УДК 338:379.85

Ірина Володимирівна ПИСАРЕВА

асистент,
кафедра туризму і готельного господарства,
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
E-mail: pirinka88@gmail.com

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СТРАТЕГІЧНУ ПОЗИЦІЮ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

Писарева, І. В. Аналіз чинників, що впливають на стратегічну позицію туристичних ресурсів [Текст] / Ірина Володимирівна Писарева // Український журнал прикладної економіки. – 2017. – Том 2. – Випуск 2. – С. 75-92. – ISSN 2415-8453.

Анотація

Вступ. *Останніми роками більшість дослідників визначають стан та розвиток туристичних ресурсів як нестабільний, нестійкий, що характеризується низькою ефективністю та нераціональним використанням наявного туристичного потенціалу. Особливе значення в сучасних умовах має вивчення стратегічної позиції туристичних ресурсів та визначення шляхів їх найбільш оптимального використання в тих регіонах, на території яких активно розвиваються різні види туризму.*

Мета. *Метою статті є визначення стратегічної позиції туристичних ресурсів через аналіз зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на їх розвиток. Для цього були визначені ті з них, які впливають на розвиток туристських ресурсів.*

Метод. *Для визначення стратегічної позиції туристичних ресурсів було використано метод SWOT-аналізу.*

Результати. *На основі оцінок зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на розвиток туристичних ресурсів була визначена їх стратегічна позиція: для розвитку туристичних ресурсів слід орієнтувати стратегії на боротьбу із загрозами за рахунок використання внутрішніх резервів.*

Ключові слова: *туризм; можливості та загрози; сильні та слабкі сторони; туристичні ресурси; стратегічна позиція; SWOT-аналіз.*

Iryna Volodymyrivna PYSAREVA

Assistant,
Department of Tourism and Hospitality Management,
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
E-mail: pirinka88@gmail.com

ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE THE STRATEGIC POSITION OF TOURISM RESOURCES

Abstract

The purpose of the work is to analyze the factors influencing the strategic position of tourism resources. External and internal factors influencing the development of tourism resources are identified. Opportunities and threats, strengths and weaknesses of tourism resources development are analyzed. The SWOT analysis of the tourism resources strategic position is

© Ірина Володимирівна Писарева, 2017

carried out. According to the results of the analysis it is determined that strategies for combating threats should be guided by the use of internal reserves for the tourism resources development.

Keywords: *tourism; opportunities and threats; strengths and weaknesses; tourism resources; strategic position; SWOT analysis.*

JEL classification: R50, Z30, C10

Вступ

Останніми роками більшість дослідників визначають стан та розвиток туристичних ресурсів як нестабільний, нестійкий, що характеризується низькою ефективністю та нераціональним використанням наявного туристичного потенціалу, виснаженням багатьох видів туристичних ресурсів та збільшенням обсягів забруднення туристичних комплексів.

Стану та розвитку туристичних ресурсів і факторам, що впливають на їх розвиток, присвячені праці провідних вітчизняних науковців, зокрема О. Александрової, М. Борущака, З. Герасимчук, М. Глядіної, В. Данильчука, В. Євдокименка, І. Зоріна, Н. Кабушкіна, В. Квартального, Е. Котлярова, В. Киф'яка, М. Мальської, Л. Мельника, А. Олексюк, Т. Ткаченко, І. Смаль, С. Харічкова, І. Школи, В. Шмагіної.

Серед зарубіжних вчених окремі чинники впливу на розвиток туристичних ресурсів розглянуті в працях Л. Мітчела, Й. Петера, Д. Хадсон, К. Холл та інших представників наукових шкіл із різних країн світу.

Особливе значення в сучасних умовах має вивчення стратегічної позиції туристичних ресурсів та визначення шляхів їх найбільш оптимального використання в тих регіонах, на території яких активно розвиваються різні види туризму і де ця галузь визначена як одна з головних в економіці.

Мета статті

Метою статті є визначення стратегічної позиції туристичних ресурсів через аналіз зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на їх розвиток.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Одним з класичних інструментів, що використовується для аналізу зовнішніх та внутрішніх чинників, які впливають на туристичні ресурси, є метод SWOT-аналізу: напрям розвитку обирається залежно від стратегічної позиції, яку займає регіон у матриці SWOT. Цей термін складається з початкових букв англійських слів strengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), opportunities (можливості), threats (загрози), які відображають, яку інформацію слід отримати в результаті проведеного аналізу. Традиційно SWOT-аналіз здійснюється у чотири етапи: аналіз факторів макросередовищ; аналіз факторів безпосереднього оточення; аналіз факторів внутрішнього середовища; побудова узагальнювальної SWOT-матриці.

Однією з основних проблем при цьому є відбір на попередньому етапі факторів, що підлягають аналізу і є найбільш важливими для регіону в ситуації, в якій він функціонує, оскільки неможливо охопити неосяжне.

На кожному з етапів здійснюється оцінка факторів і ступеня їх впливу на галузь за 3-бальною шкалою (3 бали – сильний вплив, 2 – помірний, 1 – слабкий), напрямок впливу визначається або позитивним впливом (+), або негативним(-); розробляються відповідні профілі середовища.

Зовнішні чинники впливають на туристичні ресурси за допомогою змін, що відбуваються в житті суспільства, і мають неоднакову значущість для різних елементів системи туризму. До числа найважливіших зовнішніх чинників, що впливають на розвиток туристичних ресурсів, можна віднести: політико-правові, економічні, соціально-демографічні, техніко-технологічні та екологічні чинники.

Вплив економічних чинників на туристичні ресурси головним чином обумовлений тим, що між тенденціями розвитку туристичних ресурсів і економіки спостерігається тісний взаємозв'язок. Держави з розвиненою економікою, як правило, лідирують на світовому ринку по кількості туристських поїздок своїх громадян.

Серед соціальних чинників розвитку туристичних ресурсів насамперед необхідно зауважити збільшення тривалості вільного часу населення, що у поєднанні з підвищенням рівня життя означає приплив нових потенційних туристів. Постійний вплив на розвиток туристичних ресурсів роблять політичні чинники, що стосуються чисельності населення, розміщення його по окремих країнах і регіонах, структура населення за статтю та віком (з визначенням працездатного населення, учнів і пенсіонерів), сімейного стану і складу сімей. Так зростання населення загалом прямо пропорційно впливає на збільшення числа туристів і відповідно попиту на туристичні ресурси. Значний вплив на розвиток туризму роблять політико-правові чинники: політична обстановка у світі і окремих країнах; політика відкриття кордонів; пом'якшення адміністративного контролю у сфері туризму та інше. Техніко-технологічні чинники, пов'язані з прогресом у техніці і технологіях, значною мірою впливають на розвиток туристичних ресурсів, відкривають можливості для створення нових видів ресурсів та послуг і вдосконалення обслуговування клієнтів. Екологічні фактори чинять на туристичні ресурси найбезпосереднішу дію, особливо на природно-кліматичні, оскільки довкілля є основою і потенціалом туристської діяльності. Аналіз макросередовища туристичних ресурсів наведено в таблиці 1.

За результатами проведеного аналізу видно, що фактори макросередовища мають негативний влив на розвиток туристичних ресурсів, це більшою мірою пов’язано з нестабільною політичною та економічною ситуацією в країні.

Наступними чинниками, що впливають на розвиток туристичних ресурсів, є чинники безпосереднього оточення, до них відносяться: споживачі туристичних ресурсів (туристи, екскурсанти, місцеве населення), постачальники (підприємства, що сприяють розвитку туристичних ресурсів), конкуренти (сусідні регіони, країни з аналогічними або унікальними туристичними ресурсами), контактні аудиторії (заклади та організації, які сприятимуть збільшенню кількості відвідувачів), посередники (підприємства, що сприяють розвитку та просуванню туристичних ресурсів на туристичному ринку).

Аналіз чинників безпосереднього оточення наведено в таблиці 2.

Чинники безпосереднього оточення також мають негативний вплив на розвиток туристичних ресурсів, більш за все це пов’язано з недостатньою інформованістю споживачів, низьким рівнем вивчення конкурентів та слабкою взаємодією з контактними аудиторіями. Серед позитивних чинників можна назвати співпрацю з постачальниками та посередниками.

Таблиця 1. Аналіз чинників макросередовища туристичних ресурсів

Чинники	Вплив, бали	Напрямок впливу (+,-)	Оцінка характеру і ступені впливу
1	2	3	4
Політико-правові			
Політична нестабільність у країні	3	-	-3
Постійні зміни в законодавстві України	3	-	-3
Неузгодженість дій законодавчої та виконавчої влади	2	-	-2
Незабезпечення правовою базою гарантій підприємницької діяльності	2	-	-2
Якість законодавчих актів, які стосуються туристських ресурсів	2	-	-2
Темпи впровадження економічних реформ	2	-	-2
Міжнародні відносини	2	+	+2
Антимонопольна політика	2	-	-2
Відносини з країнами-сусідами	3	-	-3
Спростування візового режиму	2	+	+2
Разом політико-правові чинники:	**-15**		
Економічні			
Дестабілізація економічної ситуації в країні	2	-	-2
Розвиток продуктивних сил	2	-	-2
Коливання валютного курсу	3	-	-3
Скорочення об'ємів послуг, які надаються	2	-	-2
Спад платоспроможності активної частини населення	2	-	-2
Темп інфляції	3	-	-3
Зовнішньоекономічні зв'язки	2	+	+2
Спад купівельної спроможності	2	-	-2
Жорстка податкова політика	2	-	-2
Відсутність ефективних стимулів інвестування	2	-	-2
Стагнація економіки	2	-	-2
Процеси глобалізації	2	+	+2
Цінова політика	2	-	-2
Разом економічні чинники:	**-20**		
Соціально-демографічні			
Скорочення доходів населення	2	-	-2
Скорочення чисельності населення	2	-	-2
Зростання рівня безробіття	2	-	-2
Культурний рівень населення	2	+	+2
Міграційні процеси	2	-	-2
Рівень освіти в країні	2	-	-2
Рівень якості життя населення	3	-	-3
Скорочення робочого часу населення	2	-	-2
Урбанізація	2	+	+2
Рівень суспільної свідомості	2	+	+2

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
Безпека населення	2	-	-2
Криміногенна обстановка в країні	3	-	-3
Разом соціально-демографічні чинники:	**-12**		
Техніко-технологічні			
Інформація та комунікація	3	+	+3
Прискорення науково-технічного прогресу	2	+	+2
Використання підприємствами техніко-технологічних можливостей	2	+	+2
Фінансування наукоємних галузей	2	+	+2
Наукові дослідження в області туризму	2	+	+2
Розвиток транспортної інфраструктури	2	+	+2
On-line технології	3	+	+3
Разом техніко-технологічні чинники:	**+16**		
Екологічні			
Забруднення довкілля	2	-	-2
Екологічна небезпека	1	-	-1
Зміни кліматичних умов	1	-	-1
Низький рівень охорони природних пам'яток	2	-	-2
Захист довкілля	2	-	-2
Разом екологічні чинники:	**-8**		
Разом за чинниками макросередовища:	**-40**		

Таблиця 2. Аналіз чинників безпосереднього оточення туристичних ресурсів

Чинники	Вплив, бали	Напрямок впливу (+; -)	Оцінка характеру і ступеня впливу
1	2	3	4
Споживачі			
Тенденція до скорочення цільового ринку	2	-	-2
Нерегулярне придбання послуг	3	-	-3
Можливість вибору інших видів турресурсів	2	-	-2
Можливість розширення кола потенційних споживачів	2	+	+2
Постійні зміни потреб і смаків споживачів	2	-	-2
Висока чутливість споживачів до зміни цін	2	-	-2
Недостатній рівень поінформованості споживачів	2	-	-2
Висока чутливість споживачів до реклами і СТИЗ	1	-	-1
Вимоги до якості послуг	3	-	-3
Разом			-15
Постачальники			
Активність закладів туризму	2	+	+2
Активність закладів розміщення	2	+	+2
Залучення нових постачальників	2	+	+2
Надаються додаткові послуги	1	+	+1

Продовження таблиці 2

1	2	3	4
Широкий асортимент послуг	2	+	+2
Активність навчальних закладів	2	+	+2
Разом			+13
Конкуренти			
Низькі бар'єри для входу на ринок	3	+	+3
Високий ступінь інтенсивності конкуренції на ринку	2	-	-2
Невисока маркетингова активність конкурентів	1	+	+1
Відсутність вивчення конкурентів	2	-	-2
Наявність сильних сторін по відношенню до конкурентів	2	+	+2
Низька активність конкурентної боротьби	1	-	-1
Разом			+1
Контактні аудиторії			
Посилення тиску з боку контролюючих органів	2	-	-2
Поширення кола послуг, які надаються фінансовими установами	2	+	+2
Недостатність контактів із пресою	2	-	-2
Контакти з дитячо-юнацькими закладами	2	-	-2
Недостатність контактів з навчальними закладами	2	-	-2
Робота з науково-дослідними інститутами	2	+	+2
Разом			-4
Посередники			
Надання кредитів банками на вигідних умовах	2	+	+2
Співпраця з турагентствами та екскурсійними бюро	2	+	+2
Співпраця з івент-агенствами	2	+	+2
Співпраця із закладами розміщення	2	+	+2
Співпраця із санаторно-курортними закладами	2	+	+2
Разом			+10
Разом за чинниками безпосереднього оточення			**+5**

Враховуючи отримані результати аналізу чинників макросередовища та безпосереднього оточення, що впливають на розвиток туристичних ресурсів, можна визначити можливості та загрози для подальшого їх розвитку (таблиця 3).

Таблиця 3. Можливості та загрози для розвитку туристичних ресурсів

Можливості	Загрози
1	2
1.1 Міжнародні відносини	2.1 Політична нестабільність у країні
1.2 Спростування візового режиму	2.2 Постійні зміни в законодавстві України
1.3 Зовнішньоекономічні зв'язки	2.3 Неузгодженість дій законодавчої та виконавчої влади
1.4 Процеси глобалізації	2.4 Незабезпечення правовою базою гарантій підприємницької діяльності
1.5 Культурний рівень населення	2.5 Якість законодавчих актів, які стосуються туристських ресурсів
1.6 Урбанізація	2.6 Темпи впровадження економічних реформ
1.7 Рівень суспільної свідомості	2.7 Антимонопольна політика
1.8 Інформація та комунікація	2.8 Відносини з країнами-сусідами
1.9 Прискорення науково-технічного прогресу	2.9 Дестабілізація економічної ситуації в країні
1.10 Використання підприємствами техніко-технологічних можливостей	2.10 Розвиток продуктивних сил
1.11 Фінансування наукоємних галузей	2.11 Коливання валютного курсу
1.12 Наукові дослідження в області туризму	2.12 Скорочення об'ємів послуг, які надаються
1.13 Розвиток транспортної інфраструктури	2.13 Спад платоспроможності активної частини населення
1.14 On-line технології	2.14 Темп інфляції
1.15 Можливість розширення кола потенційних споживачів	2.15 Спад купівельної спроможності
1.16 Активність закладів туризму	2.16 Жорстка податкова політика
1.17 Активність закладів розміщення	2.17 Відсутність ефективних стимулів інвестування
1.18 Залучення нових постачальників	2.18 Стагнація економіки
1.19 Надаються додаткові послуги	2.19 Цінова політика
1.20 Широкий асортимент послуг	2.20 Скорочення доходів населення
1.21 Активність навчальних закладів	2.21 Скорочення чисельності населення
1.22 Низькі бар'єри для входу на ринок	2.22 Зростання рівня безробіття
1.23 Невисока маркетингова активність конкурентів	2.23 Міграційні процеси
1.24 Наявність сильних сторін по відношенню до конкурентів	2.24 Рівень освіти в країні
1.25 Поширення кола послуг, які надаються фінансовими установами	2.25 Рівень якості життя населення
1.26 Робота з науково-дослідними інститутами	2.26 Скорочення робочого часу населення
	2.27 Безпека населення
	2.28 Криміногенна обстановка в країні
	2.29 Забруднення навколишнього середовища
	2.30 Екологічна небезпека
	2.31 Зміни кліматичних умов
	2.32 Низький рівень охорони природних пам'яток

Продовження таблиці 3

1	2
1.27 Надання кредитів банками на вигідних умовах 1.28 Співпраця з турагентствами та екскурсійними бюро 1.29 Співпраця з івент-агентствами 1.30 Співпраця із закладами розміщення 1.31 Співпраця з санаторно-курортними закладами та базами відпочинку	2.33 Захист навколишнього середовища 2.34 Тенденція до скорочення цільового ринку 2.35 Нерегулярне придбання послуг 2.36 Можливість вибору інших видів турресурсів 2.37 Постійні зміни потреб і смаків споживачів 2.38 Висока чутливість споживачів до зміни цін 2.39 Недостатній рівень поінформованості споживачів 2.40 Висока чутливість споживачів до реклами і засобів СТИЗ 2.41 Вимоги до якості послуг 2.42 Високий ступінь інтенсивності конкуренції на ринку 2.43 Відсутність вивчення конкурентів 2.44 Низька активність конкурентної боротьби 2.45 Посилення тиску з боку контролюючих органів 2.46 Недостатність контактів із пресою 2.47 Недостатність контактів з дитячо-юнацькими закладами 2.48 Недостатність контактів з навчальними закладами

Внутрішні чинники, що впливають на туристичні ресурси, це ключові явища і тенденції, що проявляються безпосередньо у сфері туризму. До них належать насамперед матеріально-технічні чинники, пов'язані з розвитком туристичних ресурсів, їх сучасним станом та проблемами використання. Наступною групою чинників, що має значний вплив, є організаційно-управлінські, які враховують організаційні та управлінські особливості розвитку та використання туристичних ресурсів. Крім того, необхідно виокремити наступні чинники, безпосередньо пов'язані з попитом і пропозицією – маркетингові чинники, підвищення значущості ЗМІ в рекламі і просуванні туристичних ресурсів. Забезпечення туристичних ресурсів та організаційно-управлінського апарату туристичних ресурсів кваліфікованими кадрами. Використання інноваційних технологій у розвитку туристичних ресурсів, комп'ютеризація обліку туристичних ресурсів та інше. Особливу увагу слід звернути на фінансування туристичних ресурсів, виявлення альтернативних джерел фінансування, окрім державного та регіонального та власних коштів. Аналіз чинників внутрішнього середовища туристичних ресурсів наведено в таблиці 4.

Таблиця 4. Аналіз чинників внутрішнього середовища туристичних ресурсів

Чинники	Вплив, бали	Напря – мок впливу (+; -)	Оцінка характеру і ступеня впливу фактора
1	2	3	4
Матеріально-технічна база			
Наявність природних ресурсів	3	+	+3
Наявність значної кількості історико-культурних ресурсів	3	+	+3
Достатньо розвинені інфраструктурні ресурси	2	+	+2
Недбале зберігання об'єктів історико-культурного туризму	2	-	-2
Вигідне географічне розташування регіону	2	+	+2
Недостатньо розвинена матеріально-технічна база	3	-	-3
Разом			+5
Організація управління			
Відсутність чіткої організаційно-управлінської структури	2	-	-2
Наявність організаційних елементів маркетингу	2	+	+2
Багато працівників не виконують свої обов'язки у повному обсязі	2	-	-2
Відсутність контролюючих органів	2	-	-2
Відсутність планів та чіткої спеціалізації	2	-	-2
Відсутність стратегії розвитку	2	-	-2
Відсутність єдиного кадастру туристських ресурсів	3	-	-3
Разом			-11
Маркетинг			
Не проводяться маркетингові дослідження	2	-	-2
Формування асортименту за власним вибором	3	+	+3
Контроль якості послуг	2	+	+2
Недостатньо ефективна збутова діяльність	2	-	-2
Низький рівень стимулювання споживачів	2	-	-2
Недостатньо ефективна рекламна діяльність	2	-	-2
Низький рівень використання інтернет-реклами	2	-	-2
Низький рівень використання івент-технологій	2	-	-2
Низький рівень використання засобів стимулювання збуту	2	-	-2
Разом			-3
Фінанси			
Недостатнє державне та регіональне фінансування	2	-	-2
Негативна динаміка у більшості основних показників фінансово-господарської діяльності підприємств	3	-	-3
Низький рівень залучення інвестицій	2	-	-2
Залучення коштів за допомогою недержавних програм	1	+	+1

Продовження таблиці 4

1	2	3	4
Низький розвиток державно-приватного партнерства	3	-	-3
Низький рівень використання міжнародних грантів	2	-	-2
Створення фондів з охорони та збереження пам’яток	2	+	+2
Разом			-9
Технологія і наука			
Упровадження нових технологій	2	+	+2
Низький рівень використання прогресивних методів збуту	2	-	-2
Використання комп’ютерних технологій	2	+	+2
Упровадження нововведень	2	+	+2
Запровадження інновацій	2	+	+2
Створення нових ресурсів	2	+	+2
Науково-дослідна робота	2	+	+2
Разом			+10
Персонал			
Недостатній рівень кваліфікації працівників апарату управління	2	-	-2
Зростання продуктивності праці працівників	2	+	+2
Низький показник плинності кадрів	1	+	+1
Недостатнє стимулювання працівників	2	-	-2
Низький рівень мотивації працівників	2	-	-2
Рівень якості освіти працівників	2	-	-2
Підвищення кваліфікації працівників	2	+	+2
Разом			-1
Загалом фактори внутрішнього середовища			**-9**

Аналіз факторів внутрішнього середовища туристичних ресурсів показав, що негативний напрямок впливу мають організаційно-управлінські чинники, маркетингова діяльність та існують труднощі з джерелами фінансування. Існують проблеми і з кадрами, але наявність перспективної матеріально технічної бази та можливість використання нових технологій надають можливість туристичним ресурсам існувати.

За результатом аналізу внутрішнього середовища туристичних ресурсів можна визначити їх сильні та слабкі сторони (таблиця 5).

Для виявлення найбільш значущих факторів з них необхідно провести їх позиціювання за допомогою профілю позиціювання елементів SWOT. У цьому профілі елементи SWOT-аналізу оцінюються експертами за ступенем впливу на стан справ, а також за імовірністю реалізації (можливостей), виникнення відповідної ситуації (загроз), підтримки і розвитку (сильних сторін), подолання (слабких сторін) (табл. 6). Елементи SWOT у виділених полях профілю позиціювання є найбільш значущими.

Для подальшого їх розгляду, попарного зіставлення необхідно скласти матрицю SWOT, у яку вносяться найбільш значущі елементи SWOT, виявлені у відповідному профілі позиціювання, таблиця 7.

На перетині окремих складових груп факторів було сформовано 4 поля (квадранти), що визначають стратегічну позицію як певне співвідношення факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Таблиця 5. Сильні та слабкі сторони розвитку туристичних ресурсів

Сильні сторони	Слабкі сторони
3.1 Наявність природних ресурсів 3.2 Наявність значної кількості історико-культурних ресурсів 3.3 Достатньо розвинені інфраструктурні ресурси 3.4 Вигідне географічне розташування регіону 3.5 Наявні організаційні елементи маркетингу 3.6 Формування асортименту за власним вибором 3.7 Контроль якості послуг 3.8 Залучення коштів за допомогою недержавних програм 3.9 Створення фондів з охорони та збереження пам'яток 3.10 Упровадження нових технологій 3.11 Використання комп'ютерних технологій 3.12 Упровадження нововведень 3.13 Запровадження інновацій 3.14 Створення нових ресурсів 3.15 Науково-дослідна робота 3.16 Зростання продуктивності праці працівників 3.17 Низький показник плинності кадрів 3.18 Підвищення кваліфікації працівників	4.1 Недбале зберігання об'єктів історико-культурного туризму 4.2 Недостатньо розвинена матеріально-технічна база 4.3 Відсутність чіткої організаційно-управлінської структури 4.4 Багато працівників не виконують свої обов'язки у повному обсязі 4.5 Відсутність контролюючих органів 4.6 Відсутність планів та чіткої спеціалізації 4.7 Відсутність стратегії розвитку 4.8 Відсутність єдиного кадастру туристських ресурсів 4.9 Не проводяться маркетингові дослідження 4.10 Недостатньо ефективна збутова діяльність 4.11 Низький рівень використання інтернет-реклами 4.12 Низький рівень використання івент-технологій 4.13 Низький рівень використання засобів стимулювання збуту 4.14 Низький рівень стимулювання споживачів 4.15 Недостатньо ефективна рекламна діяльність 4.16 Недостатнє державне та регіональне фінансування 4.17 Негативна динаміка у більшості основних показників фінансово-господарської діяльності підприємств 4.18 Низький рівень залучення інвестицій 4.19 Низький розвиток державно-приватного партнерства 4.20 Низький рівень використання міжнародних грандів 4.21 Низький рівень використання прогресивних методів збуту 4.22 Недостатній рівень кваліфікації працівників апарату управління 4.23 Недостатнє стимулювання працівників 4.24 Мотивація працівників

Поле сильних сторін та можливостей (SO) передбачає розробку стратегій підтримки і розвитку сильних сторін регіону в напрямку реалізації можливостей зовнішнього середовища (це майже всі стратегії зростання: інтенсивного, інтегрованого та диверсифікованого).

Таблиця 6. Профіль позиціювання елементів SWOT

Ступінь впливу елементів на розвиток туристських ресурсів	Елементи SWOT											
	Можливості			Загрози			Сильні сторони			Слабкі сторони		
	Імовірність реалізації			Імовірність виникнення			Імовірність підтримки і розвитку			Імовірність подолання		
	Висока	Середня	Низька	Висока	Середня	Низька	Висока	Середня	Низька	Висока	Середня	Низька
Сильний вплив	1.8 1.14	1.22		2.1 2.8 2.11 2.28	2.2 2.35 2.41	2.25		3.1 3.2 3.6 3.7		4.19	4.2 4.8 4.17	
Помірний вплив	1.2 1.4 1.9 1.16 1.17 1.28 1.29 1.30 1.31	1.1 1.3 1.5 1.6 1.10 1.13 1.15	1.7 1.12	2.6 2.7 2.9 2.12 2.21 2.22 2.23 2.37 2.38 2.46 2.47 2.48	2.3 2.4 2.5 2.14 2.15 2.16 2.17 2.19 2.20 2.27 2.29 2.32 2.33 2.34 2.36 2.39 2.43	2.10 2.13 2.18 2.24 2.26 2.42 2.45	3.11 3.16 3.18	3.3 3.5 3.9 3.10 3.12 3.13 3.14 3.15	3.4	4.3 4.4 4.5 4.7 4.18	4.1 4.6 4.9 4.10 4.11 4.12 4.13 4.16 4.20 4.22 4.23 4.25	4.14 4.15 4.21 4.24
Слабкий вплив		1.19 1.20 1.23 1.25 1.26	1.11 1.27		2.30 2.31 2.44	2.40		3.8 3.17				

Таблиця 7. Найбільш значущі елементи SWOT

Зовнішнє середовище	
Можливості	**Загрози**
1. Міжнародні відносини – 2 2. Спростування візового режиму – 2 3. Зовнішньоекономічні зв'язки – 2 4. Процеси глобалізації – 2 5. Культурний рівень населення – 2 6. Урбанізація – 2 7. Інформація та комунікація – 3 8. Прискорення науково-технічного прогресу – 2 9. Використання підприємствами техніко-технологічних можливостей – 2 10. Розвиток транспортної інфраструктури – 2 11. On-line технології – 3 12. Можливість розширення кола потенційних споживачів – 2 13. Активність закладів туризму – 2 14. Активність закладів розміщення – 2 15. Залучення нових постачальників – 2 16. Активність навчальних закладів – 2 17. Низькі бар'єри для входу на ринок – 3 18. Наявність сильних сторін по відношенню до конкурентів – 2 19. Співпраця з турагентствами та екскурсійними бюро – 2 20. Співпраця з івент-агенствами – 2 21. Співпраця із закладами розміщення – 2 22. Співпраця із санаторно-курортними закладами та базами відпочинку – 2	1. Політична нестабільність у країні – 3 2. Постійні зміни в законодавстві України – 3 3. Неузгодженість дій законодавчої та виконавчої влади – 2 4. Незабезпечення правовою базою гарантій підприємницької діяльності – 2 5. Якість законодавчих актів, які стосуються туристських ресурсів -2 6. Відносини з країнами-сусідами – 3 7. Дестабілізація економічної ситуації в країні – 3 8. Коливання валютного курсу – 3 9. Скорочення об'ємів наданих послуг – 2 10. Темп інфляції – 2 11. Спад купівельної спроможності – 2 12. Жорстка податкова політика – 2 13. Відсутність ефективних стимулів інвестування – 2 14. Скорочення доходів населення – 2 15. Скорочення чисельності населення – 2 16. Зростання рівня безробіття -2 17. Міграційні процеси – 2 18. Безпека населення – 2 19. Криміногенна обстановка в країні- 3 20. Забруднення довкілля – 2 21. Низький рівень охорони природних пам'яток – 2 22. Нерегулярне придбання послуг – 3 23. Можливість вибору інших видів турресурсів – 2 24. Постійні зміни потреб і смаків споживачів – 2 25. Висока чутливість споживачів до зміни цін – 2 26. Недостатній рівень поінформованості споживачів – 2 27. Вимоги до якості послуг – 3 28. Відсутність вивчення конкурентів – 2 29. Недостатність контактів із пресою – 2 30. Недостатність контактів з дитячо-юнацькими закладами – 2 31. Недостатність контактів з навчальними закладами – 2
Середнє значення -2,14	***Середнє значення – 2,19***

Продовження таблиці 7

1	2
Внутрішнє середовище	
Сильні сторони	**Слабкі сторони**
1. Наявність природних ресурсів – 3 2. Наявність значної кількості історико-культурних ресурсів – 3 3. Достатньо розвинені інфраструктурні ресурси – 2 4. Наявні організаційні елементи маркетингу – 2 5. Формування асортименту за власним вибором – 3 6. Контроль якості послуг – 3 7. Створення фондів з охорони та збереження пам’яток – 2 8. Упровадження нових технологій – 2 9. Використання комп’ютерних технологій – 2 10. Упровадження нововведень – 2 11. Створення нових ресурсів – 2 12. Науково-дослідна робота – 2 13. Зростання продуктивності праці працівників – 2 14. Підвищення кваліфікації працівників – 2	1. Недбале зберігання об’єктів історико-культурного туризму – 2 2. Недостатньо розвинена матеріально-технічна база – 3 3. Відсутність чіткої організаційно-управлінської структури – 2 4. Багато працівників не виконують свої обов’язки у повному обсязі – 2 5. Відсутність контролюючих органів – 2 6. Відсутність планів та чіткої спеціалізації – 2 7. Відсутність стратегії розвитку -2 8. Відсутність єдиного кадастру туристських ресурсів – 3 9. Не проводяться маркетингові дослідження – 2 10. Недостатньо ефективна збутова діяльність – 2 11. Низький рівень використання інтернет-реклами – 2 12. Низький рівень використання івент-технологій – 2 13. Низький рівень використання засобів стимулювання збуту – 2 14. Недостатнє державне та регіональне фінансування – 2 15. Негативна динаміка у більшості основних показників фінансово-господарської діяльності підприємств – 3 16. Низький рівень залучення інвестицій – 2 17. Низький розвиток державно-приватного партнерства – 3 18. Низький рівень використання міжнародних грандів – 2 19. Недостатній рівень кваліфікації працівників апарату управління – 2
Середнє значення – 2,29	***Середнє значення – 2,21***

Поле слабких сторін та можливостей (WO) спрямовує дії регіону на використання можливостей для подолання слабких сторін внутрішнього потенціалу регіону (здебільшого використовуються стратегії стабілізації, горизонтальної інтеграції або зв’язаної диверсифікації);

Поле сильних сторін та загроз (ST) орієнтує стратегії на боротьбу із загрозами за рахунок використання внутрішніх резервів (характерно використання здебілього

стратегії інтенсивного зростання або обмеженого зростання);

Поле слабких сторін та загроз (WT) визначає необхідність розробки такої стратегії, яка б дозволила регіону не тільки укріпити свій потенціал, але і подолати можливі загрози у внутрішньому середовищі (використовуються здебільшого стратегії скорочення, виживання).

За можливостями, загрозами, сильними і слабкими сторонами знаходиться середня оцінка в розрізі балів, отриманих з відповідних профілів зовнішнього та внутрішнього середовища. У полях (квадрантах) матриці отримані оцінки перемножуються. Квадрант, який отримав найбільшу оцінку, і визначає стратегічну позицію регіону (таблиця 8).

Таблиця 8. Визначення стратегічної позиції туристичних ресурсів

Сильні сторони і Можливості (К= 4,9)	***Сильні сторони і Загрози (К=5,0)***
– прискорення науково-технічного прогресу за рахунок упровадження нових технологій та використання міжнародних грантів; – розширення кола споживачів за допомогою використання прогресивних методів збуту; – підвищення активності закладів туризму та готельного господарства за рахунок залучення інвестицій та коштів недержавних програм; – використання роботи з івент-агентствами для запровадження нововведень та інновацій; – використання існуючих туристських ресурсів для підвищення культурного рівня населення; – урбанізаційні процеси сприяють розвитку природно-культурних ресурсів та збільшують кількість населення, що потребує відпочинку на природі; – міжнародне співробітництво для підвищення кваліфікації працівників.	– зменшення інвестицій у зв'язку з політичною та економічною нестабільністю в країні; – упровадження нововведень та запровадження інвестицій збільшать об'єм наданих послуг; – використання прогресивних методів збуту, що збільшить об'єм цільового ринку та підвищить рівень поінформованості споживачів; – контроль якості послуг, який зменшить тиск з боку контролюючих органів; – створення фондів з охорони та збереження пам'яток, що підвищить рівень охорони природних пам'яток; – створення нових туристських ресурсів, що надасть можливість підвищити об'єм наданих послуг, згладить сезонність надання послуг та створить додаткові робочі місця; – розробка нових законів, підзаконних актів, стратегій та програм розвитку, що дасть можливість систематизувати та структурувати діяльність та розвиток туристських ресурсів.

Продовження таблиці 8

Слабкі сторони і Можливості (К=4,7)	*Слабкі сторони і Загрози (К=4,8)*
– прискорення використання науково-технічного прогресу надасть можливість розвинення туристських ресурсів та створення нових; – використання інформації та комунікації дасть можливість якісно проводити маркетингові дослідження ринку, потреб споживачів, конкурентів, тощо; – робота з івент-агентствами підвищить ефективність рекламної та збутової діяльності; – співпраця з турагентствами та екскурсійними бюро, івент-агентствами, закладами розміщення та санаторно-курортними закладами і базами відпочинку наддасть можливість підвищити рівень залучення інвестицій та розвитку державно-приватного партнерства; – міжнародні відносини та зовнішньоекономічні зв'язки нададуть можливість використання міжнародних грантів для розвитку туристських ресурсів; – наукові дослідження сприятимуть створенню єдиного реєстру туристських ресурсів; – розробка науково-дослідними інститутами планів та чіткої спеціалізації та розробка стратегії розвитку туристських ресурсів; – підвищення рівня кваліфікації працівників апарату управління за рахунок міжнародних навчальних програм; – активність закладів туризму і розміщення допоможе підвищити рівень стимулювання споживачів.	– недостатнє державне та регіональне фінансування через нестабільність політичної та економічної ситуації в країні; – скорочення об'ємів наданих послуг через недостатню збутову і рекламну діяльність; – недостатній рівень кваліфікації працівників апарату управління для роботи в ринкових умовах у зв'язку зі змінами у законодавстві та нестабільній політичній ситуації в країні; – неузгодженість дій законодавчої та виконавчої влади, що призводить до відсутності чіткої організаційно-управлінської структури; – зміни в законодавстві, які не дають можливості розробляти стратегії та програми розвитку туристських ресурсів; – політична та економічна нестабільність у країні, що гальмує розвиток туристських ресурсів та впливає на динаміку більшості основних показників фінансово-господарської діяльності підприємств; – відсутність вивчення конкурентів через відсутність маркетингових досліджень ринку, потреб споживачів, конкурентів тощо.

За результатами проведеного SWOT-аналізу найбільший коефіцієнт отримало поле сильних сторін та загроз. Це свідчить про те, що для розвитку туристичних ресурсів слід орієнтувати стратегії на боротьбу із загрозами за рахунок використання внутрішніх резервів.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Туристичні ресурси сьогодні є ключовим фактором розвитку туризму в регіоні, оскільки задовольняють першочергові потреби туристів. За результатами проведеного аналізу можна зробити наступні висновки: зовнішні чинники мають негативний вплив на розвиток туристичних ресурсів, це пов'язано з нестабільною політичною та економічною ситуацією в країні; чинники безпосереднього оточення також мають негативний влив на розвиток туристичних ресурсів, більш за все це пов'язано з недостатньою інформованістю споживачів, низьким рівнем вивчення конкурентів та слабкою взаємодією з контактними аудиторіями; до внутрішніх чинників, що мають негативний влив на розвиток туристичних ресурсів, можна віднести організаційно-управлінські чинники, маркетингову діяльність та труднощі із джерелами фінансування. Є проблеми і з кадрами, але наявність перспективної матеріально технічної бази та можливість використання нових технологій надають можливість туристичним ресурсам існувати.

На основі оцінок зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на розвиток туристичних ресурсів, була визначена їх стратегічна позиція: для розвитку туристичних ресурсів слід орієнтувати стратегії на боротьбу із загрозами за рахунок використання внутрішніх резервів.

Список літератури

1. Борущак, М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія / М. Борущак – Львів: ІРД НАН України, 2006. – 288 с.
2. Герасимчук, З. В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізми формування та реалізації: монографія / З. В. Герасимчук, М. В. Глядіна – Луцьк: Надстир'я, 2006. – 161с.
3. Матвійчук, Л. Ю. Аналіз чинників впливу на стан та розвиток туристських ресурсів / Л. Ю. Матвійчук // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер.: Економіка . – 2012. – Вип. 19. – С. 172-175
4. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія / за ред. І. М. Школи. – Чернівці: Книги – XXI, 2007. – 292 с
5. Стратегія і тактика управління фірмою [Текст]: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, І. С. Фоломкіна; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2010. – 398 с. – (Школа маркетингового менеджменту)
6. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент: Концепции и ситуации / А. А. Томпсон, А. Д. Стриклend – М.: Вильяме, 2003.- 928 с.
7. Харрис, Г. Стимулирование международного туризма в 21 в. / Г. Харрис, К. М. Кац. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 238 с.

References

1. Borushchak, M. (2006). *Problemy formuvannya stratehiyi rozvytku turystychnykh rehioniv*. L'viv: IRD NAN Ukrayiny.
2. Herasymchuk, Z. V. & Hlyadina, M. V. (2006). *Rehional'na polityka rozvytku rekreatsiynoyi sfery: mekhanizmy formuvannya ta realizatsiyi*. Luts'k: Nadstyr'ya.
3. Matviychuk, L. Yu. (2012). Analiz chynnykiv vplyvu na stan ta rozvytok turysts'kykh resursiv. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu "Ostroz'ka akademiya*, 19, 172-175.
4. Shkola, I. M. (2007). *Rozvytok turystychnoho biznesu rehionu*. Chernivtsi: Knyhy-XXI.
5. Balabanova, L. V. & Folomkina, I. S. (2010). *Stratehiya i taktyka upravlinnya firmoyu*. Donets'k: DonNUET.

6. Tompson, A. A. & Stryklend, A. D. (2003). *Stratehycheskyy menedzhment: Kontseptsyy y sytuatsyy*. Moscow: Vyl'yams.
7. Kharrys, H. & Kats, K. M. (2000). *Stymulyrovanye mezhdunarodnoho turyzma v 21 v.* Moscow: Fynansy i statistika.

Стаття надійшла до редакції 15.06.2017 р.