

Слатвінська Л. А., к.е.н.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

МІСЬКИЙ ТУРИЗМ ЧЕРКАСЬКОГО РЕГІОНУ: СТАН, ВИКЛИКИ, СТРАТЕГІЇ

National Tourism Organization of Ukraine у партнерстві із World Tourism Cities Federation оголошено 2021 роком міського туризму. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) «Міський туризм – це вид туристичної діяльності, яка здійснюється в міських просторах, для яких характерна несільськогосподарська економіка, розвинена промисловість, торгівля, сфера послуг, і які є вузловими транспортними пунктами. Міста мають широке розмаїття культурних, архітектурних, технологічних, соціальних і природних вражень, а також місць для відпочинку і бізнесу» [1].

Черкаський регіон має значний потенціал для розвитку різних видів туризму, зокрема міського. Станом на 1 січня 2015 року населення області становило 1,251 тис. осіб. Міське населення – 710 тис. осіб (57 %), сільське – 541 тис. осіб (43%). На території області є 855 населених пунктів із них 16 міст. В області зареєстровано 259 туристичних фірм, з яких 20 здійснюють діяльність туристичних операторів. Починаючи з 2016 року, в регіоні відбувається стрімке зростання туристичного потоку. Так, якщо у 2015 році область відвідало 710 тис. туристів, то у 2019 році їх кількість становила 1 млн 363 тис. осіб (збільшення на 92%; також це перевищує показники 2018 року на 8%).

За кількістю відвідувачів визначено ТОП-3 найпопулярніші туристичні локації регіону у 2019 році: Національний дендрологічний парк «Софіївка» НАНУ у м. Умань – 490 тис. осіб, Краєзнавчий музей у м. Черкаси – 133 тис. осіб, об'єкти Національного історико-культурного заповідника «Чигирин» – 126 тис. осіб. Сума надходжень туристичного збору по області склала 4 млн 727 тис. грн. Цей показник більший у 6,5 разів, ніж у 2018 році (таке збільшення можна пояснити змінами у законодавстві, адже у 2019 році було встановлено нові ставки туристичного збору).

У регіоні функціонують 75 готелів та аналогічних закладів розміщення, 2 туристично-інформаційні центри (м. Канів та Чигиринський район). У 2020 році розроблений та презентований туристичний бренд Черкаської області – «Черкащина – місце сили» [2].

Процес розвитку міського туризму вимагає особливого наукового спостереження з метою аналізу та експертних висновків та рекомендацій щодо застосування інструментів промоції та конкурентоспроможності міських туристичних продуктів, які здатні продовжити туристичний сезон й поліпшити туристичний імідж Черкащини. Зацікавленими сторонами розвитку міського туристичного продукту міст є потенційні споживачі, центральні та місцеві органи

влади, культурні установи, туристичний бізнес, креативна індустрія та громадський сектор національного, регіонального, місцевого рівнів, грантодавці.

За результатами SWOT – аналізу Черкаської області виділено виклики та слабкі сторони, які вирішувались у 2021 році і склали вагомий вплив на розвиток міського туризму. У поточному році реалізуються програми, які вирішують проблеми: низького рівня забезпечення містобудівною документацією на регіональному та місцевому рівні; низького рівня застосування геоінформаційних технологій, а також обізнаності населення щодо їх можливостей; слабких логістичні зв'язки, недостатньо розвинених транспортних сполучень регіону з іншими областями, що негативно впливало на інвестиційний клімат регіону; незадовільного стану мережі автомобільних доріг загального користування (дорожнє покриття, знаки та розмітка); низьких відносних показників електрифікованих залізничних колій (зокрема неелектрифіковані залізничні під'їзди до м. Черкаси, м. Умань); низького рівня покриття Інтернет та стільникового зв'язку в сільській місцевості області; низької інноваційної активності господарського комплексу; низького рівня співпраці науки та господарського комплексу; слабо розвиненої бази для здійснення наукової та дослідницької діяльності; низького рівня інституційної та інфраструктурної підтримки підприємництва; низької експортної активності суб'єктів; слабкої інституційної спроможності органів місцевого самоврядування (штатна укомплектованість, якість підготовки кадрів); невеликої кількості сучасних туристичних об'єктів з повним комплексом забезпечення потреб туриста; слабкої промоції регіону в Україні та світі [2].

Гострими проблемами є трудова міграція кваліфікованих кадрів, в т.ч. за кордон; водні об'єкти регіону потребують поліпшення гідрологічного режиму та санітарного стану; відсутні комплексні підходи поводження зі сміттям та перевантаження місцевих полігонів ТПВ.

Одним із глобальних викликів, які формують вектор розвитку туризму регіону на міжнародному ринку туристичного продукту – це розрив традиційних ланцюгів глобальної економіки внаслідок світової пандемії/епідемії.

Отже, стратегічним вектором розвитку міського туризму Черкаського регіону є створення умов для комфортного проживання громад міст, зростання економіки регіону шляхом раціонального і ощадливого використання ресурсів, що формують туристичний продукт. Досягнення стратегічної цілі розвитку міського туризму повинна забезпечуватись реалізацією програм через проекти спрямовані на інноваційність інфраструктури, управління та маркетингу туристичної дестинації Smart Tourist Destination на рівні макрорегіону та місцевому рівні, сервісу, креативних індустрій та бізнесу.

Список використаних джерел:

1. National Tourism Organization of Ukraine. URL: http://www.ntoukraine.org/year2021_ua.html (дата звернення: 15.11.2021).
2. Стратегія розвитку Черкаської області на період 2021-2027 роки. URL:

<https://strategy2027-ck.gov.ua/wp-content/uploads/2021/01/Strategiya-rozvytku-Sherkaskoyi-oblasti-2021-2027.pdf> (дата звернення 19.11.2021 р.)