



Тема 10

Стратегічне планування розвитку туристичних дестинації



План

- 1. Роль стратегічного планування у розвитку туристичних дестинацій
- 2. Основні етапи стратегічного планування розвитку туристичної дестинації
- 3. Практика стратегічного планування туризму в Україні

1. Роль стратегічного планування у розвитку туристичних дестинацій

Розвиток міста можна назвати стратегічним у тому випадку, коли він торкається найважливіших аспектів функціонування міста: позитивних та негативних.

Суть стратегії полягає в обов'язковій узгодженості економічного, екологічного та людського розвитку за умов, коли якість та безпека життя людей від покоління до покоління не зменшується, не погіршується стан довкілля та забезпечується соціально-економічний прогрес.

На процес стратегічного управління розвитку локальної туристичної дестинації впливають фактори:

економічні фактори (притаманні будь-якій системі);

специфічні (притаманні сфері туризму): загальні особливості туристичних послуг як об'єкта виробництва і продажу; комплексність продукту, що складається з різномірних послуг; мережевий характер виробництва

Вимоги до менеджменту дестинації:

1) здатність до виконання кооперуючої функції з урахуванням міжгалузевого характеру виробництва турпродукту;

2) наявність в системі управління не тільки вертикальних і горизонтальних, але і діагональних зв'язків (для подолання бар'єру міжвідомчої некерованості і скорочення часу між моментом прийняття рішення і його реалізацією на практиці);

3) мінімум директивних інструментів, так як успіх розвитку сфери обслуговування залежить від успіху ведення приватного бізнесу;

4) забезпечення територіального планування і управління туристичними потоками - основних елементів в стратегії, що впливає з географічного туристського продукту.


Для ефективного запуску процесів самоорганізації туристичних дестинацій необхідний комплекс заходів за чотирма напрямками:

- допомога в розробці стратегій розвитку туризму, спрямованих на забезпечення сталого розвитку місцевої економіки і зростання кількості та вагомості малих і середніх підприємств, що працюють на даній території в сфері туристичної індустрії;

- надання офіційних експертних оцінок і рекомендацій з розвитку туристичних дестинацій;

- навчання представників малого та середнього бізнесу, виробників товарів і туристичних послуг, організацій, що сприяють розвитку туризму і бізнесу за фаховими освітніми програмами;

- фінансування місцевих ініціатив (міні грантів) з метою підвищення привабливості місцевого турпродукту і побудова «точок зростання» туризму.



82 держави-члени Організації
Об'єднаних Націй (ООН), що складає 43%
усіх країн світу, у 2007 році повідомили
Комісію зі Сталого розвитку ООН щодо
**впровадження національних стратегій
сталого розвитку**

Впровадження концепцій сталого розвитку і їх
формування здійснюється не тільки на базі
рекомендацій Комісії ООН зі Сталого розвитку, але
й застосуванням деякими країнами власних
розробок та покращень.

Така ж практика спостерігається при
**розробці муніципальних стратегій
сталого розвитку туристичних
дестинацій.**

Бірмінгем, Велика Британія

Концепція побудови стратегії у Бірмінгемі будувалася на простому запитанні – «Де ми знаходимося зараз, а де ми хочемо бути в 2026 році?».

Основою для створення стратегії була думка і побажання громадськості, так як мешканці та відвідувачі міста відіграють головну роль у всіх етапах створення стратегії.

На першому етапі створення стратегії сталого розвитку м. Бірмінгем експерти зі стратегічного планування провели соціологічне опитування. Метою такого дослідження було виявлення основних проблем, з якими стикаються мешканці міста кожного дня.

На другому етапі формування стратегії фахівці проводили консультування мешканців та бізнес-оточення щодо майбутнього бачення міста.

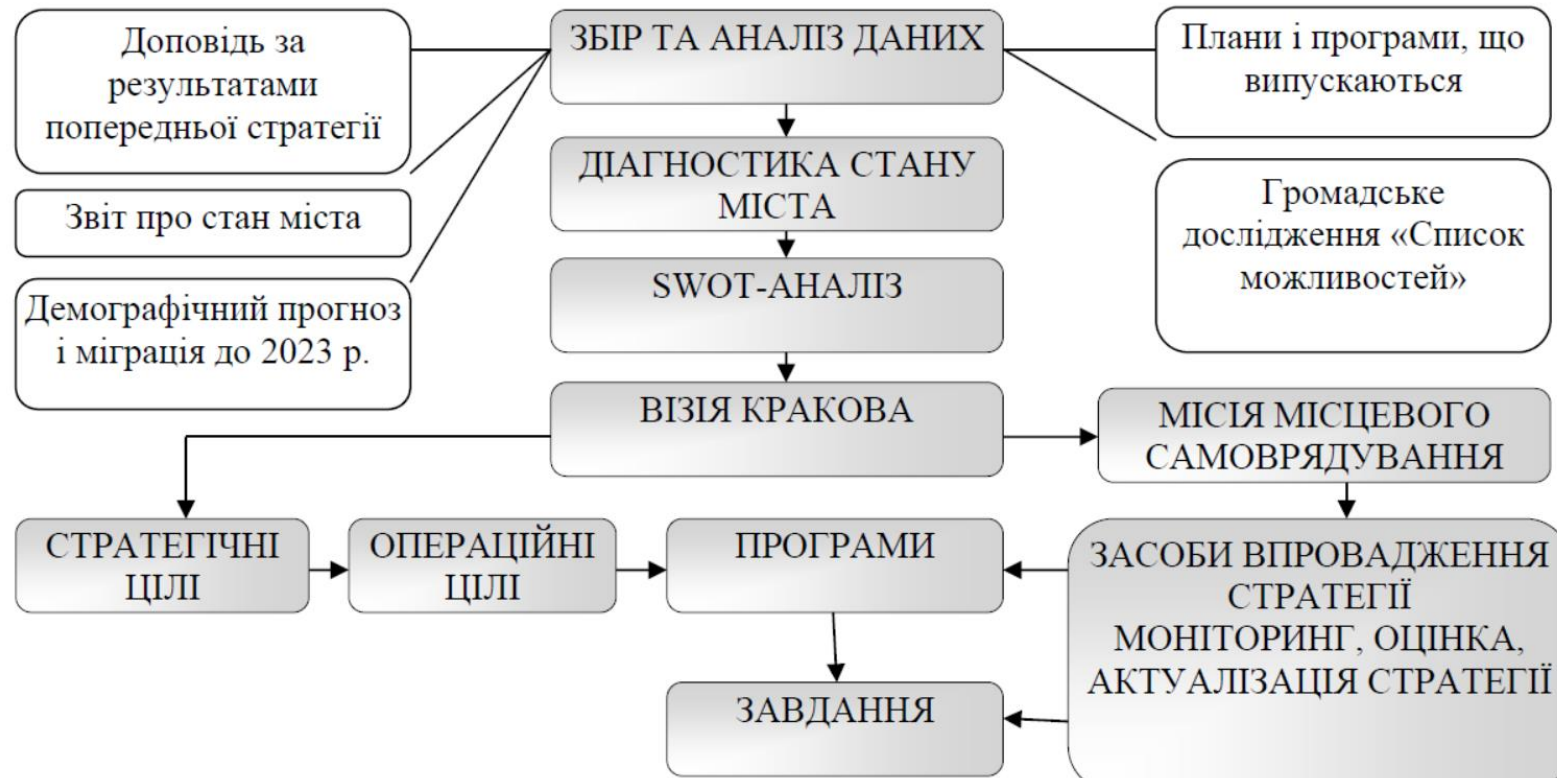
Третій етап - це консолідація матеріалу, виділення основних блоків та формування ключових ідей, практично створення чорнового варіанту стратегії «Бірмінгем 2026». Заключним етапом громадської кампанії стало чотирьохмісячне обговорення, і як результат, всі напрацювання цього обговорення включено в основну версію документу.

Краків, Польща

В 2005 році була прийнята **нова «Стратегія Розвитку Кракова»**, яка модернізувала Стратегію, прийняту місцевим самоврядуванням Кракова ще у 1999 році, а вступ до Європейського Союзу вплинув на нормативно-правову організацію місцевого самоврядування, що потребувало часткової зміни її.

«Стратегія розвитку міста Кракова» - це консолідований, структурований перелік підходів до сталого розвитку міста з точки зору досягнення поставлених стратегічних цілей

Етапи формування та реалізації стратегії в Кракові



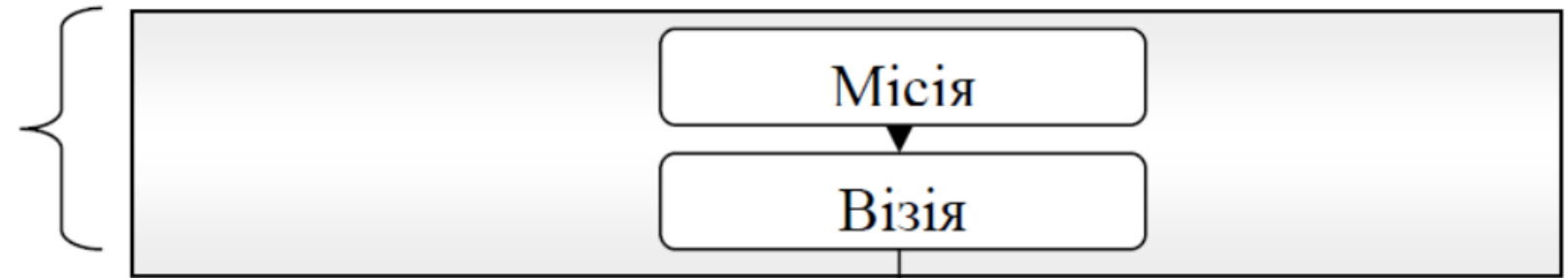
2. Основні етапи стратегічного планування розвитку туристичної дестинації

Стратегічне планування розвитку туристичної дестинації має певні специфічні особливості:

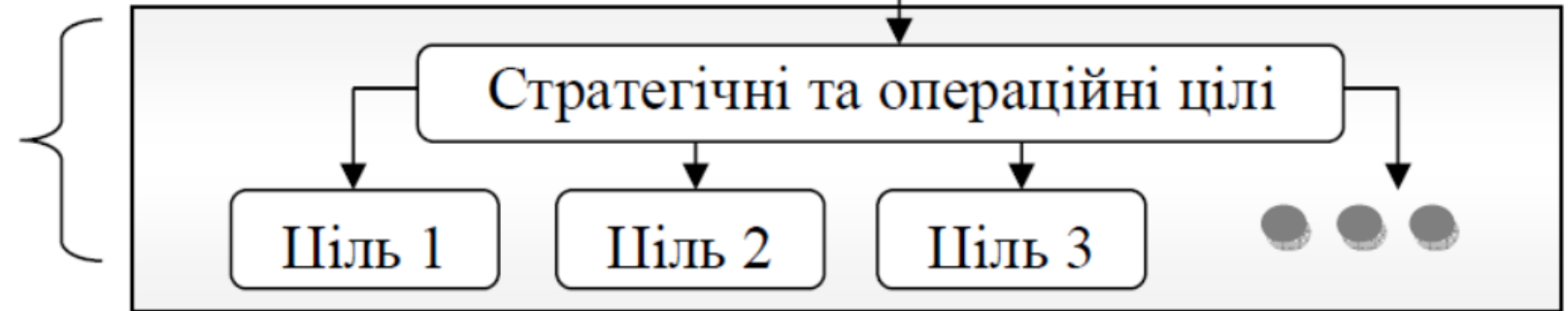
- стратегічний план враховує географічні, соціально-економічні умови, туристичні ресурси та інфраструктурний потенціал регіону;
- він повинен бути гнучким;
- відповідати очікуванням більшої частини місцевого населення;
- реагувати на зміни у навколишньому середовищі;
- зважати на конкуренцію серед регіонів за туристичні потоки;
- враховувати загальну політичну та економічну ситуацію.

Схема стратегічного планування туристичною дестинацією у м.Львів

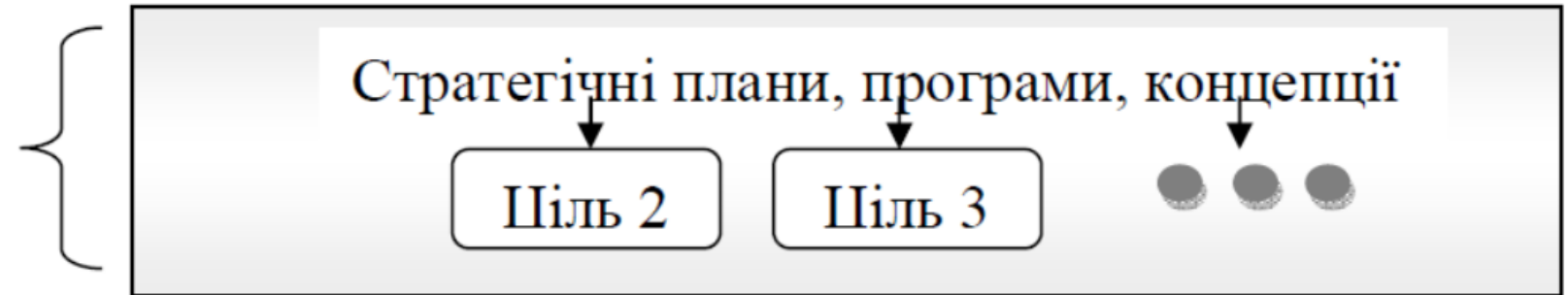
I етап:
ФОРМУВАННЯ
МІСІЇ / ВІЗІЇ



II етап:
ВИЗНАЧЕННЯ
ЦІЛЕЙ



III етап:
РОЗРОБКА
ПРОГРАМИ



Основні етапи стратегічного планування туристичної дестинації:

концептуальний -

включає базовий аналіз соціально - економічного та туристичного потенціалу; SWOT- аналіз та розроблення стратегічного бачення

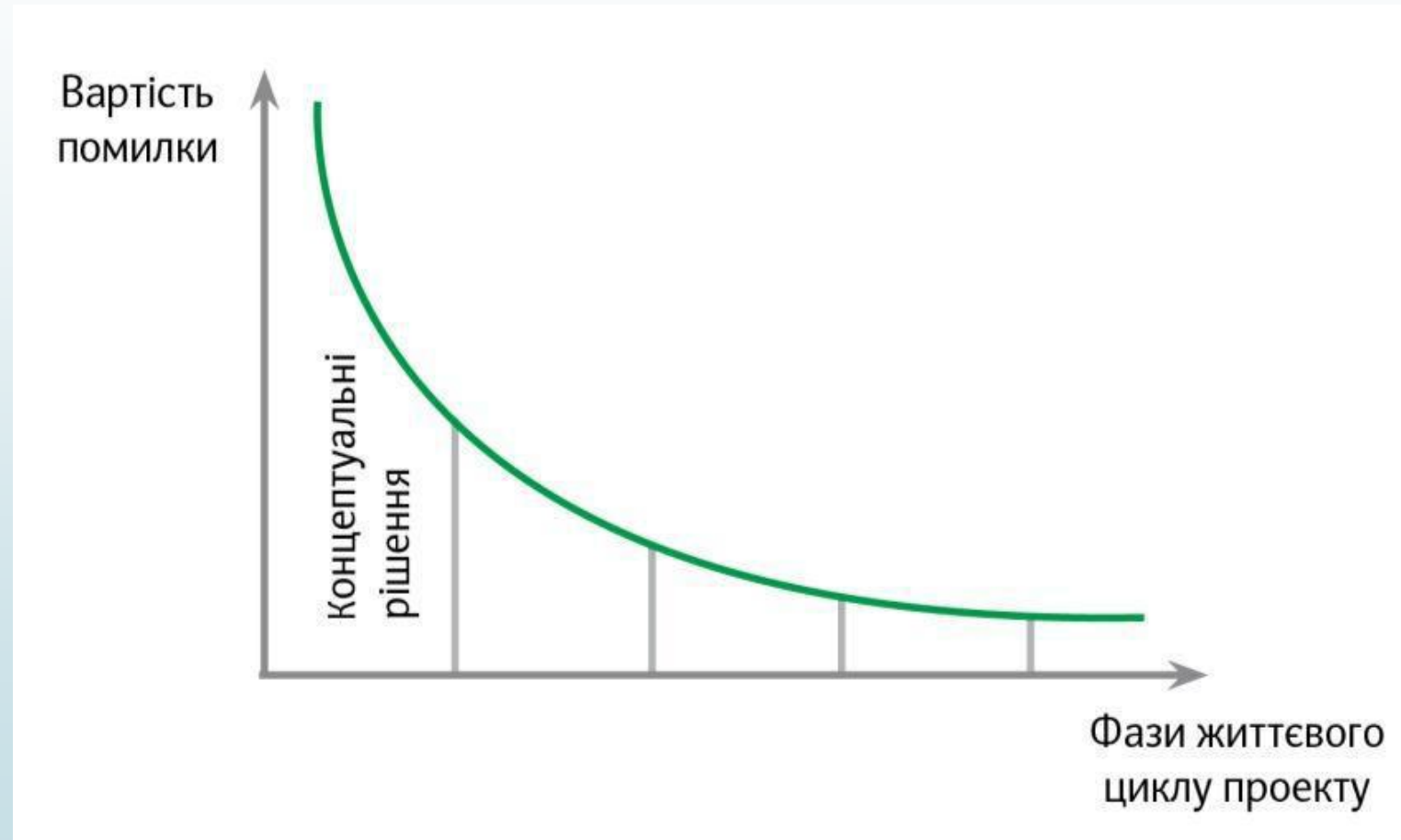
планувальний -


формулювання стратегічних та оперативних цілей, календарне планування, визначення відповідальних та зацікавлених сторін, управління впровадженням

моніторинговий –

реалізація стратегії та моніторинг її виконання.

Вартість помилки на різних етапах проекту розвитку дестинації





Стратегічне бачення – це спільне, погоджене на основі консенсусу, чітке і лаконічне формулювання того, як туристична дестинація буде розвиватися в майбутньому.

В процесі формування візії, стратегічних та операційних цілей багатьох європейських міст враховують:

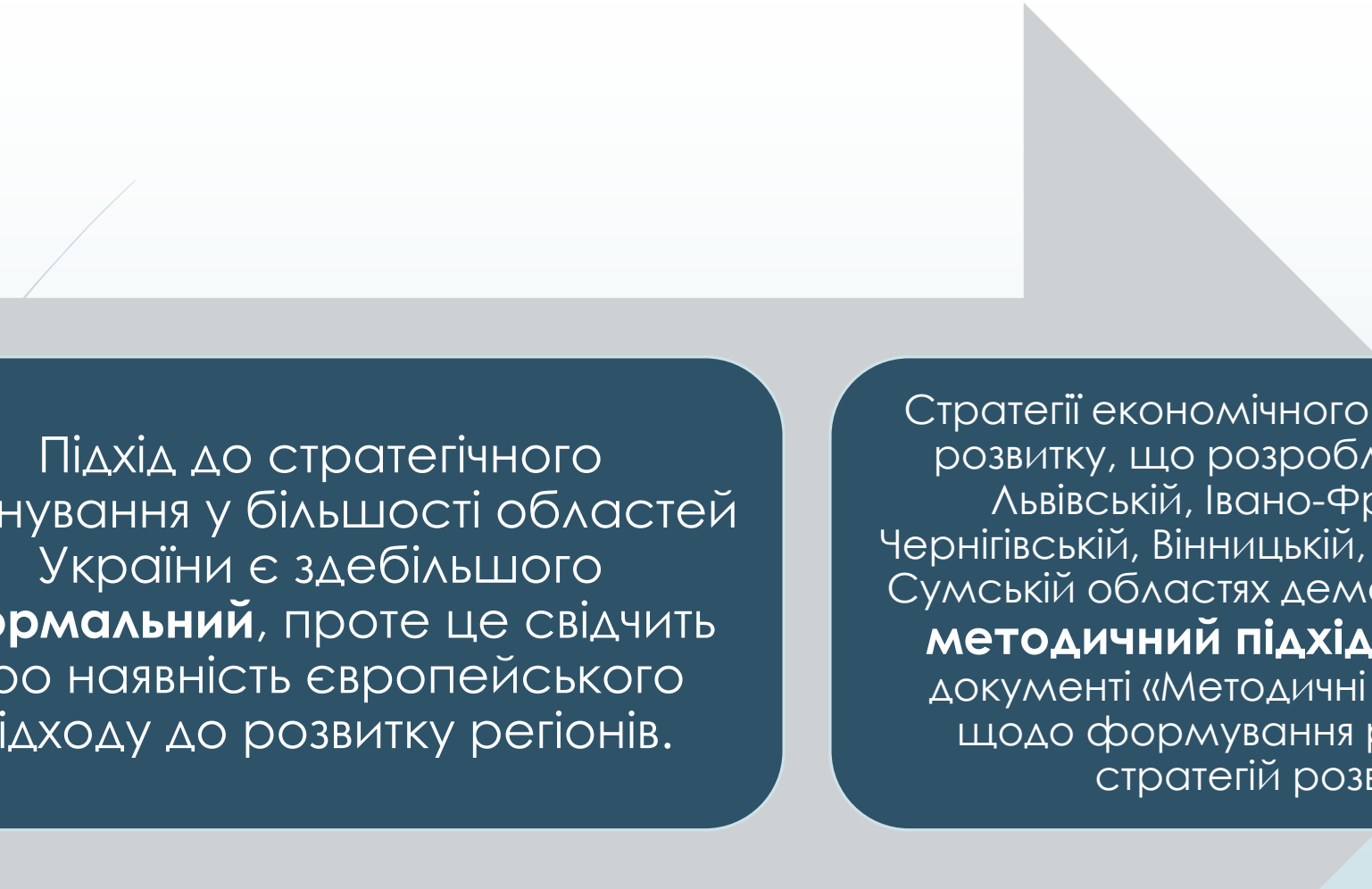
- - оцінку іноземних та українських експертів;
- - результати опитування посадових осіб та представників бізнесу;
- - офіційні статистичні дані;
- - результати широкомасштабних громадських слухань;
- - результати анкетування туристів та екскурсантів, молоді, науковців.

3. Практика стратегічного планування туризму в Україні

За останнє десятиліття в Україні було розроблено декілька **стратегій національного рівня**, а саме: «Стратегія економічного та соціального розвитку України на 2002-2011 роки», «Стратегія економічного та соціального розвитку України до 2011 року», «Стратегія економічного та соціального розвитку України (2004-2015 роки) «Шляхом європейської інтеграції», проте жодна з них не була реалізована.

Перший програмний документ - Указ Президента України **«Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року»** було розроблено у 1999 році, його ціллю було створення сприятливого організаційно-правового й економічного середовища для розвитку молоді туристичної галузі України

В проекті **Державної цільової програми розвитку туризму та курортів** на період до 2022 року, яка була схвалена в 2013 році передбачалось створення умов для збільшення потоку туристів, створення конкурентоспроможної розвинутої туристичної інфраструктури шляхом раціонального використання туристичних ресурсів, що сприятиме збільшенню обсягу надходжень до бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності.



Підхід до стратегічного планування у більшості областей України є здебільшого **формальний**, проте це свідчить про наявність європейського підходу до розвитку регіонів.

Стратегії економічного та соціального розвитку, що розроблені сьогодні у Львівській, Івано-Франківській, Чернігівській, Вінницькій, Хмельницькій та Сумській областях демонструють чіткий **методичний підхід**, визначений у документі «Методичні рекомендації щодо формування регіональних стратегій розвитку».

Програма розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області

модернізація діючої матеріально-технічної бази санаторно-курортного комплексу,

вихід на нові сегменти споживчого ринку і залучення додаткових клієнтів шляхом запровадження таких тенденцій сучасного ринку, як поліфункціональність послуг та диверсифікація власного продукту.

розвиток подієвого туризму,

розробка і проведення масштабних знакових заходів в культурному, науковому, спортивному житті територіальних громад, нових святкових програм, конференцій, конгресів, «круглих столів», які будуть привертати велику кількість учасників і гостей та здатні зняти таку актуальну для регіону проблему, як сезонний чинник в туризмі

Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області

формування
регіональної
мережі туристично-
екскурсійних
маршрутів,

розроблення і
впровадження на
державному рівні
механізму їх
утримання,

розширення
атракційності
туристичного
продукту регіону,

створення нових
робочих місць

«Комплексна стратегія розвитку міста Львів 2012-2025»

«Стратегія підвищення конкурентоспроможності міста Львова до 2015 року»;

«Інтегрована концепція розвитку центральної частини міста»;

«План сталого енергетичного розвитку м. Львова до 2020 року»;

«Генеральний план Львова до 2025 року».

*Інтегрована концепція розвитку
центральної частини міста Львова, що
спрямована на розвиток центральної
частини Львова охоплює такі аспекти як:*

збереження архітектурної та
культурної спадщини,

покращення якості
громадського простору,

вдосконалення системи
транспорту,

розвиток роздрібної торгівлі та
ремесел,

розвиток культури та туризму,

розвиток соціальної складової
та освіти,

модернізація управління
містом.

Формулювання місії міста Львів

Львів – це відкрите для світу, дружнє для людей місто. Зберігаючи неповторну понад 750-річну європейську спадщину, Львів є твердинею українських національних та духовних цінностей.

Працюючи чесно, ефективно, всі разом ми будемо екологічно чисте та комфортне для мешканців, сприятливе та безпечне для інвестора, цікаве для подорожуючого середовище.

Львів – сучасний і динамічний, тут престижно і весело вчитись, розвиватись культурно і духовно, займатись спортом, творити і любити...

Візія (бачення майбутнього, пріоритетів) м. Львова

Львів - твердиня національних традицій;

Львів - комфортне середовище для мешканців;

Львів - освітній, науковий та інноваційний центр.

Львів - культурна та туристична столиця Східної Європи;

Львів - світовий центр спорту та здорового способу життя;

Львів – місто високотехнологічних індустрій.

Пріоритети Комплексної стратегії розвитку Львова



Вирішальними критеріями відбору кластеру туризму стали:



історична та архітектурна спадщина, визнана ЮНЕСКО;

відповідність баченню міста та ментальності його мешканців;

наявність потенціалу малого та середнього бізнесу і людських ресурсів.

Вирішальними критеріями відбору кластеру бізнес-послуг були:

здатність втримати
робочу силу і
залучити мешканців,
що повертаються
з-за кордону;

- наявність
кваліфікованих
випускників із
західним способом
мислення;

- високий потенціал
для створення
матеріальних благ;

- близькість до
Європи, мала
різниця в часі.

Для Стратегії були визначені наступні стратегічні та оперативні цілі:

- економічне зростання через розвиток кластерів;

- розвиток кваліфікованих людських ресурсів;

- створення Агентства з питань сприяння інвестиціям;

- прозора система управління;

- допоміжна інфраструктура.

Стратегічні та оперативні цілі розвитку туризму міста Кам'янець – Подільський

