

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра економіки, підприємництва та  
туризму

Кваліфікаційна робота  
на правах рукопису

**ШУТЕНКО ОЛЕКСАНДР ДМИТРОЧИВ**  
(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

**УДК 338.486:379.851**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ**  
**ТУРИЗМУ МІСЬКИХ АГЛОМЕРАЦІЙ**  
(тема роботи)

242 «Туризм»  
(шифр і назва спеціальності)

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання  
ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне  
джерело

\_\_\_\_\_  
(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи  
**Тищенко Світлана Володимирівна**  
(прізвище, ім'я, по батькові)  
\_\_\_\_\_  
К.е.н., доцент  
(науковий ступінь, вчене звання)

**Житомир – 2023**

**Висновок кафедри економіки, підприємництва та туризму**

за результатами попереднього захисту: \_\_\_\_\_

Протокол засідання кафедри економіки, підприємництва та туризму № \_\_ від  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.**Завідувач кафедри  
економіки, підприємництва та туризму**

д.е.н. професор \_\_\_\_\_

**Валінкевич Н. В.**

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**Результати захисту кваліфікаційної роботи**Здобувач вищої освіти \_\_\_\_\_ захистив  
(прізвище ,ім'я, по батькові)кваліфікаційну роботу з оцінкою:  
сума балів за 100-бальною шкалою \_\_\_\_\_  
за шкалою ECTS \_\_\_\_\_  
за національною шкалою \_\_\_\_\_

Секретар ЕК

\_\_\_\_\_  
(науковий ступінь, вчене звання)\_\_\_\_\_  
(підпис)**Мутасова С.А.**  
(прізвище ,ім'я, по батькові)

## ЗМІСТ

ВСТУП .....		5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ		
РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ В		
МІСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ.....		8
Соціально-економічні аспекти розвитку туризму.....		8
Класифікація ресурсних потенціалів функціонування та		
розвитку туризму.....		12
РОЗДІЛ 2. СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ		
ТУРИЗМУ У МІСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ.....		17
2.1. Інноваційно-інвестиційні фактори розвитку туризму .....		17
2.2. Категорії ризиків та ефективності в туризмі.....		21
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАСАД		
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У МІСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ.....		24
3.1. Відтворювальні процеси та планування у туристичній		
галузі.....		24
3.2. Формування структури управління туризмом міської		
агломерації.....		25
ВИСНОВКИ.....		30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....		32

## АНОТАЦІЯ

Шутенко О.Д. Організаційно-економічні засади розвитку туризму міських агломерацій – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 242 – «Туризм». – Поліський національний університет, Житомир, 2023.

Розглянуто процес формування організаційно-економічних засад розвитку туризму міських агломерацій. Відповідно теоретичних основ формування системи ресурсного забезпечення сфери туризму в міській агломерації досліджено соціально-економічні аспекти розвитку туризму та класифікацію ресурсних потенціалів функціонування та розвитку туризму.

Досліджуються системні властивості туризму, що дозволяють розглядати туризм як соціально-економічну систему, що входить до складу міської агломерації; розкрито основні підцілі розвитку туризму у міській агломерації; обґрунтовано методичні засади інноваційного та інвестиційного процесів туризму та їх особливості у міській агломерації, що відображено у запропонованій класифікації; запропоновано основні засади планування туризму з погляду його комплексного розвитку у міській агломерації.

Ключові слова: туризм, міська агломерація, організаційно-економічний механізм, туристський бізнес, туристські підприємницькі структури, інвестиційно-інноваційна діяльність.

## SUMMARY

Shutenko O.D. Organizational and economic planting for the development of tourism in the city's agglomerations - Qualification of the work on the rights of the manuscript.

Qualification of the robot for the education of the illuminating stage bachelor for the specialty 242 - "Tourism". – Polissia National University, Zhytomyr, 2023.

The process of forming organizational and economic ambush for the development of tourism in the city's agglomerations has been reviewed. Hundreds of theoretical foundations for the formation of a system of resource security for tourism in the urban agglomeration have been completed by the social and economic aspects of the development of tourism and the classification of resource potentials of the functioning and development of tourism. The systemic authorities of tourism are being developed, which allow tourism to be considered as a social and economic system that can enter the warehouse of the city's agglomeration; outlined the main developments of tourism in the urban agglomeration; methodical planting of innovative and investment processes in tourism and their particularities in the city agglomeration, which is shown in the proposition of the classification; the main plan for tourism planning has been approved at a glance of the comprehensive development of the city's agglomeration..

Key words: tourism, city agglomeration, organizational and economic mechanism, tourist business, tourist enterprises, investment and innovation activity.

## ВСТУП

*Актуальність теми.* У міській агломерації різні соціально-економічні тенденції життя суспільства проявляються досить яскраво та в насиченому вигляді, з позитивною тенденцією до зростання, що позначається на розвитку туризму та вимагає формування системи досліджень та удосконалення його основних функцій. Туризм є одним із найкращих напрямів відпочинку, завдяки якому є можливість подорожувати, розвиватися все стороннє та бути завжди активним та креативним. Формування організаційно-економічних основ розвитку туризму у міській агломерації дозволить виявити недоліки в розвитку, скоординувати процес його функціонування, визначити специфіку планування в умовах особливостей розвитку міської агломерації з урахуванням інноваційних, інвестиційних компонентів, забезпечити раціональне використання ресурсного потенціалу.

Таким чином створюється можливість спрямовувати пропозицію туристських послуг, координувати попит на них для максимального задоволення потреб населення міської агломерації у туризмі з одного боку та найдосконалішого розвитку самої агломерації з іншого боку. При цьому досягається процес сталого розвитку з метою позитивних соціальних та економічних змін, що виникають при вдосконаленому функціонуванні туристської діяльності у міській агломерації.

*Аналіз дослідження теми.* Тема розвитку туризму в міських агломераціях є досить популярною, але не повністю дослідженою, їй присвячено багато праць як українських науковців так і закордонних, особливо: Волонцевич Є.Ф., Сергєєва Т.М. [12], Демянчик, В.Т. [17], Єрмоніна Н.В. [20], Кузнецова Л.А. [25], Нікітюк Д.В. [26], Орлова В.С. [27], Jurowski C. and Olsen M.D [18], Hall С.М., Page S.J. [13]. Питання, що стосуються дослідження розвитку організаційно-економічних засад розвитку туризму вивчено недостатньо, тому це і актуалізує зазначену тему.

*Мета і завдання дослідження* полягає у дослідженні проблем розвитку туризму у міській агломерації та розробці організаційних та економічних засад

функціонування в ньому туризму. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- дослідити соціально-економічні аспекти розвитку туризму;
- вивчити класифікацію ресурсних потенціалів функціонування та розвитку туризму;
- розглянути основні підходи щодо визначення туристичного потенціалу міської агломерації;
- проаналізувати інноваційно-інвестиційні фактори розвитку туризму;
- виявити та систематизувати категорії ризиків в туризмі;
- розробка структури управління туризмом в міській агломерації;
- виявити особливості відтворювального процесу у туризмі міської агломерації;
- запропонувати організаційно-економічну модель управління туризмом у міській агломерації;

*Об'єктом дослідження є туризм як система зі складною структурою, що має певний набір туристських ресурсів, різних внутрішніх та зовнішніх зв'язків у рамках розвитку міської агломерації.*

*Предметом дослідження виступають організаційні та економічні аспекти функціонування туризму у міській агломерації, теоретичні та методичні проблеми її розвитку на прикладі Києву як великого туристичного центру.*

*Методи дослідження виступили є праці учених у галузі теорії та практики розвитку туризму, його стратегічного планування, законодавчі акти та нормативно-правові документи, що регулюють функціонування галузі. Застосовувалися методи логічного моделювання, елементи підходу, порівняльного аналізу.*

*Апробація результатів наукових досліджень.*

1). Шевчук Д.К., Шутенко О.Д. Алгоритм формування та використання туристських потенціалів великого міста. Механізми управління розвитком територій: зб. наукових праць у 2 ч. Ч. 2. Житомир: Поліський національний університет, 2022. С. 158–160.

2) Шутенко О.Д., Дідух Т.М., Шевчук Д.К., Розвиток та використання туристичного потенціалу території Студентські наукові читання – 2022: Збірник наукових праць Науково–практичної конференції «Студентські наукові читання – 2022» за результатами I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Житомир: Поліський національний університет, 2022. С. 42-47.

3). Шутенко О.Д. Основи забезпечення розвитку туризму у великому місті. *Без коріння саду не цвісти: зб. наукових праць*. Житомир: Поліський національний університет, 2022. С. 236-240.

*Практичне значення отриманих результатів* роботи полягає в тому, що запропоновані методи, підходи та рекомендації сприятимуть розробці та прийняттю раціональних управлінських рішень щодо розвитку туризму на рівні адміністрації міської агломерації і можуть бути використані при формуванні регіональних, місцевих стратегічних програм його розвитку Це дозволить сприяти економічному зростанню та покращенню якості життя населення міської агломерації.

*Обсяг та структура роботи.* Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційну роботу викладено на 39 сторінках друкованого тексту.

## РОЗДІЛ 1.

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ В МІСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ

#### 1.1. Соціально-економічні аспекти розвитку туризму.

Туризм у міській агломерації слід розглядати як центр скупчення основних соціально-економічних тенденцій життя суспільства. Під міською агломерацією слід розуміти територіально-економічну інтеграцію групи щільно розташованих і функціонально пов'язаних населених пунктів, що відрізняються один від одного величиною та народногосподарським спрямуванням [1]. Більша частина вітчизняних науковців досліджують тлумачення «міської агломерації» як загальну взаємопов'язану систему. Як вітчизняні, так і зарубіжні, дослідники характеризують міську агломерацію як феноменальне явище в суспільному розвитку; цілісний складний соціально-економічний організм; поліструктурний господарський комплекс; ареал видозміненої природи; опорний каркас системи розселення країни [7]. В пояснювальній записці до проекту Закону України від 17.07.2017 № 6743 поняття "міської агломерації" розглядається як одна з форм багатоцільового співробітництва територіальної громади міста - центру агломерації та територіальних громад сіл, селищ, міст, що розташовані в зоні впливу центру агломерації [2].

Ефективність взаємовідносин у загальній соціально-економічній ефективності туризму слід розглядати у кількох аспектах: соціальному та економічному. Враховуючи це, була розроблена концепція соціально-економічної ефективності туризму, яка включає три сторони взаємовідносин: соціальну, економічну, ефективність взаємовідносин (представлена соціальним та економічним аспектами) (рис.1.1.). Показники економічного аспекту ефективності взаємовідносин: частка туристичної та рекреаційної системи у валовому продукті міської агломерації, збільшення завантаженості потужностей виробництв, зниження трансакційних витрат, зростання якості та обсягу інвестицій, покращення якості туристичного продукту, зменшення



витрат на розробку нових технологій та продуктів.

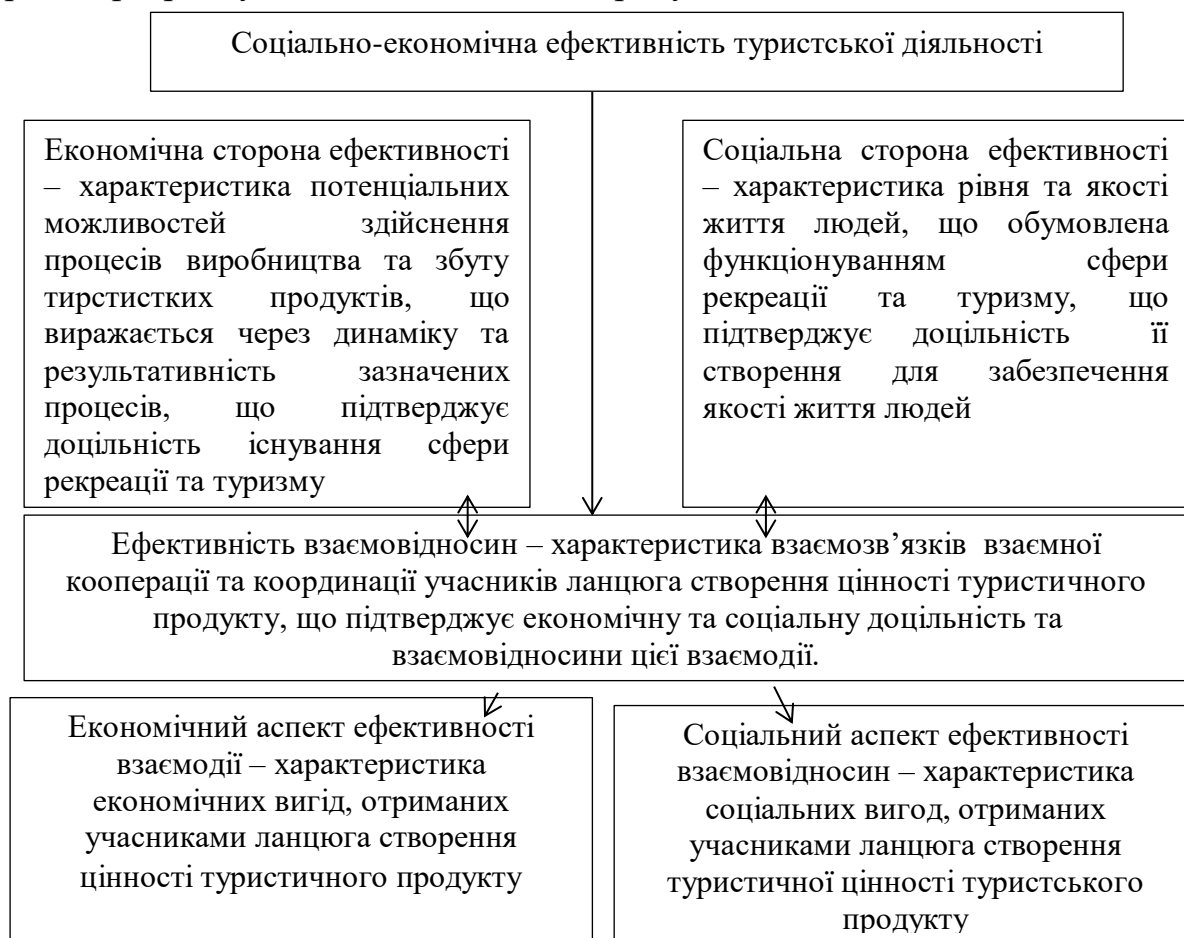


Рис. 1.1. Соціально-економічна ефективність туристської діяльності міської агломерації

Джерело: опрацьовано автором матеріали [4].

Соціальний аспект ефективності визначається показниками, що характеризують соціальні вигоди взаємин. Наприклад, це можуть бути сумісність індивідуальних та колективних цілей компанії, ступінь їх реалізації, зменшення термінів розробки інновацій, скорочення термінів впровадження на нові ринки, націленість на довгострокову взаємодію, рівень довіри між партнерами. Також сюди можна віднести ступінь виконання взаємних обов'язків, персональність та справедливість взаємин, прихильність та лояльність фірм та інше. Економічна ефективність туризму – це процес господарювання, результат якого виражений певною вигодою, що була досягнута шляхом фінансових, матеріальних, інформаційних витрат. Даний вид ефективності передбачає зіставлення результатів до вироблених витрат.

Економічна ефективність у туристській діяльності характеризує ступінь використання виробничих ресурсів у часі. Ефективність у разі визначається рівнем туристичного обслуговування у регіоні, рівнем організації туризму країни і діяльністю туристичних фірм. Економічна ефективність туризму включає у собі такі характеристики:

1. Грамотний розподіл витрат і доходів у цьому регіоні (міській агломерації): туристична діяльність залучає у свій оборот безліч верств населення, тому доходи рівномірно розподіляються між жителями.

2. Ведення туристичної діяльності стимулює розвиток прибуткових внутрішніх галузей: готелі, транспортні розв'язки, інформаційне та екскурсійне обслуговування.

3. Туризм сприяє залученню потоку коштів у регіон, внаслідок цього відбувається диверсифікація регіональної економіки – отримані кошти інвестуються у туристичні організації, продукцію, постачальників послуг. За рахунок ведення туристичної діяльності розвиваються різні супутні галузі.

4. Розвиток туризму стимулює модернізацію та зародження місцевої інфраструктури: медійної, комунальної та транспортної.

Соціальна ефективність туризму – це характеристика якості та рівня життя населення, яка обумовлюється функціонуванням туристичної та рекреаційної сфери, що підтверджує свою доцільність створенням для забезпечення якісного рівня життя. Соціальна ефективність туризму включає безліч показників:

1. Збільшення добробуту населення туристичного регіону (міської агломерації).

2. Створення та вдосконалення рекреаційних об'єктів, якими користуються не лише туристичні гості, а й місцеві жителі цієї території.

3. Заохочення турботи про збереження туристичних та історичних пам'яток.

4. Соціальна ефективність туризму стимулює ефективне використання вільних земель несільськогосподарського призначення, які не залучені до обігу.

5. Туристична діяльність сприяє появі та розвитку кваліфікованих співробітників, а також зростанню зайнятості, збільшенню робочих місць та покращенню умов трудового процесу.

6. Розвиток туризму стимулює культурне збагачення місцевого населення, а також їх контакт із сусідніми регіонами.

7. Завдяки розвитку туристичної діяльності, жителі певного регіону глибоко розуміють свою історичну та культурну спадщину.

8. Поліпшення (або погіршення) стану навколишнього природного середовища у туристичному регіоні.

9. Поліпшення привабливості туристичного регіону.

В останні десятиліття – туристичний сектор продемонстрував, що він може стимулювати економічний розвиток та сприяти створенню нових робочих місць. Таким чином, туризм забезпечує перехід до функціональних моделей споживання та виробництва. А також відводиться величезна роль туризму для побудови миролюбного та відкритого суспільства для активізації роботи представників різних країн у рамках Глобального партнерства та на користь сталого розвитку.

Для успішного функціонування різних видів туризму в міській агломерації ми пропонуємо схему про суб'єктів операцій міжнародного туризму в міській агломерації, які отримують певну вигоду від участі у туристській діяльності (рис. 1.2.), що особливо характерно проявляється у великих агломераціях.

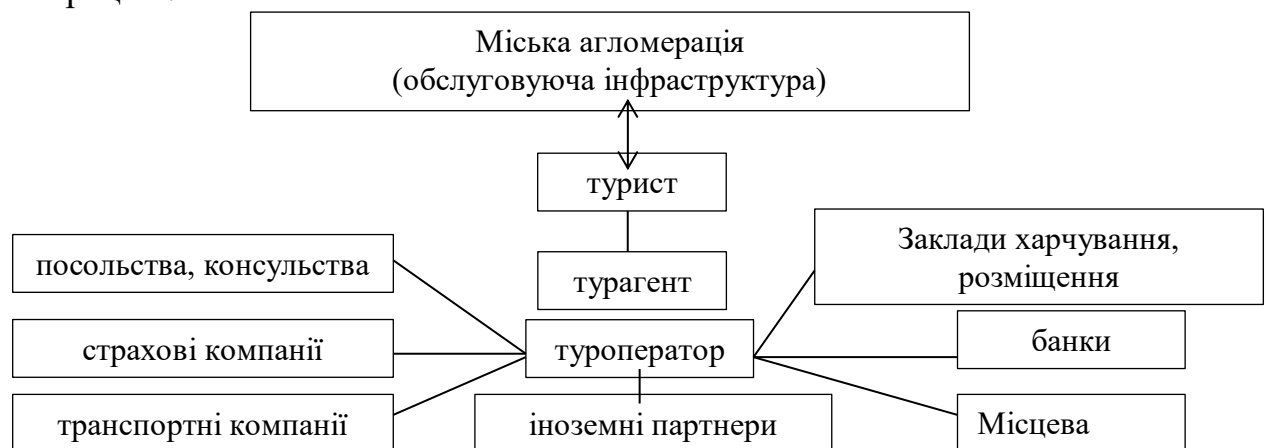


Рис. 1.2. Схема учасників операцій міжнародного туризму міської агломерації

З одного боку, туризм впливає на міську агломерацію, що проявляється у соціально-економічному результаті. З іншого боку, міська агломерація певною мірою визначає специфіку туристського розвитку, накладаючи відбиток формування попиту та пропозиції на туристські послуги.

## 1.2. Класифікація ресурсних потенціалів функціонування та розвитку туризму.

Сьогодні представляється розумним аналіз трьох основних точок зору, що формують два базових та один синтетичний підхід до розуміння туристичного потенціалу території: підхід, що йде від оцінки пропозиції, і підхід, що йде від оцінки попиту [3; 5] (рис. 1.3.).



Рис. 1.3. Основні підходи щодо визначення туристичного потенціалу території (міської агломерації)

Перший підхід (*від оцінки пропозиції*) виходить із припущення, що міра туристичного потенціалу є функція, що залежить, по-перше, від чисельності та якості об'єктів туристичного тяжіння (туристських атракторів) і, по-друге, від розвиненості туристичної інфраструктури території. Такий підхід можна зустріти, наприклад, у Д. Споттса [6], Б. Боєрса та С. Коттрелл [8], А. Сазикіна [9], Milano С. [10]. Варто зазначити, що на сьогоднішній день в українській практиці даний підхід до оцінки туристичного потенціалу території є найпоширенішим. Передбачається, що туристичний потенціал має не просто об'єктивну, але «об'єктну» основу, тобто складається із сукупності туристичних атракторів та об'єктів інфраструктури. З. Холл і З. Пейдж [13] висловлюють гіпотезу, що виникнення цього підходу було зумовлено свого часу традицією застосування економіки туризму концепцій і моделей економічної географії. Як справедливо зазначає С. Форміка [14], відповідно до цього підходу виходить,

що нарощування кількості музеїв, кількості маршрутів для піших прогулянок та/або місць розміщення на території має автоматично забезпечувати підвищення туристичного потоку – проте легко побачити, що на практиці це не завжди так.

Вважається, що підхід – дослідження оцінки попиту є найбільш досконалішим та більш використовуваним, адже на обсяги туристичного потоку прямо впливають обсяги туристичного потенціалу, а це і природні ресурси із своїм різноманіттям, і антропогенні ресурси, без яких майже не можливо розвивати туризм, ландшафтний дизайн, що в сьогодення є дуже модним та перспективним. Тобто зрозуміло, що від насиченості відповідними туристичними ресурсами той чи іншої території (об'єднана територіальна громада, дестинація, місто, територія) і залежатиме розвиток туризму та формування попиту на ці ресурси. Туристи виступають найкращим барометром щодо оцінки наявних привабливих територій, що відвідуються. Особливим аспектом виступає сезонність, яка і є регулятором попиту на туристичні ресурси. В літку попит значно вище, тому що для цього є весь потенціал і погодні умови і вільний час(відпустка) і всі для цього можливості. Ситуація значно змінюється в інші пори року, як осінь, зима та весна. Але тут включаються інші фактори, що істотно впливають на попит туристів.

Яскравими представниками цього підходу є Й. Кріппендорф [15], М. Опшерман [16], С. Юровський та М. Олсен [18]. Так, Йост Кріппендорф розглядає туристичний потенціал через призму можливості створення «кінцевого туристичного продукту» та можливості розвитку економічно обґрунтованого туризму (фокусуючись на обмеженнях та можливостях використання цих об'єктів для формування кінцевого туристичного продукту).

Третій підхід (*синтетичний*), досить популярний сьогодні, стверджує, що туристичний потенціал тісно пов'язаний з попитом, але ключовим чином залежить від пропозиції. Туристський потенціал базується на туристичній пропозиції території (системі туристських атракторів та інфраструктури території), але залежить від туристичного попиту (суб'єктивне уявлення

туристів про привабливість території з метою туризму); при цьому туристській попит та пропозиція впливають один на одного. Представниками даного підходу є С. Форміка [19], Дж. Ребейро та Л. Верейро [22], С. Яту та М. Булай [25].

Таким чином, слід зазначити, що формування попиту на туристичний потенціал це процес не легкий. Саме територія де і знаходиться питома вага туристичних локацій сформованих як природою так і людською діяльністю має визначати та регулювати потік туристичного потенціалу. Для збільшення її відвідуваності вдаються до багатьох заходів таких як і діджиталізація, використання інформаційних технологій, сарафанне радіо, реклама та інші заходи. Особливої уваги заслуговує і формування бренду території, її впізнаності з великими туристичними цікавими локаціями та видатними особами. А тут слід вже і використовувати маркетингові технології, що в сьогодення є дуже актуальними та популярними.

Туризм як галузь існує за рахунок того, що люди прагнуть побачити, пізнати щось нове. Задоволення потреб туриста тісно пов'язане з наявністю певного ресурсного потенціалу. Ми спробували об'єднати різні уявлення про ресурси туризму, що представлено у вигляді наступної структури (рис. 1.4.)

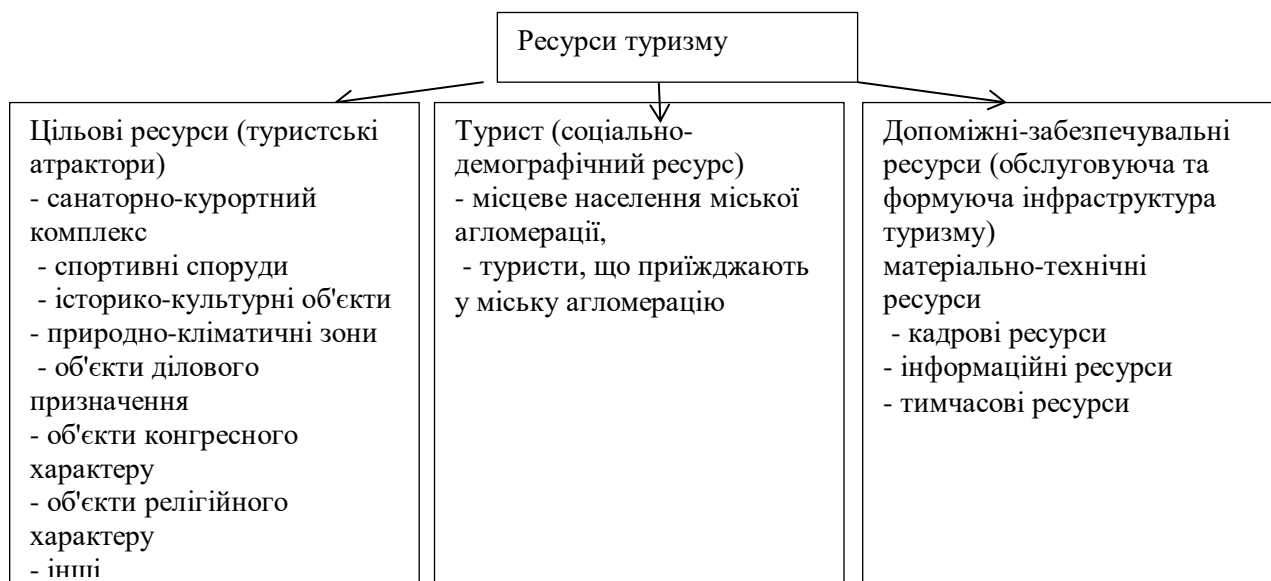


Рис. 1.4. Структура ресурсів туризму міської агломерації

У міській агломерації при функціонуванні туризму доцільно враховувати взаємозв'язок та взаємозалежність його елементів, що характеризується

стійкістю розвитку туризму. Соціально-економічний розвиток у міській агломерації має протікати таким чином, щоб мінімізувати негативні наслідки виснаження ресурсів та забруднення довкілля для майбутніх поколінь. Туризм невіддільний від довкілля, тобто багато в чому визначається екологічними складовими і водночас є соціально орієнтованою сферою. Тому при використанні ресурсів необхідно постійно добиватися рівноваги, тобто позитивного та економічного та екологічного ефекту. Економічна рівновага досягається в рамках закону попиту та пропозиції. Оскільки на стороні попиту на ресурси виступає певна потреба, а на стороні пропозиції - обсяги ресурсів, призначені для її задоволення, остільки у відносинах між попитом та пропозицією проявляється ступінь відповідності наявних ресурсів суспільної потреби у них

Будь-який різновид ресурсів потребує постійного джерела фінансування для підтримки рівня, що відповідає потребам туриста, що змінюються, а також для дотримання існуючих стандартних технічних вимог. У міських агломераціях більшість цільових туристських ресурсів належить державі і, відповідно, є за своєю сутністю дотаційною. Сюди насамперед відносяться об'єкти світового надбання, які є одночасно об'єктами багатоцільового призначення, як музеї та інші підприємства культурної сфери.

Слід зазначити, що сучасному соціуму міської агломерації необхідна етична та ціннісна основа, яка б спрямовувала його дії, особливо при існуючій нерівності у розподілі благ, обумовленому глобалізацією та руйнівними наслідками безконтрольного розвитку, з нашого погляду дослідження розвитку туризму має здійснюватися виключно на основі системного підходу. З проведеного нами аналізу трактувань власне системи ми вважаємо, що системою є сукупність взаємозалежних елементів, які утворюють цілісне єдність, що є туризм. З позицій системного підходу ми пропонуємо структуру туризму та схему зовнішнього та внутрішнього середовища туризму як системи на рівні міської агломерації, що характерно для великих мість, наприклад як Київ – туристичного центру.

На наш погляд, традиційно сформований підхід до туристської діяльності дозволяє найбільш повно виявити та структурувати зв'язки із зовнішнім середовищем, ефекти синергії, мультиплікативності та інші властивості, що розширюють можливості туризму та дають нові інструменти для його раціонального функціонування та розвитку. Тому ми досліджуємо властивості туризму як великої системи, характерні та які виявляються у міській агломерації (рис. 1.5).

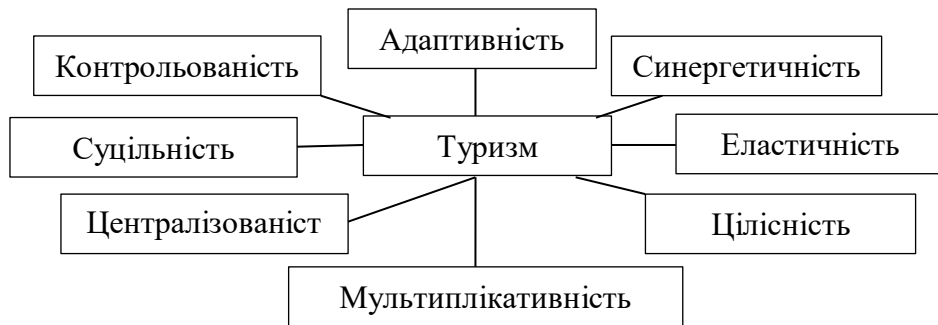


Рис. 1.5. Властивості туризму у міській агломерації

Для позитивного розвитку туризму в КГ необхідно розглядати його як відкриту соціально-економічну систему з наявністю елементів і підсистем різного рівня, характеристик, властивостей, що володіє обмеженим ресурсним потенціалом, тісно взаємопов'язану з екологічною складовою і потребує комплексного підходу до керування.



## РОЗДІЛ 2.

### СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТУРИЗМУ У МІСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ

#### **2.1. Інноваційно-інвестиційні фактори розвитку туризму.**

Удосконалення функціонування туризму у міській агломерації можливе лише за його раціонального розвитку. Для цього необхідно застосування нових методів та факторів для досягнення цілей розвитку туризму, якими є інновації (нововведення). У системі відтворювального процесу нововведення покращують якісні та кількісні характеристики інфраструктури туризму. У сучасних умовах інновації у туризмі виступають необхідною умовою розвитку та реалізації туристського потенціалу території (міської агломерації). При цьому інновації в туристичній діяльності, будучи системними перетвореннями, характеризуються якісною новизною та призводять до суттєвих позитивних зрушень, що забезпечують ефективний розвиток сфери туризму.

До основних напрямів інноваційної діяльності в туризмі відносяться:

- створення нових туристських проєктів;
- вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг;
- розробка та застосування інноваційних технологій;
- освоєння нових ринків; розробка та використання сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Розподіл нововведень є синтезуючим фактором, що сполучає різні соціальні та економічні суб'єкти туризму в єдине ціле. У зв'язку з цим виникає проблема розкриття сутності та особливостей інновацій у туристичну галузь економіки, їх природи, визначення ролі у відтворювальному процесі.

Інновації в туризмі міської агломерації характеризуються наявністю економічного та соціального ефекту з врахуванням екологічних факторів що формуються в три основні групи:

1. Власне туриста. Це, наприклад, інновації підвищення культурно-освітнього рівня, поліпшення здоров'я туристів. Тут ми розуміємо під

«туристом міської агломерації» індивідуума, що в'їжджає, у місто яке є туристським центром, де безпосередньо проживають в ньому городяни.

2. Цільові ресурси туризму у міській агломерації. Ці інновації розподіляються, наприклад, на переоснащення об'єктів привабливості туристів, розширення існуючих площ, поліпшення умов перебування.

3. Інфраструктуру туризму. Наприклад, вдосконалення обслуговування на підприємствах харчування, у засобах розміщення та в інших підсистемах туризму.

Виходячи з вищевикладеного нами уточнено (рис. 2.1.) та представлена наступна класифікація інновацій у туризмі міської агломерації, сформованій на прикладі Києва:

Признаки			
по рівню новизни	по частоті застосування	по формі нововедення	за ефективністю від втілення
<ul style="list-style-type: none"> <li>- радикальні</li> <li>- впровадження відкриттів</li> <li>- винаходи, патенти</li> <li>- ординарні - ноу-хау</li> <li>- раціоналізаторські пропозиції тощо</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разові</li> <li>- повторювані</li> <li>- періодичні</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відкриття, винаходи, патенти</li> <li>- раціональні пропозиції</li> <li>- ноу-хау</li> <li>- торгові марки, емблеми, товарні знаки</li> <li>- нові документи, що описують технологічні, виробничі, управлінські процеси, конструкцій</li> <li>- нові структури, методи тощо</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- науково-технічні</li> <li>- соціальні</li> <li>- екологічні</li> <li>- економічні (комерційні)</li> <li>- інтегральні</li> </ul>

Рис. 2.1. Класифікація інновацій в туризмі в міській агломерації

У зв'язку з постійною участю людського чинника у туризмі, інновації у соціально-культурному аспекті туризму також мають велике значення. Такі інновації мають нематеріальний характер. Наприклад, відкриття нової туристичних дестинації, примітних, цікавих маршрутів, турів, які до певного моменту виходили за рамки масового суспільного інтересу. Причому формування пізнавального інтересу належить до інноваційного поняття. Інновації в даному сенсі є елементом розширеного відтворення матеріально-матеріальної інфраструктури (основних фондів) туризму.

Інноваційна діяльність у туризмі ініціюється головним чином довкіллям, що включає законодавчу базу, індивідуальну свободу, обґрунтоване державне

втручання у інноваційний процес, концепцію між продавцями нововведень під час завоювання споживача. Це дозволяє судити про те, що інноваційні поняття туризму в міській агломерації повинні розглядатися системно, оскільки:

- суспільні інновації є найважливішими для позитивного розвитку соціуму;
- в систему включаються соціальні чинники та його носії — турист як ядро туристичної системи;
- враховується взаємодія всіх інновацій у всіх суміжних з туризмом галузях як системи з високим рівнем внутрішніх зв'язків та динаміки процесів, що відбуваються;
- існує об'єктивна необхідність забезпечення безперервного інноваційного процесу, що розвивається.

Забезпечення раціонального розвитку туризму у міській агломерації обумовлюється особливостями інвестиційних процесів, що протікають для задоволення потреб населення, громадський транспорт, авто-, залізничний воказал тощо), а також у самого туриста у вигляді надання можливості скористатися послугами туристичної системи.

Інвестиції у туризм у міській агломерації здійснюються у різних видах, мають різноманітні значення, залучають різних учасників, що ускладнює виявлення результату.

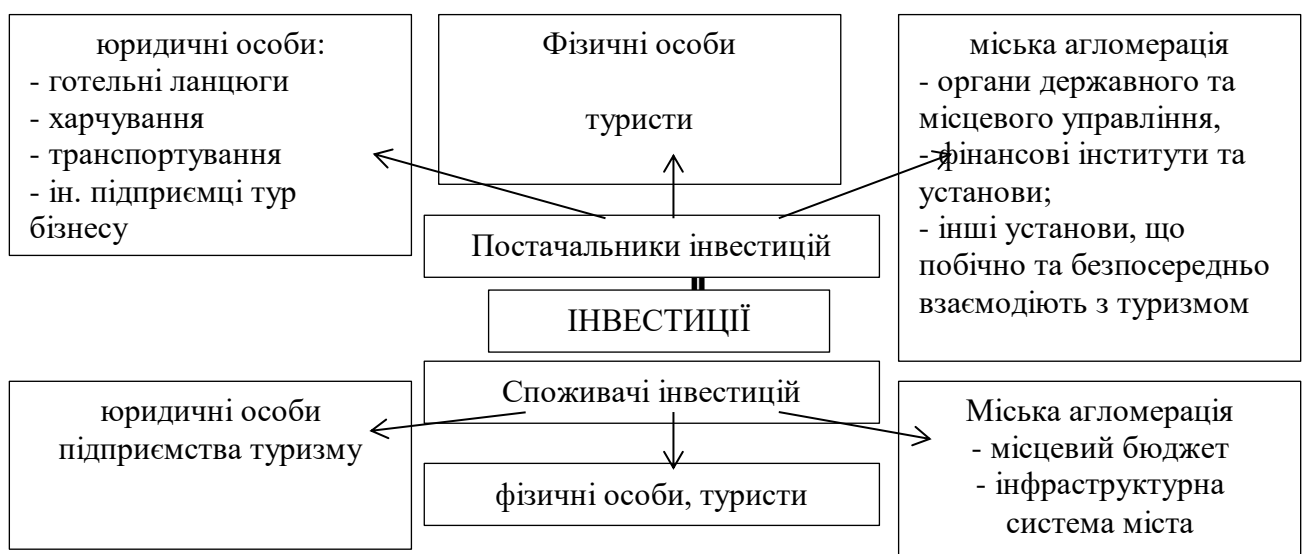


Рис. 2.2. Структура інвестиційного процесу в туризмі міської агломерації

Тому нами запропоновано структуру (рис. 2.1.), яка показує найповніше специфіку інвестиційного процесу у туризмі міської агломерації з урахуванням її особливостей – Києва. Інвестиції є базовою основою відтворювального процесу всіх його видів: як простого, так і розширеного, що свідчить про необхідність комплексного підходу до інвестицій.

Нами запропоновано класифікацію форм і методів впровадження інноваційних продуктів табл.2.1.

Таблиця 2.1.

Класифікація форм та методів впровадження інноваційних продуктів та технологій у сфері туризму великого міста

Ресурси	Форми
Трудові ресурси	Лізинг робочої сили, дистанційна форма організації праці, що дозволяє знизити вартість та тривалість поїздок до місця роботи та в зону туризму
Матеріально-технічна база	Економічні готелі модульного принципу, застосування стандартних, уніфікованих елементів та блоків для обладнання та меблювання готельних номерів
Фінансові ресурси	Інструменти фінансового лізингу, факторингу, банківського кредитування відпочинку, платіжні картки (пластикові гроші)
Інформація-комунікацій ресурс	Інтернет-технології, включаючи комп'ютерну систему резервування (CRS), систему «Електронні» авіаквитки, Інтернет-представництва з надання консалтингових послуг, систему електронних платежів; туристичні фірми, об'єднані в єдину інформаційну мережу
Підприємницький ресурс	Бізнес-технології у сфері туристичних послуг, включаючи аутсорсинг у сфері управління персоналом, бухгалтерського обліку, маркетингу, реклами, логістики; кейтеринг - транспортування готової продукції чи напівфабрикатів на територію клієнта; таймшер - спільне володіння нерухомістю в туристичному бізнесі з можливістю користуватися нею протягом певного часу; франчайзинговий бізнес із передачею права на продаж туристських послуг за задалегідь визначеними законами та правилами
Науковий ресурс	Туристика - наука про туризм, різноманітні цільові програми розвитку туризму, наукові симпозиуми, конференції з питань туризму; біотехнології, наприклад використовувані для виробництва продуктів харчування для туристів
Адміністративний ресурс	Технології забезпечення безпеки туристів, сприяння в залучення іноземних та у стимулюванні національних інвестицій, залучення наукового потенціалу, забезпечення зайнятості; створення туристично-рекреаційних особливих економічних зон тощо.

Джерело: [23].

Результат вкладення виявляється у ефективності, що є оцінна категорія, безпосередньо з співвідношенням результату до цінності витрат. У туризмі в

міській агломерації нас особливо цікавить так звана інтегральна ефективність, під якою ми розуміємо наступне: додаткове задоволення суспільної потреби шляхом пропонування ширшого асортименту туристських послуг; соціальні, екологічні та економічні результати здійснення проектів; захист навколишнього середовища; підвищення якості продукції; зміна ціни на продукцію; зниження собівартості туристичного продукту; зростання прибутку та рентабельності основних виробничих фондів.

## **2.2. Категорії ризиків та ефективності в туризмі.**

З огляду на звзаємопов'язаність процесів у міській агломерації і стохастичності зв'язків, інвестиційний процес визначається ризиками, які мають приховний характер. У багатьох дослідженнях термін "ризик" пов'язується з небезпекою потенційно можливих втрат у різних сферах діяльності. Інакше кажучи, основна посилка аналізу ризику в будь-якій економічній системі полягає в його ототожненні з кількісним чи вартісним заходом небезпеки. Відповідно до цього зміст туристських ризиків охоплює всілякі загрози щодо суб'єктів та об'єктів туристичного ринку. Ці загрози поширюються на інфраструктурні об'єкти, підприємства туристичної індустрії та самих туристів і можуть суттєво коригувати рівень туристської активності. На кількісному рівні туристський ризик визначається як можлива величина матеріальних та фінансових втрат, що виникають на туристських підприємствах та у їх взаємовідносинах з туристами. Втім, небезпеки та втрати можуть виникнути лише для самого туриста (ізольовано від інших суб'єктів туристського ринку) при його підготовці, скоєнні та завершенні туристичної поїздки. У цьому сенсі загрози виявляються як велика група споживчих ризиків, проте вони мають бути безпосередньо чи опосередковано пов'язані з туризмом. Наприклад, ризик купівлі неякісного товару стає туристським, якщо цей товар є одноцільовим туристським товаром і включається до туристичного споживання. Серед специфічних особливостей туристських ризиків слід виділити такі риси:

- туристські ризики пов'язані зі збитками як для туроператорів і

турагентів як організаторів туризму, але й інших підприємств і самих туристів, і навіть рослинного й тваринного світу, культурно-історичної спадщини;

- оскільки в деяких випадках туристський ризик включає ризик життя і здоров'я туриста, до його рівня на підприємствах рекреаційної сфери повинні пред'являтися особливо жорсткі вимоги;

- туристський ризик утворюють як фінансово-економічні, пов'язані з господарською діяльністю підприємств, так і природні, які не залежать від людини та організаторів туризму, джерела небезпеки, які можуть перебувати у взаємозв'язку.

В даний час при здійсненні інвестицій у туризм міської агломерації найбільш ймовірні такі види ризиків:

- ризик, пов'язаний з нестабільністю економічного законодавства та поточної економічної ситуації, умов інвестування та використання прибутку;

- зовнішньоекономічний ризик (митні обмеження, візові обмеження, закриття кордонів тощо);

- невизначеність політичної ситуації, політичні зміни, що відбуваються в країні, регіоні, на міжнародному рівні і що впливають відповідно на політичну ситуацію в міській агломерації;

- неповна та неточна інформація про нову техніку та технологію; коливання цін, валютних курсів;

- невизначеність природно-кліматичних умов, можливість стихійних лих; технологічний ризик (неспроможність нових технологій, складність та тривалість оволодіння);

- невизначеність цілей, інтересів та поведінки учасників інвестиційного процесу;

- неповнота або неточність інформації про фінансове становище та ділову репутацію суб'єктів – учасників інвестиційного процесу (можливість неплатежів, банкрутств, зрив договірних зобов'язань).

І все ж таки головна специфічна риса туристського ризику з позицій туристичного комплексу як економічної системи - це його багатоаспектність.

Вона пов'язана з включенням до туристської індустрії галузей, які посилюють ефект від туризму завдяки дії механізму мультиплікатора. Однак зворотний бік мультиплікатора полягає в тому, що кожна галузь має свою специфіку ризику і тому робить свій додатковий внесок у загальний рівень туристичного ризику. Наприклад, транспортні підприємства ініціюють ризики аварійності туристичних перевезень, колективні засоби розміщення (КЗР) - сервісні ризики обслуговування, атрактивні підприємства - ймовірність заподіяння шкоди життю та здоров'ю під час експлуатації технічних пристроїв. У цьому попри всі підприємства туристичного комплексу впливають ризики, які з певною часткою умовності можна як універсальні, тобто. діють будь-який господарюючий суб'єкт незалежно від його галузевої власності та організаційно-правової форми. Йдеться про фінансові, інвестиційні, кадрові, інфляційні та інші ризики.

### РОЗДІЛ 3.

## РОЗРОБКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАСАД РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У МІСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ

### 3.1. Відтворювальні процеси та планування у туристичній галузі.

Успішне функціонування туристичної галузі безпосередньо залежить від постійного безперервного процесу відновлення використання ресурсів їх відтворення для задоволення зростаючих потреб людей у відпочинку, подорожах, пізнанні, що відображається у відтворювальному процесі.

Відтворювальний процес туризму міської агломерації визначається обов'язковою наявністю наступних складових: *ресурси, продуктивні сили, економічні зв'язки між людьми, місце існування людини*. Від стану зазначених складових залежить, наскільки ефективним та якісним буде відтворювальний процес, причому найбільш важливим є процес розширеного відтворення.

У туризмі просте відтворення означає підтримку пропозиції турпродукту на рівні. Розширене відтворення - це відновлення процесу виробництва, у збільшених розмірах, тобто постійно збільшуються розміри виробленого продукту і поліпшується якість продукції. При розширеному відтворенні туристичний ринок постійно доповнюється новими туристичними послугами, утворенням нових туристських атракцій, дестинацій, підвищення якості обслуговування. Тобто розширене відтворення має на увазі не лише вдосконалення кількісних показників, як збільшення чисельності туристів, збільшення обсягу заповнюваності готелів, а й модернізацію якісних.

Своєрідним двигуном розвитку туризму є безпосередньо людина або турист, який так чи інакше схильний до впливу часу і, отже, характеризується зміною, усуненням духовних і фізичних начал. Тому розширеному відтворенню підлягають і суспільні відносини у туризмі, оскільки людський чинник є одним із визначальних у туристичній галузі. Таким чином, розширене відтворення є засобом ефективного розвитку туристичної галузі та має розглядатися при управлінні нею.



### **3.2. Формування структури управління туризмом міської агломерації**

Основою для розвитку та управління туризмом у міській агломерації є політика розвитку, яка, у свою чергу, є елементом планування. Політика розвитку включає низку положень, що стосуються різних аспектів розвитку туризму. Місцеві органи виконавчої влади міської агломерації повинні взяти він провідну роль щодо політики розвитку туризму. Планування займає одне з головних місць серед інструментів досягнення цілей та служить для забезпечення скоординованості роботи всіх підсистем, контролю за процесами обслуговування та раціональним використанням ресурсів, стимулюванням працівників, залучених до туризму.

Комплексний розвиток туризму та управління ним залежить від політики розвитку, планування, прогнозування та заходів регулювання впливу, а також від ефективних інституційних факторів. У зв'язку з цим ми пропонуємо підходи, які, на наш погляд, є основними при формуванні інституційних елементів туризму.

Державні та приватні організаційні структури у сфері туризму міської агломерації повинні відповідати конкретним умовам того міста, в якому відбувається досліджуваний процес. До моменту визначення організаційних структур необхідно принципово визначити та прийняти відповідні функції регіонального уряду та приватного сектора у розвитку та управлінні туризмом у міській агломерації.

У рамках реалізації політики розвитку туризму державними чи офіційними відомствами має вирішуватися наступна низка завдань:

- координація політики, планування та управління;
- статистика та дослідницька діяльність;
- нормативи та правила діяльності сектора;
- інвестиційні стимули;
- певні послуги у галузі маркетингу;
- планування та професійна підготовка кадрів для туризму, включаючи розробку навчальних та освітніх стандартів;

- забезпечення базової інфраструктури та основних пам'яток суспільного характеру.

Приватний сектор несе відповідальність за комерційний розвиток та експлуатацію основних підприємств туризму та більшість інших туристських об'єктів та послуг, а також за їх маркетинг.

У зв'язку з тим, що туристична система міської агломерації включає елементи різних підсистем різних спрямованостей діяльності і з необхідністю комплексного розвитку, на наш погляд, важливо створити організацію, що сполучає приватний і державний сектори міської агломерації з метою гармонійного розвитку туризму. Основною функцією даної організації має бути координація процесів, що відбуваються, з внесенням рекомендацій. Це викликано наявністю недоліків методичного характеру, а саме:

- відсутність єдиного координаційного органу, який проводить зважену збалансовану політику в галузі успішного розвитку туризму в міській агломерації;

- відсутність фінансового інструменту, що дозволяє формувати фонди для інвестиційного процесу у туризмі;

- туризм у міській агломерації розглядається лише як інструмент реалізації соціальної функції держави без урахування позитивного інтегрального впливу на економіку міської агломерації.

При дослідженні впливу туризму на економіку необхідно вирішити такі завдання, ґрунтуючись на принципах системності та функціональної взаємопов'язаності:

- визначення тенденцій та джерел зростання;

- обґрунтування довготривалої стійкості розвитку туризму у міській агломерації;

- прогнозування наслідків технологічної політики, що обирається;

- забезпечення стабільних темпів поновлення структури основних фондів туризму;

- вимірювання факторів, що впливають, і кінцевих результатів.

Враховуючи це, а також особливості сучасного управління туризмом у Києві, нами запропоновано структуру (рис.3.1.) управління туризмом у міській агломерації, в якій як інституційний елемент виступають Департамент і Координаційна Рада.

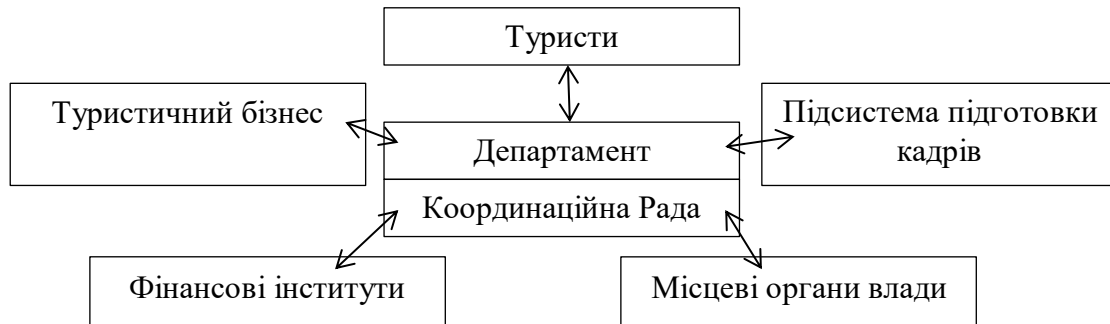


Рис. 3.1. Структура управління туризмом міської агломерації

Вони мають спільно вирішувати такі основні завдання: формування цілей та завдань розвитку туризму на середньостроковий період та на перспективу; планування туризму лише на рівні міської агломерації; розробку основних вимог до оперативних методів управління підприємствами туризму та фінансовими інститутами, що їх забезпечують; оперативне управління реалізацією стратегічних планів розвитку.

Для успішного розвитку, функціонування та управління туризмом необхідні певні інституційні елементи. Система даних елементів має забезпечувати стійкість розвитку і раціональну взаємодію з іншими підсистемами суспільства (економічної, соціальної, політичної, екологічної тощо.). Нами запропоновано організаційно-економічну модель управління туризмом у міській агломерації (рис. 3.2.). Вона сприяє сталому розвитку туризму у міській агломерації і складається з наступних елементів, взаємозв'язків та заходів; законодавство, правила та інші нормативно-правові акти, що належать до туризму; освітні програми для підготовки кваліфікованих кадрів для туризму; наявність фінансових засобів та відповідних інструментів для розвитку туристських дестинацій, міських агломерацій, їх пам'яток, об'єктів, послуг та інфраструктури, механізми залучення інвестицій.



Рис. 3.2. Організаційно-економічну модель управління туризмом у міській агломерації

Також слід віднести маркетингові стратегії та програми просування туристичних послуг, метою яких є інформування потенційних споживачів міської агломерації, стимулювання її відвідування, а також наявність у ній інформаційних служб; спрощення туристичних формальностей для найбільш сприятливого доступу до дестинації (міської агломерації), наприклад візові вимоги, митні формальності; методи посилення та розподілу економічних вигод туризму, заходи з охорони навколишнього середовища, пом'якшення негативних соціальних впливів та збереження культурної спадщини приймаючої міської агломерації; комплексний розвиток туризму в міській агломерації завдяки його плануванню як взаємозалежної великої соціально-економічної системи, тобто на комплексній основі із узгодженим розвитком усіх її компонентів.

Модель сприймається як сукупність чотирьох підсистем, які охоплюють відповідні функціональні області: підсистема управління та координації;

підсистема підготовки кадрів; підсистема реалізації туристичних послуг; підсистема інфраструктурних елементів Функціональний розгляд складу кожної підсистеми дозволяє поелементно зрозуміти структуру підсистеми, що обов'язково визначення шляхів їх подальшої оптимізації.

Як випливає з моделі, виконання функцій узгодження запропоновано покласти на підсистему державного управління і координації з розвитку туризму. Основними функціями цієї структури слід вважати: формування стратегічних планів розвитку туризму у міській агломерації з урахуванням економічних, соціальних та екологічних аспектів; поточна взаємодія як з виконавчими органами місцевої влади, які безпосередньо відповідають за формування та реалізацію політики у туризмі, так і з різними організаційними ланками найважливіших інфраструктурних елементів; розробка пропозицій щодо вдосконалення нормативно-правової бази туризму; фінансування проектних робіт із формування елементів туристської системи; створення прозорого загальнодоступного інформаційного поля. Запропонована модель дозволяє простежити рух ресурсів, вплив та взаємодію елементів туризму з метою вдосконалення його функціонування у міській агломерації.

## ВИСНОВКИ

Отже, дослідивши тему: організаційно-економічні засади розвитку туризму міських агломерацій ми дійшли наступних висновків:

- встановлено, що сфера туризму міської агломерації може розглядатися як самостійна галузь у системі регіональної економіки, що є сукупністю взаємопов'язаних підприємств та організацій, загальним та функціональним завданням яких є діяльність, спрямована на задоволення потреб різних соціальних груп населення у різноманітних видах туристичних послуг при раціональному використанні наявних ресурсів у міській агломерації;

- уточнено та відкориговано понятійний апарат туристської системи в рамках її розгляду стосовно міської агломерації, та виявлено системні властивості туризму, що дозволяють розглядати туризм як соціально-економічну систему, що входить до складу міської агломерації, особливо соціально-економічна ефективність туристської діяльності яка характеризується рядом показників соціальної та економічної ефективності;

- на сонові дослідження основних підходів щодо визначення туристичного потенціалу міської агломерації, а саме: підходів оцінки попиту та пропозиції туристичного продукту та синтетичного підходів було здійснено класифікацію структури ресурсів туризму міської агломерації та взаємовідносини і взаємозалежність його складових, що характеризується стійкістю розвитку туризму;

- на основні сформованого традиційного підходу щодо до туристської діяльності виявлено та структуризовано зв'язки із зовнішнім оточенням, визначено ефект синергії та мультиплікативності які дозволяють розширювати напрямки діяльності туризму та нові можливості відносно його раціонального функціонування. Зазначені властивості досліджуються як складова великої системи міської агломерації;

- теоретично обґрунтовано методичні засади інноваційних та інвестиційних процесів туризму та їх особливості у міській агломерації і це відображається у запропонованій класифікації. Виявлено що інноваційна

спрямованість більш за все націлена на організацію новітніх туристських проєктів, використання нововведень у транспортному, готельному ресторанному бізнесах, використання інформаційних технологій для прискореного розвитку міської агломерації, що зміцнює її конкурентні переваги на зовнішніх туристичних ринках;

- високий економічний потенціал туристської індустрії визиває значний інтерес інвесторів до даного сегменту ринку, тому запропоновано розроблену структуру інвестиційного процесу в туризмі міської агломерації на базі якої здійснено класифікацію форм і методів впровадження інноваційних продуктів. Поряд із запровадженням інвестицій розглянуто рівень ризикованості та міру відповідальності щодо функціонування туризму в міській агломерації;

- доведено, що без планування розвиток туризму гальмується швидкими темпами тому за допомогою планування здійснюється досягнення запланованої цілі і на цій основі запропоновано основні засади планування туризму з погляду його комплексного розвитку у міській агломерації. Відбувається планомірний розподіл роботи всіх скоординованих підсистем, що мають можливість контролювати процеси раціонального обслуговування та контролю за використанням ресурсного потенціалу. На базі цього сформовано структуру управління туризмом міської агломерації де чітко розподілено всі функціональні обов'язки кожної із структурних підрозділів;

- успішне функціонування розвитку туризму в міській агломерації можливе лише при раціонально сформованій організаційно-економічній моделі управління туризмом, яка передбачає узгодженість роботи всіх її складових та компонентів, дотримання вертикальної інтеграції, узгодження роботи всіх її підсистем, а також державного управління. Завдяки запропонованій моделі виявляється можливість відстежувати рух всього ресурсного потенціалу, оцінити взаємодію та вплив різних підсистем, елементів з метою покращення її функціонування у міській агломерації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Енциклопедія сучасної України. URL : <https://esu.com.ua/article-67949>
2. «Про міські агломерації». Пояснювальна записка до проекту Закону України від 17.07.2017 № 6743, URL : <https://ips.ligazakon.net/document/GH57B00A?an=3>
3. Formica S., Uysal M. Destinati on attractiveness based on supply and demand evaluations: an analytical framework. *Journal of Travel Research*. 2006, Vol. 44 (4). P. 418–430.
4. Шимова О.С. Основи сталого туризму. Мінськ: БДЕУ, 2011. С.12.
5. Ribeiro J.C., Vareiro L.C. The Tourist Potential of the Minho-Lima Region (Portugal). Visions for Global Tourism Industry. *Creating and Sustaining Competitive Strategies*. InTech Publisher. 2012, P. 339–356.
6. Spotts D.M. Regional analysis of tourism resources for marketing purposes. *Journal of Travel Research*, 1997. Vol. 35 (3). P. 3–15.
7. Сучасні межі Львівської міської агломерації. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Географія*. 2011. № 2. С. 55-60.
8. Boers B., Cottrell S. Sustainable Tourism infrastructure Planning: A GIS-Supported Approach. *Tourism Geographies*, 2007. Vol. 9 (1). P. 1–21.
9. Сазикін А.М. Полемічні замітки географа про проблеми термінології в рекреаційній географії та туризмі. Туризм на Далекому Сході: бізнес, інвестиційні стратегії, освіта та екологія: матеріали регіон. наук.практ. конф. "Дальтур-2001". 2002. С. 306-310.
10. Milano C. Overtourism and Tourismphobia: Global Trends and Local Contexts. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality, 2017.
11. Турбізнес без помилок: ліцензування, договори, екскурсії, агроекотуризм. Мінськ: Регістр, 2009. - 98 с.
12. Волонцевич Є.Ф., Сергєєва Т.М. Дефініція туристичних послуг як компонент управління конкурентоспроможністю в туризмі. *Наукові праці*



- Білоруського державного економічного університету*. Мінськ: БДЕУ, 2013. Вип. 6. С. 60-66.
13. Hall C.M., Page S.J. *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, place and space*. London, 2002. 309 p.
14. Formica S. *Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction*. Unpublished doctoral dissertation. Blacksburg, 2000. 203 p.
15. Kripendorf J. *Marketing im Fremdenverkehr*. 2 aufl. Bern ; Frankfurt am Main, 1980. 168 p..
16. Opermann M. *Regional Aspects of Tourism in New Zealand*. *Regional Studies*. 1994. Vol. 28 (2). P. 155–168.
17. Демянчик, В.Т. *Агроекотуризм Прип'ятського Полісся: проблеми та перспективи розвитку. Раціональне використання заплавлених земель: матеріали науково-практичного семінару, 1921 червня 2013 р., Мінськ, 2013. С. 49 -52.*
18. Jurowski C. and Olsen M.D. *Trends in Tourist Attractions*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 1995. Vol. 4, Iss. 1. P. 71–96.
19. Formica S. *Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction*. Unpublished doctoral dissertation. Blacksburg, 2000. 203 p.
20. Єрмоніна Н.В. *Методичні засади організації екологічних турів у лісомисливських господарствах. Праці БДТУ. 2013. № 7. С. 84-87.*
21. Кузнєцова Л.А. *Ринок турпослуг великого туристичного центру: специфіка розвитку в умовах сучасної сервісної економіки. Економіка та управління. 2013. С. 111-114.*
22. Ribeiro J.C., Vareiro L.C. *Op. cit.*
23. Шутенко О.Д. *Основи забезпечення розвитку туризму у великому місті. Без коріння саду не цвісти: зб. наукових праць. Житомир: Поліський національний університет, 2022. С. 236-240.*
24. Масловский О. *Туристичний конструктор для нових маршрутів. Наука та інновації. 2013. № 7. С. 17-19.*

25. Iatu C., Bulai M. New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia (Romania). *International Journal of Energy and Environment*. 2011. Vol. 5, Iss. 2. P. 165-174.

26. Нікітюк Д.В. Моделювання розвитку туристської територіальної кластерної структури Брестського регіону. *Вісник БДУ. Сер. 2, Хімія. Біологія Географія*. 2013. № 3. С. 71-77.

27. Орлова В.С. Стратегічні пріоритети просторової організації туристично-рекреаційної системи на шляху до інноваційного розвитку. *Інновації*. 2013. 7. С. 51-56.