ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. Каразіна

Інститут економіки і міжнародних відносин

Факультет економічних міжнародних відносин
та туристичного бізнесу

ТУРИЗМ
І РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА

**ТЕЗИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
27–28 квітня 2007 року**

Харків 2007

УДК: 371.13

Друкується за рішенням Вченої Ради факультету
міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 8 від 25 квітня 2007 року)

Редакційна колегія:

Сідоров В. І., канд. екон. наук, проф., декан факультету
Голіков А. П., д-р геогр. наук, проф., зав. кафедрою міжнарод. екон. відносин
Беренда С. В., ст. викладач кафедри міжнародної економіки
Григорова Л. І., ст. викладач кафедри міжнародних економічних відносин
Грицак Ю. П., канд. геогр. наук, доц. кафедри туристичного бізнесу
Юрченко С. А., канд. геогр. наук, доц. кафедри туристичного бізнесу

Адреса редакційної колегії:

61077, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
Інститут економіки і міжнародних відносин,
вул. Мироносицька 1, к. 2-5, тел. (057) 707-52-90,
e-mail: interrelations@univer.kharkov.ua

УДК: 371.13
Туризм і регіональна політика: Тези міжнародної науково-практичної конференції 27-28 квітня 2007 р. — Харків: ХНУ ім. Каразіна, 2007. — 76 с.
ISBN 966-623-416-5

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2007
© Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу, 2007

ЗМІСТ

Баранова В. В.
ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАХІДНОЇ УКРАЇНИ 5

Васильева А. Е. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
РЕКРЕАЦИОННОГО ХОЗЯЙСТВА В БАШКИРИИ 8

Васильева О. Е. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВИДЫ
РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В БАШКИРИИ 11

Вєремєєва Н. В. РОЗВИТОК ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ
В УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТАХ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ 15

Грибанова С.В. ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ
У ХАРКОВІ В КІНЦІ XIX – НА ПОЧАТКУ XX СТ. 17

Грицак Ю. П. НЕКОТОРЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ
УРОВНЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА 19

Еременко А. С., Пенькова И. А.
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ 21

Євтушенко О. В. СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ НА УКРАЇНІ:
УМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 22

Земцова Ю. І.
ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ
ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ 24

Курилас Софія
ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ 27

Мальська Марта. ТЕРИТОРІАЛЬНА СИСТЕМА СФЕРИ ПОСЛУГ
КОМПЛЕКСОУТВОРЕННЯ В ТУРИЗМІ ТА ТОРГІВЛІ 28

Манько Андрій РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ
КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ 29

Непрядкіна Н. В.
ВПЛИВ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ НА ЗБІЛЬШЕННЯ ОБ`ЄКТІВ
ІНВЕСТУВАННЯ НА ВАЛЮТНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ 31

Новак В. А.
РЕКЛАМА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В УКРАЇНІ 33

Орач К. А. ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА
УКРАИНЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ИХ РЕШЕНИЮ 35

Парфіненко А. Ю. ДЕЯКІ АКСІОЛОГІЧНІ ТА ЕТИЧНІ АСПЕКТИ
ТУРИСТСЬКОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ 39

Пенья Єленська О. Р.
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Й НАПРЯМКИ
СПІВРОБІТНИЦТВА КУБИ Й УКРАЇНИ
В ОБЛАСТІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ 41

Подлепіна П.О.
КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ 43
Проценко І.С. ПРАКТИКА Й ПРОЦЕДУРИ
РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 45
Ремєскова Ю.Е. ШАРОВСКИЙ ЗАМОК
КАК ТУРИСТСКИЙ ОБЪЕКТ ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ 47
Сасіна А.Ю.
МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ В РОСІЇ ТА УКРАЇНІ 48
Сорокотяга И.Н.
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ 50
Трубчанін Н.Г.
РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ЗВ'ЯЗКІВ У ПРОСУВАННІ
УКРАЇНСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ 52
Фастовець О.О.
ЕКОЛОГІЧНА ПІДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ У ВНЗ 55
Ціп Олександра
ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО
ОБ'ЄКТУ ПАЛОМНИЦТВА (КРЕХІВСЬКИЙ МОНАСТИР) 57
Черниш І.В. МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОЛТАВСЬКОМУ РЕГІОНІ 59
Чижова О.В.
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ДЛЯ УКРАЇНИ 61
Шаля О.Г., Дергоусова А.О.
НАПРЯМКИ ПРОСУВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО ТУРПРОДУКТУ 63
Шишова О.Г.
РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ 65
Шумлянська Н.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 68
Юрченко Е.Е.
К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В СУМСКОЙ ОБЛАСТИ 70
Юрченко С.А. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ХАРЬКОВСКОГО РЕГИОНА 72

***

Баранова В. В.

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАХІДНОЇ УКРАЇНИ

ХНУ имени В Н. Каразина, доцент

У сучасних умовах переходу України до ринкової економіки в кожній галузі відбувається пошук нових шляхів і методів виробництва, здійснюється аналіз сучасного стану, окреслюються перспективи на майбутнє. Ці процеси характерні також для туристичної галузі, яка спрямована на отримання прибутку через задоволення туристичних потреб населення, надання йому різноманітних туристичних послуг у вигляді житла, харчування, транспортного й екскурсійного обслуговування та іншого сервісу.

Розвиток туризму в Україні особливо актуальний, оскільки саме завдяки туризмові Україна може поліпшити соціально-економічну ситуацію. Туризм в Україні, також може і мусить стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державних і місцевих бюджетів.

Інститут Туризму (Варшава), Львівський Національний університет ім. Івана Франка, Київський університет туризму, економіки і права у рамках спільного проекту «Туристичний потенціал Західної України» за підтримки програми «Польсько-американсько-українська ініціатива про співпрацю» (PAUCI) розробили матеріали до регіонального семінару «Напрямки і можливості інвестицій у туристичну галузь Львівської області». Головними цілями проекту «Туристичний потенціал Західної України» є підготовка аналізів і рішень, які стосуються можливостей розвитку сектору туризму на Західній Україні для підтримки органів державної адміністрації та місцевого самоврядування у сфері діяльності щодо модернізації українського господарства і пов'язаної з ним інфраструктури послуг. Проект охоплює 5 завдань, основною метою яких є проведення аналізу можливостей подальшого розвитку туризму у прикордонних областях Західної України. Ці матеріали будуть початковим етапом для впровадження програм розвитку у туристичну галузь Карпатського регіону.

Дослідження проведені у Львівській області у рамках проекту «Туристичний потенціал Західної України» базуються на досвіді польських спеціалістів у галузі туризму і є новим підходом до оцінки туристичної інвестиційної привабливості територій. Такий підхід до дослідження туристичної інвестиційної привабливості регіонів України застосовано вперше. Тому доцільно розглянути основні положення проекту.

Львівська область — це найбільша і найкраще розвинута економічно область Карпатського регіону.

Саме Львівська область має добре розвинуту транспортну інфраструктуру і виступає головним транзитним коридором у Євразійській комунікаційній мережі Європейський Союз—Україна—Росія та країни Кавказу, Центральної

і Східної Азії. Через область проходять транзитно-туристичні осі, залізничне сполучення дозволяє дістатися до Варшави, Кракова, Москви, Мінська, Праги, Братислави, Афін, Бухаресту і Софії, Відня. Львів має пряме залізничне сполучення з усіма обласними центрами України і основними регіонами держав СНД. Розробляються плани оновлення залізничної ділянки від Львова до польського кордону: будівництво 84-кілометрової колії, заміна колії радянського стандарту на колії європейського зразка. Міжнародний аеропорт у Львові обслуговує рейси до Варшави, Франкфурта, Москви. Сьогодні вздовж автошляхів міжнародного і регіонального значення, які активно використовуються туристами, формується розгалужена інфраструктура приватних готелів, кемпінгів, ресторанів, сервіс-центрів, що здійснюють обслуговування транзитно-туристичних потоків на рівні європейських стандартів. Щільність автодорожньої мережі становить 0,37 км/км^2 (середнє значення по Україні — 0,17 км/км^2). Це дає змогу охопити кільцевими екскурсійно-туристичними маршрутами панівну більшість природних та історико-культурних атракцій області. Протяжність області з півночі на південь складає 250 км, це зумовлює природну зональність ландшафтів: подільських, поліських, передгірських і карпатських.

Багата область і на об'єкти історико-культурної спадщини, яких нараховується понад 3,5 тис. Більше двох тисяч охоронних об'єктів розміщені у м. Львів, історико-культурний ансамбль його центральної частини включений у 1998 р. до списку світової спадщини ЮНЕСКО. З 1996 р. в області має місце тенденція стабільного зростання туристично-екскурсійного потоку, у 2002 р. екскурсійними послугами скористалося 150 тис. гостей.

Внутрішньообласний розподіл туристичних потоків на Львівщині здійснюється в радіальному напрямку від Львова, який виступає одним з найбільших центрів туристичного притягання в Центрально-Східній Європі.

Провідне місце у структурі туристичної діяльності Львівщини займає санаторно-курортне лікування та відпочинок (діє 81 санаторій та пансіонат з лікування, у яких у 2004 р. оздоровились 216,8 тис. осіб). Заклади відпочинку Львівської області представлені пансіонатами, турбазами. В області діє 269 підприємств, ліцензованих на організацію іноземного, зарубіжного, внутрішнього, масового і оздоровчо-спортивного видів туризму, а також проведення екскурсійної діяльності. У 2004 році послугами туристичних фірм скористалися 110,3 тис. осіб. З них 23% виїжджали за кордон, 25% — іноземні туристи, 52% охоплені внутрішнім туризмом.

Все більшого розвитку набувають альтернативні форми туризму — екстремальний, конгресовий, елітарний, зелений. Найбільшу популярність серед них отримав у Львівській області зелений туризм, який розвивається у традиційних туристичних зонах: Карпати, Передкарпаття, Розточчя. Згідно з даними львівського осередку Спілки сприяння розвитку зеленого туризму, на Львівщині нараховується понад 200 власників агроосель.

У 2001 р. в області діяло 65 підприємств готельного господарства. Станом на 01.04.2002 р. було сертифіковано 10 готелів, в т. ч. чотиризіркові — «Гранд-отель», «Дністер», «Женева» (Трускавець). Позитивною тенденцією протягом останніх років є формування цілої мережі невеликих комфортабельних закладів розміщення туристів (готель «Еней», «Валентина», «Олена» та ін.). Обсяг реалізації в області санаторно-курортних та відпочинкових послуг у 2004 р. становив 232,3 млн. грн., що становить 4,5% загального обсягу послуг населенню.

Однією з головних передумов розвитку туризму і рекреації у прикордонних районах є розбудова, облаштування наявних та введення у дію нових прикордонних переходів. На території Львівської області по периметру державного кордону з Республікою Польща функціонують 7 пунктів пропуску через державний кордон України (4 автомобільних та 3 залізничних).

Результатом досліджень у рамках проекту «Туристичний потенціал Західної України» є визначення проблем розвитку туризму:

- зародковий стан туристичної інфраструктури;
- переважання виїзного туризму і вивіз «туристичних» коштів;
- надмірне оподаткування, що гальмує розвиток великих фірм і вичавлює у тінь малі;
- невпорядкованість у сфері ліцензування і державного контролю і, як наслідок, чисельні прояви недобросовісної конкуренції;
- слабка інформаційна і рекламна підтримка внутрішнього туризму;
- низька платоспроможність більшої частини потенційних споживачів туристичного продукту.

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 29.04.2002 р. № 583 «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки» у кожній із карпатських областей була розроблена програма розвитку туризму на 2002-2010 роки. Програми розроблялися комплексно, пропозиції до них подавали управління облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконокоми, екологічні і громадські організації. У рамках проекту «Туристичний потенціал Західної України» можуть бути визначені зауваження і доповнення до затверджених регіональних програм розвитку туризму.

Аналіз наявної матеріально-технічної бази та рекреаційної інфраструктури дозволяє зробити висновок про очевидну наявність факторів для перспективності та економічної доцільності розвитку рекреаційної сфери, перетворення Львівщини у туристичний регіон загальноєвропейського значення. Проте стан матеріально-технічної бази далекий від світових стандартів, тому ключовим питанням у найближчій перспективі є її модернізація.

Література:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 325/95-ВР.

2. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2002 року № 583 «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки»

3. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие: для вузов. — М., 2001.

4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. — СПб.: «Герда», 1999. — 192 с.

5. Бедзір В. Реалії туристичної мрії // Зелені Карпати. — 2002. — № 1-2.

6. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика: Избр. труды. В 5 т. — М.: «Финансы и статистика», 1998.

7. Квартальнов В.А. Иностранный туризм. — М.: «Финансы и статистика», 1999.

8. Квартальнов В.А., Зорин И.В., Чепик В.Д. и др. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальности «Рекреация и туризм»: Проект // Актуальные проблемы туризма. — Вып. 1. — М., 1997.

9. Напрямки і можливості інвестицій у туристичну галузь Львівської області // Матеріали регіонального семінару у рамках проекту «Туристичний потенціал Західної України» за підтримки програми PAUCI (Польсько-американсько-українська ініціатива про співпрацю) — Львів, 9 вересня 2003 р.

10. Олійник О. Туризм в Україні має перспективи // Урядовий кур'єр. — № 35. — 26.02.1997.

***

Васильева А.Е.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ХОЗЯЙСТВА В БАШКИРИИ

Россия, Башкирский государственный университет

По данным, опубликованным комиссией Европейского Союза, Россия наряду с Кипром, Польшей, Испанией и Турцией в XXI веке будет относиться к наиболее быстро развивающимся в рекреационном отношении странам (Александрова, 2002). Структура въезда-выезда рекреантов России будет постепенно изменяться в пользу въезда. Регионы России, в том числе и Башкирия, уже сегодня могут привлечь рекреантов выгодным соотношением высокого уровня обслуживания и наличия рекреационных ресурсов при относительно низких ценах.

Как и в других регионах России, не являющихся признанными «туристскими» регионами (Краснодарский край, Новгородская область), дальнейшее развитие рекреационной деятельности в Башкирии во многом зависит от развития ее политической и экономической обстановки. Есть основания полагать, что в ближайшие годы будут в целом сохранятся современные тенденции в изменении рекреационных потребностей и спросе, в структуре рекреационных учреждений и территориальной организации рекреационной деятельности.

В результате дальнейшего роста цен на рекреационные услуги будет сокращаться контингент отдыхающих, предъявляющих платежеспособный спрос на традиционные учреждения отдыха — санатории, дома отдыха, на туристские услуги и т.д. Происходящая в настоящее время резкая дифференциация населения по доходам и, соответственно, по спросу на рекреационные услуги, с одной стороны, приводит к формированию слоя отдыхающих, представляющих сферу частного бизнеса, получающих относительно крупные доходы и предъявляющих спрос на дорогие высококачественные услуги. С другой сто-

роны, у малоимущих слоев населения спрос минимален; единственная для них возможность воспользоваться рекреационными услугами связана с созданием специальных фондов, поддерживающих организацию отдыха таких групп.

Будет продолжаться повышение требовательности отдыхающих к качеству услуг, к комфортности отдыха. В этом отношении Башкирия столкнется с жесткой конкуренцией Челябинской, Свердловской, Самарской областей, которые могут предоставить аналогичный уровень комфортности отдыха и лечения за более низкие цены.

Также повысятся требования к качеству рекреационных ресурсов — комфортности климата, благоприятности экологической ситуации в местах отдыха. Появятся новые направления рекреационной деятельности: экологическое, спортивное, экстремальное, социальное и др., развитие которых благоприятно именно в Башкирии с ее комплексом рекреационных условий и ресурсов. Это и должно повысить рекреационную привлекательность республики по сравнению с соседними регионами.

Структура рекреационных учреждений все в большей и большей степени будет изменяться в пропорционально со спросом населения, соответственно, в ближайшем будущем продолжится сокращение числа и суммарной вместимости старых традиционных рекреационных учреждений.

Наибольшее развитие в Башкирии должны получить горнолыжный (спортивный) туризм и санаторно-курортное лечение, уже сегодня являющиеся прибыльными направлениями рекреационной деятельности.

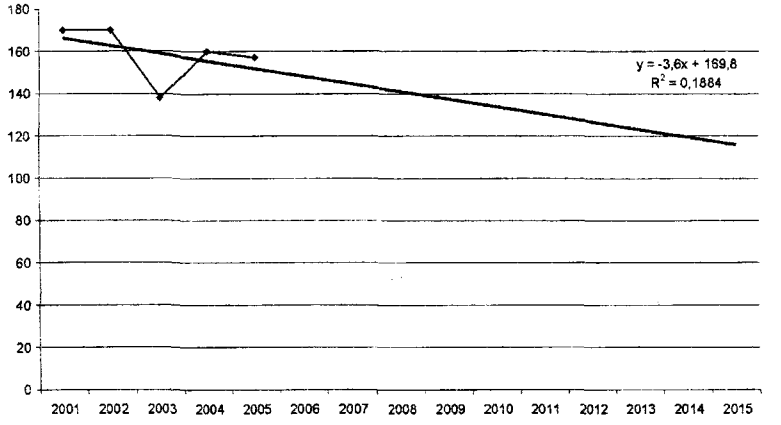


Рис. 1. Число санаторно-курортных организаций, организаций отдыха и турбаз в Башкирии, 2001–2015 гг.

(составлено по: Фондовые материалы Башкортостанстата, 2001–2005 гг.).

Это подтверждает рассчитанная автором эффективность деятельности горнолыжных комплексов и санаторно-курортных организаций Башкирии. Используя регрессионный метод, автором были определены линии трендов развития рекреационного хозяйства до 2015 года по следующим показателям развития:

- число санаторно-курортных организаций, организаций отдыха и турбаз Башкирии;
- число коек в санаторно-курортных организациях Башкирии;
- число турорганизаций в Башкирии;
- число турмаршрутов по родному краю.

Линии трендов построены в Excel. По имеющимся данным для каждого графика построены уравнения трендов (рис. 1–3). Величина достоверности аппроксимации составляет 0,19–0,82. Таким образом, все полученные уравнения могут быть использованы для описания наблюдаемых тенденций изменения показателей, однако наиболее точный прогноз возможен относительно развития маршрутов по родному краю.

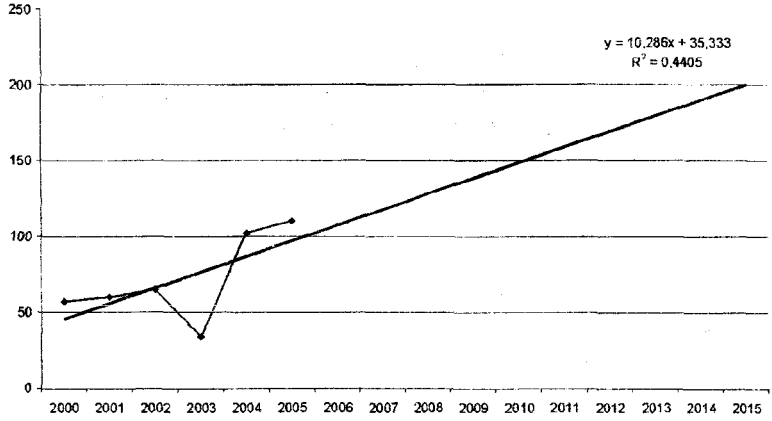


Рис. 2. Число турорганизаций в Башкирии в 2000–2015 гг.
(составлено по: Фондовые материалы Башкортостанстата, 2001–2005 гг.).

Проанализировав данные графиков, можно сказать, что в последующие годы в Башкирии будет активно развиваться самодеятельный туризм. Число внутренних маршрутов резко увеличится, соответственно, это должно привести к развитию в Республике новых видов туризма (экологического, экстремального, сельского) и притоку инвестиций в эти отрасль. Также высоки темпы роста турорганизаций в Башкирии. Но поскольку при этом наблюдается отрицательная тенденция развития санаторно-курортных организаций, баз отдыха и турбаз, большинство турорганизаций Башкирии в последующие годы все так

же будет ориентировано на внешний туризм. Об этом свидетельствует и сегодняшняя ситуация, когда только 7% турфирм Башкирии занимается оказанием рекреационных услуг внутри республики. Отрицательное изменение числа койко-мест в санаториях и турбазах Башкирии также связано с реконструкцией санаторно-курортной системы и адаптации ее к рыночным условиям.

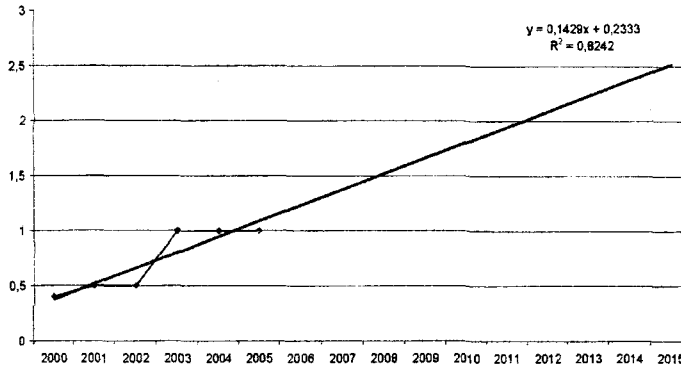


Рис. 3. Турмаршруты по Башкирии в 2000–2015 гг.

(составлено по: Фондовые материалы Башкортостанстата, 2001–2005 гг.).

При этом, несомненно, повысился и будет повышаться уровень обслуживания в санаториях и домах отдыха Башкирии, однако он по-прежнему будет уступать возможностям и качеству отдыха за рубежом. Линия тренда в начале 2000-х годов также идет вниз за счет прекращения существования большого количества турбаз от некогда крупных предприятий, которые были расформированы и вряд ли будут восстановлены в последующие годы.

***

Васильева О. Е.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВИДЫ РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В БАШКИРИИ

Россия, Башкирский государственный университет, 4 курс

С учетом анализа состояния рекреационных ресурсов и рекреационного хозяйства Башкирии для республики могут представлять особый интерес следующие виды рекреационной деятельности:

1. Самыми развитыми в настоящее время направлениями рекреационной деятельности сегодня в Башкирии являются лечебная и спортивно-оздорови-

тельная рекреация.

Лечебная рекреация Башкирии базируется на ее богатейших природных лечебных рекреационных ресурсах и представляет интерес и ценность не только для республики, но также для России и зарубежья. Лечебная рекреация получила развитие во всех рекреационных зонах Башкирии и в большинстве рекреационных районов.

Спортивная и оздоровительная рекреация, постоянный интерес к которым отражает стремление людей к активным формам отдыха в экологически чистых зонах, общению с природой, частично в сочетании с занятиями различными видами спорта, также представлена во всех рекреационных зонах республики, но наибольшее развитие имеет в Центральной и Восточной частях Башкирии (особенно Уфимский, Абзаковский, Белорецкий рекреационные районы).

В республике спортивно-оздоровительная рекреация долгое время функционировала на общественных началах, координатором этого вида деятельности являлся туристско-спортивный союз Республики Башкортостан (общественная организация). В настоящее время проблемами развития спортивно-оздоровительной рекреации занимается Министерство физкультуры, спорта и туризма Республики Башкортостан.

2. В ближайшее время в Башкирии должны получить широкое развитие экологическая рекреация, включая деревенскую рекреацию, культурно-познавательная рекреация, охота и рыбалка.

Наиболее перспективным для Башкортостана видом рекреационной деятельности может стать, прежде всего, экотуризм, к разновидности которого следует отнести также деревенский туризм. Несмотря на то, что Западная Башкирия загрязнена выбросами предприятий промышленного производства, районы Восточной Башкирии, представляющие наибольший интерес для развития экологического туризма, остались экологически чистыми. Как уже было отмечено выше, эта территория прекрасно подходит для развития экологического туризма.

Деревенская рекреация может развиваться в полузабытых ныне деревнях, расположенных в пределах экологически чистых территорий. Данный вид рекреационной деятельности относится к мелкомасштабным типам рекреационного развития и заключается в отдыхе небольших групп, приезжающих в традиционные, чаще всего удаленные деревни и живущих в постройках, которыми владеют и управляют местные деревенские жители (Сергеева, 2004).

Самыми перспективными для развития экологической и деревенской рекреации являются: Белорецкий, Абзаковский, Павловский, Янгантаусский рекреационные районы

Охоту и рыбалку также можно рассматривать в качестве специализированного вида рекреационной деятельности и рассчитывать на его перспективность ввиду близости от Уфы. В настоящее время в Уфе появляются турфирмы, ориентированные на охотные и рыболовные туры, создан специальный

комитет при Министерстве Природных Ресурсов Республики Башкортостан.

Культурно-познавательная рекреация, основанная на неослабевающем интересе к культурно-историческому потенциалу республики, включающему многочисленные памятники архитектуры, истории, литературы, археологии, а также 6 исторических городов, должна получить развитие в ближайшем будущем ввиду повышенного внимания Правительства республики к этому виду деятельности и строительства большого количества культурных рекреационных объектов.

3. К видам рекреационной деятельности «второго порядка», которые также должны получить развитие в Башкирии, относятся: инсентив, деловая, религиозная рекреация, этническая рекреация, рекреация, ориентированная на транспорт.

Деловая и особенно познавательно-деловая рекреационная деятельность рассчитаны, в основном, на бизнесменов, в том числе иностранных, работающих по контрактам в России и сочетающих отдых с возможностью расширения деловых контактов. Успешность этого вида рекреационной деятельности определяется близостью столицы.

Инсентив, или поощрительная рекреация, основан как на коллективных посещениях Уфы и других исторических городов республики с экскурсионными целями, так и на поездках работников предприятий и учреждений, в туристские зоны республики для отдыха. Перспективность этого вида рекреационной деятельности определяется также, в основном, соседством столицы с развитой промышленностью и инфраструктурой.

Городская рекреация должна получить основное развитие в Уфе, где в широком диапазоне сосредоточены исторические и культурные достопримечательности, при условии модернизации многих средств размещения и создания более широкой рекреационной инфраструктуры, магазинов народных промыслов, небольших ресторанов, кафе по интересам и др. Кроме этого, Уфа может с успехом служить для рекреантов базой для выезда на экскурсии в ближайшие города (Стерлитамак, Бирск и другие). При этом использование городских достопримечательностей и объектов может оказать существенную финансовую поддержку местным жителям, владеющим и пользующимся этими же объектами.

К специализированным направлениям рекреационной деятельности относят научную и учебную рекреацию, связанные с профессиональными интересами людей, использующих поездки для обмена идеями и изучения народных промыслов и ремесел, археологии, архитектуры, национальных парков, экосистем и др. Для развития этих видов рекреационной деятельности Башкирия (в особенности Уфимский и Шиханский рекреационные районы) имеет огромный потенциал.

Важнейшим для Башкортостана видом рекреационной деятельности, не основанной на специализированных мотивациях путешествий, является религиозная рекреация, для обеспечения которой также требуются средства

размещения и инфраструктура. Только в Уфе кроме 6 православных церквей, есть мусульманская мечеть, которая является главной мечетью в России, функционируют еще 2 мечети. К религиозным праздникам предприятия, занимающиеся народными промыслами, производят много тематических изделий. Религиозные праздники собирают в Уфе большое количество прихожан из всех уголков республики и гостей Башкортостана.

Рассматривая перспективы развития деловой, городской, религиозной, научной, учебной рекреации и инсентива по рекреационным районом, необходимо в первую очередь выделить Уфимский и Шиханский районы.

К другим формам рекреационной деятельности, уже являющимся чрезвычайно распространенными, относится дачная рекреация, служащая, как известно, для проживания в периоды отпусков или ухода на пенсию и распространенная во всех рекреационных районах республики.

Рекреация, ориентированная на транспорт, сможет активно развиваться в более отдаленной перспективе, после создания соответствующей придорожной и береговой инфраструктуры: это автотуризм и рекреация на водном транспорте — речных судах дальнего плавания, малых прогулочных теплоходах и лодках. Наибольшие предпосылки развития водной транспортной рекреации имеют: Нефтекамский, Бирский, Уфимский рекреационные районы.

Этническая рекреация также должна развиваться, учитывая прошлое нашей страны, когда многим людям пришлось эмигрировать и теперь они едут в места, где когда-то жили их предки. Наибольшие предпосылки развития этнической рекреации имеет Туймазинско-Белебеевский, Центральный и Шиханский рекреационные районы

Таким образом, проанализировав особенности рекреационного хозяйства на современном этапе, нами были определены перспективы развития рекреационного хозяйства и приоритетные направления и виды рекреационной деятельности Башкирии.

К наиболее перспективным видам рекреационной деятельности относятся лечебная (в особенности кумысолечение), спортивная (в особенности горнолыжная и водная) и экологическая рекреация, развитие которых должно стимулироваться правительством. Высокими темпами будет развиваться самодеятельный туризм — увеличится количество туристских маршрутов; также будет наблюдаться рост числа туристских организаций, однако по-прежнему их деятельность будет ориентирована на внешний туризм. Соответственно, в ближайшем будущем должны быть разработаны новые и восстановлены ранее действовавшие туристские маршруты; введены меры экономического поощрения организаций, занимающихся внутриреспубликанской рекреационной деятельностью.

❋❋❋

Вєрємєєва Н. В.

РОЗВИТОК ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТАХ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

ХНУ імені В. Н. Каразіна, 4 курс

Мета статті — виявити проблеми та перспективи розвитку гірськолижного туризму в українських Карпатах на сучасному етапі.

Українські Карпати розташовані на території Закарпатської, Львівської, Івано-Франківської та Чернівецької областей і займають площу понад 24 тис. км^2. Природно-ресурсний потенціал українських Карпат створює всі можливості для ефективного розвитку рекреаційного комплексу.

Низькогірські ландшафти, рельєф і клімат, сприятливі для гірськолижного спорту і відпочинку, обумовлюють високий рекреаційний попит на регіон. Він оцінюється більш ніж у 4 млн. чол. у рік тільки для потреб відпочинку і туризму. Попит на рекреаційні послуги оцінюється, як мінімум, у 6 млн. чол. у рік.

Розрахунки показують, що одноразова гранична рекреаційна місткість регіону складає 2,2 млн. осіб, тоді як річна — 8 млн. туристів і відпочиваючих, а також 12 млн. екскурсантів і туристів вихідного дня. Навіть при 50-процентному рівні цих показників значний діапазон для перспективного росту туризму в регіоні зберігається. Карпатський регіон знаходиться в центрі Європи. Через нього проходять різноманітні зв'язки. Його непогана транспортна приступність є сприятливим чинником для залучення контингенту відпочиваючих не тільки зі східних регіонів, але і з європейських країн. Карпати можуть служити своєрідним полігоном для дислокації, центрів міжнародного бізнесу, що буде стимулювати ріст комерційного і ділового туризму.

Незважаючи на достаток місць для спусків з гір, можливості Карпат далеко не вичерпані. Приїжджаючі на відпочинок гірськолижники зупиняються в готелях, на турбазах, у притулках, на спортбазах і в приватному секторі. Тисячі туристів воліють не залишати меж батьківщини після того, як популярні в недавнім минулому польські і словацькі місця зимового відпочинку стали менш доступним для багатьох українців. Це зв'язано з уведенням візового режиму, а також перспективою подорожчання відпочинку в Східній Європі.

Однієї з найбільш гострих проблем на західноукраїнських курортах стає недостача місць для всіх бажаючих. Це стимулює будівництво будівництва нових великих турбаз і стрімкий розвиток приватного туристичного бізнесу. Гірськолижні курорти Карпат, нарешті, стали привабливими для інвестицій.

В останні роки Славське став визнаним лідером по залученню туристів. Навколо селища є більш десятка гірськолижних спусків, що підходять як починаючим, так і професіоналам. Сьогодні тут можна зустріти туристів не тільки з усіх кінців України, але і з Європи.

Вартість проживання в пансіоні складає біля 15 дол. з людини на добу, а дворазове харчування обійдеться ще в 6 дол. Ця середня ціна в приватному

секторі в українських Карпатах. Львівська область одержала величезний картбланш у розвитку туризму завдяки гарній транспортній інфраструктурі практично через кожен населений пункт, популярний серед відпочиваючих, проїжджає потяг. На турбази Львівщини добратися зараз набагато простіше, і в результаті область стала освоєним туристичним регіоном.

Одночасно бурхливо розвивається і приватний сектор, Для не дуже вибагливого відпочиваючого ціни там більш прийнятні. У самий дорогий, передноворічний сезон проживання однієї людини обійдеться до 100 грн. на добу, включаючи і триразове харчування. Власники таких пансіонів рекомендують зв'язуватися з ними прямо, тому що деякі київські турфірми умудряються продавати місця в їхніх будинках у два-три разів дорожче.

Більшим недоліком Карпат є обмежений час наявності сніжного покриву. Наприклад, цього року туристичний сезон був практично зірваний із-за м'якої зими. Однак, даний недолік може компенсований за рахунок закупівлі сніжних гармат, які дозволяють мати якісний гірськолижний схил навіть при плюсовій температурі. Це без сумніву робить відпочинок у Карпатах більше дорогим з погляду його технологічної організації, однак інші переваги можуть зробити Карпати лідером гірськолижного відпочинку в СНД.

Гірськолижний туризм постійно перебуває в розвитку, як у світі, так і в Україні, особливо в Карпатах, що є перспективним туристичним регіоном в області гірськолижного туризму. Ріст популярності гірськолижного спорту, а також беручи до уваги виняткові особливості (наявність унікальних природних ресурсів і значний рівень їхнього освоєння), розвиток гірськолижного туризму в Карпатському регіоні надзвичайно перспективно й економічно доцільно. Безсумнівно також, що активний розвиток цього виду туризму в Карпатах буде сприяти й підвищенню міжнародного авторитету Української держави.

Успішної конкуренції України в сфері організації гірськолижного туризму може сприяти ряд факторів. У першу чергу це цінова конкуренція Основний спосіб зниження цін — пропозиція чартерних програм, розміщення в апартаментах або готелях економа-класу, пропозиція менш відомих курортних місць, а також поїздки в низький сезон. Другий по значимості фактор — це можливості, створені для організації дозвілля після катання (так зване «après-ski»). Звичайно це різноманітні ресторани, можливості для шопінга, оздоровчі центри, спа, лазневі комплекси й басейни й т.п.

Автор досяг висновків, що подальший розвиток гірськолижного туризму в Україні може бути успішним при збільшенні числа гірськолижних центрів, підвищення сервісу та великих капітальних вкладень. Все це вимагає активного втручання держави в розвиток даного туристичного напрямку.

Література:

1. Рутинський М.И. Географія туризму України. — Київ, 2004. — с.40-42

2. Зинков Р. Горнолыжные курорты// Уик-энд. — 2005. — №2. — с.16-18

3. http://www.tour.com.ua/tourwww/karpaty.htm

Грибанова С.В.

ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ХАРКОВІ В КІНЦІ XIX – НА ПОЧАТКУ XX СТ.

Інститут туризму ФПУ, м. Київ

У другій половині XIX ст. у Російській імперії пореформеного періоду починає бурхливо розвиватися капіталістична економіка, пожвавлюється суспільно-політичне та культурне життя національних окраїн, і в тому числі в Україні. Розгорнувся рух ліберальної інтелігенції за поширення знань серед населення. Одним із засобів просвітницької роботи стали екскурсії.

Розвиток екскурсійної справи в Україні має свою історію. Організатори поширення знань серед населення використовували екскурсії як важливий інформаційний чинник загальнопізнавального характеру.

Харків як один із провідних культурних та наукових центрів в Україні не залишився осторонь цього процесу. Передові освітяни та науковці, які працювали в той час у Харкові, докладали багато зусиль, аби піднести культурно-освітній рівень населення, використовуючи екскурсії. Висвітлення питання розвитку екскурсійної діяльності у Харкові зазначеного періоду є актуальним для сучасних фахівців екскурсійної сфери.

Пізнанню рідного краю сприяли екскурсії, що влаштовувалися педагогами в навчальних закладах міста. Ці екскурсії мали різне тематичне спрямування: історичні, паломницькі, природознавчі, літературні, мистецтвознавчі. Екскурсоводами, як правило, виступали вчителі.

Відомий український літературознавець, етнограф, тонкий знавець художньої старовини М.Ф. Сумцов у роботі «До питання про організацію місцевих освітніх учнівських екскурсій» (1897 р.) наголошував на значенні учнівських екскурсій, зокрема мистецтвознавчих, виділив як екскурсійні об'єкти храми м. Харкова та позаміської зони, художню експозицію міського музею та університетський музей художніх мистецтв, в тому числі найбагатший нумізматичний кабінет. Автор зазначив також важливу роль виробничих екскурсій для учнів на фабрики та заводи.

Вчителі приділяли особливу увагу екскурсіям, які виховували у молоді естетичні смаки, підвищували їхній культурний рівень і допомагали формувати особистість молодої людини. Так, під керівництвом вчителя В.С. Габо учні у 1916 р. здійснили низку літературно-естетичних поїздок до околиць Харкова, Роганя, Хорошива, Чугуєва [1, с. 4–13].

Надзвичайно важливу роль у справі організації учнівських екскурсій відіграла екскурсійна комісія при Харківському навчальному окрузі, що займалася організацією обслуговування екскурсантів.

Обговорювалися питання організації учнівських екскурсій на Харківському педагогічному з'їзді, що відбувся у 1916 р. З'їзд констатував величезну користь, яку давали екскурсії. В резолюції з питань виховання екскурсії вва-

жалися обов'язковим чинником освіти та виховання в середній школі. Передбачалося, що екскурсії можуть охопити усі предмети навчального курсу [2, с. 31]. Для учасників педагогічного з'їзду екскурсійною комісією Харківського округу 2–7 червня 1916 р. була організована широка екскурсійна програма.

Просвітницькі товариства за допомогою такої ефективної форми просвітництва як екскурсії здійснювали процес освіти для дорослих. Так, у школі Х. Алчевської з учнями влаштовувалися екскурсії за місто.

До екскурсійної справи залучалось також і вища школа. В історичних та природничих гуртках, що виникали при університетах, проводилися відповідно до фаху екскурсії й створювалися туристично-екскурсійні гуртки.

Для ознайомлювання майбутніх фахівців з виробництвом навчальними планами вищих спеціальних навчальних закладів передбачалося проведення екскурсій із студентами III, IV, V курсів на заводи та фабрики. Активну екскурсійну діяльність проводив Харківський технологічний інститут. Так, у 1892, 1893, 1898 рр. студенти цього інституту здійснили низку екскурсій до пивоварного заводу акціонерного товариства «Нова Баварія», газового, миловарного, рафінадного заводів, фабрики олійних фарб, парового млина Ю. Файнберта у Харкові [3]. Студенти наукового товариства інституту, яке у 1903 р. об'єднувало 232 студента, організовували екскурсії на підприємства Павлограду, Катеринослава, Тростянця, Полтави, влаштовували подорожі до Москви, Баку, Грозного.

На початку XX ст. в Україні зростає кількість товариств розповсюдження знань серед населення, серед яких було Харківське товариство грамотності. Клуб працівників позашкільної освіти, що був організований при позашкільній комісії цього товариства, проводив екскурсії [4, с.137].

Організовували екскурсії і наукові товариства. При Харківському товаристві дослідників природи 24 вересня 1911 р. було утворено три секції, одна з яких — екскурсійна, заходами якої проводилися екскурсії не тільки в Харкові, а й в інших регіонах [5, с.'167-168].

Інтерес до екскурсій виявили також Харківське історико-філологічне товариство, Харківське відділення Російського технічного товариства. Товариства організовували наукові екскурсії як з метою наукових досліджень, так і з метою популяризації наукових знань, поширення просвітництва серед населення, що сприяло в цілому піднесенню культури народу.

Отже, в кінці XIX — на початку XX ст. екскурсії владно увійшли в культурно-освітнє життя України, зокрема й Харкова. Спостерігаються перші паростки організаційних форм екскурсійного руху. Переростаючи у подорожі екскурсії стають каталізатором туристичного руху, його невід'ємною частиною. Невипадково деякі дослідники історії туризму вважають, що туризм в Російській імперії починався саме з екскурсійної справи.

Література:

1. «Русский экскурсант» — Ярославль, январь 1917 г. — с. 4–13.

2. Педагогический съезд Харьковского учебного округа по вопросам среднего образования.

— Х.: Тип. и литография М. Зильберберг и сыновья, 1916. — 89 с. — с. 31.

3. Державний архів Харківської обл. — Ф. 770, оп.1. — стр.173, 193, 312.

4. Коломієць Т.В. Харківське товариство поширення в народі грамотності (1869–1920 рр.).— Х.: «Консул», 1998. — 192 с. — с. 137.

5. Кухта Л. Харьковское общество любителей природы (1911–1916 гг.) // Історія української науки на межі тисячоліть. Збірник наукових праць. Ред. Пилипчук О.Я. та ін. — К.: КІЗТ, 1999. — с. 167-168.

***

Грицак Ю. П.

Некоторые показатели уровня развития международного туризма

ХНУ имени В. Н. Каразина, доцент

В статистике Всемирной туристской организации по странам мира имеются данные о количестве иностранных туристов, доходах от иностранного туризма и частично о расходах на зарубежный туризм. По ним можно определить следующие показатели уровня развития иностранного и зарубежного туризма:

- доля доходов от туризма в ВВП
- доход от туризма на душу населения
- количество туристов на 100 местных жителей

По *значению* иностранного туризма в экономике страны лидируют так называемые «богатые острова», в которых доходы от туризма составляют от 20 до 45% ВВП. Это мелкие острова в Карибском море (Аруба, Сент-Люсия, Антигуа и Барбуда, Багамские, Барбадос, Сент-Винсент, Гренада, Доминика, Сент-Китс и Невис, Гваделупа, Мартиника и др.), Индийском и Тихом океанах (Сейшелы, Реюньон, Микронезия, Маршалловы, Французская Полинезия, Американское Самоа), в Средиземном море (Кипр, Мальта). Но это также несколько относительно больших по численности населения стран — Доминиканская республика, Хорватия Ямайка, Ливан).

От 10 до 20% ВВП дает туризм в Белизе, Маврикии, Люксембурге, Иордании, Кабо-Верде, Бахрейне, Албании, Болгарии, Эстонии, Эритрее.

«Знаменитые» туристские страны —Марокко, Тунис, Греция, Египет, Австрия, Турция, Босния, Словения, Венгрия, Панама, Португалия, Испания, Чехия — получают от иностранного туризма по 5–10% ВВП.

В остальных странах мира доля туризма ниже 5%, в том числе в Украине и Франции — 2,3%, России и Германии — 1,2%, США и Бразилии — 0,7%.

Наибольшие доходы от иностранного туризма в расчете *на душу населения* получают Сингапур, Исландия, Австрия, Кувейт, Норвегия — свыше 1000 долларов на жителя.

На втором месте по сборам от туристов (по 500–1000 дол. на жителя) идут Швейцария, Дания, Швеция, Багамские о-ва, Бельгия, Нидерланды, Германия,

Ирландия, Великобритания.

От 100 до 400 долларов на жителя приносит иностранный туризм Греции, Кипру Финляндии, Нов. Зеландии, Канаде, Сейшельским островам, Антигуа и Барбуде, Словении, Франции, Италии, Австралии, Барбадосу, Португалии, США, Бахрейну, Сент-Люсии, Эстонии, Хорватии, Маврикии, Чехии, Испании, Габону, Венгрии, Белизу, Латвии, Аргентине, Коста-Рике, Малайзии,

Украина получает от иностранного туризма по 88 дол., Россия — по 52 дол. на жителя.

Максимальное *отрицательное сальдо* по въездному и выездному туризму в мире имеют Германия, Япония, Россия, Нидерланды, Великобритания, Бельгия, Кувейт, Канада, Бразилия, Швеция, Норвегия. В Ливии, например, расходы на зарубежные поездки превышают доходы от приезда иностранцев в 25 раз, Кувейте — в 21 раз, в Японии — в 11 раз, в Алжире — в 5 раз, в Германии и Пакистане — в 4 раза, в России — в 2,7 раза.

Значительным отрицательным сальдо выделяются Венесуэла, Финляндия, Дания, Иран, Израиль, Ирландия, Пакистан, Корея Южная, Бангладеш, Тайвань, ЮАР, Ливия, Исландия, Кения, Румыния, Алжир, Габон, Танзания.

Максимальное положительное сальдо по объему имеют Испания, США, Италия, Франция — более 100 млрд. дол. в год каждая. В Испании, например, доходы от въезда иностранцев в 5 раз превышают расходы от выезда за границу, в Италии — в 2 раза.

Вторую группу по положительному сальдо составляют Гонконг, Китай, Таиланд, Турция, Сингапур, Индонезия, Мексика, Австрия, Греция (более 30 млрд. дол. в год). Плюс от 10 до 25 млрд. дол. имеют Австралия, Макао, Индия, Португалия, Аргентина, Малайзия, Филиппины, Египет, Доминикан респ, Кипр, Чехия, Сауд Аравия, Польша, Багамские о-ва, Тунис, Пуэрто-Рико. Примечательно, что Австралия за 10 последних лет из страны выездной с отрицательным балансом перешла в разряд страны принимающей.

По числу иностранных туристов в расчете на одного местного жителя лидируют прежде всего «богатые острова». Например, в Макао на одного жителя за год прибывает 18 инстранцев, на Виргинские острова — 14, Марианские острова — 7. Больше иностранцев, чем население страны, посещает южноевропейские и центральноевропейские страны, Францию, Ирландию, Эстонию.

Минимум иностранных гостей по отношению к местному населению отмечается в слаборазвитых странах, а среди европейских стран — в Молдавии и Албании.

Література:

1. http://www.cia/gov; 2. http://www.brinanica/com; 3. http://www.km/ru; 4. http://www.wturo.org

***

Еременко А. С., Пенькова И. А.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

ХНУ имени В. Н. Каразина, 4 курс

На современном этапе главная цель турфирмы — выжить в условиях конкуренции, заинтересовать и привлечь максимальное количество потребителей. Это возможно только с использованием инноваций, которые являются важными составляющими в программе развития и реализации турпродукта на рынке. Именно с помощью нововведений в текущей деятельности туристской организации есть возможность обеспечить турпродукту стабильное существование на рынке. Использование новой техники и технологий неразрывно связано со всеми направлениями инновационной деятельности, а внедрение в функционирование организации информационных технологий (ИТ) является необходимым условием работы на международном рынке.

Использование ИТ в туристском бизнесе проявляется в следующем:

1. Применение новейших ИТ в качестве основы проведения любых видов деятельности: будь то создание новых сервисов, организация производства и потребления турпродукта, проведение инновационных рекламных кампаний, презентаций и т. д.

2. ИТ как основа эффективного коммуникационного процесса между всеми участниками туристского бизнеса в режиме реального времени с передачей информации любого вида (голос, видео, данные, статический контент).

3. В расширении деятельности предприятия при организации туристского бизнеса с использованием сети Интернет и внедрением электронной коммерции (эффективная реклама, увеличение клиентской базы, появление новых возможностей продвижения туруслуг и т. д.).

4. Управление туристским бизнесом с использованием специализированных программных платформ, как глобальных (системы бронирования и резервирования), так и локальных (системы управления предприятием), а также организации их совместного функционирования.

Перспективным представляется использование сети Интернет для размещения порталов туристских организаций, т. к. в настоящее время посещаемость туристских сайтов в Интернете занимает третье место после новостей и развлекательных сайтов. Корпоративный портал — это защищенная, базирующаяся в Web, удобная для использования фокусная точка доступа к разнообразной корпоративной информации, сервисам, приложениям и накопленным знаниям, доступная как для внешних, так и для внутренних пользователей. Корпоративные порталы предоставляют унифицированную, простую и расширяемую модельную схему для электронного бизнеса, упрощают, рационализируют и ускоряют весь процесс взаимодействия с предприятием. Порталы дают возможность непосредственно взаимодействовать с организа-

цией с целью проведения легальных сделок или получения нужной информации, не обращаясь к ее сотрудникам без крайней необходимости. Таким образом, порталы повышают эффективность функционирования и увеличивают производительность, уменьшают эксплуатационные расходы, одновременно увеличивая доход компании. Корпоративные порталы могут увеличить конкурентоспособность благодаря большему распространению информации и избирательному предоставлению услуг.

Таким образом, туристский бизнес представляет собой высоко насыщенную информационную отрасль. Сбор, хранение, обработка и передача актуальной информации являются важнейшим и необходимым условием эффективной деятельности любого туристского предприятия. Успех туристского бизнеса напрямую зависит от скорости передачи и обмена информацией, от ее актуальности, своевременности получения, адекватности и полноты.

*****

Євтушенко О. В.

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ НА УКРАЇНІ: УМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

ХНУ імені В. Н. Каразіна, ст. викладач кафедри туристичного бізнесу

Індустрію туризму у світі, прийнято вважати однією з найбільш розвинутих галузей економіки. За даними всесвітньої туристської організації на туризм приходиться біль ніж 6% світового ВВП, і 7% світових інвестицій. За оцінками дослідників туристська діяльність має вплив майже на сорок галузей економіки. Зараз, на міжнародному туристському ринку йде жорстока боротьба за споживачів туристських послуг. За прогнозами ВТО XXI століття повинне стати століттям туризму. Очікується, що на першому місці по кількості іноземних туристів буде Китай [4].

Україна має вигідне геополітичне положення, володіє значним туристсько-рекреаційним потенціалом, відповідними кліматичними умовами, як рівнинним так і гірським ландшафтом, багатством флори і фауни, розвиненою сіткою транспортних повідомлень. Багатою кількістю культурно-історичних пам'ятників культури та архітектури і т.і. До складу туристсько-рекреаційного потенціалу входить біля 100 курортів і курортних місцевостей, 8 національних природних парків, 4 біосферних заповідника, 15 державних природних заповідників, дендропарки, багато численні пам'ятники садово-паркового мистецтва та заказники [7].

На погляд автора статті найбільш перспективною формою туризму є сільський туризм. Розвиток цього напрямку туризму на Україні є важливим інструментом рішення соціальних питань, оскільки він дає надію сільському населенню і мотивацію для співробітництва, шанс жити повноцінним життям у рідному селі.

Метою статті є оцінка рівня розвитку сільського туризму на Україні, виявлення недоліків та проблем, і визначення перспектив його розвитку.

Економічна криза 90-х років призвела до занепаду села, що характеризується значним скороченням чисельності сільського населення, руйнацією сільської соціальної інфраструктури, зростанням безробіття, відтоком найбільш активної частини селян у місто. Жителі багатьох сіл втрачають можливість отримувати за місцем проживання найпростішу медико-санітарну допомогу, навчати дітей, користуватися послугами культурно-освітніх, торговельних та побутових закладів, реалізовувати продукцію особистих підсобних господарств. Багато сіл залишились без розвитої дорожньої інфраструктури, скоротилися обсяги будівництва житла [2].

В даний час, для розвитку сільського туризму в Україні необхідно вжити багато заходів щодо покращення умов життя і трудової діяльності сільського населення

Достигнути результатів діяльності туристичної галузі неможливо без активної державної підтримки. Цю роботу проводять центральні та регіональні органи влади, які вживають заходи до розвитку туризму. Першочергові проблеми сільського туризму (такі як якість проживання та інфраструктура) найдуть своє рішення тільки після того як в державі будуть вільні ресурси для інвестування в розвиток бізнесу. Наявність державного інвестування і додаткового зовнішнього фінансування дуже важливе нарівні з необхідністю покращення якості впровадження проектів розвитку сільського туризму.

Сільський туризм в Україні знаходиться на начальному етапі розвитку. Однак в державі вже почався процес активної популяризації цього виду відпочинку як туристичного продукту. Сільське населення, місцеві органи влади і самоврядування в цьому питанні проявляють зацікавленість у розвитку зеленого туризму, як можливості покращити умови для розвитку підприємництва і диверсифікованості діяльності особистих селянських та фермерських господарств [3].

Село потрібує змін, оскільки старі структури вже неспроможні створювати нові робочі місця, а нової системи котра могла би забезпечити працевлаштування для сільського населення, ще немає. На початковому етапі сільських зелений туризм потребує відносно незначних по об'єму інвестицій, і є сектором, де відтворення нових робочих місць не потребує серйозних професійних знань і навичок. Сільський туризм може стати рішення проблем для тих представників сільського населення, які втратили роботу або були змушені покинути роботу в сільськогосподарському виробництві (у 2002 році частка робочої сили, задіяної у сільському господарстві України, складало 24%, а в державах ЄС цей показник складав у середньому 6%).

В Указі Президента України № 1356 від 20.12.2000 року «Про Основні засади розвитку соціальної сфери села», як один з принципів розвитку виділяється «розвиток підсобної діяльності в сфері туризму (зеленого туризму)», та

надання пріоритету «питанням відродження національної культури, звичаїв, традицій та обрядів, розвитку народних ремесел», що неможливо без розвитку туристичної діяльності.

Одним із напрямків вирішення проблем сільського туризму на Україні є удосконалення правової бази. Необхідно сформувати організаційно-господарський механізм, його функціонування й державну підтримку вирішенні таких питань:

– прийняття нормативних документів, що регламентують діяльність сільського туризму;

– здійснення заходів щодо підтримки й просування сільського туризму на туристичних ринках;

– забезпечення організаційної й матеріальної підтримки з боку держави нового виду послуг на селі;

– надання різноманітних пільг лицям які займаються сільським туризмом, хоча б впродовж перших 5-ти років їх діяльності.

Література:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 325/95-ВР.

2. Закон України «Про особисте сільське господарство» № 742 від 15.05.2003 року.

3. Указ президента України «Про Основні засади розвитку соціальної сфери села» № 1356 від 20.12.2000.

4. Відпочинок в українському селі //Туризм сільський зелений. — 2002. — №2. — с.13-24.

5. Кіфляк В., Кіфляк О. Развитие туризма и его влияние на экономическую ситуацию региона // Региональная экономика. — 2002. — № 2. — с. 167-171.

6. Торопова Т. Зеленый отдых. В Украине только учатся делать деньги на зеленом туризме// Панорама. — 2003. — № 41. — с. 9.

7. http://www.tourism.gov.ua/ Офіційний сайт Державної туристичної адміністрації України.

***

Земцова Ю. І.

ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ

ХНУ імені В. Н. Каразіна. 4 курс

Проблеми, які існують на сьогодні в галузі туризму України, є наріжним каменем всієї роботи, тому до їх з'ясування слід підходити дуже уважно. Саме від того, наскільки правильною, адекватною та вчасною є порушена проблема, залежить доцільність моєї роботи. Метою статі є не лише просте перерахування всіх негараздів галузі, а, насамперед, об'єктивна оцінка та пошук найефективнішого шляху виходу з кризи, розв'язання поставлених задач. Тому для виявлення проблем українського туризму буде доцільно розглянути стан цієї галузі на світовому ринку і порівняти його з ситуацією в Україні. Саме таким шляхом, але враховуючи особливості та специфічні риси нашої країни,

можна розкрити всю глибинність провідних проблем галузі.

Характерною рисою кінця XX століття став бурхливий розвиток туризму. Водночас туризм є однією з найприбутковіших галузей світової економіки і по своїй економічній віддачі вийшов на її провідні позиції: на нього припадає близько 10% виробленого у світі валового продукту та близько 30% світової торгівлі послугами.

Водночас туризм є однією з найприбутковіших галузей світової економіки і по своїй економічній віддачі вийшов на її провідні позиції: на нього припадає близько 10% виробленого у світі валового продукту та близько 30% світової торгівлі послугами. Кількість міжнародних туристичних мандрівок постійно зростає (з 25 млн. у 1950 р. до 675 млн. у 2003 р.), відповідно доходи від готельно-туристичних послуг також підвищуватимуться прискореними темпами. За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно подорожує більше 800 млн. чоловік. Примітним є те, що більш ніж в 40 країнах світу туризм є основним джерелом надходжень національного бюджету, а в 70 — однією з трьох статей.

На фоні бурхливого розвитку світового туризму закономірно постає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. Слід зазначити, що об'єктивно вона має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. Але, нажаль, не все є таким безхмарним. На фоні світового туризму, який набирає потужностей фантастично швидкими темпами, Україна виглядає досить скромно. На сьогодні українські громадяни є своєрідними інвесторами зарубіжних країн, що є одним з найболючіших питань всієї туристичної галузі.

Безумовно, що причини такого становища треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, в невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і регіональному рівнях. Але проблема, на мою думку, є значно ширшою. Питання стосується, мабуть, не лише туристичної галузі України, а взагалі шляхів залучення країн з перехідною економікою (до яких належить і Україна) до могутніх інтеграційних процесів та конкурентноздатності таких економік на світовому ринку.

Сьогодні можна з впевненістю стверджувати, що в галузі туризму проблемним є неефективне та нераціональне використання відповідних ресурсів, сьогоднішній рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає наявному потенціалу. Це є визначальним питанням, яке має диференційовану структуру, складаючись, в свою чергу, з ряду інших, більш конкретних питань. Так, до останніх можна віднести насамперед відсутність розвиненої інфраструктури, низьку якість обслуговування, відсутність якісної реклами та глибинної інформації про готелі, санаторії, тури по країні та послуги, які надаються, на світовому рівні, значний податковий тягар тощо.

Розв'язання усіх цих проблем потребує комплексного та продуманого підходу. Фактори, що спричиняють розвиток іноземного туризму знаходяться як у суто внутрішній, галузевій, так і в зовнішній (переважно загальноекономічній) площинах. Основними з галузевих факторів є:

– Недостатній рівень розвинутості мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам. Так в Україні лише близько 10% готелів відповідають міжнародним стандартам, серед них станом на 2000 рік не було жодного п'ятизіркового, і тільки шість мали чотири зірки. Зараз ситуація починає поступово змінюватися. Але до стабілізації ситуації ще далеко. На щастя, усвідомлення цього як важливої проблеми галузі вже існує у державі. До 2010 року лише у Києві має з'явитися п'ять п'ятизіркових готелів, 12–15-чотиризіркових, а також 40–50-тризіркових, що, за ідеєю, мало б сприяти притоку туристів у столицю. Про стан українських шляхів говорити взагалі не доводиться. Одним із дійових засобів прискорення розвитку туризму в Україні є розвиток туристичної інфраструктури у мережі міжнародних транспортних коридорів (МТК). За оцінками експертів, вона має найвищий в Європі коефіцієнт транзитності (з 13 тис. км автомобільних шляхів державного значення понад 9 тис. км є магістралями, зв'язаними з МТК). цей факт може стати важливим фактором розвитку вітчизняної економіки.

- Відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій з проведення туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати. Проблеми виникають насамперед з рекламою вітчизняних курортів. Тому абсолютно зрозуміло, що за кордоном дуже важко отримати інформацію як про саму Україну, так і про туристичні послуги, що в ній надаються. Тому спрямування переважної частини коштів на рекламу України по всьому світу та її широкі туристичні можливості, на мою, думку, буде правильним рішенням.

– Технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденного ужиткування: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються. Останнім часом в галузі інформаційних технологій України спостерігається значне пожвавлення. Тому слід також активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів.

– Низький рівень обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників галузі. На сьогодні в Україні практично відсутні відповідна система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів. В нашій державі поступово виникають відповідні навчальні заклади, але вони роблять лише перші кроки у цьому напрямку, не маючи відповідного досвіду.

Автор досяг висновків, що існує багато проблем розвитку туризму у нашій країні, але на сьогодні можна говорити про деяке покращення загальної ситуації. Так, спостерігається певна зацікавленість іноземних інвесторів. Розпочато

реконструкцію ряду готелів України, будування нових та інше. Але не можна зупинятися на досягнутому. Саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить все її майбутнє зокрема та майбутнє економіки, а, отже, і життя України в цілому.

Література:

1. Указ Президента України «Про підтримку розвитку туризму в Україні» № 127/2001 від 2.03.2001 р.

2. Прейгер Д., Малярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів // «Економіка України» – № 6 (червень) 2001 р. – с.20-28.

3. Цибух В. Туризм в Україні // «Економіст» — №6 (Липе) 2000 р. — с.34-35.

***

Курилас Софія

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

Львівський національний університет імені Івана Франка, кафедра туризму

На сьогоднішній день туризм є найбільш розвинутою та однією з найдинамічніших галузей світової економіки. Він є могутнім каталізатором національної економіки із високою рентабельністю інвестицій, здійснює великий вплив і на розвиток соціально-економічної інфраструктури регіонів. Якісно соціальний ефект може бути визначений, наприклад, шляхом виявлення ступеня зменшення міграції місцевого населення рекреаційних зон в крупні міста і промислові центри, бо завдяки саме розвитку з'являються десятки тисяч робочих місць, зміцнюються позиції, розвиваються мережі зв'язку, транспортні і телекомунікаційні системи, підвищується культура і грамотність місцевого населення.

Затвердження 25 травня 2001 року Указу Президента України «Про Концепцію державної регіональної політики» і низки інших нормативно-правових актів, створили критичну масу концептуальних положень для регіонального розвитку і сприятливі умови саморозвитку суспільства у цьому напрямку. Подальше розгортання цих процесів залежить від наявності та ефективності відповідних систем інституційної та фінансової підтримки регіонального розвитку та їх адекватного кадрового забезпечення. Закордонний досвід пропонує відпрацьовану форму інституційної підтримки регіонального розвитку. Це — агенції регіонального розвитку та їхні мережі. Вони ефективно співпрацюють з місцевою та центральною владами як фокусні центри стратегічного планування та супроводження проектів розвитку територій, забезпечують ефективну міжсекторну співпрацю влади-бізнесу-громадськості та створюють якісно нове економічне середовище.

На початку 2001 року з'явилося реальне підґрунтя для створення мережі агенцій регіонального розвитку в Україні і 9 липня 2001 року цю ідею було реа-

лізовано. Асоціація агенцій регіонального розвитку України об'єднала спочатку 17, а на сьогодні — 43 агенції регіонального розвитку (АРР) із усієї України. Наприклад, у Львівській області існує Агенція «ІКАР-Україна», Агентство регіонального розвитку і європейської інтеграції, Центр муніципального і регіонального розвитку, м. Львів, Прикарпатська Асоціація Розвитку Краю (ПАРК). У Івано-Франківській існує лише одна асоціація економічного розвитку Івано-Франківщини.

Говорячи про органи, що сприяють розвитку туризму необхідно згадати і про Раду з туризму Карпатського регіону, що була створена в серпні 2001 року Закарпатською, Івано-Франківською, Львівською та Чернівецькою облдержадміністраціями за ініціативи Івано-Франківської обласної державної адміністрації. В 2003 році в Раду з туризму прийнято Тернопільську обласну державну адміністрацію. Головною метою діяльності Ради з туризму Карпатського регіону є підтримка розвитку та маркетинг туристичної галузі регіону.

Основні напрямки діяльності Ради включають координацію зусиль областей з розвитку туристичної галузі, аналіз розвитку туризму та діяльності туристичних підприємств, проведення навчальних семінарів, конференцій, круглих столів; здійснення маркетингу туристичних ресурсів регіону, моніторинг діяльності туристичної індустрії в регіоні, координація діяльності туристичних підприємств з урядовими, недержавними, міжнародними, донорськими та туристичними організаціями.

Література:

1. Концепція розвитку санаторно-курортної сфери, туризму і відпочинку у Львівській області. — Львів, 2002. — 43 с.

2. http://www.tourism-carpathian.com.ua

3. http://www.narda.org.ua

4. http://frtt.if.gov.ua

***

Мальська Марта

ТЕРИТОРІАЛЬНА СИСТЕМА СФЕРИ ПОСЛУГ КОМПЛЕКСОУТВОРЕННЯ В ТУРИЗМІ ТА ТОРГІВЛІ

Львівський національний університет імені Івана Франка, кафедра туризму,

Процес торговельно-економічного комплексоутворення відбувається в результаті концентрації товарних і фінансових ресурсів, елементів торговельної інфраструктури, результативної координації всіх товаропотоків і оперативного реагування на динамічні зміни структури споживчого попиту. В основі цього процесу лежать об'єктивні передумови, які викликані поглибленням усуспільнення виробництва, дією законів територіального поділу та інтеграції праці, агломерації виробництва, концентрації і кооперування. Рушійною си-

лою в процесі торговельно-економічного комплексоутворення виступає попит населення на товари народного споживання. Інтенсивність торговельно-економічного комплексоутворення визначається об'єктивним процесом системного ускладнення виробничої і невиробничої сфер економіки, що веде до галузевої, міжгалузевої і просторової інтеграції різних видів і форм господарської діяльності суспільства, утворення інтегральних господарських систем різних типів і рангів. Дослідженню цього процесу в сфері обігу, що є однією з ознак її прогресивного розвитку, приділяється недостатня увага. В той же час, з ним прямо пов'язані завдання інтенсифікації торговельної діяльності, вдосконалення організаційно-управлінських і господарських структур, прискореного впровадження науково-технічних досліджень, а також ліквідації старих форм і відношень, що гальмують економічний прогрес торгівлі.

Торговельно-економічне комплексоутворення доцільно розглядати, як мінімум, в двох взаємозв'язаних аспектах:

– компонентно-системному, в рамках якого шляхом регульованої спеціалізації, концентрації, комбінування і кооперування торговельної діяльності посилюється виробничо-економічна, техніко-технологічна і організаційно-управлінська цілісність торговельно-економічних інтеграцій;

– територіально-системному, в результаті якого внаслідок прогресуючої внутрішньої зв'язаності, узгодженості, ускладнення структури наростає просторова цілісність територіальних торговельно-економічних утворень.

В процесі торговельно-економічного комплексоутворення ведуча роль належить торгівлі, яка приймає безпосередню участь у вирішенні проблем задоволення споживчого попиту населення, оптимізації функціональних господарських пропорцій між споживанням і нагромадженням, товарною пропозицією і платоспроможним попитом, у формуванні раціонального типу споживання.

Реалізація головної суспільної функції торгівлі, направленої на найповніше задоволення платоспроможних матеріальних і духовних потреб особистості, повинна базуватися на принциповому розумінні комплексності і системної її сформованості.

***

Манько Андрій

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

Львівський національний університет ім. Івана Франка, кафедра туризму

Природно-ресурсний та історико-культурний потенціал регіону в поєднанні з вигідним географічним положенням в центрі Європи є достатньо вагомою передумовою розвитку і відпочинку, орієнтованою як на внутрішнього споживача, так і на обслуговування іноземного контингенту.

В Карпатському регіоні України нараховується понад 800 джерел і свердловин мінеральних вод з добовим дебітом 57,5 млн. л. Розвідано і затверджено запаси лікувальних вод 13 родовищ (Східниця, Самбір, Сколе, Бубнище, Крушельниця та інші) з сумарним дебітом 43 млн. л на добу.

Існує крім відомих родовищ і багато інших, зокрема в Сколівському, Стрийському, Самборському районах, які необхідно вводити в дію для їх використання, але із значним дефіцитом бюджету, ці родовища залишаються як запаси для пізнішого їх введення в експлуатацію.

Майже не використовується великі запаси лікувальних мінеральних вод Старосамборського району. Надра цього краю багаті також кухонною сіллю.

В економіці провідне місце належить сільському господарству.

Найважливішим потенціалом володіють родовища унікальних і високоефективних за лікувальними властивостями мінеральних вод і розсолів Трускавця, Східниці, Моршина, Бориславa, Самбора, Сколе та Закарпатські родовища.

Вченими Львівщини відкрито родовища цієї цілющої води у гірській зоні Карпат (Турківський та Сколівський райони). Зокрема, вона має великі запаси біля сіл Верхнє Синьовидне, де води групи «Нафтуся» у п'ять разів більше, ніж у Трускавецькому родовищі. Такі запаси розміщені також у Підгородцях, Крушельниці, Ямельниці, Уричі, тобто охоплюють широкі площі, на яких можуть розміститися великі туристичні бази та пансіонати для лікування і відпочинку.

Окремо варто сказати про Сколівський та Турківський райони, що розташовані у південно-західній частині Львівської області у межах Бескидів Східних, максимальна висота яких на території району досягає 1268 м (гора Парашка). Хребти гір крутосхилі та пологогребеневі, розчленовані долинами рік, гірськими ущелинами і міжгірськими угловинами.

Площа Сколівського району 1,5 тис. км2 на більшу частину якої поширюється статус гірської місцевості. Це споконвічний клаптик землі України, серпантином доріг якої відкриваються ворота в Західну Європу.

Площа лісів 101,5 тис. га, багатих грибами, ягодами, дикими звірами. У районі знаходиться ландшафтний заказник Бердо та лісовий Сколівський, 13 пам'яток природи і 10 заповідних урочищ, 62 тис. га займають мисливські угіддя.

Враховуючи географічне положення, наявність значних запасів різноманітних мінеральних вод та вже діючу мережу туристичних баз і закладів відпочинку, район має значний рекреаційний потенціал.

Турківський район розташований у Карпатських горах, які тут називаються Бескидами і в основній частині мають висоту 650–950 м над рівнем моря. Найвища точка району гора Пікуй має висоту 1405 м.

Рельєф району складний. Крутосхили і гірські хребти розчленовані чисельними потоками, річками-притоками ріки Стрий. Тут бере початок одна з найбільших рік України Дністер. Гори вкриті віковими лісами, багатими на ягоди, горіхи, гриби. У лісових хащах водяться ведмеді, олені, косулі.

Оскільки тут є багато різноманітних мінеральних джерел з водами типу «Нафтуся», «Боржомі», сірководневих та інших, район має великі можливості для розвитку санаторно-курортної мережі.

Крім того тут поміж Карпатських гір протікає повноводна для цього краю річка Стрий, яка бере початок біля Верницького перевалу створюючи чудові краєвиди.

***

Непрядкіна Н. В.

ВПЛИВ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ НА ЗБІЛЬШЕННЯ ОБ`ЄКТІВ ІНВЕСТУВАННЯ НА ВАЛЮТНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

ХНУ імені В. Н. Каразіна, аспірантка

На фоні бурхливого розвитку світового туризму закономірно постає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. Слід зазначити, що об'єктивно вона має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. За розрахунками фахівців туризм лише у вигляді податків міг би щороку приносити в державну скарбницю до 4 млрд. доларів, і, тим самим, сприяти появі додаткових валютних активів на фінансовому ринку країни.

Аналіз офіційної статистичної інформації Держкомкордону України свідчить про негативні риси в розвитку іноземного туризму в нашій країні в останні роки двадцятого сторіччя. За 1997-1999 роки вдвічі скоротилася кількість організованих туристів, майже втричі — приватні відвідування України іноземцями і вчетверо — прибуття іноземного обслуговуючого персоналу. Таке скорочення відбувалося на фоні збільшення (вп'ятеро) транзиту іноземних туристів українською територією. Усе це дало підстави стверджувати про втрату Україною привабливості як місця міжнародного туризму на той час.

Крім того, у 1999 році Україну відвідали в 20 разів менше туристів, ніж Францію — найближчу до України за розмірами території та чисельністю населення.

Але надалі, починаючи з 2001 року, головна тенденція якого — помітне відновлення в'їзного та внутрішнього видів туризму в Україні — ситуація покращується.

Особливостями 2001 року, які не були характерні для попередніх років, є значне зростання обсягу в'їзного туризму (на 31,8%), та стрімке скорочення кількості одноденних відвідувачів (на 17,6%). Вперше за останні п'ять років більше ніж удвічі скоротилась чисельність транзитних відвідувань України.

Загальний обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності за 2001 рік, становив понад 1,2 млрд. грн.; в тому числі по внутрішньому туризму та

екскурсійній діяльності — 0,5 млрд. грн., по в'їзному туризму — 0,3 млрд. грн., по виїзному — 0,4 млрд. грн. Кількість зарубіжних туристів збільшилась протягом року на 9%.

За даними Держкомстату України, в структурі експорту-імпорту послуг України за 2001 рік оборот послуг по статті «Подорожі» має позитивне сальдо, яке становить 39,1 млн. дол. США та у 2 рази перевищує сальдо за 2000 рік, при цьому обсяг експорту туристичних послуг удвічі перекриває обсяг їх імпорту. Якщо загальний обсяг експорту послуг України зріс лише на 1,7% за 2001 рік, то експорт по статті «Подорожі» виріс на 32,8%.

Аналогічна ситуація продовжує зберігатися і надалі, що сприяє концентрації ВКВ на валютному ринку України. Впродовж 2003 року, наприклад, Україну відвідали 12,5 млн. в'їзних (іноземних) туристів. В'їзні туристичні потоки збільшилися з наступних країн: з Словаччини — на 147,0%, з Польщі — на 122,9%, з США — на 72,9%, з Італії — на 60%, з Румунії — на 57,7%, з Франції — на 52,7%, з Угорщини — на 52,3%, з Туреччини — на 43,0%, з Німеччини — на 24,8%, що, безсумнівно, є позитивним фактом.

Так, завдяки наданню туристичних послуг нерезидентам України до валютного ринку країни, який є переважно міжбанківським, адже саме в ході міжбанківських операцій здійснюється основний обсяг угод із купівлі-продажу іноземних валют, за останні роки, згідно інформації Держкомстату України, зафіксовано наступні находження (млн. доларів США): за 2003 р. — 40,5; 2004 р. — 37,7; 2005 р. — 55,3.

Отже, розвиток іноземного туризму все надалі сприяє появі додаткових об'єктів інвестування, купівлі-продажу, резервних засобів, засобів платежу й накопичення у ВКВ на валютному ринку країни, що, безумовно, є позитивним фактом для фінансового ринку країни в цілому.

Література:

1. Прейгер Д., Малярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів // «Економіка України» — № 6 (червень), 2001 р. — с. 20-28

2. Цибух В. Туризм в Україні // «Економіст» — №6 (June), 2000 р. — с. 34-35

3. http://www.tourist.gov.ua — Офіційний сайт Державної служби туризму і курортів України.

4. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні: Статистичний бюлетень. — Київ, 2003.

5. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні: Статистичний бюлетень. — Київ, 2004.

6. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні: Статистичний бюлетень. — Київ, 2005.

***

Новак В. А.

РЕКЛАМА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В УКРАЇНІ

ХНУ імені В. Н. Каразіна, 4 курс

Україна, як країна, що розташована у центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, яка має сприятливі природні та кліматичні умови, багату історико-культурну спадщину, різноманітний рослинний і тваринний світ, цілющі мінеральні джерела, має все необхідне для розвитку туристичного бізнесу.

Розвиток туристичного бізнесу в Україні особливо актуальний, оскільки саме завдяки йому Україна має змогу поліпшити соціально-економічну ситуацію в країні, підняти рівень ВНП.

Сьогодні туризм в Україні розвивається швидкими темпами, зростає кількість туристичних фірм, суттєво збільшується кількість в'їздних та виїзних туристів, пропозиція на туристичному ринку вже може задовольнити будь-які потреби туристів. Але туристичний продукт — це товар, який не можна поставити на вітрину чи прилавок, ним керує лише реклама. Саме цьому щоб туризм приносив прибуток, необхідно створити необхідну рекламу.

Туристична реклама — самий дійовий інструмент в спробах туристичного підприємства донести інформацію до своїх клієнтів, модифікувати їх поведінку, залучити увагу до запропонованих послуг, створити позитивний імідж самого підприємства, показати його суспільну значимість. Саме цьому ефективна рекламна діяльність являється важливим засобом досягнення цілей туристичних підприємств.

Метою статті є: розгляд проблем та перспектив реклами туристичного продукту в Україні.

Відмінні риси реклами, як одного з головних засобів маркетингових комунікацій в сфері туризму, визначаються специфікою як самої реклами, так і особливостями системи туризму та її товару — туристичного продукту.

Особливості туристичної реклами:

комунікаційні сигнали поступають до потенційного клієнта не особисто від співробітника фірми, а за допомогою різних посередників (ЗМІ, каталоги, стенди...);

реклама фактично має лише один напрямок: від рекламодавця до адресанта. Зворотній зв'язок — у формі кінцевої поведінки потенційного клієнта;

туристична реклама несе повну відповідальність за достовірність, правдивість, точність інформації;

туристичні послуги не мають матеріальної форми та постійної якості, тому повинні постійно розвиватися такі функції реклами як інформаційна та комунікативна;

необхідність використання візуальних засобів, які забезпечують більш повну уяву об'єктів туристичного інтересу. Саме цьому в рекламі часто використовуються відео-фотоматеріали, картинки та інше.

Існує цілий ряд маркетингових комунікацій для реалізації туристичного продукту. Так, реклама в газетах, журналах, каталогах, зовнішня щитова реклама, радіо- і телереклама, реклама в Інтернеті, на виставках та ін.

Нажаль проблема є в тому, що в Україні використовується тільки декілька видів реклами — в пресі та зовнішня щитова, а більш дорогі її види може дозволити собі не кожен туроператор (турагент).

Сьогодні все більшої популярності набуває Інтернет. У цьому середовищі починає розгортатися конкуренція — кожні 2-3 місяці в Сітці з'являється нова адреса електронної розсилки або туристичного порталу, акумулюючого туристичні пропозиції. Але і тут виникає проблема. Коли невеликі турфірми хочуть зекономити, вони створюють на невеликому квадраті десяток пропозицій з назвою країн та ціною, при цьому не замислюючись, що поряд з їх оголошеннями розміщений ряд схожих блоків. Як результат — рекламний ефект втрачається.

Іншою проблемою являється одноманітність ілюстрованого ряду — море, сонце, пляж, басейн, гарні готелі... Та у наш час щоб забезпечити успішний продаж туристичних послуг, компанії необхідно зробити більше ніж просто стежити за якістю тура, встановити на нього доступну ціну або проінформувати про наявність туристичної послуги за допомогою простого оголошення чи ілюстрованої реклами. Туристична фірма повинна продавати свої послуги, супроводжуючи їх оригінальними, інформативними й привабливими обігами, які переконували б у відповідальності цих послуг потребам і бажанням потенційних туристів. Саме у цьому й полягає основне призначення реклами в туристичній фірмі.

Автор досяг таких висновків: Україна має все необхідне для розвитку туристичного бізнесу, та просування туристичного продукту на український ринок за допомогою засобів реклами носить явно деформований характер. Перевага віддається в чималому ступені застарілим засобам маркетингової комунікації не здатним повною мірою сприяти збільшенню кількості туристів. Багато фірм явно не дооцінюють рекламу взагалі і нові рекламні засоби зокрема. У цьому змісті на сьогодні державним органом керування туризмом необхідно організувати в Україні інформаційно-навчальну комісію, яка мусить сформувати в туроператорів та турагентів сучасний «рекламний світогляд», створити в них чітке уявлення про ролі реклами і її методів з погляду сучасного туристичного маркетингу.

Література:

1. Сальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Навчальний посібник — Київ: Центр навчальної літератури, 2004. — 272 с.

2. UTG Украинская туристическая газета. // Ежемесячное информационно-деловое издание. — № 1-2 (февраль 2007). — 31 с.

3. Дурович А.П. Реклама в туризме: учебное пособие. — М., 2003.

***

Орач К. А.

ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ИХ РЕШЕНИЮ

ХНУ имени В. Н. Каразина, 3 курс
Науч. руководи.: доц. Казакова Н.А.

Туризм является одной из самых прибыльных областей мировой экономики и по своей экономической отдаче вышел на ведущие позиции: на него приходится около 10% выработанного в мире валового продукта и близко 30% мировой торговли услугами. Количество международных туристических странствий постоянно возрастает (с 25 млн. в 1950 г. до 675 млн. в 2003 г.), соответственно доходы от отельно-туристических услуг также будут повышаться ускоренными темпами и могут возрасти от 445 млрд. долл. в 2003 г. к приблизительно 2 трлн. долл. в 2020 г. (за предположениями). По данным Всемирной туристической организации, ежегодно путешествует больше 800 млн. человек. Примечательным является то, что более чем в 40 странах мира туризм является основным источником поступлений национального бюджета, а в 70 — одной из трех статей. Например, в Испании частица прибыли от иностранного туризма в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг составляет 35%, на Кипре и в Панаме — свыше 50%, на Гаити — более чем 70%.

На фоне бурного развития мирового туризма закономерно стоит вопрос о роли Украины на мировом рынке туристических услуг. Следует отметить, что объективно она имеет все предпосылки для интенсивного развития внутреннего и иностранного туризма: особенности географического положения и рельефа, благоприятный климат, богатство естественного, историко-культурного и туристическо-рекреационного потенциалов. Но, к сожалению, не все является таким безоблачным. На фоне мирового туризма, который набирает мощность фантастически быстрыми темпами, Украина выглядит довольно скромно. На сегодня украинские граждане являются своеобразными инвесторами зарубежных стран. Туризм, по расчетам специалистов, лишь в виде налогов мог бы каждый год приносить в государственную казну до 4 млрд. долл.

Главные причины проблем туристического комплекса Украины — сложная социально-экономическая ситуация в государстве, отсутствие стратегии развития этой отрасли, как на региональном, так и на национальном уровне. Ситуация, которая сложилась в туристической сфере в последнее время, требует активного поиска средств преодоления кризисных явлений и интенсификации производства туристического продукта, с обеспечением необходимого качества.

По нашему мнению, развитию туризма в Украине мешают следующие основные факторы:

- недостаточный уровень развития непосредственно сети и объектов туристической инфраструктуры, их несоответствие мировым стандартам. Следует помнить, что производственная база области формировалась, в основном, с

советских времен с ориентацией преимущественно на непритязательного туриста, поэтому среди объектов инфраструктуры преобладают большие (сравнительно с аналогичными заграничными) комплексы, со значительной концентрацией мест и низким уровнем комфортности. Нужно также отметить, что в Украине только 10% отелей отвечают международным стандартам, среди них по состоянию на 2000 год не было ни одного пятизвездочного, и только шесть имели четыре звезды. Сейчас ситуация начинает постепенно изменяться, благодаря получению Украиной и Польшей права на проведение ЕВРО-2012 будут построены новые пятизвездочные отели в шести городах Украины. Но к стабилизации ситуации еще далеко. О состоянии украинских путей говорить вообще не приходится. Одним из действующих средств ускорения развития туризма в Украине является развитие туристической инфраструктуры в сети международных транспортных коридоров (МТК). По оценкам экспертов, она имеет высочайший в Европе коэффициент транзитности (с 13 тыс. км автомобильных путей государственного значения свыше 9 тыс. км являются магистралями, связанными с МТК). В совокупности с мощным туристическим потенциалом нашей страны, этот факт может стать важным фактором развития отечественной экономики.

– отсутствие скоординированной высококвалифицированной и грамотной системы действий по проведению туристического продукта Украины на мировой рынок, которое бы давало ощутимые результаты. Проблемы возникают прежде всего с рекламой отечественных курортов. Так, в 2004 году в Национальном бюджете на это было предусмотрено 1,7 млн. грн., получено же лишь 40 тыс. Поэтому абсолютно понятно, что за границей очень тяжело получить информацию как о самой Украине, так и о туристических услугах, которые в ней предоставляются. И хотя в 2004 году в нашей стране была создана собственная информационная система (UTI), она в значительной мере носит коммерческо-информационный, а не имиджевий характер. Совсем иначе дело обстоит за границей. Например, Великобритания, которую и так не имеет особой потребности в рекламе, тратит на это целые 80 млн. фунтов стерлингов. На первый взгляд кажется, что это расточительство. Но, как было подсчитано, каждый вложенный в рекламу фунт приносит доход от привлеченных туристов в 27 фунтов. Поэтому направления преобладающей части средств на рекламу Украины по всему миру и ее широкие туристические возможности будет правильным решением.

– технологическая отсталость области. В Украине практически не применяются туристические технологии, которые в развитых странах приобрели признаки повседневной жизни: электронные информационные справочники относительно отелей, транспортных маршрутов и туристических фирм с перечнем и стоимостью услуг, которые ими предоставляются; в мире практически все справочники по туризма выпускаются в электронном, а большинство — в Internet-форматах, которые дают пользователям возможность бронировать места в оте-

лях и на транспорт в режиме реального времени — «on-line». В последнее время в области информационных технологий Украины наблюдается значительное оживление. Поэтому следует также активно использовать эту возможность для приближения к выходу на мировой уровень обслуживания клиентов.

– низкий уровень обслуживания, обусловленный общей квалификацией работников области. На сегодня в Украине практически отсутствуют соответствующая система в области туризма для подготовки и переподготовки кадров, а также четкие и соответствующие мировым стандартам квалификационные требования; в то время как в России, которая по прогнозам ВТО в 2020 г. войдет в десятку наиболее посещаемых стран мира, уже сегодня функционирует около 40 государственных и частных учебных заведений подготовки кадров для туризма). В нашем государстве также постепенно возникают соответствующие учебные заведения, но они делают лишь первые шаги в этом направлении, не имея соответствующего опыта.

Можно предложить несколько альтернативных вариантов решения проблем украинского туристического комплекса. Для туристических фирм это прежде всего — создание общенациональных культурных маршрутов. Таким образом, на международных выставках мы могли бы представлять не только маршруты, разработанные туроператорами—участниками этих мероприятий, но и плоды общегосударственного туристического «творчества». Например, объединившись, с Молдовой и Грузией, мы можем создать маршрут под названием «Винный путь». При достойной рекламной поддержке такой шаг привлечет тысячи новых туристов, прежде всего из стран СНГ. Однако, прежде всего само государство должно помогать разрабатывать подобные государственные или полигосударственные турпродукты, которые впоследствии можно очень выгодно продавать. Весь мир знает такие проекты, как «Великий шелковый путь», «Из варяг в греки». Возможно создание в Украине таких интереснейших и привлекательных туристических маршрутов, как, например, «Киевская Русь», «Дорогами Шевченко».

Кроме создания новых привлекательных туристических продуктов, необходимо также уделить внимание туристическим операторам. А именно: пересмотреть правила их лицензирования. Считаю, что необходимо делать ставку на крупные компании с большим опытом работы на рынке туристических услуг. Зачем каждый год лицензировать все новых и новых туроператоров, если треть из них вообще ничем не занимается, треть — ни перед кем не отчитывается, а остальные — лишь посредники между потребителями и крупными туристическими компаниями.

Также, по моему мнению, очень важно использовать информационные технологии и инновации в этой сфере в туристическом бизнесе. Как уже сказано выше, у нас почти отсутствуют регулярно обновляющиеся Интернет-базы данных, где клиент может самостоятельно выбрать интересующий его тур, самостоятельно спланировать свой маршрут. Также надо создать общеукра-

инскую Интернет-базу, где находилось бы подробное описание всех существующих туристических маршрутов по Украине. В ней должна быть возможность выбрать туроператора, заказать понравившуюся экскурсию или маршрут в режиме онлайн, просмотреть комментарии других клиентов. Такая база данных была бы замечательной рекламой и к тому же упростила бы работу туристических агентств.

Также государству в первую очередь следует пересмотреть политику финансирования туристического сегмента экономики, облегчить налоговое бремя туристических компаний и операторов, т.к. в будущем туризм обещает быть очень прибыльным как во всем мире, так и в Украине в частности.

Правительству стоит определиться в своих взглядах на процесс реприватизации и приватизации и тем самым привлечь большое количество иностранных инвесторов, которые ввиду сложившейся нестабильной политической обстановки не идут на риск инвестирования украинских туристических объектов.

Туристическая отрасль хотя и очень медленными шагами, но начинает увеличивать свои показатели в нашей стране. Но не надо останавливаться на достигнутом. От того, каким путем сейчас пойдет развитие отрасли, зависит все ее будущее и будущее экономики в целом, а следовательно и жизнь Украины в целом.

Литература:

1. Закон Украины «О туризме» (N 324/95-ВР) от 15.09.1995 г.

2. Пузаков Е.П., Честикова В.А. Международный туристический бизнес. — М.: Экспертное бюро, 1997.

3. Бовсуновская А.Я. География туризма: учебное пособие. — Д., 2002.

4. Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес. — Москва. 1998.

5. Любицева О.Г. География туризма в Украине // География и основы экономики в школе. — Киев. — 1997

Украина и ВТО // Международный туризм. — 2001. — №1

6. Панирян Г.А. Международные экономические отношения: экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 2000.

7. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. — К.: Знання України, 2002.

8. http://www.zn.ua/ — «Зеркало Недели»

9. http://www.tourism.gov.ua/

***

Парфіненко А. Ю.

ДЕЯКІ АКСІОЛОГІЧНІ ТА ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРИСТСЬКОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Харківська національна академія міського господарства

Останніми роками спостерігається неабиякий інтерес дослідників до проблем розвитку туризму. І це не випадково. Покращення економічної ситуації у державі створило умови для динамічного розвитку туристичної і рекреаційної сфери, що безумовно потребує наукової бази.

У якості об'єкту досліджень туризм зазвичай знаходиться у центрі уваги економіки та географії. Більшість досліджень виконується переважно у економіко-географічній та соціально-економічній площині, що є цілком логічним. Адже поступово держава і суспільство позбуваються уявлення про туризм як про спорт чи фізкультуру, формується розуміння туризму як важливої галузі економіки. Між тим, таке багатогранне явище як туризм з його надзвичайно розмаїтим функціональним змістом, який значною мірою впливає на людину, безсумнівно вимагає і соціально-філософського аналізу. Щоправда останнім часом у цьому напрямку в Україні відбуваються неабиякі зрушення. Про це, зокрема, свідчить проведення всеукраїнського круглого столу «Філософія туризму» та видання навчального посібника із відповідною назвою [1].

Сьогодні неабиякої актуалізації отримали концепції регіоналізації економічних реформ, стратегії територіального розвитку, в тому числі це стосується туризму. Однак з розвитком туризму постають і певні загрози, які вже сьогодні потребують уваги з боку громад і держави. В даному випадку, пропонуємо звернути увагу на деякі аксіологічні та етичні моменти туристського розвитку регіонів України.

Аксіологічний вимір. Сьогодні багато розмов йдеться про значну комунікативну роль туризму, про його здатність формувати взаєморозуміння між людьми та впливати на розв'язання глобальних проблем людства. І з цим важко не погодитися, позаяк туризм дійсно виступає найдієвим каналом так званої «народної дипломатії». Але водночас відбувається глобалізація туристського ринку, що супроводжується розмиттям національної культури.

Як відомо, за прогнозами Всесвітньої туристської організації до 2010 року кількість поїздок у світі має збільшитися у два рази та досягти 1 мільярда туристських відвідувань. При цьому більше половини поїздок буде припадати на країни Центральної та Східної Європи, включаючи держави СНД та Балтії, де туризм буде мати більш стрімкий розвиток ніж у Європі. А до 2020 року загальна кількість туристів збільшиться у три рази [2, с. 227]. Виходячи з цього, постає неабияка загроза остаточної втрати регіонально-етнографічної специфіки. Відтак, вже сьогодні є сенс замислитися над створенням мережі регіональних етнографічних парків, використовуючи європейський досвід. Причо-

му це потребує обов'язкової координуючої ролі держави, оскільки приватна комерційна ініціатива у цьому питанні може набувати спотворених форм. Реалізація такої програми дозволила б зберегти традиції і стиль життя місцевого населення, створити нові робочі місця.

Етичний вимір. Неухильне збільшення туристських потоків викликає постійне збільшення фірм, які пропонують свій туристський продукт. При цьому якість їхніх товарів чи послуг часто-густо залишається доволі низькою, не відповідає вартості. Якщо в готельному бізнесі існує більш-менш усталена класифікація якості (зірки, корони, категорії та ін.), то в туристському бізнесі цього не має. Чи не єдиними показниками надійності туристського підприємства зазвичай стає його позиціювання у засобах масової інформації, простіше кажучи — реклама, а також відгуки інших споживачів його товарів та послуг. Така ситуація звісно не заохочує до підвищення якостей послуг, а часто породжує й повну недбалість. І хоч зміни до Закону України «Про туризм» трохи підвищили фінансову відповідальність туроператорів та турагенств за надані послуги, цього вряд чи достатньо. Шляхом розв'язання цієї проблеми могло б стати запровадження системного регулярного моніторингу підприємств, що потребує створення громадських організацій, які б об'єднали туристські фірми та туристських операторів.

Наступна проблема, яка супроводжує бурхливий туристський розвиток регіонів та мусить розглядатися у етичній площині, полягає у створенні штучних пам'яток історії і культури, що обумовлено комерційною метою та має розважальне спрямування. Наслідком такої безвідповідальної діяльності може стати формування та накопичення у масовій свідомості історичних міфологем.

Звичайно межі статті дозволяють загострити лише незначний спектр питань, пов'язаних із туристським розвитком регіонів, що потребує комплексних заходів з боку держави та місцевих громад. Можливо одним з перших кроків на шляху до актуалізації та розв'язання проблем, які виникають навколо розвитку туризму, має стати розробка так званого «туристського паспорту», який би максимально врахував туристський потенціал регіону. Розробка такого документу стала б на наш погляд дієвим механізмом формування туристської привабливості регіону та сприяла б залученню додаткових інвестицій у цю галузь.

Література:

1. Філософія туризму: Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2004. — 268 с.

2. Охріменко А. Особливості функціонування рекреаційного комплексу в умовах сталого розвитку. // Регіональна економіка. — 2002. — №2. — С. 224-228.

3. Свиридова Н.Д. Развитие туризма в регионе как объект государственного управления // 4. Актуальные проблемы экономики. — 2005. — №2. — С. 18-20.

5. Федів І. Розвиток туризму в регіонах: внесок агентств регіонального розвитку // Український регіональний вісник. — 2002. — № 42. — С. 2-3.

***

Пенья Єленська О. Р.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Й НАПРЯМКИ СПІВРОБІТНИЦТВА КУБИ Й УКРАЇНИ В ОБЛАСТІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

ХНУ имени В. Н. Каразина, 4 курс

Торгово-економічні відносини між Кубою й Україною існують уже більш 40 років й охопили практично всі галузі економіки. Куба була одною з перших держав, що визнала незалежність України. За минулі роки структура нашого товарообігу істотно не змінилася. Україна традиційно експортує на Кубу сталевий прокат, електротехнічні вироби, запасні частини й компоненти для сільськогосподарського, залізничного й авіаційного встаткування, промислові насоси, робоче взуття, сечовину й т.д. У свою чергу, Куба поставляє в Україну цукровий очерет, медикаменти, сигари, листовий тютюн. У списку торговельних партнерів Куби Україна посідає десяте місце серед європейських країн і друге — серед країн СНД (після Російської Федерації).

Що стосується туризму, те необхідно сказати, що в 2006 році Кубу відвідали 6 тис. українських туристів. Дана цифра є стійкої вже протягом останніх 7 років. Росіян відвідало Кубу в 2006 році — 14 тис. чоловік. Інші країни СНД не представлені в туристичній статистиці Куби. Таким чином, частка українців і росіян у туристичних потоках на Кубу мізерна й навряд збільшитися в силу різних причин.

Разом з тим співробітництво в сфері туризму між Україною й Кубою є перспективним. В Україну неодноразово приїжджали представники кубинського Міністерства туризму, туристичних агентств. У ході переговорів з українськими партнерами обговорювалися можливості спільного адміністрування кубинських й українських готелів, інвестиційні проекти будівництва нових готелів на Кубі. Туризм — одна з основних галузей кубинської економіки, і кубинці вкрай зацікавлені в збільшенні туристичного й інвестиційного потоків з України. Українські бізнесмени сьогодні мають реальний шанс закріпитися на кубинському туристичному ринку, оскільки потенційні американські інвестори в силу обмежень сьогодні не можуть працювати на Кубі.

Перспективним напрямком розвитку туризму між двома країнами може стати діловий туризм. Щорічно на Кубі проходить міжнародний Гаванський ярмарок, у якій беруть участь й українські товаровиробники. У різний час золотими медалями за якість товарів були нагороджені підприємства «Норд», «Дніпрошина», взуттєве об'єднання «Київ». Українська продукція як і раніше дуже високо цінується на Кубі, що й може стати основою ділового туризму.

Загальними рисами розвитку туристичної індустрії між Україною й Кубою є високий туристичний потенціал двох країн. Уряд як України, так і Куби усвідомлюють важливість туризму для економіки і його перспективність.

Об'єднуючою рисою є й те, що обидві країни можуть розвивати однакові види туризму, такі як відпочинок у моря, пригодницький туризм, екстремаль-

ний і спортивний туризм, культурний туризм і т.д. Разом з тим між Кубою й Україною існує більше розходжень, ніж загальних рис в області туризму.

По-перше, головним видом туризму на Кубі є круглорічний відпочинок у моря. Україна такими можливостями не володіє. Разом з тим Україна може розвивати зимові види туризму, що неможливо здійснити на Кубі.

По-друге, якщо на Кубі туризм стає головною галуззю економіки, то Україна це велика індустріальна держава, і в нас навряд чи коли-небудь розвиток туристичної індустрії буде визначати економічне становище країни.

По-третє, Україна є відкритою європейською країною, яка сповідаючи ліберальні цінності, не вносить обмежень в області туризму, що є присутнім на Кубі.

У четвертих, туризм в Україні, більшою мірою, орієнтований на національні ресурси економіки, у той час як на Кубі дана галузь перетворюється в сферу впливу транснаціонального туристичного бізнесу.

У цьому зв'язку й стратегія розвитку туризму у двох країнах різна. Якщо туризм в Україні і його окремих видах розвиваються в традиційних туристичних регіонах (Крим, Карпати, Київ), то уряд Куби прагне перетворити всю країну в місце відпочинку для туристів.

На Кубу поки приїжджає небагато туристів з України. Основними перешкодами для розвитку туризму між двома країнами є наступні:

– між Україною й Кубою не здійснюється прямого авіарейсу. В 2006 році був відкритий перший чартерний авіарейс із Києва в Гавану, що повинен стати основою для розвитку авіаперевезень.

– відпочинок на Кубі для українців на сьогодні дорогий, вартість путівки становить від 2 до 6 тис. доларів США, що середньому українському туристові не по кишені.

– українці, здебільшого, відправляються у відпустку влітку, тому круглорічні курорти для них не настільки привабливі. У літній же час в українського туриста є прекрасні альтернативи для відпочинку — курорти Болгарії, Туреччини, Іспанії, які пропонують той же спектр туристичних послуг, що й Куба, однак вартість тура значно нижче.

У цьому зв'язку можна припустити, що в найближчі роки навряд чи варто очікувати зростання українського сегмента в туристичній індустрії Куби. На Кубу будуть по-колишньому літати багаті туристи, що жадають нових вражень й екзотичного відпочинку.

Аналогічним чином, навряд чи варто очікувати й напливу туристів з Куби в Україну, оскільки сама вартість перельоту дуже висока для кубинців, а обмеження на виїзд зберігаються й дотепер.

Таким чином, не дивлячись на ряд об'єктивних причин, що перешкоджають розвитку туристичного обміну між Україною й Кубою, обидві країни все-таки знайшли крапки зіткнення в розвитку туристичного бізнесу.

Література:

1. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма. — М.: «Финансы и статистика», 2000

2. Куба. Туристический справочник. — М.: Корунд, 2006.

3. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов. — М.: «Аспект Пресс», 2001.

***

Подлепіна П.О.

КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

ХНУ імені В. Н. Каразіна, викладач кафедри туристичного бізнесу

Туризм виступає важливою складовою економічного зростання країни в цілому та окремих її адміністративно-територіальних одиниць. Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії України є створення конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни і забезпечити комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довкілля. Високий рівень конкуренції на світових ринках вимагає пошуку стратегії підвищення ефективності роботи підприємств сфери туризму.

Одним із шляхів вирішення даної проблем є кластеризація вітчизняної рекреаційно-туристичної галузі, адже створення позитивних вражень та маркетинг регіонального туристичного продукту вимагають певної форми співпраці, якою і виступає кластер. Використання кластерної концепції набуло значного світового розповсюдження. Такі країн як Фінляндія, Словенія, Китай, В'єтнам, Індія, Туреччина, Німеччина та ін., маючи різні політичні та соціально-економічні системи, демонструють успішні результати впровадження кластерної системи у національні і регіональні програми економічного розвитку [2].

Кластер — це територіально зосереджена система взаємопов'язаних підприємств та інституцій у межах окремої галузі народного господарства. Кластеризація туристичної індустрії передбачає не створення нових суб'єктів господарювання, а об'єднання на добровільних та взаємовигідних засадах існуючих виробників продукції та послуг.

Рекреаційно-туристичні кластери мають об'єднувати складну систему рекреаційно-туристичних установ, підприємств інфраструктури та інших галузей, які мають тісні виробничі, економічні, інформаційні зв'язки, спільно використовують ресурси з метою задоволення різноманітних оздоровчих, пізнавальних, культурних та інших потреб [3].

Структурно-функціональна модель туристичного кластеру передбачає наявність компонентів таких блоків:

– власне туристичного (туристичні фірми, підприємства готельного господарства, об'єкти атракції і природно заповідного фонду;

– виробничого (виробники туристичної продукції)

– науково-освітнього (освітні заклади здатні забезпечити потреби у висококваліфікованих кадрах та наукових, наукові установи, відповідальні за стратегію розвитку, маркетингову діяльність)

– управлінського (керівники організацій-засновників кластеру, представники органів державного управління та влади) [1].

Дана модель має рекомендаційний характер. В кожному окремому випадку якісний та кількісний склад кластерного об'єднання приймає довільну форму.

Процес кластеризації туристичної галузі України вже розпочато. У березні 2001 року був заснований туристичний кластер «Кам'янець». Його метою стало створення конкурентноздатної сфери туристичних послуг, перетворення Кам'янця у сучасний туристичний центр, ініціювання та координація проектів розвитку туризму у регіоні. Подібна ініціатива простежується і в інших місцевостях країни (Чернігівщина, Херсонщина, Автономна Республіка Крим, особливо Севастополь та ін.). Ідея створення туристичних кластерів на території будь-якої області України передбачає організацію різноманітних видів туризму (релігійного, екологічного, сільського або «зеленого» тощо).

Синергетичний ефект та інші переваги (кращий доступ до інформаційних ресурсів, спільне використання фінансових ресурсів тощо) використання саме кластерної форми територіальної організації розвитку туризму дає можливість підвищити конкурентоспроможність рекреаційно-туристичної галузі, акумулювати розрізнені фінансові, матеріальні і трудові ресурси регіону, повніше і ефективніше використовувати туристсько-рекреаційний потенціал територій, та за умов правильної організації, стимулюватиме розвиток суміжних виробництв.

Література:

1. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму: навчальний посібник. — Ніжин: Видавництво НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. — 264 с.

2. Соколенко С.І. Розвиток туристично-рекреаційних кластерів: регіональна ініціатива України // Регіон: схід-захід. — 2004. — №2(7). — С.32-36

3. www.companion.ua

❋❋❋

Проценко І. С.

ПРАКТИКА Й ПРОЦЕДУРИ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ХНУ імені В. Н. Каразіна, 4 курс

Практика й процедури регулювання міжнародної туристської діяльності реалізуються в приєднанні держав до міжнародних конвенцій, декларація і договорам з питань міжнародного туризму, участі їх у міжнародних туристських програмах і проектах, висновку міжурядових угод про співробітництво, а також в обліку основних положень і принципів міжнародних документів при формуванні національних концепцій розвитку туризму й розробці національного туристського законодавства.

Метою статті є визначення процедур, завдяки яким здійснюється регулювання туристської діяльності, розгляд міжурядових угод про співробітництво в області туризму, а також вивчення загальноприйнятої практики регулювання міжнародної туристської діяльності.

Міжнародне співробітництво в туристській сфері здійснюється на основі двосторонніх і багатосторонніх міжурядових угод про співробітництво в області туризму.

Міжурядові угоди формулюються й укладаються відповідно до положень Манільської декларації по світовому туризмі, Гаазькій декларації про туризм, а також інших міжнародних офіційних документів. Укладаються вони з метою розширення дружніх зв'язків між народами й сприяння національних урядів співробітництву в сфері туризму. Уряду двох або декількох країн в угоді заявляють про те, що будуть підтримувати й розвивати туристські зв'язки, сприяти обміну на взаємовигідній основі й співробітництву між національними туристськими компаніями: транспортними, туроператорськими, турагентськими й іншими.

Уряду відзначають, що будуть підтримувати зусилля національних туристських органів й організацій по розширенню областей співробітництва, наприклад у спільному підприємництві або в будівництві об'єктів інфраструктури й матеріальної бази туризму, і створювати для цього сприятливі умови інвесторам. В угодах уряду підкреслюють, що будуть сприяти розвитку туризму шляхом обміну інформаційними, рекламними й іншими матеріалами; зобов'язуються сприяти технічному співробітництву за допомогою обміну новими технологіями між туристськими організаціями своїх країн, надавати допомогу в професійній підготовці туристських кадрів своїх країн, а також обміну експертами, ученими й журналістами, що працюють у туристській сфері.

Найчастіше міжурядові угоди містять статті, у яких уряду приймають зобов'язання по спрощенню формальностей в оформленні туристських поїздок громадян своїх країн. У цьому простежується спадкоємність принципів і підходів, заявлених ще в Конвенціях конференції ООН 1954 р., а також у Рекомен-

даціях Римської конференції 1963 р., Будапештської конвенції 1976 р., Гаазької конвенції 1989 р.

У міжурядових угодах, як правило, розкривається механізм реалізації угоди, що укладається. Наприклад, це може бути змішана комісія із представників двох або декількох країн, що підписали угоду для проведення двосторонніх або багатобічних консультацій і вироблення рекомендацій зі співробітництва в області туризму.

Загальноприйнятою практикою регулювання міжнародної туристської діяльності є діяльність закордонних представництв національних міністерств або комітетів з туризму. Міжнародну правову основу відкриття й діяльності закордонних представництв становлять Міжурядові угоди про співробітництво в області туризму. Вони передбачають створення національними туристськими адміністраціями за рубежем своїх представництв, що діють на некомерційній основі.

Основні цілі закордонних представництв — захист інтересів країни на світовому ринку; просування національного туристського продукту на міжнародний туристський ринок; стимулювання в'їзного туризму; залучення іноземних інвестицій у туристську сферу. Серед завдань закордонних представництв — спостереження за виконанням двосторонніх і багатобічних міжнародних договорів про співробітництво в області туризму, інших міжурядових і міжвідомчих угод і договорів, що містять статті про туризм і туристську діяльність; участь у розробці пропозицій для переговорів про висновок міжнародних договорів й угод; установлення й розвиток зв'язків з державними туристськими органами й туристськими компаніями країни перебування; сприяння у встановленні й підтримці ділових контактів між підприємцями туристського бізнесу своєї країни й країни перебування; вивчення кон'юнктури туристського ринку, інформаційно-рекламна діяльність.

Автор статті досяг таких висновків: міжнародне співробітництво в туристській сфері здійснюється на основі міжурядових угод про співробітництво в області туризму; міжурядові угоди укладаються з метою розширення дружніх зв'язків між народами й сприяння національних урядів співробітництву в сфері туризму; загальноприйнятою практикою регулювання міжнародної туристської діяльності є діяльність закордонних представництв національних міністерств або комітетів з туризму.

Література:

1. Классификатор стран мира, утвержденный приказом Госстандарта Украины №160 от 18.04.1998.

2. Колесник Н. В. Введение в специализацию: Ч. 2. Международный туризм в сфере услуг мирового товарооборота: Учб.-метод. пособие. — М.: Советский спорт, 2002. — 85 с.

3. Пузанкова Е. П., Честикова В. А. Международный туристический бизнес. — М.: Экспертное бюро, 2004.

***

Ремескова Ю. Е.

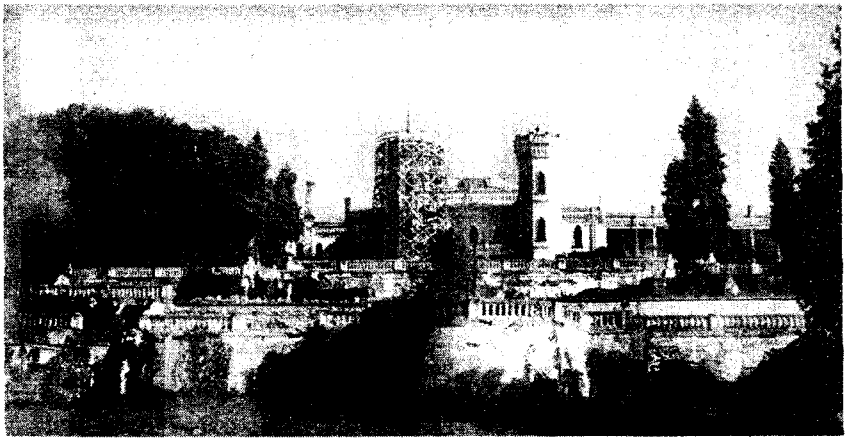
ШАРОВСКИЙ ЗАМОК КАК ТУРИСТСКИЙ ОБЪЕКТ ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ХНУ имени Каразина, 4 курс

Во многих странах мира замки являются одним из существенных элементов туристской программы и охотно посещаются туристами. Исторические и культурные памятники могли бы иметь наиболее благоприятные позиции для развития туризма для любого региона страны.

В Харьковской области расположен уникальный замок, что не характерно для территории восточной Украины.

Первый фундамент здания в Шаровке был заложен еще в 1700 г. помещиком Ольховским. Этот необычный замок, с элементами готики трижды перестраивался его владельцами в различных архитектурных стилях. Последним владельцем замка был немецкий барон Леопольд Кениг, очень богатый человек, который владел тремя заводами — конным, сахарным и кирпичным. Барон Кениг для создания целебного микроклимата, нанял целую группу ботаников под руководством известного паркостроителя Куфальдта, чтобы они продолжили работу бывшего владельца по созданию парка-дендрария, а посередине построили дом лесника — из дуба и без единого гвоздя.



Главным фасадом дворец повернут к балке, в которой созданы два пруда с прозрачной водой, а на склонах ее разбит парк. Аллею для прогулок обрамляют необычные липы с вертикальными ветками, тянущимися к солнцу. Снизу от замка расположены террасы с цветниками и фонтаном.

Шаровский парк в 1960 году был объявлен заповедным объектом республиканского значения и внесен в список наиболее примечательных парков. Но, к сожалению, в настоящее время в замке оборудован санаторий для больных

туберкулезом. Хотя утративший былое великолепие, некогда называвшийся «Белый лебедь», замок-дворец мог бы стать популярным туристским объектом Харьковской области не только для внутренних туристов, но и для въездных. На наш взгляд необходимо срочное привлечение инвестиций для реставрации Шаровского замка и парка с целью возрождения и сохранения для будущих поколений. Одним из вариантов могла быть сдача замка и, собственно говоря, других культурно-исторических комплексов Украины в концессию.

В туристской сфере в Харьковской области нужно развивать, в первую очередь, внутренний туризм. Примером для Украины может служить Польша, где еще всего несколько лет назад памятники архитектуры были в плачевном состоянии, но проведение грамотной реформы преобразовали их в гордость страны. Сдача замков в концессию является для Украины одним из путей реставрации культурных комплексов, как в свое время практиковала Польша. Замки, крепости и дворцы могли бы сдавать в культурное обращение на длительное пользование. Реставрация памятников культуры, обновление их хозяйственных функций осуществлялась бы за счет пользователей.

Чтобы заработать на это деньги, кроме экспозиций, владельцы могли бы организовывать гостиницы или рестораны, гольф-клубы, бильярд, или, например, организацию и проведение свадеб по примеру Чехии. Что касается Шаровского парка, необходимо начинать его возрождение с перемещения туберкулезного санатория в другое место, и также необходимо создание дополнительной туристской инфраструктуры, которая бы обеспечивала потребности приезжающих туристов, экскурсантов.

***

Сасіна А. Ю.

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ В РОСІЇ ТА УКРАЇНІ

ХНУ імені В. Н. Каразіна 4 курс

В Росії є основні передумови для розвитку міжнародного туризму, перш за все завдячуючи природно-рекреаційним та історико-культурним ресурсам, у багатому різноманітті його видів починаючи від екскурсійно-пізнавального до екстремального. Найбільш привабливими є Кавказько-Черноморський та Центральний райони.

Мета статті полягає в тому, щоб надати характеристику розвитку міжнародного туризму в Росії та Україні. Освітити позитивні і негативні тенденції та можливості кожної країни в цій індустрії.

Географія іноземного туризму Росії, перед усім, представлена її європейською частиною, де найбільш привабливими є Москва та Санкт-Петербург, що концентрують до 80% потоку туристів. Основним генеруючим ринком російського іноземного туризму є країни СНД, серед яких 50% ринку належить Україні. Взагалі ж у 2003 році Росію відвідало 22514 тис. осіб.

В зарубіжному туризмі провідне місце також займає Україна (більш 5 млн.), інші ринки зарубіжного туризму представлені Туреччиною, Польщею, Китаєм, Фінляндією, Єгиптом, Іспанією, Германію, ОАЕ, Італією. Загальний обсяг російських туристів, що виїжджають склав 20468 тис. туристів.

Характерною особливістю, міжнародного туризму Росії є переваження приватних подорожей (більш 60%), головним чином за рахунок країн СНД. Частка організованого туризму складає в іноземному туризмі 15% та до 30% у зарубіжному. Причому сектор організованого виїзного туризму розвивається стрімкіше і переважає над в'їзним (майже вдвічі). Цьому сприяє більшою мірою і діяльність туристських компаній, які орієнтуються переважно на виїзний туризм. Це у свою чергу впливає на від'ємне сальдо туристичного балансу, що у 2003 році склало -8 378 млн. дол. Займаючи значну долю в торгівлі послугами (до 40% в імпорті) витрати за статтею «подорожі» значно позначаються і на від'ємному сальдо балансу послуг взагалі (більш 11 млрд. дол.).

Взагалі галузі міжнародного туризму притаманні дві протилежні тенденції:

– невелике домінування іноземних потоків над зарубіжним (1,2:1), але поступове зменшення позитивного сальдо прибуття до країни;

– досить стрімке зростання від'ємного сальдо балансу послуг взагалі і туристичних послуг зокрема.

Досить великі можливості для розвитку різних видів міжнародного туризму має і Україна. До найбільш розвинутих районів, що мають загальнодержавне та міжнародне значення відносять Кримський рекреаційний район, Азово-Чорноморський рекреаційний район та Карпатський рекреаційний район. Традиційно найбільша частка іноземних туристів припадає на АР Крим, м. Київ, Одеську область, яка складає до 70% туристів. На них же і припадає від 48% до 68% наданих туристичних послуг.

Результати аналізу іноземного туризму України свідчать про те, що ринок в'їздного туризму характеризується стабільною динамікою зросту і в 2003 році досяг більш 12 млн. туристів. Вагомий внесок у зріст загального потоку вносять приватні подорожі, що складають близька 70%.

В регіональному відношенні близько 80% іноземного туризму в Україні складають громадяни СНД. З них Росія посідає перше місце, а у загальному потоці її частка складає 24%.

Аналіз в'їздного туризму показує, що цей напрямок розвивається повільніше і у 2003 році становив 14,7 млн. Зарубіжному туризму також притаманне переваження приватних подорожей за метою, частка яких зростає, а організованого туризму поступово зменшується.

Регіональний аналіз зарубіжного туризму свідчить про домінування Росії як ринку зарубіжного туризму (30%), за нею йде Угорщина, Білорусь. Серед інших напрямків туристів переважно організованих) можна виділити Єгипет, ОАЕ, Туреччину, Кіпр, Іспанію, Болгарію.

У міжнародному туризмі України спостерігаються позитивні тенденції:

– від'ємне сальдо туристичного балансу за кількісним показником протягом останніх 4-х років завдяки переважанню організованого зарубіжного туризму має тенденцію до зменшення, що відбувається за рахунок зростання кількості іноземних туристів, що прибувають до країни

– позитивне сальдо за статтею «подорожі» продовжує зростати і у 2003 році 62 млн. дол. Однак, слід відзначити, що частка туризму у загальному обсязі експорту послуг складає трохи більше 3%, а імпорту 5%.

Автор статті досяг такого висновку, що міжнародний туризм в Росії та Україні має багато спільних рис в своєму розвитку. Спільні проблеми, притаманні країнам з перехідною економікою, позначилися і на рівні розвитку інфраструктури, а саме туристичної, яка потребує значних капіталовкладень для модернізації та подальшого розвитку. Так, наприклад, особливо відчувається недостатній рівень розвитку готельного господарства. І хоча Росія досягла більших успіхів у галузі залучення іноземного капіталу у цю галузь, і зараз в країні діють міжнародні готельні мережі, порівняно з Україною, де немає жодної, але в обох країнах частка класифікованих готелів не перевищує 20%.

Література:

1. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства — М: Финансы и статистика, 2003. — 176с.

2. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во РДЛ, 2004. — 367 с.

3. http://respublikaidei.ru/ Электронный журнал «Республика идей» номер 3/2003 «Обзор индустрии туризма в России»

***

Сорокотяга И. Н.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

ХНУ имени В. Н. Каразина, преподаватель кафедры туристического бизнеса

В последние десятилетия в большинстве развитых стран возрастающими темпами развивается сфера услуг, превышая рост промышленного производства. Сегодня на долю туризма приходится около 12% мирового валового продукта, более 30% объемов услуг мировой торговли и 11% мировых потребительских затрат, 7% общего объема инвестиций и 5% всех налоговых поступлений [3, 1]. К 2020 году доходы от туризма достигнут 3 трлн. долл. [1, 191]. В 40 странах мира туризм является главным источником бюджета.

Значительный объем природно-ресурсного потенциала, разнообразие природных условий, исторические традиции хозяйственного освоения и социокультурные приоритеты в течение многих лет определяли рекреационную специализацию Крыма как одно из стратегических направлений его регио-

нального развития. Крым, обладая большим туристическим потенциалом, является неотъемлемой составной частью мирового туристического процесса.

Занимая около 4,5% площади Украины, Крымский полуостров концентрирует 29,6% объема всех рекреационных ресурсов, 10% емкости гостиничного фонда, 40% емкости здравниц, более 30% потока иностранных туристов [6].

Однако, сложившаяся в Крыму организация рекреационного хозяйства совершенно неконкурентоспособна на мировом рынке: слабая материально-техническая база, на 70% нуждается в реконструкции или в новом строительстве привлекательных для туристов объектов, низкий уровень сервиса, отсутствие необходимой индустрии развлечений, запущенность памятников истории и культуры, экологические проблемы и т.д.

Преодоление негативных тенденций возможно путем внедрения нововведений, обоснования и разработки инновационных процессов в туризме. Исследованию инновационных процессов в различных отраслях народного хозяйства посвящено большое количество научных работ. Но низкая национальная инновационная способность является основной проблемой, связанной с превращением результатов научных исследований в коммерческий продукт [4].

Важным аспектом управления инновационной деятельностью является развитие инновационной инфраструктуры. Инновационная инфраструктура — отрасли экономики, научно-технических знаний, обслуживания, которые непосредственно обеспечивают развитие инновационных процессов в производстве. Она включает комплекс инновационных, информационных, консультационных, вычислительных, учебных и других центров, инвестиционных, научно-технических бирж, организационных и других услуг по сопровождению всех специфических этапов инновационной деятельности [5].

Изучение опубликованных по проблеме развития туризма научных работ, методических разработок и практических рекомендаций подтверждает, что вопросы разработки и внедрения нововведений в туризме исследованы недостаточно, что отрицательно сказывается на развитии туризма. Поэтому решение данной проблемы в туризме в настоящее время имеет особую актуальность.

По общей величине рекреационного потенциала Крым занимает лидирующие позиции. По разнообразию рекреационно-туристических ресурсов у Крыма практически нет конкурентов. Уникальность Крыма состоит в том, что здесь есть море, реки, горы, луга, степи, исторические и культурные памятники, горные и горно-лесные ландшафты и природные заповедники, включающие водопады, пещеры, каньоны. Крым богат бальнеологическими ресурсами.

Что касается инновационных процессов в туризме, то они заключаются в следующем:

1. Разработка и принятие комплекса законодательных актов и распоряжений, обеспечивающих благоприятную правовую среду для развития инновационной деятельности в туризме.

2. Формирование в Крыму системы взаимодействующих инновационных

структур (инновационные центры, технопарки, технополисы, инкубаторы инновационного бизнеса, центры оценки технологий, агентства по трансферту технологий, региональные центры инновационного развития, и т.д.).

3. Формирование в Крыму системы взаимосвязанных по инновационному циклу финансовых институтов (программ, бюджетных и внебюджетных фондов, представительств зарубежных фондов и т.д.), предназначенных для финансирования инфраструктуры инновационной деятельности и инновационных проектов на возвратной и безвозвратной основе.

4. Формирование инновационно-инвестиционных структур, обеспечивающих единство инновационного цикла и логистику ресурсов в пределах этого цикла.

5. Организация государственной и региональной поддержки процесса адаптации научно-технического потенциала к современным потребностям Крыма.

6. Дальнейшее развитие территорий приоритетного развития.

Таким образом, для успешного развития отечественного туризма, социальная, политическая и экономическая ситуация в стране требует решения проблем административно-управленческого характера; нормативно-регуляторного характера; материально-технической базы туризма; информационного обеспечения отрасли и финансово-экономического характера.

Литература:

1. Бороденко Л.И. Улучшение качества гостиничных услуг // Культура народов Причерноморья. — 2002. — № 34. — с. 191.

2. Голиков А.П., Казакова Н.А. Украина в международном туризме./Вестник Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина, 2004. — № 608, — с. 186-191.

3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: «Альтерпрес», 2003. — 436 с.

4. Шукшунов В.Е. Технопарки России. — М., 1996.

5. Закон Украины «О внесении изменений к Закону Украины «О туризме» № 1282-IV от 18.11.2003.

6. http://hotnews.crimea.ua

***

Трубчанін Н. Г.

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ЗВ'ЯЗКІВ У ПРОСУВАННІ УКРАЇНСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

ХНУ імені В. Н. Каразіна, 4 курс

Виходячи з національних інтересів, міжнародна туристична політика України багатовекторна, реалізується на засадах економічної доцільності та взаємовигідної співпраці з конкретною країною або регіоном, враховує особливості певного туристичного ринку.

Цілеспрямована та системна діяльність щодо розвитку міжнародних туристичних зв'язків на двосторонньому та багатосторонньому, регіональному

та міжнародному рівнях є ефективним механізмом створення сприятливого розвитку туризму.

Першочерговим напрямком діяльності у цій сфері є розбудова договірно-правової бази зовнішніх зносин, укладання міжнародних угод міжурядового та міжвідомчого характеру про співробітництво в галузі туризму. При встановленні договірних відносин перевага надається країнам, що є перспективними для України туристичними ринками.

Реалізуючи положення укладених міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму, створюються міжвідомчі робочі групи по туризму, регулярно проводяться їх засідання з метою аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва, вирішення шляхів активізації туристичних обмінів.

Безумовною складовою міжнародних зв'язків є розвиток інституційного співробітництва. Через безпосередню участь у діяльності світових і міжнародних структур усіх рівнів практично реалізуються договірні відносини, активізується входження України в світовий туристичний простір. Можливості використання організаційно-фінансових механізмів міжнародних органів для підвищення економічної ефективності національної туристичної галузі важко переоцінити.

Включення України до складу Виконавчої ради ВТО має стратегічне значення з огляду на створення передумов подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденції світового туристичного ринку, диверсифікацію форм взаємовигідної співпраці з країнами-членами, розширення можливостей використання механізмів цієї організації для підвищення ефективності національної туристичної галузі з урахуванням процесів глобалізації, що відбуваються в світі, просування українського турпродукту на міжнародному ринку, збільшення надходжень до державного бюджету, покращення іміджу нашої держави у туристичному співтоваристві, підвищення авторитету та впливовості України у світі, розширення державно-приватного партнерства, впровадження новітніх технологій і передових методів підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів відповідно до світових стандартів.

Важливе значення має також співробітництво в рамках ОЧЕС, ЦЕІ, СНД, Балтійського регіону, до актуальних питань якого належать: розвиток спільного інформаційного простору, створення централізованих туристичних банків даних, техніка та технологічна кооперація, проведення спільних досліджень ринку і маркетингових заходів, вироблення та впровадження стандартів якості туристичних послуг, вирішення комплексу питань, пов'язаних зі спрощенням туристичних пересувань, прикордонних і митних формальностей, лібералізацію торгівлі туристичними послугами, забезпеченням безпеки туристів, узгодження законодавчої бази, здійснення спільних навчальних і стажувальних програм з метою формування високопрофесійних туристичних фахівців, розбудова інфраструктури туризму, в тому числі облаштування мережі між-

народних транспортних коридорів, розвиток курортів, залучення інвесторів, фондових структур, приватного сектора у туристичну індустрію.

Слід зазначити, що міжнародна діяльність не повинна традиційно залишатися пріоритетом держави, центрального органу виконавчої влади в галузі туризму та має розвиватися також на регіональному та місцевому рівні. Регіони мають більше усвідомлювати важливість розширення міжнародних зв'язків, розбудови міжнародної договірної бази. Зарубіжний досвід свідчить про неухильну децентралізацію, підвищення ролі місцевих органів влади у розвитку туристичних регіонів багатьох країн.

Ефективний розвиток міжнародної діяльності безпосередньо залежить від надання організаційно-методичної та фінансово-економічної підтримки туризму з боку держави. Туризм — високоприбутковий сектор економіки та чинник підвищення міжнародного авторитету. Необхідно, щоб визнання туризму як індустрії супроводжувалося виділенням відповідних ресурсів з боку держави. Досвід країн розвинутого туризму доводить, що без державних вкладень розвиток туризму неможливий, при цьому вкладення є, по суті, не витратами, а інвестиціями у галузь, що дає високі та швидкі прибутки.

Уряд України узяв на себе зобов'язання допомагати українським тур фірмам гідно представляти свої послуги на міжнародному туристичному ринку, і вже є певні успіхи в цьому напрямі. Для розширення об'ємів в'їзного і внутрішнього туризму Кабінет міністрів України прийняв державну програму «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року». Вона передбачає збільшення частини цієї області в структурі ВВП з 1,5 до 14% і інвестицій більш ніж в 11 млрд. грн. (при цьому держава виділить тільки 40 мільйонів). Успішне виконання програми повинно забезпечити розширення і поліпшення якості туристичної інфраструктури України, спрощення процедури перетину межі, зниження оподаткування туристичних компаній. Очікується, що в результаті цих дій щороку потік туристів в Україні зростатиме на півмільйона чоловік. Отже цілком можливо, що активний розвиток туризму сприятливо відобразиться як на притоці твердої валюти до державного бюджету, так і на створенні додаткових робітників місць.

Література:

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки» від 29 квітня 2002 р. № 583

2. http://www.liga.net

***

Фастовець О. О.

ЕКОЛОГІЧНА ПІДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ У ВНЗ

Інститут туризму Федерації профспілок України, м. Київ

При здійсненні переходу індустрії туризму України на засади сталого розвитку постає проблема вдосконалення підготовки кадрів, формування моделі освіти фахівця здатного забезпечити сталий розвиток туристичної галузі. Принципи сталості туризму були сформульовані Світовою організацією туризму та Світовою радою подорожей та туризму. В основі сталого розвитку туризму покладено 3 напрями: екологічний, соціокультурний, економічний. Тому підготовка майбутніх фахівців туризму забезпечується за всіма трьома напрямами.

Зупинимось на екологічній підготовці майбутніх менеджерів туризму. Проблема підготовки фахівців для галузі туризму набула розгляду в публікаціях дослідників І. Зязюна, О. Любіцевої, Г. Михайліченко, Н. Нічкало, С. Поповича, Л. Сакун, Т. Ткаченко, В. Федорченка, Н. Фоменко, Г. Цехмістрової. Узагальнюючи дослідження цих авторів, ми дійшли висновку, що ґрунтовних досліджень з проблематики екологічної підготовки майбутніх менеджерів туристичного індустрії не проводилось.

Разом з тим необхідно зазначити, що до початку 90-х рр. XX ст. в Україні не існувало закладів вищої освіти для підготовки фахівців туристичної галузі. Підготовка фахівців вищого рівнів (як управління та виконавчого) для сфери туризму у ВНЗ України здійснювалась з кінця 70-х рр. на географічних факультетах Київського державного університету імені Тараса Шевченка та Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Програма підготовки географа-краєзнавця (методиста туристичної справи) містила загальну екологічну складову, що входила до програми підготовки географів.

Інтеграція у світовий освітянський простір сприяла запровадженню в 1994 р. напряму підготовки фахівців з вищою освітою «Менеджмент» на базі Київського торговельно-економічного інституту (зараз Київський національний торговельно-економічний університет), Інституту туризму Федерації профспілок України, Донецького інституту туристичного бізнесу. За період 1994-2006 рр. сформувалась уніфікована спеціальність за напрямом 6.050200 «Менеджмент організацій». В її межах розвиваються спеціалізації та здійснюється підготовка фахівців для певних сегментів індустрії туризму. Паралельно з цим, з 2004 р. започатковано підготовку фахівців для сфери туризму за напрямом 0504 «Туризм»: спеціальності «Туризм», «Готельне господарство», «Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах». Також підготовку менеджерів для галузі туризму здійснюють в межах спеціальності «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» (спеціалізація готельне господарство і туризм). Проводять підготовку фахівців для туристичної діяльності в педагогічних вузах (спеціальність географія та історія (краєзнавчо-туристична ро-

бота), фізична культура (туристична робота).

За нашими підрахунками з 225 ВНЗ III-IV рівнів акредитації різних форм власності, близько 90 ВНЗ здійснюють підготовку майбутніх менеджерів для туристичної галузі на рівні бакалавр або магістр за спеціальностями «Менеджмент організацій», «Туризм», «Готельне господарство». Наприкінці 2006 р. (Постанова Кабінету Міністрів України за №1719 від 13 грудня 2006) було введено в дію перелік напрямів підготовки фахівців у ВНЗ за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавр, що включає три напрями підготовки фахівців: Менеджмент (код 6.030601), Туризм (код 6.010207), Готельно-ресторанна справа (код 6.140101).

Здійснення екологічної підготовки майбутніх менеджерів туризму доцільно проводити за кількома напрямами: зберегти базовий модуль «Основи екології»; здійснювати екологізацію змісту фахово-орієнтованих навчальних модулів туристичного спрямування; включати до варіативної частини навчального плану нові учбові модулі безпосередньо пов'язані із розвитком спеціалізованих видів туризму, наприклад екологічного туризму.

Вважаємо, що при здійсненні екологізації курсу «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів» доцільним є розгляд наступних проблем: стратегія сталого розвитку туризму та транспортних подорожей як фактор оптимізації взаємодії суспільство-довкілля; вплив транспорту на довкілля; політика екологічної безпеки транспорту; екологічні проблеми водного транспорту; екологічні проблеми залізничного транспорту; екологічні проблеми авіатранспорту; екологічні проблеми автотранспорту; інформування про стан екологічного забруднення території під час маршруту; включення елементів екотуризму в програми турів, впровадження екоекскурсій, екостежок. Також необхідно зазначити, що в умовах кредитно-модульної системи навчання певні вимоги висуваються до комплексу методичного забезпечення навчальних курсів. Прикладом комплексу методичного забезпечення курсу є розроблені автором навчальна програма та посібник «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів», методичні рекомендації «Екологічна складова змісту курсу «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів».

Отже, основними напрямки вдосконалення екологічної підготовки майбутніх менеджерів туризму повинні стати: стандартизація та диверсифікація системи підготовки майбутніх фахівців для туристичної індустрії у ВНЗ різних рівнів акредитації; екологізація фахово-орієнтованих модулів; впровадження прогресивних інноваційних технологій до навчального процесу.

Література:

1. Фастовець О.О. Організація транспортних подорожей та перевезень туристів. Навчальний посібник. — К.: Музична Україна, 2003. — 190 с.

2. Фастовець О.О. Екологічна складова змісту навчального курсу «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів»: методичні рекомендації для викладачів та студентів вищих навчальних закладів туристичного профілю. — К.: Вид-во ФПУ, 2007. — 92 с.

Ціп Олександра

ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ОБ'ЄКТУ ПАЛОМНИЦТВА (КРЕХІВСЬКИЙ МОНАСТИР)

Львівський національний університет імені Івана Франка

Для економіки кожної країни важливе значення має всебічний розвиток туристичної індустрії, конкурентноспроможної, життєздатної та самоокупної, що позитивно впливає на розвиток всієї сфери суспільного життя. На сьогоднішній день туристична галузь є однією з найбільших галузей економіки, яка невпинно зростає внаслідок значного росту доходів населення, зростання загальноосвітнього рівня людей, пізнавального прагнення їх до самовдосконалення шляхом ознайомлення з пам'ятками історії, культури, релігії і пошуком морально-психологічного відпочинку від стресових подій сьогодення.

За даними світової статистики кожний турист, що прибуває з інших країн, забезпечує країні, що його приймає, функціонування більше десяти робочих місць у сфері транспортування, розселення, харчування, культурно-пізнавального та екскурсійного відвідування певного туристичного об'єкту, передає свої враження щонайменше десяти особам — потенціальним майбутнім туристам, що значно покращує імідж країни і збільшує надходження коштів від туристичного бізнесу. За підрахунками один турист витрачає за день на проживання, харчування, екскурсійні послуги, сувеніри і таке інше близько ста євро на добу. А це зростання коштів місцевого бюджету.

Важливою складовою туристичної індустрії є паломництво і релігійний туризм, поєднання культурно-пізнавальних аспектів з релігійними.

Не залишається в стороні від цих процесів і Україна, яка раціонально використовуючи надзвичайно сприятливі природні історико-етнографічні ресурси, має практично всі можливості для подальшого розвитку усіх пріоритетних напрямків туристичної діяльності.

Наявність культурно-історичних пам'яток, багата архітектурна спадщина, численні культові споруди створюють усі умови для залучення спеціалізованих груп туристів.

Такі позитивні фактори, як транзитне, прикордонне геополітичне розташування України, її необмежений туристичний потенціал мають бути використані як з метою отримання максимально можливих фінансових надходжень, так і з метою морально-патріотичного виховання (особливо молоді), пропагування традиційних історико-культурних та духовних цінностей.

На початку третього тисячоліття суспільство знаходиться в духовному пошуку, зростає тенденція звернення до багатовікових традицій християнської культури. Таким чином, релігійний туризм, паломництво стають життєво необхідною формою задоволення потреб людини. Все більша кількість людей залишає свій дім, прагнучи ознайомитися з пам'ятками історії і культури, куль-

товими спорудами. З кожним роком зростає потік туристів, які здійснюють паломництво до релігійних об'єктів, що сприяє як духовному оздоровленню, так і пізнавальній діяльності.

Успішному розвитку паломництва і релігійного туризму найбільш сприяє відновлення (як духовне, так і матеріальне) святинь — об'єктів поклоніння.

Серед об'єктів паломництва можна в особливу групу виділити монастирі і чудотворні ікони, які часто знаходяться саме при монастирях. Зазвичай монастирі, як і інші культові споруди, доступні для туристів і охоче впускають паломників з економічних міркувань, встановлюючи певні правила для відвідувачів.

Крехівський монастир на Львівщині належить до найбільш популярних в Україні культових споруд серед паломників і релігійних туристів, які щодня прибувають в цей оазис серед сучасного неспокійного світу, щоб відчути подих старовини і утвердитися у вірі.

Чотириста років минуло, відколи постав Крехівський монастир св. Миколая, відомий в історії релігійний та культурний центр, що віддавна славився своїми відпустами і чудотворними іконами св. Миколая і Матері Божої Верхратської. Крехівська обитель, не менш славетна, ніж Почаїв і навіть Києво-Печерська Лавра, вистояла на перехресті історичних, культурних та релігійних подій минулого і перетворилася за останні роки в значний осередок паломництва і релігійно-пізнавального туризму.

Особливість монастиря, його виняткове значення для паломників полягає в тому, що з середини 17 ст. і пізніше він опинився у вирі історичних подій. Крехів завжди притягував прочан з-за Дніпра, Дону, Волощини, з Греції і Криту. Його тодішнє існування пов'язане з іменами Петра Могили, Богдана Хмельницького, Івана Мазепи, Петра Дорошенка. Відвідували монастир і Григорович-Барський, Іван Франко. Високі особистості, почесні гості відвідують Крехів і нині. Кожного року монастирський комплекс до якого входять церква св. Миколая, дзвіниця, корпуси келій, давні оборонні мури з вежами, відвідують понад чотириста екскурсій. Гостями обителі св. Миколая є численні делегації з різних країн: США, Канади, Австралії, Німеччини, Польщі. Три Синоди УГКЦ відбулися у Крехові. Серед симпатиків Крехівського монастиря можна назвати і композитора Богдана-Юрія Янівського, і голову Національної Спілки письменників України Володимира Яворівського, поетесу Ганну Гайворонську. Тепер, як і колись, тисячі прочан приходять до Крехівського монастиря переважно в теплу пору, на літнього Миколая, в кінці травня. Правильно організована рекламно-ознайомча діяльність, розширення інформаційного простору можуть сприяти залученню нових потоків паломників і релігійних туристів у цей заповідний куточок, туристичний потенціал якого повинен максимально і якнайшвидше реалізуватися. Сьогодні очевидна необхідність координації зусиль екскурсійно-туристичних відомств, релігійних і суспільних організацій в роботі по організації турів на релігійну тематику, розрахованих на всі верстви прочан і релігійних туристів, як українських, так і з зарубіжних країн.

У такому сенсі виникає нагальна необхідність вводити додаткову спеціальну підготовку високо кваліфікованих екскурсоводів з поглибленим знанням історико-релігійних аспектів заповідних місць культового значення.

Тільки плідне співробітництво туристичних фірм, навчальних курсів підготовки гідів з релігійними громадами, формування розгалуженої мережі якісних послуг, впровадження дійових рекламно-інформаційних заходів дасть можливість формування позитивно привабливого іміджу нашої країни як туристичної держави, забезпечить постійне зростання туристичного бізнесу, збільшення інвестиційних надходжень, подальший розвиток індустрії туризму, просування національного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку туристичних послуг.

Література:

1. Данилюк А.Г. Історико-культурні туристичні ресурси України. — Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. — 82 с.

2. Державна програма розвитку туризму на 2002–2010 рр.

3. Ковальчук А.С. Конфесійно-географічна характеристика релігійно-паломницьких об'єктів в Україні. — Львів: Фенікс, 2002. — 120 с.

4. Кухта Б.Л. З історії української політичної думки. — Київ: Генеза, 1994. — 362 с.

5. Паньків Н.М. Туристично-ресурсний потенціал України. — Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2004. — 87 с.

6. Шкраб'юк П.В. Дороги земні і небесні. — Львів: Місіонер, 2002. — 413 с.

***

Черниш І.В.

МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОЛТАВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Полтавський університет споживчої кооперації України, аспірант

Туристично-рекреаційний комплекс — один з найбільш перспективних напрямків економічної діяльності, що має можливість сприятливого впливу за наступними напрямами: максимізація прибутків та ефективність використання наявних ресурсів, визначення перспективних напрямків розвитку, створення додаткових робочих місць та ін., з урахуванням соціально-культурного життя суспільства.

На сьогодні рекреаційно-туристична галузь в світі є однією з найбільших галузей економіки, яка, за прогнозами «Всесвітньої туристичної організації», зазнає значного прогресивного розвитку, що до 2020 року призведе до зростання кількості подорожуючих у світі до 1,6 млрд. чоловік за рік, у 2010 році доходи від туристичної діяльності складуть 1150 млрд. доларів США, тобто у 3,3 рази вище рівня 2000 року, а в 2020 році рівень доходів від даної економічної активності складе 2000 млрд. доларів США.

Саме з урахуванням вищезазначених фактів неможливо ігнорувати розвиток туризму та рекреації як на державному так і на регіональному рівні. Зосередимось на розвитку даної галузі економіки на регіональному рівні, а саме на теренах Полтавського регіону. Розвиток тієї чи іншої сфери економіки має бути підкріплений наявністю ресурсного потенціалу.

Полтавський регіон має сприятливі рекреаційно-туристичні ресурси не лише для відпочинку, а й для лікування, що має особливий важіль на сьогодні, за умови прогресивного розвитку курортної індустрії. Сприятлива екосистема та порівняно невисокий рівень урбанізації, вигідне транспортно-географічне положення, розвинена транспортна інфраструктура, наявність унікальних природно-історико-культурних об'єктів, мережа підприємств оздоровлення, відпочинку, прийому є невід'ємними спонукаючими аспектами розвитку рекреаційної галузі та формуванню високоприбуткової сфери діяльності, інвестиційно-привабливої галузі регіону. Зростання туристичних потоків з 49,5 до 56,4 тисяч осіб. Особливо слід зазначити значне збільшення обсягів у 2002 та 2003 роках — до 55,8 та 65,0 тисяч відповідно, що також позитивно характеризує можливість прогресивного розвитку туристично-рекреаційної галузі (рис. 1).

Рис. 1. Обсяг туристичного потоку в Полтавському регіоні в 2001–2005 роках

Головним рушійним фактором для розвитку комплексу, на нашу думку, є покращення інвестиційного клімату задля залучення додаткових коштів. Адже розвиток та поліпшення стану вже існуючої матеріально-технічної бази рекреаційно-туристичного комплексу є неможливим без фінансових вливань. Існують такі способи вирішення питання розвитку економіки регіону: створення концентрованих центрів прогресивного розвитку або поступове вливання фінансових ресурсів у галузь.

Провівши аналіз матеріально-технічної бази, величини туристичного потоку та попиту на туристичний продукт Полтавського регіону, ми можемо

зробити висновок про необхідність та перспективи розвитку туристично-рекреаційної галузі та про необхідність створення інвестиційно-привабливого середовища для розвитку даного виду бізнесу.

Ефективна регіональна інвестиційна політика має включати:

– оцінку власне регіонального інвестиційного потенціалу — сильних та слабких сторін регіону;

– формування та реалізацію стратегії регіонального розвитку;

– розробку та реалізацію комплексних цільових програм, що включають маркетингові, організаційно-технічні та інші заходи (наприклад створення рекреаційно-туристичної карти регіону, з оцінкою ресурсів);

– формування банку даних рекреаційних об'єктів, що потребують інвестиційних вливань;

– розроблення програм по окремим об'єктам чи їх групам, шляхом створення окремих умов для розвитку кожного з них;

– формування бізнес-профілю туристично-рекреаційної галузі та ін.

Однак, в рекреаційно-туристичній галузі регіону наявна низка невирішених питань: недостатньо високий якісний та кількісний рівень матеріально-технічної бази; обмежені надходження інвестиційних ресурсів до рекреаційно-туристичної галузі; невідповідність наявної інфраструктури міжнародним стандартам; недостатня кількість висококваліфікованих працівників, що потребують нагального ефективного вирішення як на рівні регіону так і на загальнодержавному рівні.

Література:

1. Гудзь П.В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій. — Донецьк: ІЕПД НАН України, ТОВ «Юго-Восток Лтд», 2001. — 270 с.

2. Крачило М.П. Економічні аспекти розвитку туризму в Україні в контексті світового досвіду / Проблеми розвитку туризму в Україні і завдання відновлення історичної пам'яті народу засобами туризму: Тези до Всеукр. наук.-практ. конф. Ч. І. — Київ: Косів, 1998. — с. 14.

3.Чернюк Л.Г., Клиновий Д.В. Економіка та розвиток регіонів (областей) України. Навчальний посібник. — Київ: ІЦУЛ, 2002. — 644 с.

***

Чижова О.В.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ДЛЯ УКРАЇНИ

ХНУ імені В.Н. Каразіна, 4 курс

Метою статті є визначити роль держави в організації туризму а також визначити європейські заходи з розвитку туризму та можливість їх застосування в Україні.

Аналізуючи роль держави в організації й розвитку туристичної діяльності в різних кранах світу, можна виділити три типи моделей державної участі в регулюванні цієї важливої складової національної економіки.

Перша модель припускає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, всі питання вирішуються на місцях на засадах та принципах ринкової «самоорганізації». Урядові органи використовують таку модель у тих випадках, *коли туризм національній економіці не дуже потрібний, або коли* суб'єкти туристичного ринку займають сильні позиції, тобто здатні вирішувати свої проблеми без державної участі.

Друга модель передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу — міністерства, що контролює діяльність усіх підприємств туристичної галузі в країні.

Третя модель переважає в розвинених європейських державах. У країнах, де використовується така модель, питання розвитку туристичної діяльності в країні вирішуються в «надрах» певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу. При цьому підрозділ даного міністерства, що відповідає за розвиток туризму в країні, здійснює свою діяльність у двох напрямах: вирішує або регламентує загальні питання державного регулювання та спрямовує й координує маркетингову діяльність.

Доцільно розглянути європейську модель докладніше, оскільки вона уявляється *найбільш прийнятною для України.* Особливої актуальності дослідженню даної моделі надає не лише ситуація глобальних трансформацій у сучасному світі, але й вибір Україною європейського вектора розвитку, необхідність побудови в ній демократичного, відкритого громадянського суспільства. Слід зауважити, що центральна державна туристична адміністрація в розвинених європейських країнах працює в тісній взаємодії з місцевою владою й приватним бізнесом. Така схема роботи виявилася досить продуктивною з погляду знаходження форм конструктивного співробітництва й взаємодії адміністративних органів різних рівнів державного та регіонального управління, а також для залучення фінансових коштів приватного сектора з метою виконання відповідних державних завдань. Наслідком такої політики стала поява змішаних за формою власності (державно-приватних) інститутів у сфері регулювання туристичної діяльності [1].

Поряд з національними програмами регіонального розвитку велику роль в останні роки відіграє політика територіального регулювання на наднаціональному рівні, що особливо актуально для країн Європейського Союзу. Основними структурами, що координують дану політику, є Комітет з регіональної політики при Раді міністрів ЄС та Європейський фонд регіонального розвитку, що діє в межах бюджету ЄС.

Однак ЄС, активно координуючи туристичну діяльність, не втручається в політику кожної з країн-учасниць, адаптовану до відповідних специфічних умов, що важливо для України, яка мусить віднайти саме своє місце в європейській спільноті. Особливістю європейської регіональної політики є орієнтація на пріоритетну роль у вирішенні питань економічного розвитку окремих регіонів (виділених за спеціальною методикою) перед національними державами.

Тим самим передбачається поступова трансформація «Європи національних держав» в «Європу регіонів».

Зауважимо, що державні дотації для суб'єктів туристичної діяльності в країнах ЄС проявляються в різних формах. Серед основних видів державних інвестицій можна виділити: зниження ціни інвестиції в туристичні проекти, що включає позики за вигідними процентними ставками (уряд відшкодовує різницю між фіксованою процентною ставкою й ринкової), продаж, оренду землі або інфраструктури за ціною нижче ринкової, податкові пільги, захист від подвійного оподатковування за допомогою укладання угод з іншими країнами, зниження мита, прямі субсидії або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів [3].

Європейський Союз інвестує туризм за допомогою Європейського фонду регіонального розвитку (EFRD) та надає фінансову допомогу слаборозвиненим регіонам ЄС. Перевагу при присудженні грантів EFRD віддає проектам, що сприяють розвитку сільського (зеленого) туризму та активно пропагують історичну й культурну спадщину регіону.

З інших організацій, що фінансують розвиток туризму в Європі, можна виділити Європейський інвестиційний банк (EIB), що субсидіює різницю процентних ставок за рахунок ресурсів, одержуваних на міжнародних кредитних ринках по преференційних ставках, виконуючи, таким чином, посередницькі послуги.

Таким чином, досвід розвитку в туризму в Європі може використовуватися і в межах України за умови стійкого розвитку економіки.

Література:

1. *Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості. – К., 2001. – 235 с.*
2. *www.nbuv.gov.ua — сайт Національної бібліотеки ім. Вернадського*
3. *www.tourserver.com.ua — Туристичний сервер України.*

***

Шаля О.Г., Дергоусова А.О.

НАПРЯМКИ ПРОСУВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО ТУРПРОДУКТУ

Українська державна академія
залізничного транспорту, м. Харків

Україна займає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та історико-культурними ресурсами, здатними генерувати значний туристичний інтерес у вітчизняних та іноземних подорожуючих. Однак, національний туристичний продукт, має низьку конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку.

Відсутність повної, достовірної та актуальної інформації щодо туристичних ресурсів, конкурентних переваг вітчизняного туристичного потенціалу і цільових туристичних ринків унеможливлює формування туристичного імі-

джу країни, якісного національного продукту та проведення ефективних заходів з його просування

Слабкий розвиток має мережа туристичних інформаційних центрів, відсутні туристичні представництва України за кордоном та офіційний інформаційний портал, за допомогою яких туристи, в тому числі іноземні, могли б отримувати інформацію щодо національного та регіональних туристичних продуктів.

Тому сучасний туризм неможливо уявити без реклами. Вона займає особливе місце, без неї неможливо здійснювати діяльність з просування та реалізації туристичного продукту.

Для того, щоб реклама досягла своєї мети, потрібно підібрати такі засоби її поширення, які з одного боку, дозволили б охопити найбільше коло замовників, а з іншого — не вплинули б на підвищення ціни на пропоновані послуги.

Специфічними функціями туристичної реклами є:

– створення конкретного уявлення про продукт, зовсім незнайомий споживачу та географічно від нього віддалений;

– прискорення та спрощення для клієнта пошуку у підборі місця, форми й виду туризму;

– вплив з метою подолання сезонних відхилень і коливань;

– спрямування рішень споживачів у сферу використання вільного часу;

– реклама незнайомих до цього часу туристичних місць і послуг.

Нажаль на сьогодні реклама залишається найскладнішою та малоосвоєною технологією турбізнесу. Дослідження рекламного ринку показують, реклама в традиційних формах, найпопулярніша у турбізнесі, стимулює лише 4-5% потенційних споживачів. Це пояснюється перенасиченістю, у першу чергу ринку виїзного туризму, а також однотипністю наявних пропозицій. В цих умовах провідні оператори та агенти вдаються до розширення рекламних каналів, використовуючи весь арсенал засобів — ТВ, радіо, пресу, Інтернет, PR, прямий маркетинг, зовнішню й нестандартну рекламу.

Мистецтво реклами полягає в тому, щоб грамотно та цілеспрямовано привернути увагу саме тієї категорії споживачів, які чи тепер, чи в перспективі можуть вважатися найбільш значущими для даного споживчого сегмента

Однак ситуація з просуванням українського тур продукту на сьогодні є більш ніж поганою. Так з 2002 по 2004 рр. фінансування заходів на розвиток галузі виросло в 11 разів з 2,23 млн. грн. до 22,04 млн. грн., а починаючи з 2005 року, запланований бюджет був зменшений у 6 разів. В таких умовах вряд чи можна сподіватися на те, що український туризм буде користуватися попитом серед іноземних туристів, адже вони майже нічого не знають про Україну.

Можливим виходом з цієї ситуації є новітні Інтернет-технології, якими необхідно скористуватися учасникам українського ринку туристичних послуг. Сьогодні практично всі туристичні оператори (Гамалія, САМ, Інна Тур, СМТ та інші.) розміщують інформацію про себе, туристичні продукти, які вони реалізують в мережі Інтернет. Головна відмінність реклами в Інтернет від

просування через традиційні системи інформації полягає в її інтерактивності. У мережі рекламодавець, стежачи за станом ринку, має можливість постійно вносити інформацію про нові програми, корегувати колишні пропозиції, виходячи зі сформованої кон'юнктури.

Також зростає кількість сайтів, що належать туристичним компаніям. Грамотний підхід до змісту і реклами сайту може забезпечити набагато більшу, у порівнянні з рекламою в пресі, ефективність.

Онлайнова реклама має всі шанси донести до потенційного клієнта всі необхідні відомості. В онлайні можна дати розгорнуту інформацію про особливості туру, підкреслити його специфіку і звернути увагу на конкретні деталі.

Таким чином, інформаційно-рекламне забезпечення сфери туризму і діяльності курортів в Україні необхідно здійснювати через:

– створення офіційного Інтернет-порталу та інформаційної системи з банком даних щодо споживчих характеристик природних, історико-культурних та соціально-побутових туристичних ресурсів;

– створення мережі туристичних інформаційних центрів, банку даних про інвестиційні проекти в сфері туризму та діяльності курортів;

– проведення в Україні міжнародних спеціалізованих симпозіумів, семінарів, конференцій, салонів та виставок-ярмарків із залученням іноземних і вітчизняних організацій для вивчення та популяризації новітніх технологій у сфері туризму і діяльності курортів, а також участь у відповідних заходах за кордоном;

– розроблення та затвердження національної туристичної символіки, створення якісної рекламної продукції та проведення рекламних кампаній національного та регіональних туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародному ринку;

– розроблення та реалізацію рекламно-інформаційних програм з в'їзного та внутрішньому туризму, проведення регулярних рекламних кампаній в ЗМІ в Україні та за кордоном, прес-турів для представників ЗМІ.

***

Шишова О. Г.

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

ХНУ імені В. Н. Каразіна, 4 курс

Україна має надзвичайно багату історико-архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, даровані природою мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Наші села багаті індивідуальним житловим фондом та добрими і працьовитими людьми.

Метою статті є розглядання сильних та слабких сторін розвитку сільського туризму в Карпатському регіоні, внесення пропозицій щодо поліпшення його стану в аспекті сільського туризму.

Карпатський туристичний регіон включає в себе Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську та Чернівецьку області. Сильні сторони:

Сільський туризм є одним з найбільш дешевих і доступних видів туристичного відпочинку в Карпатському регіоні. Це зумовлено невеликою ціною на проживання, харчування, екскурсії тощо.

В цьому регіоні переважно чисте та безпечне довкілля завдяки відсутності великої кількості промисловості та скупчення автомобільного транспорту, мальовничі краєвиди, багаті та флора та фауна, наявність річок, гір, озер, лісів, заповідників.

Вигідне транспортно-географічне положення, зумовлене тим, що регіон є «вікном» в Європу і граничить із Польщею, Угорщиною, Словаччиною, Румунією також є сильною стороною.

Багатство історико-культурних пам'яток, присутніх у великій кількості в усіх чотирьох областях. Особливий інтерес представляють старовинні замки та церкви, багато з яких охороняються ЮНЕСКО и мають світове значення.

Збережені сільські традиції. Мешканці урбанізованих територій з масовою культурою мають можливість пізнати справжні українські традиції, гостинність місцевого населення. Унікальні етнографічні ресурси. В Карпатському регіоні представлені три етнографічні групи: гуцули, лемки і бойки. Всі вони мають свої звичаї, промисли, традиції, обряди, які мають свою індивідуальність і не схожі на більшість інших. Для прикладу можемо зазначити, що бойки вважаються нащадками кельтських племен. Також в Карпатському регіоні більш ніж 700 різноманітних туристичних маршрутів. Це може зацікавити навіть найвибагливіших туристів.

Але, не зважаючи на наявність такої кількості сприятливих факторів і ресурсів, неможливо не приділити велику увагу проблемам та зазначити шляхи їх вирішення.

На даний момент нормативно-правова база знаходиться на стадії розробки. Цим здебільшого займається Українська спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму, яка розробляє проект закону «Про сільський туризм», а не уряд. Прийняття закону має дуже велике значення, тому що іноземні туристи хочуть і мають почуватися в безпеці і знати, що надання цих послуг в Україні є легальним.

Розвиток сільського туризму в гірських ландшафтах створює певні проблеми природоохоронного характеру. Цей аспект теж потребує жорсткого контролю з боку уряду і місцевої влади.

Для розвитку сільського туризму треба доводити до свідомості селян Карпатського регіону, що організація прийому гостей сприятиме зміцненню їхніх індивідуальних господарств. Власники господарств мають усвідомлювати відповідальність яку беруть на себе, організовуючи відпочинок у своїх оселях. Адже недоброякісне обслуговування може назавжди відбити у клієнта бажання відпочивати в селі.

Потрібно активно залучати сільські громади, господарів осель та владу до дотримання санітарно-гігієнічних умов проживання, контролю за відсутністю звалищ сміття, естетичний вигляд будинків, вулиць, садів, громадських закладів. Також сільські громади повинні дбати про зелені насадження, використовувати вільні території, враховуючи інтереси відпочиваючих.

Однією з найважливіших проблем є брак інформації про місця розміщення, перелік послуг та розваг, які надаються на місці, про сільський туризм загалом. Для вирішення цього питання потрібно залучати ЗМІ (PR-статті, прес-конференції, семінари, телепередачі, акції), потрібна розробка маркетингової концепції для областей Карпатського регіону, яка буде спрямована на приваблення більшої кількості туристів, інвесторів тощо.

Ще одна проблема — відносно низький стандарт житла і його недостатня технічна забезпеченість, а також необлаштованість сіл та досить обмежений вибір дозвілля й можливостей активного відпочинку. Цією проблемою повинні займатися самі господарі, а також потрібна розробка державної, обласної та місцевої політики розвитку сільського туризму в Карпатському регіоні.

Потрібне налагодження тіснішої взаємовигідної співпраці з турфірмами, які можуть сприяти активізації руху іноземних туристів у села та більшій інформованості про цей вид туризму.

Для налагодження системи резервування місць потрібна розробка комп'ютерної програми, яка включатиме можливість бронювання від найбільш великих до індивідуальних господарств, приймаючих 1-2 сім'ї для турфірм та власників засобів розміщення. Потрібне також створення офіційного сайту для бронювання цих господарств з підтримкою кількох мов для самих туристів.

Тенденції останніх років свідчать, що західні країни бачать перспективу українського сільського відпочинку і туризму на міжнародному туристичному ринку. Свідченням цього може бути організаційна й технічна допомога міжнародних фондів, наприклад, Фонду розвитку Карпатського району, програми TACIS, завдяки якій реалізовані проекти підтримки сільського відпочинку і туризму в Карпатському районі.

Перспективи розвитку сільського відпочинку у Карпатському регіоні виглядають потенційно сприятливими з огляду на наявність значної кількості вищезазначених сильних сторін. Можна зробити висновок, що сільський туризм може робити вагомий внесок в економіку країни (Станом на 2003-2005 рр. кількість туристів, які відвідують Українські Карпати, становить близько 1,5 млн. осіб щорічно. З них понад 150 тис. — гості з інших країн. Отже, вже тільки ці цифри більше налаштовують на оптимістичні прогнози), збереження національної культури, підвищення іміджу країни, покращення соціально-економічного стану Карпатського регіону також (за прогнозами сільський туризм може почати контролювати від 35 до 45% усіх туристичних потоків у цей регіон) тощо.

Література:

1. Зіемеле Астана. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку сільського зелено туризму в Україні// Туризм сільський зелений. — 2004. — №1.

2. Кравців В.С., Євдокименко В.К., Габрель М.М. та ін. Рекреаційна політика у Карпатському регіоні: принципи формування, шляхи реалізації. — Чернівці: Прут, 1995.

3. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм: Навч. посіб. — К.: Знання, 2006.

❋❋❋

Шумлянська Н. В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Харківська державна академія культури
викладач кафедри менеджменту соціокультурної діяльності

В структурі розподілу світового господарства постійно збільшується об'єм послуг. Продаж туристичних послуг впливає на формування національного доходу всієї країни та доходу окремих її територій (регіонів).

Бізнес у сільському господарстві відносять до самих ризикованих видів. Успіх в ньому залежить від природних та погодних умов, які змінюються незважаючи на бажання людей. Останні 15-20 років у світі особливої уваги приділяється розвитку сільського зеленого туризму. Надання туристичних послуг сприймається сільськими мешканцями як можливість додаткового заробітку.

Українське село здавна приваблювало міських жителів та закордонних громадян. Воно має самобутню культуру і побут, мальовничі природні та рекреаційні ресурси, привітних і працьовитих селян.

Сільський зелений туризм — це галузь, яка не потребує великих капіталовкладень на створення робочих місць [1]. Однак допомога держави потрібна особливо в галузі створення законодавчої бази.

Держава розуміє важливість створення бізнес-проектів сільського зеленого туризму. На розвиток сільського туризму в 2007 р. передбачається виділити з держбюджету 120 тис. гривень. Ці кошти будуть виділені в рамках програми розвитку сільського туризму на 2006–2010 р. Однак, у порівнянні з 2006 роком коштів на сільський зелений туризм не виділялося [3].

В Україні сьогодні існує близько 1 млн. сільських будинків, які можна використовувати для надання послуг сільського туризму. Передбачається, що оподатковування зеленого туризму не зміниться. Проте є пропозиції щодо вводу пільгового кредитування з метою будівництва міні-готелів і міні-пансіонатів.

В Україні створена всеукраїнська недержавна організація — Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Вона має регіональні та місцеві відділення в багатьох регіонах країни, які активно співпрацюють з органами місцевого самоврядування [1].

Світовий досвід свідчить про те, що сільський зелений туризм є одним з вагомих важелів соціально-економічного розвитку села. Він дозволить вирішити цілу низку сільських проблем:

Зайнятість сільського населення. У порівнянні з крупними містами, обласними та районними центрами в сільських районах мало, а часто зовсім немає підприємств, на яких завдяки залученню інвестицій можна було б створювати нові робочі місця. У якості одного з альтернативних варіантів розвиток такого виду підприємницької діяльності, як сільський зелений туризм, що сприяє самозайнятості сільського населення.

Розвиток туристичної інфраструктури села. Невеликих готельних комплексів на базі сільських садиб з різноманітними умовами проживання є привабливими місцями відпочинку[2]. Розробка та впровадження нових туристичних маршрутів дозволить регіонам заробити гроші для відновлення сільських доріг, музеїв і пам'ятників історії та культури. Створення нових закладів харчування дозволить відродити виробництво сільськогосподарської продукції, реалізувати селянам продукти з особистого підсобного господарства.

Формування прошарку підприємців малого та середнього бізнесу на селі та покращення культурного рівня та освіти сільського населення. Підготовку майбутніх підприємців у даній сфері діяльності можуть здійснювати місцеві служби зайнятості та регіональні відділення Союзу сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Процес навчання потрібно починати з теоретичного курсу, який дозволить слухачам одержати необхідний базовий рівень знань у сфері сільського туристичного бізнесу. Крім того, фахівці регіонального відділення Союзу сприяння розвитку сільського зеленого туризму ознайомлять майбутніх підприємців з юридичними особливостями й законодавчою базою, а також проводитимуть різні тренінги й інформаційні семінари.

Поновлення звичаїв та традицій українського села. Для приваблення туристів потрібно відродити старі традиції, сільські свята, обряди, звичаї. Туристи з цікавістю спостерігатимуть за цими подіями.

Розвиток народних промислів. Сувенірна продукція є однією з вагомих статей туристських витрат.

Виховання почуття патріотизму в українських людей.

Ще одним важливим моментом є вирішення проблеми організації здорового, різноманітного і пізнавального відпочинку для міського населення. Високий рівень інтенсивності праці, гіперурбанізація простору в містах призводить до швидкого виснаження людського організму. Відпочинок підчас відпустки або вихідного дня у сільській місцевості свого регіону є доступним і корисним для здоров'я людини. В перспективі мова може йти про закордонних туристів, у яких з'явиться бажання відвідати українське село.

Література:

1. Від Трипільської культури до сучасності: Путівник-довідник/ Упорядник Трачук О.В. — К.: СПД Кравчук В.К., 2007. — 336 с. з іл..

2. Заставецький Т. Туризм як одна з пріоритетних галузей розвитку депресивного аграрного регіону: Регіональні географічні дослідження України та суміжних територій. Збірник наукових праць. — Луганськ: Альма-матер, 2006. — С. 120-121.

3. http://dialogs.org.ua.

***

Юрченко Е. Е.

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В СУМСКОЙ ОБЛАСТИ

ХНУ имени В. Н. Каразина
студентка 3 курса

В последние годы туризм в Украине развивается динамично, получают развитие различные его виды. Украина привлекает туристов богатой природой, историческими и архитектурными памятниками, сотнями музеев, число желающих попасть в которые достаточно велико. Наиболее популярный — городской экскурсионный туризм. Однако не во всех регионах страны разработаны региональные программы развития туризма.

На перспективу необходима четко выраженная политика приоритета в развитии туризма как сектора экономики со стороны администраций региона. Ведь развитие туризма имеет мультипликативный эффект. Развитие туризма может способствовать, в первую очередь, развитию региональной экономики. Туристы, приезжающие в регион, не просто проживают в гостинице, они тратят деньги: посещают музеи, театры, рестораны, покупают сувениры.

В Сумской области есть возможности для развития различных видов туризма. Этому могут способствовать различные факторы, в том числе и создание различных туристских проектов. Существенное значение может иметь создание гостиничной цепи на базе памятников историко-архитектурного наследия. С одной стороны, это возможность вдохнуть вторую жизнь в памятники культуры, с другой — создание новых рабочих мест и развитие туризма.

Особый интерес для туристского бизнеса в Сумской области представляет проект ресторанно-гостиничного комплекса «Медведь», который предполагает создание высококачественного центра отдыха и туризма европейского класса в стиле деревянных строений в экологически чистом районе. Именно этот проект и стал победителем в конкурсе проектов.

В настоящее время решаются вопросы по созданию на территории Роменского и Недрыгайловского районов Сумской области государственного историко-культурного заповедника, а в с. Пустовойтовка Роменского района — историко-мемориального комплекса «Родина кошевого атамана П. Калнышевского». Предполагается создать в с. Пустовойтовка музей П. Калнышевского, заложить парк «Калнышевый гай». Здесь также возрождается уникальный памятник архитектуры национального значения — церковь Святой Троицы в том виде, в каком церковь видел Калнышевский. Это деревянное

сооружение было построено в 1773 году на средства последнего кошевого атамана Запорожской Сечи Петра Калнышевского. Рассматривается вопрос об изготовлении копии надгробной плиты П. Калнышевского, установленной в Соловецком государственном историко-архитектурном музее-заповеднике (Российская Федерация).

Чтобы туристские проекты были привлекательными, необходимо создать эффективную туристскую инфраструктуру. Особое внимание следует уделить строительству подъездных дорог и мостовых переходов.

К сожалению, предложения по развитию туризма в области, как правило, упираются в источники финансирования. Поэтому необходимо проводить огромную работу по привлечению инвестиций.

Сумская область сама по себе интересна с точки зрения природы. В перспективе можно продолжить развивать зеленый туризм. С этой целью необходимо упорядочить заповедник «Михайловская целина» и выставлять на рынок туристских объектов, чтобы были маркированы соответствующие места и туристы могли ходить этими тропами.

С точки зрения сохранения святынь области, необходимо вовлекать сельчан в туристский бизнес. Нет необходимости в постройке больших гостиничных комплексов и туристских баз. Вместо этого целесообразнее было бы привлекать сельское население для предоставления услуг туристам по размещению, питанию и т. п.

Было бы целесообразно разработать новые туристские маршруты в районах Сумской области, в том числе в такие места как Моринцы (родина Т. Г. Шевченко) и др.

Сумщина еще не может похвастаться зеленым туризмом. Зеленый туризм — явление для Сумщины новое. Еще немногие сумчане сегодня интересуются зеленым туризмом. Но уже появились люди, изъявившие желание обустроить свою усадьбу для приема «зеленых» туристов в Тростянце и Буймеровке.

Украина интересна тем, что наша национальная модель может быть востребована иностранными туристами и, конечно же, ею будут интересоваться граждане, которые живут в урбанизированной среде. У нас каждое село, каждый житель села является носителем истинно народного — это быт, культура, кухня, традиции и народные ремесла. Это касается и Сумской области.

Преимущества сельского (зеленого) туризма: низкие цены, доступность, экзотика. Путешественники могут окунуться в мир сельской жизни с такими «экстрим-услугами», как дойка коров, выпас скота, сбор урожая и т. д. В Сумской области есть все необходимые условия для развития этого вида туризма. Но необходимо создать свою программу развития сельского туризма, которая строится на аутентичности, на истории, на быте своего региона страны.

В целом следует отметить, что на туристском рынке Украины должны быть созданы равные условия для людей со Слобожанщины, Сумщины, Крыма, Карпат и т. д.

Литература:
1. www.ecoindustry.ru; 2. www.usa.ru; 3. www.ukrainainkognita.org.ua

***

Юрченко С. А.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ХАРЬКОВСКОГО РЕГИОНА

ХНУ имени В. Н. Каразина, доцент

На современном этапе развития экономики по пути интеграции в мировое рыночное хозяйство Украина постепенно подключается к глобализации туризма. Об этом свидетельствуют увеличение потоков въездных и выездных туристов, улучшение количественных и качественных параметров инфраструктуры туризма, внедрение инноваций в туристскую деятельность, а также особое внимание многих региональных руководителей на ускоренное развитие туризма.

В этой связи остро стоит вопрос об использовании рекреационного потенциала регионов Украины и о путях развития туризма в них. Эта проблема характерна и для Харьковщины.

Согласно А.А. Бейдику, все регионы Украины можно разделить на 5 групп по ресурсно-рекреационному рейтингу. Харьковская область отнесена к самой многочисленной группе, имеющей довольно низкий балл — 2 из 5. В эту же группу вошли также Волынская, Днепропетровская, Житомирская, Закарпатская. Николаевская, Полтавская, Ровенская, Сумская, Тернопольская, Хмельницкая, Черкасская и Черновицкая области. Каждый из перечисленных регионов имеет определенные особенности, которые могут привлечь туристов.

В Харьковской области самую высокую оценку среди рекреационно-туристских ресурсов имеют фаунистические ресурсы — 5 баллов. Климатические ресурсы оценены на 3 балла, орографические и флористические по 2 балла, а спелеологические и гидрографические — по 1 баллу. В целом Харьковская область имеет высокий рейтинг по общественно-географическому и биосоциальному блокам — по 4 балла. Остальные блоки имеют низкий рейтинг: природный — 2. природно-антропогенный — 1 инфраструктурный — 1 [1, с. 48, 50].

Таким образом, Харьковская область отнесена к ресурсодефицитным регионам и прежде всего к природно-ресурсодефицитным рекреационно-туристским регионам с индустриальной доминантой. Тем не менее, используя выгодное экономико-географическое положение, квалифицированные трудовые ресурсы, наличие архитектурно-исторических памятников, положение г. Харькова как одного их ведущих интеллектуальных и студенческих центров страны можно усилить значение Харьковской области не только на туристском рынке страны, но и на международном. Для этого необходима комплексная программа развития туризма в Харьковском регионе, которая предусматривала бы эффективное использование имеющихся туристских ресурсов.

Не вдаваясь в подробности, можно схематично представить этапы и последовательность процесса концепции развития регионального туризма (рис.).

Реализация этой концепции потребует укрепления материально-технической базы туризма, значительных трудовых и финансовых затрат. Это во многом будет зависеть, прежде всего, от внутренней и внешней политики страны, а также от стремления региональных органов управления развивать туристскую деятельность, частной инициативы предпринимателей.

Рис. Этапы и последовательность процесса концепции развития регионального туризма

Литература:

1. Бейдик О.О. Ресурсно-рекреаційні домінанти регіонів України. // Наукові дослідження до потреб туризму. Матеріали «круглого столу». — К.:Обрії. — 2006. — с. 47-54.

***

ISBN 966-623-416-5

ТУРИЗМ І РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА:

ТЕЗИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

27-28 квітня 2007 р.

Науковий редактор: Сідоров В. І.
Відповідальний за випуск: Беренда С. В.
Комп'ютерна верстка: Грицак Ю. П.
Текст подається в авторській редакції

61077, Харків, майдан Свободи 4,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Видавничий центр

Підписано до друку 25.04.2007. Формат 60х84/16.
Папір офсетний. Друк різографічний.
Обл.-вид. арк 5,15. Умовн. друк. арк. 4,42.
Наклад 75 прим.

Надруковано ФОП "Петрова І. В."
61144, Харків, вул. Героїв праці, 79, к. 137, тел. 362-01-52
Свідоцтво про державну реєстрацію ВОО №948011 від 03.01.2003.