visnyk KhNAU. URL: DOI: 10.31359/2312-3427-2020-2-17. (in Ukrainian).
12. Shymanska K. V., Myroniuk M.A. (2021) Swot-analysis of the national brand in the context of Ukraine's competitiveness in world markets [Swot-analiz natsionalnogo brendu v konteksti konkurentospromozhnosti Ukrainy na svitovykh rynkakh] Ahrosvit. Vol. 4, pp. 17-23: URL : DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.17. (in Ukrainian).
13. Shpak, N., Muzychenko-Kozlovska, O., Gvozd, M., & Sroka W. (2021) Simulation of the Influence of External Factors on the Level of Use of the Regional Tourism Potential: A Practical Aspect. Administrative Sciences, vol. 11, iss. 3, pp. 85-106 : URL: <https://doi.org/10.3390/admsci11030085> (in English).
14. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2021): Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 18 February 2022).
15. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2021) Ekolohichni pasport Odeskoi oblasti [Ecological passport of Odessa region]. Available at: <https://ecology.odessa.gov.ua/novosti/ekologchnij-pasport-regonu-za-2020-rk>: Available at: (accessed 18 February 2022).
16. Ministerstvo kultury ta informatsiinoi polityky (2022): Available at: <https://mkip.gov.ua/> (accessed 21 February 2022).