

Міністерство освіти і науки України
Львівський інститут економіки і туризму

Міжнародна
науково-практична конференція

**ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА
МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ**

22 квітня 2015 року



Львів 2015

УДК 339.92:351.863:338.48

ББК 66.4

€ 24

«Європейська інтеграція та міжнародна безпека туризму» : [Текст] : Зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 22 квітня 2015 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. — Львів : ЛІЕТ, 2015. — 285 с. 150 пр.

У збірнику представлені статті, що стосуються теоретичних зasad і прикладних проблем формування європейської інтеграції та міжнародної безпеки туризму як глобального явища сучасності. Обговорюються сучасні тенденції та пріоритетні напрямки розвитку міжнародного туризму; фінансово-економічні та організаційно-правові механізми функціонування міжнародного туристичного бізнесу та індустрії гостинності, конкурентні переваги фахівців із туризму в контексті розвитку економіки у ХХІ столітті, перспективи застосування інноваційних технологій у туристичній діяльності, взаємозв'язки туризму з навколошнім середовищем, а також шляхи використання туристичного потенціалу України для ефективного розвитку національної економіки. Для науковців, працівників туристичної галузі, студентів вищих навчальних закладів та широкого кола читачів.

ОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Міністерство освіти і науки України

Львівський інститут економіки і туризму

Львівський центр вивчення питань міжнародної безпеки, Україна

Центр інформації і документації

НАТО в Україні

Штаб-квартира НАТО, Бельгія

Вища державна технічно-економічна школа ім. Броніслава Маркевича, Республіка Польща

Вища школа туризму і екології в Сухій Бескидській, Республіка Польща

Університет імені Міколоса Ромеріса, Литва

Ілля державний університет, Грузія

Упорядники:

Бочан І. О. — ректор ЛІЕТ, д. е. н., професор, голова оргкомітету;

Паньків Н. Є. — проректор з наукової роботи і туризму ЛІЕТ, к. б. н.;

Кучинська І. В. — в.о. завідувача кафедри теорії і практики туризму і готельного господарства, к. б. н., доцент;

Подвірна Х.Є. — заступник завідувача кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності, к. г. н., старший викладач;

Сенько Ю.В.. — завідувач Львівського навчально-наукового центру вивчення питань міжнародної безпеки;

Вайдович О.Б. — лаборант кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності;

Рекомендовано до друку

Вченюю радою Львівського інституту

економіки і туризму (протокол № 3 від 08.04.2015)

© ЛІЕТ, 2015

© Автори статей

Ministry of Education and Science of Ukraine
Lviv Institute of Economy and Tourism

International
Scientific and Practical Conference

**EUROPEAN INTEGRATION AND INTERNATIONAL SAFETY
OF TOURISM**

22 April 2015



Lviv 2015

УДК 339.92:351.863:338.48

ББК 66.4

€ 24

«European integration and international safety of tourism» : [Text]: Collection of Materials of the International scientific and practical conference (Lviv, April 22, 2015) / Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv Institute of Economics and Tourism. — Lviv: LIET, 2015. — 285 p. — 150 copies.

The collection contains articles relating to theoretical principles and applied problems of formation of European integration and international security of tourism as a global phenomenon of our time. We discuss current trends and priorities of international tourism; financial and economic, organizational and legal mechanisms of the international tourism business and hospitality industry, competitive advantages of tourism professionals in the context of economic development in the twentieth century, the prospects for the use of innovative technologies in tourism, tourism relationship with the environment and ways of using Ukraine's tourism potential for effective development of the national economy. The collection will be interesting for scientists, members of the tourism industry, university students and a wide range of readers.

ORGANISERS OF THE CONFERENCE:

Ministry of Education and Science of Ukraine

Lviv Institute of Economics and Tourism

Lviv Center of International Safety Research, Ukraine, Center of Information and Documentation of NATO in Ukraine

Headquarters NATO, Belgium

Bronislaw Markiewicz Higher State Technical and Economic School in Jaroslaw, Poland

Higher School of Tourism and Ecology in Sucha Beskidska, Poland

Mykolas Romeris University in Vilnius, Lithuania

State University Illya, Georgia

Compilers:

I. O. Bochan — Rector of LIET, Doctor of Economic Sciences. Professor, Head of the Committee;

N. Ye. Pankiv — Prorector for Research and Tourism LIET, PhD (Candidate of Biological Sciences);

I. V. Kuchynska — The Head of the Department of the Theory and Practice of Theory and Practice of Tourism and Hotel Economy, PhD (Candidate of Biological Sciences), Associate Professor;

Kh. Ye. Podvirna — Deputy Head of International Economics and Investment Activity Department, PhD (Candidate of Geographical Sciences), Senior lecturer;

Y. V. Senko - The head of Lviv Center of International Safety Research, Senior lecturer;

O. B. Vaidovych – Laboratory Assistant of International Economics and Investment Activity Department;

Recommended for publication by

Academic Council of the Lviv Institute

of Economics and Tourism (Protocol № 3 dated 08.04.2015)

© LIET, 2015

© Authors of the articles

ПЕРЕДМОВА

Хоча перші мандрівки відбувались ще в дуже давні часи, але туризм як галузь економіки сформувався в середині XIX-го, а масового поширення і розвитку набув у другій половині XX – на початку ХХІ століття. Із збільшенням доходів населення Землі і вивільненням часу все більше людей віддають перевагу подорожам як формі проведення свого дозвілля.

Туризм також одна з найбільш стійких складових світової економіки, яка за останні десятиріччя має стабільні (в середньому 9% на рік) темпи зростання і не зазнає коливань попиту/пропозиції, тому вважається одним з найперспективніших напрямків соціально-економічного розвитку. На сучасному етапі туризм став частиною стилю життя більш ніж третини людства і участь особи у туристичному процесі можна розглядати як складову якості життя.

Однак його роль зводиться не лише до впливу на економіку окремих держав і світу в цілому, а й не менш важливим є його вплив на розвиток зв'язків між народами різних країн світу та взаємопізнання їхньої історії, культури, традицій. Міжнародний туризм витуває фактором «згладжування» суперечностей між різними етносами, які зазвичай виникають, не в останню чергу, в результаті браку інформації або її викривленої подачі. Він є впливовим каналом народної дипломатії, завдяки тим гуманним функціям, які здійснюють. Кожен міжнародний турист, що здійснює міжособистісну комунікацію, виступає представником конкретного народу, конкретної культури. Він має змогу поєднати відпочинок із пізнанням побуту, історії, культури, традицій, звичаїв своего та іншого народів. А залучення до туристичної активності різних прошарків населення планети значно збільшує кількість каналів культурної комунікації, що, безперечно, сприяє взаєморозумінню народів, перетворенню ще «закритих» суспільств на відкритіші, такі, що поступово і добровільно залучатимуться до світового товариства, що, в свою чергу, сприятиме інтеграції людства на засадах толерантності та гуманізму.

Однак на напрямки туристичних потоків великий вплив має стан міжнародної безпеки та безпеки в країні, зокрема.

Зазначимо, що питання політичної стабільності є актуальними для різних за рівнем соціально-економічного розвитку держав. Адже нестабільна політична ситуація призводить до значного погіршення іміджу країни в світі, а якщо при цьому мають місце збройні конфлікти – до втрати позицій на туристичному ринку.

Свого часу схожі проблеми переживали як високорозвинуті Іспанія (терористичні акти ультраправоцентристської організації басків ETA, 2002), Великобританія (конфлікт з Пн. Ірландією), США (терористичні акти мусульман), так і слабші в економічному відношенні, проте дуже залежні від туризму Туніс, Єгипет, Грузія.

Це питання є актуальним сьогодні і для нашої держави. Загалом, ще позаминулого року Україна займала перші позиції в рейтингах місць, які

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

пропонували відвідати провідні туристичні експерти. Київ знаходився на 1 місці в Європі і 3-му в світі у 2012 році (рейтинг порталу Tripadvisor), Львів займав 2 місце в Європі (рейтинг видання Lonely Planet «кращих міст для юніонду в Європі»), а Крим, за версією журналу National Geographic посідав 1 місце в світі у рейтингу «20 місць, які потрібно побачити в 2013 році». Після проведення Євро-2012 більше 70% відвідувачів чемпіонату з футболу оцінили своє перебування в Україні як «добре» і «дуже добре». Більше половини опитаних висловили бажання ще раз відвідати Україну (за даними німецького агентства GIZ). А згідно з підрахунками Всесвітньої ради з туризму і подорожей за вкладом туризму у ВВП країни Україна посіла 60-е місце у світовому рейтингу. (Для довідки: всього визнаних країн у світі близько 200).

Однак зміна політичної ситуації в країні, анексія Криму та військовий конфлікт на Сході суттєво впливнув на цю картину.

Погіршення туристичного іміджу країни, знищена туристична інфраструктура – все це наслідки політичної нестабільності та військових конфліктів в країні.

В той вже час процеси глобалізації на міжнародному туристичному ринку характеризуються такими рисами: зміною технологій, модернізацією транспортної інфраструктури, інтернаціоналізацією ділової активності, створенням механізму регулювання міжнародного туризму. Міжнародний туризм являє собою частину міжнародних відносин, які виникають в організації і управлінні всім комплексом туристичної діяльності як у рамках окремих країн, так і на міжнародному рівні.

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

Шановні учасники і організатори міжнародної науково-практичної конференції з питань євроінтеграційної тематики, котра впродовж останніх років поступово досліджується в нашому інституті, я маю приємність Вас привітати.

Україна була і є геополітично і геоекономічно важливою на карті світу, але нам необхідно, щоб ця значимість була не тільки територією, але і нацією.

Україна - це велика, з унікальними можливостями і ресурсами, європейська держава. Так склалося історично, що Україна опинилася на межі двох великих геополітичних цивілізаційних просторів – європейського і євроазійського.

Межа має дві сторони, і, не відриваючи від об'єктивного і генетичного коріння, Україна є невід'ємною частиною Європи. Тому набуття повноправного членства в Європейському Союзі є природною. Українці завжди сповідували європейські цінності, в основу яких покладені інтереси права та свободи людини, що захищаються державою.

Проте на долю України випали великі виклики і загрози на шляху до євроінтеграції:

- найважча теперішня агресія Росії, щоб Україна була непривабливою на цьому шляху, або, навіть, втратила незалежність;
- чи загрози глобального характеру, такі як: тероризм, наркоторгівля, кіберзлочинність, глобальні проблеми людства та інші.

Для майбутнього країни є дуже важливим фактор безпеки, який є одним із ключових у наших дослідженнях.

Безпека – це наука і її потрібно вивчати. Її складові: -енергетична; -економічна; - політична; -правова; -соціальна; -фінансова; -екологічна; - інформаційна. В цьому аспекті ми провели багато заходів спільно із Центром інформації і документації НАТО в Україні, органами місцевого самоврядування, вітчизняними і закордонними науковцями, зокрема, із Копенгагенського університету з прав людини та ін.

Безпека не подільна. Не може бути безпеки Європи без безпеки України.

Дуже важливим є цей чинник для розвитку туризму, особливо, міжнародного, в основі котрого є умова міцного миру та спокою у суспільстві, народів і держав.

Туризм є сильним інтегратором людей і народів через ознаки їх пізнання, інтереси, феноменальні можливості. Це соціально-економічне явище сучасності, від якого залежить матеріальний і духовний розвиток держав. Там, де розвивається туризм, відступає біdnість. Туризм завжди функціонує у міжнародній сфері впливу. Україна - туристично приваблива країна, навіть за цим параметром нашій країні потрібна колективна глобальна безпека. Україні якнайшвидше потрібна євроатлантична інтеграція, лише членства в ЄС не достатньо, цим інтегруванням не уникнем військової загрози на майбутнє.

Наше завдання: науково обґрунтовувати ці напрями розвитку країни і **доводити** переконливу інформацію до суспільства. Бажаю нам у цьому успіхів!

Ректор ЛІЕТ д.е.н., проф. Бочан І.О.

Begadze Giorgi, dr., ass, prof.

Tourism Management Centre of Business school,

Ilia State University, Georgia

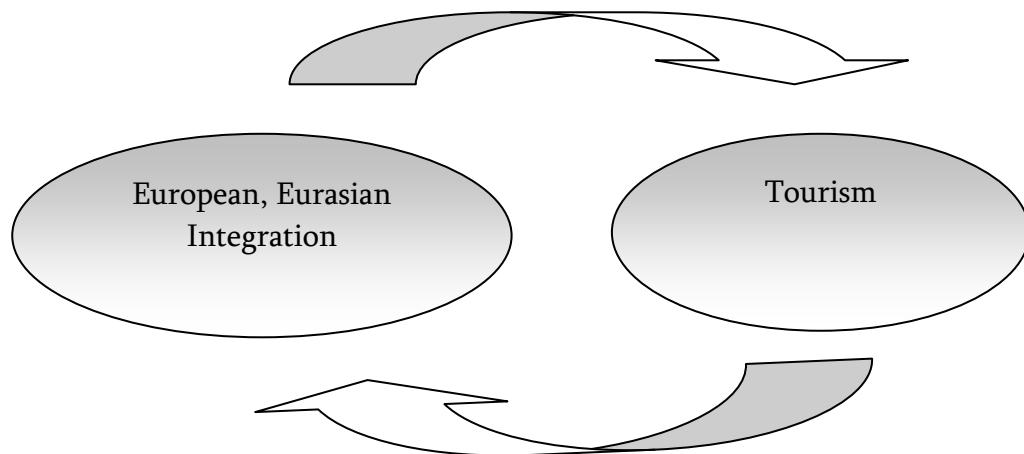
TOURISM – SUPPORT FOR INTEGRATION. ANALYSIS OF IMPORTAND DECISIONS IN GEORGIA, THAT CONTRIBUTE TO TOURISM DEVELOPMENT

Key words: Tourism, Georgia, Integration, Transport, Biodiversity, Protected Areas, Climate, Visa Regime,

Abstract

The main goal of research is to present the important decisions that Georgia has taken in recent years in the direction of European and Eurasian integration, which took part in tourism development and vice versa – a contribution of tourism in European and Eurasian integration.

Conceptual Framework



Introduction

In recent years the important decisions that Georgia has taken in direction of European and Eurasian integration made direct or indirect effects on tourism development. In some cases the impact of those decisions hasn't been reflected yet, however, in the near future it will be reflected on tourism. The original reason of the research is to identify such solutions and after that to determinate the impact of these decisions.

The second goal of the research is to determinate the effects of tourism development on European and Eurasian integration processes as a result of specific decisions.

In order to reveal such decisions documents such as “EU-Georgia Association Agreement”, “National action plans of environmental protection” and so on, have been reviewed. Such areas as transport, environment protection, education, culture, visa requirements and more have been investigated.

Transport

Association Agreement refers to four main fields of transport – road transport, rail transport, maritime transport and air transport fields of existing legislation to

harmonize with European legislation and the enforcement mechanisms for those which directly or indirectly affects the tourism industry.

In the first place the EU-Georgia Association Agreement takes into account modernization of the transport sector and implementation of European standards.

Rail transport

Within the Association Agreement a united European railway area has been established, which is based on an integrated infrastructure chain and on a compatible equipment, which allows efficient transport services across the EU and neighboring countries.

Baku - Tbilisi – Kars

The project of Baku - Tbilisi – Kars is new transport corridor, which will connect Azerbaijan , Georgia and Turkey railway lines. As a result of this project , passing Turkey, will be open a new rail corridor from the Caspian Sea to Europe. The new railway will have an annual capacity of 1 million passengers .

Air transport

In the air transport sector gradually more attention is the part of “On the one hand between European Union and its Member States and On the other hand common aviation Area between Georgia”.

Common Aviation Area Agreement

With the Common Aviation Area Agreement between the EU and Georgia, Georgia's integration into the European common aviation market will be possible and accordingly, there will be the opportunity to have signed the United Air Services Agreement with all member states of the European common aviation area to have. The agreement will enable to implement an unlimited number and direct flights between EU countries and the Georgian airlines. It will be possible for EU airlines from any place of EU to arrive at any place of Georgia and Georgian airlines from any corner of Georgia will be able to flight at any place of the EU. This will provide additional flights, additional investments in the field of aviation, competition will be increased, which will make a positive impact on ticket prices.

In addition, as a result of the agreement, Georgia will harmonize its legislation with European standards and will implement EU aviation procedures, including in areas such as aviation safety, the environment, consumer protection, air traffic management, economic regulation, competition issues and social aspects.

Starting relationships in Air space is promoting closeness of EU - Georgia economies, which will make a positive impact on DCFTA. According to EU data, the passenger transportation between Georgia and EU countries in the last five years, in average has been growing by 10% percent a year.

Transportation infrastructure significantly contributes to the development of the tourism industry, so projects and processes already mentioned are directly related to the growing number of tourists as in our country as well as outside. It stimulates the integration process.

Environment protection

Cooperation with the European Union, among the other things, foresees environmental issues, according to the “National Environment Action Process” (NEAP). Specifically, the following objectives are:

- Design of “National Environment Action Process” (NEAP), which includes every national and sectoral environmental strategic directions in Georgia as well as institutional and administrative issues
- NEAP will be updated periodically and it will be approved according to Georgian legislation.

“National Environment Action Process” (NEAP) of 2002-2006 years Includes the following topics: water resources, ambient air protection, waste and chemical substances, black Sea, forestry and others.

Water resources

Georgia, as the ENP partner country, made a commitment to move its water-related legislation closer to EU water legislation.

European Water Management Model is necessary to ensure moving to a new and more sustainable water management model. It means to implement a various projects, system gradual rehabilitation/construction in various important cities, which also have a high potential for tourism.

Full implementation of the EU- Georgia Action Plan (In terms of water resources) will bring a significant positive results for Georgia in terms of the environment, It will be possible to introduce sustainable water use and management, which will bring a positive impact on ecosystems.

Long-term and short-term goals in water resources

In the field of water resources management, long-term (20 -year) goals are ensuring human health and aquatic ecosystems safety and sufficient quantities of water. To achieve this goal, implementation of the following short-term (5 year) goals and appropriate measures is required.

Goal 1 – formation of efficient water management system.

Goal 2- Pollution prevention and effective control of the abstraction mechanisms.

Goal 3- Control of Water pollution reduction from untreated municipal wastewater.

Goal 4 - Control of Water pollution reduction from diffuse agricultural sources.

Now Georgian new law on water is in the stage of preparation, in which all types of regulation of water bodies will be foreseen as far as possible.

Ambient air

Industrial emissions

Historically in Industrial sector the source of pollutant water mainly was considered to be heavy industrial complexes, which right now are closed. Nowadays, in Georgia, the monitoring system update is being considered, in terms of improvement of legislative and methodological, as well as material-technical base .

Long-term and short-term goals

Concerning the quality of the air with the long term goal is to achieve human health and safe air quality throughout the country. To achieve this goal in the coming 5 - year period the following specific results must be achieved:

Goal 1 - Improvement of the existing monitoring network and its gradual automation, which will allow assessment of ambient air condition and the impact of the key factors.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Goal 2 - Industrial emissions reduction, with supporting enterprises to implement new, advanced, energy-saving technologies and ensuring control on compliance with the requirements of environment influence permission.

Goal 3 - Gradual reduction of automobile emissions. This is possible through the implementation of appropriate mechanisms by foreseeing international practices and local peculiarities.

Waste and Chemicals

Household waste collecting

The waste management bill is prepared by the Ministry of Environment, which provides the definition of hazardous waste, classification, their production, transfer, neutralization, accommodation accounting and control of this process. Adoption and enforcement of the law will regulate uncontrolled movement of hazardous waste and its safe disposal.

Georgia has a number of waste-related international commitments among them the EU association agreement. in order to facilitate the implementation of international commitments, some projects will be carried out, which are directed towards solving the problems of waste.

Also Georgia's National Action Plan on persistent organic Pollutants approved by the Georgian government, which incorporates performance requirements of Stockholm Convention on persistent organic pollutants.

Long-term and short-term goals

The long term goal in the waste management fields is to introduce waste management modern system (Safe disposal of waste, waste energy sources, waste recycling, recycling, minimization)

Short-term goals that must be achieved in the next 5 years:

Goal 1 - Municipal and hazardous waste management improvement (Harvesting, transportation and the accommodation)

Goal 2 – Reduction of accumulate waste hazardous to the environment.

Back sea

In 1992, the 6 nations signed the convention on the protection of the Black Sea against pollution (Bucharest convention). This international document provides joint and coordinated action basis, which is aimed at improving the Black Sea ecosystem and sustainable development of the coastal states.

After the entry into force of the Convention of Bucharest (1994) many projects have been implemented at the national and regional level. The most important is the establishment of the Kolkheti National Park, which provides marine and coastal biodiversity protection zone. Currently, on the Black Sea coast, it is going on municipal sewage systems and their Treatment facilities Construction and rehabilitation. These measures will greatly reduce the pollution of the Black Sea.

In 2009, Georgia signed the Black Sea Protection Protocol to the International Convention on Biological diversity, as a result, the court has declared the importance of biodiversity in the Black Sea on the international level.

The government is well aware of the need to protect the black sea. In 1992-2009 was signed many international agreements, which are directed towards the protection of the Black Sea and promotion of regional cooperation in this field. In Black Sea

Regional Strategic Action Plan (Sofia, 2009) are defined priority areas and measures of protection of the Black Sea. Issues related to the Black Sea have priority in EU-Georgia cooperation program too. Georgia had recently made Black Sea biodiversity protocol and Black Sea protection protocol ratification induced by land-based sources and activities, to which it again confirmed its willingness to participate in the implementation of measures aimed at protection of the Black Sea.

Long-term and short-term goals

The long term goal of the protection of the Black Sea is to improve its ecological situation. This goal is consistent with the goals of the Strategic Action Plan for the Black Sea region.

In order to achieve those goals following short-term goals over the next 5 years should be achieved:

Goal 1 - To protect and maintain commercial living natural resources

Goal 2 - Protection and management of Black Sea and the coastal area of biodiversity and habitats

Goal 3 - Reduce eutrophication

Goal 4 - Quality assurance of safe water for human health, recreational purposes and the use of water for biotasa.

Achieving these goals is very important not only in terms of biodiversity and environmental protection, but also for sustainable infrastructure development of the coastal zone and promotion from the point of view of tourism.

Biodiversity and Protected Areas

Nowadays the main challenges in the field of biodiversity are: Habitat degradation and stopping reduction of the number of species, to improve fishing and hunting regulation, to increase effectiveness of protected areas, the development of a network of protected areas, biodiversity conservation and improving the sustainable management of the database.

System of Protected Areas

In 2005 the government approved the National Biodiversity Strategy and action plans (NBSAP). NBSAP identifies 10 - year strategy and 5 - year action plan for Biodiversity protection and in the area of judicious use of biological resources.

Accordingly to Georgian low requirements of "Georgian red list" and "red book", endangered species commission IUCN evaluated the condition of the flora and fauna by the criteria and categories and made a new Georgian red list, which was approved by the Presidential decree. A number of species and species group conservation management plan has been prepared (Goat, leopard, bats, brown bear, Caucasian grouse, waterfowl, Imperial eagle, Tortoise, Caucasian salamander, zutkhisnairebi).

With financial and technical support of GIZ national monitoring system of biodiversity is being developed with the aim of obtaining adequate information about trends, creating response system and their integration in state politics.

Here should be specially noted the progress in the development of protected areas. In recent years the area of protected areas has significantly increased.

By 2011, 7.3 % of the whole territory of Georgia is protected by the law (511 122,5 ha). In addition, it is planned to increase the total area of protected areas, in which some progress has already been achieved.

It should be noted that various measures have been taken for the development of tourism in protected areas, as a result, there already is a large part of the protected area that has adequate tourism infrastructure.

Various tourist services are available in the protected areas, Such as horseback riding, rafting, mountain tourism, bird watching, etc. which is the source of local income of the protected areas. Various event for infrastructure development are being held to strengthen the capacity of administrations. Also, the establishment of the Caucasus Nature Fund (CNF) is noteworthy, which aims Georgia, Armenia and Azerbaijan to support protected areas systems.

In the field of biodiversity, Georgia has many obligations of various international conventions and regional agreements. On the 10th Meeting of the parties of biodiversity convention (Nagoya, Japan, October 2010) strategy has been adopted and biodiversity conservation objectives defined for the years 2011-2020 in 2020. Georgia as the part of the convention on biological diversity, will determine the national biodiversity strategy and action plan.

Long-term and short-term goals

For the interests of present and future generations, the long term aim of the National Biodiversity Policy (20 years) is to protect, restore and maintain the Georgian ecosystem, species and genetic resources. This long-term goal may be achieved by effective management of protected areas and creating a unified system by sustainable use of biological resources and management and by fair distribution of the benefits.

These goals must be accomplished by the next short-term (5 -years) goals :

Goal 1- to protect and conserve endangered selected species viable populations and habitat rehabilitation.

Goal 2- To increase fishing and hunting for the effectiveness of management in ensuring sustainable use of resources.

Goal 3 – To create efficient united protected areas network.

Goal 4 – To increase the effectiveness of protected areas management of administrations capacity and financial sustainability by implementing mechanisms

Goal 5 - biodiversity conservation and the sustainable management of natural resources in providing appropriate information by creating RIO national system.

Forestry

In connection with the forests, to solve the economic problems activities were planned, in Georgia, from 2000 year projects financed by international donor organizations (World Bank, The UN Food and Agriculture Program) were being implemented which were aimed at restructurization (organization) of forestry and also introducing national forest policy.

Short-term and long-term goals

The task of Georgian forest field in long-term (20 years) period will be the improvement of functional (ecologic) state on the bases of introduction of full-scale forest management sustainable .

To achieve the above mentioned goal the following short term goals are set:

Goal 1 – Preconditioning development of sustainable forestry system

Goal 2 – Reduction of unsustainable and illegal forest use

Land resources

To date, with the regard of land resource management series of laws are adopted, which regulate this sphere. From these laws some are directly connected to ground water protection, some to the land ownership and land use. Apart from that, Georgia is UN convention party of deforestation fighting.

Short-term and long-term goals

In the sphere of land resource management the long-term goal is introduction of best possible land use practices by sustainable management of land resources.

Consequently, In the sphere of land resource management the short-term goals are as follows:

Goal 1 – Degraded land area reduction, improvement of soil quality and pollution minimization.

Goal 2 – Strengthening existing opportunities for land spatial information system development.

Mineral resources

Short-term and long-term goals

In the sphere of mineral resources the long-term goal is the reduction of negative influence of obtaining mineral resources on the environment and environment protection, and the long-term goal in groundwater resource sphere is supplying the whole population of Georgia with secure and quality drinking water and supporting economic growth of the country by entering international market with this product.

To achieve these goals its required to set the following short-term (5 year) goals:

Goal 1 – Cleaning abandoned mines.

Goal 2 – Introduction sustainable management practices of new and existing mine.

Goal 3 – Management of monitoring system of groundwater obtaining sustainable practices.

Goal 4 – Introduction of groundwater obtaining sustainable practices.

Climate change

In 1994 Georgia ratified UN climate change frame convention and became party of convention, and in October of 1999 the country joined climate change convention Kyoto protocol. In 1997-1999 Georgia prepared the first national message of Georgia towards the climate change.

After 2003 number of projects were implemented in the country, that dramatically increased local potential to accomplish climate change convention and Kyoto protocol.

In 2006-2009 Georgia prepared the second message of the country towards the climate change frame convention,

accent was made towards assessment of vulnerability of various systems and economic fields and development of adaptation projects. On the bases of this the project was implemented with the financing of Georgian government.

The Caucasus representatives of nature protection world foundation, with the

financial support of German government in 2008-2010 implemented project “Wood landscape restoration in South Caucasus with the aim of reducing the impact of climate change”.

Short-term and long-term goals

In long-term perspective (20 and more years) the main goals of the country are:

- 1) Ensuring security of Georgian population with the regard of climate change with the implementation of adaptation measures.
- 2) Reduction of emissions of roads with greenhouse effect.

To achieve long-term goals its required to set the following short-term (5 year) goals and performing appropriate actions:

Goal 1 – Performing adaptation actions in regard of climate change in vulnerable regions.

Goal 2 – Determining climate change influence on other regions and sectors.

Goal 3 – Creating environment which will support reduction of greenhouse gas emissions.

Public healthcare

In scope of the association agreement, parties agree to develop cooperation in the sphere of public healthcare, with the aim of increasing security of public health level and human rights protection, which is the main component of sustainable development and economic growth.

Education, training and youth

In scope of the agreement, parties will cooperate in spheres of education and training. The cooperation in education and training will be directed towards development of the following spheres: modernization of education and training systems; quality improvement; lifelong learning support; ensuring relevance and availability of all the levels of education. It will be possible to be involved in relevant programs of EU.

Cooperation in the sphere of culture

Parties will develop cooperation in regard of taking due account of fortified principles of the UNESCO 2005 „Supporting diversity of cultural expressions”.

Parties signing the association agreement will cooperate in the following main spheres: cooperation in the sphere of culture and cultural exchanges; art and mobility of artists; and institutional strengthening of the sphere of culture; intercultural dialogue; dialogue about cultural politics and cooperation in scope of international forums, such as UNESCO and European councils to support cultural diversity, keep and adequately develop values of cultural and historical heritages.

Cooperation in the spheres of sports and physical activities

Parties signing the association agreement will cooperate in the spheres of sports and physical activities with the regard of sharing information and best practices to support healthy lifestyle and development of social and educational values of sports, sports mobility.

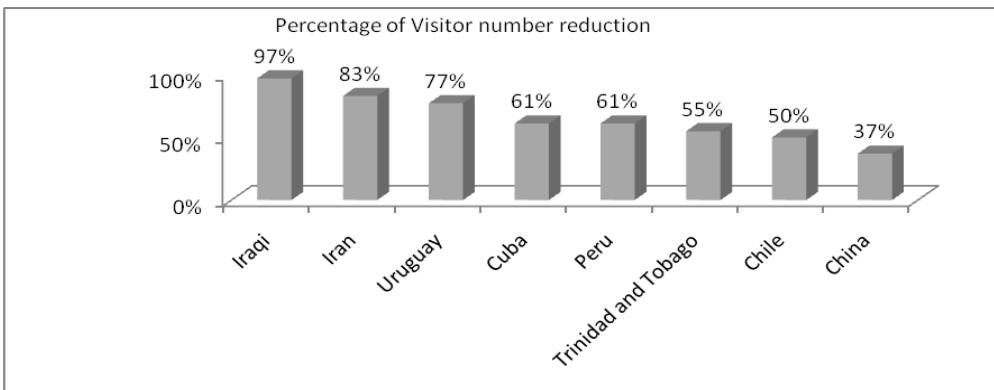
Agriculture

According to association agreement, parties of Georgia and EU will cooperate with the regard of agriculture and village development, in particular, with achieving policy and legislation progressive compatibility.

Visa Regime

In 2014 Georgian government set into action new visa regulations, according to which important changes effected countries with unilateral visa-free regime and simplified visa regime with Georgia. Changes were reflected on short and long-term visa acceptance procedures and visa fee payment rules.

Counties with which the visa-free entrance was abolished are: China, Iran, Iraqi, Bolivia, Chile, Cuba, Guatemala, Paraguay, Peru, Uruguay, Dominican Republic, Trinidad and Tobago, Saint Kits and Nevis, Surinam and Saint Lucia. After abolishing the visa-free regime tourism was drastically reduced from above mentioned countries. The picture of reduction of number of incoming tourists during one year is shown below.



The changes in visa regimen also effected Russian Federation. On February 28, 2011 Georgia introduced 90-day visa-free regime for residents of North Caucasus, and the rest of Russian citizens can obtain visa when entering the country. After these changes, Tourist number from Russia dramatically changed. From March 1st, 2011 to 31st of December Number of visitors incoming from Russia was 255951, and in the same period of 2012 - 485157.

Taxation

The associated members have access to all or some markets of EU, Association agreement also implies the free trade agreement. the countries in free trade area are freed from customs tax, trade limits, infrastructure and customer service spheres are being developed, export possibilities increase.

Conclusions

All above listed decisions have or will have influence on tourism development in Georgia.

Single railway zone and aviation space will result in fee reduction, which will be directly effected on the tourist number increase from European countries. The same influence will have building Baku-Tbilisi-Kars transportation corridor. The project will result in increase the number of not only Turkish and Azeri tourists, but in Istanbul, after the completion of construction of railway tunnel crossing the Bosphorus Strait it will be possible to begin tourist traveling with railway transport from European countries to Georgia, which will in turn have effect on the increase of number of tourists.

Support of environment protection and actions performed in this direction will have a positive influence on the development of ecotourism in Georgia. As mentioned above, in this sphere projects are considered in the direction of atmospheric air protection, water resources, waste, land resources and climate change. Special effect

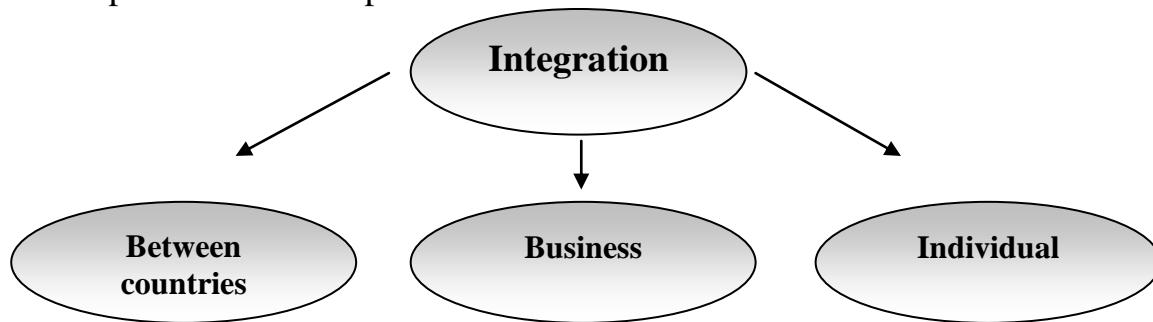
on tourist attraction will have activities that support tourist interest with the following resources: black sea, forests, mountains, protected areas and mineral waters. To say otherwise, will be conditioned to increase the demand and potential of ecotourism, village tourism, health tourism and other tourism types

The obligations accepted by signing the association agreement will in future also have positive influence on increase of tourist numbers. E.g. the steps taken in the direction of education will be reflected on educational tourism; Decisions made to develop culture sphere will have influence on the development of cultural tourism. The same result will have decisions in the direction of sports on the sports and recreational tourism. The development of agriculture will have a positive impact on agro tourism.

Concerning the visa regime, the review of visa regime and more liberalization will result in the increase of tourist flow.

Free trade area, which will result in removal of customs duties and trade restrictions will have a positive influence on the development of business tourism in the country.

In conclusion, Euro and Eurasian integration will have positive influence on the development of tourism. And vise-versa, tourism has a big role in the support of integration. We conventionally divided the integration resulted from tourism development into four spheres:



- The visits of diplomats from Europe and Eurasia and diplomatic relations improve the country integration on the state leve, as the visa regime has the influence on this type of integration;

- Business integration implies the visits of business visitors and investments in the spheres such as culture, natural resources and hospitality (hotel, restaurant).

- Integraction on the individual leve concerns organized and unorganized tourists who study cultural values, get acquainted with natural resources and material and non-material resourcesl.

References

1.Georgian environment protection action second program (2012-2016) EU Association Agreement

2.Forbes Georgia – Georgian Railway

3.National action plan on sustainable organic pollution

4.Biodiversity national strategy and action plan (NBSAP)

5.Georgian law about foreigner and nono-sitizen legal status

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

6.Europa – Summaries of EU Legislation - Development of a single European railway area <http://europa.eu/legislation_summaries/transport/rail_transport/tr0041_en.htm>

7.Phill Bennion - 'Single European rail area' plan would slash costs for train manufacturers and operators <http://philbennion.org/news/113-single-european-rail-area-plan-would-slash-costs-for-train-manufacturers-and-operators>

8.Facebook page - Baku-Tbilisi-Kars <https://www.facebook.com/mkr.ge>

9.Georgian Railway – project of Baku-Tbilisi-Kars http://www.railway.ge/?web=0&action=page&p_id=289&lang=geo

10.Samtskhe Javakheti regional administration – Transport <http://samtskhe-javakheti.gov.ge/main.php?lang=geo&act=pages&pid=55>

11.Georgian tourism national administration <<http://gnta.ge/>>

BEZPIECZEŃSTWO W KRAKOWIE W OCENIE TURYSTÓW I KONCEPCJA SYSTEMOWEGO ROZWIĄZANIA PROBLEMU

Problem bezpieczeństwa socjalnego¹ turystów nie jest łatwy do jednoznacznego sformułowania. W pierwszej kolejności trzeba go odnieść do reguł obyczajowych, które określają zasadnicze normy etyczne i moralne dotyczące zasad i warunków recepcji w destynacji osób nieznanych. Bezpieczeństwem nazywamy „stan i zjawisko polegające na trwałym i stałym braku lub niskim poziomie zagrożenia, który kształtuje poczucie bezpieczeństwa lub poczucie strachu o mienie, zdrowie i życie”². Ludzi niemających na stałe poczucia własnego bezpieczeństwa trudno zachęcić do podróży, a w szczególności do odwiedzenia miejsc stwarzających prawdopodobieństwo wystąpienia sytuacji definiowanych przez nich jako niebezpieczne.

„Turystą człowiek staje się, gdy: dobrowolnie, dla własnej przyjemności, w czasie wolnym, za własne pieniądze opuści miejsce stałego przebywania i uda się na czas określony w podróż”³. Można spierać się o zakres definicji turysty, jednak pewne jest, że (aksjomat) za każdym razem jest to człowiek w podróży poza swoim codziennym układem, czyli miejscem stałego przebywania.

Pomoc turystom deklarują różnego rodzaju instytucje. Można je pokrótko podzielić na rządowe, pozarządowe (w tym samorządowe) i prywatne. Powinny ze sobą współpracować. Generalnie mają teoretycznie jeden wspólny cel: udzielić jak najlepszej i fachowej pomocy tym turystom, którzy jej najbardziej w danej chwili (daleko od domu i swojej przestrzeni społecznej) potrzebują.

Istota problemu: Rozszerzając rozumienie definicji bezpieczeństwa socjalnego w ślad za postrzeganiem tego problemu przez DANUTĘ M. PIEKUT-BRODZKĄ, uzyskujemy kategorię, która odnosi się do przeżyć konkretnego człowieka, jak i kategorię rozpatrywaną w wymiarze społecznym. Danuta M. Piekut-Brodzka, traktując bezpieczeństwo socjalne, jako odczucie osobnicze, stwierdza, że: „ludzie poszukują bezpieczeństwa socjalnego (we własnym jego rozumieniu), aby zaspokoić swoje potrzeby, usunąć egzystencjalne niepokoje. Cechą bezpieczeństwa socjalnego jest również to, że zazwyczaj wiąże się z zagrożeniem bezpośrednim i rzeczywistym. Należy i do sfery ducha, i do sfery ciała, potrzeb niematerialnych i materialnych”⁴.

¹ L. DZIEWIĘCKA-BOKUN, *Bezpieczeństwo socjalne jako podstawa pokoju społecznego*, [w:] *Miedzy tradycja a przyszloscią w nauce prawa administracyjnego*. Księga jubileuszowa dedykowana profesorowi Janowi Bociowi, J. SUPERNAT (red.), ISBN 978-83-229-3044-1, Wrocław 2009, s. 131. Za A. RAJKIEWICZEM, *Potrzeba bezpieczeństwa socjalnego*, [w:] *Polityka Społeczna* nr 3/1988, s. 6, przyjmuje, „że istotę bezpieczeństwa socjalnego stanowią gwarancje uzyskania pomocy zewnętrznej (pozarodzinnej) w przypadkach zdarzeń losowych i innych sytuacjach prawem lub umowami określonych”.

² L.F. KORZENIOWSKI, *Podstawy nauk o bezpieczeństwie*, Warszawa, Difin 2012, s. 75. ISBN 978-83-7641-518-5.

³ K. BORKOWSKI, J. KUCHARSKI, *Etyka pilota wycieczek*, [w:] *Etyka przewodników turystycznych i pilotów wycieczek*, (red.) Z. KRUCZEK (eds.) Proksenia, Kraków 2010, ISBN 978-83-60789-21-6. Monografie o tematyce turystycznej, s. 36.

⁴ D. M. PIEKUT-BRODZKA, *Związki polityki społecznej i pracy socjalnej a bezpieczeństwo socjalne*, [w:] *Bezpieczeństwo socjalne*, red. L. FRĄCKIEWICZ, Katowice 2003, s. 62.

Bezpieczeństwo w Krakowie w ocenie turystów i koncepcja systemowego rozwiązania problemu

1.Wyniki weryfikacji hipotezy o związku subiektywnej oceny poziomu bezpieczeństwa dokonanej przez turystów z wysokością wydatków osobistych podczas pobytu w Krakowie w latach 2012–2014

Z lewej strony tabeli nr 1 przytoczono statystyki u podane zgodnie z przyjętą kolejnością pytań. Natomiast po prawej stronie wartości te uporządkowano zgodnie z malejącymi wartościami statystyki u.

Tabela. 1

Ocena poziomu	Śr	Tes	T?	Ocena poziomu	Śr	Tes	T?
2012	3,7	-	??	ŻYCZLIWOŚĆ 5	4,0	12	T
2013	3,6	-	T	GOŚCINNOŚĆ 5	4,0	12	T
2014	4,0	12	T	2014	4,0	12	T
LATA	3,8			TAK Przivedzie	3,8	4,6	T
Kobieta	3,8	0,7	NI	(1) Bardzo dobry Status	3,9	3,8	T
Meżczyzna	3,8	-	NI	Rodzina	3,8	2,9	T
PLEC	3,8			DO 30 LAT	3,8	2,7	T
TUR KRAJ – PL	3,8	-	NI	Samodzielnie	3,8	2,6	T
TUR ZAGR	3,8	0,9	NI	(1) Wwzse	3,8	2,5	T
1 – TUR KRAJ – PL	3,8			Tak REKOM	3,8	1,5	??
Nie POLSKIE	3,8	0,7	NI	Uczacy sie	3,8	1,4	??
Tak POLSKIE	3,7	-	NI	TUR ZAGR	3,8	0,9	NI
POLSKIE	3,8			Nie POL SKIE	3,8	0,7	NI
(1) Bardzo dobry Status	3,9	3,8	T	Kobieta	3,8	0,7	NI
(2) Dobry Status	3,8	-	NI	Riuro – instytucia	3,8	0,7	NI
(3) Średni Status	3,7	-	??	Nikt – solo trin	3,8	0,6	NI
STATUS MATERIALNY	3,8			(2) Dobry Status	3,8	-	NI
(1) Wwzse	3,8	2,5	T	Pracownik aktywny	3,8	-	NI
(2) Średnie	3,7	-	??	Tak POLSKIE	3,7	-	NI
(3) Podstawowe	3,7	-	??	31–45 LAT	3,8	-	NI
WYKSZTAŁCENIE	3,8			Dom	3,7	-	NI
DO 30 LAT	3,8	2,7	T	Meżczyzna	3,8	-	NI
31–45 LAT	3,8	-	NI	TUR KRAJ – PI	3,8	-	NI
POW 45 LAT	3,7	-	T	RACZEI TAK	3,7	-	NI
WIEK	3,8			(3) Podstawowe	3,7	-	??
Dom	3,7	-	NI	(2) Średnie	3,7	-	??
Pracownik aktywny	3,8	-	NI	2012	3,7	-	??
Uczacy sie	3,8	1,4	??	(3) Średni Status	3,7	-	??
ZAWÓD	3,8			POW 45 LAT	3,7	-	T
GOŚCINNOŚĆ 3	3,4	-	T	GOŚCINNOŚĆ 4	3,7	-	T
GOŚCINNOŚĆ 4	3,7	-	T	Gruna	3,6	-	T
GOŚCINNOŚĆ 5	4,0	12	T	Rodzina	3,7	-	T
GOŚCINNOŚĆ	3,8			ŻYCZLIWOŚĆ 4	3,7	-	T
ŻYCZLIWOŚĆ 3	3,4	-	T	Nie wie_czw przivedzie	3,6	-	T
ŻYCZLIWOŚĆ 4	3,7	-	T	Nie wie REKOM	3,4	-	T
ŻYCZLIWOŚĆ 5	4,0	12	T	2013	3,6	-	T
ŻYCZLIWOŚĆ	3,7			ŻYCZLIWOŚĆ 3	3,4	-	T
Tak REKOM	3,8	1,5	??	GOŚCINNOŚĆ 3	3,4	-	T
Nie wie REKOM	3,4	-	T	REKOMENDACJA	3,8		
Rekomendacia	3,8			ORGANIZATOR	3,8		
TAK Przivedzie ponownie	3,8	4,6	T	WIEK	3,8		
RACZEI TAK Przivedzie	3,7	-	NI	LATA	3,8		
Nie wie_czw przivedzie	3,6	-	T	PLEC	3,8		
Ponowny przivazd	3,8			1 – TUR KRAJ – PL	3,8		
Samodzielnie	3,8	2,6	T	TOWARZYSTWO	3,8		
Riuro – instytucia	3,8	0,7	NI	STATIS	3,8		
Rodzina	3,7	-	T	PONQWNY	3,8		
ORGANIZATOR	3,8			ZAWÓD	3,8		
Nikt – solo trin	3,8	0,6	NI	WYKSZTAŁCENIE	3,8		
Gruna	3,6	-	T	POLSKIE	3,8		

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Rodzina	3,8	29	T	GOŚCINNOŚĆ	3,8	
TOWARZYSTWO	3,8			ŻYCZLIWOŚĆ	3,7	

Widoczne są tu 3 grupy charakterystyk ankietowanych, których opinie o poziomie bezpieczeństwa są:

- Istotnie wyższe [$>3,85$] od przeciętnych globalnych (kolor niebieski) – [$u>2,53$]

Ocena poziomu bezpieczeństwa	Śred.	test u
ŻYCZLIWOŚĆ 5	4,01	12,83
GOŚCINNOŚĆ 5	4,03	12,65
2014	4,02	12,35
TAK Przyjedzie ponownie	3,89	4,65
(1) Bardzo dobry Status Materialny	3,93	3,89
Rodzina	3,88	2,97
DO 30 LAT	3,86	2,78
Samodzielnie	3,88	2,64
(1) Wyższe	3,85	2,53

Wynika z tego, że najbezpieczniej w Krakowie czują się turyści podróżujący w gronie rodziny. Są to osoby młode, do 30. roku życia, organizujące swój pobyt w Krakowie samodzielnie, o bardzo dobrym statusie materialnym, z wykształceniem wyższym, które ex aequo ocenili bardzo dobrze życzliwość mieszkańców i gościnność destynacji i deklarują, że przyjadą ponownie do Krakowa.

- Istotnie mniejsze [$<3,78$] od przeciętnych globalnych (kolor zielony) – [$u<-2,84$]

Ocena poziomu bezpieczeństwa	Śred.	Test u
POW. 45 LAT	3,76	-2,84
GOŚCINNOŚĆ 4	3,74	-3,95
Grupa	3,67	-4,90
Rodzina	3,71	-5,03
ŻYCZLIWOŚĆ 4	3,70	-5,62
Nie wie, czy przyjedzie ponownie	3,68	-5,78
Nie wie REKOM.	3,43	-8,18
2013	3,63	-10,20
ŻYCZLIWOŚĆ 3	3,43	-11,83
GOŚCINNOŚĆ 3	3,41	-14,26

Wynika z tego, że najmniej bezpiecznie w Krakowie czują się turyści starsi, powyżej 45. roku życia, podróżujący: rodzinie, w grupach zorganizowanych, wykazujący niepewność, co do rekomendacji Krakowa, jako destynacji turystycznej, jak również nieprzekonani o sensie ponownego przyjazdu turystycznego do tego miasta. Są to osoby oceniające życzliwość mieszkańców Krakowa i gościnność destynacji ex aequo od oceny dostatecznej do dobrej.

- Na zbliżonym poziomie [$<3,78; 3,85$] – (kolor fioletowy) – [-1,17<0,99]

Ocena poziomu bezpieczeństwa	Śred.	Test u
TUR. ZAGR.	3,83	0,99
Nie POLSKIE	3,81	0,79

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Kobieta	3,83	0,78
Biuro – instytucja	3,86	0,75
Nikt – solo trip	3,84	0,65
(2) Dobry Status Materiałny	3,81	-0,17
Pracownik aktywny zawodowo	3,80	-0,53
Tak POLSKIE	3,79	-0,65
31–45 LAT	3,80	-0,70
Dom	3,79	-0,76
Mężczyzna	3,80	-0,89
TUR. KRAJ. – PL.	3,80	-0,96
RACZEJ TAK Przyjedzie ponownie	3,79	-1,17

Wynika z tego, że w swojej subiektywnej ocenie przeciętnie bezpiecznie podczas pobytu w Krakowie czują się turyści zarówno z kraju, jak i z zagranicy, podróżujący i z biurem podróży, i indywidualnie, o dobrym statusie materialnym. To osoby aktywne zawodowo, ale również te zajmujące się pracą w gospodarstwie domowym; w przedziale wiekowym 31–45 lat, deklarujące, że raczej są skłonne ponownie odwiedzić turystycznie Kraków.

- Grupy te przedzielone są 2–4 wariantami pytań, dla których średnie można uznać za zróżnicowane, ale na mniejszym poziomie istotności (kolor biały).

Ocena poziomu bezpieczeństwa	Śred.	Test u
Tak REKOM.	3,85	1,55
Uczęący się	3,84	1,49
(3) Podstawowe	3,74	-1,65
(2) Średnie	3,78	-1,97
2012	3,78	-2,18
(3) Średni Status Materiałny	3,76	-2,30

- Przeciętna ocena poziomu bezpieczeństwa dla całej zbiorowości ankietowanych wynosi [3,81 +/- 0,02]. Różnice wynikają tu z braków odpowiedzi, które w każdym pytaniu pojawiają się w różnych ilościach.

Ocena poziomu bezpieczeństwa	Średnia
REKOMENDACJA	3,83
ORGANIZATOR	3,83
WIEK	3,82
LATA	3,81
PŁEĆ	3,81
1 = TUR. KRAJ. – PL. + 2 = TUR. ZAGR.	3,81
TOWARZYSTWO	3,81
STATUS MATERIAŁNY	3,81
PONOWNY PRZYJAZD	3,81
ZAWÓD	3,81
WYKSZTAŁCENIE	3,81

POLSKIE POCHODZENIE	3,80
GOŚCINNOŚĆ	3,80
ŻYCZLIWOŚĆ	3,78

Dokonana przez turystów subiektywna ocena poziomu bezpieczeństwa w destynacji jest jednym z elementów metody badania zintegrowanego wizerunku destynacji opisanej przez K. Borkowskiego w artykule „Wizerunek destynacji turystycznej – element produktu turystycznego”⁵. Na zintegrowany wizerunek destynacji, a zarazem jej obiektywizowaną ocenę składają się m.in. wskazania (opinie oceniające) podróżnych (turystów) odwiedzających destynację. Należy różnicować i oddzielnie analizować wyobrażenia własnych obywateli i wyobrażenia obcokrajowców. Również opinie obcokrajowców należy analizować oddzielnie dla poszczególnych grup narodowych lub pokrewnych środowisk kulturowych (wyobrażenie obce – das Fremdbild⁶).

Prowadząc badania wizerunkowe destynacji, należy dążyć do uzyskania odpowiedzi na następujące, zamieszczone poniżej pytanie/a.

Tabela 2.

***Subiektywna ocena elementów produktu turystycznego typu destynacja
Jak ocenia Pan(i) w (danej destynacji)?***

OCENA	- -	-	0	+	++
	😢	😊	😐	😊	👍
Element podlegający ocenie					
Atmosfera miejscowości					
Baza noclegowa					
Bezpieczeństwo					
Czystość na ulicach					
Dojazd do (destynacji)					
Dostępność bankomatów					
Dostępność do internetu					
Gastronomia					
Gościnność					
Imprezy masowe					
Wydarzenia muzyczne					
Informacja turystyczna					
Jakość obsługi turysty					
Möžliwość płatności kartą kredytową					
Oznakowanie turystyczne					
Rozrywka (dyskoteki, kluby, puby)					
Toalety publiczne					
Transport lokalny					
Usługi przewodnickie					
Życzliwość mieszkańców					

⁵ K. BORKOWSKI, *Wizerunek destynacji turystycznej – element produktu turystycznego*, [w:] *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej*, nr 3/2013, ISSN 2084-8722, s. 74.

⁶ <http://de.wikipedia.org/wiki/Fremdbild>

Źródło: Część ankiety używana przez zespół badawczy MOT do badania ruchu turystycznego w Krakowie⁷

Stąd też przeciwna ocena poziomu bezpieczeństwa uzyskana tą metodą dla wszystkich turystów odwiedzających Kraków w latach 2012, 2013, 2014, na poziomie 3,81 +/- 0,02 – jest oceną zadowalającą. Niemniej jednak mając na uwadze ciągłą walkę konkurencyjną innych obszarów recepcji turystycznej [destynacji konkurencyjnych], gospodarze destynacji winni dążyć do uzyskania wyższego poziomu wskaźnika z wynikiem wyraźnie powyżej 4,0.

1.Wpływ subiektywnej oceny poziomu bezpieczeństwa na skłonność do wydatkowania dodatkowych sum pieniędzy podczas pobytu w destynacji

Z lewej strony tabeli nr 3 podane są wskaźniki zmian wydatków turysty, natomiast po prawej stronie znajdują się symbole ilustrujące kategorie wielkości tych parametrów.

Tabela 3

METODA	ZMIANA WYDATKÓW ZŁ/1 TURYSTĘ					KWINTYLE POZYCJI				
	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
2013	53	77	75	139	86	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
Rodzina	43	71	76	133	81	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
ŻYCZLIWOŚĆ 4	28	71	70	124	73	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
GOŚCINNOŚĆ 3	73	69	45	95	71	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
Dom	77	60	54	90	70	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
GOŚCINNOŚĆ 4	19	57	58	100	59	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
Nie wie, czy przyjedzie ponownie	21	42	45	81	47	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
Nie POLSKIE	-8	45	48	79	41	[-]	[++]	[++]	[++]	[++]
(3) Średni Status Materialny	32	37	33	56	40	[++]	[+]	[+]	[+]	[++]
TUR. ZAGR.	-13	43	46	76	38	[-]	[++]	[++]	[++]	[+]
DO 30 LAT	-1	37	38	62	34		[+]	[+]	[+]	[+]
POW. 45 LAT	30	30	28	47	34	[++]	[+]	[+]	[+]	[+]
TAK Przyjedzie ponownie	15	25	26	41	27	[+]	[+]	[+]	[+]	[+]
(1) Wyższe	8	25	26	43	26	[+]	[+]	[+]	[+]	[+]
(1) Bardzo dobry Status Materialny	-20	30	36	56	25	[- -]	[+]	[+]	[+]	[+]
Biuro – instytucja	-36	31	35	56	21	[- -]	[+]	[+]	[+]	[+]
GOŚCINNOŚĆ	6	19	21	35	20	[+]	[+]	[+]	[+]	[+]
Kobieta	-2	19	23	37	19		[+]	[+]	[+]	[+]
PLEĆ	2	16	18	29	16	[+]				

⁷ Badanie to realizowane jest przez zespół ekspertów MOT w składzie: dr K. Borkowski (kier. zespołu), prof. dr hab. T. Grabiński, dr hab. R. Seweryn, dr A. Wilkońska, mgr L. Mazanek. Rokrocznie od 2004 roku powstają opracowania autorskie ww. zespołu dostępne na stronie MOT.

<http://www.mot.krakow.pl/index,a,b,c,16.html>

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

LATA	2	15	17	29	16	[+]				
POLSKIE POCHODZENIE	4	15	17	28	16	[+]				
2012	9	13	15	25	15	[+]	[-]	[-]	[-]	
Ponowny przyjazd	1	15	17	28	15					
WIEK	0	15	17	28	15					
1 = TUR. KRAJ. – PL 2 = TUR. ZAGR.	1	14	17	27	15					
RACZEJ TAK										
Przyjedzie ponownie	-5	16	17	28	14	[-]				
ZAWÓD	0	14	16	26	14					
Mężczyzna	10	12	12	20	14	[+]	[-]	[-]	[-]	[-]
STATUS										
MATERIALNY	-3	13	16	26	13	[-]				[-]
WYKSZTAŁCENIE	-1	12	14	24	12		[-]	[-]	[-]	[-]
ORGANIZATOR	-1	10	12	19	10		[-]	[-]	[-]	[-]
ŻYCZLIWOŚĆ	0	8	10	17	9		[-]	[-]	[-]	[-]
2014	4	4	6	9	6	[+]	[-]	[-]	[-]	[-]
Pracownik aktywny zawodowo	-9	4	8	13	4	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
Uczęcy się	-29	10	13	21	4	[--]	[-]	[-]	[-]	[-]
(3) Podstawowe	-20	7	7	11	1	[--]	[-]	[-]	[-]	[-]
(2) Średnie	-13	-7	-4	-6	-8	[-]	[--]	[--]	[--]	[--]
Tak POLSKIE	-10	-7	-5	-9	-8	[-]	[--]	[--]	[--]	[--]
(2) Dobry Status Materialny	-28	-6	0	0	-9	[--]	[--]	[--]	[--]	[--]
Samodzielnie	-5	-13	-11	-17	-11	[-]	[--]	[--]	[--]	[--]
GOŚCINNOŚĆ 5	-49	0	1	1	-12	[--]	[--]	[--]	[--]	[--]
TUR. KRAJ. – PL.	-18	-13	-10	-17	-15	[--]	[--]	[--]	[--]	[--]
31–45 LAT	-17	-22	-16	-26	-20	[-]	[--]	[--]	[--]	[--]
ŻYCZLIWOŚĆ 5	-23	-26	-25	-37	-28	[--]	[--]	[--]	[--]	[--]
ŻYCZLIWOŚĆ 3	-30	-37	-50	-106	-56	[--]	[--]	[--]	[--]	[--]

W tej tabeli wiersze ułożone są zgodnie z malejącymi wartościami wskaźników zmian w metodzie E (kolor pomarańczowy).

Warianty pytań (wiersze) są tu podzielone na 5 kategorii, zgodnie z dominującym symbolem graficznym wskaźników tworzących poszczególne kategorie. Wyróżnione kategorie oznaczone są następującymi kolorami:

- Niebieski, wskazujący warianty pytań charakteryzujących podgrupę turystów, w której można uzyskać największy wzrost wydatków przy stosunkowo niewielkich zmianach poziomu bezpieczeństwa.

	ZMIANA WYDATKÓW ZŁ/1 TURYSTĘ					KWINTYLE POZYCJI				
	METODA	A	B	C	D	E	A	B	C	D
2013	53	77	75	139	86	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Rodzina	43	71	76	133	81	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
ŻYCZLIWOŚĆ 4	28	71	70	124	73	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
GOŚCINNOŚĆ 3	73	69	45	95	71	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
Dom	77	60	54	90	70	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
GOŚCINNOŚĆ 4	19	57	58	100	59	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
Nie wie, czy przyjedzie ponownie	21	42	45	81	47	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
ZMIANA WYDATKÓW ZŁ/1 TURYSTĘ										
KWINTYLE POZYCJI										
METODA	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
2013	53	77	75	139	86	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
Rodzina	43	71	76	133	81	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
ŻYCZLIWOŚĆ 4	28	71	70	124	73	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
GOŚCINNOŚĆ 3	73	69	45	95	71	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
Dom	77	60	54	90	70	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
GOŚCINNOŚĆ 4	19	57	58	100	59	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]
Nie wie, czy przyjedzie ponownie	21	42	45	81	47	[++]	[++]	[++]	[++]	[++]

Wynika z tego, że najszybciej odczuja i zareagują zwiększeniem wydatków osobistych, nawet na minimalne zwiększenie poziomu bezpieczeństwa w Krakowie, turyści podróżujący w gronie rodziny. Są to osoby zajmujące się pracą w gospodarstwie domowym, które oceniają dobrze życzliwość mieszkańców, a gościnność destynacji od dostatecznie do dobrze, i nie są przekonane, że przyjadą ponownie do Krakowa, tak więc pozyskanie należących do nich środków finansowych musi się odbyć w ramach aktualnego pobytu. Problem ten sygnalizuje R. PERETIATKOWICZ, zwracając uwagę, że „turystyczny transfer występuje na ogół w dwu postaciach: a jako TRANSFER TURYSTYCZNY PIENIĘŻNY (zwany najczęściej w literaturze fachowej transferem turystycznym bez określenia, że jest to forma pieniężna), polegający na przenoszeniu się (przewozie lub przekazywaniu) siły nabywczej wraz z turystą, przy czym rozmiary tego transferu wyznacza nie siła nabywcza przewożona, lecz ta jej część, która zostaje faktycznie wydana w czasie pobytu lub wędrówki poza domem na zakup usług i dóbr materialnych”⁸.

•Różowy, przypisany wariantom, w których uzyskuje się również widoczny wzrost wydatków turystów, ale w połączeniu z wyraźnymi zmianami poziomu bezpieczeństwa.

	ZMIANA WYDATKÓW ZŁ/1 TURYSTĘ	KWINTYLE POZYCJI
--	---	-------------------------

⁸ R. PERETIATKOWICZ, *Ekonomika turystyki*, AWF Kraków 1979, op.cit., s. 124–125.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

METODA	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
Nie POLSKIE	-8	45	48	79	41	[-]	[++]	[++]	[++]	[++]
(3) Średni Status Materialny	32	37	33	56	40	[++]	[+]	[+]	[+]	[++]
TUR. ZAGR.	-13	43	46	76	38	[-]	[++]	[++]	[++]	[+]
DO 30 LAT	-1	37	38	62	34		[+]	[+]	[+]	[+]
POW. 45 LAT	30	30	28	47	34	[++]	[+]	[+]	[+]	[+]
TAK Przyjedzie ponownie	15	25	26	41	27	[+]	[+]	[+]	[+]	[+]
(1) Wyższe	8	25	26	43	26	[+]	[+]	[+]	[+]	[+]
(1) Bardzo dobry Status Materialny	-20	30	36	56	25	[- -]	[+]	[+]	[+]	[+]
Biuro – instytucja	-36	31	35	56	21	[- -]	[+]	[+]	[+]	[+]
GOŚCINNOŚĆ	6	19	21	35	20	[+]	[+]	[+]	[+]	[+]
Kobieta	-2	19	23	37	19	[+]	[+]	[+]	[+]	[+]

Wynika z tego, że dopiero wyraźna zmiana poziomu bezpieczeństwa subiektywnie odbierana przez turystów zagranicznych (w szczególności niemających korzeni polskich), podróżujących w sposób instytucjonalnie zorganizowany, spowoduje zwiększenie wydatków osobistych w trakcie pobytu w mieście. Są to kobiety, turystki z wykształceniem wyższym, w wieku do 30 lat o średnim statusie materialnym i powyżej 45. roku życia o bardzo dobrym statusie materialnym, ceniące sobie gościnność krakowskiej destynacji i deklarujące, że przyjadą ponownie do tego miasta. Raport „Ruch turystyczny w Krakowie rok 2012” sygnalizował propozycję wprowadzenia na rynek destynacji krakowskiej nowego produktu turystycznego pod nazwą, „Kraków = Women Friendly”. Z niniejszych badań wynika, że taki program, skierowany do przedstawicielek płci żeńskiej, jest uzasadniony i miałby prawdopodobnie bardzo duży wpływ na zwiększenie ich wydatków osobistych w trakcie pobytu w Krakowie.

- Biały – warianty z przeciętnym wzrostem wydatków i przeciętnymi zmianami poczucia bezpieczeństwa.

METODA	ZMIANA WYDATKÓW ZŁ/1 TURYSTĘ					KWINTYLE POZYCJI				
	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
RACZEJ TAK Przyjedzie ponownie	-5	16	17	28	14	[-]				
Mężczyzna	10	12	12	20	14	[+]	[-]	[-]	[-]	[-]

Wynika z tego, że mężczyźni wraz ze zmianą subiektywnie odbieranego przez siebie poziomu własnego bezpieczeństwa nie są skłonni do wydawania większej ilości pieniędzy. Są to turyści deklarujący, że raczej ponownie odwiedzą Kraków.

- Żółty – warianty z niewielkimi przyrostami wydatków nawet przy wyraźnej poprawie poziomu bezpieczeństwa.

METODA	ZMIANA WYDATKÓW ZŁ/1 TURYSTĘ					KWINTYLE POZYCJI				
	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Pracownik aktywny zawodowo	-9	4	8	13	4	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
Uczęcy się	-29	10	13	21	4	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
(3) Podstawowe	-20	7	7	11	1	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]

Wynika z tego, że nawet wyraźna zmiana poziomu bezpieczeństwa subiektywnie odbierana przez turystów, zarówno aktywnych zawodowo, jak i uczących się (uczeń, student), nie spowoduje zwiększenia wydatków osobistych w trakcie pobytu w mieście. Dotyczy to także osób o wykształceniu podstawowym.

Szary – warianty, w których nie uzyska się żadnych pozytywnych efektów w wydatkach nawet przy wzroście poczucia bezpieczeństwa turystów

METODA	ZMIANA WYDATKÓW ZŁ/1 TURYSTĘ					KWINTYLE POZYCJI				
	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
(2) Średnie	-13	-7	-4	-6	-8	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
Tak POLSKIE	-10	-7	-5	-9	-8	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
(2) Dobry Status Materialny	-28	-6	0	0	-9	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
Samodzielnie	-5	-13	-11	-17	-11	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
GOŚCINNOŚĆ 5	-49	0	1	1	-12	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
TUR. KRAJ. – PL.	-18	-13	-10	-17	-15	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
31–45 LAT	-17	-22	-16	-26	-20	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
ŻYCZLIWOŚĆ 5	-23	-26	-25	-37	-28	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]
ŻYCZLIWOŚĆ 3	-30	-37	-50	-106	-56	[-]	[-]	[-]	[-]	[-]

Wynika z tego, że nawet bardzo wyraźna zmiana oceny poziomu bezpieczeństwa subiektywnie odbieranego i przez turystów krajowych, i zagranicznych z korzeniami polskimi, podróżujących samodzielnie, mających wykształcenie średnie, będących w wieku 31–45 lat, deklarujących dobry status materialny, oceniających bardzo dobrze gościnność krakowskiej destynacji i życzliwość jej mieszkańców, tak na ocenę dostateczną, jak i bardzo dobrą – nie spowoduje żadnych pozytywnych zmian w poziomie wydatków osobistych w trakcie ich pobytu w Krakowie.

Pytaniem otwartym jest kwestia, czy w tym przypadku można oczekiwać wzrostu wydatków w miarę pogarszania poczucia bezpieczeństwa i czy taka sytuacja w ogóle jest możliwa?

Generalnie zjawisko takie – zwiększenie się wydatków w miarę pogarszania się subiektywnego i obiektywnego poczucia bezpieczeństwa – jest możliwe i związane z zabezpieczaniem się osób przed pojawiającym się zagrożeniem lub eliminacją skutków zdarzeń już zaistniałych, a dla turysty niekorzystnych. Jednak temu negatywnemu dla wizerunku destynacji zjawisku winna przeciwdziałać przedstawiona w następnym rozdziale koncepcja bezpieczeństwa socjalnego turystów, będąca swoistą wartością dodaną do produktu turystycznego typu DESTYNACJA.

**KONCEPCJA BEZPIECZEŃSTWA SOCJALNEGO OSÓB
ODWIEDZAJĄCYCH MIASTO W CELACH TURYSTYCZNYCH**

Bezpieczeństwo socjalne turystów jako wartość dodana do produktu turystycznego typu DESTYNACJA

Subiektywne odczucie bezpieczeństwa w ocenie turystów odwiedzających DESTYNACJĘ lub, za M. ŻEMŁĄ⁹ i R. SEWERYN¹⁰, OBSZAR RECEPCJI TURYSTYCZNEJ jest bardzo istotnym elementem tego produktu.

Problem ten zasługuje na głębszą analizę, gdyż „turysta poszukuje w trakcie swojej podróży takich miejsc, w których będzie się czuł dobrze i bezpiecznie. Oznacza to, że każdy stan identyfikowany przez turystę jako zagrożenie dla: życia, zdrowia, mienia czy też tylko realizacji planów wakacyjnych, będzie powodował zmianę kierunku wyjazdu, a w krańcowym przypadku rezygnację z niego. Dlatego też destynacje oferujące turystom: -bezpieczeństwo, -przyjazną akceptację ze strony lokalnej społeczności, -korzystny klimat, -naturalne środowisko, -korzystne warunki sanitarno-higieniczne, -możliwość odnowy psychosomatycznej, -mogą liczyć na wzmożony ruch turystyczny, a co za tym idzie na nowe miejsca pracy i zyski płynące z obsługi przyjezdnych”¹¹, jako że: „do kluczowych elementów dla rozwoju społeczno-gospodarczego regionu należy poziom zatrudnienia jego mieszkańców. Wysoki poziom zatrudnienia oraz niski poziom bezrobocia w regionie tworzy korzystne warunki do wykorzystania dostępnej siły roboczej i odwrotnie, niski poziom zatrudnienia i wysoki poziom bezrobocia świadczy o mniejszym stopniu wykorzystania potencjału ludzkiego hamującego rozwój regionu”¹².

W układzie rodzinnym decyzje o wyborze destynacji bardzo często podejmuje kobieta, kierując się najczęściej bezpieczeństwem dzieci, a w następnej kolejności bezpieczeństwem pozostałych członków rodziny, co obrazuje rysunek nr 1.



Rysunek 1. Decyzja o wyborze kierunku wyjazdu turystycznego

Źródło: K. BORKOWSKI, D. BORKOWSKA, *Cywiliizacyjne uwarunkowania turystycznych form odnowy psychosomatycznej – zagrożenia cywilizacyjne a turystyka*, [w:] *Turystyka a uzdrowiska*. A.

⁹ M. ŻEMŁA, op.cit., s. 17.

¹⁰ R. SEWERYN, op.cit., s. 62.

¹¹ K. BORKOWSKI, D. BORKOWSKA, *Cywiliizacyjne uwarunkowania turystycznych form odnowy psychosomatycznej – zagrożenia cywilizacyjne a turystyka*, [w:] *Turystyka a uzdrowiska*. A. GOTOWT-JEZIORSKA, J. WYRZYKOWSKI (red.), Polskie Stowarzyszenie Turystyki PST, Warszawa 2005, ISBN 83-93231-3-7, s. 28–32.

¹² E. JANIGOVÁ, *Regional unemployment disparity in Slovakia*, [w:] *Revue internationale des sciences humaines et naturelles*. Fribourg: Sciences, éducation, cultures, traditions, nr 2/12, 2012, ISSN 2235-2007.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

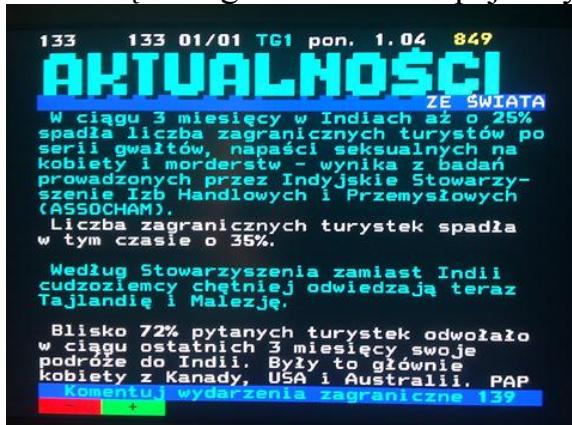
GOTOWT-JEZIORSKA, J. WYRZYKOWSKI (red.), Polskie Stowarzyszenie Turystyki PST, Warszawa 2005, ISBN 83-93231-3-7

Proces odbudowy wizerunku destynacji związanej z elementem bezpieczeństwa jest bardzo długi, bardzo kosztowny i nie do końca skuteczny¹³. Przekonał się o tym Egipt jako destynacja turystyczna po zamachach islamistów na turystów w Luksorze. Podobnie cały wieloletni, bardzo kosztowny program marketingowy Indii jako destynacji turystycznej, pod nazwą „Incredible India”¹⁴, stał się, po serii gwałtów na turystkach, niewiarygodny i prawie całkowicie nieskuteczny w sensie założonych celów marketingowych. Również słowo „incredible” bardzo łatwo z jego pierwotnego pozytywnego sensu przekształcić w świadomości potencjalnych turystów z „nie do wiary” na „niewiarygodny” lub „niegodny wiary”¹⁵.

Rysunek nr 2 obrazuje wymierne skutki obniżenia subiektywnego odczucia bezpieczeństwa w ocenie potencjalnych turystów zamierzających odwiedzić destynację Indie w 2013 roku

Dlatego też w interesie danej destynacji jest stworzyć taki system bezpieczeństwa socjalnego osób odwiedzających ich obszar recepcji, aby czuły się bezpiecznie, a w sytuacji faktycznego zagrożenia uzyskały skutecną zewnętrzną pomoc pozarodzoną od osób fizycznych i prawnych do tego celu predestynowanych.

Wygenerowanie systemu bezpieczeństwa socjalnego turystów odwiedzających daną destynację byłoby istotną wartością dodaną do produktu turystycznego typu destynacja. Przy nieustannie wzrastającej aktywności konkurencyjnej miast i regionów na globalnym rynku turystycznym mocno pozycjonowałoby w rankingu destynacji i dawałoby doskonałe argumenty kreatorom wizerunku destynacji zajmujących się promocją i reklamą danego obszaru recepcji turystycznej.



Rysunek 2. Decyzja o zmianie kierunku wyjazdu turystycznego

Źródło: K. BORKOWSKI, zbiory własne, Telegazeta TVP 1, 1.04.2013 r.

¹³ K. BORKOWSKI, Turystyka – Polityka – Perspektywy – Strategie – Przyczynki do założenia polityki turystycznej państwa, [w:] Biuletyn Informacyjny Polskiego Stowarzyszenia Turystyki nr 1 (2), kwiecień 1992, s. 20: „Rynek turystyczny jest rynkiem bardzo specyficzny, na który wpływ ma wiele trudno przewidywalnych czynników. Dlatego też ryzyko inwestycji w działania reklamowo-promocyjne jest bardzo wysokie. Przykładem tego może być np. awaria reaktora atomowego w Czarnobylu i jej wpływ na gwałtowną zmianę kierunków strumienia ruchu turystycznego w następnych latach.”

¹⁴ „incredible”, tłumaczenie polskie: niesamowity, niestworzony, nie do wiary!

¹⁵ Turysti rezygnują z podróży do Indii. Kobiety boją się gwałtów i przemocy, apa, AP 01.04.2013, aktualizacja: 01.04.2013, godz. 14.12.

http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,13661795,Turysci_rezygnuja_z_podrozy_do_Indii_Kobiety_boja.html

Z czym kojarzą się obecnie turystom Indie? Przed wszystkim z falą gwałtów i przemocy seksualnej. Przez długi czas Indie uchodziły za jeden z bezpieczniejszych krajów dla turystów. Bardzo chętnie podróżowały tam też kobiety. Od grudnia, kiedy doszło do pierwszego z serii naglaśnianych gwałtów, liczba przyjeżdżających turystów spadła o jedną czwartą. O 35% zmalała liczba kobiet, które tam podróżują. Aż 72% organizatorów turystyki potwierdziło, że spotkali się z przypadkami odwoływanego rezerwacji, przede wszystkim przez kobiety, głównie z Wielkiej Brytanii, Stanów Zjednoczonych, Kanady i Australii.

Elementy Systemu Bezpieczeństwa Socjalnego Turystów w destynacji Kraków

ELEMENT CRM. Istotną kwestią, na której koncentrowano się w badaniach, był związek pomiędzy odczuciami pokonsumpcyjnymi (wspomnieniami z podróży) a opinią na temat odwiedzonego terenu. Konsekwencją tej zależności jest bowiem indywidualna niekomercyjna promocja odwiedzanego terenu jako wartościowego celu podróży lub rozpowszechnianie negatywnej opinii na jego temat (w ujęciu generalnym obejmującym kraj, województwo jako destynację recepcyjną, mieszkańców obszaru jako gospodarzy i organizatorów recepcji itd.). Uzasadnione wydaje się zatem zastosowanie w badaniu ruchu turystycznego *Customer Relationship Management*, a dokładnie wykorzystanie CRM do zbierania informacji i kształtowania relacji z zagranicznymi turystami odwiedzającymi destynację krakowską oraz mieszkańcami Polski przyjeżdżającymi turystycznie do Krakowa¹⁶.

Zaletami formuły CRM są: 1.krótki kontakt z turystą odwiedzającym, 2.oddzielenie badań ilościowych od jakościowych z zachowaniem identyfikacji respondenta, 3.obniżenie kosztów pozyskiwania danych, 4.zwiększenie wiarygodności danych – wkład informacyjny samego respondenta, 5.uzyskiwanie informacji w różnych konfiguracjach pytań bez konieczności prowadzenia żmudnych przygotowań, 6.pozyskiwanie pogłębionych opinii eksperckich od osób odwiedzających region.

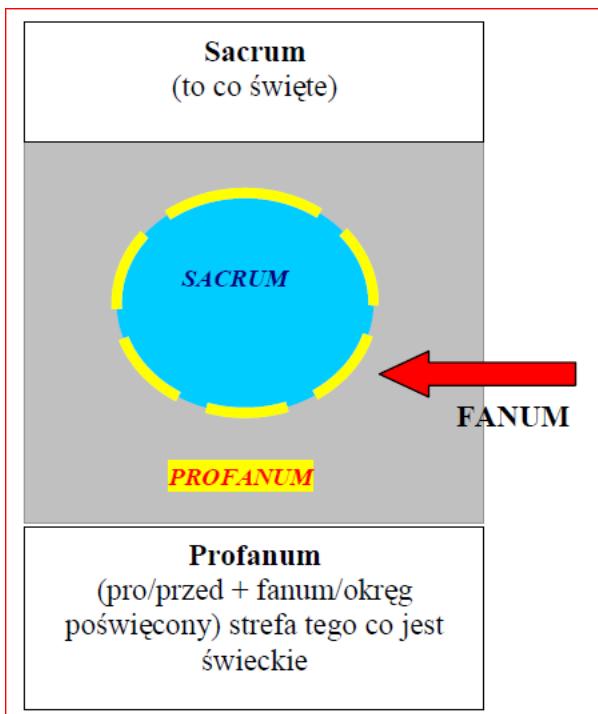
Stwarza to nowy wymiar badań także dlatego, że metoda ta pozwala na uzyskanie od turysty informacji na temat destynacji już po powrocie do miejsca stałego przebywania, na poziomie motywacji intelektualnej, a nie w trakcie trwania podróży, na poziomie motywacji emocjonalnej. Jest to ponadto pomiar adekwatny do naszych czasów, kiedy to badania prowadzone w Europie i na świecie w coraz większym stopniu obejmują wykorzystanie narzędzi elektronicznych.

ELEMENT FANUM. Opiera się na zasadach stosowanych dotychczas w monitorowaniu zjawisk turystycznych przez zespół pozostający w ścisłym powiązaniu z Małopolską Organizacją Turystyczną. Jest jedynie poszerzony o formułę CRM zawierającą się w przekonaniu, że „wędrując po świecie, człowiek dociera do różnych miejsc, w których przerywa podróż, zatrzymuje się w swojej wędrówce. Najczęściej jest to właśnie cel ostateczny w podjętej przez niego podróży.

Miejsce to, w zależności od wyznawanego przez daną osobę systemu wartości, uważane jest przez nią za miejsce osobliwe, szczególne, cenne i może być nazywane w dużym uproszczeniu »sacrum«¹⁷ (zob. rysunek nr 3).

¹⁶ K. BORKOWSKI, R. SEWERYN, *Doświadczenie wynikające z realizacji badań ruchu turystycznego w Krakowie i Małopolsce w latach 2003–2009*, [w:] *Regionalne badania konsumentów usług turystycznych*, (eds.) Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2010, ISBN 978-83-7336-313-7, s. 68–87.

¹⁷ K. Borkowski, *Problemy i techniki obsługi ruchu turystycznego w obiektach sakralnych*, [w:] *Turystyka w obiektach sakralnych i zabytkowych. Problemy obsługi ruchu turystycznego w obiektach sakralnych*. PAT/UJ/IT, Kraków 2000. Jednostka obsługująca konferencję (Instytut Turystyki Oddział w Krakowie) nigdy nie opublikowała materiałów pokonferencyjnych.



Rysunek 3. SACRUM – FANUM – PROFANUM

Źródło: K. BORKOWSKI, R. SEWERYN, Doświadczenia wynikające z realizacji badań ruchu turystycznego w Krakowie i Małopolsce w latach 2003–2009, [w:] Regionalne badania konsumentów usług turystycznych, (eds.) Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2010, ISBN 978-83-7336-313-7, s. 68–87

W każdym przypadku wkraczania odwiedzających w obszar specjalny („strefa sacram”) organizator turystyki winien informować podopiecznych, klientów biura o nieprzekraczalnych zasadach pobytu w strefie i statusie, jaki ma tam turysta. Gość spełniający oczekiwania gospodarza, organizatora pobytu, akceptujący swój status i realizujący w praktyce zasady przebywania w odwiedzanej destynacji ma wszelkie predyspozycje, by poszerzyć krąg (fanum¹⁸) osób jej (destynacji) przyjaznych¹⁹. Ponieważ turysta podejmuje podróż dobrowolnie, dla przyjemności, inwestując w nią swój czas wolny i środki finansowe, jest kompetentnym i bezinteresownym „ekspertem” w kwestii miejsc i atrakcji, które w trakcie swojej podróży odwiedził. U podstaw tego projektu leży pozyskanie do współpracy grona osób deklarujących chęć podzielenia się opinią na temat odwiedzanych miejsc, a także bieżącej informacji na temat funkcjonowania elementów produktu turystycznego typu destynacja, opisanych szczegółowo w tabeli nr 1.

¹⁸ Fanum (łac.) – okrąg poświęcony otaczający sacram. Może przybrać formę materialną, jako nieprzekraczalna granica typu mur, ogrodzenie, może jednak być jedynie oznakowany współrzędnymi geograficznymi sporadycznie znacznikami typu słupki z tablicą lub bez tablicy. Informuje o przejściu z jednego obszaru, np. sacram, w drugi, np. profanum. Przykładem może być granica państwa czy parku narodowego. K. BORKOWSKI, [red.], *Obsługa ruchu turystycznego a karnoprawna ochrona granic Rzeczypospolitej Polskiej*, WSTiE Sucha Beskidzka 2009, ISBN 978-83-926999-4-1, s. 5. „Obsługa ruchu turystycznego będącego częścią zjawiska określonego jako ruch podróżniczy nierozerwalnie związana jest z problematyką przekraczania granic państwowych, będących swoistym rodzajem „fanum”, poświęconego kręgu oddzielającego obszar o szczególnej wartości, specjalny, świętym od tego co znajduje się przed tym kręgiem (za granicą) w obszarze „profanum”. Zakładając, że takim szczególnym sacram jest obszar państwa za którego integralność terytorialną i wolność kolejne pokolenia mieszkańców ponosili najwyższą ofiarę,...”

¹⁹ Fanum może jednak przybrać formę całkowicie niematerialną i składać się z osób przychylnych danej wartości we wnętrzu fanum, gotowych chronić, zabezpieczać, udzielać pomocy, udzielać prawidłowej i rzetelnej informacji o destynacji, przeciwdziałać czarnemu piarowi itp. Wspomniane osoby dzielą się na te właśnie przebywające w destynacji (mieszkańcy, rezydenci, odwiedzający) i te, które tymczasowo przebywały w danej destynacji i powróciły już do miejsc stałego pobytu.

ELEMENT GSM²⁰ w obszarach: 1. dane – BIG Data (dane otwarte, obszar data manningu, relacyjność, wnioskowanie, algorytmika, kontekstowość, łączenie, personalizacja, monetyzacja danych (use cases), 2. multimedia (kontent, nowe usługi konsumujące różnoraki kontent, personalizacja), 3. otwarte platformy usługowe, API, nowe usługi komunikacyjne, 4. lokalizacja operatorska jako element rozwiązań komunikacyjnych (sytuacje antykryzysowe, dyspersja, nadzór, informacja), 5. dość szeroki zakres dotykający komunikacji mobilnej, wykorzystującej funkcje operatorskie.

Łącząc wszystkie te elementy, w ramach efektu synergii można od razu otrzymać sprawnie funkcjonujący system wczesnego ostrzegania przed anomalnymi zjawiskami. To z kolei daje również możliwość aproksymacji przyszłych zdarzeń związanych z badanym zjawiskiem (w tym przypadku przyjazdowym ruchem turystycznym).

Koncepcja Systemu Bezpieczeństwa Socjalnego Turystów w destynacji Kraków

Kierując się powyżej opisanymi aspektami dotyczącymi zjawisk towarzyszących zarówno krajowej, jak i zagranicznej turystyce przyjazdowej do destynacji turystycznej oraz wynikami wieloletnich badań przyjazdowego ruchu turystycznego do Krakowa, sugeruje się podjęcie przedstawionych niżej działań, mających na celu zapewnienie bezpieczeństwa socjalnego turystom deklarującym eufunkcyjne cele gościnnego pobytu w destynacji, zgodne z interesem mieszkańców, gospodarza destynacji, a niesprzeczne z wartościami nawiedzającego destynację gościa. 1. Umożliwienie w ramach CRM rejestracji elektronicznej turysty w destynacji w wariantach: a) przed przyjazdem, b) w trakcie pobytu w destynacji. 2. Umożliwienie w ramach GSM połączeń awaryjnych podobnych do, opisanego w podrozdziale 3.2., ogólnopolskiego telefonu bezpieczeństwa dla turystów z zagranicy, z tą różnicą, że telefon tenłużyby nie tylko zarejestrowanym²¹ turystom z zagranicy, ale również turystom krajowym oraz mieszkańcom krakowskiej destynacji skłonnym dzielić się informacjami o Krakowie z osobami przyjezdnymi i gotowym udzielić turystie pomocy (np. językowej) w sytuacji wezwania²². Pomoc mogłaby być świadczona na dystans, telefonicznie, ale również bezpośrednio, twarzą w twarz. W ramach GSM możliwa byłaby mnożenie sygnału pomocy do osób zalogowanych w systemie, a będących najbliżej miejsca, w którym znajduje się wzywający pomocy. Już sam fakt wyczulenia na zagrożenie i gotowość udzielenia pomocy potrzebującemu niesie szansę na zniwelowanie tegoż zagrożenia lub na udokumentowanie przez telefony komórkowe okoliczności niebezpiecznego zdarzenia²³.

Przygotowanie dla zarejestrowanego turysty dokumentu typu CERTYFIKAT/PASZPORT/ GOŚĆ KRAKOWA (GOŚĆ KRAKOWSKI), w którym widniałoby Itinerarium²³ jego pobytu w Krakowie. Dokument taki mógłby

²⁰ Sieci oparte na tym systemie oferują usługi związane z transmisją głosu, danych (na przykład dostęp do internetu) i wiadomości w formie tekstuowej lub multimedialnej.

²¹ Identyfikacja zgłoszenia.

²² Jest mnóstwo przeszkolonych, a mało aktywnych pilotów wycieczek znających język obcy i mieszkających w Krakowie. Osoby takie są przygotowane do rozwiązywania również problemów egzystencyjnych indywidualnych turystów, a nie tylko do obsługi turystyki grupowej. Podobnie rzecze ma się z miejskimi przewodnikami turystycznymi.

²³ itinerarium, itinerariusz, w starożytym piśmiennictwie: przewodnik dla podróżnych lub opis podróży z praktycznymi wskazówkami, <http://sjp.pwn.pl/sjp/itinerarium;2467015.html>

występować w wersji elektronicznej, ale należy również rozpatrzyć, w ramach tworzenia FANUM KRAKOWA, elegancką wersję papierową, którą zainteresowany mógłby otrzymać przy następnym pobycie w Krakowie lub odebrać za pośrednictwem tradycyjnej poczty, a ta dostarczyłaby na adres domowy (rejestracyjny) nie tylko dokument, ale także dodatkowe materiały promocyjne na temat Krakowa i okolic lub nawet całej Małopolski.

WNIOSKI KOŃCOWE. Podróżny (turysta) jako jednostka, poprzez akt aktywności przestrzennej polegający na tymczasowej zmianie miejsca pobytu, wprowadza do istniejącego „układu przestrzeni (w tym również społecznej” zmiany, naruszając jego stabilność. Dlatego bardzo problematycznym i dyskusyjnym jest oczekiwanie od zjawiska turystyki równoważności, ponieważ istotą turystyki jest właśnie wspomniana aktywność przestrzenna człowieka, a to oznacza nic innego jak efekt wytrącenia z równowagi całego dotychczasowego układu, w tym również układu społecznego. Jeżeli efekt ten zmultiplikować miliard razy (a taki wymiar ma światowy ruch turystyczny), to otrzymujemy coś, co poszerza listę istniejących przykładów, układów przejawiających skomplikowane zachowanie, których chaotyczność nie została do tej pory udowodniona. Przykładami takich układów są np. turbulencja, giełda czy ewolucja, które powiązane są z pojęciem „efektu motyla” albo chaosu deterministycznego. W sytuacji wzrastającej entropii (a tak jest przy przechodzeniu strumienia ruchu turystycznego z jednego układu przestrzeni społecznej do drugiego) trudno wówczas to, co dzieje się w ruchu turystycznym o takiej skali zjawiska, nazwać efektem zrównoważonym. Natomiast zwiększyony poziom nieokreśloności ma bardzo poważny wpływ na obiektywny stan bezpieczeństwa oraz na jego subiektywny odbiór przez osoby, które turystycznie zmieniły miejsce stałego przebywania. **Nie oznacza to jednak, że nie należy dążyć do równoważenia skutków tego zjawiska, podejmując działania profilaktyczno-naprawcze.**

Pomimo że w układzie rodzinnym decyzje o wyborze destynacji bardzo często podejmuje kobieta, kierując się najczęściej bezpieczeństwem dzieci, a w następnej kolejności pozostałych członków rodziny, z badań bezpieczeństwa w Krakowie z opinii turystów nie wynika, że mężczyźni różnią się od kobiet w subiektywnej ocenie swojego bezpieczeństwa w destynacji. Na podstawie analizy przypadków wykazano również, że służby odpowiedzialne za wsparcie turystów w sytuacjach losowych nie zawsze odpowiednio reagują na ich potrzeby pomocy i opieki.

W wyniku analizy teoretycznej stwierdzono, że:

1. Bezpieczeństwo socjalne turystów jest to stan obiektywny polegający na braku zagrożenia, odczuwany subiektywnie przez jednostkowych turystów lub grupy turystyczne.
2. Bezpieczeństwo socjalne turystów ma bardzo krótki horyzont czasowy i bardzo zintensyfikowany (ilościowo i jakościowo) zakres działania, gdyż występuje presja czasu warunków obiektywnych w destynacji.
3. Jest to pomoc udzielana w ramach państwej gwarancji uzyskania przez polskiego podróżnego pomocy zewnętrznej (pozarodzinnej) w przypadkach zdarzeń losowych, zarówno w kraju, jak i poza jego granicami.
4. Istnieją obiektywne zabezpieczenia socjalne (pokrywane ze środków budżetowych) turystów (osób) przebywających na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, bez względu na obywatelstwo i narodowość.

Dlatego też uznano, że zagadnienie analizowane w pracy można zdefiniować w sposób następujący: „**Bezpieczeństwo socjalne turysty – wynikiem** kreatywnej działalności **osób i instytucji do tego celu powołanych** i oznacza holistyczną i dynamiczną sytuację obiektywną podmiotu, polegającą na braku zagrożenia, odczuwaną subiektywnie przez jednostkowych turystów lub turystyczne grupy społeczne, a kształtuwaną **przy pasywnym i aktywnym jego (podmiotu) udziale w oparciu o aktywność zewnętrzną osób i/lub instytucji pozarodzinnych**”.

Wykazano również, że: już samo przyjęcie przez władze samorządowe miasta formuły, iż osoba deklarująca turystyczny pobyt w Krakowie podlega ochronie socjalnej na równi z mieszkańcem miasta, spowodowałoby wytworzenie subiektywnego odczucia bezpieczeństwa wśród turystów, co jest równoznaczne z realizacją zasady, że: „**równość bezpieczeństwa wyraża się w tym, że bezpieczeństwo socjalne turysty jest wolnością od zagrożeń, które skutkują brakiem lub niedostatkiem środków utrzymania osób będących czasowo poza swoim stałym miejscem przebywania, a podróżujących turystycznie**”.

Takie subiektywne poczucie bezpieczeństwa, a zarazem doinformowanie turysty o nieprzekraczalnych zasadach zachowania się w danej destynacji skutkować powinno wydłużeniem pobytu w destynacji i chęcią polecenia jej innym znanym turyście osobom jako destynacji przyjaznej turystom. Jednocześnie w analizie wydatków skorelowanych z oceną poziomu bezpieczeństwa wykazano, że wzrost o jeden poziom subiektywnych odczuć wszystkich turystów na temat swojego bezpieczeństwa w Krakowie skutkowałby wzrostem wydatków o 15 zł, co w odniesieniu do 7 250 000 ogółu turystów, obliczonego dla Krakowa w 2014 roku²⁴, dałoby dodatkową kwotę rzędu 108 mln 750 tys. zł pozostawionych przez turystów w Krakowie. Efekt ten jest nie do pogardzenia, biorąc pod uwagę fakt, że co piąty mieszkaniec Krakowa proficuje z uczestnictwa w obsłudze przyjazdowego ruchu turystycznego do krakowskiej destynacji.

• Dodatkowe korzyści płynące dla obywateli miasta z przyjęcia formuły ochrony socjalnej turystów: korzyść finansowa dla branży usług hotelowych (definicja turysty wymaga spędzenia minimum jednego noclegu w danej destynacji), co oznacza przejście odwiedzającego z kategorii „odwiedzający jednodniowy” do kategorii „turysta”,

• sytuacja ta stwarza dla przedsiębiorcy turystycznego operującego w destynacji możliwość przedstawienia turyście oferty okołonoclegowej związanej z pobytom w destynacji,

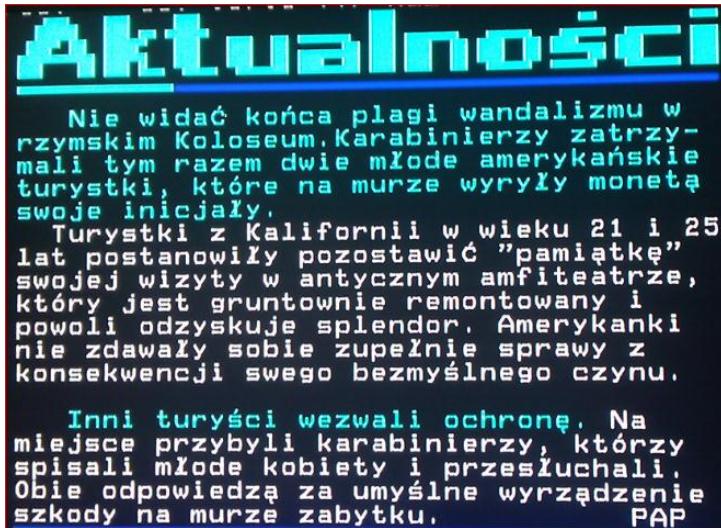
• jest atutem promocyjnym miasta Krakowa jako destynacji przyjaznej turystom,

• zapewnia przewagę konkurencyjną Krakowa w stosunku do destynacji, które takich formuł nie mają,

• stwarza możliwość mobilizacji społecznej mieszkańców destynacji, zarówno w zakresie informacyjnym na temat występujących w niej zagrożeń, jak i niesienia bezpośredniej pomocy turyście, daje efekt „*Oka Opatrzności*”, co w dobie

²⁴ K. BORKOWSKI, T. GRABIŃSKI, L. MAZANEK, R. SEWERYN, A. WILKOŃSKA, E. GRABIŃSKA, *Ruch turystyczny w Krakowie*, 2014 r., tom I. Monografia, *Badania triangulacyjne*, Wyd. Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków 2014, (red.) K. BORKOWSKI. Recenzja: prof. dr hab. A. NOWAKOWSKA, prof. dr hab. L. KOZIOL, dr hab. KRZYSZTOF KAGANEK, ISSN 2299-2863 DRUK e-ISSN 2299-2871, s. 44, stron 367, <http://www.mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html>

powszechniej komunikacji cyfrowej powinno stworzyć bardzo duży potencjał destynacji, zarówno pod względem możliwości udzielenia skutecznej i wystarczającej pomocy potrzebującemu turystie, jak i zbierania materiału dowodowego ujawniającego zachowania sprzeczne z ogólnie przyjętymi i podanymi do wiadomości zasadami przebywania w danej destynacji. Można to zaobserwować na rysunku nr 4.



Rysunek 4. Efekt naturalnego oddziaływanego sfery FANUM

Źródło: K. BORKOWSKI, zbiory własne, Telegazeta TVP 1, 8.03.2015 r

Na rysunku nr 4 pokazano, że istnieje naturalny poziom FANUM²⁵, który, proponowany w niniejszej pracy jako składowa projektu o nazwie „Konceptja systemu bezpieczeństwa socjalnego turystów w destynacji Kraków”, może ulec wzmocnieniu pod warunkiem skrupulatnego zastosowania wszystkich opisanych w koncepcji elementów systemu.

Projekt ten zakłada, że osoba odwiedzająca Kraków i jego mieszkańców przyjeżdża do miasta w celach pozytywnych, zgodnych z ogólnie przyjętymi zasadami, wartościami etycznymi i moralnymi. Dlatego aksjomatem jest, że to osoba przyjazna miastu i jego mieszkańcom. Dzięki takiemu podstawowemu założeniu turysta uzyskuje status GOŚCIA i korzysta w pełni ze staropolskiej gościnności w Małopolsce.

ZAKOŃCZENIE. Bezpieczeństwo osobiste podróżującego stanowi kluczowy element każdej podróży, dlatego też tak istotne jest, aby udostępnianie osobom podróżującym kolejnych obszarów przestrzeni, tak geograficznej, jak i społecznej, odbywało się nie tylko na podstawie analizy ekonomicznej korzyści finansowych uzyskiwanych dzięki przyjezdnym (turystom), ale przede wszystkim w odniesieniu do eufunkcjonalnego kształtuowania kontaktów nawiedzających się społeczności – z zachowaniem i poszanowaniem elementarnych zasad etycznych i moralnych obowiązujących w danej destynacji. Oznacza to po pierwsze konieczność podnoszenia poziomu świadomości turystów (m.in. utwierdzanie ich w przekonaniu, że cały czas są w destynacji gościmi, a nie klientami), a po drugie – dużą akcję informacyjną skierowaną do mieszkańców danej destynacji, wyjaśniającą im m.in.

²⁵ „Fanum może jednak przybrać formę całkowicie niematerialną i składać się z osób przyjaznych danej destynacji, gotowych chronić, zabezpieczać, udzielać pomocy, udzielać prawidłowej i rzetelnej informacji o destynacji, przeciwdziałać czarnemu piarowi itp....”

kwestie zachowań i obyczajów turystów. Gościnność i życiowość mieszkańców danej destynacji jest bardzo istotnym elementem umożliwiającym odwiedzającemu wejście w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym, tak jak definiuje to socjolog turystyki KRZYSZTOF PRZECŁAWSKI. Zarazem stwarzają one autentyczne podstawy do wzajemnego zrozumienia się odwiedzanych i odwiedzających, a co za tym idzie do akceptacji odmienności i wyeliminowania strachu przed „nieznanym”, „obcym”, „innym”. Bezpieczeństwo socjalne turysty realizuje się jako: „**równość bezpieczeństwa wyrażająca się w tym, że bezpieczeństwo socjalne turysty jest wolnością od zagrożeń, które skutkują brakiem lub niedostatkiem środków utrzymania osób będących czasowo poza swoim stałym miejscem przebywania, a podróżujących turystycznie**”. Jeżeli zagwarantować ten sam poziom równości bezpieczeństwa socjalnego i stałym mieszkańcom danej destynacji, i turystom czasowo destynację odwiedzającym, wówczas wydaje się prawdopodobne zaistnienie, sygnalizowanych przez R. SZARFENBERGA, „realnych gwarancji pełnego rozwoju jednostek”. Zakładając, że zabezpieczenie społeczne powinno być uprawnieniem wszystkich obywateli i powinno być skutecznie realizowane w razie potrzeby, to osoby odwiedzające (turyści) daną destynację, **traktowane jako społecznie pożądana część lokalnej struktury społecznej**, winne móc w uzasadnionej sytuacji potrzebie w pełni korzystać z socjalnych uprawnień obywatelskich stałych mieszkańców destynacji. U osób będących w podróży turystycznej zniknie wówczas przekonanie, że jako „obce” są wykluczone społecznie w kontekście dostępu do systemu zabezpieczenia socjalnego w danej destynacji.

Bibliografia

- 1.K. BORKOWSKI, D. BORKOWSKA. *Cywilizacyjne uwarunkowania turystycznych form odnowy psychosomatycznej – zagrożenia cywilizacyjne a turystyka*, [w:] *Turystyka a uzdrowiska*. A. GOTOWT-JEZIORSKA, J. WYRZYKOWSKI (red.), Polskie Stowarzyszenie Turystyki PST, Warszawa 2005, ISBN 83-93231-3-7,
- 2.K. BORKOWSKI, J. KUCHARSKI. *Etyka pilota wycieczek*, [w:] *Etyka przewodników turystycznych i pilotów wycieczek*, (red.) Z. KRUCZEK (eds.) Proksenia, Kraków 2010, ISBN 978-83-60789-21-6. Monografie o tematyce turystycznej
- 3.K. BORKOWSKI. *Problemy i techniki obsługi ruchu turystycznego w obiektach sakralnych*, [w:] *Turystyka w obiektach sakralnych i zabytkowych. Problemy obsługi ruchu turystycznego w obiektach sakralnych*. PAT/UJ/IT, Kraków 2000. Jednostka obsługująca konferencję (Instytut Turystyki Oddział w Krakowie) nigdy nie opublikowała materiałów z konferencji.
- 4.K. BORKOWSKI, R. SEWERYN. *Doświadczenia wynikające z realizacji badań ruchu turystycznego w Krakowie i Małopolsce w latach 2003–2009*, [w:] *Regionalne badania konsumentów usług turystycznych*, (eds.) Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2010, ISBN 978-83-7336-313-7,
- 5.K. BORKOWSKI, T. GRABIŃSKI, L. MAZANEK, R. SEWERYN, A. WILKOŃSKA, E. GRABIŃSKA. *Ruch turystyczny w Krakowie*, 2014 r., tom I.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Monografia, Badania triangulacyjne, Wyd. Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków 2014, (red.) K. BORKOWSKI. Recenzja: prof. dr hab. A. NOWAKOWSKA, prof. dr hab. L. KOZIOŁ, dr hab. KRZYSZTOF KAGANEK, ISSN 2299-2863 DRUK e-ISSN 2299-2871, stron 367, <http://www.mot.krakow.pl/badanie-ruchu-turystycznego.html>

6.K. BORKOWSKI. Turystyka – Polityka – Perspektywy – Strategie – Przyczynek do założeń polityki turystycznej państwa, [w:] Biuletyn Informacyjny Polskiego Stowarzyszenia Turystyki nr 1 (2), kwiecień 1992

7.K. BORKOWSKI. Wizerunek destynacji turystycznej – element produktu turystycznego, [w:] Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej, nr 3/2013, ISSN 2084-8722,

8.K. BORKOWSKI. [red.], Obsługa ruchu turystycznego a karnoprawna ochrona granic Rzeczypospolitej Polskiej. WSTiE Sucha Beskidzka 2009, ISBN 978-83-926999-4-1,

9.L. DZIEWIECKA-BOKUN Bezpieczeństwo socjalne jako podstawa pokoju społecznego, [w:] Między tradycją a przyszłością w nauce prawa administracyjnego. Księga jubileuszowa dedykowana profesorowi Janowi Bociowi, bezpieczeństwa socjalnego, [w:] Polityka Społeczna nr 3/1988,

10.E. JANIGOVA. Regional unemployment disparity in Slovakia, [w:] Revue internationale des sciences humaines et naturelles. Fribourg: Sciences, éducation, cultures, traditions, nr 2/12, 2012, ISSN 2235-2007.

11.L.F. KORZENIOWSKI. Podstawy nauk o bezpieczeństwie, Warszawa, Difin 2012, s. 75. ISBN 978-83-7641-518-5.

12.R. PERETIATKOWICZ. Ekonomika turystyki, AWF Kraków 1979,

13.D. M. PIEKUT-BRODZKA. Związki polityki społecznej i pracy socjalnej a bezpieczeństwo socjalne, [w:] Bezpieczeństwo socjalne, red. L. FRĄCKIEWICZ, Katowice 2003,

14.R. SEWERYN. Kreowanie wartości dla klienta przez obszar recepcji turystycznej, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012, ISSN 1899-0428, ISBN 978-83-7252-602-1.

15.J. SUPERNAT (red.), ISBN 978-83-229-3044-1, Wrocław 2009, s. 131.

16.M. ŻEMŁA. Wartość dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej, Górnouślaska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfantego, Katowice 2010, ISBN 978-83-60953-29-7.

EUROPEAN INTEGRATION, INTERNATIONAL SAFETY AND INTERNATIONAL TOURISM. A MUTUAL INFLUENCE?

Under the process of internationalization, this article tries to define how the three phenomenon of European Integration, international safety and international tourism do influence each other. Seeing tourism as one of the driving factors of integration, the article aims to emphasize, if these phenomenon can be regarded as an upturned spiral with a positive contribution of each of the phenomenon and develops an approach to measure this influence. Furthermore the article tries to articulate the limits of these effects. Therefore the author raises two questions: How do the phenomenon influence each other? And could there be defined a turning point, which ends this positive upturn spiral?

Keywords: European integration, international safety, international tourism.

Introduction

When one thinks about the process of internationalization one can think about the internationalization of several spheres, such as: the internationalization of economy, communication, and politics. With some outstanding characteristics, each of these spheres share some common characteristics of the mentioned process like i.e.: the *cross border cooperation* and *intercultural exchange*. As a result, these tendencies lead to an interdependent economic network, shared information in the field communication and exchange of best practices in the political sphere. Therefore, one can say that these processes bring the societies closer together. The same applies to international tourism, which the World Tourism Organization (UNWTO) defines as follows: “International tourism *comprises* inbound tourism *plus* outbound tourism, *that is to say, the activities of resident visitors outside the country of reference, either as part of domestic or outbound tourism trips and the activities of non-resident visitors within the country of reference on inbound tourism trips*” (UNWTO 2008).

Surely one cannot analyze the phenomenon of international tourism detached from any economic or political implications, but one must examine tourist integrations as being different “from economic-political ones since they are not based solely on economic-political developments in Europe, but also on the existence of natural attractiveness of European macro regions and their integral evaluations” (Gligorijevic, Petrovic, 2009, S.123). With its internationalization, the tourism of today is one of the keys to development, prosperity and well-being (UNWTO 2014a) and nevertheless became one important driving factor for the European integration process (Committee of the Regions, 2006, Gligorijevic, Petrovic, 2009). In this context international safety appears as the main basic principle of both, the European integration in the field of international tourism and the international tourism itself. Thus international safety must be considered as an indispensable condition for travel and tourism, which gained a much bigger importance in the last two decades in tourism (Kövári, Zimány, 2010).

Trying to determine the influence of each of the phenomenon the article raises the following hypothesis: *the higher the European integration in the field of tourism, the greater it contributes to international safety that, in turn, do lead to a growth of international tourism.* It is assumed, that the three phenomena directly correlate with each other and can be conceptualized as an upturned spiral. This means according to the hypothesis, that a growing European integration has a positive impact on the international safety, which as a result, do lead to positive effects on the readiness of people to travel (positive stimulus for international tourism).

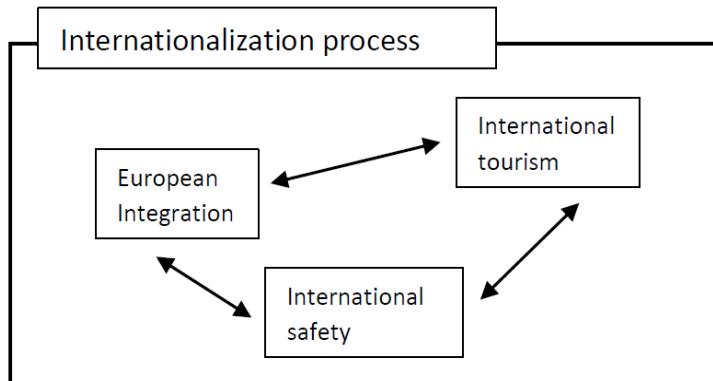


Figure 1 – composed by author

Arguing along this basic idea, the article is divided in three sections. First, it outlines the importance of international safety and develops an approach to measure its influence on international tourism. Section two deals with the European integration in the context of international tourism, whereas the conclusion tries to define the turning point, which ends the positive upturn spiral.

International safety – implications and measurement. Terroristic acts, asymmetric warfare, local wars, natural disasters, epidemics and pandemics are examples for present threats, that we are witnesses to and that underline the unbroken needs for steadily up to date concepts of international safety (Kövári, Zimány, 2010). The terroristic motivated attacks against satirical weekly magazine “Charlie Hebdo” in January 2015 or the probably deliberately caused air crash of flight 4U9525 from Barcelona to Düsseldorf in Mai 2015 have dramatically shown the world again, that the topic of international safety can absolutely not be considered as a historic affair. Rather it is a topic of high importance that needs our attention every day with an even growing and bigger impact on world affairs than ever before. As a result, also the tourism industry “could not avoid the negative impacts and consequences of these events” (ibid. 59). Involving the movement of hundreds of millions of individuals, tourism is therefore by no means immune to external shocks (UNWTO 2011) and has to bear a high responsibility to guarantee at least a certain level of safety. As a consequence, crisis management and crisis communication, as well as the development of a sustainable tourism, connected with a safety management, have become important implications for the international tourism of today.

In this context, the term of international safety plays a key role and is defined as “the state in which the possibility of harm or of property damage is reduced to, and maintained at or below, an acceptable level through a continuing process of hazard identification and safety risk management” (International civil aviation organization

2013: 2-1). Safety as discussed in this article does not only refer to property, but relates to a broader concept that also includes health and well-being (Top 2012) as well as the safeties of transport.

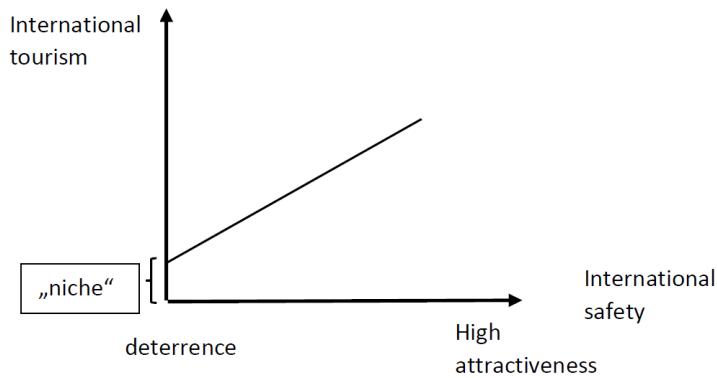
Caused by the constantly changing environment, the term and concept of international safety can never be stable. Thus, table one gives an overview on several developments of the term:

Table 1
The changing concepts of safety and security in tourism (1950-2010)

<i>Period</i>	<i>Main characteristic</i>	<i>Features, attributes</i>
Mass tourism/1. 1950-1970	Safety and security in tourism as one of the problems in tourism Simplified approach in the perception of safety and security issues in tourism	<ul style="list-style-type: none"> - Tourism security is a one or two-dimension notion - Only few elements of security issues are in focus (public safety, health safety, road safety etc) - Within the elements of safety and security only a small number of factors were given importance (e.g. health and hygiene problems: 1. drinkable water, 2. necessity of vaccination, 3. cleanliness of toilets) - Security problems are localized in time and space - Security problems may affect the image of a city or country but not the image of a whole region - Travel related risks and problems are not raised on the international level of tourism industry (excluding international transport regulations) - Solving problems of security depends mainly on the regulations of the national authorities
Mass tourism/2. 1970-1990	Period of enlargement of security concept of tourism	<ul style="list-style-type: none"> - Additional risk factors appear in travel and tourism (airplane hijacking, terrorist actions as a tool of social struggle) - Threats on security reach regional level in some regions of the world (Middle East, Basque country etc.) - Beginning of a wider international cooperation related to security issues - Technical improvements in safety e.g. air transport - WTO draws attention on safety, security of tourists (Hague Declaration on Tourism, 1989) - Compact but specific (that is to say not general) solutions are created (e.g. the case of El Al Israeli airlines)
Transition to Global Tourism 1990-	Period of complex perception of security and safety in tourism	<ul style="list-style-type: none"> - Numerous new elements appear within the tourism security issues due to the omnipotent factors of globalization meaning that national/regional economies, societies and cultures become integrated through a worldwide network of communication (internet!), mobility (tourism!), trade of goods and services. (personal data security, environmental security, natural disasters, pandemics etc) - Security of travel has become a global problem that we can not disregard - Number of destinations, situations and tourists affected by the lack of security is increasing - Lack of security causes regional stagnation or decrease in tourist flows and even on global level (9/11.) - Basic changes in security concept in travel and tourism, understanding the necessity of common actions

Source: Kövári, Zimány, 2010, S. 60.

A further competition in dealing with the term appears in the measurement of international safety in relation to tourism. Contributing to the theoretical development of the term, the article defines two possible (extreme) consequences of a fluctuating understanding of international safety: as a negative consequence, a decreasing safety can lead to deterrence. Here a majority of people would avoid to travel in a certain area, because they expect a high risk for their safety. An increasing/convincing state of safety, in turn, can lead to (high) attractiveness of an area, where the people do not expect any sort of risk for their safety. Based on this theoretical assumption, people are more likely expected to travel in such an area, for example represented by the member states of the European Union. In result, the author of this article presents the following model to measure the influence of various degrees of international safety on international tourism:



Model 1: composed by author

As “niche” the article defines special resources for adventure tourism²⁶, which attracts people especially because of its risk or it’s unique characteristic of being dangerous (such as extreme climbing tours or travels to war zones etc.).²⁷

Concluding this section, it rests open to identify and explain the turning point of the upturn spiral. “Turning point”, as referred to in this article, defines a situation, where the deterrence reached a level, which cannot be (re-)framed as attractive through methods like marketing, communication (such as press relations) or advertising strategies. Lately, when the risk to fail, while communicating any sort of attractiveness for a certain region gets too high for a tourist agency, the point is reached, where the absence of safety leads to a going down of the upturn spiral. As examples one can think about natural disaster, “hot” warfare or the breaking out of epidemics.

European integration in the context of international tourism. The process of European Integration covers the development of widening, deepening and enlargement of the European Union (EU) in several spheres. Started as European Coal and Steel Community (ECSC), the EU has revealed an unprecedented development of integration since the Treaty of Rome on 1 January 1958, till today. This integration “comprises political, economic, social and of course cultural coordinates” (Severineanu, Mazilu 2006: 1184). At the same time it tributes respect to the cultural diversity in the European area, “where nobody is forced to give up its traditions and own cultural identity” (*ibid.*). This approach can be best subscribed with one of the main mottos of European politics that aims to be “united in diversity” (Blokker 2006). Same applies when one thinks about the field of tourism - defined by its multidimensional characteristics - as a sector, which is highly influenced by the new demands derived from the widening, deepening and enlargement of the EU (Cardoso, Ferreira 2000) Put it in a nutshell tourism in the context of EU can be described as a “global phenomenon that is shaped locally. As such, tourism is primarily a matter of local and regional responsibility” (Committee of the Regions 2006: 1). This saying, (sustainable) tourism is regarded as a factor of cohesion among

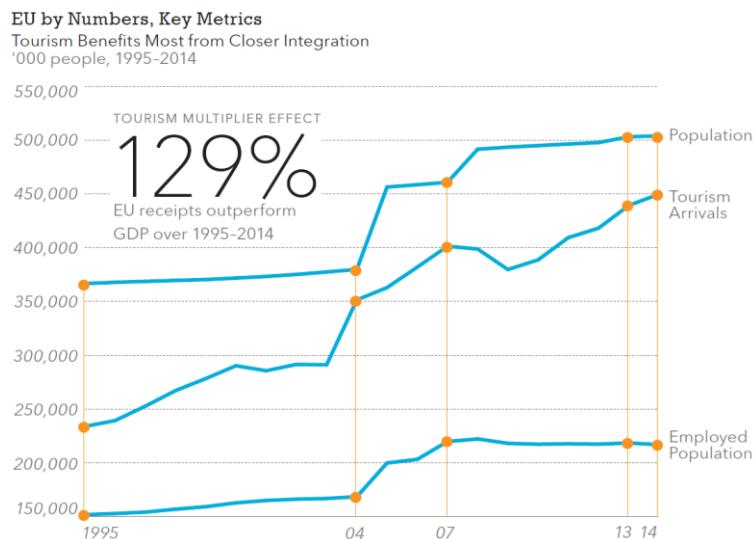
²⁶ For a global report on adventure tourism see UNWTO 2014b.

²⁷ To circumstantiate the meaning of adventure tourism as a new trend one can refer to a study conducted by the ATTA, The George Washington University and Xola Consulting, which found that the global value of adventure tourism 2010 was USD 89 billion. The study was repeated in 2013 and revealed that 42% of travelers departed on adventure trips, making the sector worth USD 263 billion – an increase of 195% in two years (UNWTO 2014b).

the European region and thus can be understood as a driving force of the integration process, which will be debated in this section.²⁸

The important role that tourism plays in “job creation, in the increase of income per inhabitant and, in many regions, in the development of infrastructures, skilled labour and economic diversification” (Cardoso, Ferreira 2000: 404; Richeter 1994) has been discovered by and raised the awareness of the European institutions already decades ago. Therefore, in 1982 common tourist activities were initiated on the level of the EU when the Council of the EU adopted the document “Initial guidelines for the development of community tourism politics” (Gligorijevic, Petrovic 2009). An “action plan in favour of tourism” (European Commission, 1997) was created and with the forming of a counseling body in 1986, the EU aimed to exchange information more effectively, have consultations and initiate cooperation between the member states (*ibid.*). As a result of this processes the great importance of the tourism for the EU has not only contributed to its further differentiation, but can also be measured in terms of employment, economic development, ecology and the protection of natural and cultural environment, reinforcement of European identity, homogenizing factor of economic and social development in general and its contribution in forming a common market of tourism. Outlining the meaning of tourism as an attractive economic profession in the context of European Integration, the following table shows some key numbers:

Table 2
Datagraphic: Impact of EU Integration on Tourism



Source: Euromonitor International 2013.

Including both, tourism centered countries and tourism outgoing countries with a high level of income, the integration process of the EU plays an important role in international tourism as table 2 above proofs (tourism arrivals, tourism multiplier effect). Taking into account some further international tourism indicators this picture becomes even clearer: “the European Union is the world’s biggest tourism market with the 50% - 55% market share. Thus, tourism plays a vital role for EU and it

²⁸ Contrariwise the term “tourism” was just mentioned in Article 3 of the Maastricht Treaty (Corfu, Breda, Costa 2006).

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

accounts for 5, 5% of the Union's GNP" (Pirnar, Miral 2006). Table 3 supports this point:

Table 3

International Tourist arrivals

	International Tourist Arrivals (million)							Market share (%)	Change (%)	Average annual growth (%) '05-'13*
	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013*			
World	434	528	677	807	948	1,035	1,087	100	4.1	5.0
Advanced economies ¹	296	334	421	459	506	551	581	53.4	3.8	5.4
Emerging economies ¹	139	193	256	348	442	484	506	46.6	4.4	4.5
By UNWTO regions:										
Europe	261.1	304.0	388.2	448.9	484.8	534.4	563.4	51.8	3.6	5.4
Northern Europe	28.2	35.8	46.6	60.4	62.7	65.1	68.9	6.3	0.9	5.8
Western Europe	108.6	112.2	139.7	141.7	154.4	167.2	174.3	16.0	3.5	4.2
Central/Eastern Europe	33.9	58.1	69.3	90.4	94.5	111.7	118.9	10.9	8.3	6.5
Southern/Mediterr. Eu.	90.3	98.0	132.6	156.4	173.3	190.4	201.4	18.5	1.9	5.7
- of which EU-28	229.7	267.3	332.3	363.8	380.0	412.2	432.7	39.8	2.7	5.0

Source: UNWTO 2014a

Now the article will focus the influence of the European Integration on international tourism and highlights some European measures affecting tourism:

Table 4

European Measures on Tourism

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Economic policies ▪ Enterprise policy towards tourism businesses ▪ Competition issues and mergers ▪ State aid for tourism (e.g. subsidies) ▪ The internal market and tourism ▪ Fiscal policies and tourism (e.g. taxation) ▪ Employment and social policy (e.g. the minimum wage) ▪ Enhancing Europe's potential for tourism 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tourism and employment ▪ Exchange and dissemination of information ▪ Training, skills and the workforce ▪ Education and vocational training ▪ Safety in tourism installations, food safety and health ▪ Natural and cultural heritage ▪ The environment and sustainable development
---	---

Source: Corfu, Breda, Costa 2006, S. 23.

Presenting this measures it is important to outline some direct measures which affect the tourist as a person "living and travelling within a geographical space without physical, technical or fiscal barriers [...]" (Cardoso, Ferreira 2000: 404). Connecting this with the issue of international safety analyzed in section two of this article, the European tourist find himself "now protected by specific consumer legislation on health and safety, on economic and legal aspects" (*ibid.*) thanks to those standards set by the European member states on the EU level. Exactly here the author defines the cutting point of the influence of international safety and European integration on international tourism. In providing reliable mechanisms, safe infrastructure, the establishment of standards (i.e.: travel cancelation insurance, transparent trip information etc.), modernization and a highly developed cooperation network, that guarantees the safety of the travelers, lies the core for a positive influence of the European integration process on international tourism reciprocal to its contribution to the international safety. Countries like Albania, Portugal, Turkey and Poland can be mentioned as some of the best examples to study and proof the positive influence of European integration on international safety and on international

tourism. In these cases all the support given as well as the monitoring from the EU have its own direct impact on the economy and mainly on political stability, “which will have indirect impact on other challenges that the country represents for the future” (Gorica 2005).

Conclusion

Based on the hypothesis that the higher the European integration in the field of tourism, the greater it contributes to international safety that, in turn, do lead to a growth of international tourism, this article analyzed the phenomena of European integration, international safety and international tourism under the frame of the internationalization. Setting the phenomena in relation to each other the article asked for their mutual influence and promoted the idea of an upturned spiral. Furthermore it presented a model to measure varying degrees of international safety in relation to international tourism. As a “turning point” there was defined a level deterrence that is too high of being re-labeled as *safe*. In addition the mainly positive influence and achievements of the European integration process are undermined by being more and more threatened by probable terroristic attacks that in turn could lead to the decreasing of tourism in this area. Here the author sees one of the greatest competitions for international tourism of today and for the future.

Bibliography

- 1.Blokker, Paul. The Post-enlargement European Order: Europe 'United in Diversity'? -2006. - http://www.eurac.edu/en/research/autonomies/minrig/publications/Documents/EDAP/2006_edap01.pdf.
- 2.Committee of the Regions. 2006. Sustainable Tourism as a factor of cohesion among European Regions. Luxemburg: Office for official publications of the European communities.
- 3.Cordoso, Carla and Luis Ferreira. 2000. The effects of European economic integration on tourism: challenges and opportunities for Portuguese tourism development. In International Journal of Contemporary Hospitality Management 12 (7): 401 – 408.
- 4.Corfu, Adriana, Zélia Breda and Carlos Costa. 2006. EU integration and tourism destination management: the case of Portugal. http://www.researchgate.net/publication/4902491_EU_INTEGRATION_AND_TOURISM_DESTINATION_MANAGEMENT_THE_CASE_OF_PORTUGAL.
- 5.European Commission of the European Communities. 1997. Action Plan in Favour of Tourism. <http://aei.pitt.edu/10027/1/10027.pdf>.
- 6.Euromonitor International. 2013. Datagraphic: Impact of EU Integration on Tourism. <http://blog.euromonitor.com/2014/02/datagraphic-impact-of-eu-integration-on-tourism.html>.
- 7.Gligorijevic, Zivorad and Jelena Petrovic. 2009 Tourism-Factor of integration and development of European continent. In Facta Universitas Series: Economics and Organization 6 (2): 123 – 130.
- 8.Gorica, Klodiana. 2005. Issues of European integration for tourism challenges of Albania as an emerge destination. <http://epoka.edu.al/new/icme/a12.pdf>.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

9. International Civil Aviation Organization. 2013. Safety Management Manual (SMM).<http://www.icao.int/safety/SafetyManagement/Documents/Doc.9859.3rd%20Edition.alltext.en.pdf>.
10. Kövári, István and Krisztina Zimányi. 2010. Safety and security in the age of global tourism. (The changing role and conception of safety and security tourism). In Applied Studies in Agribusiness and commerce: 59 – 61.
11. Pirnar, Ige and Ceren Miral. 2006. EU Tourism policy and Turkey's situation during the adaption process. <http://www.ikv.org.tr/images/upload/file/pirnar-miral-teblig.pdf>.
12. Richeter, L.K.. 1994. In Brent Ritchie, J.R. and Goeldner, C.R.. The Political Dimension of Tourism in Travel, Tourism and Hospitality Research: Handbook for Managers and Researcher.
13. Severineau, Roxana Cristina and Mirela Mazila. 2006. The Tourism in Mehedinți county keeping pace with the European Integration. <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2007/v1-management-and-marketing/107.pdf>.
14. Top, William. 2012. Safety & Lost Control and the International Safety Rating System (ISRS). <http://www.topves.nl/PDF/Safety%20Management%20and%20the%20ISRS.pdf>.
15. World Tourism Organization. 2008. Understanding Tourism: Basic Glossary. <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>.
16. World Tourism Organization. 2011. Tourism and crisis management. <http://dxttq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/crisis.pdf>.
17. World Tourism Organization. 2014a. UNWTO Tourism Highlights. http://dxttq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf
18. World Tourism Organization. 2014b. UNWTO Global Report on Adventure Tourism. AM Reports: Volume nine. https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Affiliate-members/1 GLOBAL+REPORT+ON+ADVENTURE+TOURISM_online.pdf.

**УМІДЗYNARODOWIENIE UZDROWISK WOJEWÓDZTWA
PODKARPACKIEGO JAKO JEDEN
Z ELEMENTÓW ROZWOJU TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ W
EUROREGIONIE KARPACKIM**

Wprowadzenie. Obszar Województwa Podkarpackiego charakteryzuje się sporymi walorami i atrakcyjnością turystyczną, które przyciągają tutaj turystów pomimo zróżnicowanej standardem, a często niewystarczającej infrastruktury turystycznej. Znajdujące się w regionie zabytkowe zespoły architektury (miejskie, pałacowo-parkowe, dworsko-parkowe, sakralne), pojedyncze obiekty i budowle (obronne, wojskowe, przemysłowe, cmentarze itd.) reprezentują różne okresy historyczne i style sztuki. Niestety większość jest w złym stanie technicznym i wymaga rewitalizacji.

Znaczną wartość dla kultury materialnej regionu stanowi tradycyjne budownictwo drewniane, obejmujące zabytkowe obiekty sakralne (kościoły i cerkwie) oraz coraz rzadsze zagrody mieszkalne. Wymagają one także niezbędnych prac renowacyjnych. Na listę Światowego Dziedzictwa UNESCO wpisane są dwa drewniane późno-gotyckie kościoły w Haczowie i Bliznem. Rozpoczęta została procedura wpisania na listę zespołu „Twierdzy Przemyśl”. Ponadto na liście Pomników Historii umieszczone klasztor oo. Bernardynów w Leżajsku oraz zespół zamkowo-parkowy w Łanicie. Liczne cerkwie, mają ważne znaczenie dla umacniania tożsamości mniejszości narodowych. Natomiast o jakości walorów przyrodniczo – krajobrazowych województwa świadczy istnienie parków narodowych, parków krajobrazowych i rezerwatów przyrody, bogactwo flory i fauny, a przede wszystkim wciąż stosunkowo czyste powietrze oraz wody tutejszych rzek, potoków itp.

Istotnym czynnikiem rozwoju tutejszej turystyki i lecznictwa uzdrowiskowego są mineralne wody lecznicze w znanych uzdrowiskach: Iwonicz Zdrój, Rymanów Zdrój, Horyniec Zdrój, Polańczyk Zdrój oraz m.in. w Komańczy, Czarnej, Lipie, Rabem i Latoszynie, a także liczne udokumentowane wody mineralne (m.in. w Lesku, Krośnie, Foluszu) i wody termalne, które stwierdzono w okolicach: Rzeszowa, Krosna, Dębicy, Ustrzyk Dolnych, Soliny, Wiśniowej, Lubatówki i Rudawki Rymanowskiej (aktualnie nie są wykorzystywane). Barierą rozwoju uzdrowisk są jednak zbyt małe środki finansowe na utrzymanie i modernizację posiadanej bazy.²⁹

Dla porównania w skali całej Polski miejscowości uzdrowiskowe były uznawane jako atrakcyjne również dla turystów zagranicznych. Najczęściej turyści zagraniczni gościli w gminach uzdrowiskowych w województwach zachodniopomorskim i dolnośląskim.

²⁹ Strategia rozwoju turystyki na lata 2008 – 2014, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2008, s., 24.

W 2010 r. stanowili tam odpowiednio 33,4% i 20,0% ogólnej liczby gości w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w gminach uzdrowiskowych tych województw. Wśród kuracjuszy stacjonarnych korzystających z usług szpitali uzdrowiskowych było 1,8 tys. pacjentów cudzoziemców, o 0,4 tys. (o 17,6%) mniej niż w 2000 r. Prawie 60 % obcokrajowców stanowiły kobiety. W ogólnej liczbie kuracjuszy przebywających w omawianych zakładach lecznictwa uzdrowiskowego w 2010 r. udział cudzoziemców wyniósł 1,2% i był o 0,5 pkt proc. mniejszy niż w 2000 r. W latach 2000-2010 do szpitali uzdrowiskowych w Polsce najwięcej cudzoziemców przyjechało w 2005 r. - była to zbiorowość licząca 9,2 tys. osób (6,4% kuracjuszy). Średni czas pobytu w szpitalu uzdrowiskowym dla kuracjusza cudzoziemca wyniósł 13 dni i był krótszy od pobytu kuracjusza krajowego o 6 dni. Jeżeli zaś porównamy te wielkości średnie z maksymalnymi, to warto zaznaczyć, że w województwie zachodniopomorskim w 2010 r. w zakładach lecznictwa uzdrowiskowego przebywało około 40 tys. cudzoziemców, czyli prawie 85 wszystkich obcokrajowców przybyłych na leczenie do Polski. Głównym punktem pobytu były dla nich sanatoria w Kołobrzegu, w których przebywało 26,2 tys. cudzoziemców i stanowili oni 26,9% wszystkich pacjentów przebywających na leczeniu w tych obiektach. Liczna grupa kuracjuszy cudzoziemców korzystała też z leczenia i profilaktyki zdrowotnej w sanatoriach uzdrowiskowych w Świnoujściu, liczyła ona 8,4 tys. osób. W obiektach tych stanowili oni aż 42,0% pacjentów.³⁰

Tabela nr 1 Liczba kuracjuszy krajowych i zagranicznych w Polskich uzdrowiskach.

Województwa	Kuracjusze				Osobodni leczenia kuracjuszy w tys.	
	krajowi		cudzoziemcy		krajowych	cudzo-ziemców
	ogółem	w tym kobiety	ogółem	w tym kobiety		
POLSKA	530677	318940	42205	25871	9518,3	492,5
Dolnośląskie	75202	44648	4362	2636	1361,7	52,3
Kujawsko-pomorskie	92937	57119	395	220	1632,4	5,4
Lubelskie	18253	10089	22	14	366,1	0,3
Małopolskie	66963	40193	264	151	1228,8	2,1
Mazowieckie	3754	2162	-	-	73,5	-
Podkarpackie	57479	30257	79	44	1148,8	1,1
Podlaskie	4051	1345	9	6	54,9	0,1
Pomorskie	16083	10215	88	58	338,0	1,1
Śląskie	28071	17724	651	388	567,7	8,7
Świętokrzyskie	35794	23308	484	313	664,3	6,7
Warmińsko-mazurskie	4846	1603	-	-	109,9	-
Zachodniopomorskie	127244	80277	35851	22041	1972,2	414,6

Źródło: Lecznictwo uzdrowiskowe w Polsce, GUS, Kraków 2011, s. 49.

Dobrze rozwijającą się formą turystyki, zbliżoną do turystyki uzdrowiskowej jest agroturystyka. W województwie podkarpackim obserwuje się stały wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych, które świadczą usługi na coraz wyższym

³⁰ Por. T. Iwanek, *Turystyka uzdrowiskowa w gospodarce regionu i kraju*, Wrocław 2006, s. 159, oraz *Lecznictwo uzdrowiskowe w Polsce*, GUS, Kraków 2011, s. 48.

poziomie. Nadal niewystarczająca jest ilość i stan bazy hotelarskiej, szczególnie brakuje dużych obiektów konferencyjnych.³¹

Niewątpliwym i cennym potencjałem województwa podkarpackiego są liczne zasoby wód mineralnych, których obecność stwierdzono w 150 miejscowościach, ale tylko w czterech z nich: Horyńcu-Zdroju, Iwoniczu-Zdroju, Polańczyku-Zdroju i Rymanowie-Zdroju, są one wykorzystywane do celów leczniczych. Powstałe na bazie wód mineralnych uzdrowiska oferują kompleksową opiekę medyczną pod okiem doświadczonej kadry lekarskiej. Co więcej wokół uzdrowisk stworzono infrastrukturę rekreacyjno-wypoczynkową, służąca urozmaiceniu pobytów leczniczych i jednocześnie dającą szansę na prezentację unikalnych w skali nie tylko kraju, ale i Europy walorów przyrodniczych, krajobrazowych i kulturowych.

Przykłady. Rymanów Zdrój - zalety rymanowskich wód ceniono już w XIX w. na tyle, że w 1883 r. rozlewano je w stosunkowo niewielkiej ilości z inicjatywy pierwszego właściciela uzdrowiska, hrabiego Stanisława Potockiego. Napełnianie odbywało się ręczne, w pijalni, bezpośrednio ze źródeł „Tytus”; „Klaudia” i „Celestyna”. Dziś wody rozlewane są na nieporównywalnie wydajniejszych urządzeniach w Zakładzie Produkcji Wód Uzdrowiska Rymanów SA. Obecny profil leczniczy opiera się na szczególnych walorach wód mineralnych i klimatu, łączącego cechy klimatu górskiego i - dzięki zawartości jodu - także cechy klimatu morskiego. Dodatkowe atuty klimatyczne to duża zawartość ozonu, soli i względnie duża wilgotność powietrza. Uzdrowisko położone jest na granicy dwóch mezoregionów karpackich: Beskidu Niskiego i Pogórza Bukowskiego, w dolinie rzeki Tabor i jej prawego dopływu – Czarnego potoku.³² Na szeroką skalę prowadzi się w rymanowskim uzdrowisku profilaktykę, leczenie i rehabilitację w zakresie chorób układu oddechowego, nerek i dróg moczowych, zespołu złego wchłaniania, chorób układu krążenia i otyłości. Na jego terenie funkcjonują zakłady przyrodolecznicze z działami balneologicznymi, hydroterapii i fizjoterapii. Prowadzone są również kompleksowe badania diagnostyczne. W zależności od profilu leczenia do dyspozycji kuracjuszy są następujące zabiegi: leczenie zimnym w kriokomorze, kąpiele mineralne i kwasowęglowe, zawijanie borowinowe, inhalacje przy pomocy aparatów ultradźwiękowych i kroplistych oraz różne formy hydro- i fizykoterapii. Wokół uzdrowiska powstała kompleksowa baza turystyczna, której celem jest urozmaicenie pobytów leczniczych w ciągu całego roku w oparciu o unikalne walory przyrodnicze i krajobrazowe. Kuracjusze i turyści mogą skorzystać z sieci ścieżek rowerowych, przyrodniczych i dydaktycznych. Dla dzieci organizowane są liczne imprezy rekreacyjne i rozrywkowe. Do dyspozycji wypoczywających są także boiska, korty tenisowe, ścieżki zdrowia.³³

Struktura podmiotów na obszarze miasta i gminy Rymanów wykazuje znaczną dominację własności prywatnej krajowej (na 1080 całkowitej ilości zarejestrowanych podmiotów 1047 stanowi własność prywatną); mniejszy odsetek stanowią jednostki

³¹ A. Jagusiewicz, *Turystyka wiejska w 2010 roku i założenia jej rozwoju*, Warszawa 2010, s. 20.

³² <http://www.udzrowisko-rymanow.com.pl/> z dnia 17.03.2015.

³³ D. Zając, *Pozyskiwanie klienta przez firmę uzdrowiskową na przykładzie przedsiębiorstwa sanatoryjno-turystycznego „Stomil” w Rymanowie Zdroju* [w:] *Zeszyty Naukowe nr 4, WSHiT, Jasło 2006*, s. 76-77.

samorządu terytorialnego (30 podmiotów). Zarejestrowano zaledwie 2 podmioty o własności państowej i jeden zagranicznej. Struktura taka stanowi typowe odbicie gminnego charakteru obszarów Rymanowa, w którym inwestycje mają zdecydowanie charakter prywatny, a udział sektora publicznego jest ograniczony do niezbędnych instytucji administracyjnych, edukacyjnych, ochrony zdrowia itp.³⁴

Iwonicz Zdrój – to jedno z najstarszych uzdrowisk w Polsce, cieszące się uznaniem nie tylko w kraju, ale i poza jego granicami. Za umowną datę początków lecznictwa uzdrowiskowego przyjmuje się 1578 rok. Wtedy to Wojciech Oczko, nadworny lekarz króla Stefana Batorego, opisując lecznictwo uzdrowiskowe w Polsce w dziele lekarskim „Cieplice”, po raz pierwszy wskazał na walory lecznicze iwonickich wód mineralnych. W XVIII stuleciu, mimo dużego zainteresowania nim świata lekarskiego oraz licznych publikacji sławiących walory iwonickich wód i klimat, nastąpił upadek uzdro-wiska. Odbudowany przez Karola i Amelię Załuskich w 1837 roku zakład zdro-jowy zyskał w XIX wieku dużą renomę w świecie. Było to również zasługą wielu znanych lekarzy, chemików, farmaceutów prowadzących badania w uzdro-wisku, a szczególnie zasłużonego uczonego polskiego i wskrzesiciela wielu pod-karpackich uzdrowisk, profesora Józefa Dietla, który nazwał źródło w Iwoniczu „księciem” wód jodowych.

Uzdrowisko to położne jest w dolinie Iwonickiego potoku, w północnej części Beskidu Niskiego obniżającego się w kierunku Dołów Jasielsko-Sanockich, w strefie klimatu dolin i kotlin śródgórzskich. Cechuje go obniżona wilgotność powietrza dodatkowo zawierającego jod i brom, obniżone ciśnienie atmosferyczne i duże natężanie promieniowania słonecznego. Uzdrowisko oferuje kuracjuszom profilaktykę, leczenie i rehabilitację w zakresie: chorób układu pokarmowego, schorzeń ortopedycznych, reumatycznych, laryngologicznych, neurologicznych, ginekologicznych i onkologicznych. Można tutaj odbywać pobuty lecznicze i profilaktyczne, wczasy wypoczynkowe (także zimowe) i kondycyjno-odchudzające. W profilach leczniczych wykorzystuje się walory tutejszych wód mineralnych oraz borowin. Występują tutaj wody mineralne chlorkowo-wodorowęglanowo-sodowe z zawartością wolnego dwutlenku węgla, jodowe i żelaziste oraz słabo zmineralizowane wody siarczkowe.³⁵ Iwonicz-Zdrój jest jedynym polskim uzdrowiskiem, w którym produkowane są naturalne kosmetyki. Wszystkie produkty uzdrowiskowe znajdują się na rynku pod wspólnym znakiem towarowym „Iwoniczanka”.³⁶

Wody mineralne używane są do kuracji pitnych, kąpieli mineralnych i warzenia iwonickiej soli jodowo-bromowej, stosowanej w leczeniu np. schorzeń reumatycznych czy neurologicznych. Innym naturalnym środkiem leczniczym jest borowina, stosowana do okładów, kąpieli i produkcji kostki borowinowej, wykorzystywanej np. w leczeniu chorób kobiecych czy przy wszelkich stanach zwydrodnieniowych. Nowoczesne i kompleksowe wyposażenie uzdrowiska pozwala na przeprowadzenie szerokiego spektrum zabiegów, w tym: różnego rodzaju kąpieli (mineralne, kwasowęglowe, zmienno-cieplne, czterokomorowe, perełkowe),

³⁴ Plan Rozwoju Lokalnego Gminy Rymanów na lata 2004 – 2013, s. 41.

³⁵ Z. Krasiński, Rynek usług uzdrowiskowych w Polsce, WSZiB, Poznań 2001, s. 16.

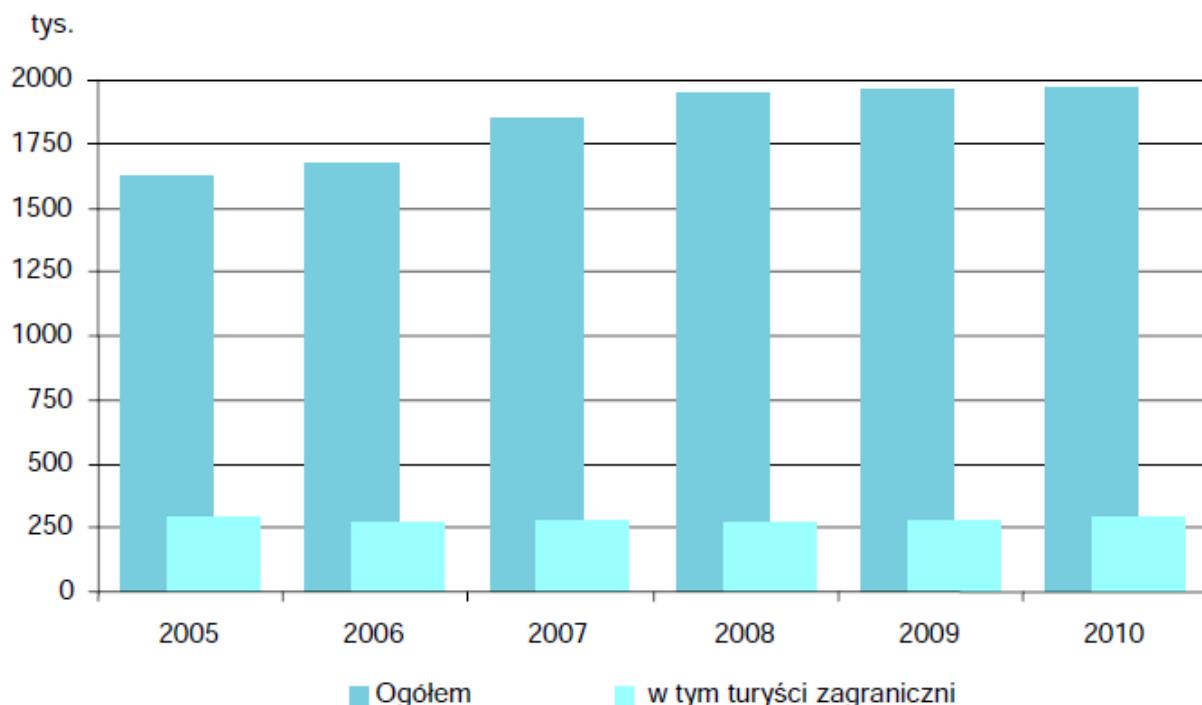
³⁶ J. Michałak, Iwonicz Zdrój i okolice, Krosno 2003, s. 47.

zawijanie borowinowe i parafinowe, masaże, kinezoterapię, magnetoterapię, diatermię, diadynamic, galwanizacje, jonoforezę, stymulacje, leczenie laserami, lampami i ultradźwiękami czy krioterapię.³⁷

Horyniec-Zdrój jest jedną z najbardziej znanych wsi uzdrowiskowych, będącą ośrodkiem centralnym gminy o tej samej nazwie, wchodzącej w skład powiatu lubaczowskiego. Miejscowość położona jest wśród zalesionych i malowniczych wzgórz Roztocza Południowego. W Horyńcu-Zdroju zaznacza się odczuwalna strefa mikroklimatyczna, charakteryzująca się m.in. długimi okresami bezwietrznej pogody, wysokim nasłonecznieniem, dużą liczbą dni bezchmurnych. Taka stabilność klimatyczna jest jednym z walorów miejscowości uzdrowiskowej, szczególnie istotnym dla pacjentów ze schorzeniami układu krążenia. Ponadto miejscowości otoczona jest zwartymi obszarami leśnymi (w przewadze drzewostan sosnowy), które dostarczają olejków eterycznych i mają również wpływ na moderowanie klimatu (słabo i łagodnie bodźcowego). W uzdrowisku występują naturalne wody mineralne (siarczkowo - siarkowodorowe, słabo mineralizowane oraz jedne z najbogatszych w Polsce złoża borowinowe. W Horyńcu-Zdroju pozyskuje się wodę źródlaną Hetmańska. Uzdrowisko jest tradycyjnie zaliczane do typowo nizinnych.³⁸

W Horyńcu-Zdroju znajduje się nowoczesny obiekt krytej pływalni, którą są m.in.: basen sportowy, basen rehabilitacyjno-rekreacyjny, whirlpool, wodna zjeżdżalnia rurowa, jaskinia solna, sauna fińska, wanny do kąpieli kwasowęglowej. Obiekty sanatoryjne dysponują łącznie 700 miejscami.

Wykres nr 1. Korzystający z noclegów w miejscowościach uzdrowiskowych w Polsce.



Źródło: Lecznictwo uzdrowiskowe w Polsce, GUS, Kraków 2011, s. 82.

³⁷ I. Ponikowska, *Kompendium balneologii*, Toruń 2004, s. 23 – 24.

³⁸ J. Bański, M. Więckowski, *Wpływ uzdrowisk na rozwój społeczno-gospodarczy w województwie podkarpackim*, Warszawa 2014, s. 9-10.

Na obszarze woj. Podkarpackiego funkcjonuje ponadto również uzdrowisko sanatoryjne w Polańczyku, które jest jedynym podkarpackim uzdrowiskiem, położonym nad dużym śródleśnym akwenem wodnym; to także ośrodek sportów wodnych, ale i ważne miejsce na mapie obszarów recepcji turystycznej. Właśnie ze względu na położenie i pełnione funkcje, można określić Polańczyk, jako małe uzdrowisko, o układzie pojedynczym. Jak wynika z dotychczasowych badań naukowych, położenie Polańczyka determinuje rozwój funkcji turystycznej obszaru oraz wpływa na natężenie i strukturę ruchu turystycznego.³⁹ Ponieważ korelacja między lokalizacją, a walorami turystycznymi, w tym wypoczynkowymi jest znaczna, nie dziwi więc fakt, że lokalizacja Uzdrowiska przyczynia się do podniesienia poziomu zaspokojenia potrzeb związanych z regeneracją sił fizycznych i zapewnieniem dogodnych warunków odpoczynku, zgłaszanych ze strony popytowej rynku sektora turystycznego oraz sektora zdrowia publicznego.

Ponadto, analizując czynniki prozdrowotne podkarpackich wód mineralnych, na których opierają swoją działalność tutejsze uzdrowiska, powinniśmy zdawać sobie sprawę, iż woda podziemna powstaje z opadu atmosferycznego, który infiltruje glebę i podłoże skalne. Ilość deszczu i śniegu, parowanie, czas utrzymywania się mrozu oraz natura gleby mają wpływ na wody podziemne. Część wody deszczowej wyparowuje natychmiast lub przez transpirację, część infiltruje glebę i skały, a część unoszona jest rzekami do morza.⁴⁰ Stężenia aktywności radionuklidów naturalnych w wodzie są związane ze stężeniami aktywności uranu (238U i 235U), toru (232Th) i ich produktów rozpadu w glebie oraz w otaczających skałach. Dzieje się tak dlatego, że wody podziemne, reagując z glebą i skałami, uwalniają część rozpuszczonych składników, w zależności od mineralogicznego i chemicznego składu gleby i skał, chemicznego składu wody, stopnia zwietrzenia skał, warunków utleniająco-redukcyjnych oraz czasu przebywania wody w glebie i otaczającej skale.

Naturalne radionuklidy oraz produkty ich rozpadu są transportowane z wodą podziemną i powierzchniową. Można zatem stwierdzić, że w ostatnim dziesięcioleciu znacznie wzrosło spożycie wód mineralnych w Polsce, jak również zaobserwowano to zjawisko w różnych natężeniach w pozostałych krajach Euroregionu Karpackiego. Fakt ten spowodował konieczność podjęcia poszukiwań nowych źródeł wody dla celów spożywczych oraz leczniczych. Przydatność wód mineralnych do celów konsumpcyjnych ocenia się na postawie zawartych w nich kationów (Mg^{2+} , Ca^{2+} , Na^+ , K^+ , Li^+ , Se^{2+}) i anionów (HCO_3^- , SO_4^{2-} , Cl^-), pomijając całkowicie szeroko rozpowszechnione w środowisku naturalnym pierwiastki promieniotwórcze. Są one obecne zarówno w glebie i skałach, jak i w wodzie i powietrzu, a tym samym również w roślinach, ciele zwierząt i ludzi. Naturalnie występujące radionuklidy, obecne m.in. w wodzie, pochodzą głównie z trzech osobnych szeregów promieniotwórczych. Zakres pracy badawczych obejmujących testy na obecność izotopów radu, radonu oraz monitoringowo izotopów uranu w podziemnych wodach

³⁹ E. Węclawowicz-Bilska, *Zagospodarowanie przestrzenne uzdrowisk w Polsce i w Europie-analiza porównawcza* [w:] Golba J., Rymarczyk-Wajda K. (red.): *Innowacyjne kierunki rozwoju turystyki uzdrowiskowej i lecznictwa uzdrowiskowego*, XVIII Kongres Uzdrowisk Polskich, Krynica-Zdrój 2009, s. 78 - 79.

⁴⁰ Por. W. Kasprzak, A. Mańkowska, *Fizykoterapia, medycyna uzdrowiskowa i spa*, PZWL, Warszawa 2008, s. 271 – 272.

mineralnych i leczniczych uzdrowisk Sudetów i Karpat Zewnętrznych (Fliszowych).⁴¹ Obszar południowej Polski wybrany został właśnie ze względu na bogactwo wód podziemnych spożywanych na co dzień przez mieszkańców i turystów, a także niejednokrotnie butelkowanych przemysłowo i rozprowadzanych na terenie całego kraju. Wyniki tych badań zostały zaś przeanalizowane pod kątem zgodności z zaleceniami światowych organizacji międzynarodowych zajmujących się wpływem promieniotwórczości na zdrowie człowieka.

Jednak innowacyjność sektora usług (prywatny biznes) znacznie różni się od kreacyjności sektora produkcyjnego (państwowy), ale też wpływa na zwiększenie sprzedaży lub wzrost wydajności przedsiębiorstwa. Ważne jest wzmacnianie systemu powiązań między trzema kluczowymi uczestnikami systemu gospodarczego, jakim jest klaster, a mianowicie przedsiębiorstwami, światem nauki i organami władzy. W gospodarce przyszłości jednymi z najważniejszych są innowacje usługowe. Województwo Podkarpackie uważane jest w Polsce za „polskie zagłębie klastrów”, które skupiają firmy z branży konkurujące ze sobą, ale też podejmują wspólne inicjatywy, na przykład w promocji usług i regionu, lobbingu na rzecz swojej branży czy w przygotowaniu strategii jej rozwoju.⁴²

Na podkarpaciu powstał projekt innowacyjnego klastra uzdrowiskowo-turystycznego Zdrowie i Turystyka „Uzdrowiska – Perły Polski Wschodniej”.⁴³ Jego twórcy wyszli ze słusznego założenia, iż w uzdrowiskach bywają głównie starsi, schorowani ludzie, bo aż 80% kuracjuszy kierują do sanatoriów NFZ, KRUS i ZUS. Tylko około 20% to kuracjusze komercyjni. Młodzi ludzie chętnie skorzystaliby z usług regenerujących ich siły nadwyróżone stresującą pracą, tylko trzeba im – poza wachlarzem usług leczniczych – zapewnić wypoczynek i rozrywkę po zabiegach sanatoryjnych i odpoczynku, na przykład usługi turystyczne na poziomie odpowiednim do wieku i statusu kuracjuszy.

Inicjatorem projektu była w 2009 r. jedna z najbardziej innowacyjnych uczelni podkarpackich – Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie. Szkoła ta zapewnia zaplecze intelektualne i techniczne do badań, strategii, projektów działań, a także innowacyjny sposób funkcjonowania rynkowego. Wciążnęła do klastra Wyższą Szkołę Zarządzania i Administracji z Zamościa i kolejne podmioty. Do projektu przystąpiły gminy uzdrowiskowe województw podkarpackiego (Iwonicz-Zdrój, Rymanów, Horyniec-Zdrój) i świętokrzyskiego (Busko-Zdrój, Solec-Zdrój), a także przedsiębiorcy – uzdrowiska, sanatoria i zakłady rehabilitacyjne. Firmy świadczące usługi turystyczne w różnych kategoriach (ekoturystyka, aktywna i kulturowa), w tym noclegowe i gastronomiczne, producenci ekologicznej żywności, a także otoczenie biznesu, organizacje pozarządowe działające na rzecz rozwoju turystyki i regionu.⁴⁴ We współpracy zaangażowały się także uczelnie wyższe i instytucje otoczenia biznesu, w sumie 32 podmioty. W planach mają utworzenie sieci uzdrowisk całej tzw. ściany wschodniej, aż po Augustów i Gołdap na północy, oraz

⁴¹ B. Kozłowska, Promieniotwórczość naturalna wód źródlanych uzdrowisk południowej Polski, Katowice 2009, s. 3-4.

⁴² Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, *Innowacyjność*, Warszawa 2010.

⁴³ <http://klasterzit.pl/> z dnia 15.03.2015.

⁴⁴ J. Hermaniuk, J. Krupa, *Współczesne trendy funkcjonowania uzdrowisk – klastering*, Rzeszów 2010, s. 5-6.

nawiązanie współpracy ze słowackimi Bardejowskimi Kupelami, ukraińskim Truskawcem i litewskimi Druskiennikami.

Promując swoje produkty turystyczne, kластerek kreuje też własną markę. Nie zbuduje infrastruktury, ale zachęca do takiego współdziałania. To wcale nie muszą być od razu wielkie inwestycje, tylko poprawa wyposażenia apartamentów i pełna oferta pobytowa, pozwalająca na wybór wielu form spędzania czasu. Innowacja nie musi być bowiem ogromnie kosztowna. Twórcy klastra postawili sobie za cel zwiększenie zainteresowania usługami sanatoryjno-turystycznymi o 10 procent w ciągu najbliższych 4 lat i zaplanowali nowy popyt ze strony: młodych, dynamicznych, dobrze zarabiających osób w wieku do 35 lat, na produkty krótko i średnioterminowe (1-2 do 5-7 dni), łączące elementy profilaktyki zdrowotnej, aktywnego wypoczynku i SPA, atrakcyjnego dzięki ekoturystyce i turystyce kulturowej; osób starszych w wieku 55+, zamożnych, troszczących się o swój stan zdrowia, turystów zagranicznych, którzy dotychczas nie mieli zbyt wielu okazji poznać atrakcyjności oferty turystyczno-uzdrowiskowej Polski Wschodniej również pod względem leczniczym.

W dniu 22.11.2011 r. w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Podkarpackiego w Rzeszowie odbyła się debata nad uwarunkowaniami innowacyjnego rozwoju uzdrowisk położonych w woj. lubelskim, podkarpackim i świętokrzyskim. Naukowcy i praktycy dyskutowali też nad możliwościami wsparcia rozwoju tego obszaru przez turystykę uzdrowiskową. Wydarzeniem towarzyszącym konferencji była wystawa plakatów prezentująca podmioty Innowacyjnego Klastra Zdrowie i Turystyka – Uzdrowiska Perły Polski Wschodniej, zorganizowana w hallu Urzędu Marszałkowskiego w Rzeszowie, w dniach 15 -30 listopada 2011. Zaprezentowano uwarunkowania rozwoju obszarów uzdrowiskowych jako produktów turystycznych istotnych dla rozwoju nie tylko województwa podkarpackiego ale również regionu Polski Wschodniej oraz zmieniające się funkcje uzdrowisk z jednolitych leczniczych na wieloelementowe turystyczno-rekreacyjno-wypoczynekowe (SPA, medical SPA, wellness) i związane z tym działania, jakie muszą podjąć Członkowie Klastra aby przyciągać klientów. Rozwój uzdrowisk wymaga szerszego spojrzenia obejmującego obszary przyległe do nich, które posiadają duży potencjał do pełnienia tych „nowych” funkcji, uzdrowiska potrzebują bowiem innowacji, wyższej jakości świadczonych usług, odświeżenia wizerunku, zaufania i lepszej współpracy pomiędzy przedsiębiorcami, samorządami oraz uczelniami. Dzięki wzajemnemu zaufaniu podmiotów z branży uzdrowiskowej, turystycznej oraz jednostek samorządowych stworzono kilkanaście takich produktów a także rozwinięto sieć punktów informacji turystycznej oraz podjęto wiele działań promocyjnych.

Zaprezentowana podczas wspomnianej konferencji aktywność oparta na partnerstwie, jest przykładem godnym naśladowania zwłaszcza w zakresie przyszłych inicjatyw klastrowych. Natomiast w rozwoju gmin posiadających status uzdrowiska wskazywano na projekty szczególnie związane z inwestcjami przemysłowymi, działalnością gospodarczą oraz wymogami formalnymi oraz atutami polskich uzdrowisk, do których zaliczono naturalne zasoby lecznicze, dbałość o środowisko naturalne, bogatą ofertę kulturalną. Szczególne zainteresowanie wzbudził również

projekt uzdrowiska jako jedynego całorocznego centrum regionalnego ruchu turystycznego woj. podkarpackim świadczące usługi w zakresie, turystyki, rekreacji, sportu i kultury. Jeżeli więc uzdrowiska podkarpackie chcąc funkcjonować na rynku krajowym i zagranicznym powinny nastawić się na przygotowanie atrakcyjnej, innowacyjnej i konkurencyjnej oferty obejmującej usługi leczniczo-profilaktyczne, turystyczno-wypoczynkowe, sportowo-rekreacyjne oraz kulturalne (muzyczne, malarskie, fotograficzne, itp.).

Natomiast zintegrowana perspektywa rozwoju, kolejnej na Podkarpaciu po Bieszczadach i zupełnie wyjątkowej krainy geograficznej jaką jest Roztocze oraz funkcjonujących tam uzdrowisk to główne tematy konferencji, która odbyła się w domu zdrowym uzdrowiska w Horyńcu Zdroju. W konferencji uczestniczył wicemarszałek Województwa Podkarpackiego Lucjan Kuźniar, który przygotował wystąpienia nt. „Rozwój lecznictwa uzdrowiskowego szansą rozwoju województwa”. Uczestnicy konferencji kładli zaś nacisk na nastąpienie wzrostu atrakcyjności turystycznej Horyńca Zdroju i całego regionu Roztocza Wschodniego, poprzez wydłużenie okresu turystycznego w regionie, poszerzenie oferty usługowej w zakresie turystyki konferencyjnej i uzdrowiskowej, wzrost liczby osób korzystających z usług sanatoryjnych i leczniczych, wzrostu zatrudnienia dzięki nowym inwestycjom.⁴⁵

Natomiast niezmiernie interesującym był realizowany przez Euroregion Karpacki mikroprojekt „Rozwój i promocja lecznictwa uzdrowiskowego w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego, mianowicie w obwodzie lwowskim i województwie podkarpackim”, który współfinansowany był ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Polska – Białoruś – Ukraina 2007-2013. Celem głównym mikroprojektu była skuteczna promocja zdrowego trybu życia. Natomiast celami szczegółowymi było upowszechnianie najlepszych praktyk dotyczących zabiegów leczniczych poprzez wymianę doświadczeń między personelem medycznym uzdrowisk w obwodzie lwowskim i na Podkarpaciu oraz wspieranie i upowszechnianie leczenia uzdrowiskowego w uzdrowiskach położonych w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego, w tym obwodzie lwowskim i na Podkarpaciu. Projekt miał pozytywny wpływ na osiągnięcie głównego celu projektu poprzez ustanowienie współpracy między personelem medycznym z kurortów na granicy polsko-ukraińskie.⁴⁶ Ważnym elementem opracowania i promocji Strategii Promocji Karpackiej Turystyki Uzdrowiskowej będzie organizacja kilku konferencji, mającej na celu zaproszenie do współpracy potencjalnych beneficjentów tj. przedstawicieli branży turystycznej, podmioty świadczące usługi zdrowotne, lokalnych liderów działających na rzecz rozwoju turystyki uzdrowiskowej po obu stronach granicy, a także władze lokalne, samorządy i organizacje pozarządowe. Grupą docelową projektu będą podmioty oferujące usługi uzdrowiskowe, turystyczne i agroturystyczne z województwa

⁴⁵ <http://www.umwp.podkarpackie.pl/index.php/zdrowie/3565-uzdrowiska-szansa-rozwoju-przedsiebiorczosci-roztocza-wschodniego> oraz <http://www.umwp.podkarpackie.pl/index.php/turystyka/1247-uzdrowiska-motorem-rozwoju-polski-wschodniej> z dnia 16.03.2015.

⁴⁶ <http://www.karpacki.pl/stowarzyszenie-karpaty/projekty-wlasne/rozwoj-i-promocja-lecznictwa-uzdrowiskowego-w-polsko-ukrainskie/> oraz <http://www.karpacki.pl/stowarzyszenie-karpaty/projekty-wlasne/strategia-rozwoju-turystyki-uzdrowiskowej-w-polsko-ukrainie-c/> z dnia 18.03.2015.

podkarpackiego oraz obwodu lwowskiego, zakarpackiego i iwano-frankowskiego. Pośrednimi odbiorcami są mieszkańcy, turyści, władze samorządowe, gestorzy, organizatorzy turystyki, instytucje i organizacje pozarządowe działające w obszarze ochrony przyrody, ekologii i turystyki, przedsiębiorcy.

Podsumowanie. Uzdrowiska zostały ujęte w zaktualizowanej Strategii rozwoju Województwa Podkarpackiego a ich rozwój jest wspierany w postaci działań promocyjnych, intensyfikacji współpracy sektorowej, a także poprzez współpracę z klastrem uzdrowiskowym. Równocześnie przedsiębiorstwa uzdrowiskowe w ciągu ostatnich lat, rozszerzyły swoją ofertę poprzez wprowadzenie usług z zakresu profilaktyki zdrowotnej, odnowy biologicznej czy kosmetyki estetycznej. Coraz skuteczniej konkurują z nowo powstającymi ośrodkami prywatnymi klubami *wellness & SPA*, nie tylko przez rozwój stosownej infrastruktury, ale poprzez doświadczoną kadrę rehabilitantów i poprawę jakości usług, zwłaszcza noclegowych. Uczestnicy zauważyli, że poprzez współpracę samorządów lokalnych, podmiotów usług uzdrowiskowych oraz innych instytucji, w tym uczelni wyższych, możliwy jest zintegrowany rozwój terenu, szeroko przekraczający granice administracyjne uzdrowiska czy gminy uzdrowiskowej.

Zatem turystyka uzdrowiskowa, aby mogła konkurować na rynku europejskim, musi cechować wielofunkcyjny charakter działalności opartej na uzupełnianiu się funkcji uzdrowiskowej z wybranymi formami turystyki (przez przenikanie się funkcji rekreacyjnej i wypoczynkowej) oraz kreowanie innowacyjnego produktu uzdrowiskowego. Powinno się wykorzystać potencjał turystyki uzdrowiskowej oraz potencjał terenów wiejskich, w tym działalności agroturystycznej do stworzenia atrakcyjnego, komplementarnego produktu turystycznego. Należy wykorzystać również współpracę pomiędzy podmiotami świadczącymi usługi z zakresu turystyki uzdrowiskowej i agroturystyki, aby poprawić jakość życia społeczności lokalnej oraz podnieść i rozszerzyć standard usług oferowanych odbiorcom.⁴⁷ Natomiast głównymi problemami, z którymi borykają się nie tylko polskie uzdrowiska, ale i inne podmioty działające na rynku turystycznym, są przede wszystkim bariery edukacyjne, finansowe i społeczne oraz brak skutecznego modelu działalności, co skutkuje tworzeniem niezbyt konkurencyjnego produktu turystycznego. Brak konkurencyjnego produktu oznacza brak zainteresowania turystów. Natomiast niszczenie środowiska oznacza niszczenie życia.

Współcześnie działalność uzdrowiska podlega więc mechanizmom rynkowym, co implikuje potrzebę nowoczesnego i profesjonalnego zarządzania przedsiębiorstwem uzdrowiskowym. Przedsiębiorstwo, które zaniedba np. stworzenie systemu zarządzania jakością, staje się niekonkurencyjne. Wdrożenie certyfikowanych systemów zarządzania jakością zgodnych z normą ISO 9001, systemu zarządzania środowiskowego ISO 14001 oraz HACCP powoduje, że przedsiębiorstwa uzdrowiskowe zyskują w ocenach swoich klientów.

⁴⁷ J. Krupa, T. Soliński, M. Bajorek, *Determinanty rozwoju turystyki zrównoważonej i zdrowotnej na terenie uzdrowisk*, WSiZ, Rzeszów 2008, s. 3.

WPŁYW TURYSTYKI NA ROZWÓJ EKONOMICZNY LITWY W OKRESIE 2008 – 2013

Na rozwój sektora turystyki na Litwie wpływ miało wiele czynników. Pozytywny wpływ na rozwój turystyki miało wstąpienie Litwy do Unii Europejskiej oraz strefy Schengena. Analiza informacji statystycznych pokazała, że każdego roku rośnie liczba przybywających turystów, co ma dodatni wpływ na ekonomikę Litwy. Także wzrastało podróżowanie po własnym kraju. Warto podkreślić, że w ciągu badanego okresu zwiększała się wartość dodana sektora turystycznego.

Słowa kluczowe: rozwój turystyki, biznes turystyczny, Litwa

Žuromskaitė B., Vijeikis J. The impact of tourism on economic development of Lithuania in the period 2008 – 2013. The development of tourism sector in Lithuania is influenced by many factors. A positive impact on the tourism sector was noticed by the accession to the European Union and accession to the Schengen area. The statistical information analysis showed, that the growing number of coming tourists have a positive impact on Lithuanian economy. As well as that travelling within own country increased. During the examined period value added in the tourism sector increased as well.

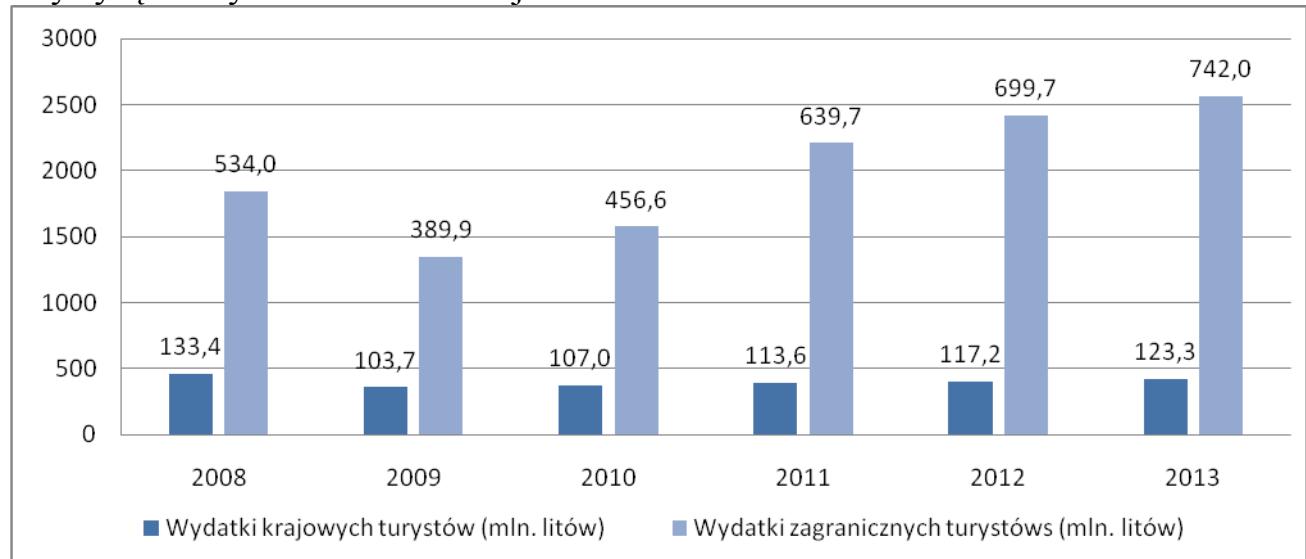
Key words: tourism development, tourism business, Lithuania

Turystyka na Litwie staje się jednym z najważniejszych czynników ekonomicznych i jest postrzegana nie tylko jako podróże albo odpoczynek, ale jako biznes, tworzący wiele nowych miejsc pracy i zwiększający konkurencyjność państwa. Należy zauważyć, że sektor ten zwiększa produkt krajowy brutto i tworzy innowacyjną produkcję o wysokiej wartości dodanej. Naszym celem jest za pomocą metody analizy statystycznej zobaczyć, jaki wpływ miał rozwój sektora turystyki na ekonomikę Litwy w latach 2008 -2013.

Analiza statystyczna ostatnich lat wykazała, że ciągle rośnie liczba przybywających turystów (w 2014 roku Litwę odwiedziło około 2,5 mln. turystów). Także analiza danych statystycznych pokazała, że sektor turystyczny na Litwie corocznie odgrywa coraz ważniejszą rolę w rozwoju produktu krajowego brutto (PKB). W roku 2013 produkt krajowy brutto w sferze turystyki stanowił 0,93 mld. euro albo 2,6 proc. całego produktu krajowego brutto, i, w porównaniu z rokiem 2012, zwiększył się o 9,5 procenta. Produkcji turystyczna wzrosła o 9,1 procent i stanowiła 1,85 mld. euro w ówczesnych cenach. W 2013 roku w tym sektorze pracowało 41,1 tysiąc osób, czyli 4,4 procenta od ogółu pracowników sektora prywatnego [3].

Chociaż wpływ turystyki na ekonomikę jest dość trudno określić, można go analizować w kontekście wydatków turystów. Turyści potrzebują miejsca zamieszkania, żywienie, transport, rozrywek i wiele innych usług, świadczonych w obcym państwie. Takie wydatki turystów mogą być uważane za iniekcję popytu w ekonomikę danego państwa, określającą zarówno sumy „zostawiane” przez turystów w państwie, jak zarówno i ich wpływ.

Zobaczmy, jakie sumy lokalni i zagraniczni turyści oddają na swój odpoczynek. Według danych banku Litwy, w 2013 m. wydatki lokalnych turystów osiągały 123,2 mln. euro, a wydatki turystów zagranicznych – 742,0 mln. euro, łączne dochody z turystyki lokalnej i zagranicznej wyniosły 0,865,2 mld. euro (1 rys.). Tak więc, w ciągu ostatnich lat, wydatki lokalnych i zagranicznych turystów w lokalach turystycznych (w restauracjach, hotelach, w miejscowościach szlaków turystycznych, w historycznych miejscowościach i t.t.) wzrastały, odpowiednio, zwiększając wpływ na turystykę Litwy i wzrost PKB kraju.



Ryc. 1. Wydatki turystów lokalnych i zagranicznych na Litwie w latach 2008-2013 (mln. litów). Źródło: Sporządzone zgodnie z danymi Lietuvos turizmo departamento :<http://db1.stat.gov.lt/statbank>SelectVarVal/saveselections.asp>

Można powiedzieć, że wydatki turystów tworzą „kaskadowy” wpływ na ekonomikę państwa, który zaczyna się od wydatków turystów w głównych instytucjach turystycznych, a dalej rozprzestrzenia się na wszystkie inne sektory ekonomiki – transport, rozrywki oraz usługi rekreacyjne, sektor restauracji i t.t. Dany proces, według ekonomistów, można analizować badając wpływ ekonomiczny na trzech poziomach: bezpośredni, pośredni oraz sztuczny. Efekty pośrednie oraz sztuczne są czasem nazywane wspólnie – efektem wtórnym [2]. Każdy z tych wpływów może być analizowany oddzielnie, rozróżniając wydatki turystów w danym regionie (miejscowości), podsumowując wpływ sprzedaży turystycznych na lokalny biznes, tworzenie dochodów dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw, tworzenie nowych miejsc pracy czy wpływy podatkowe do budżetu państwa.

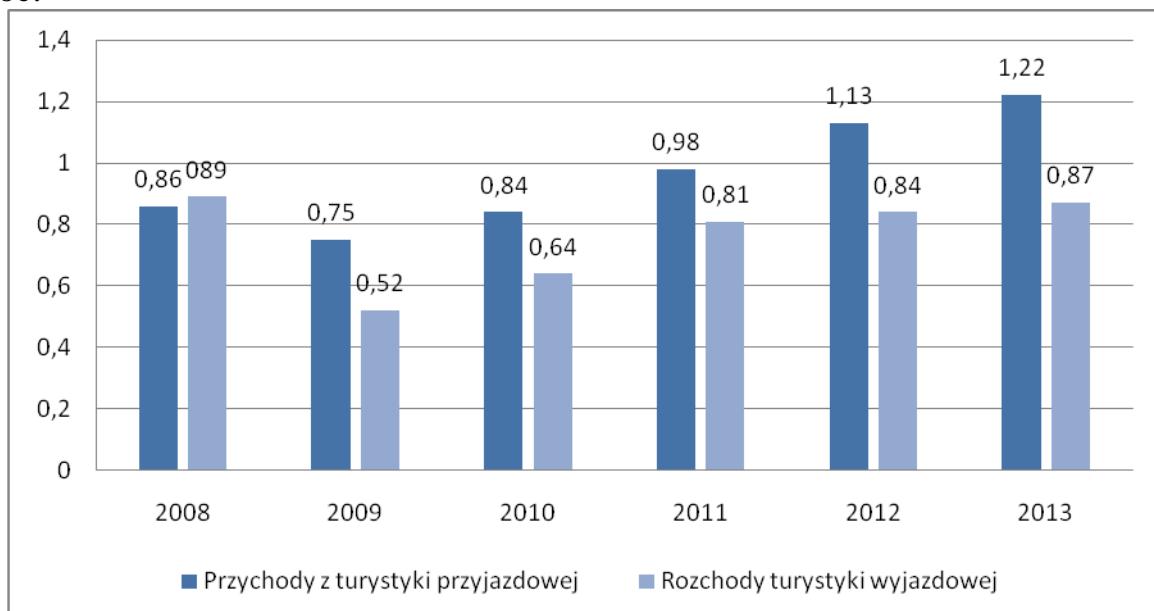
Interesowało nas jaki wpływ na rozwój turystyki miało wstąpienie Litwy w skład UE i dalszy okres do 2013 r. Podczas okupacji sowieckiej rozwojowi turystyki na Litwie przeszkadzała tzw. „żelazna kurtyna”, prawie całkowicie oddzielająca komunistyczne i kapitalistyczne państwa, hamowanie samodzielnych inicjatyw, zakaz prywatnej działalności, orientacja na ideologiczne polityczne cele turystyki. Turystyką na Litwie władały instytucje państwowie [5].

Zauważono, że po wstąpieniu Litwy do UE, zaczęto zwiększać na nią uwagę w organizacjach międzynarodowych. Coraz więcej uwagi zaczęto zwracać dla rozwoju

turystyki na Litwie na szczeblu światowym i europejskim. W marcu 2006 r. w Wilnie odbyła się międzynarodowa konferencja „Wpływ rozszerzenia UE na rozwój turystyki w Europie“. Jeszcze więcej zmian przyniosło przyłączenie do strefy Schengen 21 grudnia 2007 r., w wyniku którego została zniesiona graniczna (lądowa i morska) kontrola oraz skoordynowana polityka z państwami do niej należącymi. Ta umowa pozwoliła wyrzec się wzajemnych kontroli granicznych, dlatego obywatele tych państw mogą swobodnie przemieszczać się.

Nieco inna sytuacja w sektorze turystyki była w czasie okresu kryzysu, który rozpoczął się na Litwie od roku 2008. Kryzys ekonomiczny bardzo ujemnie wpływał na sektor turystyki. Jedną z głównych przyczyn mniejszej ilości gości był upadek „FlyLAL“ – głównych linii lotniczych na Litwie. Z tej przyczyny mocno zmniejszyła się ilość lotów z całej Europy Zachodniej. Jednak warto podkreślić, że już w 2010 roku, według danych Departamentu Turystyki przy Ministerstwie Gospodarki państwa litewskiego, podróże przybywających turystów zagranicznych stanowiły 4,18 mln., czyli o 1,8 mln. turystów więcej niż w roku 2009, a podróże obywateli Litwy do państw zagranicznych zwiększyły się o 7,4 proc.

Sektor turystyki państwa w latach 2011 - 2013 i dalej wykazywał wspaniałe wyniki. Konsekwentnie rosnące przepływy turystów zagranicznych polepszały wskaźniki działalności lotnisk i hoteli, które osiągnęły rekordowy poziom. W latach 2011 - 2013 dochody z turystyki na Litwie osiągnęły 3,33 mld. euro, a wydatki wyniosły zaledwie 2,52 mld. euro. (zob. 2 rys.). Poskutkowało to większą ilością podróży obywateli Litwy za granicę w roku 2013, w porównaniu z rokiem 2011 m. o 5,7 proc.



Ryc. 2. Przybywający i odjeżdżający turyści na Litwie w latach 2008–2013, mld. Litów. Źródło: sporzązone według Tourism Economic Impact, <http://www.tourismeconomics.com/economic-impact/tourism-economic-impact>.

Chcemy zwrócić więcej uwagi na podstawowe przedsiębiorstwa turystyczne, tworzące dochody z turystyki na Litwie.

Transport. Najszybszy wzrost w latach 2012 -2013 wykazało lotnisko w Wilnie, które w ciągu tego roku obsłużyło o 37 proc. więcej pasażerów niż w roku 2011. Wspaniałe wyniki nie zostały niezauważone przez firmy zagraniczne. Od roku 2013 do Wilna wróciły linie lotnicze „Scandinavian SAS“, także swoją działalność rozpoczęły największe europejskie linie lotnicze „Turkish Airlines“. W wyniku powyższych działań, w 2013 roku liczba przybywających turystów zwiększała się o 8 proc. niż w roku 2012, a liczba odlatujących turystów z Litwy zwiększała się o 4,8 proc.

Miejsca do noclegów. Analiza sytuacji sektora turystyki we wszystkich krajowych programach rozwoju turystyki pokazała, że największy rozwój i postęp w sferze usług turystyki wykazał sektor miejsc do noclegów. W krajowym departamencie turystyki w rejestrze usług turystycznych w roku 2013 były zarejestrowane 1217 instytucji, oferujących miejsca do noclegów (o 407 instytucji więcej niż w roku 2008), w których zamieszkało około 2,2 mln. turystów w ciągu ubiegłego roku (o 10,5 proc. więcej niż w roku 2012 m. i o 53,1 proc. więcej niż w roku 2009) [3].

W 2013 roku w litewskim rejestrze oferowanych usług turystycznych były zarejestrowane dziewięć rodzajów instytucji, proponujących miejsca do noclegów, czyli 382 hotele, 32 motyle, 102 domy wypoczynkowe, 6 centrum turystycznych, 35 hosteli, 18 sanatoriów i centrum rehabilitacyjnych, 16 obozów letnich dla dzieci, 21 kemping oraz 611 prywatnych miejsc, oferujących noclegi (np., zagrody wiejskiej turystyki).

Organizatorzy podróży. Rozwój sektora turystyki na Litwie także opisuje postęp firm, oferujących organizowanie podróży oraz centrów informacji turystycznej. Wymaganie posiadania licencji zostało wprowadzone dopiero w roku 1992, jednak już wtedy na Litwie były zarejestrowane około 3000 firm, mających prawo oferować usługi sprzedaży podróży. Ilość tych firm mocno zmniejszyła się, kiedy w programie Narodowego rozwoju turystyki na lata 1998-2002 były sformułowane bardziej surowe wymagania do oferowania tych usług i metodyka oceny organizowania podróży. Spowodowało to, że w 2002 roku usługi organizowania podróży oferowało tylko 323 firmy, w 2006 r. – 254 firmy, a w 2008 roku liczba ta wzrosła do 283 firm.

Centra informacji turystycznej. W okresie niepodległej Litwy została stworzona dość szeroka sieć centrów informacji turystycznej – obecnie na Litwie działa 49 firm, udzielających informacje turystyczne. Jak i dawniej, głównymi dostawcami informacji turystycznej zostały centra informacji turystycznej w samorządach (gminach). W 1998 roku na Litwie informację turystyczną udzielały 15 centrów, w 2008 roku liczba ich wzrosła do 44 [5].

Działania, skierowane na rozwój turystyki są efektywne – ciągle rośnie liczba turystów, odwiedzających centra informacji turystycznej, są stworzone strony internetowe, z których korzystać mogą zarówno lokalni, jak i zagraniczni turyści, szukający potrzebnej informacji. Jednak należy zauważyć, że sieć centrów informacji turystycznej nie jest wystarczająco rozbudowana, jest wydzielane za mało

środków finansowych utrzymać centra informacji turystycznej w małych, rzadziej przez turystów odwiedzanych regionach, dlatego ci często bywają zmuszeni zaprzestać swoją działalność i zamknąć (najczęściej jedyne) centrum informacji turystycznej w regionie.

Rozwój rynku turystyki musi być powiązany z zaplanowaną realizacją programu rozwoju turystyki na Litwie na lata 2014-2020. Możemy wydzielić najważniejsze przyczyny, które utrudniają konsekwentnie sprostać wyzwaniom rozwoju turystyki na Litwie: brak uwagi do efektywnego planowania turystyki, niedostateczne uregulowane normy prawne, poprawa infrastruktury turystycznej, niewystarczające rozpowszechnianie informacji turystycznych i marketing, niewystarczająca statystyka, dotycząca sektora turystyki iż z tym powiązana badawcza naukowa działalność. Ponadto, Litwa doświadcza dodatkowych problemów, które utrudniają rozwój turystyki - nieatrakcyjny klimat i z tym powiązana sezonowość turystyczna.

Podsumowując, można stwierdzić, że istniejące tempo rozwoju sektora turystyki na Litwie jeszcze nie gwarantuje jakościowego „skoku” na rynku, ponieważ do założeń rozwoju i narzędzi do ich praktycznego stosowania brakuje inwestycji, brak akceptacji na formowanie pozytywnego poglądu ze strony społeczeństwa i władz na niektóre regiony. W związku z tym efektywny rozwój sektora turystyki może być osiągnięty tylko poprzez konstruktywną współpracę między elementami infrastruktury turystyki, między przedstawicielami polityki turystyki, których przyjmowane normy prawne oraz zapewnione środki finansowe zapewniłyby efektywne stosowanie środków, przeznaczonych na rozwój oraz na wdrażanie wyżej wspominanych programów.

Dalszy rozwój turystyki na Litwie jest powiązany z lepszym wykorzystywaniem istniejących zasobów turystycznych, z rozwojem marketingu, ze zmniejszeniem sezonowości, z poprawą jakości produktów i obsługi.

Literatura

1. Lietuvos statistikos departamentas, Turizmo sektorius pridėtinė vertė, <http://osp.stat.gov.lt/pranesimai-spaudai?eventId=1771>
2. Baroniūnaitė E., Meilienė E., Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai, 2003, www.lrti.lt/veikla/bar_turizm.doc
3. Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija. *Lietuvos ekonomikos apžvalga*, <http://www.ukmin.lt/uploads/documents/Apzvalgos/2014%20m.%20LAPKRITIS%20-m%C4%97nesin%C4%97%20ap%C5%BEvalga.pdf>
4. Lietuvos turizmo departamentas, :<http://db1.stat.gov.lt/statbank>SelectVarVal/saveselections.asp>
5. Simanavičius A., Simanavičienė Ž. Turizmo rinkos specifiniai bruožai // Economics and management, nr 12(2), 2012, s. 578 – 584.
6. Tourism Economic Impact // Tourism Economics, <http://www.tourismeconomics.com/economic-impact/tourism-economic-impact>.

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Стаття розкриває суть глобальної економіки на сучасному етапі, глобальні проблеми людства і шляхи їх розв'язання, суперечливості і недоліки глобальних транснаціональних корпорацій. Висвітлено глобалізаційні процеси в туристичному бізнесі. Визначено напрями виходу економіки України із глобальної економічної кризи та шляхи інтеграції в європейську спільноту.

Ключові слова: глобалізація, глобальна економіка, глобальні проблеми людства, глобальні транснаціональні корпорації, геоекономічна дезінтеграція, міжнародний туризм, інтеграція економіки України.

Bochan I.O., PhD in Economics, Professor, Rector. The Global Problems of Development of Economy and the Ways of Ensuring of Economic Security of Ukraine. The essence of the global economy at the present stage, global problems of mankind and their solutions, contradictions and shortcomings of the global transnational corporations are considered in the article. The globalization processes in the tourism business are examined. The directions of recovery of Ukraine's economy from the global economic crisis and integration in the European community are defined in this article.

Keywords: globalization, global economy, global problems of mankind, global multinational corporations, economic disintegration, international tourism, integration of the Ukrainian economy.

Глобалізм як новий світопорядок, визначає долю людства у ХХІ столітті, коли система глобалізму набирає ознак нової соціально-економічної формaciї.

Глобалізація – (франц. *global* – всесвітній) означає захід, що поширюється на всю земну кулю: це формування єдиної (глобальної) системи світогосподарських відносин; це тісна взаємодія і переплетення економічних, політичних, соціальних, правових, інформаційних, культурних та ін.. трансакцій у світовому просторі.

Глобалізація дає комплексний ефект, задіюючи такі фактори як іноземний капітал, нові технології, інтеграційні можливості і вихід на світові ринки з метою прискорення економічного зростання.

Глобалізація сприяє розвитку інвестиційних процесів, спрямовуючи їх у русло утворення сучасної відкритої взаємопов'язаної світової економічної системи.

Сучасний глобалізований світ набуває якісно нового характеру. Відбувається зсув світового розвитку у бік його інтегрованої глобальної соціалізації, яка поєднує у собі економічні і соціальні інтереси, котрі базуються на принципах людського розуму. Людина перебуває у вічному пошуку оптимізації своєї життєдіяльності в умовах обмеженості ресурсів та викликів природного середовища. Глобалізація – це зростання взаємозалежності людей.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Поки існують люди – існує процес глобалізації у своїй суті. Глобалізація породжує цивілізацію, а ця формує обличчя глобалізації.

У жодної країни чи групи країн немає достатнього потенціалу і достатніх важелів впливу, щоби вирішувати найважливіші транснаціональні проблеми сьогодення.

Швидкий ріст чисельності людства, великі темпи технічного прогресу, обмеженість окремих природних ресурсів, незбалансований розвиток економік окремих країн загострили глобальні проблеми людства. Проаналізуємо найважливіші:

Таблиця 1

<u>Глобальні проблеми людства</u> (загострення в останній чверті ХХ та на початку ХХІ ст.)	
Проблеми та їхня сутність	Шляхи розв'язання
1) Проблема війни і миру: <ul style="list-style-type: none"> - Накопичено стільки зброї, що можна знищити людство декілька разів - Локальні війни, тероризм, кіберзалежність 	<ul style="list-style-type: none"> - Скоротити виробництво зброї - Угоди про нерозповсюдження ядерної зброї - Заборона виробництва хімічної зброї - Програма «Партнерство заради миру»
2) Екологічна проблема <ul style="list-style-type: none"> - Забруднення всіх оболонок землі - Скорочення орних земель - Вирубування лісів - «Парниковий ефект» - «Кислотні дощі 	<ul style="list-style-type: none"> - Перехід до безвідходних виробництв; - Відновлення лісів, збільшення річок - Раціональне використання води - Вдосконалення очисних споруд - Екологічне мислення
3) Сировинна і енергетична проблеми <ul style="list-style-type: none"> - Виснаження мінеральних ресурсів, корисних копалин - Нестача енергоресурсів 	<ul style="list-style-type: none"> - Ресурсозберігаючі технології - Комплексне використання сировини, використання відходів - Пошук нових матеріалів замінників - Перехід до альтернативних джерел енергії і енергозберігаючих технологій
4) Демографічна проблема	

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

<ul style="list-style-type: none"> - «Демографічний вибух» у країнах, що розвиваються - Демографічна криза в країнах розвинутих (зниження народжуваності чи смертності) - Економічні і екологічні проблеми 	<ul style="list-style-type: none"> - Роз'яснювальна демографічна політика - Протизаплідні засоби - Підвищення рівня освіченості населення в країнах, що розвиваються - Покращення економічного рівня життя
<p>5) <u>Продовольча проблема</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Абсолютний і прихований голод у країнах «третього світу» - Напівфеодальні аграрні відносини, недосконалі технології 	<ul style="list-style-type: none"> - Підвищення родючості землі - Запровадження досягнень селекції - Моделювання продуктів харчування з біодобавками та інгредієнтами - Підвищення ефективності фотосинтезу рослин

Фахівці виділяють понад 40 проблем, що мають глобальний характер. Серед котрих і дефіцит демократії, бюрократизм, корупція, криза культури і духовності, урбанізація, міграція та інші.

Зовнішньоекономічний фактор господарського розвитку на межі тисячоліть – це абсолютна домінанта для будь-якої економіки. Будь-яка країна світу не обходить без врахування світогосподарського фактора в її економіці.

Поряд з позитивами є і макроекономічні недоліки – це гальмування економічного розвитку власної країни внаслідок переміщення капіталу за кордон, зниження темпів економічного зростання, відтоку кадрів та міграція робочої сили. Особливо вразливі цьому фактору є економіки країн-боржників, вони дуже вразливі і склонні до криз. Тому роль держави залишається головною у міжнародній геополітиці та геоекономіці і не згортається в сторону глобальних корпорацій. Держава повинна виконувати особливу захисну функцію й забезпечити в конкурентній боротьбі виживання відповідних народів, націй та країн. Її місце намагається зайняти корпоративний глобалізм.

Доля корпоративного глобалізму залежить від місця та ролі держави в умовах глобальної економіки.

Некерованість економіки в умовах глобалізації приводить до кризи.

Сучасна криза глобалізму – це криза надвиробництва і монополізованого надспоживання матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів в обмеженому колі країн-гегемонів.

Глобальні транснаціональні корпорації з метою отримання надприбутків вирішують, економіки яких країн інвестувати, де розміщувати і розширювати виробництво, нав'язуючи принципи функціонування лібералізованої світової економіки, яку вони контролюють.

Нині транснаціональні корпорації (ТНК), як міжнародна форма монополії, контролюють близько половини світового промислового виробництва, 63%

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

зовнішньої торгівлі, приблизно 4/5 патентів і ліцензій на нову техніку, технології та «ноу-хау».

Під контролем ТНК перебуває 90% світового ринку пшениці, кави, кукурудзи, лісоматеріалів, тютюну, джуту і залізної руди, 85% – ринку міді та токсинів, 80% – чаю і олова, 75% – бананів, натурального каучуку та сирої нафти. Ядро світогосподарської системи складають близько 500 ТНК, які володіють практично необмеженою економічною владою.

Закони вільного ринку не працюють усередині ТНК, де встановлюються внутрішні ціни, що визначаються корпораціями. ТНК зберігають функцію основного суб'єкта глобалізації [4].

Відомий учений у галузі безпекової політики Горбулін В.П. стверджує, що «економічна експансія ТНК, фактично «вимиває» суверенітет економічно слабких країн, посилює їх залежність від глобальної економічної кон'юктури. Транснаціональні корпорації, по суті, є аналогом світового міністерства економіки і торгівлі». [3]

ТНК в своїй діяльності ринкової свободи надмірно виснажують природні ресурси, ведуть до геополітичних конфліктів, заради збагачення, вони породжують одну із таких проблем як геоекономічна дезінтеграція розвитку.

Вчені світу доводять, що головною умовою цивілізаційного розвитку є радикальне обмеження ринкової свободи глобальних корпорацій в отриманні надприбутків та глобальної експлуатації ресурсів. Потрібно виробити своєрідний Кодекс поведінки ТНК.

Одним із важливих соціально-економічних явищ сучасності, що підпорядковане дії об'єктивних законів розвитку людського суспільства, є туризм.

Туризм став визначальним чинником соціальної і культурної інтеграції. Він поглиблює знання людей та народів одне про одного, їх взаєморозуміння. Розвиток туризму йде пліч-о-пліч з глобалізацією.

Глобалізація в туристичному бізнесі проявляється у двох основних формах: зростанні кількості туристичних напрямків та збільшенні дальності туристських поїздок. ХХІ століття називають сугубо туристичним.

Міжнародний (всесвітній) туризм характеризується такими основними параметрами: це стан туристських потоків і стан туристських доходів і витрат.

За даними ВТО (Всесвітньої туристичної організації), за останні 16 років доходи від розвитку міжнародного туризму зросли, в середньому, на 9% в рік. Для більш ніж 40 країн світу туристична галузь є основним джерелом надходжень до національних бюджетів, а для 70 – однією з трьох його основних статей.

ВТО прогнозує, що до 2030 року число міжнародних туристських відвідин у світі становитиме близько 1.9 млрд. туристів.

Туризм у ХХІ столітті можна охарактеризувати такими ключовими рисами, як зростання, глобалізація та інтеграція.

На його розвиток впливають глобальні процеси, науково-технічний прогрес, поява нових ринків виїзного туризму, рівень розвитку економіки,

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

стабільна політична ситуація. Країни-лідери світового туризму можна виділити по туристичних регіонах.

Таблиця 2

Країни-лідери світового туризму в розрізі туристичних регіонів

<u>Європейський туристичний регіон:</u>	<u>Азіатсько-Тихоокеанський туристичний регіон:</u>
1. Франція (83,0 млн. осіб); 2. Іспанія (57,7 млн. осіб); 3. Італія (46,4 млн. осіб); 4. Туреччина (35,7 млн. осіб); 5. Німеччина (30,4 млн. осіб).	1. Китай (57,7 млн. осіб); 2. Малайзія (25,0 млн. осіб); 3. Гонконг (Китай) (23,7 млн. осіб); 4. Таїланд (22,3 млн. осіб); 5. Макао (Китай) (13,5 млн. осіб).
<u>Американський туристичний регіон:</u>	<u>Близькосхідний туристичний регіон:</u>
1. США (66,9 млн. осіб); 2. Мексика (23,4 млн. осіб); 3. Канада (16,3 млн. осіб); 4. Бразилія (5,6 млн. осіб); 5. Аргентина (5,5 млн. осіб).	1. Саудівська Аравія (13,6 млн. осіб); 2. Єгипет (11,1 млн. осіб); 3. ОАЕ (8,9 млн. осіб); 4. Йорданія (4,1 млн. осіб); 5. Сирія (5,0 млн. осіб).
<u>Африканський туристичний регіон:</u>	
1. Марокко (9,3 млн. осіб); 2. ПАР (9,1 млн. осіб); 3. Туніс (5,98 млн. осіб); 4. Алжир (2,3 млн. осіб); 5. Кенія (1,7 млн. осіб).	

Для України шлях у глобальний простір є неминучим та безальтернативним, вона не може залишатися у самоізоляції, це означало б її незахищеність, консервацію відсталості, низьку міжнародну конкурентоспроможність.

За результатами дослідження Всесвітнього економічного форуму, Україна у 2012 році у рейтингу конкурентоспроможності країн світу займала 82 позицію серед 140 країн. За такими показниками як інфраструктура, Україна посідає 71 місце, макроекономічне середовище – 112 місце, охорона здоров'я та початкова освіта – 74, вища освіта і професійна підготовка – 51, ефективність ринку товарів – 129, ефективність ринку праці – 61, розвиток фінансового ринку – 116, конкурентоспроможність бізнесу – 103, рівень інновацій – 74 місце.

Найбільш проблемними в Україні згідно з рейтингом, є корупція (16,0), податкове регулювання (14,4), доступ до фінансування (13,6), податкова ставка (9,3), інфляція (7,6). Гальмівними чинниками є макроекономічна нестабільність, неефективність товарних ринків, не конкурентоспроможність бізнесу тощо. [5]

Питання стоїть гостро: або протягом 10-20 років Україна зможе відповісти на виклики сучасності і стане високо конкурентоспроможною європейською державою, або в противному випадку вона буде будівельним матеріалом для глобальних імперій.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Глобальна економічна криза, що розпочалася у 2008 році показала, що Україна як незалежна держава увійшла в глобальну кризу непідготовленою з низькою конкурентоспроможністю національної економіки і цей факт практично загальмував інтеграційний європейський вибір – це спричинило «трансформаційну кризу України».

Відомий економіст Дж. Сакс стосовно України пише: «Україна переживає не одну, а цілі три трансформації: перехід від диктатури до демократії, від колонії до самостійної нації та від економічного занепаду до оздоровлення і зростання. Небагатьом країнам в історії людства доводилося розв'язувати ці проблеми водночас».

Перед нашою країною з усією гостротою посталася проблема кардинальної системної модернізації економіки і держави. Доля інтеграції України в Європу має вирішуватися через ефективні реформи: Держава має сконцентрувати свої зусилля на таких із головних напрямів на найближчі роки:

- економіка має бути ринковою, але соціально орієнтованою;
- важливо відділити державу та владу від бізнесу;
- поступово припинити імпортну орієнтацію економіки і стати на шлях максимального самозабезпечення і розвитку, диверсифікувати ринки збуту;
- подолати спекулятивний відрив національних фінансів від реального виробництва;
- побороти бюрократизацію і могутню систему корупції в українському суспільстві;
- забезпечити економічну свободу громадян і сформувати громадянське суспільство в Україні.

І на завершення. Україна своїми радикальними позитивними змінами повинна заслужити повагу та ініціативи, в першу чергу, від Європи на дії «нового плану Маршала» для України. Для відновлення економіки, Україна потребує системної фінансової допомоги і особливо у вигляді грантів, а не кредитів, від яких Україна може стати неплатоспроможною.

Перший етап міжнародної донорської конференції вже відбудеться 8 липня 2014 року в Брюсселі, йдеться про серйозну системну фінансову допомогу в сумі, принаймні, 20 млрд. дол. Зараз Україна в очікуванні найближчим часом другого етапу з конкретними рішеннями. Реалізація «нового плану Маршала» для України – це буде успіхом для розвитку цілої Європи.

Література:

- 1.Бочан І.О. Міжнародна економіка [Текст]: Навч. посіб. / І.О. Бочан, В.Г. Поплавський, М.М. Бігус. – Львів: Укр. акад. друкарства, 2012. – 302 с.
- 2.Бочан І.О., Михасюк І.Р. Глобальна економіка. – Львів, 2006. – 300 с.
- 3.Горбулин В.П. Проблемы безопасности в контексте перспектив мирового развития. / В.П. Горбулин // Стратегічна панорама. – 2007. – №1. – С. 43.
- 4.Михнева С.Г. Экономическая природа современной крупной фирмы. // Экономические науки. – 2009. – №12. – С. 100.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

5.Рейтинг Всесвітнього економічного форуму: [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: WWW. URL. : <http://www.rbc.ua/ukr/newsline/show/reyting-vsemirnogo-ekonomiceskogo-foruma-ukraina-podnyalas-07092011134800>

ПАМ'ЯТКИ НІМЕЦЬКИХ КОЛОНИСТІВ УКРАЇНСЬКОГО ПРИКАРПАТТЯ – ЦІННИЙ РЕСУРС ДЛЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Подано результати досліджень архівних документів, статистичних даних та польових робіт, проведених на базі колишніх поселень німецьких колоністів, що існували в дорадянський період на землях українського Прикарпаття. Акцентовано увагу на причинах появи на українських землях німецькомовного населення, його господарських, світоглядних й етнокультурних традиціях. Вказано на важливості пошуку, вивчення, збереження та висвітлення пам'яток світової і вітчизняної культури краю для розвитку різних видів туризму, пропаганді багатої національної та світової культурної спадщини України.

Ключові слова: німецькі колоністи, повіт, пам'ятки, населення, німці.

Berest R. Monuments of German colonists of Ukrainian Prykarpattia - a valuable resource for the development of international tourism. The results of archival documents studies, statistical data and field work conducted at the former settlement of German colonists which existed in the pre-Soviet period at the Ukrainian lands of Prykarpattia are given. Attention is paid to the causes of the emergence of German-speaking population on the Ukrainian lands, its ideological and ethno-cultural traditions. The importance of search, research, preservation and highlighting the monuments of world and national culture of the region for the development of different types of tourism, promotion of many national and world cultural heritages is emphasized the Ukrainian.

Key words: German colonists, county, attractions, population, Germans.

Українські землі з найдавніших часів приваблювали до себе представників багатьох народів світу. Мешканцями українських земель стали поляки, євреї, росіяни, литовці, вірмени, греки, болгари та інші народи. Вони приносили в місцеве середовище свої етнокультурні традиції та національні надбання. Багато чужинців давно асимілювалося з корінним населенням і Україна стала їх другою батьківщиною. Зараз про колишню етнічну приналежність переселенців свідчать хіба що нетрадиційні для окремих українців прізвища.

Серед багатьох суспільних явищ, які відбулися на українських землях Прикарпаття впродовж багатовікової історії, помітно виділяється німецька колонізація, яка розпочалася з приходом у Галичину австрійської влади (1772 р.). Галичина стала найбільшою провінцією Австрії і зайняла приблизно четверту частину її території. Нову владу галицькі землі приваблювали не лише значними територіями, але родючими землями, великими природними багатствами. У порівнянні з попередніми стихійними періодами міграції німецькомовного населення тепер переселення відбувалося організовано й цілеспрямовано, під впливом політики австрійських правителів.

Фактично на той час німецькі землі були перенаселеними і потреба в пошуку нових територій була очевидною. З іншого боку, східна політика нової влади була скерована, перш за все, на забезпечення успішного протікання германізаційних інтересів, прискорення адаптації місцевого населення до нових умов, порядків, традицій. Крім військових контингентів у Галичину скерувалось багато чиновників, підприємців, ремісників, купців, торговців та інших категорій. Архівні джерела свідчать, що вони селилися у Львові, який було перейменовано на Лemberg, Бродах, Золочеві, Перемишлі, Самборі, Дрогобичі, Стрию та інших містах.

Враховуючи особливості розвитку тогочасної економіки краю, велика увага австрійської влади відводилася особам, які направлялись в аграрний сектор. Вони мали піднести агрокультуру місцевого населення, сприяти продуктивному розвитку землеробства, тваринництва, городництва, садівництва. Перші хвилі сільськогосподарської колонізації сприяв патент австрійської імператриці Марії-Терезії від 1 жовтня 1774 р. Згодом, 13 жовтня 1781 р. імператор Йосиф II видав новий патент, який ще більше заохочував чужоземних емігрантів. Колоністами, в основному, ставали жителі Північної Німеччини, земель Надрейння, які на той час були густо перенаселеними. Прибули в Галичину німцям Австрійська держава надавала значні привілеї: безоплатний наділ землі, звільнення від проходження військової служби та сплати податків терміном нам 6 років, фінансову та матеріальну підтримку на будівництво житлових та господарських споруд, придбання сільськогосподарського інвентарю, худоби, що загалом створювало привабливі умови для розвитку господарства переселенців. В результаті сприятливої державної політики на початок XIX ст. в Галичині вже існувало 186 німецьких колоній [¹, с. 93].

Лише в окремих випадках німецькі колонії виступали складовими частинами існуючих населених пунктів Галичини (зокрема, Щирець, Богданівка, Добряничі, Купновичі, Доброгостів та ін.), але в переважній більшості вони творили відмежовані поселення з власною соціальною та адміністративно-територіальною інфраструктурою, етнокультурними традиціями, і, навіть, отримували німецькомовні назви (наприклад, Йозефінендорф, Аннаберг, Феліцієнтал, Зоммертау і ін.).

Німецькі колонії мали різне число поселенців. Наприклад, колонія Ернсдорф, яка була створена в Бережанському окрузі у 1794 р., через 25 років існування (1820 р.) налічувала всього 6 господарств емігрантів, у яких проживало 20 осіб. Через 50 років (1845 р.) в Ернсдорфі проживало вісім німецьких сімей, дві українські і одна родина поляків. В середині XIX ст. в Галичину з територій чеської Богемії прибула нова хвиля колоністів – 14 765 чол.[1, с. 94], але в більшості вони творили нові поселення і, фактично, майже не вплинули на чисельність існуючих. Зокрема, в 1879 р. кількість будівель та число мешканців вище згаданого Ернсдорфа, незважаючи на можливі зміни під впливом дій природних процесів смертності та народжуваності, майже не змінилося. Так у будинку під №5 (бо перші чотири номери належали будівлям маєтку польського дідича Августа Чайковського) проживала сім'я Філипа

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Коппе, №6 – Якуба Раута, №7 – Якуба Чегера, №8 – Филипа Раута, №9 – Вільгельма Раута, №10, Якуба Утзіга, №11 – Нікласа Гуттервіля, №12 – Матіаса Гойбріхта [ⁱⁱ, с. 104–105; ⁱⁱⁱ, арк.3–41зв.]. З числа перелічених власників господарств Ернсдорфа можна зауважити, що основу німецького поселення складала родина Раут. Жодної соціальної інфраструктури (школа, кірха, костел, торговельні заклади і т.п.) колонія не мала.

Проте були й великі поселення, що налічували кілька сотень жителів. Серед них відзначимо німецьке поселення Бригідин, де станом на 1 січня 1939 р. проживало 935 мешканців, Феліціенталь – 680 осіб [^{iv}, с. 243].

Статистичні дані, які наводить відомий український вчений В. Кубайович, свідчать, що найбільше німецьких колоністів оселялося в місцях, які відзначалися родючими ґрунтами, а саме у Стрийському повіті, де у передвоєнний період мешкало 6 035 чоловік, які вважали себе етнічними німцями [^v, с. 85]. Отже можна констатувати, що колонії мали різні розміри та різну чисельність осіб, а їх мешканцями ставали цілі родини німецьких переселенців. У менш-більш чисельних колоніях існували школи, культові споруди, заклади культури, торгівлі та дозвілля.

Перша світова світова, а згодом, українсько-польська, польсько-радянська війни частково вплинули на зменшення чисельності населення у німецьких колоніях. Важливою причиною стала мобілізація військовозобов'язаних осіб до австрійських військових підрозділів у часи війни. Багато німецьких поселенців було арештовано російськими окупантами в 1914–1915 рр. та відправлено на каторжні роботи у глибинні райони Російської імперії. Більшість з них вже ніколи не повернулася назад. Під впливом воєнних подій, репресивних акцій значна частина колоністів емігрувала на свої корінні землі.

Багато галицьких німців у часи визвольних змагань активно співпрацювали з урядом ЗУНРу, Українською національною радою, воювали у підрозділах УГА (генерали А. Кравс, Г. Ціріш, підполковник А. Бізанц, сотник Г. Кох та ін.), чим заслужили велику повагу та вдячність українського народу.

Проте за результатами післявоєнного врегулювання кордонів (Паризька мирна конференція, 1921 р.) українські землі Східної Галичини опинилися в складі Польської держави, що стимулювало часткове відновлення німецьких колоній. В основному, із Західної Європи поверталося до своїх домівок багато біженців. Польська влада вбачала у німецьких переселенцях значну політичну підтримку та опору в справі асиміляції населення українських земель. Її значно підсилили польські резервісти, колоністи, осадники та інші привілейовані категорії Речі Посполитої.

Чорним і трагічним для німецьких колоністів Західної України став вересень 1939 року. Під впливом війни Німеччини з Польщею СРСР фактично “відрізав” від Польської держави західноукраїнські землі, назвавши цей акт військової анексії “віковічним прағненням українського народу до возз’єднання”. За вказівкою Й. Сталіна МЗС СРСР розпочав з закордонними службами Німеччини перемовини про депортацію німців. Взимку 1939–1940 рр. розпочалася практична реалізація акції. Одній родині дозволили взяти нажитого добра лише один віз, а решту мали залишити на місці. Депортантів

формували у колони, які до кордону почергово супроводжували військові та представники НКВД. Традиційно з собою брали найцінніше, що згодом, на шляху до кордону по кілька разів підлягало огляду і, нерідко, примусовому вилученню.

На даний час від існування німецьких колоній залишилося чимало різних за походженням й значенням пам'яток, які можуть стати основою для розвитку міжнародного туристичного бізнесу. Серед них варто виділити культові споруди (кірхи). Привертають увагу кірха Петра і Павла в с. Вовче та костел св. Борджія в Розлучі Турківського району Львівської області. Всього у 1937 р. німці-католики Східної Галичини мали 21 костел та 28 молитовних каплиць [1, с. 97]. На даний час чимало німецьких храмів громади пристосували під релігійні споруди своїх конфесій.

Важливу групу пам'яток німецьких колоністів складають їхні колишні поселення. Зокрема в селах Сердиця, Тернопілля, Хоросно Пустомитівського р-ну, Лани, Серники, Ушковичі Перемишлянського р-ну, с. П'ятничани Жидачівського р-ну, с. Ланівка Стрийського р-ну та в низці інших збереглося багато житлових і господарських будівель. У багатьох селах ще й досі існують дороги, які вимостили з каменю колоністи, глибокі громадські криниці, планувальна структура тощо. Як свідчать результати наших польових досліджень, вони є надзвичайно привабливими для колишніх їх власників, родин приїжджих німців, що мимоволі сприяє розвитку культурно-пізнавального, ностальгійного та інших видів туризму.

Не менш важливу групу пам'яток для розвитку міжнародного туристичного бізнесу складають поховання. Умовно їх можна розділити на дві групи: цивільні та військові. Багато чужоземних поховань сконцентровано в глибинних районах Карпат. Зокрема, цінною пам'яткою є австрійське кладовище у селі Нагірне Сколівського району. Його заснування відноситься до кінця XVIII ст., а останні могили чужинців датуються початком XX ст., що загалом відповідає періоду перебування австрійської влади у Галичині, а також її колонізації (1772–1918 рр.). Напередодні війни (1939–1945 рр.) в зазначеному селі проживало 730 мешканців (німців – 680 чол., українців – 20 чол., євреїв – 30 чол.) [5, с. 85]. Кладовище відмежовано від сучасного сільського цвинтаря. Ні українських, ні польських поховань на ньому не виявлено, але місцеві мешканці опікуються ним. Зафіксовано багато неозначених могил. Порівняно добре ще з середини XIX ст. збереглися кам'яні надгробні скульптурні творіння, поховальні плити та знаки, які були відлиті з чорного металу. На поховальних знаках німецькою мовою відлиті у металі імена, прізвища, роки життя, різного змісту поминальні написи, що може слугувати цінним джерелом для відтворення історії зазначеного населеного пункту [^{Гvi}, с.144–154]. Такі пам'ятки можуть привернути увагу сучасних нашадків тих народів, які колись проживали на українських землях.

Про мирні та добросусідські стосунки українського населення та німецьких колоністів Прикарпаття яскраво свідчить напис на одному із пам'ятних знаків, виявленому на німецькому кладовищі в с. Тернопілля, яке від 1785 до 1939 року мало називу Дорнфельд “1785–1939. Sie lebten in guten

Einvernehmen mit Ihren ukrainischen Nachbarn. Die Familienangehörigen der deutschen Bewohner wurden am 24 und 27 1939 nach Deutschland umgesiedelt ("1785–1939. Вони проживали у добрій злодії зі своїми українськими сусідами. Члени сімей німецьких жителів були переселені до Німеччини 24 та 27 XII.1939 р.").

Важливі історичні документи про приватну власність, господарство, життя та діяльність німецьких колоністів, сконцентровано в архівних установах Львова та інших українських міст. Колоністів. Подібно до написів на поховальних пам'ятках вони персоніфікують спадщину німецького населення, збагачують історію українських земель надбанням інших народів.

Таким чином, різні групи пам'яток засвідчують та підкреслюють складне історичне минуле нашого краю, етнічні особливості його розвитку. Пам'ятки історії повинні гідно слугувати народу, стати міжнародним парламентарем на шляху України до Євросоюзу.

Література

- 1.Боднарчук М.З. Німецькі поселення Галичини у вимірі їх туристичної привабливості /Маркіян Боднарчук// Туристичними шляхами Прикарпаття. Збірник наукових праць / За ред. Романа Береста. – Львів, 2013. – Вип. 2. – С. 93–101.
- 2.Берест Р., Берест Л. Німецька колонія Ернсдорф: історія і сучасність /Лідія Брест, Роман Берест // Туристичними шляхами Прикарпаття. Збірник наукових праць / За ред. Романа Береста. – Львів, 2013. – Вип. 2. – С. 102–108.
- 3.Центральний державний історичний архів України у Львові, ф.186 (Крайова податкова комісія, м.Львів), оп.1, спр.432.
- 4.Берест Р., Адамишин О. Етнокультурний склад жителів населених пунктів Стрийського повіту Львівського воєводства у дорадянський період / Берест Р.Я., Адамишин О.М. // Вісник Львівського інституту економіки і туризму. – Львів, 2013. – Вип. 8. – С.241–246.
- 5.Кубійович В. Етнічні групи південно-західної України (Галичини) на 1.1.1939. Національна статистика Галичини /В.Кубійович. – Wiesbaden, 1983. – 175 с.
- 6.Берест Р., Колесник С. Нові джерела історії Прикарпаття та гірських районів Львівщини для потреб туризму / Берест Р., Колесник С. // Карпатський край. – Івано-Франківськ, 2013. – С.144–154.

ПАРТНЕРСТВО – ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Розглянуто партнерство, як пріоритетний напрямок розвитку міжнародного туризму. Розвиток партнерства у міжнародному туристичному бізнесі розглянуто через призму внутрішнього і зовнішнього векторів, що є невід'ємним у процесі формування якісного туристичного продукту.

Ключові слова: партнерство, ділове та соціальне партнерство міжнародний туристичний бізнес.

Bihus M. Partnership - as priority development of international tourism.

We consider partnership as a priority the development of international tourism. Partnerships in the international tourism business is considered through the prism of internal and external vectors that are inherent in the process of quality tourism product.

Keywords: partnership, business and social partnership international tourism industry.

Термін «партнерство» широко використовується в спеціальній науковій літературі, нормативних актах, документах міжнародних організацій, що підтверджує наявність розвинених відносин партнерства в сучасній економіці змішаного типу [5]. Відтак, можна сказати, що «партнерство», дає можливість виокремити відносини партнерів у спільних підприємствах, партнерство як організаційну форму, відносини соціального партнерства, партнерство цивілізацій тощо.

Ще зовсім недавно партнерство (діалог), здебільшого розглядали у ракурсі визначення та зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень сторонами, які представляють інтереси працівників, роботодавців та органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, з питань формування та реалізації державної соціально-економічної політики та регулювання соціально-трудових відносин [5;1]. У контексті розвитку міжнародного туристичного бізнесу застосування партнерства не слід обмежувати сферою соціально-трудових відносин, тобто лише роллю людського фактора. Даний процес є значно ширшим та вимагає теоретико-методичного обґрунтування підходів до його застосування.

У важкому процесі формування та розвитку партнерства у туристичному бізнесі важливими є відповідальність і довіра. З позицій суспільного інтересу і суспільної потреби важливо відмітити появу соціально відповідального туризму, діяльність в сфері якого здійснюється на засадах соціальної і економічної справедливості, культурного обміну, поваги до національної самобутності, прав людини тощо. Власне, вказані вище позиції зумовлюють

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

необхідність у більш глибшому дослідженні ролі партнерства у туристичному бізнесі.

У сучасному економічному середовищі можна виділити два види партнерства, ділове та соціальне партнерство.

Ділове партнерство у туристичному бізнесі – це процес визначення та зближення, а також досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень сторонами, які представляють інтереси у створенні споживчої цінності туристичного продукту.

Соціальне партнерство – це процес налагодження та підтримки контактів між суб'єктами туристичної діяльності, державними, громадськими, науковими та освітніми структурами з метою узгодження інтересів та досягнення спільних цілей переважно соціального характеру [2, с. 117].

Партнерство, як пріоритетний напрям розвитку міжнародного туристичного бізнесу можна розглядати через призму внутрішнього і зовнішнього векторів, роль яких (векторів) є невід'ємним у процесі формування якісного туристичного продукту.

Внутрішній вектор партнерства визначається між самими суб'єктами туристичного бізнесу та із дотичних до туризму суб'єктами бізнесу, тобто розкриває зміст ділового партнерства. Такий вектор партнерства надзвичайно важливий, адже розвиток національного туристичного бізнесу та його подальша конкурентоспроможність на міжнародній туристичній арені залежить від якості його туристичної інфраструктури і від того, наскільки ефективно здійснюється партнерство (діалог) між готельним комплексом, туристичним оператором, транспортним підприємством, закладами культури і мистецтв та іншими підприємствами сфери обслуговування (рис. 1). Не менш важливим моментом у внутрішньому векторі партнерства є ризики вибору і надійності партнера, оскільки при створенні та реалізації туристичної подорожі туроператор співпрацює з багатьма партнерами (транспортні підприємства, страхові компанії, готельно-ресторанні комплекси та ін.). Невиконання чи неналежне виконання будь-якою із сторін своїх зобов'язань призводить до негативних відгуків туристів про роботу того чи іншого суб'єкта.



Рис.1 Внутрішній вектор партнерства

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Саме так, сьогодні на туристичному ринку можна розглядати внутрішній вектор ділового партнерства. Як свідчить зарубіжний досвід, такий вектор партнерства у провідних туристичних країнах світу призвів до того, що транспортні компанії, готельний і ресторанний бізнес сприймаються не як окремі сектори сфери послуг, а як взаємопов'язані компоненти єдиного комплексу, головним завданням якого є задоволення постійно зростаючих потреб кінцевого споживача. Таке сприйняття дозволяє туристичним підприємствам створювати реально якісний туристичний продукт, а туристичним регіонам бути більш конкурентоздатними на міжнародній туристичній арені.

Зовнішній вектор партнерства формується навколо контактів суб'єктів туристичного бізнесу з державними, громадськими, науковими, освітніми структурами, просторові локації яких найчастіше виходять поза межі державних кордонів (рис. 2) тобто розкриває зміст соціального партнерства.

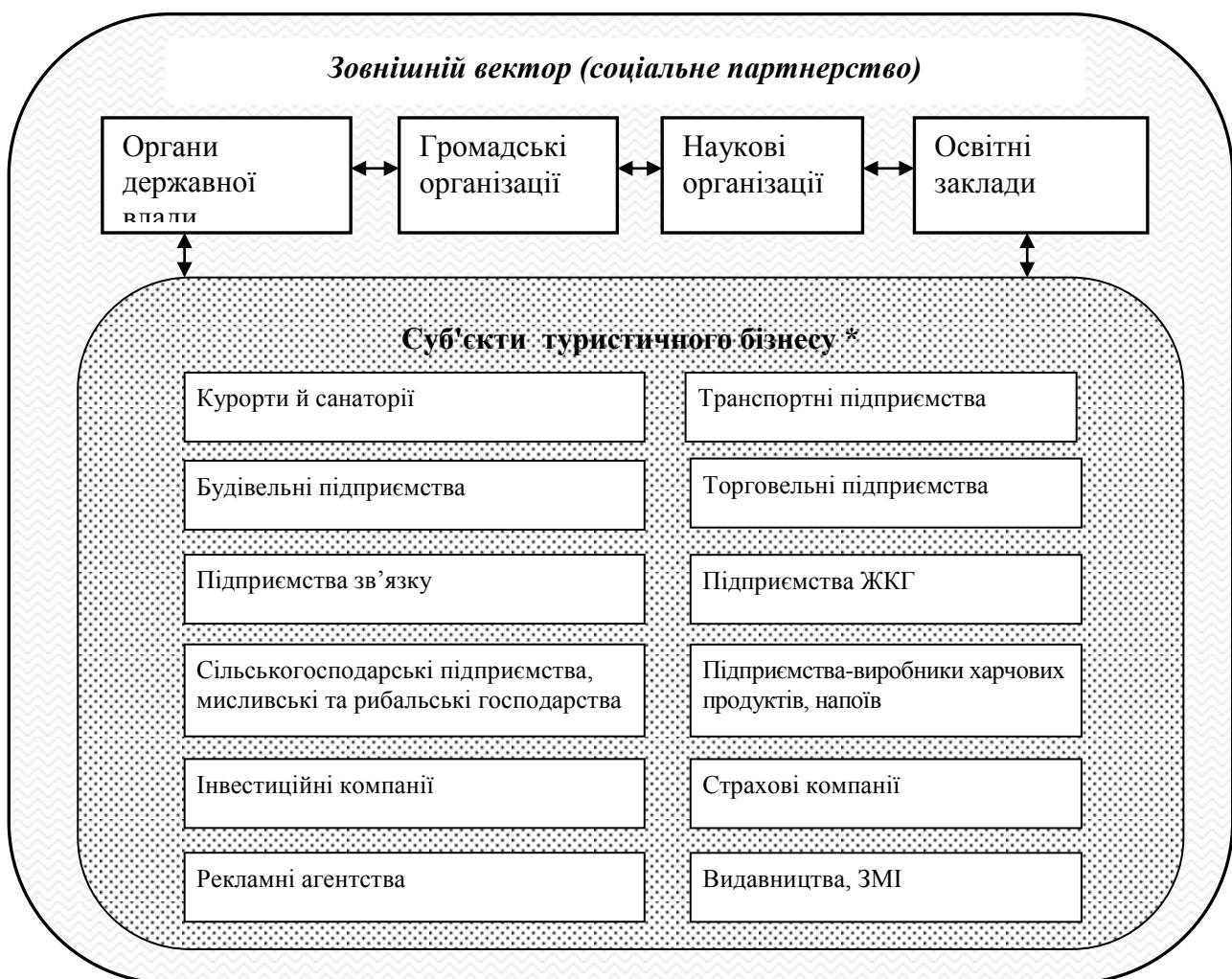


Рис. 2. Зовнішній вектор партнерства

*Складено автором на основі джерела: [3, с. 186-192]

Сьогодні зовнішній вектор партнерства чітко підкреслює той факт, що туризм – явище міжнародного масштабу, через що в просторовому вимірі

зовнішній (як в принципі і внутрішній) вектори партнерства в туристичному бізнесі можуть набувати ознак транскордонних та міждержавних.

Аналізуючи рис. 1, 2, слід відмітити, що можливостей комбінації участі в різних векторах партнерства може бути чимало. Основу ініціативи до співпраці повинні становити спільні інтереси, адже при такій співпраці досить часто виникають труднощі, зумовлені розбіжністю інтересів його учасників. Через це примусові ініціативи з боку держави, часто спричинені вимогами міжнародної спільноти, перетворюються у формальну співпрацю, що для конкурентоспроможності туристичного бізнесу на міжнародній арені не спричиняє абсолютно ніякої вигоди.

Ефективним партнерство буде лише в тому випадку, якщо забезпечуватиметься спільний інтерес його учасників і проводитимуться відповідні роз'яснювальні роботи, щоб кожен суб'єкт усвідомлював необхідність такої участі для власного розвитку. При цьому важливо, щоб таке партнерство призвело до підвищення ефективності використання поки що обмежених ресурсів туристичної галузі та слугувало формою для її подальшого розвитку. В іншому ж випадку така співпраця буде за собою тягти лише необґрунтовані ресурсі затрати на періодичне проведення заходів переважно організаційного характеру.

Отже, партнерство в апріорі дозволить, досягти збалансованості впливу економічних, екологічних, соціокультурних та інших чинників в міжнародному туристичному бізнесі.

Література

1. Про соціальний діалог в Україні: Закон України від 23.12.2010 року №2862-VI: Законодавство України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2862-17>
2. Бігус М.М. Роль партнерства у забезпеченні конкурентоспроможної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу [Текс] : зб. наук. ст. / М-во освіти і науки України. Львів. інст.-т економіки і туризму ; М.М. Бігус, Н.А. Свелеба ; Серія «Економічні науки» [редкол.: І.О. Бочан та ін.] – Львів : ЛІET, 2014. – №9. – С. 117-126.
3. Біль М.М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект [Текст] / М.М. Біль // за наук. ред. д.е.н. О.П. Крайник. – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2011. – 288 с.
4. Рифай Т. Звернення до учасників, гостей і організаторів ХХ Ювілейного Міжнародного туристичного салону «Україна 2013» [Електронний ресурс] / Т. Рифай - Режим доступу: <http://www.ukraine-itm.com.ua/upload/UITM%202013%20UNWTO%20welcome.pdf>.
5. Соціальний діалог: Конфедерація роботодавців України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.confeu.org/ua/socialdialogue.html>.

ПРИРОДООХОРОННІ ТА ЕКОЛОГІЧНІ ЗАХОДИ ПРИ БУДІВНИЦТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ В КАРПАТАХ

Стрімкий розвиток туристичної галузі в карпатському регіоні порушує питання належної хорони природи, рекреаційних ресурсів. Будівництво готельно-ресторанних комплексів без застосування належних інженерних заходів, можуть негативно впливати на довкілля. Задля збереження та примноження природних ресурсів пропонується вживати апробовані європейські технології очищення води, стоків, використання відновлюваної енергії.

Ключові слова: інженерне забезпечення, екологія, відновлюваний ресурс.

Bohoslavets I. Engineering Providing of Hotel and Restaurant Facilities and Their Influence on the Region's Recreational Resources. The main aspects of engineering providing of HTF, water supply and sanitation, that influence the environment are shown in the article. Approaches to arranging of landscaping of tourism infrastructure are suggested.

Keywords: engineering providing, hotel and restaurants facilities (HTF), energy saving technologies, influence on the environment, landscaping, tourism infrastructure.

Туристична галузь Прикарпаття залишається однією з пріоритетних напрямів діяльності підприємництва, спрямованою на загальне покращення соціально-економічного поступу регіону та самозабезпечення місцевого населення робочими місцями. Особлива активізація життя галузі відновлюється в період Новорічно–Різдвяних свят, коли туристичні фірми прагнуть компенсувати фінансовий вакуум попереднього кількамісячного міжсезоння. В зимовий період триває паломництво відпочивальників з сусідніх держав та центрально-східних регіонів України, які окуповують бази відпочинку та туристичні комплекси. В період економічної кризи туристична галузь впевнено розвивається, в зв'язку з невеликою вартістю створення робочих місць, можливістю використання існуючих основних фондів підприємств та житлового фонду приватних осіб. Та великого туристичного бума наразі не спостерігається в зв'язку з війною в східних областях України, аномальними погодними умовами, загальним економічним та психологічним станом в державі, постійним ростом вартості енергоносіїв, відповідно і високою вартістю пропонованих туристичних послуг та якістю цих послуг. Тому перед туристично–відпочинковими комплексами постає питання оптимізації структури підприємства, економії енергоносіїв, зменшення тепловтрат будівель готельно-ресторанного господарства, розвивати крім гірськолижного спорту, ще й пізнавально–культурний напрям дозвілля відпочиваючих з України та

відпочиваючих з сусідніх держав. За офіційною інформацією Івано-Франківської ОДА щорічно Прикарпаття відвідує мільйон офіційно зареєстрованих туристів.

Розвиток туристичної галузі Карпатського слід завдячувати появі відомих гірськолижних курортів - Буковель, Драгобрат, Славське та інші. Аналізуючи вплив гірськолижного курорту Буковель на розвиток туристичної галузі Івано-Франківщини, слід відзначити, що кількість приватних садиб Яремчанщини зросла в десятки разів і сягає більше 500 із 800 існуючих в області, постійно зявляються нові готельно-ресторанні заклади , які тішать око подорожуючих, цікавими архітектурно-будівельними рішеннями, вищуканим благоустроєм прилеглої території та широким спектром якісних послуг(2). Враховуючи те, що приблизно 40 відсотків туристів приїжджають в Карпати в літній період, великі кошти необхідно приділяти рекламним проектам, метою яких має бути популяризація музеїв , пам'яток архітектури, пам'ятних місць та пов'язаних з ними туристичних маршрутів. Особливе місце має посісти ідея відвідання Карпат, з ототожненою ідеєю відвідання оази чистого повітря, чудових краєвидів, скарбниці традицій, гостинних та працьовитих місцевих жителів. Якщо об'єднати вищеперелічені складові розвитку туристичної галузі в одне ціле, то ми можемо прийти до базової ідеї про створенні на базі існуючої туристичної галузі – Української Швейцарії, періодично проводячи пізнавальні поїздки на гірськолижні курорти Буковелю та Драгобрату в літню пору року, доводилося спостерігати активне будівництво закладів готельно-ресторанного призначення, лижних спусків, підйомників та інших інженерних споруд. Темпи будівництва викликали захоплення від побаченого, але одночасно ловив себе на думці про вплив таких величезних об'ємів господарської діяльності на екологічний стан оточуючого середовища, адже виконання будівельно-монтажних робіт по будівництву (ГРЗ) готельно-ресторанного закладу на складному рельєфі в гірській місцевості, обов'язково виникає потреба переміщення та утилізація великих об'ємів ґрунту з метою влаштування фундаментів будівлі, дренажних систем, підпірних стінок гідроізоляції, а особливо влаштування під'їздів них шляхів та мостів, інших гідротехнічних споруд, можливого берегоукріплення з метою влаштування транспортного сполучення проектованого закладу з існуючими автомобільними дорогами та під'їздами. Особливе місце займає влаштування вертикального планування території закладу готельно-ресторанного господарства з метою організації відведення атмосферних опадів за межі ділянки, з метою негативного впливу опадів на функціонування та довговічність будівлі. Як правило, весь цей перелік робіт зобов'язує підрядну будівельну організацію знімати рослинний шар ґрунту, складувати в певному місці будівельного майданчика, а потім пізніше використовувати при рекультивації прилеглої території, або влаштуванні благоустрої території закладу, з метою зменшення витрат на собівартість будівельно-монтажних робіт. Ця технологічна послідовність виконання земляних робіт показує про майже повне знищення природного покриву земельної ділянки будівництва, тому з метою мінімізації впливу будівельних робіт на оточуюче середовище, існує розділ проекту «Організація

будівельно-монтажних робіт», який є обов'язковим розділом робочого проекту і зобов'язує будівельну організацію максимально зменшити пересування будівельної техніки по території будівельного майданчику, раціонально складувати будівельні матеріали та влаштовувати тимчасові під'їзди будівельної техніки, влаштування тимчасових споруд. Рекультивація та благоустрій прилеглої території збудованого готельно-ресторанного закладу є головним завершальним етапом виконання будівельних робіт, який спрямлює на відвідувачів важливе естетичне враження і викликає, або не викликає бажання відвідати даний заклад. Тому перед кожним архітектором, при розробці розділу „Генеральний план і транспорт”, стоїть важливе завдання запроектувати транспортні та пішохідні зв'язки з твердим покриттям, елементи озеленення (газони, квітники, передбачити насадження), які б створювали затишок та хімізували візуальний контакт відпочиваючих в закладі розміщення та транзитних туристів, які подорожують по пішохідних та транспортних маршрутах. Враховуючи той факт, що серед відвідувачів є багато дітей з батьками, необхідно передбачувати дитячі ігрові майданчики та малі архітектурні форми для активного відпочинку та спілкування різних вікових груп дітей за інтересами інші майданчики, які дадуть можливість відпочиваючим цікаво використати час в різні пори року (1).

Наступним завданням, яке стоїть перед кожним інвестором будівництва готельно-ресторанного закладу - забезпечення комфортного проживання клієнта, до переліку яких входить забезпечення необхідного температурного режиму, обладнання будівлі системою водопостачання, водовідведення, електропостачання, можливого газопостачання з одночасним ощадним використанням енергоносіїв. В час економічної скрутки та різкого збільшення вартості енергоресурсів (газу, електроенергії), які суттєво впливають на вартість наданих послуг перед кожним власником відпочинкового закладу постає питання раціонального використання та економії енергоносіїв. Існуючий рівень розвитку побутової техніки, будівельних матеріалів, технологій в будівництві змушує всіх громадян нашої держави та підприємців аналізувати існуючий стан витрат на енергоносії і робити пошук нових компромісних рішень в енергозбереженні, застосуванні їх в щоденному житті з метою оптимізації витрат та зниження вартості ведення бізнесу, одночасним зниженням техногенного впливу на оточуюче середовище та дотриманням існуючих будівельних та протипожежних норм. Впровадження теплозберігаючих технологій на вже впровадження існуючих об'єктах, вимагає застосування великих інвестицій, які через 5-7 років повернуться економічними та екологічними дивідендами. Дуже складно запроваджувати нові теплозберігаючі технології на вже існуючих об'єктах громадського призначення по причині одночасного проведення будівельних робіт та надання відвідувачам послуг розміщення чи відпочинку. В ідеальному випадку вважається впровадження теплозберігаючих технологій ще на стадії проєктування, коли є можливість запроектувати енергоефективні конструктивні елементи зовнішніх стін, перекриття, покриття, горища, даху, заповнення віконних та дверних прорізів, застосування відповідної раціональної схеми, використання в проєкті новітніх

систем опалення, вентиляції освітлення, водопостачання, водовідведення, що в свою чергу виключить в подальшому великий перелік робіт по виконанні реконструкції будівлі та заміні теплогенеруючого та технологічного обладнання. Зрозуміло, що використання в будівництві новітніх будівельних матеріалів та технологій вимагає застосування одразу великих фінансових ресурсів, зате в майбутньому зменшаться експлуатаційні витрати будівлі, дасть можливість раціонально спланувати ділянку проектованого закладу та економного розміщення мереж інженерного забезпечення (мереж водопостачання, водовідведення, електропостачання, газопостачання, телефонізації). Дуже просто вирішується забезпечення проектованого об'єкту інженерними мережами в обласних, районних центрах, де є сформована мережа енергоносіїв та генеруючі підприємств, що дає можливість підключення при наявності відповідних технічних умов. Аналізуючи розвиток туризму, центр ваги будівництва переміщується в гірські райони, де відсутні будь-які інженерні мережі, крім мереж електропостачання. Тому, придбавши земельну ділянку комерційного призначення для будівництва на ній готельно-ресторанного закладу, необхідно виготовити якісні топогеодезичні вишукування з висотними відмітками та наявними інженерними мережами. Перед видачею замовнику таких топогеодезичних вишукувань, виконавець вишукувань зобов'язаний погодити аркуш топогеодезичних вишукувань в технічних відділах власників цих мереж, про що свідчить штамп погодження за підписом керівника технічного відділу. Виготовлення топогеодезичних вишукувань, дає можливість інвестору в співпраці з архітектором виготовити кілька варіантів забудови земельної ділянки, проаналізувати ці варіанти на дотримання вимог існуючих нормативних документів, які регламентують необхідні розриви між будівлями, інженерними спорудами та мережами, дотримання охоронних зон свердловин водопостачання та дотримання нормативних охоронних розривів до берегової ліній струмків та річок. Проаналізувавши всі можливі варіанти забудови, інвестор зобов'язаний прийняти та погодити єдине правильне рішення, яке має втілюватися в життя. Особливу увагу потрібно звернути на розміщення джерела водопостачання та обладнання його необхідними насосами та системою очистки, яка б забезпечувала показники якості питної води у відповідності з паспортом свердловини. Незважаючи на присутність на ринку України великої кількості фірм, які продають та встановлюють очисні споруди різних виробників, постійною проблемою залишається експлуатаційне обслуговування змонтованих очисних споруд побутових стоків(3,4,5). Відпочиваючи влітку на березі гірської річки, можна помітити, як ввесі гравій та каміння в руслі бурхливої течії покриваються слизькими зеленими водоростями, яких десятиліття тому ніхто з місцевих жителів та приїжджих відпочиваючих не бачив. Влітку, завдячуячи високому температурному режиму, ці бороди водоростей досягають 20-40 сантиметрів і все частіше відбивають бажання заходи ти в річку, наштовхують на думку про потрапляння побутових стоків в водні артерії Карпат. Кожному власнику зеленої садиби та туристичного закладу необхідно знати про те, що все технологічне обладнання яке продають

та встановлюють постачальні підприємства та організації, крім супровідних документів мають мати сертифікат відповідності даного технологічного обладнання існуючим стандартам України. Крім наявності бланку відповідності, необхідно в угодах на продаж та монтажні роботи по встановленні певного технологічного обладнання, необхідно передбачати окремий пункт в угоді, який би зобов'язував організацію - постачальника виконувати технічне обслуговування змонтованого обладнання. Окремим питанням залишається очистка та звільнення ємностей очисних споруд та залізобетонних збірників від осаджених речовин побутових стоків. Наведена проблема виникає перед власником закладу розміщення після певного часу роботи закладу (переважно один раз на місяць), коли ємкості наповнюються, або в санвузлах. Починають відчуватися неприємні запахи, які заставляють працівників активно шукати причину. Як правило все закінчується використанням спецтехніки комунального господарства даного населеного пункту та утилізацією на полігоні побутових відходів , який має свої очисні споруди, які унеможливлюють потрапляння цих відходів ведення господарської діяльності до оточуючого середовища. Враховуючи можливі аварійні ситуації та недобросовісне ставлення окремих власників садиб до вищевикладеної проблеми, виникає питання до працівників екологічної інспекції, які закривають очі на кричущі факти порушення Державних будівельних норм та існуючого Законодавства в природоохоронній сфері. Чудове рішення було прийнято керівництвом гірськолижного курорту «Буковель» в 2012 році про будівництво очисних споруд та центрального колектора, до яких зобов'язали підключити мережі побутових стоків всіх закладів готельно-ресторанного господарства, які знаходяться на території гірського курорту. Звичайно, що прийняття такого рішення мало певні складності, в зв'язку з великою вартістю проектних та будівельно-монтажних робіт, але в 2014 році ввесь цей комплекс інженерних мереж та очисних споруд був введений в експлуатацію, про що свідчили неодноразові повідомлення в місцевій пресі та телебаченні. Наведений приклад будівництва очисних споруд свідчить про можливу реалізацію найскладніших проектів при добром організаційному підході та усвідомленні необхідності шанобливого ставлення до природи Карпат. Проекти розвитку інфраструктури відпочинку потрібно розробляти в комплексі із забезпеченням закладів енергоносіями та залученням фахових архітекторів, з врахуванням нових генеральних планів. населених пунктів, залучення різних джерел фінансування, з одержанням в майбутньому коштів від туристичної галузі. Туристична галузь в свою чергу є важливим чинником зайнятості населення, пізнання культурно-духовної спадщини, виховної функції в охороні навколошнього середовища.

Переслідуючи певні меркантильні інтереси, працівники екологічних інспекцій вибірково закривають очі на порушення нормативних документів забудови населених пунктів ДБН 360-92*** «Планування і забудова міських і сільських поселень» по питанню ширини охоронних зон від берегової лінії річок або струмків до проектованої лінії забудови окремого об'єкту будівництва. В деяких випадках охоронна зона становить 25 -50 метрів , а

фактично трапляються випадки коли відстань від берегової лінії до стіни господарської будівлі становить 6-7 метрів). Тому при проектуванні закладів готельно-ресторанного господарства, необхідно дотримуватись Державних будівельних норм. Зрозуміло, що в даній економічній ситуації не всі власники закладів готельно-ресторанного господарства в своїй щоденній господарській діяльності, житті будуть дотримуватися комплексу викладених в даній статті заходів по зменшенні енергозатратності підприємств, заходів природоохоронного та екологічного характеру замішані на патріотизмі та любові до нашого краю дадуть добрий результат, покращувати існуючий екологічний стан шляхом відновлення лісів, зберігаючи чистоту струмків та річок, рекультивації земель на яких велася господарська діяльність чи велися будівельні роботи, влаштування якісних автодоріг та автостоянок, розробка цікавих пізнавальних туристичних маршрутів та їх маркування, облаштування та благоустрій місць відпочинку та ночівлі туристів, влаштування системи збору та утилізації відходів, які залишають на місцях зупинки туристичних груп - ввесь цей комплекс заходів позитивно вплине на охорону навколошнього середовища, економічно-соціального та культурного розвитку громадян нашої Держави.

Література

1. ДБН 360-92 «Планування і забудова міських і сільських поселень» Державні будівельні норми України Держбуд України. 2002.
2. Калуцький І. Ф. Значення лісів для розвитку рекреації і туризму І.Ф.Калуцький, М.М. За поточний Мат. Між нар. Н.-п. Конф. „Екотуризм і сталий розвиток у Карпатах”- Рахів,2007.-С 141-146.
3. Гвоздяк П. И., Дмитренко Г. Н., Куликов Н. И. Очистка промышленных сточных вод прикрепленными микроорганизмами // Химия и технология воды. — 1985. — Т.7, № 1. — С. 64-68.
4. Стабнікова О. В., Красінсько В. О., Іванов В. М. Вплив заліза на обробку білок- та сульфатовмісних стічних вод // Наукові праці НУХТ, 2002. — № 11. — С. 35-37.
5. Волошин, М.Д. Проблеми підвищення якості питної води: монографія / М.Д. Волошин, О.А. Крюковська, А.В. Іванченко.-Дніпродзержинськ: ДДТУ,2013.-268 с.
- 6.http://teplydim.com.ua/uk/energy_saving_technologies/energy_efficient_lighting

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ

В статті розглянуто основні аспекти інтеграційних процесів, зокрема у міжнародному туристичному бізнесі країн Європи. Наведено приклади розвитку туризму та необхідність їх у інтеграційних процесах.

Ключові слова: інтеграція, міжнародний туризм, євроінтеграційні процеси

Vaidovych O. Development of international tourism european countries in terms of integration. In the article the basic aspects of the integration process, particularly in the international tourism business in Europe. Examples of tourism and the need for them in the integration processes.

Keywords: integration, international tourism, European integration processes

У багатьох країнах світу туристична індустрія є однією з найприбутковіших галузей світової економіки. Про це говорять світові економічні та статистичні показники останніх шести десятиліть, динаміка яких з року в рік лише зростає, а доходи від нього стали важливою складовою національних бюджетів. Світові доходи від туризму становлять до 10% валового національного продукту. Україна поки що не може похизуватися такими результатами, однак з року в рік спостерігається їх покращення.

Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується переважанням сфери послуг як у структурі національного виробництва більшості країн світу, так і в системі міжнародних економічних відносин [3, с.15]. Істотний внесок у дослідження розвитку інтеграційних концепцій в туризмі внесли М. Біржаков, М. Жукова, М. Кабушкін, В. Квартальнов, Дж. Р. Уокер та ін. [4]. Численні наукові доробки є свідченням багатогранності інтеграційних концепцій, які на принципах системності потребують узагальнення, уточнення й поглиблення. Разом з тим сучасні трансформаційні суспільні процеси обумовлюють необхідність розгляду класичних інтеграційних концепцій і методів активізації інтеграційних процесів через призму їхньої галузевої адаптації з урахуванням національних особливостей та умов ведення туристичного бізнесу.

Інтеграція (від лат. *Integrum* - ціле, лат. *Integratio* - відновлення) – це поєднання, взаємопроникнення [8]. Тобто мається на увазі процес зближення та об'єднання спільних інтересів та думок в реалізацію поставленої мети. В туристичній індустрії також знайшлося місце інтеграційним процесам, адже як ніяка галузь економіки, туристичний бізнес найбільше потребує масштабних розширення своєї діяльності за межі однієї країни. В цьому і проявляється сутність міжнародного туризму, який відноситься до однієї з форм зовнішньоекономічних відносин.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Досвід інтеграції країн Європи можна вважати одним з найцікавіших, найпривабливіших та найактуальніших для міжнародних інтеграційних об'єднань та окремих держав, зокрема й України. Євроінтеграційні процеси демонструють ефективні економічні, політичні і правові рішення, застосовуючи нові форми і втілення нового змісту реформ.

Інтенсифікація попиту у сфері туризму на основі зростання обсягу міжнародних економічних, господарчих, наукових та культурних контактів, обумовлених удосконаленням засобів транспорту, зв'язку, розширенням масштабів міжнародної торгівлі, зовнішньоекономічних зв'язків, підвищеннем інтернаціоналізації і глобалізації світового господарства, з одного боку, та посилення конкуренції між туристичними організаціями і підприємствами різних країн в умовах посилення монополістичного туристичного бізнесу і формування замкнутих інтеграційних туристичних угрупувань (як, наприклад, в межах ЄС), - з другого, обумовили виникнення спеціалізованих вільних туристичних зон (СВТЗ), позитивний досвід яких існує в Іспанії, Гібралтарі, на Кіпрі [2, с.139].

Для розв'язання проблемних аспектів інтеграції у розвитку міжнародного туризму наведено досвід здійснення туристичних реформ у сьогодні вже високо розвинутих туристичних країнах Європи.

Ще у 80-і роки в Туреччині поетапно почав розвиватися туризм, який становив значну частку в ринковій стратегії держави. Зазначивши, що від даної галузі країна отримує високі та зростаючі прибутки, уряд почав створювати привабливі умови для його розвитку. Однією з цих умов було прийняття Закону про туризм «Закон про заохочення туристичного бізнесу». В період реформ були створені Банк Туризму, Фонд розвитку туризму і Міністерство культури і туризму Туреччини. Таким чином, після таких реформ Туреччина почала активно розвивати в країні туризм та посилювати інтеграційні зв'язки з багатьма країнами Європи. За даними Турецького статистичного інституту прибуток державної казни від туризму становить близько чверті обсягу турецького експорту. Туризм приносить країні значні валютні дивіденди. Уряд Туреччини планує до 2023 року залучити на свої курорти 50 мільйонів туристів з інших країн, які, за прогнозами, принесуть державі 50 мільярдів доларів США, та увійти в п'ятірку світових лідерів за кількістю туристів та прибутку від індустрії туризму. Такому стану сприяло виділення державних кредитів, встановлення низьких цін на земельні ділянки, податкові пільги [7].

Також слід відзначити подолання інтеграційних проблем по відношенню до розвитку міжнародного туризму урядом Італії. За оцінками експертів, однією з найбільших проблем виявилась роздрібненість і локалізацію турбізнесу по регіонах через брак ефективної централізованої координації та труднощі щодо залучення міжнародних інвестицій. Також у зв'язку з падінням турпотоку, уряд країни запропонував розробку стратегічного плану щодо його підвищення. Згідно цього планується відродити Національне агентство туризму та посилити роль міністерства туризму як основного відомства для координації всіх регіонів країни та зв'язків із сусідніми державами. Як повідомляє офіційний сайт міністерства регіональних питань, туризму і спорту Італії, уряд розраховує, що

після реалізації всіх пунктів цього плану кількість робочих місць до 2020 року зросте на 500 тис. (з 2,2 до 2,7 млн.), а доходи державного бюджету від туризму зростуть на 30 млрд. євро (зі 134 до 164 млрд.) [5].

Вартий уваги і досвід Грузії, який можна назвати наочним спростуванням щодо можливості кризи у сфері туризму. Варто згадати 2004р., коли країна погрузилася у важку загальнодержавну фінансово-економічну кризу. За даними МВФ, протягом 2007-2013 років Грузія мала одні з найвищих у світі темпи розвитку. Міжнародний туризм є одним з економічних пріоритетів Грузії. «Це дає можливість розвивати сільське господарство, створювати нові робочі місця. До того ж туризм – приваблює інвесторів» - говорить міністр економіки Грузії Віра Кобалія. Великий вплив на розвиток міжнародного туризму мали витрати на рекламу, що дозволила розповсюдити інформацію про країну майже по всьому світу. І таке політичне русло приносить відповідні результати, про що говорять зростання туристичних потоків з року в рік майже на 36%. Вся туристична інфраструктура Грузії створюється виключно за рахунок інвесторів. А перше місце за інвестиціями в Грузію посідає туристична Туреччина, у якій, крім усього, мешкає величезна діаспора, від одного до п'яти мільйонів етнічних грузинів.

Україна як європейська країна також повинна посилювати інтеграційні прояви розвитку міжнародного туризму, адже, як бачимо з прикладів, ця галузь приносить лише позитивні наслідки. На сьогоднішній день ситуація в Україні, яка переживає нелегкі часи як в політичному, так і економічному стані, несприятливо впливає на розвиток інтеграційних процесів у сфері туризму. Одним із важливих аспектів, який посилює важливість міжнародного туризму для України, є постійна інтенсифікація попиту на туристичний продукт міжнародного ринку послуг [1, с.35]. Зростання попиту на туристичні послуги та динамічність сучасної економіки спричинили появу та посилення надзвичайної конкуренції на міжнародному туристичному ринку [6].

Узагальнюючи вищевикладене, важливо наголосити на тому, що саме туризм відіграє важливу роль у забезпеченні позитивної динаміки кількісних та якісних параметрів розвитку світової економіки, інших галузей і видів економічної діяльності, а також у формуванні мультиплікаторів покращення основних макроекономічних показників. Для багатьох країн міжнародний туризм приносить лише зростання та зміцнення економіки. На вищенаведених прикладах розвитку туризму у країнах Європи можна зауважити, що для його розвитку необхідно лише правильно сформований та раціонально реалізований стратегічний план, який би забезпечив поступове, але стабільне зростання галузі туризму в країні. Міжнародний туризм стимулює розвиток інтеграційних проектів з розбудови транспортної та готельно-туристичної інфраструктури (зокрема, аеропортів, шляхів, морських портів, реставрацію історичних пам'яток, музеїв, розвиток природних охоронних зон), що підвищує і якість життя корінного населення, і обслуговування туристів.

Література

1. Артеменко В. Б. Оцінка можливостей участі України у міжнародному туризмі / В. Б. Артеменко, В. Т. Списак. — Сер.: Економічна. — 2007. — Вип. 26 — С. 8–13.
2. Горбач Л.М., Плотніков О.В. Міжнародні економічні відносини: підруч. для вищ. навч. закл. / Л. М. Горбач, О. В. Плотніков. - Київ: Кондор, 2005. - 263 с. - Бібліогр.: с. 263. - ISBN 966-8251-72-5
3. Гордієнко І. С. Міжнародний туризм та його розвиток в Україні / І. С. Гордієнко, О. Є. Шайда. — Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — Вип. 21.6. — С. 141–144
4. Жукова М.А. Индустрія туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 200 с.
5. Італія розвиватиме туризм, щоб наздогнати Францію й Іспанію [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cheap-trip.eu/>
6. Онисько М.Б. Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html>.
7. TurkStat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.turkstat.gov.tr>.
8. <http://uk.wikipedia.org>

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

У статті обґрунтуванні теоретичні основи та визначені напрями удосконалення мотиваційного механізму залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України на основі аналізу мотивацій іноземних інвесторів в контексті економічної безпеки.

Ключові слова: іноземні інвестиції, мотивації інвесторів, інвестиційний клімат, політика залучення інвестицій, економічна безпека.

Vasylchak S. V., Negrych O. I. Motivational mechanism of foreign direct investment attraction into the Ukraine's economy in context of economic security. The main directions for foreign direct investment involvement motivational mechanism improvement are determined and described in the article on the bases of foreign investors' motivations analysis in context of economic security.

Key words: foreign investment, investor's motivations, investment climate, investments involving policy, economic security.

Всеохоплюючий процес глобалізації зумовлює економічну зростання, яке в свою чергу потребує належного фінансування, а формування та перерозподіл фінансових ресурсів між країнами відбувається на міжнародному інвестиційному ринку, що є складним механізмом світової економічної системи. Світова фінансово-економічна криза, що спричинила значне зниження інвестиційних потоків, здатна порушити світову макроекономічну рівновагу. Тому сьогодні на ринку прямих інвестицій загострюється конкурентна боротьба через зростаючий попит національних економік на інвестиційні ресурси, та все частіше виникає питання щодо формування дієвого механізму залучення іноземних інвестицій в контексті економічної безпеки.

Включення національної економіки в світову економічну систему зумовлює необхідність здійснення аналізу інвестиційної складової економічної безпеки в контексті розвитку загальносвітових інвестиційних процесів.

Станом на 1 січня 2015 року в економіку України іноземними інвесторами внесено 45 916 млрд дол. США [113]. Хоча Світовий банк оцінює потреби України в інвестиціях більш ніж 100 млрд дол. США [1].

Інвестиції надійшли зі 129 країн світу. До основних країн-інвесторів за даними Державної служби статистики за останні роки є такі країни, як Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Російська Федерація, Австрія (рис. 1).

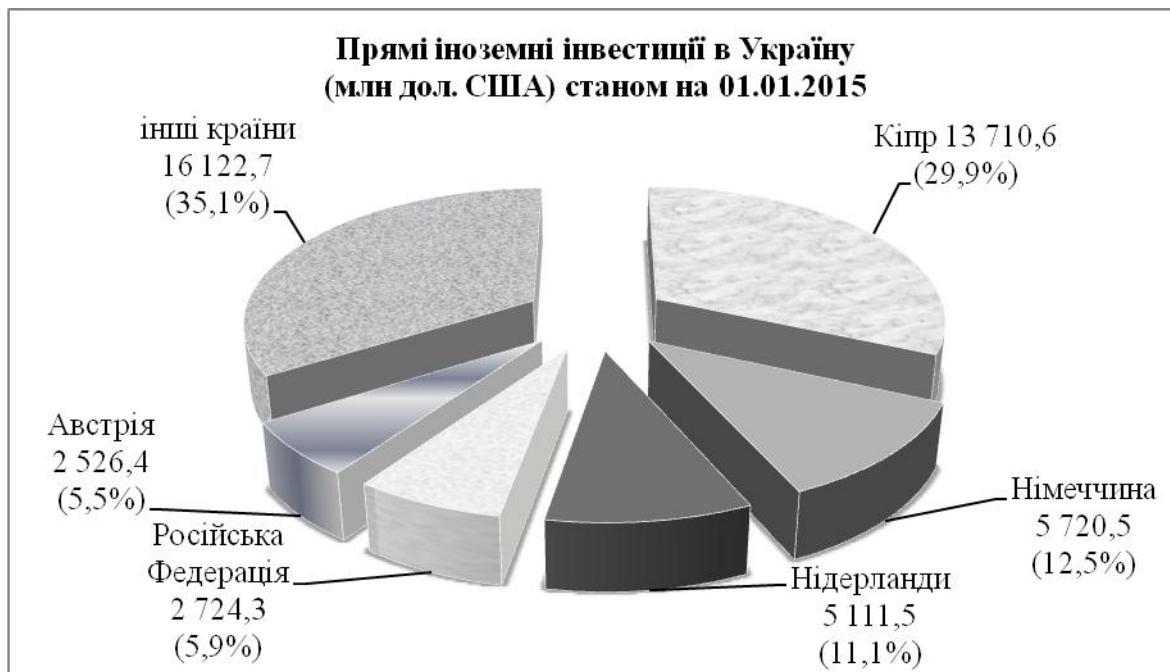


Рис. 1. Прямі іноземні інвестиції в Україну (млн дол. США) [1].

Традиційні галузі економіки виявились найбільш привабливими для інвесторів. До таких можна віднести: металургію, машинобудування, хімічну промисловість, харчову промисловість. Дедалі більше привертають увагу інвесторів такі галузі як автомобільна промисловість, споживча електроніка, високі технології, вітроенергетика, сонячна енергетика, виробництво біопалива, телекомуникації, логістика та інші.

Загалом можна стверджувати, що найбільшу потребу в іноземному капіталі відчувають такі галузі української економіки, як охорона здоров'я, освіта, сільське господарство та ін. Враховуючи ці аспекти, варто проаналізувати існуючу систему формування привабливого інвестиційного середовища та сформувати мотиваційний механізм залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України.

Незважаючи на всі гарантії, позитивні реформи та програми для покращення інвестиційного клімату в Україні, процес їх упровадження залишається повільним, тому підприємства не можуть повною мірою скористатися перевагами цих змін у законодавстві.

Беручи до уваги проблеми та перешкоди, з якими зіштовхується Україна при залучення прямих іноземних інвестицій та враховуючи особливості поведінки іноземних інвесторів на основі аналізу їх мотивацій щодо здійснення капіталовкладення, доцільно сформувати мотиваційний механізм залучення прямих іноземних інвестицій.

Такий механізм залучення інвестицій являє собою систему державного регулювання, тобто методи, прийоми та важелі впливу, що ґрунтуються на врахуванні мотивацій іноземних інвесторів та спрямовані на формування сприятливого інвестиційного середовища для надходження у країну зовнішніх інвестиційних ресурсів [2].

Структура мотиваційного механізму залучення іноземних інвестицій включає в себе нормативно-правову, економічну та організаційну складові на двох рівнях – державному та регіональному.

Нормативно-правовий чинник має бути основою та підґрунтям для інших складових мотиваційного механізму залучення іноземного капіталу.

Вся українська законодавча база щодо залучення іноземних інвестицій відзначається нестабільністю та ненадійністю. Забезпечення стабільності може мати важливіше значення для іноземних інвесторів, ніж деякі пільги. Саме тому, для створення ефективної системи залучення іноземних інвестицій необхідне формування якісної законодавчої бази.

Насамперед, необхідно здійснити реформування системи оподаткування. А саме: спрощення податкового адміністрування для іноземних інвесторів; зменшення часу для отримання дозволів та оформлення документів; прогнозованість дій уряду щодо встановлення та адміністрування податків та податкових платежів; чітка структура оподаткування.

Не менш важливим є також надання державних та регіональних інвестиційних стимулів: інвестиційних грантів – грошових стимулів у вигляді безоплатних грантів перш за все на інвестиційні витрати і заробітну плату, які змінювалися б в залежності від рівня економічного розвитку регіону; державних гарантій для компаній, які не мають застави; трудових стимулів; грантів на зайнятість на нового працівника; грантів на інші види діяльності, такі як захист навколошнього середовища, тренінги, логістика чи створення відновлювальних джерел енергії. А також надання урядом стимулів для інвестування у депресивні сфери української економіки (в тому числі освіту та охорону здоров'я) та заохочення інвесторів вкладати капітал у регіони з високим рівнем безробіття [2].

Доцільним є забезпечення прозорості інвестування через удосконалення регулятивної бази, покращення доступу до ринку інвестицій та забезпечення однакових умов ведення діяльності як внутрішнім, так і іноземним інвесторам.

Наступним чинником є економічний, який перш за все включає в себе стабільність внутрішньо-економічної та політичної ситуації. Посилення боротьби з корупцією, в свою чергу, відіграє дуже важливу роль у рішеннях інвесторів щодо вкладення капіталу.

Предметом особливої уваги є посилення міжнародної конкурентоспроможності у високотехнологічних галузях; впровадження нових технологій; розвиток інфраструктури та вдосконалення телекомунікаційних мереж; надання грантів на дослідницькі роботи; фінансова підтримка інвесторів, що вкладають кошти в наукові дослідження, розробки спрямовані на розвиток виробництва, орієнтоване передусім на експорт та стимулювання інноваційних процесів.

Для припливу прямих іноземних інвестицій необхідно створити сприятливий митний режим. Ще одним елементом економічної складової мотиваційного механізму залучення іноземних інвестицій є удосконалення фінансового сектору, яке охоплює зміщення національної валюти, її конвертованість.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Розвинута інвестиційна інфраструктура є необхідною умовою дієвої політики залучення іноземного капіталу. Крім комерційних банків та інвестиційних фондів, вона має також охоплювати недержавні пенсійні фонди, комерційні страхові товариства, іпотечні банки.

Одним з найважливіших елементів організаційного чинника мотиваційного механізму залучення іноземних інвестицій є створення Консультативної ради з іноземних інвестицій, до складу якої би входили виконавчі директори міжнародних компаній і банків. Основними завданнями такої ради мав би бути моніторинг реалізації законів, постанов та рішень щодо покращення інвестиційного клімату країни (як на державному, так і на регіональному та місцевих рівнях) та модернізація системи залучення іноземних інвестицій, а також порядок вирішення спорів за участю іноземних інвесторів.

Важливим моментом при формуванні політики залучення інвестицій на даний момент є орієнтація на довготермінові інвестиції, які сприяють швидкому економічному зростанню та підвищенню рівня зайнятості.

Необхідною передумовою зацікавлення іноземних інвесторів є продаж наявних закинутих об'єктів та земель, які не використовувались раніше, що перебувають у власності уряду, за привабливими цінами; продаж інвестору ділянок з належною інфраструктурою під будівництво об'єктів за символічну ціну; ніяких обмежень щодо типів власності для іноземних інвесторів.

Сприяє залученню іноземних інвестицій і розвиток спеціальних економічних зон, які передбачають ще більшу систему податкових і митних пільг, спрощення адміністративних процедур та інших преференцій для іноземних інвесторів (рис. 2).



Рис 2. Схема мотиваційного механізму залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України.

Останнім, але не менш важливим елементом організаційного чинника, є організація та створення “бізнес-інкубаторів” – структур для підтримки малих підприємств на початковому етапі їх діяльності. Стандартний перелік послуг резидентам: безкоштовні (або здають за пільговою ціною) офісні приміщення, переговорні кімнати, допомога у встановленні зв'язків з інвесторами та потенційними клієнтами, а також надання консалтингової та інформаційної допомоги [2].

Метою української зовнішньоекономічної політики має бути активне залучення країни до міжнародних інтеграційних процесів. Але реалізація цього завдання потребує концентрації значних інтелектуальних, матеріальних, фінансових і природних ресурсів для розвитку стратегічних технологій як основних чинників конкурентоспроможності у світовій спільноті. Саме тому в Україні зараз необхідно створити умови для ефективного залучення іноземного капіталу застосовуючи сучасний мотиваційний механізм залучення прямих іноземних інвестицій, який враховує особливості поведінки та мотивацій іноземних інвесторів.

Входження національної економіки до світової економічної системи зумовлює необхідність аналізу інвестиційної складової економічної безпеки в контексті розвитку загальносвітових інвестиційних процесів.

Загалом, економічна безпека (далі ЕБ) – це стан економіки країни, який дозволяє підтримувати гідний рівень життя населення, спираючись на сталий та прогресивний розвиток економіки з впровадженням нових технологій та оновлення технологічного обладнання у виробництві, за умов реалізації довготермінової стратегії розвитку незалежної економічної моделі країни. Основними чинниками економічної безпеки є сталий розвиток національної економіки; стабільна соціально-економічна система, включаючи добробут населення; науково-технічний рівень: впровадження нових технологій, інновацій, забезпечення надходження до країни технологій, ноу-хау, передових методик управління, конкурентоспроможність економіки на міжнародному рівні.

Теоретичною основою для моделювання відносин іноземного інвестора та приймаючої країни може слугувати теорія «переговорної сили». Кожна сторона переговорного процесу має свої інтереси, а також можливості задоволення інтересів іншої сторони. Наприклад, країна, яка планує залучити ПІ має на меті економічне зростання, пожвавлення торгівлі, отримання нових технологій, збільшення зайнятості.

В свою чергу інвестор прагне отримати доступ до нового ринку та реалізувати переваги розміщення. Кожна сторона володіє ресурсами, завдяки реалізації яких, може бути забезпечено виконання завдань іншої сторони. Такі ресурси і є «переговорною силою». Інвестор має в своєму розпорядженні фінансові ресурси та організаційні навички, які дозволять йому реалізацію проекту із залучення ПІ в економіку країни. Реалізація такого проекту може збільшити обсяги торгівлі, доходи та зайнятість.

Використання нових технологій задля реалізації проекту допоможе здійснити технологічні зміни у відповідній галузі економіки країни. Країна,

відповідно, може дозволити доступ на ринок та до факторів виробництва, а також надати природні ресурси та дешеву робочу силу [3, С. 267– 269]. Таким чином, теоретично обумовлено механізм реалізації приймаючою країною своїх інтересів під час переговорів щодо залучення ПІ.

З огляду на забезпечення національної економічної безпеки (далі НЕБ), уряд країни на стадії підготовки до переговорного процесу з потенційними інвесторами має вивчити їх «переговорну силу» та визначити інтереси до країни залучення. Звісно, перш за все необхідно сформулювати стратегічний план розвитку, який би визначав цілі та пріоритети для спрямування інвестицій саме в ті сфери та галузі, які забезпечать розширене відтворення, найшвидшу віддачу та підвищення життєвого рівня населення [4]. І спираючись на інтереси національної економіки будувати переговорний процес з метою залучення іноземних інвестицій, які в процесі реалізації буду сприяти посиленню економічної безпеки держави.

Міжнародна конференція ЮНКТАД пропонує шлях для сприяння регульованому залученню ПІ, поділяючи заходи з регулювання на політику першого, другого та третього покоління [5, С. 28 – 29]. У межах заходів із зацікавлення іноземних інвесторів першого покоління країни знижують бар'єри для ввезення інвестицій, встановлюючи чіткі стандарти у відносинах з іноземними інвесторами та надаючи більш вагому роль у розподілі ресурсів ринковими методами. Майже всі країни, тою чи іншою мірою, рухаються у цьому напряму. Для деяких країн ці заходи дають змогу значно просунутись вперед у справі залучення ПІ, якщо конфігурація факторів, що визначають притік ПІ є оптимальною.

Для застосування політики другого покоління урядам, крім вказаних вище заходів, необхідно також здійснювати рекламні компанії, які сприяють залученню ПІ. На цьому шляху необхідним кроком є створення національних агенцій із залучення інвестицій. Сьогодні Всесвітня асоціація агенцій з заохочення інвестицій, яку було засновано у 1995 році, об'єднує 244 агенції з 162 країн [6]. Такі агенції на національному та міжнародному рівні здійснюють комплекс заходів, які мають спонукати потенційних інвесторів до здійснення інвестицій саме в цю країну та надавати підтримку в процесі залучення цих інвестицій в економіку країни. Але як і в політиці першого покоління, успіх цих зусиль залежить від якості базових факторів у приймаючій країні.

Політика залучення інвестицій третього покоління покликана змінити середовище для ПІ. Для цього здійснюється вибір іноземних інвесторів на рівні галузей та компаній щодо задоволення їх специфічних потреб для розміщення функціональних ланцюгів на рівні галузі діяльності або територіального комплексу з урахуванням пріоритетних задач розвитку економіки самої країни. Країна може створити власні територіально-виробничі комплекси, які ґрунтують свою діяльність на конкурентних перевагах країни та можуть утворювати власний імідж, рівнозначний бренду, який, в свою чергу, буде приваблювати потенційних інвесторів. Одним з ключових елементів такої політики залучення інвестицій є більш якісна інфраструктура конкретних районів країни та їх активна реклама серед потенційних інвесторів у

конкретних галузях діяльності. Загальноекономічні та політичні характеристики, особливості режиму регулювання у країні також мають значення, оскільки вони впливають на ефективність комплексів у межах їх території. Але провідною ідеєю у таких стратегіях є те, що вони мають впливати на один з основних економічних факторів, які визначають притік ПІІ, за умови розуміння змін характеру стратегій ТНК на теренах розміщення своїх виробництв [5, С. 28 – 29].

Виконання заходів політики сприяння залученню ПІІ третього покоління тісно пов’язане з необхідністю координації дій та рішень на різних адміністративних рівнях у країні. Відсутність такої координації може звести нанівець усі зусилля із залучення інвестицій, а конкуренція між різними районами всередині країни у гонитві за інвесторами призведе до «фіiscalьних війн» та завдасть шкоду економічній безпеці країни в цілому [5, С. 29].

Двоїстий вплив ПІІ здійснює крім позитивних впливів на економіку країни, ще й негативні. І в першу чергу, завданням державної політики має бути недопущення або обмеження небажаних ефектів іноземного інвестування. До загроз національної безпеки згідно Закону України «Про основи національної безпеки України» серед інших відносяться: істотне скорочення внутрішнього валового продукту, зниження інвестиційної та інноваційної активності і науково-технічного та технологічного потенціалу, скорочення досліджень на стратегічно важливих напрямах інноваційного розвитку; ослаблення системи державного регулювання і контролю у сфері економіки; небезпечне для економічної незалежності України зростання частки іноземного капіталу у стратегічних галузях економіки; низька конкурентоспроможність продукції; неконтрольоване ввезення в Україну екологічно небезпечних технологій, речовин, матеріалів і збудників хвороб, небезпечних для людей, тварин, рослин і організмів, екологічно обґрунтоване використання генетично змінених рослин, організмів, речовин та похідних продуктів.

За певних умов ПІІ можуть виступати чинником, який посилює ці загрози чи навіть є їх джерелом. Тому з метою захисту ЕБ від негативних впливів процесів прямого іноземного інвестування необхідно здійснювати заходи з обмеження цих впливів. Ці заходи мають реалізовуватись на різних стадіях залучення ПІІ. Так обмеження або недопущення негативних впливів більшості факторів необхідно здійснювати ще на стадії підготовки та залучення (рис. 3.).

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

на стадії підготовки та залучення

- встановлення контролю інвестора над країною;
- вплив на економічний розвиток країни;
- поглинання іноземними компаніями найбільш розвинутих та перспективних сегментів економіки;
- небезпечна для економічної незалежності України частка іноземного капіталу в стратегічних галузях;
- монополізація ринкової влади;
- недопущення до нових технологій, навичок, досвіду;
- відлив або втеча інвестицій;
- зменшення добробуту;
- репатріація прибутків;
- мінімізація оподаткування;
- регіональна нерівномірність розміщення іноземних підприємств;
- екологічно-небезпечні виробництва;
- псевдо інвестиції або відмивання грошей

у процесі функціонування

- встановлення контролю інвестора над країною;
- вплив на економічний розвиток країни;
- поглинання іноземними компаніями найбільш розвинутих та перспективних сегментів економіки;
- небезпечна для економічної незалежності України частка іноземного капіталу в стратегічних галузях;
- монополізація ринкової влади;
- недопущення до нових технологій, навичок, досвіду;
- поділ країн на центральні та периферійні;
- відлив або втеча інвестицій;
- зменшення добробуту;
- репатріація прибутків;
- мінімізація оподаткування;
- регіональна нерівномірність розміщення іноземних підприємств;
- екологічно-небезпечні виробництва;
- псевдо інвестиції або відмивання грошей;
- імпорт застарілих продуктів та технологій;
- зниження якості продукції

на стадії виведення

- відлив або втеча інвестицій;
- зменшення добробуту;
- мінімізація оподаткування;
- псевдо інвестиції або відмивання грошей

Рис. 3. Стадії здійснення регулювання факторів негативного впливу ПІІ.

В процесі функціонування ПІІ необхідно здійснювати моніторинг та контроль за можливими негативними впливами ПІІ та дотриманням інвесторами умов, які були укладені на стадії підготовки. На стадії ж виведення, завдання полягає в контролі виконання умов цього процесу та недопущенню перетворення виведення на втечу.

Інтеграція України до провідних міжнародних політичних та економічних організацій значною мірою підвищує загальний рівень національної економічної безпеки. Так, входження України до СОТ беззаперечно покращило умови для залучення іноземних інвестицій. Створення зони вільної торгівлі України та ЄС може надати усі шанси для активізації потенційних інвесторів [7]. Умови відповідної співпраці передбачають скасування митних тарифів, податків, зборів, уніфікацію регуляторних актів та правил стандартизації, інвестиції в інфраструктуру та освіту з боку ЄС, а також вільне переміщення громадян у межах зони. Цей план ідеально відповідає тим діям, які необхідно здійснити з метою створення сприятливих умов для залучення прямих

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

іноземних інвестицій та поглиблення інтеграції економіки країни до європейської економічної спільноти.

Література

- 1.Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
- 2.Негрич О.І. Удосконалення мотиваційного механізму залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України / О.І. Негрич // Аналітично-інформаційний журнал “Схід”. – Донецьк, 2013. – № 3 (123). – С. 45-49.
- 3.П’ять кращих російських бізнес-інкубаторів. Офіційний сайт Допомога бізнесу. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://helpbizness.ru/vibir-variantu-startu/p%e2%80%99yat-krashhix-rosijskix-biznes-inkubatoriv.html>.
- 4.Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Глобалізація інвестиційних процесів та фінансова безпека України». Рада національної безпеки і оборони України, 02.11.2001. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rnbo.gov.ua/news/15.html?PrintVersion>.
- 5.UNCTAD, World Investment Report 2001: Promoting Linkages. – N.Y., Geneva. 2001, – 354 р.
- 6.Multilateral Investment Guarantee Agency [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.miga.org/about/index_sv.cfm?stid=1588.
- 7.Балацкий Е.В. Иностранные инвестиции и экономический рост: теория и практика исследования / Е.В. Балацкий, Р.В. Павличенко // Мировая экономика и международные отношения, 2002. – № 1. – С. 52-64.

НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ НОВОЇ МОДЕЛІ ПІДГОТОВКИ ТУРИСТИЧНИХ КАДРІВ В УЖГОРОДСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

В статті проаналізовано теоретичні та практичні підходи підготовки кадрів у сфері туризму. Виокремлено найбільш актуальні проблеми розвитку професійної туристичної освіти в УжНУ. Зясовано основні принципи як необхідна умова підвищення змісту туристичної освіти у виші.

Ключові слова: якісна освіта, кадрове забезпечення, освітньо-професійні програми, інноваційні підходи.

Habchak N.F. Training of Tourism Industry Specialists: the Necessity of a New Model Creation at Uzhhorod National University. Theoretical and practical staff training approaches in the sphere of tourism have been analyzed in the article. The most essential issues of professional tourism education of UzNU are being highlighted. The major principles as pre-requisites to raise the level of the content of higher education in tourism are being defined.

Key words: high-quality education, staff assistance, curriculum, innovative approaches.

Чимало сучасних досліджень в Україні присвячено саме питанням якісної туристичної освіти. Вивчаються актуальні проблеми і напрямки розвитку системи підготовки кадрів для сфери туризму в вищих навчальних закладах, зокрема Ужгородському національному університеті. Напрям підготовки «Туризм» відкрито в 2005 році на базі географічного факультету даного вишу. За останні роки, відповідно до державних галузевих стандартів (2010р.) уdosконалено навчальні плани та визначені основні аспекти практичної підготовки випускників за напрямом підготовки 6.140103 «Туризм» за ОКР «бакалавр», зі спеціальностей 7.14010301 та 8.14010301 «Туризмознавство (за видами)» за ОКР «спеціаліст» та «магістр». Теоретичні та практичні основи підготовки кадрів у сфері туризму повинні базуватись на створенні нової моделі, яка б враховувала ступіньчастість навчання та формування у студентів міцних туристичних міждисциплінарних знань: гуманітарних, географічних, соціальних та економічних. Не менш важливим є рівень владіння майбутніми фахівцями професійними вміннями та навичками, комп’ютерною грамотністю, а також психологічними компонентами міжкультурного спілкування [4].

Транскордонне розташування Закарпаття та екологічно чисті гірські території сприяють розвитку туристичної сфери в даному регіоні. Багаті природно-рекреаційні ресурси краю: лікувальні мінеральні води, лісові, гідрологічні, спелеоресурси, об’єкти природного заповідного фонду – гарант залучення іноземних туристів та необхідність розбудови матеріально-технічної

туристично-рекреаційної бази сучасного рівня. Не менш важливим кроком до успіху розвитку туристичної індустрії є наявність відповідного кадрового забезпечення, а отже, якість їх підготовки. Питання якісної освіти в туризмі знайшли відображення й у рекомендаціях Всесвітньої туристичної організації (UN WTO) та менеджерів-роботодавців.

Міжнародні стандарти вимагають від спеціалістів галузі туризму глибоких професійних знань, знання іноземної мови, правової підготовки, володіння новітніми технологіями організації туризму і обслуговування в туристських комплексах. Підготовка фахівців для сфери туризму потребує створення розгалуженої багатоступеневої мережі навчальних закладів: професійний рівень – училище; технологічний рівень – технікум; організаторський рівень – коледж, інститут; управлінський рівень – університет; науково-дослідний – магістратура, аспірантура, докторантуря, – спрямованої на формування всебічного розвинутого працівника туристської справи. Саме з цих міркувань на базі Природничо-гуманітарного коледжу ЗакДУ, а згодом внаслідок об'єднання двох вузів в УжНУ проводиться підготовка за ОКР «молодший спеціаліст» зі спеціальністі 5.14010301 «Туристичне обслуговування». Розуміємо, що в туристичній освіті важливе значення має її зміст та основні положення, які відображені в освітньо-професійних програмах галузевого стандарту та у навчальних програмах відповідних дисциплін. Багатопрофільність, або багаторівневість навчання дозволяє поєднати туризм з іншими видами діяльності – відпочинком та рекреацією, що сприятиме диверсифікації змісту туристичної освіти. Цілком можливим і необхідним є розробка цілого комплексу спеціалізацій туристичного спрямування та створення програм прикладного бакалаврату за напрямком підготовки «Туризм» у галузі знань 1401 «Сфера обслуговування», що суттєво покращить кваліфікацію спеціалістів у туристичній сфері. Наприклад, програми «Фітнес і туризм», «Анімація», «Філософія туризму», «Педагогіка туризму», «Туроперейтинг» та інші, для яких потрібно ввести відповідні до спеціалізації блоки навчальних дисциплін та змістовні модулі в рамках діючих стандартів. Адже потреби інноваційного професійного мислення та нові форми туристської діяльності спричинили необхідність впровадження нових професій, таких як організатор туризму, соціальний аніматор, туроператор, рекреолог, маркетолог у туризмі, менеджер, туризмознавець тощо. Слід зауважити, що до 2002 р. у системі вищої освіти України практично не існувало напряму галузевої підготовки, яка б здійснювалася комплексно, починаючи з освітньо-кваліфікаційного рівня “молодший спеціаліст” і закінчуєчи освітньо-кваліфікаційним рівнем рівнем “магістр”. Тільки з прийняттям Постанови Кабінету Міністрів України “Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки” від 29 квітня 2002 р. № 583 підготовка спеціалістів для індустрії туризму набула свій самостійний статус й розвиток [1].

Методологічні засади ступеневої професійної освіти сформульовані ученими-педагогами: Зязуном І. А., Сисоєвою С. О., Лозовою В. І., Козаковим В. О., Ковальчуком І. П. та інші. Вони визначають, що метою професійної освіти в туризмі є необхідність розширення переліку спеціальностей та

спеціалізацій в сфері туризму, які пов'язані з проблемами зайнятості, створення умов соціальної підтримки туристської освіти населення України. На жаль, практична підготовка спеціалістів для сфери туризму зорієнтована переважно на організаційні питання (розміщення, переміщення, реклама, обслуговування), а не на задоволення потреб населення в організації здорового дозвілля, туристського виховання, оздоровлення та задоволення освітньо-пізнавальних потреб особистості.

Проведені педагогічні спостереження студентів 2-5 курсів щодо якості підготовки фахівців для туристичної галузі, дозволили виокремити найбільш актуальні проблеми професійної туристичної освіти в даному вузі. По-перше, комп'ютерна модульна технологія організації навчання сприяє покращенню самостійної роботи студентів з одного боку, а з іншого змінює функції викладача від інформаційно-контролюючої до консультативно-координуючої, де принцип індивідуалізації навчання не спрацьовує на всіх 100%, так як в психології студента не закладена «потреба отримувати якісні знання», бо відсутні налагоджені функціональні відносини системи вищої освіти та ринку праці. Моніторинг ринку праці фахівців туристичної галузі в області носить чисто формальний характер. Необхідна нова, компетентнісна модель підготовки спеціалістів з новими підходами у відносинах між роботодавцями та навчальним закладом. Вона дасть можливість здійснювати постійний моніторинг потреб ринку праці в кадрах туристичних спеціальностей та своєчасно вносити зміни та доповнення у класифікатор професій, їх наступне працевлаштування в закладах туристичної індустрії. В свою чергу роботодавці зможуть висувати свої кваліфікаційні вимоги до туристичних професій з урахуванням нових напрямків розвитку туризму в Карпатському регіоні, Україні загалом. По-друге, інтеграція туристичної освіти та західне розташування Закарпаття впритик до ЄС вже сьогодні ставить питання можливості отримання диплому європейського зразка. В УжНУ діє Міжнародна програма «подвійний диплом». Важливим у будь-якій освіті сьогодення, у тому числі туристичній – це створення з врахуванням зарубіжного досвіду системи національної сертифікації спеціалістів у сфері туризму та формування незалежної системи громадсько-професійної акредитації програм з навчання. Так, на думку Уварової Г.Ш. доцільно здійснювати удосконалення освітніх програм з туризму з урахуванням проведення міжнародних заходів, що відбуваються в Україні, створення системи зовнішнього незалежного оцінювання результатів навчання студентів, поширення практики громадсько-професійної сертифікації випускників освітніх програм, формування механізмів оцінки якості та затребуваності освітніх послуг для сфери туризму на основі думок споживачів туристичних послуг тощо [4]. По-третє, сучасні інформаційні технології здатні значно полегшити формування змісту професійної туристської освіти, особливо в зв'язку з технічними можливостями прискореного розповсюдження і обміну якісними і економічно доступними програмами і базами даних. Вони також сприяють демократизації процесу професійної туристської освіти, особливо завдяки забезпеченю рівного доступу до всієї інформації. Як відзначає

заступник Генерального директора ЮНЕСКО з освіти Колін Пауер, "Світ рухається в напрямку економічної системи, заснованої на інформаційних технологіях, де ефективність окремого підприємства або країни обумовлюється якістю виробленої продукції чи послуг. Системи виробництва, в основу яких покладені нові технології, які забезпечують велику продуктивність і гнучкість, передбачають підвищення кваліфікації і підприємницьких якостей всіх робітників"[2].

Як необхідну умову змісту професійної туристської освіти науковці визначають обов'язкове дотримання наступних принципів:

- цілісний підхід до змісту освіти і професійної підготовки та скасування меж між загальною та професійною освітою, теорією і практикою, розумовою і фізичною працею, навчанням та практикою;
- зміст освіти повинен забезпечити навчання загальних професійних навичок, перехід від освіти до трудової діяльності;
- зміст професійної освіти передбачує оволодіння компетенціями, які виходять за рамки професійних навичок, необхідних на робочому місці [3].

Саме дотримання даних принципів у професійній освіті повинно сприяти розвитку здібностей і талантів людей, створенню можливостей для максимального розкриття потенціалу особистості. Сучасна професійна туристська освіта одночасно взаємодіє із взаємопов'язаними процесами глобалізації і стрімким технологічним процесом. Вона змінює характер трудової діяльності, а також уміння та навички, що необхідні в туристській діяльності. Туристському ринку, який відрізняється особливо гострою конкуренцією, потрібна високопродуктивна й гнучка робоча сила, здатна адаптуватися до швидкої зміни умов.

Для реалізації даних задумів щодо суттєвого покращення якості підготовки фахівців з туризму необхідна клопітка праця не тільки науково-педагогічних працівників вишу, а й роботодавців та інших структурних підрозділів. Це сприятиме перспективним тенденціям розвитку туристичної сфери, підвищить суть її практичного значення, інвестиційну привабливість та значний внесок у розвиток інноваційної економіки країни, регіону, району тощо.

Отже, на нашу думку, необхідно внести суттєві зміни в саму систему фахової орієнтації і підготовки фахівців у туристичній галузі.

Література

1. Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року //Указ Президента України від 11 серпня 1999 р. – №973.
2. Міжнародна наукова конференція "Освітні програми ЮНЕСКО в галузі спорту, культури і туризму", Красноярськ (Росія), 17-18 липня, 2001 рік.
3. Квартальнов В.А. Подготовка туристских кадров //Управление персоналом. – 2000. – № 5. – С.21-22.
4. Уварова Г.Ш. Актуальні проблеми і напрямки розвитку системи підготовки кадрів для сфери туризму в Україні. /Україна: географія цілей та можливостей/. Т.3. – С.399-402.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

5. Федорченко В. Підготовка фахівців для сфери туризму: Теоретичні та методологічні аспекти / Віктор Федорченко. – К.: Вища школа, 2002. – 350 с.

НАПРЯМКИ ПОГЛИБЛЕННЯ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА КАРПАТСЬКОГО ЄВРОРЕГІОНУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

В статті наведено передумови, фактори та напрямки формування туристичного потенціалу Карпатського єврорегіону. Розглянуто напрямки здійснення туристичної діяльності та подальші перспективи розвитку туризму у даному єврорегіоні як важливої складової розвитку транскордонного співробітництва України.

Ключові слова: туристичний потенціал, Карпатський єврорегіон, міжнародний туристичний бізнес, транскордонне співробітництво, євроінтеграція, прикордонні регіони.

Hnatkovych O.D, Podvirna Kh.E. The directions deepening cross-border cooperation Carpathian Euroregion in tourism

The article describes the prerequisites, factors and trends of shaping tourist potential of the Carpathian Euroregion. Directions of implementation of tourism activities and future prospects of tourism development in this Euroregion as an important component of cross-border cooperation Ukraine are considered.

Keywords: tourism potential, Carpathian Euroregion, international tourism industry, cross-border cooperation, European integration, the border regions.

Міжнародний туризм як найважливіша складова зовнішньоекономічної діяльності кожної з держав світового співтовариства є однією з найбільш високоприбуткових галузей світової економіки. Перехід до ринкових відносин в Україні визначив міжнародний туризм як один із перспективних напрямків зовнішньоекономічної діяльності країни і її регіонів. Водночас транскордонне співробітництво, як елемент державної політики, сьогодні займає важливе місце в системі пріоритетів як соціально-економічного розвитку, так і європейської інтеграції України. Саме тому формування напрямків здійснення туристичної діяльності окремих інтеграційних, і, зокрема, євроінтеграційних формувань є вкрай актуальним питанням для налагодження транскордонного співробітництва України. Для розвитку транскордонного співробітництва західного регіону та інших областей нашої держави велике значення має існування на території окремих адміністративних областей України єврорегіону «Карпати».

Варто зазначити, що сучасні наукові публікації доволі фрагментарно висвітлюють питання напрямків поглиблення транскордонної співпраці Карпатського єврорегіону у сфері туризму. Проте у окремих джерелах розглядаються пріоритети, що складають основу розвитку міжнародної туристичної політики, перспективні напрями розвитку міжнародного туризму в Карпатському регіоні та аналізується туристично-рекреаційний потенціал

Українських Карпат [6]. Окрім цього, велику увагу розкрито розвиток туризму у Карпатському регіоні, наведено показники діяльності суб'єктів туристичної діяльності [3]. У сучасних аналітичних дослідженнях охарактеризовано роль транскордонного співробітництва у розвитку українсько-польських відносин в галузі туризму та проаналізовано нормативну базу, на основі якої єврорегіон "Карпати" здійснює свою діяльність у напрямку розвитку туризму в прикордонних територіях [4]. Окрім цього, у наукових дослідженнях розглядається транскордонне співробітництво як ефективний чинник співпраці у розвитку ринку туристичних послуг Карпатського єврорегіону [5].

Метою дослідження є аналіз напрямків поглиблення транскордонного співробітництва Карпатського єврорегіону у сфері туризму.

Інтеграція України до Європейської спільноти вимагає від керівництва держави невідкладних рішень щодо вдосконалення соціальної сфери, у тому числі туристичної.

Україна завдяки ефективному використанню свого великого туристично-рекреаційного потенціалу може увійти до числа найрозвиненіших з міжнародного туризму країн світу. Однак маючи значні обсяги туристичного обміну, які дозволяють Україні займати за цими показниками провідні місця в Європі, вона має незначні (навіть порівняно з сусідами) надходження від міжнародного туризму.

Розвиток транскордонної співпраці є одним з пріоритетів державної політики України. Міжнародну Асоціацію "Карпатський Єврорегіон" (КЄ) створено 14 лютого 1993р., підписанням у м. Дебрецені (Угорщина) міністрами закордонних справ України, Польщі та Угорщини Декларації про співробітництво населення, яке проживає в Карпатському регіоні. Декларація зафіксувала підтримку урядами цих країн бажання органів самоврядування і місцевої адміністрації в регіоні Карпатських гір і річки Тиси створити "Карпатський Єврорегіон" як структуру для підтримання відносин довгострокового співробітництва між різними його учасниками. До складу "Карпатського Єврорегіону" увійшли прикордонні адміністративні одиниці п'яти держав - Польщі, Словаччини, Угорщини, України та Румунії (табл.1). У лютому 1993 р., коли було засновано Асоціацію, "Карпатський Єврорегіон" охоплював територію 53 200 км². з населенням у 5 млн. осіб. Протягом часу існування ці показники збільшилися відповідно до 161 279 км² і 16 млн. осіб. (табл.1).

Єврорегіон «Карпати» (на практиці часто використовується назва – Карпатський Єврорегіон (КЄ), став першим єврорегіоном на постсоціалістичному пострадянському просторі. Він об'єднує прикордонні території Словаччини, Польщі, Румунії, Угорщини та України (у складі Закарпатської, Чернівецької, Івано-Франківської та Львівської областей) (рис.1). Потенціал розвитку Єврорегіону «Карпати», у т.ч. у сфері транскордонного співробітництва та впровадження нової регіональної політики, визначає його інноваційну роль як кatalізатора процесів євроінтеграції України. Існування та розвиток КЄ надає Україні унікальну можливість активізувати регіональний вимір європейської інтеграції.

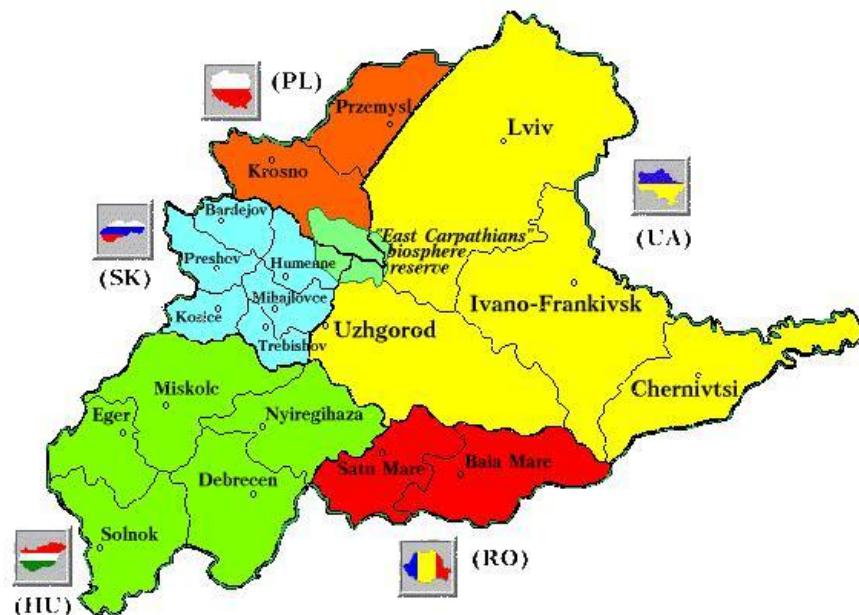


Рис.1 «Карпатський єврорегіон»

Таблиця 1

Зведені дані
по адміністративно-територіальних одиницях, що входять у
"Карпатський Єврорегіон" (за [1])

Адміністративно-територіальна одиниця	Територія, тис км ²	Населення, тис. осіб	Щільність населення, осіб / км ²
Україна	56,6	6 429,9	113
Закарпатська область	12,8	1289	101
Львівська область	21,8	2751	125
Івано-Франківська область	13,9	1466	105
Румунія	42,3	3333,0	78
Округ Ботошань	4,98	471	95,6
Округ Бігор	7,5	628	83,7
Округ Марамуреш	6,3	535	84,9
Округ Сату-Маре	4,4	394	89,5
Округ Сучава	3,86	260	67,3
Округ Зілаг			
Округ Харгіта			
Польща	17,9	2 127,8	119
Підкарпатське воєводство	17,9	2 127,8	119
Угорщина	28,6	2 616,0	90
Саболч-Сатмар-Берег	5,9	572	96,9
Яс-Надькун-Солнок	5,6	419	74,8
Боршод-Абауй-Земплен	7,2	742	103,0
Гайду-Бігар	6,2	549	88,5
Гевеш	3,6	327	90,8
Словаччина	15,7	1 554,3	107
Край Прешов	8,9	773,1	85,9
Край Кошице	6,8	758,4	111,5

Цілями "Карпатського Єврорегіону" визначені наступні: -сприяння співробітництву в економічній, соціальній, науковій, екологічній, освітній, культурній галузях та в спорті; -лоббіювання та втілення транскордонних проектів, співробітництво з національними інституціями та організаціями. Місія Карпатського єврорегіону полягає у покращенні рівня життя населення даного регіону, збереженні миру, сприянні добросусідським відносинам по обидві сторони кордонів, зменшенні ефекту ізоляції на кордонах, забезпечення прозорості кордонів.

Туризм є ефективним чинником активізації міжнародної співпраці, але без важелів державного регулювання туризму успішний вихід України на зовнішні ринки туристичних послуг неможливий. Основними пріоритетними напрями державної політики в галузі туризму є: - удосконалення правових зasad регулювання відносин у галузі туризму; - забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць; - розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму; - розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку; - створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання; - забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб [5].

Передумовами ефективного розвитку ринку туристичних послуг у контексті транскордонного співробітництва Карпатського єврорегіону є: - реалізація спільних транскордонних проектів у сфері туризму (для прикладу – спільні транскордонні проекти Закарпатської обл. та Саболч – Сатмар – Березької (Угорщина) на тему: "Транскордонні туристичні шляхи та пам'ятки архітектури", в рамках якого видано путівники українською та угорською мовами; "Розширення прикордонних професійних зв'язків"; "Створення регіонального туристичного інформаційного центру в Закарпатській області". В рамках останнього створено турінфоцентр у м. Берегові Закарпатської області.

Особливості природно-ресурсного потенціалу та системи розселення Карпатського євро регіону, наявність спільних туристичних та краєзнавчих центрів, сприятливе географічне розташування на перетині транзитних міжнародних шляхів (автомобільних, залізничних, авіаційних) тощо сприяють розвитку різних видів туристичних маршрутів у межах даного транскордонного регіону (міжнародні туристичні маршрути: "Спільна культурна спадщина: Україна-Румунія", „Шляхами бравого солдата Швейка”, „Зелене коло” та інші),

Отже, розвиток ринку туристичних послуг повинен розглядатися як співпраця держави у розвитку транскордонних туристичних шляхів прикордонних сусідніх областей. Досягнення стратегічних цілей виведе відтак на шлях підвищення добробуту та якості життя мешканців прикордонних регіонів, створить широкі можливості для успішної реалізації професійних,

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

освітніх та культурних потреб наших громадян, а головне – перетворить наші регіони на місця цікаві, привітні для іноземних туристів.

Таким чином, успішний та ефективний розвиток ринку туристичних послуг та вихід України на зовнішні ринки можливий при чіткій стратегії розвитку з урахуванням привабливості ринку регіонів. На нашу думку, враховуючи привабливий туристичний потенціал нашого краю, пріоритетні напрями реалізації стратегії ефективного розвитку туризму регіонах мають включати відповідні системи заходів: -удосконалення законодавства до норм Європейського Союзу, -розроблення інноваційних туристичних продуктів, -формування сприятливого бізнес-середовища.

До найбільш пріоритетних та перспективних напрямів розвитку туристичного бізнесу у Карпатському єврорегіоні можна віднести:

- формування промислово-фінансових кластерів рекреаційного типу;
- створення природно-господарських міжнародних комплексів рекреаційного типу;
- організація спільних лікувально-оздоровчих та туристичних підприємств;
- спорудження та експлуатація об'єктів як спільних міжнародних підприємств;
- формування вільних зон рекреаційного підприємництва, тобто територій з особливими економіко-правовими, фінансовими, митними умовами господарювання вітчизняних і зарубіжних юридичних осіб, що в свою чергу буде сприяти розвитку соціальної інфраструктури, збільшенню надходжень у бюджет, збагаченню управлінському досвіду, а отже, прискоренню виходу на міжнародний ринок туристичних послуг.

Отже, прискоренню розвитку туристичної діяльності у Карпатському єврорегіоні сприятиме розробка мережі цікавих туристичних маршрутів міжнародного значення з урахуванням потреб та інтересів приїжджаючих гостей, забезпечення випуску якісної рекламно-інформаційної продукції іноземними мовами, яка висвітлює туристичні можливості, історію, культуру держав, які утворюють зазначений транскордонний регіон для розповсюдження серед іноземних туристів і зарубіжної громадськості.

Література

- 1.Мікула Н. Єврорегіони: досвід та перспективи / Н.Мікула // Режим доступу : <http://znc.com.ua/ukr/publ/book/book-mikula-2003/book-mikula-2003.pdf> - Заголовок з екрану.
- 2.Передумови формування транскордонних туристичних агломерацій на прикладі Львівської області/ Б. Посацький Б, О.Ярема// Збірник наукових праць "Досвід та перспективи розвитку міст України". - 2010. - №18. - Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/posackyj.htm - Заголовок з екрану.
- 3.Розвиток туристичної діяльності в Карпатському регіоні /Н.Б. Рошко// Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/1827/1/49.pdf> - Заголовок з екрану.
- 4.Роль ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА у розвитку УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИХ ВІДНОСИН в галузі туризму /Р.О. Гришко// Режим доступу :

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/viewFile/3291/3246- Заголовок з екрану.

5. Розвиток ринку туристичних послуг у контексті транскордонного співробітництва/Н.В. Василиха// Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту - 2010. - Вип.3. - Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/vasylyha2.htm - Заголовок з екрану.

6. Фактори стійкого розвитку підприємств у сегменті міжнародного туризму Карпатського регіону /А.М. Медяник// Науковий вісник УжНУ - 2009. - Серія «Економіка». - Випуск 28. - Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/medjanyk.htm - Заголовок з екрану.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ТУРИЗМІ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена проблемі соціальної відповідальності учасників туристичного процесу в Україні. Проаналізовано діяльність міжнародних організацій, а також суб'єктів туристичного бізнесу у підтримці соціальних ініціатив в туризмі. Для розвитку інститутів соціальної відповідальності як чинника євроінтеграційних процесів в Україні, запропоновані рекомендації для бізнесу, некомерційних організацій та інших учасників туристичного процесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, туризм, учасники туристичного процесу, сталий розвиток, екологічний баланс, туристичний бізнес, Глобальний етичний кодекс туризму, міжнародні організації.

Hrynykovich O.S. Social responsibility in tourism as the efficiency factor of European integration process in Ukraine The article deals with the problem of social responsibility of the tourist process in Ukraine. It is also analyzed the activity of the international organizations and tourism business to support social initiatives in tourism. For the development of social responsibility institutions as a factor of European integration processes in Ukraine, are offered recommendations for businesses, nonprofit organizations and other members of the tourist process.

Keywords: social responsibility, tourism, participant travel process, sustainable development, ecological balance, tourism, Tourism Global Code of Ethics and international organizations.

Невід'ємною складовою євроінтеграційних процесів у різних сферах суспільного життя в Україні є розвиток інститутів соціальної економіки. Одним із таких інститутів є соціальна відповідальність бізнесу (СВБ), за допомогою якої суспільство досягає інтеграції економічних, екологічних і соціальних імперативів, що є актуальними сьогодні і враховує потенційні потреби наступних поколінь. Як зазначать вітчизняні експерти “європейський бізнес та його бренди не просто заробляють гроші, але й виконують певну соціальну роботу – хтось бореться з раком грудей, хтось чистить океан, хтось пропагує здоровий спосіб життя. І споживач робить свідомий вибір – вибирає продукт і бренд, підтримуючи тим самим певний соціальний проект” [5]. У вітчизняному бізнесі заяви та заклики представників громадськості, науки, державного управління до підвищення СВБ часто носять декларативний характер, оскільки не супроводжуються комплексними та публічними оцінками позитивних практик СВБ, конкретними заходами щодо їх стимулювання. Це обумовлює актуальність досліджень з питань інструментів аналізу та стимулювання практик СВБ у різних видах бізнесу.

Метою даної статті є обґрунтувати перспективні заходи з підтримки в Україні проектів соціальної відповідальності в туризмі на основі дослідження

міжнародного досвіду. Для досягнення поставленої мети визначені такі основні завдання: 1) узагальнити підходи міжнародних організацій до розуміння соціальної відповідальності; 2) висвітлити цільові орієнтири міжнародних організацій та суб'єктів міжнародного бізнесу у підтримці соціальної відповідальності в туризмі; 3) сформулювати рекомендації для учасників туристичного процесу в Україні у галузі реалізації соціальних проектів.

На міжнародному рівні основні цілі та концепції суспільного розвитку у контексті можливостей та завдань з їх реалізації суб'єктами бізнесу визначають дві основні групи інституцій.

Перша група представлена Організацією Об'єднаних Націй (ООН), Європейським Співтовариством (ЄС) та Організацією з економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). Так, міжнародна ініціатива Глобальний договір ООН (UN Global Compact) на добровільній основі об'єднує компанії з метою підтримки універсальних принципів соціальної відповідальності. Серед таких принципів гідні умови праці, охорона навколошнього середовища, протидія корупції.

Друга група міжнародних інституцій представлена різноманітними неприбутковими організаціями та бізнес-асоціаціями: Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD), Міжнародний форум лідерів бізнесу (IBLF), Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD), Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD), Об'єднання економік, відповідальних щодо охорони навколошнього середовища (CERES), Бізнес задля соціальної відповідальності (BSR), Європейська бізнес-мережа корпоративної соціальної відповідальності [6, с. 13-14].

З урахуванням існуючих підходів міжнародних і вітчизняних інституцій до визначень СВБ [2; 4; 6; 7; 9] та міждисциплінарних, зокрема, філософських підходів до вивчення досліджуваного об'єкта, пропонуємо трактувати СВБ як прийнятий суб'єктами бізнесу та виражений у їхніх рішеннях та діях обов'язок перед соціумом за реалізацію основних цілей суспільного розвитку.

На глобальному рівні цільові орієнтири у реалізації проектів СВБ в туризмі визначає Глобальний етичний кодекс туризму (Global Code of Ethics for Tourism) Всесвітньої туристичної організації/ВТО (UNWTO), прийнятий її членами, представниками світової туристичної індустрії 1999 року на Генеральній асамблей в Сантьяго. Основна мета Кодексу – сприяти встановленню справедливого, відповідального і сталого світового туристичного порядку, який буде корисним усім секторам суспільства в умовах відкритої і лібералізованої світової економіки [10].

Глобальний етичний кодекс туризму містить десять статей, більшість з яких визначає сферу реалізації практик соціальної відповідальності усіх учасників туристичного процесу – туристів, суб'єктів туристичного бізнесу, держави та некомерційних організацій. Важливо зазначити, що на сайті ВТО [10] серед численних мов публікації Глобального етичного кодексу туризму немає української мови – державної мови країни, яка за чисельністю населення та територією входить у п'ятірку найбільших європейських країн.

Принципи Глобального етичного кодексу туризму передбачають (ст 10), що державні і приватні учасники туристичного процесу мають співпрацювати у

справі реалізації справедливого, відповідального і сталого світового туристичного порядку і контролювати їх ефективне використання. Водночас, вивчення сайтів вітчизняних учасників туристичного процесу, зокрема Державного агентства туризму і курортів [3], дає підстави стверджувати про вкрай низьку увагу до підтримки проектів з реалізації принципів Глобального етичного кодексу туризму. Помітно активнішою у реалізації рекомендацій ВТО є діяльність Асоціації лідерів турбізнесу (АЛТУ). Асоціація виступила розробником Кодексу усталеної ділової практики та правил професійної етики суб'єктів туристичної діяльності, проектів підтримки внутрішнього та в'їзного туризму в Україні [1]. Але незавершеним залишається на сьогодні проект АЛТУ зі створення реєстру соціально відповідальних туроператорів.

Відповідальне відношення до туризму – результат спільних зусиль усіх учасників цього процесу, серед яких визначальну роль у забезпеченні сталого розвитку відіграють самі подорожуючі як стейкхолдери турбізнесу. З цією метою як інструмент інформаційної політики у реалізації принципів СВБ відіграє Кодекс “Відповідальний турист і подорожуючий”/ The responsible tourist and traveller [11]. У стислому та наочному форматі їх відображені у практичних рекомендаціях глобальному туристу, розроблених Всесвітнім комітетом з етики туризму (World Committee on Tourism Ethics). Основними рекомендаціями Комітету міжнародним туристам є [11]: 1) поважати місцеві традиції і звичаї; 2) підтримувати місцеву економіку, віддаючи перевагу виробам місцевого виробництва, а не підробним продуктам і товарам, які заборонені для продажу національними та міжнародними правилами; 3) оберігати навколоішнє середовище, зокрема робити фотографії на пам'ять про подорож замість брати артефакти, які охороняються законом; 4) бути інформованим і вихованим подорожуючим, уникаючи вчинків, які можуть образити місцеве населення.

Позитивною практикою реалізації Принципів Глобального етичного кодексу туризму серед суб'єктів туристичного бізнесу є розробка і реалізація ними планів соціальної відповідальності, складання у рамках моніторингу їх виконання соціальної звітності. Прикладом таких суб'єктів бізнесу є TUI Ukraine – один із найбільших багатопрофільних туроператорів України, що здійснює свою діяльність у складі міжнародного туристичного холдингу TUI Group. TUI Ukraine розміщує на своєму сайті окремий розділ – “Соціально-екологічна відповідальність” з відповідями на запитання “Що для компанії означає соціальна відповідальність?” та конкретним переліком туристичних продуктів у рамках реалізації Плану соціально-екологічної відповідальності.

Вивчення міжнародного досвіду реалізації принципів соціальної відповідальності в туризмі дає підстави сформулювати такі рекомендації для вітчизняних учасників туристичного процесу:

1) органам державного та регіонального управління у галузі туризму: забезпечити офіційний переклад і розміщення на своїх сайтах міжнародних документів Global Code of Ethics for Tourism та The responsible tourist and traveller, які визначають цільові орієнтири для усіх учасників туристичного процесу в контексті їх соціальної відповідальності;

2) суб'єктам турбізнесу в Україні розмістити на своїх сайтах та популяризувати серед клієнтів Кодексу “Відповідальний турист і подорожуючий”/The responsible tourist and traveller;

3) органам державного управління спільно з некомерційними організаціями в туризмі завершити проект зі створення реєстру соціально відповідальних туроператорів та забезпечити їх максимальну популяризацію на вітчизняному та міжнародному ринках турпослуг.

Література

1. Асоціація лідерів турбізнесу України: офіційний сайт організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.altu.com.ua/News/?id=6172>.

2. Бойко М. Г., Бабенко О. В. Корпоративна соціальна відповідальність в туризмі: передумови формування та реалізації / М. Г. Бойко, О. В. Бабенко // Ефективна економіка. – 2014. – № 12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3603>

3. Державне агентство України з туризму і курортів : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/>

4. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.

5. Мастер брендов и основатель компании FEDORIV рассказал, какой должна быть украинская национальная идея // Новое время [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://nv.ua/publications/master-brendov-i-osnovatel-kompanii-fedoriv-rasskazal-kakoy-dolzhna-byt-ukrainskaya-nacionalnaya-ideya-40716.html>.

6. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. К.: Видавнича компанія «KIT» [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.

7. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2011. – 501 с.

8. Офіційний сайт туристичного оператора TUI Ukraine [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.tui.ua/about-us/ekologicheskaya-otvetstvennost>.

9. Didenko N.G. Actual practices of corporate social responsibility in the EU countries // Collection of scientific works of Donetsk State University of Management «Philosophical and psychological – pedagogical basis of governance». - P.XII.- Вип.180.- Series «State governance». - Donetsk: DSUM, 2011. - p.77-83.

10. Full Text of the Global Code of Ethics for Tourism : UNTWO [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-global-code-ethics-tourism/>

11. The responsible tourist and traveller: practical guide to help you make your trip an enriching experience [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/responsibletouristbrochureen.pdf>.

СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКА ДУГА СТОЛИЦЬ, ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ З УЧАСТЮ УКРАЇНИ

Розглянута Східноєвропейська дуга столиць, як одне з європейських угруповань в контексті світових геопросторових поєднань столиць держав. Запропонований перспективний напрямок міжнародного туризму в рамках Європейської дуги. Запропонована схема вивчення геопросторової організації туристичного маршруту. Показані особливості та характеристики запропонованого напрямку.

Ключові слова: геопросторове поєднання столиць, Східноєвропейська дуга, міжнародний туризм, геопросторова організація маршруту.

Grytsevych V.S. Eastern European capitals arc, as a promising direction of international tourism with the Ukraine participation. Eastern European capitals arc is considered as one of the European group in the context of global geospatial combinations of state capitals. The perspective direction of international tourism in the Eastern European arc is proposed. The scheme of geospatial study of tourist route is considered. The features and characteristics of the proposed touristic direction are shown.

Keywords: geospatial combination of capitals, Eastern European arc, international tourism, geospatial organization of route.

У [1] було виявлено, що столиці держав світу розміщені на поверхні Землі не хаотично, а утворюють певні геопросторові скупчення чи поєднання⁴⁸. Всього на Земній кулі нараховується 23 геопросторових поєднань столиць, у тому числі в Європі – одне поєднання, яке в свою чергу поділяється на 8 угрупувань, 10 поєднань в Азії, по 5 в Америці і в Африці, та 2 в Австралії і Океанії. В цій роботі нас цікавить одне з таких угрупувань, а саме Східноєвропейська дуга. Ця дуга, що починається з Києва і включає шість столиць, може служити хорошою основою для різних видів соціально-економічного співробітництва, зокрема для організації транспортно-логістичної діяльності, а також для планування та реалізації оптимальних туристичних маршрутів.

Іншими європейськими угрупуваннями є Центральноєвропейське (провідна столиця Віден), Середземноморське (лідером якого є Афіни), Північно-Східне (провідною столицею є Стокгольм), Північний промінь (провідна столиця Берлін), Південно-Західний промінь (провідною столицею є Мадрид), Західноєвропейське (лідером якого є Лондон) і Апенінське угрупування (серед столиць угрупування провідним містом є Рим).

Пропонується перспективний напрямок міжнародного туризму з участю

⁴⁸ геопросторове поєднання столиць - це відокремлене зосередження на обмеженій території столиць держав, які є сухопутними, або морськими сусідами [1].

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

України, який включає відвідання таких столиць і країн Східноєвропейської дуги (Рис. 1): Київ (Україна), Кишинів (Молдова), Бухарест (Румунія), Софія (Болгарія), Скоп'є (Македонія) і Тірана (Албанія). Важливою особливістю цього напрямку є його висока компактність, тобто максимум туристичних атракцій при мінімумі транспортних переміщень.

Туристична подорож є за своєю суттю лінійним об'єктом, тому знання про її геопросторову організацію (на основі загальної концепції, викладеної в [3]) складаються з таких компонент:

1. Знання про точкові елементи подорожі, які включають:

- початковий (стартовий) пункт;
- транзитний пункт;
- пункт зупинки;
- пункт відвідання;
- кінцевий (фінішний) пункт.

2. Знання про лінійні елементи подорожі, які включають:

• маршрути пересування між транзитними пунктами, або пунктами зупинки;

- радіальні маршрути між пунктами зупинки і пунктами відвідання.

3. Знання про взаємне розташування точкових та лінійних елементів подорожі.

4. Знання про просторові відношення між елементами подорожі.

5. Знання про локальні угрупування радіальних маршрутів.

6. Знання функціональних особливостей елементів (точкових та лінійних, виходячи з їх призначення, описаного в п.1).

Розкладення запропонованого маршруту за сегментами туристичної подорожі виглядає так:

Таблиця 1

Сегменти подорожі східноєвропейською дугою столиць

Сегмент подорожі	Відстань, км автошляхами	Примітка
Київ — Кишинів	480	Посередині сегмента можлива зупинка в м. Умань
Кишинів — Бухарест	440	-
Бухарест — Софія	350	-
Софія — Скоп'є	230	-
Скоп'є — Тірана	290	-

Отож, маємо таку характеристику маршруту: загальна відстань автобусної поїздки (не враховуючи радіальних сегментів) близько 1800 км, загальний час у прямій дорозі близько 30 год, загальна кількість відвіданих столиць – 6. Шість столиць на 1800 кілометрів маршруту – це дуже хороший показник, важко досяжний в умовах Східної Європи, і він свідчить про високу атракційну насиченість та компактність маршруту. Приємним моментом маршруту для туристів стане можливість відпочити на узбережжі Адріатичного моря.



Рис. 1. Столиці Східноєвропейської дуги, як центри туристичного напрямку

Організація туристичної подорожі за вказаним маршрутом може здійснюватися в кількох варіантах. Розглянемо ті з них, які починаються в Києві.

Варіант 1. Туристи прибувають у Київ, послідовно проїжджають автобусом усі столиці дуги, а з Тірані літаком повертаються до Києва.

Варіант 2. Туристи прибувають у Київ, літаком доправляються до Тірани, а звідти автобусом у зворотному напрямку послідовно проїжджають усі столиці дуги.

Варіант 3. Туристи прибувають у Київ. Автобусом у прямому напрямку відвідують Бухарест, Скоп'є, Тірану, а в зворотному напрямку відвідують Софію і Кишинів.

У перспективі можлива організація залізничного круїзу в запропонованому туристичному напрямку [2]. В цьому випадку особливий інтерес становить

варіант 3.

Висновки. Вдале географічне розташування державних столиць Східноєвропейської дуги є хорошою основою для організації ефективного туристичного маршруту з багатим змістовним наповненням, високою атрактивністю і компактністю. Можливими є варіанти автобусних турів, змішаних аero-автобусних турів, а також залізничних турів. Суспільно-географічне вивчення туристичних подорожей означає пізнання їхньої геопросторової організації, тобто отримання знань про точкові та лінійні елементи, їх взаємне розташування та просторові відношення, локальні угрупування елементів подорожі та їхні функціональні особливості в контексті туристичної подорожі.

Література

1. Грицевич В.С. Геопросторові поєднання столиць держав світу / Грицевич В.С., Майданська І.Т. // Геополитика и экогеодинамика регионов. Том 10, Вып. 2. –Симферополь, 2014. – С.108-113.
2. Грицевич В.С. Перспективи залізничної круїзної діяльності в Україні / В.С.Грицевич / Стратегія розвитку туризму в ХХІ столітті у контексті вирішення глобальних проблем сучасності. Зб. матеріалів міжнародної науково-практичної конференції (27 березня 2014 року). –Львів: ЛІЕТ, 2014. –С.186-190.
3. Шаблій О.І. Основи суспільної географії / О.І. Шаблій. – 2-ге видання.– Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 296 с.

Гуль І.Г.¹, Мороз В.П.²

¹Львівський державний університет фізичної культури,

²Львівський державний інститут економіки і туризму

РОЛЬ ТА МІСЦЕ МИСЛИВСЬКОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Досліджено особливості розвитку мисливського туризму в країнах Європейського Союзу. Проаналізовано основні проблеми, що стримують розвиток мисливського туризму в Україні. Враховуючи міжнародні тенденції розвитку мисливського туризму, окреслено основні переваги мисливського туризму в умовах євроінтеграції України.

Ключові слова: мисливський туризм, мисливське господарство.

Hul I., Moroz V. The role and place of hunting tourism in the European integration conditions in Ukraine

Researched are peculiarities of hunting tourism development in the European Union countries. Analyzed are main problems, which restrain the role of hunting tourism in Ukraine. Defined are main advantages of hunting tourism in conditions of European integration in Ukraine, while taking into account international hunting tourism development tendencies.

Key words: hunting tourism, hunting economy.

Трансформаційні зміни, що відбуваються на сучасному етапі розвитку українського суспільства передбачають впровадження реформ у всіх сферах виробничо-господарської діяльності. Процес успішної інтеграції України у європейське співтовариство потребує розроблення належного нормативно-правового, економічного та соціального забезпечення, а також розвитку пріоритетних напрямів підприємницької діяльності, які б сприяли стабілізації національної економіки.

Туристична галузь по праву вважається однією із найбільш динамічних та перспективних економічних діяльностей у світі. Зокрема, в країнах Європейського Союзу надходження від туристичного бізнесу складають 6% регіонального ВВП [1, с. 6]. Різноманітність форм туризму та наявні туристичні ресурси є основним стимулом для підвищення конкурентоспроможності України на ринку міжнародних туристичних послуг в умовах євроінтеграції.

У розвинених країнах світу досить великої популярності набуває один із найбільш дорогих та елітних видів туризму – мисливських туризм. Значний потенціал використання ресурсів мисливської фауни в туристичних цілях і визначає актуальність наукового дослідження.

Теоретичним та прикладним засадам розвитку мисливського туризму присвячені наукові праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців,

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

зокрема, В. Бондаренка, І. Бочана, С. Балишевої, І. Делегана, В. Дежкіна, Е. Кульчицької, А. Матіайнен, Ф. Шандора, М. Ячнюк та ін.

Метою наукового дослідження є аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного мисливського туризму та визначення його ролі в умовах євроінтеграційних процесів України.

Більшість людей мисливство трактують як «споживацьке» використання об'єктів тваринного світу шляхом добування диких мисливських тварин за допомогою стрілецької зброї, що є основною метою будь-якого мисливця. Проте самі мисливці вважають полювання видом відпочинку, одним із способів спілкування з природою. Крім цього, не варто відкидати такі альтернативні види мисливства, як прогулянки по лісіу з метою спостереження за дикими тваринами, фото та відео полювання, трофейна справа, мисливське собаківництво, таксидермія (виготовлення опудал тварин) та ін. Сукупність основних цілей та додаткових послуг пов'язаних з мисливством і сформували підґрунтям для інтенсивного розвитку мисливського туризму.

Організація мисливських турів у країнах Європейського Союзу є досить розповсюдженим явищем. Мисливський туризм передбачає подорож людей за межі їх постійного місця проживання з метою полювання і включає в себе як внутрішні, так і міжнародні поїздки [1, с. 5]. Саме міжнародний мисливський туризм забезпечує найбільші грошові надходження від використання ресурсів диких мисливських тварин.

Зростаючий попит на послуги мисливського туризму в країнах Європейського Союзу та Північної Америки засвідчує про високу ефективність цього виду бізнесу. Мисливський туризм є популярним видом відпочинку у таких країнах, як Канада, США, Швеція, Фінляндія, Німеччина, Франція, Австрія, Угорщина, Чехія та ін. В кінці ХХ на початку ХХІ століття мисливський туризм почав активно розвиватися на теренах Східної Європи (України, Білорусії, Росії, Грузії) і все частіше розглядається як один із засобів економічного зростання.

Одним з основних факторів успішного розвитку мисливського туризму в Україні, так як і в будь-якій іншій країні є наявність достатньої кількості диких мисливських тварин, що забезпечується організованим та ефективним веденням мисливського господарства. У розвинених країнах світу, незважаючи на досить високий розвиток промисловості, сільського та лісового господарства, високу щільність населення, розвинену мережу автодоріг, мисливське господарство є високорозвиненою та прибутковою галуззю економіки. Мисливське господарство зарубіжних країн значно відрізняється від національного, а саме [2, с. 386]:

-високою щільністю і кількістю основних мисливських тварин (ці показники подекуди у десятки, а то й сотні разів перевищують аналогічні показники в Україні);

-високим рівнем фінансового забезпечення та проведення біотехнічних заходів;

-формами власності на ліси та лісові землі. Вони можуть перебувати у приватній, державній чи суспільній власності, що свідчить про немонополізацію мисливського господарства державою;

-децентралізованим управлінням мисливським господарством та розвитком регіональної мисливської політики;

-наявністю великої кількості центрів дичерозведення та вольєрних господарств;

-інтегрованим взаємозв'язком мисливського господарства з сільським та лісовим господарством та ін.

Цікавим є досвід організації мисливського туризму у північних країнах Європи (Швеції, Фінляндії). У Фінляндії в основному мисливцями добуваються копитні тварини (лосі, козулі, білохвості олені) та різноманітна дрібна дичина. Варто відзначити, що підприємства-організатори крім мисливських турів пропонують також інші послуги: рибальство, єгерські послуги, проживання, харчування тощо. Щорічно видається понад 80 тис. ліцензій на добування мисливських тварин та більше 70 тис. ліцензій на риболовлю, як іноземним так і внутрішнім мисливцям-туристам. Сукупні надходження від мисливського туризму та риболовлі щорічно складають більше 33 млн. EUR [3]. Дохід від оренди мисливських угідь та організації мисливського туризму становить основну частину доходів більшості землевласників. В середньому за один мисливський тур (1-7 днів) на дрібну дичину мисливець витрачає понад 440 EUR, а вартість турів на копитних травин перевищує 2000 EUR [3]. Аналогічні підходи щодо організації мисливського туризму застосовуються і в Швеції.

Особливою популярністю мисливський туризм користується у мисливців Німеччини. В Німеччині налічується 369,3 тис. мисливців, що є одним із найнижчих показників у Європі по відношенню до чисельності населення [4]. Незважаючи на достатню кількість дичини та високу якість супутніх послуг, майже половина (48,7%) німецьких мисливців користувалися послугами міжнародного мисливського туризму, а 38% користуються цими послугами один раз в рік або кілька разів на рік. Німецькі мисливці, які полюють за кордоном витрачають в середньому 1250-3000 EUR за полювання [5, с. 16].

Україна займає одне з останніх місць в Європі за обсягом виробництва мисливської продукції проте володіє надзвичайно високим потенціалом для розвитку мисливського туризму, оскільки щільність диких тварин в мисливських угіддях є значно меншою від науково обґрунтованих показників їх оптимальної ємності. До категорії мисливських в Україні віднесено 34 види ссавців, 25 з них зустрічаються в лісах Карпат [6].

Ефективна організація мисливських турів для іноземців на території України передбачає вирішення достатньо великої кількості проблемних завдань. Особливістю цього напряму туристичної діяльності є те, що мисливський туризм знаходитьться на стику мисливського, лісового, сільського, водного господарств і туристичної галузі загалом. Саме це створює перешкоди для успішного розвитку мисливського туризму в Україні, оскільки потрапляє у сферу регулювання великої кількості нормативно-правових актів та управлінських структур, що призводить до конфлікту інтересів між

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

мисливцями, державою, користувачами мисливських угідь та приватними землевласниками. Невирішеним є також питання щодо визначення поняття «мисливський туризм» та його місце в державній туристичній політиці.

Процес розвитку мисливського туризму в основному залежить від ефективності ведення мисливського господарства. В Україні мисливське господарство є збитковим і потребує кардинальних змін. Неефективне використання потенційних можливостей мисливських угідь, які не спроможні навіть на просте відтворення диких мисливських тварин, підтверджує необхідність переходу на нову модель ведення мисливського господарства, яка б функціонувала на засадах ринкової економіки. Крім цього, основними завданнями підприємств, які займаються веденням мисливського господарства повинні стати охорона та відтворення мисливських ресурсів.

Реформування мисливського господарства в Україні повинно проходити шляхом:

- удосконалення нормативно-правового забезпечення галузі (з врахування правових норм в сфері мисливського туризму);

- структурної перебудови мисливського господарства щодо форм власності на мисливські угіддя;

- забезпечення ефективної боротьби з браконьєрством;

- створення вольєрних господарств (центрів дичорозведення);

- відтворення високопродуктивних популяцій тварин;

- удосконалення економічного механізму щодо платного користування тваринними ресурсами (формування гнучких цін на добування мисливських тварин з урахуванням міжнародного рівня вартості);

- створення відповідної інфраструктури та сервісу для мисливців.

При розробленні ефективних правових норм в сфері мисливського туризму необхідно спиратись на міжнародний досвід та історичні особливості національного полювання з врахуванням принципів сталого екологічно збалансованого розвитку.

Не менш важливою проблемою є створення сучасної системи управління мисливським господарством. Необхідно надавати перевагу багаторівневому управлінню, яке максимізує прибуток для збереження біорізноманіття та суспільства.

Для України, а особливо сільського населення мисливський туризм має низку переваг та стимулів для його розвитку, зокрема:

- збереження біорізноманіття та природних екосистем;

- отримання доходів і створення робочих місць в бідних і обділених районах;

- заміна потенційно руйнівних форм природокористування на управління ресурсами мисливської фауни, використання яких є менш екологічно шкідливою формою природокористування;

- економічно ефективне використання природних ресурсів непридатних для сільського господарства або звичайного туризму;

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

-підвищення екологічної обізнаності місцевого населення про цінність тваринного світу, оскільки мисливський туризм асоціюється з нанесенням шкоди, проблемами та витратами;

-зниження рівня браконьєрства, завдяки спільним зусиллям всіх сторін, зацікавлених в отриманні доходів від мисливського туризму.

Висновки. Не зважаючи на велику популярність та рівень розвитку мисливського туризму в країнах Європейського Союзу, Україна володіє широким арсеналом конкурентних переваг, які можна ефективно використати в умовах сучасних євроінтеграційних змін. Мисливський туризм є пріоритетним напрямом туристичної діяльності в Україні, проте потребує належного фінансового та законодавчого забезпечення. Економічно ефективний розвиток мисливського туризму повинен базуватись на науково обґрунтованих підходах до раціонального відтворення, використання та охорони ресурсів мисливської фауни.

Література

1. Matilainen A. The economic role of hunting tourism – examples from Northern areas [Електронний ресурс] / A. Matilainen, S. Keskinarkaus (eds.) // Report 64. –University of Helsinki, Ruralia Institte. – 2010. – 108 p. – Режим доступу: <http://128.214.67.123/ruralia/julkaisut/pdf/Reports64.pdf>.
2. Екологізація лісокористування в контексті подолання глобальних екологічних загроз / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Синякевича І.М. – Л.: Камула, 2014. – 592 с.
3. Urszula Z. Regional economic impacts of fishing and hunting in Finland [Електронний ресурс] / Urszula Z., Törmä H., Kinnunen J., Rautiainen M. – Режим доступу: <http://www-sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa14/e140826aFinal01317.pdf>.
4. Deutscher Jagdverband [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.jagdverband.de/>.
5. Haakana H.-P. Product development in hunting tourism / H.-P. Haakana // Jyvaskyla University of Applied Sciences, January 2007. – 29 p.
6. Бондаренко В. Мисливські ресурси лісу та можливі напрямки участі громад у прийнятті та реалізації рішень щодо їх раціонального використання / В. Бондаренко // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 2-3 грудня 2010 р., м. Львів. – Львів: Товариство «Зелений Хрест», Ліга-Прес, 2011. – С. 252-261.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС

В статті проведено загальний аналіз інтеграційних процесів, зокрема у міжнародному туристичному бізнесі. Для подальшої інтеграції вітчизняного туристичного бізнесу в світовий та європейський запропоновано систематизувати за рівнями інтеграційні процеси, що дозволить продовжувати активну співпрацю на різних рівнях.

Ключові слова: інтеграція, туризм, бізнес, міжнародний туристичний бізнес, процес.

Dydovych I.I. General Description and Prospects of Integration of Ukraine is in European Tourist Business. Article contains a general analysis of integration processes, particularly in the international travel business. For further integration of domestic tourism in the world end European invited to organize the levels of integration processes will continue active cooperation at different levels.

Keywords: integration, tourism and business process, international tourism business.

Постановка проблеми. Сучасний міжнародний, у тому числі туристичний, бізнес відбувається в умовах під впливом інтеграції, інтернаціоналізації, посилення конкуренції і формування глобального ринку. Вивчення стану інтеграційних процесів, які мають місце в міжнародній економіці та у сфері європейського туристичного бізнесу є актуальними на даний період часу і потребують досліджень.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Питання аналізу процесів інтернаціоналізації та глобалізаційних процесів у сфері міжнародного бізнесу розкриваються у вітчизняних (Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, Я.М. Столлярчук [6, с. 10], С.В. Мочерний [8, с. 15] та ін.) та іноземних авторів. Питанням розвитку світового та вітчизняного ринків туристичних послуг в сучасних умовах присвячені наукові дослідження і публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід виділити праці українських авторів – І. Бочана [1, с. 20], В.Кифяка [5, с. 29], А. Міщенко [9], Ю.Гончарук, О.Пирог [6], В.Зайцева, О.Корнієнко [7] та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є загальний аналіз та окреслення перспектив інтеграційних процесів у сфері міжнародного туристичного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогоднішньому світу притаманний значний ступінь інтегрованості та інтернаціоналізації. Зростаюче переплетення економік, інтернаціоналізація фінансових ринків і глобальна вимога розвитку сприяють процесу економічної глобалізації. Теоретичні

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

доктрини міжнародної економічної інтеграції передбачають можливість маневру з боку окремих країн щодо вибору форм, глибини, механізмів взаємодії їхніх економік у регіональних угрупуваннях. Такі теоретичні висновки відповідають сучасним потребам України.

Інтеграція різних держав вимагає не тільки гармонійного поєднання зусиль, але й врівноваження методів та механізмів розвитку. З макроекономічного боку, інтеграція торкається важливих функцій загального порядку (приплів, відплів капіталу); мікроекономічні аспекти вимагають більш тривалого періоду, оскільки слід враховувати численні спроби організації праці у сфері управління, відмінності у методах розрахунків, визначення індикативних показників-орієнтирів економічного розвитку та росту, недосконалість чи відсутність інтеграційних механізмів. Адже інтеграція, за словами професора Беласси, – це раціональна побудова, що прямує до узгодження напрямків загальних інтересів даного регіону не порядком диктату, а шляхом домовленості, економічно-політичного спілкування і прагматичної спрямованості.

Зараз ми стоїмо на порозі глибокої трансформації сучасної системи міжнародних економічних відносин, цілковито нових та новітніх принципів господарювання, яких вимагає нове тисячоліття, які, в свою чергу, формуються під впливом міжнародної економічної інтеграції.

На даний час євроінтеграційний рівень набуває все більшої вагомості для країн, які вже є членами ЄС, і країн, які задекларували своє бажання ними стати. Основними структурами, що здійснюють регулювання туристичної галузі в країнах ЄС, є Комітет з регіональної політики при Раді міністерств ЄС та Європейський фонд регіонального розвитку, що діє в межах бюджету ЄС. Важливим органом, що відображає євроінтеграційний рівень, виступає Європейська туристична комісія, членом якої з 2005 р. є Україна.

Таблиця 1
**Структура організаційно-управлінського механізму регулювання
туристичної галузі в Україні [6]**

Рівень	Складові
Світовий рівень	Виконавчі, дорадчі органи міжнародних організацій, що функціонують у сфері туризму (Всесвітня туристична організація)
Євроінтеграційний рівень	Виконавчі, дорадчі органи ЄС, інші організаційні структури, що функціонують у сфері туризму
Транскордонний рівень	Виконавчі, дорадчі органи єврорегіонів; органи, що створюються з метою виконання програм, проектів, дво- і багатосторонніх угод співробітництва в галузі туризму
Загальнодержавний рівень (державні структури)	Кабінет Міністрів України, Міністерство культури і туризму, Державна служба туризму і курортів

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

У міжнародному туризмі процес глобалізації найкраще простежується на прикладі сектора розміщення туристів, в якому ТНК набувають форми готельних мереж, або ланцюгів. ТНК перейшли від конкурентної боротьби до політики співпраці та реалізації спільних проектів. Ця тенденція знаходить вияв у створенні глобальних союзів корпорацій.

Справжня інтернаціоналізація та глобалізація в туризмі – це вертикальна та горизонтальна інтеграція, що вимагає участі в капіталі підприємств за кордоном або налагодження кооперування з цими підприємствами. Таким чином, вертикальна інтеграція передбачає інтеграцію підприємств, що є складовими ланцюга створення вартості (туристичного продукту) і застосовується як прогресивна форма експансії туристичних підприємств на закордонні ринки (рис. 1) [2, с.205].

Відповідно до горизонтальної інтеграції туристичні підприємства спонукають такі причини, як шанси розвитку, ефекти об'єднання зусиль, маркетингові переваги, зниження ризику.

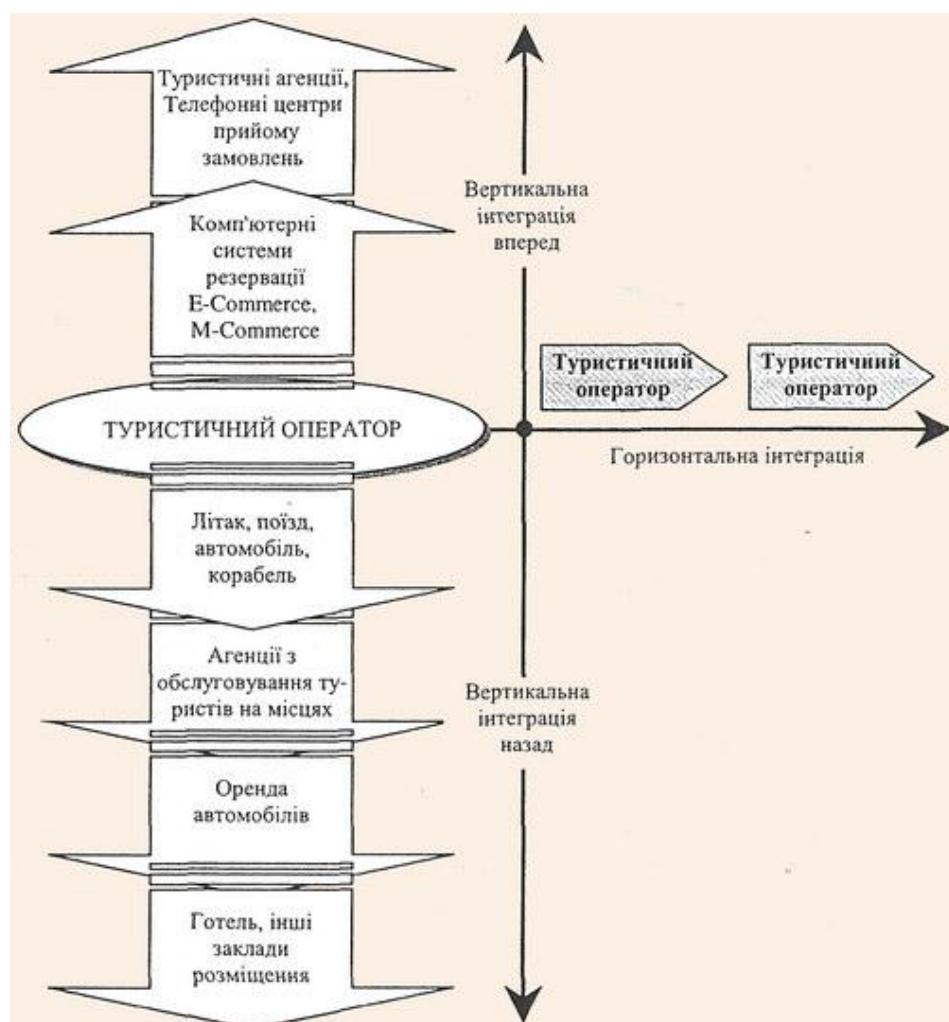


Рис.1. Модель вертикальної інтеграції туристичного концерну [4].

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

На основі проведеного аналізу сучасних інтеграційних процесів доцільно запропонувати наступні рівні у сфері міжнародного туристичного бізнесу (табл. 2).

Таблиця 2

Рівні інтеграції

Рівень	Складові
Світовий рівень	Виконавчі, дорадчі органи міжнародних організацій, що функціонують у сфері туризму (Всесвітня туристична організація)
Регіональний рівень	Виконавчі, дорадчі органи ЄС, Угода про співробітництво в галузі туризму країн СНД, інші організаційні структури, що функціонують у сфері туризму
Транскордонний рівень	Виконавчі, дорадчі органи євро регіонів; органи, що створюються з метою виконання програм, проектів, дво- і багатосторонніх угод співробітництва в галузі туризму
ТНК, міжнародні концерни	Внутрішньокорпоративна документація
Міждержавний	На основі двосторонніх угод про співпрацю у сфері туризму між окремими країнами

Участь країн у міжнародній торгівлі може давати додатковий позитивний ефект, який сприяє економічному зростанню країн. Однак цей ефект може досягатися в тому випадку, якщо країна розвиває зовнішньоторговельні зв'язки на основі, так званих, порівняльних переваг, в цьому випадку виграє як експортер, так і імпортер продукції. Порівняльні переваги не є статичним показником: одні з них з часом слабшають і можуть бути втрачені, інші – надбаніми. Актуальним для кожної країни є аналіз динаміки зміни порівняльних переваг, що дозволяє вибудовувати певну стратегію розвитку зовнішньоекономічних зв'язків країни.

Позитивні тенденції відслідковуються в міжнародній торгівлі послугами між Україною та ЄС. Згідно даних, наведених у таблиці 3 видно, що сальдо крім 2009 року є позитивним, і починаючи з 2010 року спостерігається поступовий ріст обсягів експорту послуг з кожним роком.

Таблиця 3

Динаміка міжнародної торгівлі послугами між Україною та ЄС [2]

Показник	Роки					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	2	3	4	5	6	7
Експорт, млн. дол.	4118,8	3024,5	3194,8	3617,3	3846,7	4297,1

Продовження таблиці 3

1	2	3	4	5	6	7
у % до попереднього року	138,,6	73,4	105,6	113,2	106,3	111,7
Імпорт млн. дол.	3854,0	3049,1	3029,4	3403,7	3709,8	4252,6
у % до попереднього року	145,0	79,1	99,4	112,4	109,0	114,6
Сальдо, млн. дол.	264,8	-24,6	165,4	213,6	136,9	44,5
Коефіцієнт покриття експортом імпорту	1,07	0,99	1,05	1,06	1,04	1,01

Як зазначалося вище, одним із основних показників, що характеризують стан зовнішньоторговельної діяльності є коефіцієнт покриття експортом імпорту. На рис. 2. яскраво виражена динаміка коливання даного коефіцієнта.

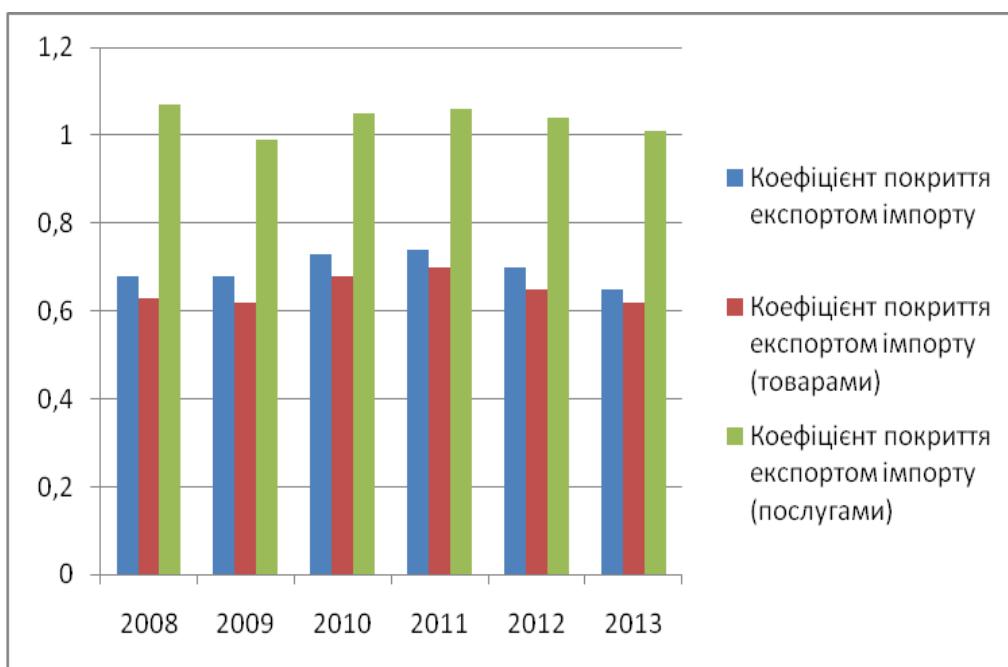


Рис. 2 Коефіцієнт покриття експортом імпорту

Коефіцієнт покриття експортом імпорту поступово зростав продовж 2010-2011 років, у наступному періоді спостерігається його не суттєве зменшення. Аналогічна динаміка коефіцієнта покриття експортом імпорту за товарами. Їх значення є меншими 1, тобто частина товарного імпорту не забезпечується експортом, відповідно для покриття дефіциту необхідно залучати інші ресурси. Значення коефіцієнта покриття експортом імпорту в сфері міжнародних послуг є вищим від 1 (за виключенням 2009 року). Разом з тим, питома вага як

експорту, так й імпорту послуг є суттєво нижчою загальному експорті та імпорті.

Незважаючи на низку перепон для розвитку торговельних відносин між Україною та ЄС, слід відзначити, що з точки зору експорту ринки Євросоюзу потенційно привабливі, оскільки є найбільшими ринками країн-сусідів України як за розмірами населення, так і за ВВП.

З 1 листопада 2014 р. вступило в силу тимчасове застосування Угоди про Асоціацію. Це розділи договору про безпеку, юстицію, боротьбу проти шахрайства, гармонізацію стандартів, ряд протоколів та ін. Тобто всі розділи крім IV, який стосується Зони вільної торгівлі, її відклали до 1 січня 2016 р. Однією з особливостей є те, що ЄС продовжив режим автономних преференцій України до 31 грудня 2015 р. Такі преференції дозволяють відмінити мита на українські товари в країнах ЄС, натомість для Євросоюзу зберігаються старі митні правила.

Висновки. Важливою передумовою подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового та європейського туристичного ринків є активна участь у інтеграційних процесах. Для подальшої інтеграції вітчизняного туристичного бізнесу доцільним є систематизувати за рівнями інтеграційні процеси і відповідно продовжувати активне співробітництво з Європейською туристичною комісією, активно формувати та впроваджувати окремі програми з розвитку туризму у транскордонному співробітництві.

Позитивні тенденції відслідковуються в міжнародній торгівлі послугами між Україною та ЄС. Згідно даних, наведених у таблиці 3 видно, що сальдо крім 2009 року є позитивним, і починаючи з 2010 року спостерігається поступовий ріст обсягів експорту послуг з кожним роком.

Подальшому зростанню зовнішньоторговельного обороту буде сприяти створення зони вільної торгівлі у рамках інтеграції України до ЄС. Успішний процес інтеграції України до європейського простору має суттєві економічні переваги, а саме: макроекономічна стабільність, збільшення продуктивності економіки, збільшення обсягів торгівлі між Україною та країнами ЄС, забезпечення вільного руху факторів виробництва, гарантований захист прав виробників та споживачів тощо.

Література

- 1.Бочан І.О. Технологія туристичної діяльності : підруч. [Текст] / І. О. Бочан, М. Ф. Цимбалюк, В. М. Цимбалюк. – Львів, 2011. – 419 с.
- 2.Інтегрований туристичний концерн - сучасна форма туристичного підприємства в умовах глобалізації [Текст] : зб. наук. пр. / А. Гайдук // Регіональна економіка – 2006. – № 2. – С.204-211.- ISSN 1562-0905
- 3.Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посібник. [Текст] / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Карпати, 2003. – 312 с. – ISBN: 966-7123-86-3
- 4.Міжнародне співробітництво в сфері туризму / А. Г. Міщенко // Науковий вісник Київського гуманітарного ін.-ту. Серія: економічні науки. -

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

2008. – Вип. № 1. – Режим доступу : http://archive.nbuu.gov.ua/Portal/Soc_gum/Vmntu/2011_2/19.pdf. - Заголовок з екрану.

5.Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. М. Зайцева, О. М. Корнієнко // Вісник Запорізького нац. ун-ту. – 2012. – Вип. № 2(8). – Режим доступу : <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/FViS-2012-2/055-65.pdf>.

6.Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

7.Покришка Д.С. Торговельні відносини України з Європейським Союзом в умовах глобальної невизначеності [Електронний ресурс] Фахове видання з економічних, філософських, політичних наук та державного управління. Стратегічні пріоритети. – 2012. – № 1. – С. 18-31. — Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/Str_prioritetu/SP_1_2012.pdf

8.Приходько І. Особливості взаємної торгівлі України та країн ЄС [Електронний ресурс] :зб. наук. пр. / М-во осв. і наук. України, Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2012. Випуск 31 с. 231-237 ISSN 2078-4333. — Режим доступу : file:///D:/elektronka/VLNU_Mv_2012_31_27%20(3).pdf

9.Сакал Н. І. Оцінка розширення торгівельних відносин україни з ЄС [Електронний ресурс] Ефективна економіка № 4, 2012 — Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1088>

10.Співробітництво між Україною та ЄС у 2013 році [Текст] Статистичний збірник. Відповідальний за випуск Фризоренко А.О. — К. : Державна служба статистики, 2014.-206 с.

11.Стратегічні напрями міжнародного співробітництва України у сфері туризму / Ю. С. Гончарук, О. В. Пирог // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону – 2009. – Вип.5. – Режим доступу : http://archive.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Aprer/2009_5_2/03.pdf

12.Чириченко Ю. В. Розвиток міжнародної торгівлі: визначення сучасної проблематики для України [Електронний ресурс] : Вісник Академії митної служби України. Серія: “Економіка”, № 1 (49), 2013 — Режим доступу : file:///D:/elektronka/vamsue_2012_2_8.pdf

ПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКО-ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано просторову диференціацію туристсько-експурсійної діяльності в Україні на локальному рівні. Автором розраховано коефіцієнт локалізації туристичної діяльності, а також побудовано картосхему, що відображає відмінності у рівні спеціалізації районів і міст обласного підпорядкування на туристичній діяльності.

Ключові слова: туристсько-експурсійна діяльність України, туристична спеціалізація, локалізація туристичної діяльності, коефіцієнт локалізації туристсько-експурсійної діяльності

Doan P. Spatial differentiation of tourism activity in Ukraine. There is analysed spatial differentiation of tourism activity in Ukraine on local level. The author introduced a coefficient of localization of tourism and worked out a map of differentiation in specialization of districts and cities of regional significance on tourism activity.

Keywords: tourism activity of Ukraine, tourism specialization, localization of tourism activity, coefficient of localization of tourism activity

Загальна характеристика стану туристсько-експурсійної діяльності України. У 2012 році в Україні функціонували 5346 суб'єктів туристичної діяльності, в тому числі 892 туроператори (17%), 4002 турагенти (75%) і 894 підприємства, що здійснюють експурсійну діяльність (8%). Зайнятість в туристичній сфері була дуже низькою. В галузі нараховувалось 15558 штатних працівників, що складало всього 0,1% від усіх зайнятих в країні. Туроператорські компанії надали робочі місця 6801 працівникові (44%), турагентські — 7659 працівникам (49%), а підприємства експурсійних послуг — 1098 працівникам (7%). Більшість робітників не мали вищої або середньої спеціальної освіти у галузі туризму. Лише 46% (7085 осіб) зайнятих мали відповідну кваліфікацію. Більшість дипломованих фахівців працювали в турагентських (52%), менше — в туроператорських (43%) і експурсійних (5%) компаніях. Доходи туристських компаній (без ПДВ, акцизного збору й аналогічних податків) України в 2012 році були незначними і склали всього 6,66 млрд. грн., що дорівнювало 0,5% загального ВВП держави. Найбільші доходи мали туроператори — 6 млрд. грн. (91%), значно менші — турагенти (545 млн. грн. (8%)) і експурсійні бюро (73 млн. грн. (1%)).

Забезпечити вказаний рівень прибутку дозволила реалізація 1,77 млн. туристичних путівок. З них 73% турів реалізували оператори, а решту 27% — агенти. Цікаво, що компанії-виробники турпродукту (оператори) більшу частину путівок продають безпосередньо населенню, а не посередникам (агентам): 59% і 41% відповідно. Подібна специфіка українського туристичного

ринку спричинена значною тінізацією турагентської діяльності. Справа в тому, що більшість туристів, користуючись послугами агентів, сплачують вартість путівок готівкою. Агенти ж з метою ухилення від сплати податків перераховують оператору кошти за туристські послуги від імені туриста, а не з власного розрахункового рахунку. Таким чином, офіційна статистика фіксує вищі доходи від реалізації путівок безпосередньо населенню у виробників турпродукту, хоча фактично ситуація має інший характер.

В 2012 році туристичними компаніями України було обслуговано трохи більше 3 млн. осіб (не враховуючи екскурсантів), що склало близько 6,5% від загальної кількості жителів країни. Серед клієнтів туристичних фірм 91% осіб були українцями і 9% — іноземцями. При цьому, більше 89% усіх туристів скористались послугами туроператорів і лише 11% — турагентів. Відсоткове співвідношення туристів за метою поїздки зображене на рис. 1.

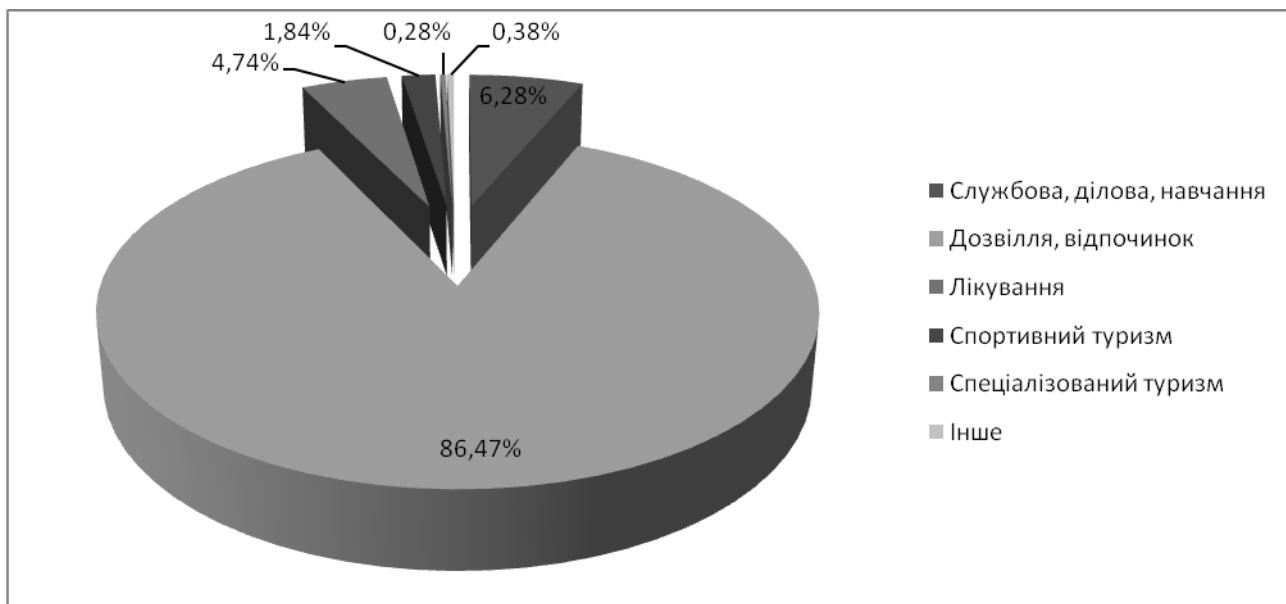


Рис. 1. Співвідношення кількості туристів за метою поїздки (дані Держкомстату за 2012 рік)

Просторовий аналіз розвитку туристсько-експурсійної діяльності України на локальному рівні. Ми дослідили розвиток туристсько-експурсійної діяльності, базуючись на офіційних статистичних даних Держкомстату в розрізі районів і міст обласного підпорядкування за 2012 рік. Одним з основних індикаторів є *індекс реалізації туристичних путівок*. Трійку лідерів за даним показником формують міста Київ (1056669 путівок), Сімферополь (95858 путівок) та Севастополь (85988 путівок). Статистика показує, що більшість турів реалізують компанії з обласних центрів, що спричинено декількома факторами. По-перше, жителі крупних міст мають вищий достаток і, відповідно, тут спостерігається вищий попит на подорожі. По-друге, компанії, що функціонують в регіональних центрах, мають більший доступ до ресурсів для свого просування і, як наслідок, — більшу довіру і популярність серед населення. Окрім обласних центрів, найвищі продажі турів в Україні спостерігаються в розвинених туристичних дестинаціях, таких як Севастополь,

Яремче, Євпаторія, Трускавець, а також місті Дрогобич. Максимальне значення реалізації турів в 2012 році склало 1056669 одиниць в столиці. Середній показник продажу путівок в районному розрізі — 2889,5 одиниць, а мінімальне, не враховуючи міста і райони з нульовим результатом,— 2 путівки (в Тернопільському районі Тернопільської області, Іваничівському районі Волинської області, Золочівському районі Львівської області та місті Красний Лиман Донецької області). Диспропорція в реалізації туристичних путівок по території України є дуже високою, що можна побачити на рисунку 2.

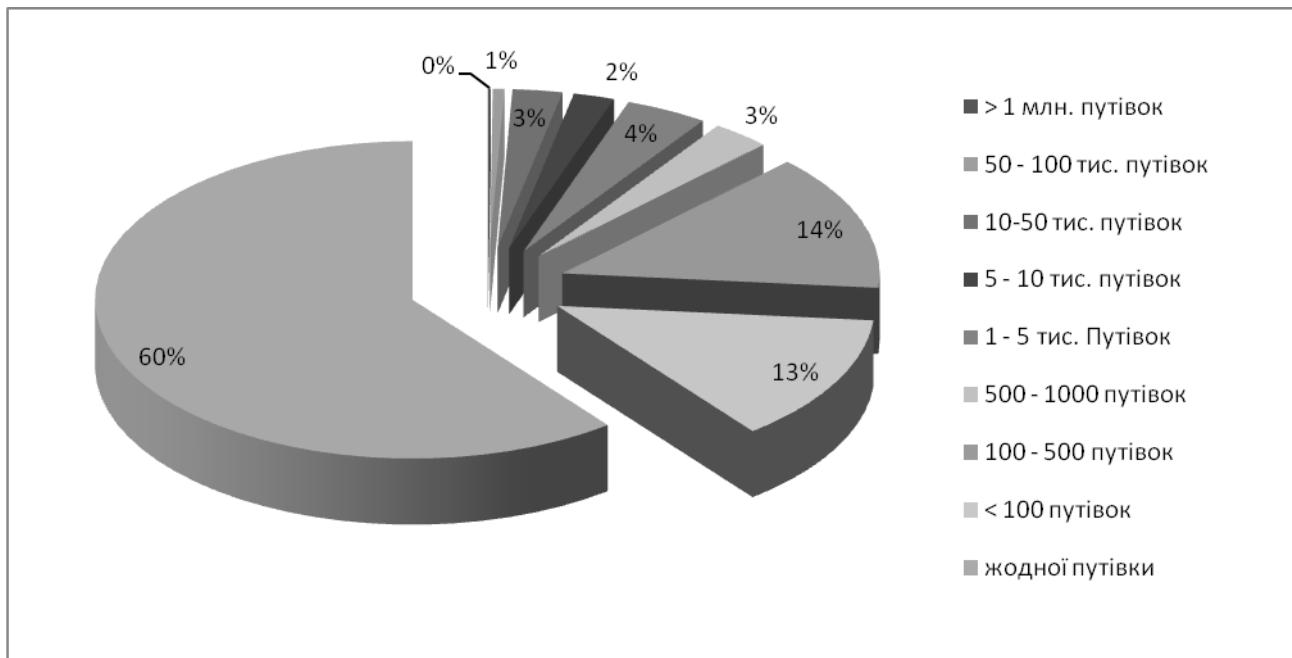


Рис. 2. Відсоткове співвідношення районів і міст України за кількістю реалізованих путівок

Максимальні доходи від надання туристсько-експкурсійних послуг спостерігаються в Києві. В 2012 році вони склали більше 4,8 млрд. грн. Мінімальні прибутки — 200 грн. (м. Очаків Миколаївської області), а середнє значення прибутку в районному розрізі — 9,95 млн. грн. Лідерами за показником доходів від надання туристсько-експкурсійних послуг є Київ (4806,3 млн. грн.), Сімферополь (332,3 млн. грн.) та Севастополь (308 млн. грн.). Розподіл доходу між районами і містами нашої держави так само має значні диспропорції, що відображені на рисунку 3.

Частка прибутку від надання власне екскурсійних послуг дуже незначна і складає всього 1,1% від загального доходу. Трійку лідерів за прибутком від екскурсійної діяльності формують Київ (9,6 млн. грн.), Ялта (9,1 млн. грн.) і Севастополь (8,3 млн. грн.). Середній дохід районів і міст України від надання екскурсійних послуг — 111 тис. грн., а мінімальний — 1,2 тис. грн. (Веселівський район Запорізької області). Концентрація екскурсійної діяльності на обмеженій території України спостерігається значно гостріше, ніж туристичної (рисунок 4).

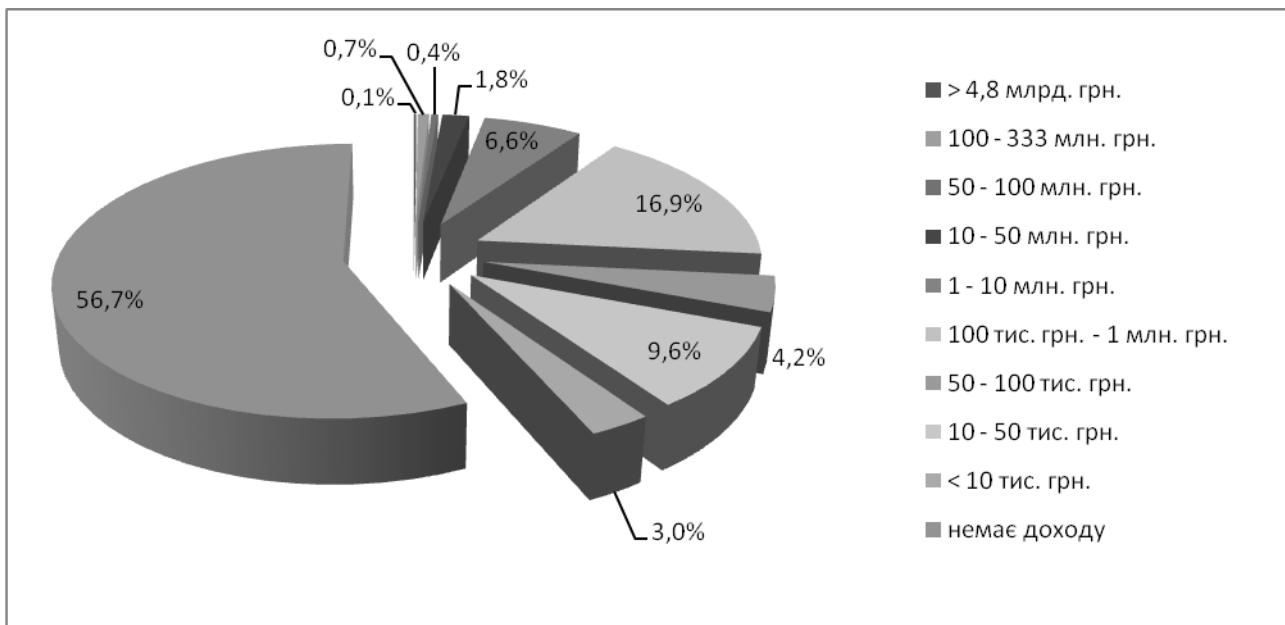


Рис. 3. Відсоткове співвідношення районів і міст України за доходами від надання туристсько-експурсійних послуг

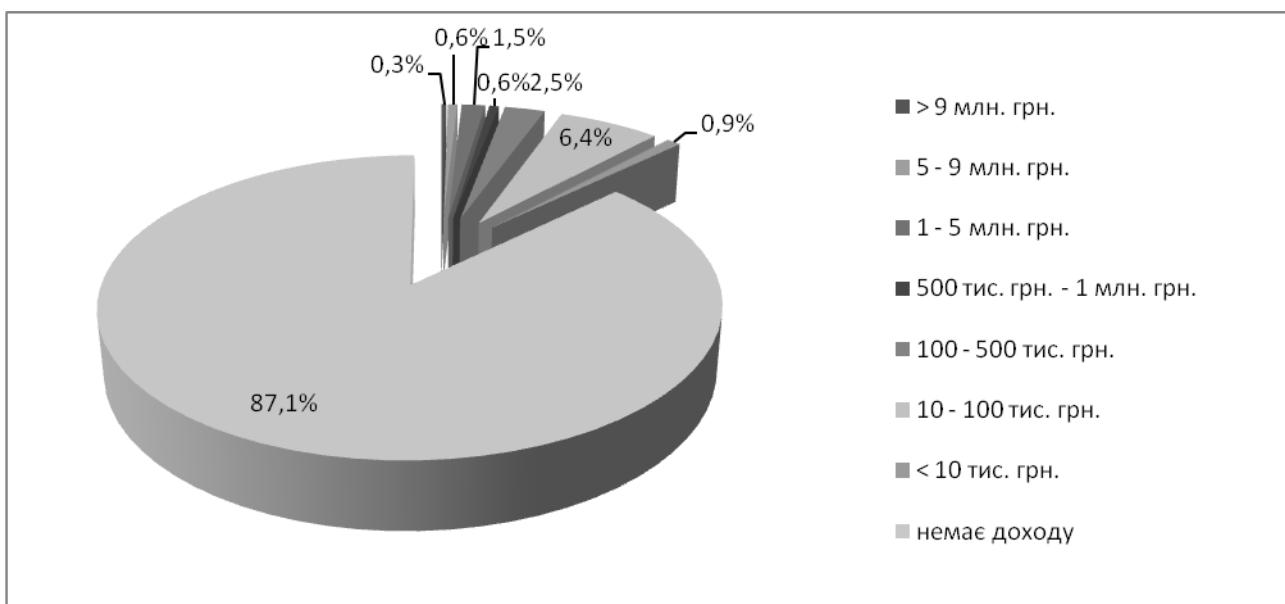


Рис. 4. Відсоткове співвідношення районів і міст України за доходами від надання експурсійних послуг

За показником *середньооблікової чисельності штатних працівників* туристсько-експурсійних компаній першість в Україні ведуть Київ (5430 працівників), Одеса (825 працівників) і Харків (675 працівників). Аналогічно до попередніх індексів за кількістю зайнятих найвищі показники мають обласні центри і розвинені туристичні дестинації. Найвища зайнятість в туристсько-експурсійній діяльності складає 5430 особи (м. Київ), середнє значення — 23 особи, а мінімальне — одна особа (в 11,2% міст і районів України). Диспропорція в розподілі працівників туристсько-експурсійної сфери по регіонах України відображена на рисунку 5.

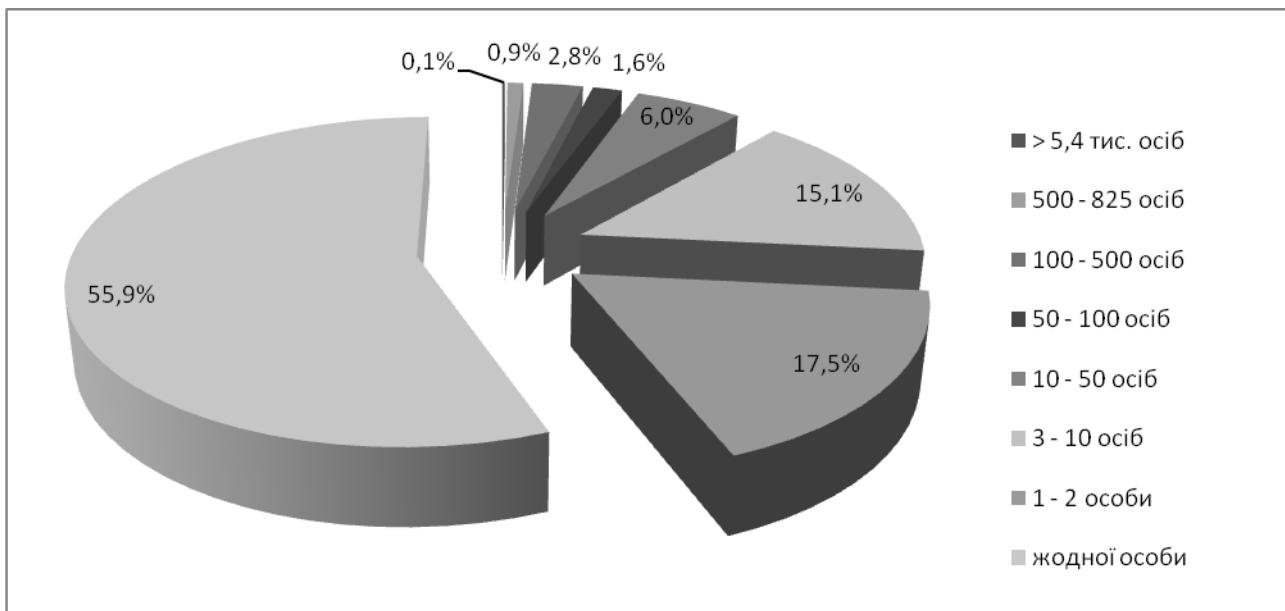


Рис. 5. Відсоткове співвідношення районів і міст України за показником середньооблікової чисельності штатних працівників туристсько-експкурсійної діяльності

Результатуючим показником, що відображає спеціалізацію території на туристичній діяльності, ми вважаємо коефіцієнт локалізації туристсько-експкурсійної діяльності. Фактично він показує питому вагу туристичної галузі району або міста в масштабах всієї держави. Розрахунок коефіцієнта проводився за наступною формулою:

$$K_{TED} = (\Delta_{PM} / \Pi_{PM}) / (\Delta_y / \Pi_y), \text{де}$$

K_{TED} — коефіцієнт локалізації;

Δ_{PM} — дохід району / міста від туристсько-експкурсійної діяльності;

Π_{PM} — площа району / міста;

Δ_y — дохід України від туристсько-експкурсійної діяльності;

Π_y — площа України.

Ми виявили, що найвищий в Україні коефіцієнт локалізації має місто Трускавець ($K_{TED} = 3324$). Таке високе значення K_{TED} є результатом невеликої площі міста (8 км^2) і високого доходу (18 місце в Україні в 2012 році) місцевих туристичних і екскурсійних компаній. До десятки перших за показником локалізації туристсько-експкурсійної діяльності увійшли також Київ ($K_{TED} = 911$), Сімферополь ($K_{TED} = 320$), Євпаторія ($K_{TED} = 290$), Одеса ($K_{TED} = 222$), Ялта ($K_{TED} = 198$), Кузнецівськ ($K_{TED} = 193$), Моршин ($K_{TED} = 193$), Бориспіль ($K_{TED} = 177$) та Львів ($K_{TED} = 133$).

Серед перерахованих міст лише Кузнецівськ і Бориспіль не мають туристичної спеціалізації. Кузнецівськ — це місто-супутник Рівненської атомної електростанції. Воно має площу лише 4 км^2 , а сукупний дохід місцевих турагентських компаній в 2012 році склав 598,2 тис. грн. При цьому, в місті діють лише турагентські компанії, і в них працюють всього 3 штатні працівники. Завдяки високим доходам і невеликій площі міста, коефіцієнт локалізації туристичної діяльності отримав одне з найвищих значень в Україні. Такий високий дохід туристських компаній забезпечило те, що місто є

важливим промисловим центром і добробут місцевих жителів є відносно вищим в порівнянні до інших районів і міст України. Так, згідно звіту Виконавчого комітету Кузнецівської міської ради в 2012 році офіційна середня заробітна плата жителів міста вдвічі перевищила доходи жителів Рівного і Рівненської області, їй майже вдвічі — України. Рівень безробіття в місті був нижчим за середній по області [1].

Місто Бориспіль є одним з головних транспортних вузлів країни і супутником столиці. За рахунок цього місцеві готелі мають дуже високі показники завантаженості й відповідно прибутки. В 2012 році готелі Борисполя прийняли більше 100 тис. гостей, четверта частина яких були іноземцями. Високі показники діяльності готелів вплинути й на туристичну діяльність. Так, турагентські й екскурсійні компанії міста заробили майже 400 тис. грн., реалізувавши 902 путівки.

До другої групи міст ми віднесли ті дестинації, показник локалізації яких отримав значення від 25 до 100. До неї увійшли Ужгород, Борислав, Дрогобич, Кам'янець-Подільський, Южне, Донецьк, Харків, Луцьк, Вінниця, Яремче, Івано-Франківськ, Севастополь, Алушта, Полтава, Дніпропетровськ та інші. Загалом другу групу міст за коефіцієнтом локалізації туристсько-експурсійної діяльності склали обласні центри, розвинені туристичні дестинації (Севастополь, Алушта, Яремче, Южне тощо), а також невеликі за розміром міста різної спеціалізації (промислові центри, міста-супутники обласних центрів і столиці), що вирізняються порівняно високим рівнем розвитку.

До перехідної групи міст, що мають значний потенціал розвитку туристсько-експурсійної діяльності, ми віднесли населені пункти з коефіцієнтом локалізації від 10 до 25. До неї увійшли такі населені пункти, як Іллічівськ, Миколаїв, Стрий, Феодосія, Мукачеве, Саки, Запоріжжя, Кременчук, Бердянськ, Умань, Хуст, Ізмайл, Берегове та інші. Більшість міст з даної групи мають необхідні туристсько-рекреаційні умови і ресурси, їх володіють значною атрактивністю, але не використовують їх належним чином. Тому туристсько-експурсійна діяльність не набула значного розвитку і не має високих прибутків.

Більше 54% міст і районів України мають коефіцієнт локалізації туристсько-експурсійної нижче 10. Це говорить про те, що більше двох третіх території України мають рівень розвитку туризму нижче середнього, адже коефіцієнт відображає питому вагу міста або району в масштабі всієї держави. Цікаво, що до останньої категорії увійшли такі туристичні центри, як Керч, Мелітополь, Білгород-Дністровський, Судак, Очаків та деякі інші. Низькі показники локалізації пов'язані зі значною площею даних адміністративних одиниць та можливим приховуванням прибутків туристичними й екскурсійними фірмами.

Отже, туристсько-експурсійна діяльність України характеризується значними диспропорціями свого поширення і розвитку. Так, в 2012 році туристичні компанії 60% районів і міст обласного значення не продали жодної путівки. Більше того, суб'єкти туристсько-експурсійної діяльності 56% адміністративних одиниць взагалі не мали прибутку від своєї діяльності. Ще гостріша концентрація власне екскурсійної сфери, адже дохід отримують

компанії, що діють лише на 13% території нашої держави. Географія зайнятості в туристсько-експкурсійній галузі має аналогічні диспропорції — 85% штатних працівників галузі працюють в менше, ніж 4% міст і районів країни. Поверхня коефіцієнта локалізації туристсько-експкурсійної діяльності (рис.1) показала дисперсну концентрацію доходів. З картосхеми видно, що відносно високі прибутки в межах держави мають лише окремі міста і райони, які в деяких регіонах утворюють вузли — Львівський, Київський, Кримський тощо. Отже, наш аналіз показав гостру необхідність синхронізації розвитку туристсько-експкурсійної діяльності в Україні.

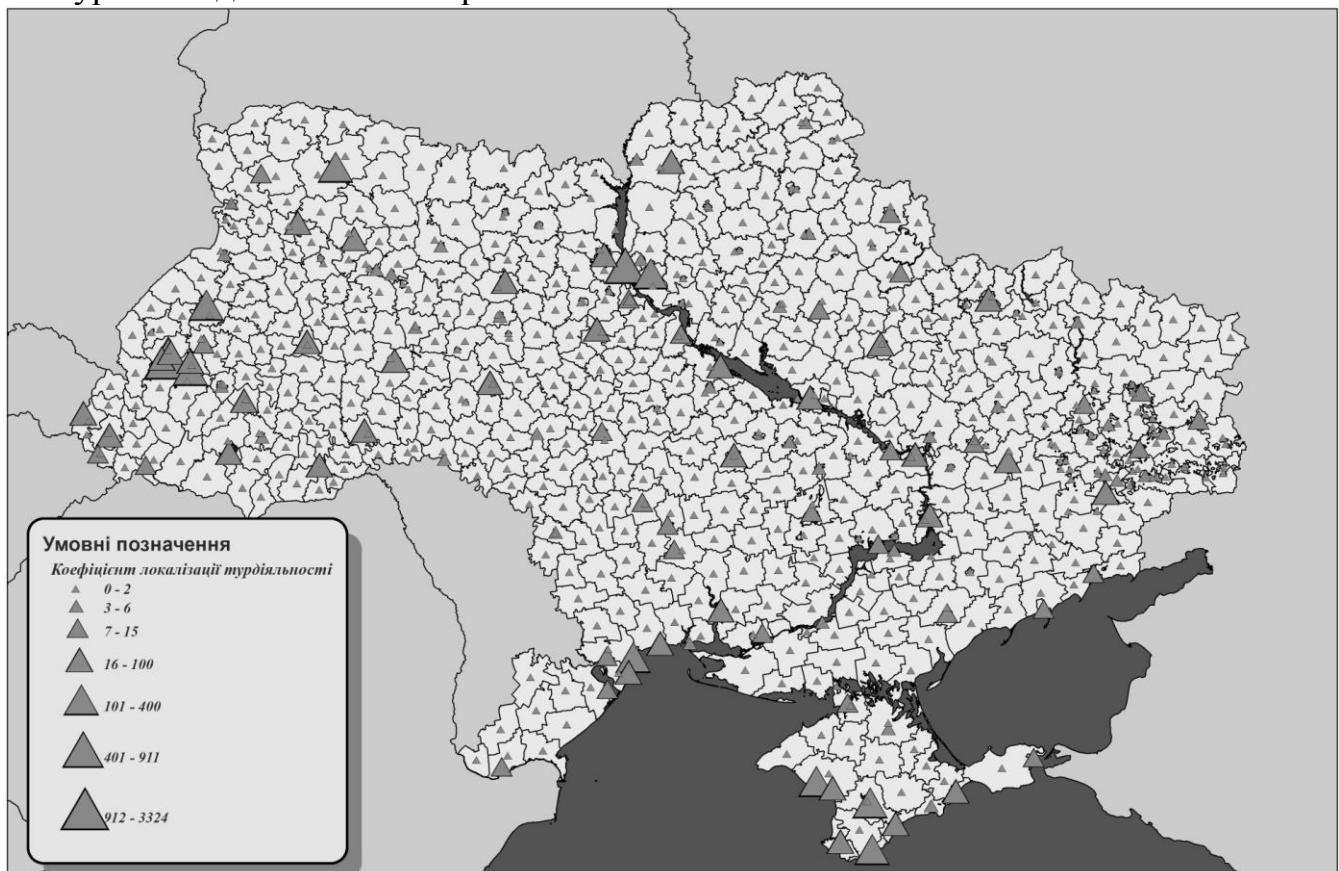


Рис. 1. Просторова диференціація розвитку туристсько-експкурсійної діяльності в Україні (поверхня коефіцієнта локалізації)

Література

1. Економічний профіль міста Кузнецівськ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.kuznetsovsk-rada.gov.ua/documents/ekonomprofil%20mista.pdf>
2. Шаблій О. І. Математичні методи в соціально-економічній географії: Навч. видання / О. І. Шаблій. — Л.: Світ, 1994. — 304 с.
3. Шаблій О. І. Основи загальної суспільної географії. Підручник / О. І. Шаблій. — Л.: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. — 444 с.
4. Doan P. V. Spatial analysis of hotel sector development in Ukraine / P. V. Doan // European Applied Sciences. — 2014. — №9. — P. 37-40
5. Doan P. V. Spatial differentiation of tourism activity in Ukraine / P. V. Doan // Geography and tourism. — 2014. — №29. — P. 71-80

ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННИХ ТЕРИТОРІЙ

В статті, на прикладі Львівщини, розглянуто можливість покращення соціально-економічного становища України завдяки реалізації потенціалу міжнародного туризму.

Ключові слова: туризм, економіка, транскордонне співробітництво, ресурс, торгівля, транспорт, культура.

Karavan Yu.V. Cross-border cooperation as the basis of development of border areas

In this article, the example of Lviv, consider improving the socio-economic situation of Ukraine through realizing the potential of international tourism.

Keywords: tourism, economy, cross-border cooperation, resource, trade, transport, culture.

Вітчизняна туристична галузь відіграє важливу роль у соціально-економічному житті держави, забезпечуючи: конституційне право людини на відпочинок, позитивний імідж України, як гостинної країни, налагодження міжнаціональних зв'язків, притік інвестицій в економіку, наповнення державного та місцевих бюджетів тощо.

Транскордонне співробітництво передбачає безперешкодний обмін товарами у межах визначеної території. Уявна відсутність кордонів, з одного боку призводить до загострення конкурентної боротьби між товарами. У такому випадку є необхідним виробництво якісних та конкурентоспроможних товарів, які будуть нести інформацію про територію та формуватимуть ставлення про неї. Окрім того, існує зворотний зв'язок, де територія як бренд створює позитивне ставлення до товарів, що виготовляються у її межах.

Історична, етнічна і географічна подібність прикордонних регіонів, загальне історичне минуле населення, етнічні і родинні зв'язки, традиції, звичаї, подібність мов – все це сприяє активному туристичному обміну як всередині прикордонних переходів, так і залученню туристів з інших регіонів і країн.

Метою міждержавної співпраці є покращення умов розвитку бізнесу. Зростання якості інфраструктури, в тому числі інфраструктури нових технологій, приведе до зростання інвестиційної привабливості, як для внутрішніх так і для зовнішніх інвесторів. Перспективними є дії направлени на рекламу і маркетинг регіону, торгову і інвестиційну рекламу, розвиток малих і середніх підприємств, розвиток локальних і регіональних ринків праці, розвиток інформаційного суспільства, нових технологій, покращення співпраці

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

між бізнесом і наукою, рекультивацію і відновлення суспільних і господарських деградованих регіонів. Розвиток інфраструктури збільшить доступність регіону для інвесторів, піднесе рівень життя мешканців а також його привабливість туристичну і господарчу.

Застосування сучасних інформаційних технологій значно розширює можливості туристичних підприємств по проведенню оцінки рівня якості послуг і прийняттю рішень у сфері якості. Формальна ж їх реалізація пов'язана з недостатністю інформаційних технологій, які підходять для забезпечення оцінки і покращення якості.

Інформаційні технології як основа створення нових процесів для сфери послуг полягають, у першу чергу, в забезпеченні оперативного формування туристичної послуги і швидкості її реалізації. Такі бізнес-процеси стають реальністю в результаті застосування для їх реінженірингу новітніх інформаційних технологій.

Екологічний аспект транскордонних відносин дає можливість забезпечувати екологічну безпеку суміжних територій, проводити постійний моніторинг їх природоохоронного стану, реалізувати спільні екологічні та туристичні проекти.

Пріоритетом Польсько-української стратегії транскордонного співробітництва є підтримка розвитку туризму та охорона культурної спадщини, що передбачає такі завдання:

- Розвиток і співпраця туристичних підприємств транскордонного регіону.
 - Розвиток існуючих спільних туристичних продуктів та створення нових інтегрованих туристичних продуктів на підставі наявного потенціалу транскордонного регіону.
 - Формування іміджу та створення марки транскордонного туристичного регіону.
 - Розвиток туристичної і супутньої інфраструктури згідно з принципами збалансованого розвитку.
 - Охорона навколошнього середовища і збереження історично-культурних спадщин.
 - Забезпечення висококваліфікованими спеціалістами та формування системи підготовки фахівців для туристичної сфери.
 - Проведення спільних наукових досліджень у галузі туризму.
 - Посилення співпраці польських та українських органів самоврядування і суспільних інститутів, а також транскордонної співпраці в галузі туризму.
 - Підвищення зацікавленості владних структур до підтримки підприємництва у сфері культури і туризму, посилення турботи про культурне надбання, ефективне пропагування культурної спадщини.
- Географічне розташування Львова та розширення кордонів ЄС створюють передумови для активізації транскордонного співробітництва. Прикордонне співробітництво є первинною ланкою інтеграційних і глобалізаційних процесів загалом та європейської інтеграції зокрема. Ефективність співробітництва зумовлюється дієвістю організаційно-економічного механізму, глибиною усвідомлення суті, форм, принципів, причин і наслідків міжнародної взаємодії.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Перспектива реалізації потенціалу міжнародного туризму на Львівщині ґрунтуються як на певних передумовах, що склалися на території, так і на характерних властивостях, притаманних локальним ділянкам економічного простору з преференційним режимом функціонування [5, с. 801]:

-Регіон має значні туристичні ресурси (природно-кліматичні, культурно-історичні, національно-етнографічні) і можливості для створення вільних економічних зон, завдяки яким вона здатна органічно вписатися в міжнародний туризм.

-Вдале поєднання і взаємодоповнення на території регіону, кліматичних, ландшафтних, бальнеологічних і грязевых природних лікувально-профілактичних факторів посилює ефективність їх впливу та підвищує цінність до рівня міжнародного значення

-Використання потенціалу міжнародного туризму дозволить розширити зони туризму та більш повно забезпечити попит і вирішення цілої низки надзвичайно важливих для розвитку туризму питань.

Розвиток туризму на Львівщині істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку.

Міжнародна співпраця регіонів є детермінована через співпрацю політичну в міжнародній площині. Хороший стан взаємних стосунків між Польщею і Україною позитивно впливає на розвиток трансграничної співпраці. Границя з Польщею це одночасно границя з НАТО і в майбутньому з Європейським Союзом і становить „відкриті ворота” до Східної Європи.

Міська влада Львова пріоритетною галуззю розвитку міста визначила туризм. Однак експерти відзначають, що такий туризм несе місту численні погрози, зокрема, руйнується історичне середовище, втрачаються культурні і релігійні традиції, місто стає некомфортним для городян і небезпечним для туристів. Як варіант розвитку бачать розвиток саме культурного туризму.

Перший офіційний договір було укладено між тодішнім Перемишльським воєводством та Львівською обlastю в травні 1997 року. Він включав в себе питання які відносились до пограничних переходів, туризму, культури, охорони довкілля. Ще раніше було започатковано співпрацю між містами побратимами. Можна відмітити співпрацю: Перемишля зі Львовом (співпраця господарська, культурна, екологічна); Жешова зі Львовом (співпраця господарська, співпраця шкіл та вищих навчальних закладів, співпраця в області культури); Ярослава з Дрогобичем (співпраця господарська, культурна, а також в туристичній галузі); Любачова з Яворовим (співпраця господарська, культурна, освітня, в спорті та туризмі), а також співпрацю між районами областей та польськими повітами. Прикладом міжнародної співпраці є розміщений на границі України, Польщі та Словаччини Міжнародний Біосферний Заповідник.

Сьогодні туризм утверджується як стратегічний напрямок розвитку Львова. Можна стверджувати, що саме туризм має стати основним пріоритетом для Львова.

Рівень забезпеченості Львівщини цінними історико-культурними ресурсами здатний генерувати значний інтерес у вітчизняних та іноземних

туристів. До числа об'єктів історико-культурного туризму входять як історико-культурна спадщина (історичні території, архітектурні споруди і комплекси, зони археологічних розкопок, музеї, народні промисли, обряди, виступи фольклорних колективів), так і сучасна культура (виставки, фестивалі, особливості життя населення: кухня, костюми).

Щорічне збільшення туристів відбувається завдяки проведенню все більшої і більшої кількості цікавих фестивалів, відкриттям нових туристичних маршрутів, покращенням транспортної та туристичної інфраструктури. Для мешканців Львова це означає покращення інфраструктури міста, збільшення кількості робочих місць та пришвидшена інтеграція в європейський економічний простір [1, с. 90]

Останнім часом спостерігається поступове покращення стану справ у туристичній сфері після економічної кризи, однак велика кількість туристів все ще надає перевагу провести відпустку без значних фінансових вкладень. Однак, як це не парадоксально, такий вибір лише на користь Львову, перевагою якого для туристів залишається можливість якісного відпочинку за порівняно невеликі кошти.

Львів – єдине українське місто, яке входить до мережі Marketing, що займається питаннями розвитку туризму, маркетингу та брендом міста. Сьогодні в Європі активно розвивають міський туризм, бо розуміють, що люди приїжджають передусім в історичне місто, а не в конкретну область чи державу.

Власне, цей напрямок західні фахівці радять розвивати і Львову. За їхніми словами, європейські туристи потребують щоразу нових вражень і мандрівок. А щоби вони приїхали у Львів, тут мають їх приймати так, щоб у людей залишилась приятна спогади від перебування. Щороку у місті відбувається безліч фестивалів та культурно-мистецьких заходів, розвивається туристична інфраструктура - аеропорт, готелі, хостели, розважальні заклади.

Розвиток зовнішньоекономічних стосунків підприємств Львівщини з суб'єктами підприємництва прикордонних регіонів сусідніх зарубіжних країн є одним з важливих аспектів розвитку не тільки регіону, а й складовою успішного розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Для такого співробітництва є усі передумови, оскільки географічна близькість породжує спільність проблем, пов'язаних з природоохоронною діяльністю і захистом довкілля від забруднень, міграцією працездатного населення тощо. Розуміння мови сусідніх країн значною частиною населення регіону, наявність родинних зв'язків, спільність традицій, подібність смаків, уподобань тощо дозволяють повною мірою використовувати ці географічні переваги та реалізовувати наявний потенціал. Пріоритетними напрямами розвитку такого співробітництва в регіоні можуть бути торгівля, транспортні перевезення, інвестиційні проекти, розвиток туризму тощо.

Туристична галузь, як складова національної економіки України потребує вкладення інвестицій для оптимального функціонування і розвитку. Однак, навіть підготовка до Євро показала, що приватні інвестори вкладали кошти в готелі та торгівлю, а ніхто не вкладав кошти в інші сфери економіки.

До Львова інвестують переважно українські бізнесмени, потенційні ж іноземні інвестори відзначають, що політична ситуація в країні не може не впливати на імідж міста. Зарубіжні інвестори, перш ніж прийти на іноземний ринок, вивчають ситуацію в місті та країні.

Головною трудністю в розвитку міжнародного туризму, перш за все, є брак фінансів на інвестиції, модернізації, бюрократизм при прийнятті рішень та координації робіт по обидва боки границі. Не рекламується достатньою мірою культурна спадщина. Більшість наявних сайтів музеїв мають лише українську та російську версію [3, с. 2]. Виробники туристського продукту не змогли створити якісного та недорогого національного комплексу туристських послуг (вартість туристських благ на національному туристичному ринку, нерідко значно вища аналогічного показника за кордоном).

Серед чинників, що стримують розгортання співробітництва вздовж кордону, можна зазначити: надмірну амбіційність і водночас нечіткість місії функціонування регіонів на кордонах України та країн Центральної Європи, які декларують прагнення розв'язання соціальних проблем у всіх сферах суспільного життя; низький рівень соціально-економічного розвитку територій, які є учасниками транскордонного співробітництва, порівняно з середніми національними показниками; різницю між рівнями децентралізації управління у країнах Центральної Європи та в Україні; специфіку української правової системи, норми якої часто вступають у колізію з нормами Європейського Союзу у сфері управління, підприємницької діяльності.

Існують і інші бар'єри. Це зокрема складне бізнес-середовище, до 80 % тіньової економіки в деяких галузях, низький рівень інновацій, відтік інтелекту, незадовільний стан громадського транспорту, житлової інфраструктури, систем енергозабезпечення, водопостачання і водовідведення, корупція, обмеження довготермінового планування, нестача свободи в прийнятті рішень і політична нестабільність.

Для розвитку транспортно-туристичного обслуговування міжнародного туризму необхідно провести модернізацію і реконструкцію матеріально-технічної бази транспортних і туристичних підприємств, розбудову транспортно-туристичної інфраструктури згідно з міжнародними вимогами, розробити перспективні транспортно-туристичні маршрути, підняти якість і критерії обслуговування туристів, створити розгалужену мережу надання автомобілів напрокат неорганізованим туристам з наданням карт автомобільного сполучення регіону, проспектів туристичних послуг з зазначенням місць відпочинку, розміщення, харчування, культурного обслуговування, розвинуті фінансову інфраструктуру, збільшити кількість платіжних терміналів, банкоматів, обмінних пунктів тощо [4, с. 287].

Важливим об'єктом інфраструктури підтримки малого і середнього транскордонного підприємництва у сфері туризму є створення транскордонного бізнес-інкубатору, який є інноваційною інфраструктурою міждержавної і громадської підтримки малого підприємництва на стартовому етапі розвитку, тобто у момент найбільшої фінансової і правової уразливості.

Готелі, що розташовані на прикордонній території, мають низку беззаперечних переваг, серед яких можливість тісніше співпрацювати з туристичними агенціями сусідніх країн, ґрунтовніше вивчати досвід конкурентів з іншого боку кордону, ретельніше вивчати попит та вимоги до якості готельних послуг відвідувачів з сусідніх країн, а однією з головних переваг слід вважати володіння персоналом готелю мовами суміжних з Україною держав.

Важливу роль можуть відіграти різні форми франчайзингових підприємств: ресторанні мережі, бажано відомих міжнародних брендів, орієнтованих на іноземців, а також ресторанів з українською специфікою, стріт-фудів, туристичних підприємств, готелів.

Головним завданням транскордонного співробітництва України на кордоні з ЄС є подолання наслідків втілення за радянських часів концепції кордону як лінії розподілу і посилення його контактної функції.

Завдяки туризму Україна може не тільки поліпшити своє соціально-економічне становище, але швидше, ніж у будь-якій іншій галузі, ввійде на рівних до світового інтеграційного співтовариства, тому що тут здійснюється торгівля як послугами, так і товарами [2, с. 56].

Участь прикордонних регіонів у транскордонному співробітництві має ґрунтуватися на правових та інституційних засадах, які забезпечать прикордонним регіональним і місцевим органам влади повноваження щодо налагодження безпосередніх відносин. Все це зумовлює існування чітко визначеної регіональної політики держави, яка повинна визначати основоположні принципи взаємовідносин між країною та її регіонами, головні напрямки регіонального розвитку, встановлювати загальні правові засади, які дозволяли б регіональним і місцевим органам влади та самоврядування знаходити шляхи для забезпечення соціально-економічного зростання, закладаючи тим самим підґрунтя неухильного розвитку держави [6, с. 3].

Незважаючи на активізацію міської влади багатьох міст, недостатність досвіду, традицій та знань уповільнює розвиток туристичної галузі, тому вимагається її державна підтримка.

Необхідно також розробити програму щодо кадрового забезпечення управління туристичною галуззю, насамперед акцентувати увагу на підготовці фахівців з туризму.

Література

1. Гарагонич В.В. Підготовка до Євро-2012 як фактор поглиблення транскордонного співробітництва: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції „Транскордонне співробітництво як важлива складова євро інтеграційних процесів України”. – Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2010. – С. 89-92.
2. Голубка С.М. Національна економіка та економіка туризму //Вісник ЛІЕТ. 2006. – № 1. С. 54-56.
3. Кузумук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. Електронний ресурс. //Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступу до сайту: <http://www.niss.gov.ua>

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

4. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. – К.: Знання, 2008. – 312с.
5. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: підручник – К.: КНЕУ, 2003. – с. 948.
6. Студеніков Ігор. Транскордонне співробітництво як дзеркало регіональної політики в Україні / Ігор Студеніков. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ewi.org.ua/chastyna-7-transkordonne-spivrobitnytstvo-yak-krok=doveznachenna-kontseptsiji-polityky/>

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Розглянуто фактори та напрями їх впливу на розвиток міжнародного туризму. Визначено критерії та систематизовано фактори розвитку. Досліджено дію зовнішніх та внутрішніх факторів.

Ключові слова: міжнародний туризм, фактори впливу, критерії, туристичне підприємство.

Koknayeva M. Factors of international tourism development in Ukraine. The article describes the factors and their influence on the international tourism development. The criterias are determined and factors of development are systematized. External and internal factors influence is defined.

Key words: International tourism, impacts, the criteria, travel company.

Сучасний стан нестабільності соціально-економічного середовища в державі і світі особливо гостро впливає на розвиток міжнародного туризму, який є значно чутливіший, ніж інші види економічної діяльності, до впливу зовнішніх та внутрішніх факторів дестабілізації. Зазначене обумовлене особливою роллю туризму, який виступає координуючим механізмом функціонування внутрішнього ринку України та її регіонів, формування місних міжнародних зв'язків. Це актуалізує проблему дослідження існуючих та розробки нових наукових зasad розвитку міжнародного туризму в Україні.

До світового ринку туристичних послуг все активніше залучається Україна, яка стала самостійним суб'єктом міжнародних економічних відносин всього півтора десятиріччя тому назад і для якої міжнародний туризм є досить молодою галуззю, що знаходиться на етапі становлення, але має цілком реальні можливості та умови для нарощення свого потенціалу, зокрема, завдяки наявності в країні унікальних природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурних пам'яток, багатої флори та фауни, зон різноманітних форм відпочинку. Уже сьогодні народжуються нові туристичні послуги – професійний бізнес-туризм, спортивний, пригодницький (екстремальний), екологічний туризм тощо. Особливо перспективним вдається розвиток в Україні найновітніших видів туризму, передусім – зеленого та пригодницького, широкі можливості для розвитку яких є в провідному рекреаційному регіоні України – Карпатському.

Однак існують також і фактори, що гальмують розвиток даної сфери послуг, серед яких можна виділити такі: недостатність розвинутості інфраструктури, відсутність кваліфікованого персоналу, екологічні та кримінальні ризики, низький рівень побутового комфорту, високі ціни на

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

послуги, внаслідок чого Україна суттєво відстает від провідних країн як по наданню туристичних послуг, так і розвитку туристичної індустрії [3].

Серед критеріїв класифікації факторів, що впливають на міжнародний туризм необхідно виокремити такі: за походженням (внутрішні, зовнішні), за ступенем впливу (мінімального, максимального), за напрямом впливу (стабілізатори, дестабілізатори), за рівнем керованості (керовані, некеровані), за тривалістю впливу (короткострокові, постійні), за систематичністю прояву (систематичні, несистематичні), об'єктом впливу (точкові, системні) тощо [1, с. 28; **Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 128-130].

Дослідження зазначених класифікацій дозволяє стверджувати, що кожен фактор впливу на міжнародний туризм може бути класифікований за кожним із зазначених критеріїв, а найбільш загальним за характером є розподіл факторів за джерелом їх походження – фактори зовнішнього середовища та фактори внутрішнього середовища. Незважаючи на їх широке опрацювання різними авторами, вважаємо за необхідне проведення модернізації такої класифікації з огляду на галузеві особливості функціонування галузі туризму та врахування сучасних тенденцій розвитку світової, національної, регіональних господарських систем. Групування факторів зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування наведено у табл.1.

*Таблиця 1.
Фактори впливу на розвиток міжнародного туризму**

Види факторів	Характеристика	
	1	2
1. Фактори зовнішнього середовища		
1.1. Політичні	Стабільність політичного становища в державі Лобіювання інтересів певних видів діяльності, галузей економіки різними політичними силами	
1.2. Нормативно-правові	Нормативна база регулювання економічної діяльності в державі Державне регулювання розвитку туризму Державне регулювання розвитку внутрішнього ринку Дії державних органів контролю за діяльністю туристичної галузі	
1.3. Фактори наднаціонального рівня	Тенденції розвитку міжнародного туризму Фаза розвитку світової економіки (спад, криза, зростання, пік) Функціонування наднаціональних інституцій	
1.4. Фактори національного рівня	Обсяги і структура вітчизняного туризму Обсяги і структура національного споживання Конкурентоспроможність вітчизняного туризму Рівень розвитку внутрішнього ринку туристичних послуг Рівень розвитку фінансово-економічної інфраструктури Економічна активність населення Рівень розвитку конкуренції чи монополізації ринку Рівень інфляції Сприятливість інвестиційного клімату Галузева структура економіки Рівень розвитку міжгалузевих зв'язків Налагодженість міжрегіональних зв'язків	
1.5. Фактори	Рівень розвитку інфраструктури в регіоні	

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

<i>I</i>	<i>2</i>
регіонального рівня	Налагодженість взаємодії влади з бізнесом Наявність програм розвитку туризму в регіоні Рівень криміналізації бізнесу в регіоні Наявність в регіоні територій пріоритетного розвитку, кластерів, спеціальних економічних зон
1.6. Демографічні та соціокультурні фактори	Вікова та статева структура населення Соціальна структура населення Рівень освіченості та культури населення Схильність населення до підприємницької діяльності Якість життя населення
1.7. Галузеві фактори	Обсяг та структура споживчого ринку Обсяг та структура пропозиції споживчих товарів Стан конкуренції на ринку туристичних послуг Рівень тінізації галузі Інвестиційна активність у туристичній галузі Рівень розвитку туристичної інфраструктури Забезпеченість галузі кваліфікованими спеціалістами
2. Фактори внутрішнього середовища	
2.1. Матеріально-технологічні фактори	Розвиток засобів транспорту, розміщення, зв'язку, підприємств громадського харчування, роздрібної торгівлі, сервісу. Туристичні ресурси та їх оборотність
2.2. Фінансові фактори	Рівень прибутковості туристичних підприємств Збалансування грошових потоків Інвестиційна політика туристичних підприємств Управління фінансовими ризиками Управління дебіторською і кредиторською заборгованістю
2.3. Організаційно-управлінські фактори	Організаційно-правова форма підприємства Сектор діяльності туристичних підприємств Стадія життєвого циклу підприємства Загальна стратегія діяльності підприємства Організаційна структура управління Наявність системи безпеки туристичних підприємств (інформаційної, силової тощо) Кваліфікація персоналу Система мотивації персоналу туристичних підприємств Відповідність внутрішньої нормативної документації вимогам чинного законодавства
2.4. Туристичні фактори	Кліматичні умови Транзитні можливості території Розвиток гідромережі, наявність мінеральних вод, грязей Розміщення лісів, мисливських угідь Схема, етапи та умови здійснення туристичного процесу Рівень туристичного обслуговування Маркетингова діяльність
2.5. Рекреаційні фактори	Кількості і якості природних і культурно-історичних ресурсів

* Складено автором на основі джерел: [1, с.29-33; **Ошика! Источник ссылки не найден.**, с.128-130].

Туризм як форма задоволення потреб людей у відпочинку спрямлює великий вплив на життя світової спільноти, є об'єктивною потребою сучасної цивілізації. Надходження від міжнародного туризму нині є однією з найзначніших складових так званого невидимого експорту (*invisible export*). Він не тільки збільшує валютні надходження в країну, а й забезпечує зайнятість населення, допомагає раціонально використовувати ресурси. Розвиток туристських зв'язків є важливим засобом нормалізації міжнародного становища, зміцнення дружби між народами і поглиблення взаєморозуміння [4]. Тому, розглядаючи діяльність туристичних підприємств, варто зазначити, що туризм – це один із факторів інтеграції країни загалом. Це обумовлює значно вищу залежність результатів функціонування туристичних підприємств від факторів зовнішнього середовища, таких як загальний рівень розвитку економіки країни, рівень інфляції, законодавче регулювання діяльності не лише туризму, а й інших галузей економіки. Таким чином, забезпечення розвитку міжнародного туризму значно більшою мірою залежить від зовнішніх умов економічного розвитку в державі та регіоні, ніж підприємств іншої галузі.

Позитивний вплив на розвиток міжнародного туризму надає розширення соціального складу туристів, що стало можливим завдяки поліпшенню умов оплати праці, збільшення тривалості оплачуваної відпустки, надання робітникам і службовцям різних соціальних гарантій і пільг за рахунок підприємств і профспілок. Розвитку туризму сприяє також і зниження вікового порогу виходу на пенсію, що з урахуванням збільшення тривалості життя привело до появи так званого туризму «третього віку» і навіть «четвертого віку»[5].

До зовнішніх факторів впливу на розвиток міжнародного туризму віднесено такі групи: політичні; нормативно-правові; фінансово-економічні фактори наднаціонального; національного; регіонального рівнів; демографічні та соціокультурні; галузеві.

Що стосується політичної групи факторів, активно сприяють розширенню міжнародних туристських зв'язків, то тут слід зазначити, перш за все, фактор внутрішньополітичної стабільності країни, яка приймає закордонних гостей. Серйозним політичним фактором є наявність міждержавних і міжурядових угод по співробітництву в сфері економіки, торгівлі, науково-технічних і культурних взаємозв'язків, туризму та обмінів.

Нормативно-правові фактори покликані створювати нормативне поле для діяльності суб'єктів господарювання, а тому мали б характеризуватися позитивним впливом на вплив міжнародного туризму. Однак і вони часто викликають збурення на мікрорівні. Це пов'язано з наявністю надмірної кількості законодавчих і нормативних регулятивних актів, що створює правові колізії, дублювання, можливості неоднозначного їх трактування.

Фінансово-економічні фактори міжнародного туризму, на думку автора, повинні розглядатися у просторовому аспекті наднаціональних, національних та регіональних, адже на кожному із цих рівнів вони набувають своїх особливостей. Для туристичних підприємств, які працюють на зовнішньому

ринку, особливої ваги набувають проблеми зовнішньоекономічної політики України, регулювання туристичної діяльності (не лише в нашій державі, а й в державах, з якими здійснюються обмінні послуги), курси валют, участь України у різних інституціях наднаціонального рівня, які встановлюють правила міжнародної діяльності тощо.

Натомість підприємства, що орієнтовані на надання туристичних послуг в межах держави, значно більше зацікавлені у розвитку та ефективному функціонуванні внутрішнього ринку туристичних послуг України, налагодження міжрегіональних туристичних потоків, формуванні конкурентного середовища, зростанні купівельної спроможності населення, рівня ділової активності населення.

Зважаючи на те, що метою функціонування туристичних підприємств є максимальне задоволення потреб споживачів у високоякісних наданих послугах.

До вагомих загроз галузі туризму варто віднести низьку конкурентоспроможність вітчизняних туристичних послуг і ресурсів порівняно з міжнародними. Таким чином, відбувається втрата внутрішнього ринку вітчизняними туристичними підприємствами через незадовільну якість наданих послуг або нижчий рівень цін закордонних аналогів.

Сукупність демографічних та соціокультурних чинників забезпечення розвитку міжнародного туризму дозволяє говорити про оцінку кількості потенційних споживачів, рівня грошових доходів населення, вікової та статевої структури населення, рівня його освіченості та культури. Зазначені фактори формують диференціацію попиту на різні туристичні послуги. Найбільшою туристично-рекреаційною рухливістю відрізняються люди у віці від 30 до 50 років. Не менш 1/5 всіх туристів складають молоді люди. Тим не менш, зростає частка подорожуючих осіб похилого віку (старше 55 років). Це явище отримало назву «туризм третього віку».

Демографічні фактори дуже впливають на розвиток міжнародного туризму. В результаті зростання населення Землі збільшується туристський потенціал світу, в туристську діяльність втягуються нові трудові ресурси. До демографічних факторів також відносяться: постійно зростаючий взаємний інтерес народів у різних країнах, що мають єдиний або споріднений мову, або пов'язаних спільністю історії та культури; підвищений попит на участь у спеціалізованих поїздках осіб однієї професії або суспільної функції.

Передумовою розвитку міжнародного туризму можна віднести також підвищення культурного рівня, прагнення людей до пізнання, до ознайомлення з побутом, культурою, історією інших країн і народів. Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, прагнення до використання передового досвіду інших країн у створенні матеріальних і духовних цінностей проявляється в розширенні наукових і ділових контактів, виразом якого є розвиток нових видів міжнародних туристських зв'язків - наукового (конгресового) і ділового туризму[2].

Великий вплив на зростання туризму і розширення його соціальної бази надають матеріально-технічні фактори. Основні з них пов'язані з розвитком

засобів транспорту, розміщення, зв'язку, підприємств громадського харчування, роздрібної торгівлі, сервісу. В останні десятиліття в результаті науково-технічного прогресу транспорт став більш швидким, безпечним, комфорtabельним. Особливу своєрідне місце в туристської діяльності займає індустрія розміщення та харчування. Рівень готельного та ресторанного сервісу грає важливу роль в обслуговуванні іноземних туристів. Але індустрія туризму, і особливо індустрія розміщення та харчування, схильна до коливань попиту на туристичні послуги протягом року, що, безсумнівно призводить до зростання витрат на утримання підприємств розміщення та харчування і подорожчання їх послуг[6].

До числа важливих чинників розвитку міжнародного туризму відносять рекреаційно-ресурсний потенціал території, що виражається в кількості і якості природних і культурно-історичних ресурсів. Слід мати на увазі, що вплив рекреаційно-ресурсного потенціалу також опосередковується соціально-економічними факторами і в першу чергу залежить від розмірів і характеру рекреаційних потреб населення. Не менш важливим є і фактор географічного положення, який виступає у всіх основних різновидах: фізико-географічного, економіко-географічного, транспортно-географічного, геополітичного та екологіко-географічного положення.

Україна як самостійний суб'єкт міжнародної економічної діяльності залишається недостатньо залученою до міжнародних туристичних процесів, хоча особливості географічного розташування, сприятливий клімат, унікальні природно-рекреаційні ресурси та велика кількість історико-культурних пам'яток створюють можливості для інтенсивного розвитку багатьох видів туризму. Особливо стрімко розвиваються новітні види: екологічний, пригодницький, зелений та діловий туризм[3]. Серед основних факторів, що гальмують розвиток національної туристичної галузі, є незадовільний стан розвитку інфраструктури та матеріально-технічної бази туризму, високі ціни, екологічні та кримінальні ризики, низька інноваційна активність туристичних підприємств. Передумовою подальшого розвитку вітчизняного туризму відповідно до тенденцій міжнародного ринку туристичних послуг є залучення до міжнародної законодавчої та нормативно-правової бази туризму, передових надбань найбільш розвинутих туристичних індустрій, впровадження стандартів якості туристичного обслуговування, прогресивних технологій та методів підвищення кваліфікації туристичних кадрів і практики формування організаційно-економічних механізмів ефективного функціонування туристичної індустрії.

Література

- 1.Бакунов О.О. Управління економічною стійкістю торговельного підприємства: концептуальний підхід / О.О. Бакунов, О.В. Сергєєва // [Текст] Вісник ДонНУЕТ Серія: Економіка.-наук. журнал. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. - Вип. 3 (43). - С. 129-137.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

2.Костина К.В. Сучасні тенденції розвитку міжнародних туристичних ринків / К.В. Костина // [Текст] Вісник ДонНУЕТ Серія: Економіка.-наук. журнал. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2006. - Вип. 4(32).- С.148-157.

3.Костина К.В. Сучасні реалії розвитку галузі туризму України в контексті євроінтеграції /К.В. Костина // На схід та південь від ЄС: проблеми формування спільногго європейського економічного простору: [Текст] зб. мат. міжнар. наук.-практ. конф., 5-7 жовт. 2006 р.; Київ. нац. економ. ун-т ім. В. Гетьмана; Фундація сприяння європ. інтеграції; відп. ред. В. І. Чужиков. - К.: КНЕУ ім. В. Гетьмана, 2006. – С. 185-188.

4.Розвиток міжнародного туризму в Україні / Т.О. Приходько [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.rusnauka.com/18_DNI_2010/Economics/69706.doc.htm.

5.Факторы развития международного туризма. [Електронный ресурс] – Режим доступу: http://studopedia.ru/2_108547_faktori-razvitiya-mezhdunarodnogo-turizma.html.

УДК 338.48.(477+479.22)

Кучинська І. В., Ревкевич Н. І.
Львівський інститут економіки і туризму

ГРУЗІЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ДЕСТИНАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

В статті здійснено порівняльний аналіз сучасних тенденцій розвитку туристичної індустрії Грузії та України. Проаналізовано динаміку кількості міжнародних туристичних прибуттів за 10 років, досліджено географію в'їзних туристичних потоків. Порівнюються основні економічні індикатори розвитку туризму, а також місце обох країн у світових рейтингах. Обговорюються перспективи співпраці Грузії та України в галузі туризму.

Ключові слова: міжнародний туризм, дестинація, туристичні потоки, міжнародні туристичні прибутия, конкурентоспроможність, економічні індикатори, інфраструктура, Грузія, Україна

Kuchynska I.V., Revkevych N. Georgia as a promising destination of international tourism: lessons for Ukraine. The paper contain a comparative analysis of current trends in the tourism industry of Georgia and Ukraine. The dynamics of inbound tourist flows during 10 years and their distribution by country of origin are analysed. Main economic indicators of international tourism development in both countries and their place in the world tourist rankings are compared. The prospects of Georgia and Ukraine cooperation in the tourism sphere are discussed.

Key worlds: international tourism, destination, tourist flows, international tourist arrivals, economic indicators, competitiveness, infrastructure, Georgia, Ukraine.

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільш прибуткових та перспективних галузей економіки. За даними Всесвітньої туристичної організації обсяги міжнародних туристичних потоків в 2014 році досягли 1 138 млн. осіб, що на 4,7 % перевищує аналогічний показник за 2013 рік. Дослідження Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC) показують, що загальний внесок туризму в 2014 році склав майже 10 % світового ВВП і близько 6 % світового експорту. В туристичній галузі зайнятий кожен одинадцятий працівник в світі [7, 9].

Одною з перспективних дестинацій міжнародного туризму, яка в останні роки демонструє стабільно високі показники зростання туристичної галузі, є Грузія. В цій країні туризм став однією з основних статей доходів до національного бюджету, важливим фактором її економічного піднесення та лідерства в регіоні [3, с. 166]. Вивчення позитивного досвіду та ключових тенденцій розвитку туристичної галузі Грузії є надзвичайно важливим з огляду на можливість його використання в Україні, яка має схожі вихідні передумови та рекреаційно-туристичний потенціал. З огляду на це, метою даної роботи є

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

здійснення порівняльного аналізу розвитку туристичної галузі Грузії та України, виявлення основних тенденцій та відмінностей, а також пошук перспектив подальшої співпраці обох країн в цій галузі.

Україна і Грузія мають схожі передумови для інтенсивного зростання темпів розвитку туризму: зручне географічне розташування, чорноморське узбережжя, сприятливий клімат, багатий природно-рекреаційний потенціал та історико-культурна спадщина, давні традиції виноробства, спрощений режим перетинання кордону тощо [2, с. 145]. Подібною є і туристична спеціалізація обох країн – купально-пляжний, лікувально-оздоровчий, гірськолижний, культурно-познавальний, релігійний, гастрономічний (винний) туризм тощо. Однак динаміка та темпи зростання найважливіших показників розвитку туристичної галузі України і Грузії суттєво відрізняються. В першу чергу, це стосується кількості міжнародних туристичних прибуттів, доходів від міжнародного туризму, частки туризму у ВВП країни, кількості зайнятих у туристичній сфері тощо.

Для Грузії протягом останніх 10 років характерна тенденція постійного зростання в'їзного туризму, який, починаючи з 2011 року, переважає над виїзним (рис. 1а). За даними Національної туристичної адміністрації Грузії [6], протягом 2014 р. країну відвідало близько 5,5 млн. осіб, тоді як кількість власних громадян, які виїхали за кордон, становила всього 2,35 млн. осіб (майже в 2,5 рази менше). За період з 2004 по 2014 рр. кількість міжнародних туристичних прибуттів зросла в 10 разів. Максимальні темпи зростання спостерігалися в 2011 р. (38,9%) та 2012 р. (56,9%) (рис. 2а). За даними UNWTO, в ці роки Грузія продемонструвала один із найвищих показників росту в'їзного туризму у Європейському регіоні. Цей показник залишався позитивним навіть у 2009 році на фоні загальносвітового спаду, пов'язаного із світовою економічною кризою. Однак, у 2014 році темп зростання суттєво знизився і склав всього 1,9%.

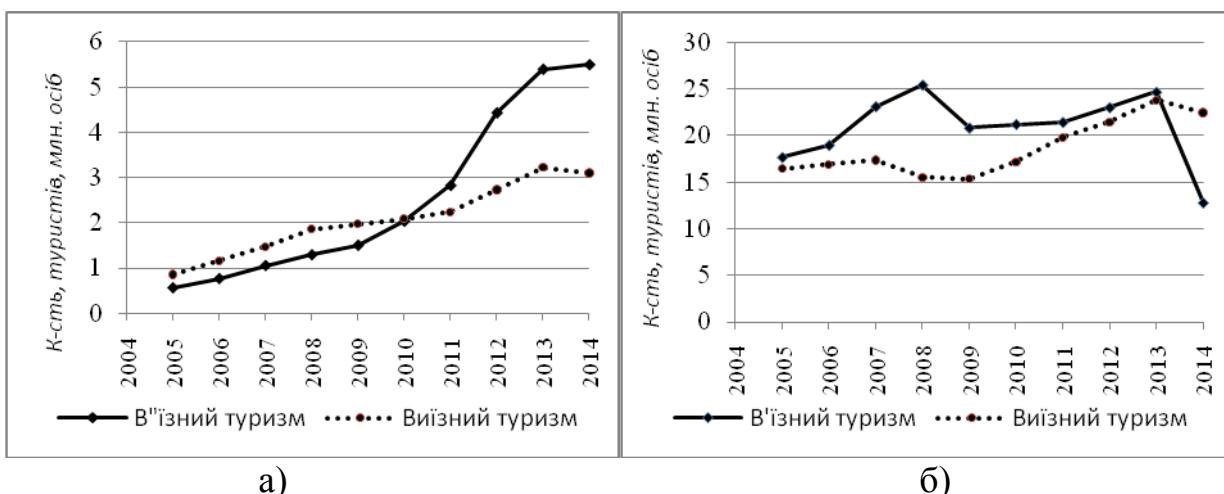


Рис. 1. Динаміка туристичних потоків в Грузії та Україні у 2005-2014 pp.: а – Грузія, б – Україна (*складено на основі даних [1, 6])

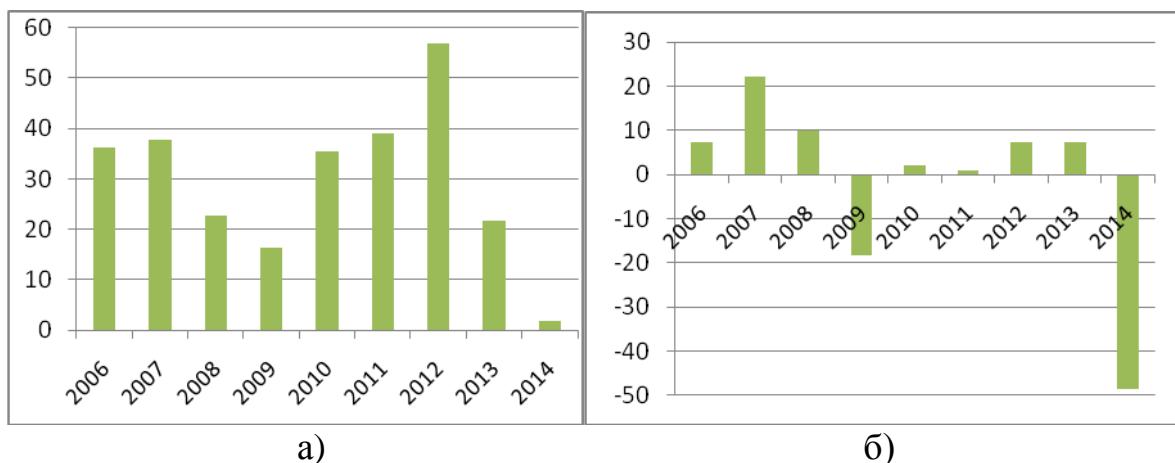


Рис. 2. Темпи зростання кількості міжнародних туристичних прибуттів в Грузії та Україні у 2005-2014 рр. (*складено на основі даних [1, 6])

Як в Грузії, так і в Україні, основними постачальниками іноземних туристів є країни-сусіди (табл. 1). У Грузію майже 74% туристів прибуває з Туреччини, Вірменії та Азербайджану, на четвертому місці знаходиться Росія (14,7 %). Україна, замикає топ-5 і є єдиною країною у цьому переліку, яка не має з Грузією спільного кордону. За даними Національної туристичної адміністрації Грузії [6], частка українських туристів в загальному обсягу туристичних прибуттів за 2014 рік становить 2,6 % (143,2 тис. осіб), і цей показник постійно зростає. Українські статистичні джерела, базуючись на даних Адміністрації Державної прикордонної служби України, оцінюють кількість громадян, що виїхали в Грузію у цьому році в 90,5 тис. осіб (рис. 3).

Таблиця 1

Топ 5 країн – постачальників іноземних туристів у Грузії та в Україні в 2014 р.*

Грузія		Україна	
Країни	% у загальному потоці	Країни	% у загальному потоці
1. Туреччина	26,1	1. Молдова	34,4
2. Вірменія	24,1	2. Росія	18,6
3. Азербайджан	23,3	3. Білорусь	12,5
4. Росія	14,7	4. Польща	8,8
5. Україна	2,6	5. Угорщина	6,9

*складено на основі даних [1, 6]

В Україні перелік топ-5 країн – постачальників туристів у всі роки очолювала Росія, і лише у 2014 році вона майже вдвічі поступилася Молдові (табл. 1). Серед інших країн традиційно лідирують Білорусь, Польща та Угорщина, які мають з Україною спільні кордони. Грузія за кількістю туристів, що відвідали Україну (понад 35 тис. осіб), знаходиться аж на 21 місці, поступившись Туреччині, Азербайджану та Вірменії. Таким чином, туристичний потік з Грузії в Україну є в 3-4 рази меншим, аніж у зворотному напрямку (рис. 3).

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

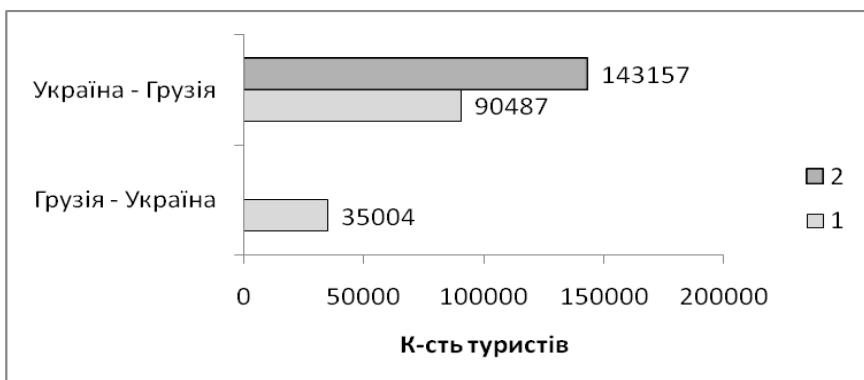


Рис. 3. Туристичні потоки між Грузією та Україною у 2014 р. (1 – за даними Адміністрації Держприкордонслужби України [1]; 2 – за даними Інформаційно-аналітичного відділу Міністерства закордонних справ Грузії [6])

У 2015 році в Грузія очікується ще більше зростання в їїного туристичного потоку. За даними Національної адміністрації туризму Грузії в 2015 році Грузія прийматиме три масштабні заходи, а саме: Європейський молодіжний олімпійський фестиваль, Суперкубок УЄФА і щорічні збори Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР). Очікується, що вказані заходи сприятимуть залученню в Грузію великого числа туристів. Зокрема, очікується, що у рамках Олімпійського фестивалю країну відвідає більше 10 000 осіб, а на Суперкубок УЄФА приїде більше 11 000 футбольних фанатів з країн Європи [4].

Порівняльний аналіз основних індикаторів розвитку туристичної галузі обох країн у 2013 році переконливо свідчить, що за всіма показниками Грузія суттєво випереджає Україну (табл. 2). Незважаючи на те, що в абсолютному вимірі доходи від міжнародного туризму в Грузії були майже втрічі менші, ніж в Україні (1,98 млрд. доларів США проти 5,83 млрд.), частка туризму у загальному експорті товарів і послуг, за даними Всесвітньої Ради з подорожей та туризму, склала 32,1%, тоді як в Україні – лише 7,1% [9]. Прямий внесок туризму у ВВП Грузії склав понад 6%, що у 2,7 перевищує цей показник в Україні. Подібне співвідношення спостерігається і стосовно частки зайнятих у сфері туризму: у Грузії безпосередньо в туристичній індустрії створюється кожне 20-те робоче місце, тоді як в Україні – лише кожне 50-те.

Таблиця 2

Основні індикатори розвитку міжнародного туризму в Грузії та Україні у 2013 р.*

Основні індикатори розвитку туризму	Грузія	Україна
К-сть міжнародних туристичних прибуттів, млн. осіб	5,392	24,67
в.т.ч. на 1 місцевого жителя	1,25	0,54
К-сть громадян країни що виїхали за кордон, млн. осіб	3,219	23,76
Доходи від візного туризму (експорт туристичних послуг), млрд. \$	1,98	5,83
Частка від загального експорту, %	32,1	7,1
Частка зайнятих у сфері туризму (від загальної к-сті робочих місць), %	5,1	2
Прямий внесок туризму у ВВП країни, %	6,2	2,3
Прямі інвестиції в туристичну галузь (від загального обсягу інвестицій), %	3,4	2,2

* Складено на основі даних [1, 6, 9]

Незважаючи на значні позитивні зрушенння, в Грузії, як і в Україні, сьогодні існує низка проблем, які перешкоджають успішному розвитку туризму в обох країнах. Зокрема, до них можна віднести недосконалій стан транспортної та розважальної інфраструктури, порівняно низький рівень обслуговування та постійне зростання цін на послуги [2, с. 145]. У рейтингу Світового економічного форуму за конкурентоспроможністю сфери подорожей і туризму (The Travel & Tourism Competitiveness Ranking) Грузія зайняла 66 місце, а Україна – 76 місце серед 140 країн світу [8]. За останні кілька років обидві країни дещо покращили свої позиції (для порівняння, у 2011 році Грузія знаходилась на 73, а Україна – на 85 місці).

Швидкому розвитку туризму в Грузії та притоку іноземних інвестицій значною мірою сприяє якість бізнес-середовища, зокрема швидкість і безболісність процедур для започаткування та здійснення підприємницької діяльності. За цими критеріями між Грузією та Україною спостерігається найбільш разюча відмінність. Так, за результатами щорічного рейтингу «Ведення бізнесу» (Doing business) у 2015 році Грузія знаходиться на 17, а Україна – на 96 місці серед 189 країн світу (для порівняння, у 2013 році ці показники складали відповідно 12 і 137) [5].

Таким чином, завдяки вдалій туристичній політиці, проведенню ефективних реформ та активному позиціонуванню країни на міжнародних ринках в Грузії створені всі належні умови для стрімкого розвитку туристичної галузі. Запорукою досягнення успіху у цій сфері, на нашу думку, стали наступні фактори:

- потужна державна підтримка галузі на всіх рівнях;
- простота та прозорість регуляторних механізмів, усунення бюрократичних бар'єрів;
- заличення висококваліфікованих фахівців (в т.ч. іноземних);
- наявність чіткої і ефективної системи статистичної звітності;
- активна реклама туристичних можливостей країни .

Ефективна реалізація цих заходів дозволила Грузії забезпечити стійке зростання туристичної галузі навіть після військового конфлікту з Росією, в умовах політичної нестабільності та постійної загрози з боку самопроголошених республік на її північних кордонах. Цей досвід сьогодні, як ніколи, актуальний для України у контексті подолання кризових явищ, які спостерігаються в туристичній сфері протягом 2014 року.

Грузія і Україна мають хороші перспективи для розвитку співробітництва у туристичній сфері. Цьому сприяють тривалі економічно, культурні і історичні зв'язки між обома країнами, а також підписана в 1997 році міжурядова угода про співпрацю в галузі туризму. Серед потенційних напрямків співпраці, що спрятимуть збільшенню туристичних потоків між Грузією та Україною, а також підвищенню іміджу обох країн на міжнародному ринку, найбільш перспективними є [2, с. 147]:

- активізація видів туризму, які мають попит на туристичних ринках обох країн (круїзи по Чорному морю, релігійно-паломницькі тури, гірськолижний,

спортивно-оздоровчий, лікувальний, винний туризм та ін.), а також організація турів, пов'язаних із спільним історичним минулим обох країн;

- обмін досвідом у сфері підготовки кадрів для індустрії туризму;
- реалізація інвестиційних проектів і створення спільних підприємств в галузі туризму;
- вдосконалення транспортного сполучення між обома країнами тощо.

З огляду на виражений європейський вектор зовнішньої політики обох країн, надзвичайно важливим є поглиблення співпраці між Грузією і Україною, в тому числі і в туристичній галузі, з метою підвищення ефективності її функціонування та приведення у відповідність до світових та європейський стандартів.

Література

1.Державна служба статистики України. Статистична інформація. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

2.Корганашвили Л. Д. Сотрудничество Грузии и Украины в области туризма. Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. Ч. III. Сборник научных трудов. Донецк, 2011 - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/_portal/soc_gum/Prvs/2011_2/tom2/144.pdf

3.Коцан Н. Н. Основні особливості сучасного розвитку туризму в Грузії / Н. Н. Коцан, О. А. Курило // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки - Луцьк, 2012. - № 18(243) : Географічні науки. - С. 165-170.

4.Business Грузия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bizzone.info/tourism/2015/1425324296.php>)

5.Doing Business 2015: Going Beyond Efficiency. A World Bank Group Flagship Report 12th edition [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2015>.

6.Georgian National Tourism Administration. Statistics. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://gnta.ge/statistics/>

7.UNWTO World Tourism Barometer. January 2015. Volume 13 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.unwto.org/facts/menu.html>

8.The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf

9.World Travel & Tourism Council. Economic Impact Report 2014 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://wttc-infographic.org>.

ТУРИЗМ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ ЯК ЧИННИК ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Визначено місце туризму в системі економічної безпеки держави, охарактеризовано його вплив на загальний рівень економічної безпеки. Запропоновано систему індикаторів для розрахунку рівня економічної безпеки з урахуванням туристичної складової.

Ключові слова: туризм; індикатори; міжнародна безпека в туризмі; економічна безпека; євроінтеграція.

Kushnirchuk-Stavnycha O. Tourism in the system of state economic security as a facrot of eurointegration. The place of tourism in the system of the state economic security is defined, characterized it's influence on the level of economic security. The system of indicators for the economic security estimation is worked out, which takes into account the tourism component.

Key words: tourism; indicators; international security in tourism; economic security; eurointegration.

В світлі сучасних політичних і економічних подій концепція економічної безпеки держави набуває все більшої популярності. І в даному контексті цікавим є аналіз місця туристичної сфери в економічній безпеці держави. Адже саме рівень економічної безпеки України, що виступає учасником євроінтеграційних процесів, впливає на ефективність цих процесів. Окрім того, варто зауважити, що саме туризм, який динамічно розвивається, на сьогодні є найефективнішим чинником євроінтеграції.

Концепція економічної безпеки почала набувати своєї популярності з 2007 року, коли Міністерством економіки та з питань Європейської інтеграції України було затверджено Методику розрахунку рівня економічної безпеки України [1].

При цьому до головних складових економічної безпеки Міністерством економічного розвитку і торгівлі віднесено: а) макроекономічну; б) виробничу; в) фінансову; г) зовнішньоекономічну; д) науково-технологічну; е) соціальну; є) демографічну; ж) енергетичну; з) продовольчу. Як видно з даного переліку, в систему показників економічної безпеки держави віднесено переважно індикатори виробничої сфери.

Проте серед видів діяльності, які формують структуру валової доданої вартості, окрім виробничої, входить і невиробнича сфера, зокрема сфера послуг, яка в контексті діяльності туристичної індустрії включає в себе: надання послуг з перевезення, діяльність закладів тимчасового розміщення і харчування туристів, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, надання інших послуг. А отже, коли мова йде про економічну безпеку держави, яка перш за

все виявляється у підтриманні належного рівня валового внутрішнього продукту, необхідно розглядати й рівень функціонування туристичної сфери в системі економічної безпеки.

За офіційними даними, прямий внесок туризму у ВВП становив 28,8 млрд. грн. (2,2% ВВП) у 2012 р. [5]. Проте на практиці ця цифра є значно більшою, оскільки туристична індустрія першочергово опосередковано впливає на ВВП через діяльність закладів харчування, розміщення туристів, через доходи у мистецтві, спорті і розвагах.

Наприклад, Світова рада подорожей та туризму (WTTC) розглядає внесок туристичної сфери в економіку країни за такими напрямками:

1. Прямі витрати туристів на здійснення подорожей, зокрема це стосується витрати на поїздки, розміщення, розваги, харчування, відвідування пам'яток та музеїв тощо. Ці внески розраховуються згідно рекомендацій ООН (TSA^A RMF 2008).

2. Непрямі внески туристичної сфери в економіку країни, зокрема це інвестиції в туризм (будівництво туристичної інфраструктури, придбання транспорту та обладнання), державні витрати на туристичну сферу (маркетинг, забезпечення безпеки, адміністрування), внутрішні закупівлі продуктів та послуг туристичної сфери (закупівля продуктів харчування, послуги з прибирання, забезпечення ІТ-послуг тощо).

3. Індукований внесок у ВВП країни – витрати суб'єктів туристичної діяльності [2].

Проте сучасна статистика в Україні не дозволяє здійснити розрахунки за наведеною ООН методикою, а тому оцінка безпеки туристичної складової повинна здійснюватись на основі тих показників, які є у вільному доступі і регулярно подаються Державною службою статистики України.

Отже, наведені вище складові внеску туризму у ВВП згідно методики ООН вказують на те, що діяльність туристичної індустрії справляє набагато більший вплив на формування ВВП, аніж той, який офіційно оприлюднюються різними авторами і джерелами, і ця цифра значно перевищує 2,2%, оскільки основним є непрямий вплив туризму на економіку.

Наведені вище аргументи свідчать про те, що сфері послуг належить ключова роль в економічній безпеці держави. А відтак об'єктивним буде дослідження впливу туристичної сфери та сфери послуг загалом на загальний показник економічної безпеки держави.

Як видно з переліку складових економічної безпеки держави, показники сфери послуг і туристичної діяльності відсутні.

Перш ніж перейти до аналізу показників, які доцільно включили в загальний розрахунок рівня економічної безпеки, необхідно чітко визначити перелік видів економічної діяльності, які стосуються туристичної сфери. Згідно діючої на сьогодні класифікації видів економічної діяльності, затвердженої у 2012 р., безпосередньо з туризмом пов'язані такі секції:

- 1) I .Тимчасове розміщування й організація харчування:
 - тимчасове розміщування;
 - діяльність із забезпечення стравами та напоями

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

2) N. Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування:

- діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність

3) R. Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок:

- діяльність у сфері творчості. Мистецтва та розваг;

- функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури;

- організування азартних ігор;

- діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг

Ці види діяльності обов'язково повинні бути відображені в індикаторах економічної безпеки. Без цього узагальнений показник економічної безпеки не може цілісно відображати наявну ситуацію в економіці.

Важливим є пошук оптимальних значень для кожного показника туристичної складової в системі показників економічної безпеки держави.

Для підтримки рівня економічної безпеки в межах оптимуму, необхідним є ефективне управління туристичною складовою в системі економічної безпеки держави за напрямками, які є ключовими для туристичної сфери, зокрема це стосується управління туристичними потоками, інвестиційного забезпечення туризму, належного функціонування закладів харчування і розміщення туристів (рис. 1).

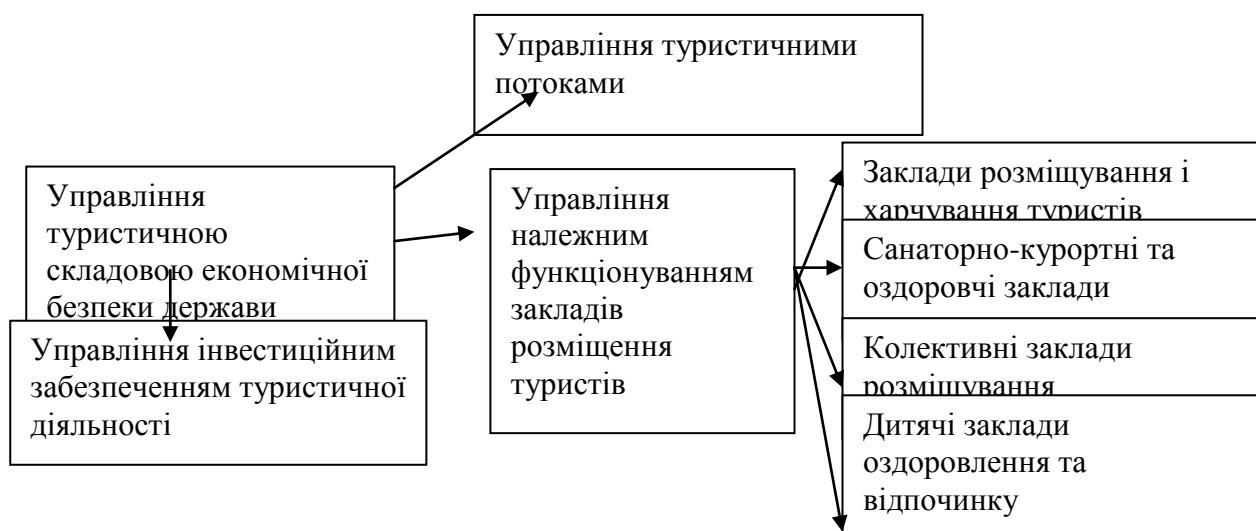


Рис. 1. Напрямки управління туристичною складовою економічної безпеки держави

Отже, зважаючи на все, сказане вище, до показників економічної безпеки, що характеризують туристичну складову, необхідно внести шість показників:

– темпи зростання кількості туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, % (порогове значення – більше 1);

– темпи зростання кількості іноземних туристів, % (порогове значення – більше 1);

– коефіцієнт зростання нетто-інтенсивності туристичних потоків, % до попереднього року (порогове значення – більше 1);

– коефіцієнт зростання кількості закладів санаторно-курортного та оздоровчого типу (% до попереднього року), (порогове значення – не менше 1);

- коефіцієнт розміщення в колективних засобах розміщування, співвідношення кількості розміщених осіб до кількості колективних засобів розміщення, у % до попереднього року (порогове значення – більше 1);
- темпи інвестиційного забезпечення туризму, у % до попереднього року (інвестиції за такими видами економічної діяльності: тимчасове розміщування й організація харчування, діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок) (порогове значення – більше 1) [6].

Загалом дотримання розвитку туристичної діяльності в межах безпечного для економіки рівня є необхідним в умовах сучасних інтеграційних процесів, адже безпековий рівень українського туризму, що проявляється у низці показників та індикаторів, впливає на рівень розвитку міжнародного туризму.

Сучасна концепція економічної безпеки, якої дотримуються українські економісти, упускає з уваги цілий блок показників, що стосуються сфери послуг, туризму. При цьому відомо, що сфера послуг в Україні розвивається динамічними темпами, а її вплив на економічну безпеку є вагомим та вирішальним. Щороку збільшується частка сфери послуг в структурі економіки (після 2009 року частка сфери послуг в економіці України перевишила 50%), одночасно збільшується кількість секцій в класифікаторі видів економічної діяльності [4, С. 161].

Отже, міжнародна безпека туризму в контексті сучасної європейської інтеграції безпосередньо залежить від економічної безпеки кожного участника міжнародного туристичного ринку. Відтак щоб знизити ризик перекосів на міжнародному туристичному ринку необхідно враховувати рівень економічної безпеки кожного участника цього ринку, зокрема це стосується безпеки сфери послуг та туристичної складової зокрема. Адже саме туризм у випадку належного розвитку і функціонування сфери послуг може стати вирішальним чинником євроінтеграції України.

В перспективі вироблення цілісної методики розрахунку рівня економічної безпеки повинно проводитись у площині співпраці між Міністерством економічного розвитку і торгівлі та іншими відомствами, які відповідають за невиробничу сферу економіки.

Література

1.Кабінет міністрів України. Наказ. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України [Електронний ресурс]: від 02.03.2007 р. №60. – (Інформаційний портал України) – Режим доступу: <http://ua-info.biz/legal/basejw/ua-qmtipe/str3.htm>

2.Грабовенська С. П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні [Електронний ресурс] / С. П. Грабовенська // Офіційний сайт ЦПБ. – 2013. – Режим доступу: <http://www.newbiznet.com.ua/index.php/uk/articles/80-market/335-2013-07-31-07-08->

3.Кальченко О. М. Економічна безпека підприємств туристичної сфери [Електронний ресурс] / О. М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

технологічного університету. – Режим доступу: <http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=11&id=19>

4.Конах С. С. Роль сфери послуг у формуванні ВВП [Електронний ресурс] / С. С. Конах // Молодий вчений. – №12(15). – 2012. – С. 159-162. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/12/37.pdf>

5.Сфера туризму у 2012 році забезпечила зростання ВВП України на 2,2%: інформаційне повідомлення [Електронний ресурс]. – (Офіційний сайт РБК – України). – 2012. – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/analytics/sfera-turizma-v-2012-g-obespechila-rost-vvp-ukrainy-na-2-2--12062013134100>

6.Туризм. Статистична інформація [Електронний ресурс]. – (Сайт Головного управління статистики у Львівській області) – Режим доступу: http://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/inf_2009.php?vid=1&code=24&show=1&show1=1

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

У статті розглядаються перспективні напрямки застосування інформаційних технологій у сфері міжнародного туризму. Обґрунтовано доцільність використання інструментальних засобів Web-редактора Macromedia Dreamweaver для публікації інформації на туристичних Web-сайтах. Наведено пропозиції щодо використання геоінформаційних систем (ГІС) для організації оптимального функціонування та розвитку міжнародного туризму.

Ключові слова: WEB-сайт, Web-редактор, HTML-код, Macromedia Dreamweaver, інфраструктура туризму, геоінформаційна технологія, геоінформаційна система, база даних, GPS-моніторинг, комп'ютерна картографія.

Ladyk S. Policy directions of information technology in international tourism. The article considers promising areas of information technology in international tourism. Obґrunтовано feasibility of using tools of Web-editor Macromedia Dreamweaver to publish information on travel Web-sites. The proposals for the use of geographic information systems (GIS) for optimal functioning and organization of international tourism.

Key words: WEB-site, Web-editor, HTML-code, Macromedia Dreamweaver, tourism infrastructure, GIS technology, geographic information system, database, GPS-monitoring, computer cartography.

У теперішній час міжнародний туризм перетворився у провідну галузь світової економіки та набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки кожної держави світу. Надходження від міжнародного туризму, завдяки світовій торгівлі туристичними послугами, є надійним джерелом поповнення бюджету та сприяють розвитку економік у багатьох країнах світу.

В цих умовах все більшої актуальності набуває проблема підвищення ефективності міжнародного туристичного бізнесу. Більшість туристичних фірм намагаються створити конкурентні переваги на внутрішньому та міжнародному ринках, активно використовують рекламу та впроваджують сучасні інформаційні технології. Зокрема, широко використовуються програмні засоби для автоматизації діяльності туристичних фірм, готелів, ресторанів та інших складових туристичної інфраструктури. Поряд із необхідністю автоматизації діяльності у підприємств, що функціонують у сфері туристичного бізнесу, виникає потреба у створенні якісної реклами туристичного продукту, що сприятиме його просуванню на міжнародному ринку. Особливого значення набуває публікація інформації на туристичних Web-сайтах, а також використання банерної реклами.

Так, на сайті туристичної фірми, як правило, подають вичерпну інформацію про умови відпочинку, допоможуть обрати тур, курорт, готель тощо. Водночас Web–сайт містить і деяку додаткову інформацію: про види транспорту на курорт, ціни на проживання та харчування, а також щодо додаткових послуг, наприклад, видачі спортивного спорядження. Серйозну увагу при створенні сайту туристичної фірми необхідно приділити і його пошуковій ефективності. Зокрема, дотримання певних правил під час розміщення матеріалів на сайті може зробити сайт одним з перших у пошукових звітах популярних пошукових систем, а отже привернути багато покупців та збільшити прибуток фірми. Таким чином, WEB–сайт є ефективним рекламним засобом туристичного агентства та сприяє його популяризації та взаємодії з клієнтами.

Однак, створення WEB–сайту ґрунтуються на використанні мови розмітки гіпертексту HyperText Markup Language (HTML) і є досить складним та затратним процесом. В цих умовах набувають популярності сучасні програмні засоби – Web-редактори, такі як, наприклад, MS FrontPage, Dreamweaver, HomeSite, що надають можливості без жодного знання мови HTML легко створювати Web–сторінки та WEB–сайти. У середовищі Web-редактора HTML–код генерується автоматично, а користувачу залишається тільки вставити готові тексти і графіку та за допомогою кнопок і команд меню оформити сторінки. В основному методи форматування у Web-редакторах нагадують роботу з сучасними Windows–додатками.

Особливе місце серед Web-редакторів займає Macromedia Dreamweaver – професійний HTML–редактор для дизайну, кодування та розвитку Web–сайтів, Web-сторінок і Web-застосувань [1]. Інструментальні засоби Macromedia Dreamweaver дають змогу: одночасно з дизайном переглядати створені HTML–коди, швидко створювати сторінки без написання кодів, містять засоби редактування HTML–коду. Спосіб спілкування, який пропонує пакет Macromedia Dreamweaver, базується на звичних для сучасного користувача принципах графічного віконного інтерфейсу. Таким чином, програмні засоби пакета Macromedia Dreamweaver – це потужний інструментарій розробки Web-вітрини чи Web–сайту туристичної агенції.

Досвід, набутий нами під час створення Web-вітрини туристичної агенції з використанням названих засобів, підтверджує ряд переваг, які дають графічний інтерфейс HTML–редактора та режим створення документів у режимі WYSIWYG. Вигляд початкової сторінки сайту під час його створення в Dreamweaver (*файл Коркус.html*) наведено на рис.1.

Тісно пов’язаними з Web-технологіями є геоінформаційні технології (ГІС-технології), які набули великої популярності серед закордонних туристичних фірм та лише поступово завойовують увагу в Україні. ГІС-технологія – це сучасна комп’ютерна технологія, що дозволяє поєднати модельне зображення території: електронне відображення карт, схем, космо-, аерозображень земної поверхні з інформацією табличного типу – різноманітними статистичними, економічними показниками тощо.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

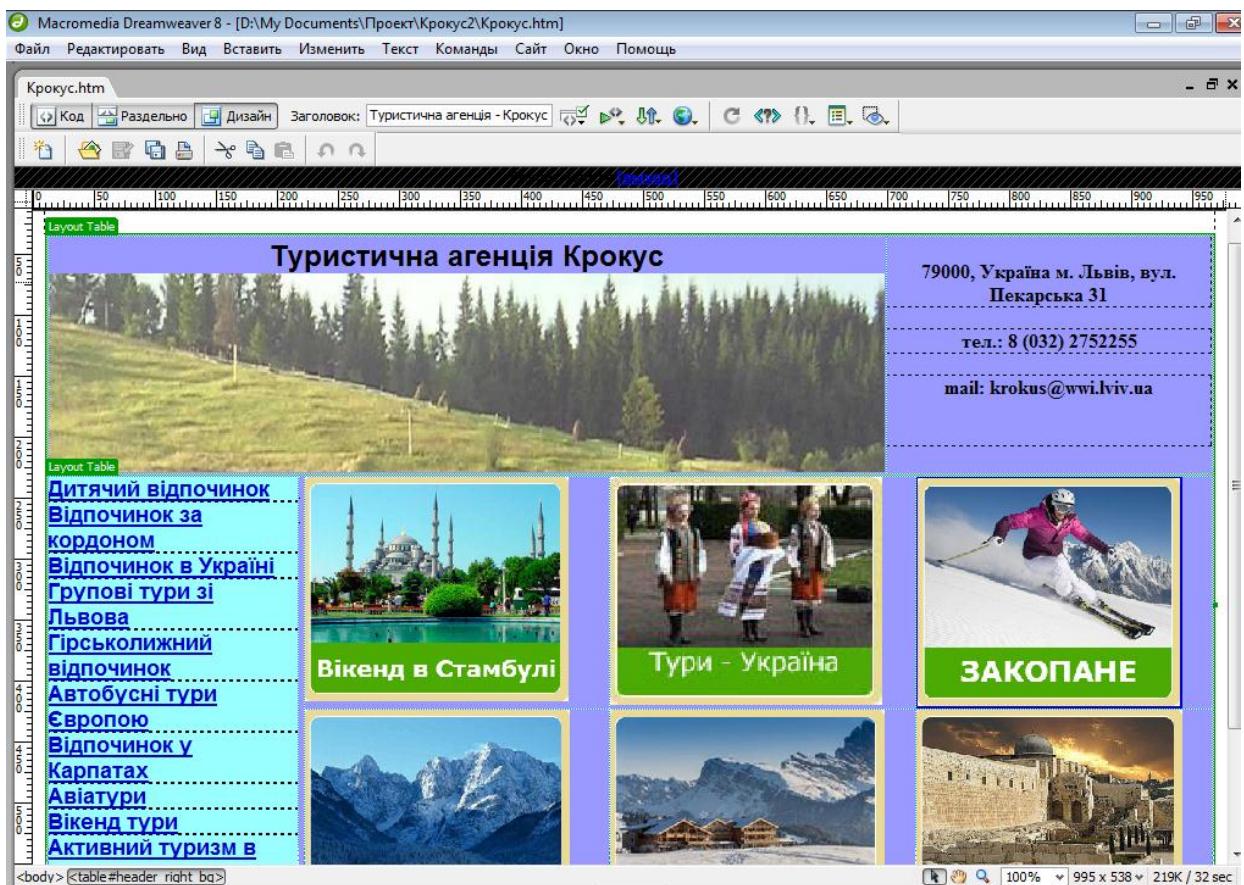


Рис.1. Вигляд початкової сторінки сайту туристичної агенції під час створення в Dreamweaver у режимі планування

Ця технологія об'єднує традиційні засоби роботи з базами даних, статистичний аналіз, а також засоби візуалізації і географічного (просторового) аналізу, які надає карта.

Ефективність використання ГІС досягається використанням т.зв. атрибутивної інформації, це – власне просторової інформації, а також і будь-якої іншої інформації, що має відношення до об'єктів, розташованих у просторі. Способи подання атрибутивної інформації різні: числове значення з датчика, таблиця з бази даних (як локальної, так і віддаленої) про характеристики об'єкта, його фотографія чи або відеозображення, звуковий запис.

ГІС-технології є основою сучасних геоінформаційних систем (ГІС – geographic information system, GIS), які широко використовуються в багатьох сферах людської діяльності – для аналізу таких проблем як перенаселення, забруднення території, моніторингу екологічних ситуацій, раціонального використання природних ресурсів, для міського та регіонального планування тощо.

Значний ефект може бути досягнутий і від застосування ГІС у сфері міжнародного туризму. Різноманітні пропозиції щодо впровадження геоінформаційних технологій у туристичній діяльності розглядаються у наукових працях багатьох авторів. Так, у роботі [3] запропоновано науково-методичні підходи щодо створення регіональної системи туристичного картографування регіонів України. Однак, як зазначає Мельник А.В., сфера

застосування ГІС у туристичній галузі надзвичайно широка, в Україні вона обмежується в основному підготовкою туристичних карт, буклетів і іншої друкованої продукції [2, С.43]. Водночас перспективним, на нашу думку, є використання ГІС і в інших напрямках: для створення кадастру туристично-рекреаційних ресурсів, моніторингу рекреаційно-туристичних територій, а також створення різноманітних ГІС туристичного призначення.

Особливо ефективним є використання ГІС у процесі створення туристичних карт, коли для цього пропонуються більш прості і гнучкі засоби, ніж у традиційних методах картографування. Створення карти за допомогою ГІС починається зі створення бази даних, яка як джерело вихідних даних може використовувати і оцифрування звичайних паперових карт. Засновані на ГІС картографічні бази даних є основою для створення карти (в електронному вигляді або як тверді копії). У будь-який час, наявну в базі даних інформацію, можна коригувати в міру необхідності, а база даних може поповнюватися новою інформацією. Створена топографічна база даних може використовуватися як основа іншими відділами та підрозділами, при цьому можливе швидке копіювання даних та їх пересилання по локальних і глобальних мережах.

Особливо перспективним є використання ГІС для моніторингу та планування розвитку курортних зон та рекреаційно-туристичних територій, зокрема санаторіїв та пансіонатів державного підпорядкування, а також для контролю за використанням природних заповідників та лікувальних ресурсів.

Значного ефекту можна досягти також від застосування ГІС у діяльності різних об'єктів туристичної інфраструктури, завдяки створенню туристично-орієнтованих ГІС. Це – ГІС для туристичних центрів, курортів, окремих туристичних об'єктів, маршрутів, великих міст тощо.

Окремою сферою застосування ГІС може також стати допомога туроператорам під час розробки програми туру або екскурсії. У цьому випадку ГІС дозволяє обрати оптимальний маршрут подорожі за способом пересування в різних видах туризму, а також допомогти у розрахунку відстаней і термінів під час розробки програми туру або екскурсії.

На сьогоднішній день на ринку програмних продуктів функціонують різні геоінформаційні системи (ГІС), які можуть бути застосовані у туристичній діяльності. Це – багатофункціональні модульні ГІС фірм Intergraph (GeoMedia), ESRI (ArcView GIS, ArcGIS), MapInfo (MapInfo Professional).

Однією з широко поширених в Україні ГІС є MapInfo Professional, розроблена фірмою MapInfo Corporation (США). Це – професійна геоінформаційна система, яка активно використовується для редагування і створення карт, а також глибокого аналізу просторової інформації. На даний час ГІС MapInfo Professional є визнаним лідером в області цифрового картографування.

Користувач MapInfo Professional може в повному обсязі використовувати всі переваги геоінформаційного аналізу – відобразити свої дані на картах у вигляді точок, тематично розфарбованих діапазонів, кругових або стовпчастих діаграм, районів та ін. Крім того, можна виконувати операції з географічними

об'єктами, наприклад, районування, об'єднання і розділення об'єктів, а також зробити запити до власних даних і запити до віддалених баз даних. Можливості MapInfo Professional дозволяють, наприклад, визначити найчастіше відвідуваний ресторан серед найближчих, розрахувати відстань до туристичного об'єкту, розфарбувати заклади готельного типу відповідно до рівня комфорту і т.д. І всі ці дані можна наочно відобразити на електронній карті.

Популярним є також сімейство геоінформаційних програмних продуктів ArcGIS, розроблене американською компанією ESRI. Основними компонентами ArcGIS є: настільна версія ГІС (ArcGIS Desktop), до якої входять ГІС-пакети ArcInfo, ArcEditor і Arc View, серверне програмне ГІС-забезпечення (Server GIS), а також вбудовані інструментальні ГІС (Embedded GIS), представлені пакетом ArcGIS Engine [4, С. 217].

Настільна версія ГІС ArcGIS Desktop містить максимальний набір інструментів у сімействі програмних продуктів ArcGIS. Це – інтегрований набір програмних ГІС-продуктів, що надає користувачу інструменти для обробки географічних даних і управління ними, а також здійснення складного ГІС-аналізу і моделювання [5, С. 22-25].

Крім того, ArcGIS дозволяє працювати з онлайн-картами і пов'язаною з ними географічною інформацією, а також надає можливість створювати інтерактивні карти, які відображають, інтегрують і синтезують значні верстви географічної та описової інформації з різних джерел.

Таким чином, використання геоінформаційних технологій у міжнародному туристичному бізнесі дозволить ефективніше використовувати туристичні ресурси, дасть змогу здійснювати моніторинг розвитку курортних зон та рекреаційно-туристичних територій, збільшити привабливість територій для рекреації та оздоровлення.

Водночас створення ГІС для міжнародних туристичних центрів, курортів, окремих туристичних об'єктів, маршрутів, великих міст тощо сприятиме організації оптимального функціонування та розвитку міжнародного туризму, туристичної інфраструктури в цілому та забезпечення екологічної рівноваги довкілля.

Література

1. Впровадження та вдосконалення геоінформаційних технологій у туристичній діяльності / А.В. Мельник [Електронний ресурс] // Науковий вісник УжНУ. - 2009. - Серія «Економіка». - Випуск 28. –Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/melnyk3.htm- Заголовок з екрану
2. Мединов О. Dreamweaver. Мультимедийный курс (+CD). [Текст] - СПб. : Пітер, 2009. – 176 с. : ил. – (Серия «Мультимедийный курс»)– ISBN 978-5-388-00511-3
3. Наукові основи системного картографування регіонів України для потреб туризму (на прикладі Харківської області)/ Ю.І. Прасул // [Електронний ресурс] Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата географічних

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

наук. Режим доступу: <http://disser.com.ua/contents/18416.html>- Заголовок з екрану

4.Світличний О.О., Плотницький С.В. Основи геоінформатики [Текст]: Навчальний посібник/ За заг. ред.О.О. Світличного. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. - 295 с. - ISBN 966-680-234-1

5.Стародуб Ю. П. Інформаційні технології в комп'ютерному моделюванні еколо-геофізичних процесів [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Ю. П. Стародуб, П. П. Урсуляк ; Львівський державний університет безпеки життєдіяльності. - Львів : [б. в.], 2013. - 160 с.

6.Стародуб Ю. П. Проект збільшення туристичної привабливості водозбірного басейну ріки Дністер [Електронний ресурс] / Ю. П. Стародуб, П. П. Урсуляк, Я. І. Федюк // Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності. - 2013. - № 7. - С. 139-146. - [Електронний ресурс] Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vldubzh_2013_7_22.pdf- Заголовок з екрану

7.Чен Р. М. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни "Інформаційні системи і технології в туризмі" для студентів спеціальності 8.14010301 "Туризм" усіх форм навчання [Текст] / укл. ЧенР.М., Біккузін К.В.–Х.: Вид. ХНЕУ, 2012. – 48 с.(Укр. мов.)

Любинець Ірина Павлівна,

Плесак Світлана Миколаївна,

Лазурко Марія Степанівна

Яворівський національний природний парк

РОЗВИТОК НОСТАЛЬГІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ БІОСФЕРНОГО РЕЗЕРВАТУ «РОЗТОЧЧЯ»

Висвітлено передумови розвитку ностальгічного туризму в біосферному резерваті «Розточчя» як перспективного напрямку туризму для поглиблення транскордонного співробітництва.

Ключові слова: ностальгічний туризм, біосферний резерват.

Luybince I., Plesak S., Lazurko M. Development of nostalgic tourism in the Biosphere Reserve «Roztochya». The data on prerequisites of nostalgic tourism in the Biosphere Reserve "Roztochya" as a perspective direction of tourism for deepening of transborder cooperation have been presented.

Key words: nostalgic tourism, biosphere reserve.

В наш час на прикордонних територіях необхідно приділяти значну увагу пошуку нових форм розвитку туризму, особливо міжнародного.

Регіон Розточчя, який об'єднує західну Україну та південно-східну частину Польщі володіє всіма передумовами для розвитку різних напрямків туризму, особливо після створення біосферного резервату «Розточчя». БР «Розточчя» – резерват нового типу в Україні, що забезпечує сталий розвиток регіону й охоплює окремі природоохоронні об'єкти у вигляді природних ядер для збереження біорізноманіття. Забезпечення сталого розвитку регіону Розточчя передбачає відродження традиційних ремесел, народних промислів, пропаганду невиснажливого природокористування, підтримку вирощування екологічно чистої сільськогосподарської продукції, збереження історико-культурної спадщини, проведення еколого-освітньої діяльності, розвиток «зеленого» туризму [1]. БР «Розточчя» відіграє важому роль у розвитку міжнародного туризму. Взаємне відвідування прикордонних територій сприяє культурному зближенню та духовному взаємозбагаченню населення держав.

Враховуючи усі природні та культурно-історичні особливості регіону Розточчя, тут створені умови для розвитку більшості означених у Законі «Про туризм» видів туризму. Мережа існуючих екскурсійних маршрутів та екологічних стежок Яворівського національного природного парку як складової БР «Розточчя» презентує найцінніші ландшафтно-естетичні комплекси, історичні та сакральні об'єкти краю.

Останнім часом активно ведеться обговорення перспективи розвитку такого альтернативного виду туризму як ностальгічний. У Законі України «Про туризм» за метою поїздки виділяють 13 видів туризму, зокрема ностальгічний [2].

На сьогодні існує декілька різних підходів до визначення поняття «ностальгічний туризм». У перекладі з грецької ностальгія означає «туга за батьківчиною», що виникає як наслідок відриву людини від рідних місць, від своєї країни. Відвідування своєї етнічної батьківщини людиною, яка народилася і виховувалася в іншому соціокультурному середовищі, є своєрідним генетично сформованим «покликом предків». Щоразу більше людей виявляють бажання відвідати історичну батьківщину своїх батьків, дідів, прадідів, або ж відвідати місця поховань своїх славетних одноплемінників [4].

Ефект впізнавання того, що вже було в житті і що було позитивно емоційно забарвлена – ось головне в ностальгічному туризмі. Не лише позитивні емоції але й часто спогади-страждання спонукають повернутися на місця, з якими пов’язані давні спомини.

Найважливішими ресурсами ностальгічного туризму є: поховання, елементи архітектурної забудови, сакральні об’єкти, звичаї, традиції та обряди етнічних груп, а також місця, пов’язані з відомими історичними подіями чи видатними діячами та зниклі поселення [4].

Передумовами розвитку ностальгічного туризму в межах Біосферного резервату «Розточчя» можна визнати: прикордонне розташування, багатий етнічний склад населення у минулому, активні військові дії часів I та II світових воєн, масова депортация та примусове переселення жителів.

Розглянемо більш детально вище переділені передумови.

Трагедія війни. В регіоні Розточчя проходили лінії фронтів та відбувались численні битви між Австро-Угорською та Російською імперіями. У 1914-1915 рр. тут, зокрема в долині річки Верещиця, точилися запеклі бої, жертвами яких стали сотні тисяч солдат. Питанням реставрації німецьких та австрійських поховань на території Львівщини займається тірольське відділення Австрійської меморіальної організації «Чорний хрест». Коштом цієї організації відновлюється багато поховань періоду I світової війни. Яскравим прикладом є відновлення збірного австрійсько-угорсько-українського цвинтаря у смт. Івано-Франкове Яворівського району.

В період II світової війни на Розточчі знаходились концентраційні табори для німецьких військовополонених. У селі Верещиця Яворівського району розташоване кладовище повоєнного концтабору ОРБ №393 НКВС для німецьких військовополонених. Поховання відбувалися групові, у спільніх могилах – по три-п’ять осіб. Розпізнавальних знаків не встановлювали. Цвинтар був розбитий на п’ять квадратів, план яких зберігся. На ньому поховані солдати й офіцери чином до полковника. Цвинтар відновлений на кошти німецької народної спілки опіки над вояцькими похованнями (Фольксбунду).

Процес створення Яворівського військового полігону. В середині ХХ століття відбувалося примусове виселення значної кількості осіб (мова йде про приблизно 120 тис.) з теренів Яворівщини і Жовківщини. Сьогодні територія площею понад 40 тис. га відчуває пусткою. Лише періодичні міжнародні навчання на Яворівському військовому полігоні порушуютьтишу цього, не з власної волі полищеного, краю. Виселення здійснювалося з безліччю порушень прав людини, включаючи важкі фізичні і моральні травми.

Діяльність виробничого об'єднання «Сірка». Відселення мешканців населених пунктів, які потрапили у зону запроектованого промислового видобування сірки стало причиною занепаду такого відомого на Яворівщині народного ремесла як рогозоплетіння.

Як бачимо, розвиток ностальгічного туризму на Розточчі має усі підстави бути, адже існує цільова аудиторія бажаючих відтворити власний життєвий шлях, подолати незворотність часу просторовим поверненням [3].

Ностальгічний туризм не має вікового обмеження. Такі подорожі здійснюють, у першу чергу, люди старшого покоління, їхні діти, внуки та правнуки [4].

Основна мета розвитку ностальгічного туризму – збереження історії, пам'яті. Це зможе допомогти краще зрозуміти історію і світ навколо нас.

Позитивні наслідки розвитку ностальгічного туризму як перспективного напряму для поглиблення транскордонного співробітництва такі:

- збереження історичної спадщини та культурного надбання території та держави загалом;
- можливість збереження та відтворення народних промислів, звичаїв і традицій;
- розвиток гастрономічного сектора індустрії туризму;
- постійне поліпшення туристичної інфраструктури;
- надходження валютних коштів, спонсорської допомоги, зокрема на реставрацію, відтворення, збереження історичних пам'яток, музеїв, фондів, розвиток туризму;
- налагодження культурного обміну між регіонами та розвиток культури загалом;
- формування позитивного іміджу держави у світі [5].

Мандрівки на місця трагедії можуть слугувати в якості чуттєвого відтворення подій минулого, щоби уникнути подібних катастроф в майбутньому.

Сутність ностальгічного туризму яскраво виражають рядки Т. Шевченка:

Може, ще я подивлюся

На мою Україну,

Може, ще я поділюся

Словами-слезами

З дібровами зеленими!

Або

Холоне серце, як згадаю,

Що не в Україні поховають,

Що не в Україні буду жить,

Людей і Господа любить.

Література

- 1.Закон України “Про туризм” [Електронний ресурс] // Відомості верховної Ради України. – 1995. – № 31. – Режим доступу до джерела : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр.-> Заголовок з екрану
- 2.Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. Ф. Кифяк. - Чернівці : Зелена Буковина, 2003. - 312 с. - Бібліогр.: с. 305-308. - ISBN 966-7123-86-3
- 3.Методичні вказівки для розробки туристичних продуктів (за видами туризму) – Львів: ЛІЕТ, 2012. – 58 с.
- 4.НАЦІОНАЛЬНА МЕРЕЖА БІОСФЕРНИХ РЕЗЕРВАТІВ ЮНЕСКО В УКРАЇНІ (до 40-річчя Національного комітету України з програмами ЮНЕСКО «Людина і біосфера») / А.Г. Загородній, П.М. Черінько, Т.В. Полторацька //Вісник НАН України. 2014. №2.- Режим доступу: http://www.visnyk-nanu.org.ua/uk/archive/2014_2/8.- Заголовок з екрану
- 5.Ностальгічний туризм як окремий напрям у туризмі: поняття, функції, ознаки / Н. Чорненська // Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. Випуск 43. Ч. 1.- Режим доступу: <http://lnu.edu.ua/faculty/geography/Public/Period/visn/43%281%29/PDF/040%20%D0%A7%D0%BE%D1%80%D0%B%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%BA%D0%B0.pdf>- Заголовок з екрану

МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Розкрито зміст і сутність ваємозв'язку процесу глобалізації і міжнародної безпеки, розглянено проблеми досягнення стійкості і надійності міжнародної системи безпеки, шляхи пошуку ефективних рішень проблем безпеки і забезпечення миру в процесі глобалізації, нормативні, організаційні та матеріальні засоби і заходи досягнення міжнародної безпеки.

Ключові слова: процеси глобалізації, міжнародна безпека, засоби і заходи, індивідуальна безпека, колективна безпека, роззброєння, міжнародно-правові заходи, забезпечення безпеки.

Matskiv O. International security in the age of globalization. The matter and the nature of interconnection between globalization process and international security was revealed, the problems of achieving of stability and reliability of the international security system, ways of finding of the efficient solutions to the problems of security and peace during globalization process, regulatory, organizational and material means and measures of achieving of the international security was reviewed.

Keywords: globalization processes, international security, means and measures, individual security, collective security, disarmament, international legal measures, ensuring security.

Питання міжнародної безпеки на сучасному етапі глобалізації має важливе значення у справі підтримки миру на планеті. Забезпечення миру та безпеки залишаються основною проблемою сучасності. Особливо актуальною вона є в сьогоденні, оскільки реальною стала загроза порушення миру на Землі.

Вже стає ясним, що в результаті різного роду глобальних нестабільностей і міждержавних залежностей традиційні методи забезпечення безпеки стають все менш дієздатними, тому на сьогоднішній день постає питання створення нових механізмів їх забезпечення.

Зміст і сутність безпеки в процесі глобалізації набуває вже далеко не військового характеру. Зростає роль інших складових, оскільки глобальна безпека охоплює військові, політичні, економічні, демографічні, екологічні та інші небезпеки. На зміну загрозі ядерного знищенння цивілізації прийшли нові небезпеки. Це національний, релігійний та інші форми екстремізму, тероризму і сепаратизм, регіональні конфлікти і загроза розповсюдження зброї масового знищенння, торгівля наркотиками та організована злочинність, фінансово-економічні кризи, інформаційні небезпеки, екологічні катастрофи та епідемії. Всі ці проблеми існували й раніше, але в епоху глобалізації, коли світ став більш цивілізованим і взаємозалежним, вони стали швидко набувати масового поширення [4].

І все ж сповільнення темпів світового економічного зростання в останні роки призвело до гальмування глобалізаційних процесів. Потоки інвестицій,

ресурсів, наукових інновацій скупчуються в колі найбільш розвинених країн світу. У той же час відбувається масове проникнення негативних наслідків глобалізації у слабші держави, ніж в країни, захищені своєю фінансово-економічною силою. Таким чином, спад процесу глобалізації призводить до того, що розриви в темпах соціально-економічного розвитку багатьох регіонів світу не тільки не скорочуються, але й збільшуються, викликаючи тим самим різного роду небезпеки [2]. Посилуючи взаємозалежність держав у сфері безпеки і економіки, глобалізація веде до глибоких змін у напрямках їхнього курсу на світовій арені, змушую по-новому поглянути на зовнішньополітичні проблеми. При збереженні особливої ролі військової сили на перший план все більше виходять правові, економічні, фінансові, інформаційні, інтелектуальні ресурси впливу на конкурентів і партнерів [3].

Стійкість і надійність міжнародної системи безпеки безпосередньо залежать від підтримки і зміцнення стратегічної стабільності держав. Особливо зростає роль цього чинника в умовах глобалізації. Підтримка стабільних партнерських відносин між ядерними державами, недопущення відродження стратегічних озброєнь набувають особливого значення для зміцнення міжнародної безпеки. У той же час швидкий розвиток науково-технічних процесів формує передумови для створення більш потужних систем різного виду зброї [6].

Шлях до пошуку ефективних рішень проблем безпеки полягає у створенні глобальної системи протидії сучасним загрозам і викликам. Така система має бути призначена для вирішення проблем у сфері безпеки, відповідати інтересам кожної держави, забезпечувати міжнародну стабільність і сталій розвиток на перспективу. Зокрема, для боротьби з тероризмом створена міжнародна антитерористична коаліція, мережа механізмів і угод між її учасниками, досвід якої дозволяє протистояти цій новій глобальній загрозі [4]. Принципово важливо, що координуючу роль у цих зусиллях відіграє Організація Об'єднаних Націй. Саме ООН покликана гарантувати, щоб зусилля в боротьбі з новими загрозами та викликами спиралися на міцну основу міжнародного права [3].

На сьогоднішній день вже очевидно, що безпека держав може бути забезпечена за допомогою не військових, а політичних і міжнародно-правових засобів. Шлях до гарантій безпеки кожної окремої держави лежить через всесвітне зміцнення загальної безпеки [1]. Особлива роль тут належить міжнародно-правовим засобам забезпечення миру та запобігання війни - сукупності правових та інших способів і методів, що відповідають основним принципам міжнародного права, спрямованим на забезпечення миру та запобігання війні, а в разі потреби застосування державами колективних заходів проти агресії та військових загроз. До цих засобів належать в основному нормативні, організаційні та матеріальні засоби [1].

Нормативні засоби забезпечення миру тільки тоді здатні стати засобом забезпечення безпеки держав, коли застосування сили, крім права на самооборону, буде заборонено. Юридичну основу права міжнародної військової безпеки складають насамперед такі основні принципи міжнародного

права, як принцип незастосування сили, принцип мирного вирішення спорів, принцип роззброєння.

Принцип незастосування сили створив умови для формування принципу територіальної недоторканності. Так, чинне міжнародне право передбачає можливість застосування до порушника примусових заходів (розділ VII Статуту ООН). Не менш важливими є заходи попереджувального характеру, тобто мирні засоби вирішення спорів (розділ VI Статуту). Якщо спір не врегульовано, то Рада Безпеки вирішує, яких заходів вжити: переривання економічних відносин, транспортних сполучень, розриву дипломатичних відносин (розділ VII Статуту) та інших. Статут ООН також запровадив у міжнародне право принцип роззброєння.

Міжнародне співтовариство зацікавлене в дотриманні основних принципів міжнародного права як нормативної гарантії безпеки держав. Удосконалення цих принципів здійснюється за допомогою практики їх підтвердження, розвитку та конкретизації в різних за юридичним характером міжнародних документах, зокрема як закріплення міжнародних зобов'язань у внутрішньодержавному законодавстві, так і договірне підтвердження зобов'язань на двосторонній, регіональній, універсальній основі: укладення універсальних договорів про обмеження та заборону окремих видів озброєнь, двосторонніх договорів між державами [1].

Організаційні засоби забезпечення міжнародної безпеки базуються на створенні державами систем колективної та індивідуальної безпеки.

Система індивідуальної безпеки держав передбачає сукупність використовуваних державою індивідуальних гарантій забезпечення власної безпеки. Створивши норми міжнародного права, що визнають агресію міжнародним злочином, держави не відмовляються від власних засобів забезпечення своєї безпеки, а використовують міжнародно-правові засоби як додаткові гарантії останньої.

Універсальна система колективної безпеки створена в рамках ООН, її головним завданням є підтримка та зміцнення міжнародного миру та безпеки на основі спільних дій держав. Відповідно до Статуту ООН підтримка міжнародного миру та безпеки будується на основі загальновизнаних принципів і норм міжнародного права та здійснюється Генеральною Асамблеєю та Радою Безпеки, компетенція яких у цій сфері чітко розмежована. Генеральна Асамблея може обговорювати будь-які питання чи справи, що стосуються підтримки міжнародного миру та безпеки, у тому числі розглядати загальні принципи співробітництва в цій області, давати рекомендації державам і Раді Безпеки з цих питань. На Раду Безпеки покладена головна відповідальність за підтримку міжнародного миру та безпеки (ст. 24 Статуту ООН). Рада Безпеки є єдиним органом ООН, що має право починати дії, превентивні та примусові, від імені ООН, у тому числі об'єднаними збройними силами держав - членів ООН. Правовою основою колективної безпеки є багатосторонній договір, конкретний зміст якого визначається державами, що беруть участь у ньому. Цей договір має три обов'язкові умови: не вдаватися до сили, вирішувати спори мирними засобами, співпрацювати [1].

Матеріальними засобами забезпечення міжнародної безпеки є заходи з роззброєння й обмеження озброєння. У 1990 р. був укладений безтерміновий Договір про звичайні збройні сили Європи. До Договору додаються ряд Протоколів, що регулюють процедури скорочення звичайних озброєнь і техніки, класифікацію військової техніки, питання повідомлення та контролю. Особливим питанням роззброєння набула заборона та знищення зброї масового знищенння, перш за все ядерне роззброєння.

У сфері нерозповсюдження ядерної зброї найбільш авторитетним та універсальним є Договір про нерозповсюдження ядерної зброї 1968 р., відповідно до якого держава, що володіє ядерною зброєю, зобов'язується не передавати ні кому цю зброю чи інші ядерні вибухові пристрої, а також мати контроль над ними. Держави, що не володіють ядерною зброєю, зобов'язалися не приймати її та інших вибухових пристрій і не приймати допомоги у виробництві такої зброї. Протягом останніх 30 років також була укладена низка міжнародних угод про часткове знищення ядерної зброї, одним із напрямів яких є обмеження стратегічних озброєнь, що включають як оборонні, так і наступальні озброєння, що мають підвищену руйнівну силу та дальність.

Проблема ефективності міжнародної безпеки також пов'язана з питаннями контролю за виконанням міжнародних зобов'язань із роззброєння та обмеження озброєнь. Ці заходи охоплюють використання національних технічних засобів контролю, міжнародні процедури з використанням механізмів ООН і ОБСЄ, обмін інформацією і даними, проведення консультацій, у тому числі на місцях, створення спеціальних контрольних органів, проведення періодичних засідань для розгляду перебігу виконання тієї або іншої угоди.

Серед засобів масового знищенння одне з найважливіших місць займає хімічна і бактеріологічна зброя. Сучасна хімічна зброя за своєю вражуючою дією не поступається ядерній, тому Генеральна Асамблея ООН зачисляє проблему хімічного роззброєння до найважливіших. Особливим кроком до хімічного роззброєння є Конвенція про заборону виробництва, накопичування та застосування хімічної зброї та її знищенння (1993 р.). Постійне вдосконалення та накопичення запасів бактеріологічної зброї вимагає створення відповідних норм, що забороняють її виробництво та збереження. Ще у 1972 р. була підписана Конвенція про заборону розробки, виготовлення та накопичення запасів бактеріологічної (біологічної) і токсичної зброї та про їх знищенння, що зобов'язує держави-учасниці ніколи, ні за яких умов не розробляти, не виробляти, не накопичувати цю зброю, а також засоби її доставки (ст. 1) та знищити усі види цієї зброї [1].

Була також укладена Конвенція про заборону військового чи будь-якого іншого використання засобів впливу на природне середовище, що несе збитки чи заподіяння шкоди будь-якій іншій державі [1].

Сьогодні з впевненістю можна сказати, що процес формування глобальної системи міжнародної безпеки триває успішно. Людству цілком під силу створити або зміцнити механізми, здатні підтримувати стратегічну стабільність, запобігати великим регіональним конфліктам, обмежувати переростання фінансових та економічних проблем в катастрофи, прогнозувати можливі

ризики і небезпеки, швидко мобілізовувати ресурси для ліквідації їх наслідків. Принципово важливо закласти в основу такої стратегії морально-етичні принципи, що розділяються всіма членами світової спільноти, і в першу чергу ідею соціальної солідарності людства. Сам процес вироблення такої стратегії має носити колективний характер, враховувати підходи і позиції як окремих держав, так і провідних регіональних об'єднань за чільної ролі Організації Об'єднаних Націй [5].

Література

1. Буроменський М. В. Міжнародне право // Інтернет-ресурс/ <http://uristinfo.net/mezhunarodnoe-pravo/139-mvburomenskij-mizhnarodne-pravo.htm>.
2. Моісеєв С. Євро і долар // Питання економіки. - 2004. - № 1. - С. 12.
3. Подберезкин А. Глобальні процеси та міжнародні відносини (Проект) // Інтернет-ресурс / http://www.nasled.ru/divssa/isdaniya/global_1/.
4. Торопигін А.В. Економічна глобалізація і проблеми національної та міжнародної безпеки // Проблеми сучасної економіки. - 2006. - № 1. - С. 12.
5. Табаков А.В. Криміналізація у зовнішньоекономічній діяльності як загроза економічній безпеці // Проблеми сучасної економіки. - 2006. - № 3.- С.6.
6. Черкасенка Є. Розвиток зовнішньоекономічних відносин в ядерно-енергетичної галузі в умовах глобалізації // Проблеми сучасної економіки. - 2006. - № 1. - С. 19.

ДІЯЛЬНІСТЬ ГРОМАДСЬКИХ ОБ'ЄДНАНЬ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ

У статті розглянуто досвід функціонування громадського об'єднання як соціально – культурну складову туристичних ресурсів та чинник формування туристичної привабливості України

Ключові слова: громадське об'єднання, фан-клуб, соціально-культурні чинники, туристичні ресурси, туристична привабливість

Mykytiv N. S. Activities of public associations as cultural factor of formation of the tourist attractiveness

This paper describes the experience of the functioning of public association as social-cultural component of tourist resources and tourist attractiveness factor of formation

Keywords: public association, fan club, socio-cultural factors, tourist resources, tourist attraction

Постановка проблеми. Успішне інтегрування України в Європейську та світову спільноту передбачає розвиток всіх галузей економіки, усунення бар’єрів у торгівлі товарами і послугами, розширення соціокультурних зв’язків, формування сучасного інформаційного простору тощо. Важливу роль у цьому процесі повинен відіграти розвиток туризму, певний вплив на який має причинно-наслідковий зв’язок вищезазначених складових.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останні роки, проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні, стали предметом досліджень багатьох науковців та фахівців-аналітиків. Так, Мальська М.П розглядає туризм як багатогранне суспільне явище; Л. Д. Божко аналізує сучасний стан культурного туризму в Україні та обґруntовує особливості історико-культурних регіонів країни для створення іміджевих брендів; Столбова Ю. аналізує комунікативний потенціал туризму; Моргулець О.Б., Карпова Л.О. Рахуба С.С. висвітлюють соціокультурні аспекти туризму; Музиченко-Козловська О.В., здійснюючи економічне оцінювання туристичної привабливості території, виокремлює показники її оцінювання та аналізує чинники формування туристичної привабливості, роблячи акцент на природних та антропогенних ресурсах як основі формування туристичної привабливості території, а також маркетингу місць як завершальному етапі її формування, зазначаючи, що специфіка туристичної галузі зумовлена використанням туристичних ресурсів [5]. Для більш ефективного використання антропогенних ресурсів, потребують докладного розгляду і вивчення сучасні соціокультурні чинники формування туристичної привабливості регіону та держави в цілому, зокрема діяльність громадських об’єднань.

Формування цілей статті. Мета даної публікації охарактеризувати досвід функціонування громадського об'єднання як соціально – культурну складову туристичних ресурсів регіону та чинник формування туристичної привабливості України у контексті євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу. Беззаперечним є факт, що туристична привабливість країни може визначатися за широкою номенклатурою характеристик: природних (кліматичних, ландшафтних, флори, фауни, інших ресурсних), етнічних, культурних, економічних, політичних, для більшості подорожуючих вирішальних, безпечності тощо. Як свідчить практика, унікальним явищем, притаманним саме для туристичного бізнесу, є потенційні можливості використання сукупності цих характеристик як туристичних ресурсів для започаткування та досягнення високого рівня розвитку туризму; при цьому, прийнятний діапазон їх оцінок від надзвичайно високих до рівня екстремальних, екзотичних. Тобто, вже традиційно, привабливими для іноземних туристів є як країни із всесвітньо визнаним високим рівнем економічного та соціокультурного розвитку, так і країни, в яких яскраво виражені їх самобутні історичні та етнічні особливості, а також країни де можна спостерігати поєднання всіх вищезазначених ознак.

Закон України «Про туризм» в редакції від 11.02. 2015 року визначає, що туристичними ресурсами України є пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності [10].

На підтвердження вищезазначеного доцільно навести твердження групи науковців, які досліджували фактори розвитку туризму, про те, що на початку ХХІ століття туризм став невід'ємною складовою соціально – економічного та культурного життя, відбулася його концептуальна трансформація, бо формується зовсім нова парадигма сфери дозвілля, відпочинку та розваг, змінюються духовні потреби людей. На розвиток туризму певної території великий вплив спричиняє також розвиненість соціокультурної інфраструктури (наявність умов для культурно - дозвіллєвої діяльності: бібліотеки, театри, концертні зали, клуби, стадіони тощо) [6].

Певну нішу серед об'єктів, які приваблюють увагу та викликають інтерес у туристів різного віку і соціальних груп займають вироби, товари, огляд та придбання яких дає можливість докладніше ознайомитись, краще пізнати та запам'ятати корисну інформацію про регіон чи країну перебування подорожуючих і, як наслідок, поділитись своїми враженнями з оточуючими.

Є чимало речей і понять, котрі неодмінно викликають асоціації, коли чуєш слово «Україна» зазвичай їх називають, брендами країни. Серед них – вироби художніх народних промислів, страви нашої національної кухні, фестивальні заходи багато з яких давно вже перетнули кордони й добре знані на різних континентах. Однак, перелік, загальновизнаних популярними, виробів і товарів в сучасних умовах можуть поповнювати раритетні (рідкісні) речі, які продукувались на теренах нашої країни і мають певну історію життєвого циклу.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Такому позиціонуванню, тобто приверненню уваги вітчизняних та закордонних туристів, здатна сприяти діяльності громадських інституцій, зокрема фан-клубів.

Фан-клуб — спільнота людей, об'єднана спільними інтересами, в особливості одним з них. Ціллю фан-клуба також є збір інформації про центральний об'єкт інтересу [13].

Цікавим у цьому напрямку є досвід функціонування з 1983 року такої громадської організації як Львівський авто-фан-клуб «ЗАЗ - КОЗАК», який об'єднав власників українського антикварного автомобіля ЗАЗ-965.

Як відомо, в Україні антикварними вважаються об'єкти матеріальної культури, що мають історичне та наукове значення предмети, пов'язані з розвитком суспільства та держави, історією науки і техніки, створені 50 років тому, тобто строго підходячи, антикварною сьогодні можна вважати модель ЗАЗ-965, яка випускалась з жовтня 1960 до жовтня 1962 років. З листопада 1962 року до травня 1969 року Запорізький завод продукував модель ЗАЗ-965A, якій теж скоро виповниться 50 років. Всього було випущено 322 106 машин, частина з яких відправлені на експорт, а саме у Австрію та Фінляндію.[2]

Історія розробки, випробувань, виготовлення та реалізації цього мікролітражного автомобіля заслуговує на її доведення до сучасників: вітчизняних та іноземних туристів. Мабуть не всім відомо, що існували модифікації з ручним керуванням: ЗАЗ-965AB (1963р.) для інвалідів, які не мають однієї чи обох ніг; ЗАЗ-965AP (1966р.) для інвалідів без одної руки та одної ноги.

Львівський авто-фан-клуб "ЗАЗ-КОЗАК" - клуб європейського зразка: має свій герб, гімн, веб-сторінку в Інтернеті, тюнингову лабораторію, Львівський клуб є найстаршим і най масовішим клубом власників «Запорожця ЗАЗ-965» і підтримує партнерські зв'язки з аналогічними об'єднаннями в Україні, Білорусі, Росії, Молдові, Латвії, Литві та Болгарії.

Кожного року клуб робить кілька подорожей по Європі. Основна мета, яку ставлять перед собою члени клубу - знайомство з фанатами та клубами антикварних авто інших країн, налагодження тісної співпраці у організації інформаційних, благодійних, пізнавальних та розважальних заходів, відвідування та участі у різноманітних виставках. Серед відвіданих, можна назвати такі країни Європи: Польща, Німеччина, Австрія, Люксембург, Бельгія, Франція, Словаччини, Чехії, Ліхтенштейн, Фінляндія, Естонія, Литва, Латвія, Білорусь. Важливо зазначити, що інформаційний супровід таких поїздок силами членів клубу сприяє ознайомленню з виробами народних художніх промислів, фольклором, історією, архітектурно-історичними пам'ятками, сучасним розвитком нашої держави, тобто сприяє підвищенню інтересу до нашої країни, розуміння та сприйняття України і українців як невіддільної частини європейської спільноти та розширенню кола потенційних туристів з країн Європейського Союзу.



Рис. 1. Фрагмент траси перегонів "Львівський трикутник". Історична хроніка [1]

Саме на "Львівському трикутнику" еліта європейського автоспорту виборювала Гран-прі Львова довоєнних років. На цікаві змагання приходило подивитися понад 20 тисяч львів'ян та гостей древнього міста [1].

Крутій підйом (вул. Стрийська) від площині Івана Франка до монументу, крутій узвіз (вул. Гвардійська) та довга пряма з поворотами великого радіуса надавали цій трасі своєрідного незабутнього характеру, що поєднував елементи гірських перегонів та кільцевих змагань. Завантаження двигуна на підйомі, гальмівної системи на спуску і максимальна швидкість на прямому відрізку вимагають відмінної підготовки автомобіля та доброї фізичної кондиції від гонщика. Довжина одного кола складає 3041 м. Траса нелегка навіть для спеціально підготовлених спортивних авто. Антикварні "Запорожці" чудово справилися з цим випробуванням, незважаючи на свій вік. Наймолодшому "автоветерану" вже було 30-ть років. Тож, члени клубу впевнені, що антикварному українському міні авто не страшні будь-які випробування. Це підтверджують гості - представники автоклубів антикварних авто з Німеччини, Польщі та Австрії [2].

На думку експертів, Гран-Прі міста Львова — одна з найбільш невідомих сторінок європейської історії — автомобільного спорту. Відродження традицій проведення кільцевих перегонів на Гран-Прі міста Львова — найкращий доказ наших здобутків на шляху до загальноєвропейської спільноти.

Сьогодні «Леополіс Гран Прі» — це міжнародний фестиваль ретро-автомобілів, у межах якого пройдуть міжнародний автопробіг історичних автомобілів, автомобільний парад-карнавал та театрально-костюмований

Особливої уваги заслуговує знакова, але недостатньо використана операторами регіонального туристичного ринку ще одна подія, а точніше цілий ряд подій пов'язаних із відродженням історичної пам'яті та традицій проведення міжнародних автоперегонів у Львові, що безперечно є вагомим чинником для збільшення потоку туристів.

У червні 2000 року ентузіастам з клубу вдалося відродити автоперегона на історичною трасою довоєнних (1930-1933 р. р.) Гран-Прі Львова — "Львівський трикутник".

конкурс «Елеганції». Головною подією є автомобільні шоу–перегони історичною трасою «Львівський трикутник». До Львова приїздять автовиробники, щоб показати історію своїх автомобілів. У програмі фестивалю, окрім автоперегонів – дитяче автомобільне свято, екскурсійно–навігаційний квест, семінари для журналістів спеціалізованих автомобільних видань. Змагання проходять за правилами Міжнародної федерації старожитніх автомобілів (FIVA) та входять до офіційного календаря Автомобільної федерації України (ФАУ). У 2011 році в фестивалі взяло участь 74 екіпажі, з них 34 з–за кордону. [7]

Святкування дня міста Львова давно вже стало визначною подією не тільки для львів'ян, а й численних гостей з багатьох регіонів України та із–за кордону. На думку організаторів та відвідувачів масових заходів на честь Львова, паради та перегони на раритетних авто стали їх родзинкою. Змагання вже є традиційними, в них приймають участь все більше іногородніх та іноземних екіпажів з Європи. На День міста відбуваються кільцеві автоперегони на "Запорожцях" трасою "Галринг", которую жартівливо прозвали "Формула -01".[2]

У 2007 році Україна приєдналась до колекційно-туристичного проекту «Туристична марка», який був започаткований у 1998 році в Чехії.

Туристичні марки – виготовляються з дерева, вони мають круглу форму та містять зображення певної туристичної атракції. Такий оригінальний сувенір можна придбати відвідавши об'єкт, зображений на ньому і більше ніде. Таким чином, туристична марка стала своєрідним трофеєм туриста – справжнім підтвердженням його мандрівки.

Зараз туристичні марки набули популярності серед сотень тисяч колекціонерів у Чехії, Словаччині, Польщі, Австрії – всього у 19-ти країн світу. Усі туристичні марки мають свої номери та разом утворюють загальноукраїнську систему унікальних сувенірів.

Прагнучи до розширення кола своїх симпатиків серед вітчизняних та іноземних туристів, Львівський авто-фан-клуб «ЗАЗ КОЗАК» теж має свою туристичну марку, зареєстровану під №3 (рис.2). Якщо врахувати, що зараз в Україні діє 277 туристично-маркових місць,[12] то клуб спрацював досить оперативно, що свідчить про його націленість на сприяння розвитку туризму як засобу інтеграції у загальноєвропейський простір та ще раз демонструє можливості громадських об'єднань у формуванні туристичної привабливості регіону та країни.



Рис. 2. Туристична марка авто-фан-клубу «ЗАЗ Козак»

Ознайомившись із щорічними планами заходів клубу слід зазначити, що майже всі вони без перебільшення можуть бути віднесені до туристичних.

Так, з нагоди 55-го дня народження "горбатого" Запорожця ЗАЗ – 965 в 2015 році, АФК "ЗАЗ КОЗАК" планує здійснити найдовшу та найбільш екстремальну в своїй історії поїздку на «Запорожцях».

Кінцевий пункт подорожі – сама північна точка Європи Нордкап (Норвегія). Загальна протяжність маршруту в обидві сторони становить 6000 км. Львів(Україна) - Люблін (Польща) - Каунас (Литва) - Рига (Латвія) - Таллін (Естонія) - Хельсінки (Фінляндія) - Нордкап (Норвегія). Під час проходження маршруту - перетин Полярного Кола, та візит в гості до Санта Клауса.

Традиційними є «Запорозькі забави з Левами», які проводять восени як закриття сезону. Цей захід містить теж цілий ряд цікавих та пізнавальних атракцій.

Заслуговує на увагу акція «Безцінна спадщина ЮНЕСКО» (Україна – Польща). – мандрівка, що вже здійснена по дерев'яних церквах Карпатського регіону, які занесені до списку ЮНЕСКО. [8, 9]

Перераховані вище заходи – це лише десята частина із тих, які відбулися у 2014 році та заплановані на цей рік, кожен з цих заходів націлений на розвиток туризму.

Висновки. Таким чином, розглянувши напрямки діяльності та конкретні заходи авто-фан-клубу «ЗАЗ КОЗАК» можна відзначити, що громадські організації, зокрема клубні, можуть буди дієвим соціально-культурним туристичним ресурсом та суттєвим чинником формування туристичної привабливості регіону та України. Операторам туристичного ринку може бути корисна інформація про функціонування таких громадських інституцій, які можуть привнести пізнавальну, культурно-розважальну та ін. новизну в

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

формування їх туристичного продукту, що буде цікавим і для туристів з Європи.

Література

- 1.Атоян А. Гран Прі Львова 1030-1933. [Текст]: Історична хроніка / А.Атоян; [літ. ред. Н.Кадоб'янська]. – Л.: Оліс-плюс, 2005. – 375с.
- 2.АФК ЗАЗ КОЗАК Історія нашого клубу. / [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://www.zazkozak.com/>.
- 3.Бойко М.Г. Феномен туризму: передумови формування ціннісно орієнтованих аспектів управління. / [Електронний ресурс]. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. - 2009. - №13. - С.19-25. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/bojkob.htm
- 4.Клуб любителів ретроавтомобілів. / [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zaz.kiev.ua/get.php?type=page&src=zaz/links.php>.
- 5.Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. / [Електронний ресурс] : монографія / О.В. Музиченко-Козловська ; Л. : «Новий Світ». – Львів, 2000, 2012. – 176 с. - Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/muzychenko4.htm.
- 6.Немець Л.М., Сегіда К.Ю., Моштакова Н.В. Соціально – демографічні та історико-культурні фактори розвитку туризму. / [Електронний ресурс] : Культура народов Причорномор'я. – 2009. - №176. – С.145-147. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/nemec.htm.
- 7.Новини клубу ЗАЗ КОЗАК. / [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://zazkozak.com/latestnews>.
- 8.План заходів клубу ЗАЗ КОЗАК на 2015 рік. / [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://zazkozak.com/latestnews/news2014-mainmenu-5>.
- 9.План заходів клубу ЗАЗ КОЗАК на 2015 рік. / [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://zazkozak.com/latestnews/465>.
- 10.Про туризм. Закон України. / [Електронний ресурс] : Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, N 31, ст.241 в редакції від 15.01.2015. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95>.
- 11.Стратегія сталого розвитку "Україна - 2020". Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015. / [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
- 12.Туристичні марки. Україна. / [Електронний ресурс] : Авто-фан-клуб «ЗАЗ-Козак». - Режим доступу: <http://www.turystycni-marky.com.ua/ua/marki/mizhnarodnij-festival-leopolis-gran-pri-lviv-342.html>
- 13.Фан-клуб. Матеріал з вікіпедії – вільної енциклопедії. / [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki>.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ: НАШІ РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ

Розглянуто актуальні тенденції розвитку міжнародного туризму з врахуванням динаміки туристичних потоків і доходів від туризму. Проведено порівняльний аналіз динаміки туристичних потоків і доходів від туризму в Україні і Польщі. За результатами представленої аналітики зроблено SWOT-аналіз.

Ключові слова: туристичні потоки, міжнародний ринок туристичних послуг, інтеграція.

Nadych M. Trends in international tourism development: our realities and prospects. This article describes current trends in international tourism development, taking into account the dynamics of tourist flows and income from tourism. A comparative analysis of tourist flows and income from tourism in Ukraine and Poland is made. SWOT-analysis is made according to the results of the analytic presented.

Key words: tourist flows, international market of tourist services, integration.

Міжнародний туризм у багатьох країнах стає одним із головних джерел наповнення державного бюджету, у туристичному бізнесі працює кожен 11 житель планети, міжнародний туризм складає 6% від світового експорту і 29% у експорті послуг. Вже є ряд країн, які, традиційно, на туристичному ринку позиціонують себе головними експортерами туристичних послуг, це: Франція, США, Італія, Іспанія, Китай, Велика Британія тощо.

Питання розвитку міжнародного туризму його тенденції та динаміка висвітлені в наукових працях вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Грицко Е.В., Іванова Л.О., Бочан І.О., Василиха Н.В. та ін.

Згідно з останніми даними UNWTO число міжнародних туристських прибуттів в 2013 р. зросла більш ніж на 5%, у порівнянні з попереднім роком і склало 1098 млрд. осіб, у вартісному вираженні – це 1280 млрд. дол. США, що становить 9 % світового ВВП. Позитивна динаміка спостерігається продовж останніх 5 років, що дає підстави стверджувати, що міжнародний туризм це найбільш динамічний сектор світового господарства.

Аналізуючи тенденції, за даними UNWTO, за останніх 13 років (2000-2013) кількість міжнародних прибуттів практично подвоїлася: 2000 р. було зареєстровано 692,3 млн. прибуттів, 2013 р. – 1098 млн. осіб, у грошовому еквіваленті це – 2000 р. 475,9 млрд. дол. США, 2013 р. – 1152 млрд. дол. США. (див. рис.1).

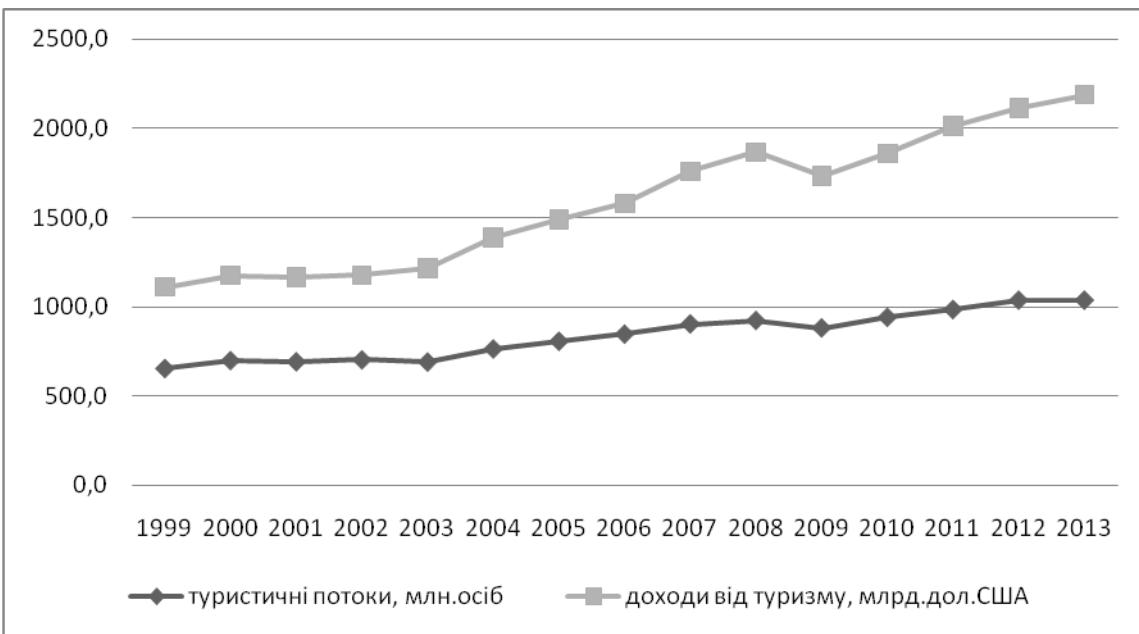


Рис. 1. Динаміка туристичних потоків та доходів від туризму [4]

Щодо регіонів, то першість і надалі має Європейський туристичний регіон, на якому зупинимось більш детально. Число міжнародних подорожей на європейському туристичному ринку у 2013 році становило близько 563 млн. Надходження від міжнародного туризму у 2013р. склали 489 млрд. дол., що становить 42 % від загальноміжнародного показника.

Туризм у Європейському туристичному регіоні, порівняно з іншими регіонами світу, має досить чітко виражений внутрішньорегіональний характер. Інтенсивному внутрішньоєвропейському туристичному обміну сприяють велика кількість держав на відносно невеликій за площею території, між якими добре налагоджені економічні, культурні та етнічні зв'язки.

Найбільш відвідувана туристична країна Європи і світу – Франція. На старому континенті вона приймає кожного п'ятого відпочивальника. Найбільш інтенсивно туристичний обмін здійснюється з Німеччиною та Великою Британією. Одним із основних постачальників туристів у Францію є Німеччина, за нею йдуть Велика Британія, Бельгія, Італія, Швейцарія, Іспанія, Нідерланди.

За даними ВТО, найбільша кількість туристичних прибуттів була у Південній Європі та становила 36 % від усього регіону. Лідирує цей субрегіон і за доходами, отриманими від туризму. Найпривабливішими країнами тут вважаються Іспанія, Греція, Португалія, Туреччина та Хорватія.

Найбільше зростання туристичних потоків було зафіксоване у Центральній та Східній Європі. У багатьох країнах туристичні потоки зросли вдвічі, наприклад, Грузія та Білорусь – 15%.

У Північній Європі найбільша частка туристів припадає на Ісландію та Норвегію, а в Західній Європі лідерство належить Франції, Швейцарії, Німеччині та Австрії.

Враховуючи особливості міжнародного туризму, у світі спостерігаються наступні тенденції:

- головні туристичні потоки направляються, як правило, з розвинутих країн світу, це пояснюється відносно високим середнім життєвим рівнем населення в

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

цих країнах, густою сіткою транспортних комунікацій, високою насиченістю транспортними засобами, прагненням населення провести відпустки вдалине від промислових центрів. Помітна тенденція інтенсифікації туристичних потоків між країнами з подібними мовами;

• світовий туризм характеризується високим ступенем концентрації у відносно невеликих за площею регіонах. На початку ХХІ ст. лідерами світового туризму стали Франція, Іспанія, США, Італія, Китай, Велика Британія, Канада, Мексика, Австрія, Німеччина тощо, на них країн припадає половина світового туристичного потоку. За даними UNWTO, на 100 чоловік в середньому припадає 10 поїздок;

• зростає частка подорожей з метою дозвілля та відпочинку, якщо у 70-ті роки на ринку міжнародного туризму переважав діловий сегмент, то зараз все навпаки: 60% – з ціллю відпочинку, 40 – з діловими цілями. Про це свідчить трансформація масового конвеєрного туризму у масовий диференційований наприкінці 80-х років минулого століття;

• збільшення частки індивідуальних туристів. В даний час спостерігаються такі пропорції: масові або групові туристи становлять 20-30 % від загального числа туристів; решта 70-80 % - індивідуальні туристи, у яких дещо інші потреби;

• інтеграція туристичного бізнесу (горизонтальна і вертикальна), тобто укрупнення і активне проникнення капіталу окремих компаній на зарубіжні туристичні ринки шляхом злиття або поглинання однорідних по бізнесу або суміжних (партнерських) компаній. [2]

• поінформованість туристів про те, куди і як він хоче вирушити в подорож, а також більш високі вимоги до туристських послуг і самому туристському продукту .

• зростає частка подорожей на повітряному транспорті: згідно статистики UNWTO, починаючи з 2006 року подорожі на повітряному транспорті займають перше місце у рейтингу (45%) і кожного року приблизно зростає на 1%.

Аналізуючи світові тенденції хочеться виділити місце України на міжнародному ринку туристичних послуг. Державна служба статистики України повідомляє, що у період з 2003 по 2013 рр. кількість візитів іноземців в Україну збільшилася вдвічі. За інформацією, наданою Адміністрацією Державної прикордонної служби України, протягом 2014 року Україну відвідало понад 13,2 млн. іноземних туристів. У порівнянні з минулим 2013 роком кількість туристів зменшилась на 12, 5 млн. осіб. Щорічний приріст в'їзного туризму, за виключенням останнього року, становить 10-12%.

Також, за даними Державної фіскальної служби суб'єктами туристичної діяльності (без урахування Автономної Республіки Крим та м. Севастополь) у 2014 році сплачено податків та зборів до Державного та місцевих бюджетів понад 1,3 млрд. грн. в тому числі, туристичного збору – на суму 24,8 млн. грн.

У 2014 році найбільші потоки туристів до України спостерігалася з сусідніх країн, з яких: Молдова - 4,6 млн. осіб, Білорусь – 1,6 млн. осіб, та

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Польща – 1,1 млн. осіб. Подорожі із сусідніх країн – це особливість європейського регіону загалом.

Не зважаючи на складну ситуацію, що склалась у нашій країні за останній рік, все ж спостерігається позитивна динаміка якісного ефекту від впливу міжнародного туризму на економіку нашої країни: починаючи з 2009 року дохід від туризму на душу населення зростає і вже майже сягнув рівня 2008 року, у якому була економічна криза, що і призвело тоді до негативної динаміки вже у наступному році. (див. рис.2). Частка туризму в нашій економіці становить майже 3%, для порівняння, у світі 9%, в острівних країнах від 12 до 27 %.

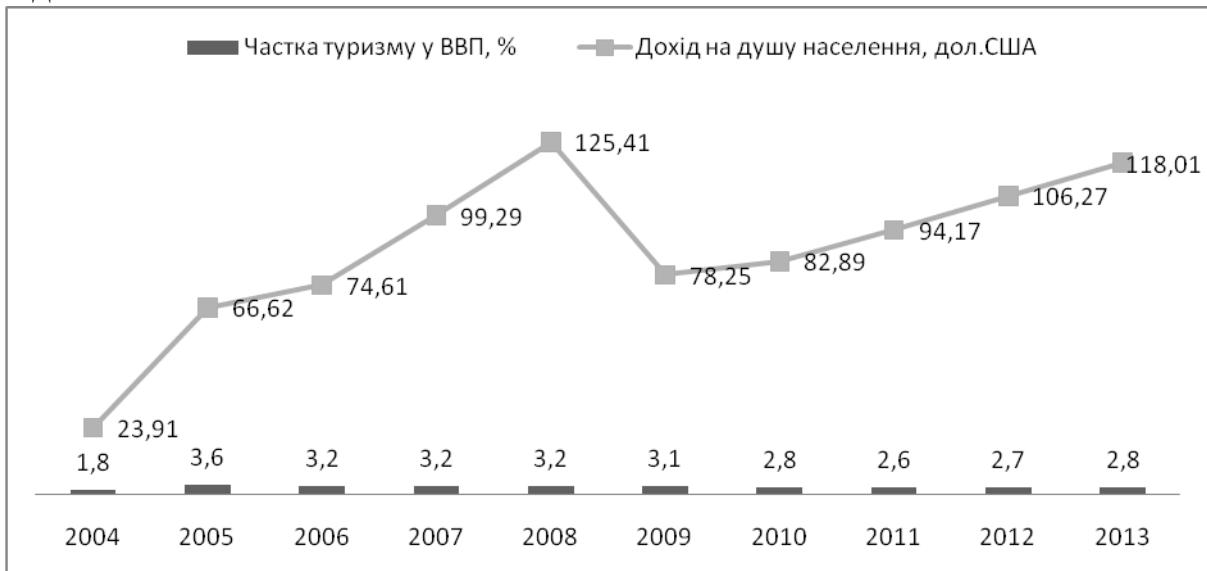


Рис. 2. Відносні показники впливу міжнародного туризму на економіку України [3,4]

Хоча, слід відмітити, що не завжди велика кількість подорожуючих може забезпечити країні належний дохід. Це яскраво видно на прикладі нашої країни та Польщі. Хоч а б взяти 2012 рік, коли ми спільно проводили Євро-2012.

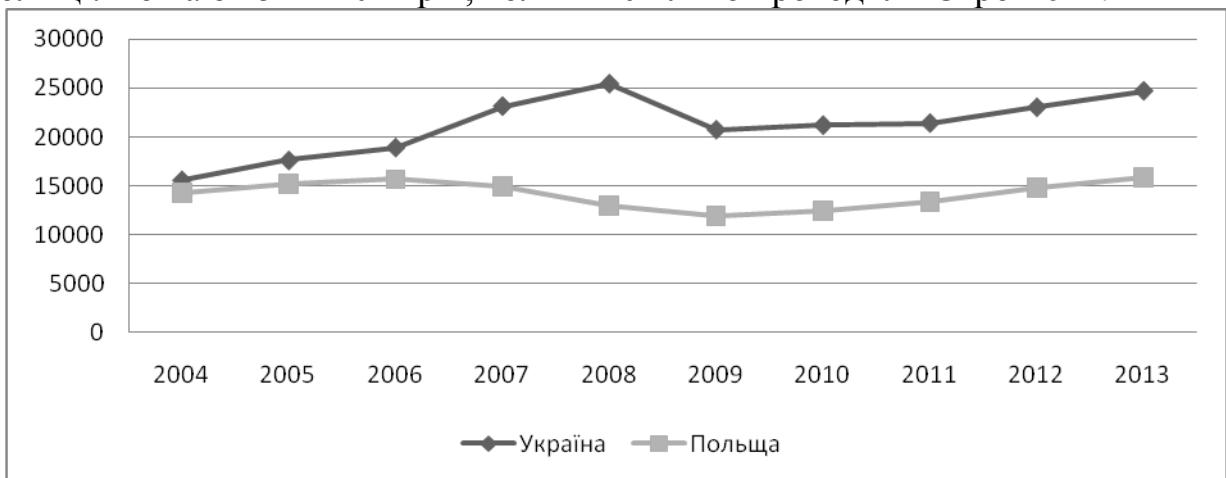


Рис. 3. Динаміка туристичних потоків в Україні та Польщі, млн. осіб

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ



Рис. 4 Динаміка доходів від туризму в Україні та Польщі, млрд. дол. США

Із рисунків 3,4 бачимо, що нашу країну відвідало більше 23 млн. осіб, що у 2 рази більше, ніж Польщу, але доходів ми отримали аж у 4 рази менше, ніж поляки. Подібна ситуація спостерігається впродовж 10 років. Чому такий результат, чому більше туристів, а в результаті в рази менше доходів? Чому з такою кількістю туристичних ресурсів та таким потенціалом ми не можемо впевнено закріпити свої позиції у ТОП-10 лідерів.

Причин є багато, головні з них: це тіньова економіка в Україні, це велика частка екскурсантів, які не приносять таких прибутків як туристи, і, звичайно, низька якість туристичних послуг. Спробуємо продемонструвати можливі причини та визначити перспективи через проведений SWOT-аналіз туристичного ринку України (табл.1)

Табл.1 SWOT-аналіз туристичного ринку України [5]

Внутрішнє середовище	СИЛЬНІ СТОРОНИ:	СЛАБКІ СТОРОНИ:
	<ul style="list-style-type: none"> • Сприятливе геополітичне положення України. • Забезпечення наявністю відповідних туристичних ресурсів. • Забезпеченість розгалуженою транспортною інфраструктурою. • Збільшення конкуренції туристичних операторів. 	<ul style="list-style-type: none"> • Невідповідність цін і якості національних туристичних послуг. • Низька якість транспортної інфраструктури. • Повільні темпи зростання інвестицій у розвиток інфраструктури туризму. • Залежність ефективності функціонування галузі від економічної та політичної ситуації у країні.

Зовнішнє середовище	<p>МОЖЛИВОСТІ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Інтеграція у Європейську спільноту. • Прихід в Україну європейських операторів, що приведе до зниження ціни та збільшення ємності ринку. • Розвиток нових видів туризму. • Інвестування в розширення туристичного бізнесу. 	<p>ЗАГРОЗИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Неоголошена війна, в результаті несприятлива економічна і політична ситуація; • Сезонність туристичного попиту і пропозицій. • Збільшення ціни на туристичні послуги, зменшення попиту. • Старіння туристичного продукту.
----------------------------	---	---

Звичайно, говорити про позитивну динаміку туристичних потоків у найближчий період важко, все залежить від того як швидко розв'яжеться конфлікт на Сході нашої країни та як буде забезпечена безпека туристів, в тому числі й інформаційна безпека. Але все ж таки, на перспективу:

- у нас є можливості для розвитку всіх видів туризму, які забезпечені наявністю відповідних ресурсів;
- сприятливе геополітичне положення України приваблює прихід в Україну європейських операторів, що приведе до зниження ціни та збільшення ємності ринку;
- невідповідність ціни і якості національних туристичних послуг, можна вирівняти через прихід в Україну європейських операторів що приведе до зниження ціни та збільшення ємності ринку;
- низька якість транспортної інфраструктури необхідно підвищувати за рахунок інтеграції у Європейську спільноту.

Проаналізувавши динаміку і тенденції розвитку ринку міжнародного туризму у світі і Україні бачимо, що з кожним роком збільшується частка подорожуючих, як в Україні, так і у світі. Отримані результати та світові тенденції дозволяють прогнозувати позитивну динаміку ринку міжнародного туризму в Україні найближчим часом. Знаючи свої сильні та слабкі сторони з врахуванням можливостей бачимо і розуміємо, що є над чим працювати, і знаємо, що потрібно зробити для того, щоб туристичний потенціал нашої країни приніс економічну вигоду.

Література

- 1.Алієва-Барановська В.М. Міжнародний туризм [Текст]: Навчальний посібник / Алієва-Барановська В.М. – К.: Центр учебової літератури, 2013. - 344 с.
- 2.Божидарнік Т. В. Міжнародний туризм [Текст]: навч. посіб. / Т. В. Божидарнік [та ін.]. - К. : Центр учебової літератури, 2012. - 307 с.
- 3.Державна служба статистики України. Статистична інформація [Електронний ресурс]: Статистичний бюллетень. – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 4.Tourism Highlights 2000-2014. [Текст]: Publications Unit, Capitain Haya, 42-

28020.

5.Кучинська І.В., Клапчук М.В., Надич М.М., Кручко Н.В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку міжнародного туристичного ринку в умовах глобалізації [Текст]: Методичні рекомендації до проведення інтегрованого заняття для студентів спеціальності 7.14010301 «Туризмознавство» / І.В. Кучинська, М.В. Клапчук, М.М.Надич, Н.В.Кручко – Львів: ЛПЕТ, 2013. – 84 с.

6.Письменний, О. А. Аналіз ринку міжнародного туризму України [Текст] / Олександр Анатолійович Письменний // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Том 15. – № 1. – С. 144-153. – ISSN 1993-0259.

Озимок Г.В.¹, Колянко О.В.²

¹Львівський інститут економіки і туризму,

²Львівська комерційна академія

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКОСТЮ В ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВАХ І ОРГАНІЗАЦІЯХ: ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ

Наведені загальні тенденції розвитку паблік рілейшнз в державних установах і організаціях. Розглянуто зв'язки з громадськістю їх завдання та функції.

Ключові слова: громадськість, державні установи, паблік рілейшнз, функції.

Ozymok G.V., Kolyanko O.V.*Public relations government and organizations: tasks and functions. These general trends for public relations in public institutions and organizations. We consider their public relations tasks and functions.*

Keywords: public, government agencies, public relations, functions.

Наука і мистецтво встановлення контактів та підтримки добрих стосунків державних установ і організацій з громадськістю (паблік рілейшнз) набувають особливої уваги в умовах демократизації суспільного життя. За своїм змістом зв'язки з громадськістю є складовою частиною стратегічного менеджменту і виконують подвійну функцію: з одного боку, реагування на очікування тих, чия поведінка, судження, точка зору можуть вплинути на функціонування і розвиток організації, а з другого – мотивація поведінки людей.

Значимість проблеми обумовила глибину та різnobічність наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних авторів. У різний час зв'язки з громадськістю розглядалися як складова частина стратегічного менеджменту і були предметом досліджень зарубіжних авторів, таких як: Дж. Блайт, С. Хаясі, К. Ховард, Р. Харлоу та ін.; вітчизняних дослідників: В. Авер'янова, Н. Нижник, В. Мельниченка, Н. Плахотнюк, С. Рязанова, М. Свіріна, Р. Мендісабаль та ін.

Мета статті – систематизація й категоріювання концептуальних підходів до визначення та виокремлення найбільш важливих складових зв'язків з громадськістю в державних установах та організаціях.

Паблік рілейшнз – це частина управлінської діяльності, направлена на досягнення гармонії, взаєморозуміння між державними організаціями і громадськістю з метою забезпечення досягнення державними установами (організаціями) найкращих результатів.

Зв'язки з громадськістю як складова комунікаційної політики забезпечують налагодження зворотнього зв'язку між державними організаціями і громадськістю.

Розбудова стратегії зв'язків з громадськістю підпорядкована, головним чином, гармонізації інтересів державної організації з інтересами тих, від кого залежить її розвиток. **Зв'язки з громадськістю**, за Р. Харлоу – це одна із функцій управління, яка сприяє встановленню і підтриманню спілкування та

взаєморозуміння і налагодженню співробітництва між організацією і громадськістю. У системі менеджменту державних установ і організацій вона включає в себе вирішення таких проблем як забезпечення керівництва державної установи інформацією про громадську думку і надання організації допомоги у виробленні відповідних дій, підтримка організації в стані готовності до змін шляхом передчасного передбачення тенденцій, використання досліджень і відкритого спілкування. Систему функцій зв'язків з громадськістю в системі менеджменту державних установ і організацій наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Функції зв'язків з громадськістю

Назва функції	Зміст функції
Аналітико-прогностична	Направлена на вироблення інформаційної політики, її стратегії і тактики, що фіксують рух подій у динаміці; ця функція забезпечує підготовку масиву аналітичних даних для прийняття рішень
Організаційно-технологічна	Передбачає здійснення заходів по проведенню і організації активних акцій, різного роду ділових зустрічей, конференцій з використанням ЗМІ, аудіо- і відеотехніки
Інформаційно-комунікативна	Передбачає продукування, тиражування інформації при здійсненні інформаційно-пояснювальної і пропагандистсько-рекламної роботи, необхідної не лише для партнерів по спілкуванню, але й для підтримки соціально-психологічного клімату в державних установах
Консультативно-методична	Передбачає проведення консультацій по організації і налагодженню відносин з громадськістю, розробку концептуальних моделей співробітництва тощо

Виходячи із специфіки діяльності державних організацій, виокремимо характерні риси зв'язків з громадськістю, враховуючи особливо тісний взаємозв'язок і взаємовплив державних установ, органів державної влади та управління і громадськості.

По-перше, головним напрямком діяльності державних установ і організацій в аспекті зв'язків з громадськістю є досягнення взаєморозуміння між організацією і громадянами.

По-друге, діяльність паблік релейшнз спрямована на забезпечення потреб державних організацій, що є суттєвим моментом. Аналіз практики зв'язків з громадськістю показує, що часто проблема гармонізації відносин державної установи та громадськості турбує керівництво лише тоді, коли гармонізація сприяє досягненню практичних цілей організації.

По-третє, ця діяльність здійснюється з метою забезпечення керівництва державної установи інформацією про громадську думку та надання допомоги керівникам щодо вироблення заходів протидії негативним факторам.

По-четверте, ця діяльність спрямована як усередину організації, так і на різні аудиторії, що являють собою зовнішнє середовище державних установ.

Вивчення громадської думки є важливим напрямом діяльності державних установ і організацій, оскільки останні зорієнтовані, в першу чергу, на задоволення суспільних потреб у певному виді товарів або послуг. Крім цього, на рішення, які приймаються державними організаціями справляє істотний вплив громадськість, вони є об'єктом уваги преси та засобів масової інформації. Процес ухвалення рішень часто „обігрується” в пресі, тимчасом, як учасники цього процесу намагаються використати пресу чи засоби масової інформації з метою впливу на громадську думку відповідно до своїх поглядів чи інтересів. Це актуалізує питання врахування думки громадськості в ході функціонування державних організацій.

Громадська думка – це стан масової свідомості, який віддзеркалюється у сукупності оціночних суджень про події і факти дійсності, проблематику державного і суспільного життя різних груп населення. Фактори, що формують громадську думку наведені у таблиці 2.

Таблиця 2

Фактори формування громадської думки

Назва фактору	Характеристика
Особистісні	Сукупність характеристик, які включають опис фізичного і емоційного стану індивідуумів цільової аудиторії, їх вік, динаміку зміни споживчих інтересів та ін.
Соціальні	Віддзеркалюють походження людей, суспільну позицію, рівень соціальної захищеності тощо.
Культурні	Національність, релігійні переконання, спектр інтересів та ін.
Психологічні	Освітній рівень, сімейний стан тощо.
Фактори науково-технічного характеру	Відображають рівень науки і техніки, стан науково-технічного розвитку та ін.

Основними завданнями паблік рілейшнз у державних установах і організаціях є створення зовнішнього і внутрішнього соціально-політико-психологічного середовища, потрібного для успішної роботи державних організацій, а також забезпечення необхідної поведінки громадськості щодо певної державної установи (організації).

Служби паблік рілейшнз в державній установі можуть організовувати свою роботу в кількох напрямках, орієнтованих на різні групи громадськості або на досягнення певних цілей (формування іміджу організації, подолання кризи тощо). У різних організаціях залежно від цілей, фінансових ресурсів, зовнішнього середовища та зовнішніх факторів впливу на перший план будуть висуватися ті чи інші функції паблік рілейшнз.

З метою досягнення взаєморозуміння, доброзичливих відносин між органом державного управління і громадськістю необхідно дотримуватись наступних вимог: а) забезпечити широке, адекватне інформування як усієї

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

громадськості, так і окремих її соціальних груп; б) організувати ефективний зворотний зв'язок із громадськістю; в) залучати громадськість до участі в процесі обговорення та прийняття рішень [1].

Це підтверджується розпорядженням Кабінету Міністрів України від 18 жовтня 2004 р. № 759-р „Про роботу центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення відкритості у своїй діяльності, зв'язків з громадськістю та взаємодії із засобами масової інформації” [2], у якому визначено необхідність „Міністерствам, іншим центральним органам виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, обласним, Київській та Севастопольській міським держадміністраціям:

- вирішити питання щодо визначення посадових осіб, відповідальних за зв'язки з громадськістю та взаємодію із засобами масової інформації, у відповідних територіальних органах міністерств, інших центральних органах виконавчої влади та райдерадміністраціях;

- враховувати у своїй роботі рекомендації для центральних та місцевих органів виконавчої влади щодо опрацювання пропозицій, висвітлюваних у засобах масової інформації, а також одержаних під час проведення консультацій з громадськістю, що розроблені Держкомтелерадіо на виконання Указу Президента України” [3].

Так, на думку Б. В. Новікова, „численні групи і громадські організації цивільного суспільства можуть впливати на процес державного управління в трьох основних напрямах:

- здійснюючи свій контроль над системою адміністративно-державного управління;

- виявляючи і вивчаючи потреби цивільного суспільства через мережу суспільних центрів з вивчення соціальних проблем;

- беручи участь у публічних обговореннях проектів реформ, у переговорах і укладанні попередніх домовленостей” [4, – с. 460].

У минулому „командність” нашого суспільства виключала використання функції зв'язків з громадськістю в діяльності організацій.

Демократичне суспільство використовує інші моделі впливу на думку громадськості. На сьогодні ситуація різко змінюється. Можливість автономної поведінки людей різко підвищила рівень непередбачуваності в ході підготовки та прийняття державними установами і організаціями управлінських рішень. Саме організація державними органами, установами і організаціями належних зв'язків з громадськістю дозволить їм привнести стабільність у свою діяльність у динамічному і мінливому зовнішньому середовищі.

Література

1. Малиновський В. Я. Державне управління: Навчальний посібник / В. Я. Малиновський. – Луцьк: Вежа, 2000. – 558 с.
2. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 759-р „Про роботу центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення відкритості у своїй діяльності, зв'язків з громадськістю та взаємодії із засобами

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

масової інформації” від 18 жовтня 2004 року // Вісник державної служби України, 2004. – № 3. – с. 70.

3. Указ Президента України № 587/2002 „Про підготовку пропозицій щодо забезпечення гласності та відкритості діяльності органів державної влади” від 27 червня 2002 року (із змінами внесеними Указом Президента України № 77/2005 від 22.01.2005 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/325/2001.

4. Новіков Б. В. Основи адміністративного менеджменту: Навчальний посібник / Б. В. Новіков, Г. Ф. Сініок, П. В. Круш. – К.: ЦНЛ, 2004. – 560 с.

Павлюк С. М.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

**ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО
ГОСПОДАРСТВА В КОНТЕКСТІ ТРАНСКОРДОННОЇ СПІВПРАЦІ
(НА ПРИКЛАДІ ВЕРХОВИНСЬКОГО РАЙОНУ
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

Розглянуто рекреаційно-туристичне господарство, яке покращується завдяки сприятливому інвестиційному середовищу, сприяє розвитку супутніх галузей, особливо сільського господарства, сфери послуг, транспорту, поліпшує економічне становище завдяки надходженням до бюджету та позитивно впливає на благоустрій місцевих громад.

Ключові слова: рекреаційно-туристичне господарство, рекреація, туризм, інвестиції, види туризму, інвестиційний потенціал, транскордонна співпраця.

Pavliyk S. Investment potential of recreational and tourism industry in the context of cross-border cooperation (as based on the example of Verkhovyna, Ivano-Frankivsk region). The situation in recreation and tourism field has been considered, which can be improved due to a favorable investment environment. It stipulates the development of related fields, especially agriculture, service infrastructure, transport. Having positive effect on the state of the economy it brings improvement to the life of local communities.

Key words: recreational and tourism industry, recreation, tourism, investment, a types of tourism, investment potential, cross-border cooperation.

Особливої уваги заслуговує механізм формування інвестиційного клімату в галузі рекреації та туризму. Процес формування інвестиційного потенціалу повинен враховувати якомога більше чинників. Зокрема інвестиційний потенціал або інвестиційна місткість галузі визначається сумою об'єктивних передумов для інвестицій, яка залежить від різноманітності об'єктів інвестування, а також від економічного становища країни, регіону, області. На регіональному рівні інвестиційний потенціал рекреаційно-туристичного господарства визначається насиченістю території рекреаційними ресурсами, розвитком матеріально-технічної бази, рівнем доходів населення та споживчим попитом [5].

Ефективна регіональна інвестиційна політика передбачає використання бюджетних інвестицій, як засобу створення первинних умов для залучення капіталу у пріоритетні галузі, зокрема рекреаційно-туристичну. Таким шляхом можна реалізовувати важливі для певних територій проекти. Перспективною формою співпраці між владою та недержавним сектором можуть стати угоди про довгострокову взаємодію між підприємствами, інвесторами та відповідними органами місцевого самоврядування. Підписання інвестиційних контрактів, створення спільних підприємств, врахування пропозицій інвесторів

під час розробки місцевих програм розвитку сприятиме тісній взаємодії і взаємному пристосуванні до умов внутрішнього та міжнародного інвестиційного ринку. Процес залучення і реалізації інвестицій, особливо іноземних супроводжується зростанням вимог до якості інвестиційних проектів, що пропонуються інвестору. Іноземні інвестори постійно звертають увагу на гостроту проблеми, яка рішуче висувається. Важливим завданням та катализатором прискорення припливу капіталу є прозорість прийняття рішень, тобто розгляд всіх проектів на зборах з представниками влади, громадських організацій, зацікавленими підприємцями, адміністраторами проектів [2].

Особливу увагу слід звернути на галузеву координацію інвестиційної діяльності. Координація інвестиційних проектів у рекреаційно-туристичному господарстві – це детальне вивчення та раціональне використання інвестиційного потенціалу рекреаційно-туристичного комплексу, науково обґрунтована інтеграція інвестиційних ресурсів для досягнення стратегічної мети інвестування та забезпечення практичної реалізації інвестиційних проектів різного розміру, спрямованості і масштабу [4].

Наявний потенціал розвитку рекреації та туризму, якщо його використовувати раціонально, в умовах кожного регіону створює наступні переваги: інвестиційні надходження і додаткові прибутки; модернізація туристичної інфраструктури; впровадження інноваційних проектів; збереження історико-культурної та етнічної самобутності; вирішення проблем навколошнього середовища. Підтримка транскордонної співпраці прикордонних територій є інструментом соціально-економічного розвитку та пом'якшує територіальні диспропорції [6].

Івано-Франківська область має надзвичайно вигідне транспортно-географічне положення, оскільки виступає проміжною ланкою між регіонами України та країнами Європейського Союзу. Державний кордон з Румунією протяжністю 45 км, та близькість розташування до державного кордону з Польщею зумовлюють обмін між прикордонними регіонами цих країн. Спільні проекти сприяють підвищенню економічної спроможності та інвестиційної привабливості місцевих громад, розташованих по обидва боки українсько-румунського кордону.

Яскравим прикладом слугує інвестиційний проект „Місцевий розвиток та передумови відкриття пункту пропуску та будівництва автодороги через румунсько-український державний кордон в межах населених пунктів Шибене (с. Зелене) Верховинського району Івано-Франківської області та Поеніле-де-Суб-Мунте повіту Марамуреш Румунія”, що зареєстрований у Міністерстві економічного розвитку та торгівлі України. Будівництво дороги міжнародного значення є тим першим основним кроком для перспективного розвитку прилеглих територій. Це перший проект з Румунією, інші в основному з Польщею. Завдяки проекту проводитиметься будівництво придорожньої інфраструктури, закладів розміщення. Пункти переходу в с. Явірник Верховинського району, особливо піші, матимуть велике значення для гірського пішохідного туризму. Що в свою чергу прискорить облаштування кемпінгових містечок, привалів. Крім того проектуватимуться інші

перспективні ідеї в рекреаційно-туристичній галузі, особливо в сільському туризмі, який в європейських країнах вийшов на якісно новий рівень розвитку – екологічний. Все більшою популярністю користуються місцевості, які завдяки своїй віддаленості залишаються самобутніми. Це природні ландшафти, пейзажі, які тісно пов’язані з історією та культурою регіону. Природно-заповідний фонд, загальнодержавні та регіональні заказники, пам’ятки природи регіонального та місцевого значення, які мають особливу вагомість для збереження та відновлення природних компонентів окремих комплексів і підтримання екологічного балансу, унікальні природні об’єкти наукового та культурно-естетичного значення. Спільне використання мережі туристичних маршрутів розрахованих на різну цільову аудиторію сприятиме забезпеченням культурно-освітньої та виховної функції туризму; для іноземних відвідувачів – з просвітницькою метою формування бачення про країну, суспільні особливості території відпочинку[1].

Відзначимо, що Верховинський район – це єдиний район Івано-Франківської області, територія якого повністю знаходитьться в межах гірських споруд Українських Карпат та межує з Румунією. Система розселення Верховинського району сформована сільськими поселеннями (42), які підпорядковані 21 сільській раді та смт. Верховина. Всі населені пункти мають статус „гірських населених пунктів”. Економічно вигідною є лісова промисловість та фермерські господарства. Тому з розвитком рекреаційно-туристичного господарства збільшиться кількість робочих місць в районі. Одночасно необхідність інфраструктури сприятиме реконструкції існуючих і прокладенню нових транспортних та інженерно-технічних комунікацій.

Найсприятливішими природними умовами для створення гірськолижних курортів характеризується центральна та північна частина району – це території Бистрецької, Замагорської, Кривопільської, Буковецької сільських рад та Верховинської селищної ради. Завдяки інвестиціям освоюватимуться нові та відбудеться відновлення інфраструктури вже освоєних гірськолижних зон. Встановлення підйомників та облаштування лижних трас дозволило б підвищити завантаженість окремих закладів (наприклад лікувально-оздоровчого комплексу „Верховина” до 70% у зимовий період, приватні садиби сільського туризму). Добре було б оснастити гірськолижні траси ретраками та сніговими пушками, для продовження лижного сезону. Створюють привабливість та зацікавленість проекти будівництва рекреаційно-туристичних комплексів на території Бистрецької, Красницької та Зеленської сільських рад.

У межах цієї території спостерігається найбільша висота снігового покриву. Схили гір мають сприятливі спуски для слаломних трас.

На базі мінеральних джерел с.Буркут ідеальним було б будівництво водолікарні, яка функціонувала на поч. ХХ ст.

Верховинський район забезпечений потенціалом для культурно-познавального, етнографічного туризму. Майже в кожному селі є етнографічні музеї, музеї-кімнати, приватні музеї. Найбільшим є регіональний етнографічний музей „Гуцульщина” в смт Верховина, в якому представлені експозиції народних майстрів гірської місцевості. Літературно-меморіальний

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

музей І.Франка, музей М.Грушевського в с. Криворівня. Відзначимо, що особливої цікавості заслуговує окрема автентична гуцульська культура, традиції якої передаються з покоління до покоління.

Приваблює гама свят від Різдва до Андрія, з театралізованими дійствами коляди, вечорниць, ворожінь. У зв'язку з цим туристичні поїздки слід планувати відповідно до місцевого календаря – прив'язувати до народних свят (Різдва Христового, Великодня, Зелених свят, Івана Купала та ін.), коли народний побут та традиції найбільш яскраво виражені.

Крім того, на базі Верховинського коледжу туризму і готельного господарства та філії обласного Центру туризму і краєзнавства учнівської молоді навчаються майбутні фахівці у галузі туризму [3].

Беручи до уваги наявну структуру розвитку рекреаційно-туристичного господарства Верховинського району, а також конкретні позиції сусідніх районів і держав, пріоритетними видами туризму є: культурно-пізнавальний, етнографічний, оздоровчо-спортивний, транзитний. Розвиток яких підвищує інвестиційну привабливість району, дозволяє розробляти спільні проекти з місцевими громадами сусідніх держав. В майбутньому транскордонна співпраця дасть змогу спільно розвиватися і вдосконалюватися.

Література

1. Гетьман В.І. Екотуризм чи екологічний туризм: теорія і реальність / Гетьман В.І. // Рідна природа. – 2002. – № 3. – С.43-45.
2. Кравців В.С. Рекреаційна політика у Карпатському регіоні: принципи формування, шляхи реалізації. — / В. С. Кравців, В. К. Євдокименко, М. М. Габрель та ін. Чернівці: Прут, 1995. — 72 с.
3. Івано-Франківщина туристична. Туристична карта схема Івано-Франківської області/ Матеріали Головного управління з питань туризму, євроінтеграції, зовнішніх зв'язків та інвестицій Івано-Франківської облдержадміністрації.
4. Рекреаційно-туристичне природокористування в Східноєвропейському регіоні : сучасний стан і перспективи: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (21-23 жовтня 2010 року). – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2010. – 206 с.
5. Страфійчук В.І. Рекреалогія. Навчальний посібник / В.І. Страфійчук. – К. : Альтерпрес, 2006. – 264 с.
6. Теоретичні та прикладні аспекти рекреаційного природокористування в Україні: монографія / К. Кілінська, Н. Аніпко, Н. Андрусяк та ін.; відп. ред. К.Й. Кілінська. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2010. – 248 с.

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ У ФОРМУВАННІ СВІТОГЛЯДУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В ПИТАННЯХ МІЖНАРОДНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

У статті розглянуто важливість міжнародного співробітництва у мирному вирішенні суперечок, які виникають між державами та уникненні збройних конфліктів, а також роль навчально-наукових інформаційних центрів у формуванні світогляду українського суспільства з питань міжнародної безпеки України.

Ключові слова: національні інтереси, міжнародне співробітництво, міжнародні організації, міжнародна безпека, навчально-наукові інформаційні центри.

Pan'kiv N., PhD, Sen'ko Yu. The Role of the Information Centers in the Formation of Ukrainian Society's Outlook in International Security of Ukraine.

The importance of international cooperation in the peaceful settlement of disputes which arise between states and the avoidance of armed conflictand the roleof educational and scientific information centersin the formation of Ukrainian Society's Outlook in International Security of Ukraine are considered in this article.

Keywords:national interests, international cooperation, international organizations, international security, educational and scientific information centers.

Неврахування колишньою владою думки більшості громадян щодо зовнішньополітичного курсу держави, тотальне нехтування правами та свободами людей, застосування насильства та сили проти мирних акцій протесту привели до «Революції гідності», яка мала своїм наслідком докорінну зміну влади у державі, народження нового українського суспільства.

Враховуючи трагічні події, які мали місце під час Революції гідності, порушення тодішнім режимом норм національного та міжнародного права, маніпуляцію фактами та їхньою оцінкою у провладних, а в подальшому і в російських засобах масової інформації, а також у зв'язку з окупациєю Росією Криму та відкритої підтримки сепаратистських дій і тероризму в Донецькій та Луганській областях, Україна опинилася в умовах «інформаційної війни». Таким чином, посилення інформаційного впливу Росії провокує дії антиукраїнського характеру, які загрожують конституційному ладу, територіальній цілісності і суверенітету України. Як наслідок – усвідомлення суспільством нових реальностей і перегляд існуючих концепцій безпеки.

Існування ядерної зброї та інших засобів масового знищенння вимагає від людства усвідомлення нових реалій і перегляду існуючих концепцій безпеки. Стало очевидним, що безпеку держави вже неможливо забезпечити тільки військово-технічними засобами, оскільки сьогодні будь-яке порушення світу тається у собі небезпеку для всієї планети. Виник новий, набагато

небезпечніший вид війни – гібридна, яка, окрім звичайних військових засобів використовує інформаційний вплив на громадськість.

Інтереси міжнародної безпеки і сьогоднішня ситуація в Україні вимагають виключити саму можливість виникнення будь-яких воєн. Сьогодні при вирішенні міжнародних суперечок необхідно використовувати винятково політичні засоби, що допускаються міжнародним правом – це міжнародне співробітництво між країнами. Особлива роль у цьому зв'язку належить міжнародним відносинам, зокрема, через двостороннє співробітництво і співробітництво в рамках міжнародних організацій і конференцій.

Кожна держава на міжнародній арені прагне, насамперед, захистити і забезпечити свої національні інтереси, не допустити зазіхання на свій суверенітет і міжнародну правосуб'єктність. До прийняття в 1928 р. Паризького договору про відмову від війни як знаряддя національної політики (Пакту Бріана-Келога) будь-які засоби, у тому числі і військові, визнавалися правомірними для забезпечення національних інтересів держав у міжнародній системі. Виходом вирішення криз і протиріч служить міжнародне співробітництво.

Саме поняття «міжнародне співробітництво», за визначенням Ж.-П. Дерієнка, відбиває такий процес взаємодії двох чи декількох акторів, у якому виключається застосування збройного насильства і домінують спільні пошуки реалізації загальних інтересів. Усупереч повсякденному розумінню, співробітництво – це не відсутність конфлікту, але «рятування» від його крайніх, кризових форм. Міжнародне співробітництво створює умови для участі держави в розв'язанні спільних проблем і надає додаткові можливості для вирішення власних. Для країн, що розвиваються, таке співробітництво є не лише засобом зміцнення власних позицій на міжнародній арені, більш вагомого впливу на регіональні і глобальні процеси, але й джерелом компенсації браку національних ресурсів (фінансових, економічних, політичних), потрібних для реалізації внутрішньої і зовнішньої політики. Водночас, держава бере на себе додаткові зобов'язання та повинна бути готова до можливих ризиків і нових викликів, пов'язаних з їх виконанням чи невиконанням з різних причин (політичних, ресурсних, організаційних).

Розвиток співробітництва між державами й іншими акторами міжнародних відносин викликає до життя цілу систему міждержавних і недержавних організацій глобального і регіонального значення. Міжнародні відносини зазнали докорінних змін: нових рис набула боротьба за глобальне та регіональне лідерство. Через глобальні мережі торговельно-економічних, політичних, інформаційних, культурних зв'язків поширюються не лише кращі надбання людства, але й економічні, політичні, соціальні потрясіння. Колись найбільш загрозливі протиріччя між державами за принципом «свій-чужий» трансформуються та поступаються місцем транскордонним викликам, впоратися з якими не вдається не лише поодинці, але й силами наявних, але побудованих на старих засадах міжнародних організацій.

Висновки про неможливість одноосібно протидіяти сучасним комплексним загрозам і викликам, рекомендації стосовно необхідності

розвитку міжнародної кооперації і партнерства стали шаблонною частиною стратегічних документів держав і міжнародних організацій. Їх логічність та очевидність не піддаються сумніву – так само, як і розуміння складності практичної реалізації. Дуже часто діяльність міжнародних організацій блокується нездоланими бар'єрами розбіжностей в цінностях, інтересах їх членів, неготовності (або неможливості) створювати свою ресурсну базу.

На сьогоднішній день Україна є членом 75 міжнародних організацій; бере участь у багатьох багатонаціональних місіях (ООН, ЄС, НАТО). Однак позаблокова політика передбачає більшу відповідальність за забезпечення національної безпеки та оборони. Її наслідки ми долаємо сьогодні. Адже, навіть, окремі європейські країни без формального членства в ЄС (Норвегія, Швейцарія) чи в НАТО (Австрія, Фінліндія, Швеція) є, по суті, інтегрованою частиною економіки ЄС і євроатлантичної безпекової спільноти [3].

В сучасних умовах, коли в Україні назріла реальна потреба в об'єднанні зусиль і підтримці сусідніх країн, а також окремих міжнародних організацій, важливою у забезпеченні інформування суспільства про принципи діяльності певних організацій і розуміння цінностей їх країн-учасниць є робота інформаційних науково-дослідницьких центрів. Один з яких функціонує на базі Львівського державного інституту економіки і туризму за підтримки Центру інформації та документації НАТО в Україні.

Львівський навчально-науковий центр вивчення питань міжнародної безпеки (ЛЦВПМБ) було урочисто відкрито 22 грудня 2008 року. Даний центр реалізує мету створення можливості для отримання громадськістю Львівської області об'єктивної, неупередженої інформації про основні засади євроінтеграції та європейської моделі розвитку; про переваги співпраці України з Європейським союзом та Північноатлантичним альянсом, а також формування умов для проведення відкритих дискусій на різних рівнях (загальноосвітні школи, ВНЗ, підприємства, громадські організації) щодо причин створення та діяльності ЄС, НАТО, форм і напрямів їх співпраці з Україною. ЛЦВПМБ сприяє виробленню свідомої світоглядної позиції щодо курсу України на асоціацію і майбутню інтеграцію з Європейським Союзом та Північноатлантичним Альянсом серед інтелігенції, підприємців, громадськості, студентської молоді, школлярів тощо.

ЛЦВПМБ надає зацікавленим особам наукову літературу, інформаційні та методичні матеріали з питань євроатлантичної інтеграції, організовує молодіжні клуби “Дебати”, проводить зустрічі з провідними українськими експертами, що займаються вивченням питань співпраці України з Європейським союзом та Північноатлантичним альянсом, організовує конференції, в т. Ч. Студентські, з євроатлантичної тематики, займається вивченням громадської думки (на базі кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, громадських соціологічних служб, студентських самоврядних органів), проведенням нарад, прес-конференцій для ЗМІ.

За час роботи Центру проведено ряд відкритих заходів за участю органів місцевої, державної влади, громадських організацій, представників інституту, ЗМІ та всіх зацікавлених осіб. Це зокрема:

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

- міжнародний круглий стіл «Євроатлантична інтеграція України: бачення львів'ян» (24.03.2009), участь у якому взяли професор Копенгагенського університету доктор Пітер Вітто Якобсен, аналітик Датського інституту з прав людини доктор Ерік Андре Андерсен, прес-секретар Міністерства оборони Данії Генрік Левісон, іноземний редактор найбільшої датської газети «Юландс Постен» Єтте Ельбек Мересса, представники посольств США, Канади та представники громадських організацій Львівщини, науковці, експерти;
- навчально-інформаційний семінар на тему «НАТО: Друг чи ворог?» (03.06.2009) за участю спеціально запрощених гостей – п. Мішеля Дюре, директора Центру інформації та документації НАТО в Україні (станом на той час), п. Костянтина Бабака, завідувача сектору інформування громадськості та підготовки фахівців у сфері євроатлантичної інтеграції Кабінету Міністрів України;
- влітку 2009 року студентки інституту Бойко Любов, Чемерис Юля та Шумбасова Анастасія взяли участь у проекті «Аліант-2009 Україна», щорічному міжнародному конкурсі, який започатковано в 2000 році Асоціацією “Ягелло 2000” в Чехії. Команда ЛІЕТ увійшла в число переможців цього конкурсу і отримала можливість здійснити захоплюючу подорож в Польщу, Словаччину та Чехію;
- у 2011 році у такому ж змаганні брали участь ще дві команди студентів ЛІЕТ. Вони пройшли в ІІ тур, який проходив у м. Бердичеві і також взяли участь у захоплюючих військово-спортивних змаганнях.

У 2010-2012 рр. ЛЦВПМБ зосередив свою роботу на аспектах євроатлантичної інтеграції нашої держави, в рамках підготовки України разом із сусідньою Польщею до Чемпіонату Європи з футболу.

Також протягом 2012-2014 рр.у ЛЦВПМБ за участю ГО «Українська справа» відбувся ряд семінарів-тренінгів «Вимір безпеки України» для вчителів історії та географії ЗОСШ м. Львова. В їх ході були розглянуті питання безпеки України на фоні глобальної безпеки: методологічні питання щодо сучасного бачення і сприйняття; поєднання інформаційних та освітніх зусиль громадських, державних установ та міжнародних організацій: досвід і можливості в нових умовах; концепт «руського міра» чи європейська інтеграція: глобальні виклики для України; кіберзагрози як нові виклики міжнародної безпеки.

У жовтні 2013 року представники Центру та студенти ЛІЕТ спеціальності «Міжнародна економіка» взяли участь в осінній академії «NATOinChangingGlobalSecurityEnvironment», а також у семінарі «Гендерна культура в сфері безпеки», де були розглянуті та викликали жваве обговорення цікаві питання забезпечення гендерної рівності у різних сферах суспільно-політичного життя різних країн Європи, США та України.

Якраз напередодні «революції гідності» у листопаді 2013 року Центр відвідала делегація Представництва ЄС в Україні.

У квітні 2014 року Львівський центр вивчення питань міжнародної безпеки провів опитування серед студентської молоді Львова на тему: «Чи потрібна

Україні колективна безпека Північноатлантичного Альянсу (НАТО) в сучасній суспільно-політичній ситуації?». Результати опитування були наступними: 93,4% студентів – підтримують вступ України до Північноатлантичного Альянсу; 3,7% – ще не визначили із власною позицією; 2,9% – висловились проти такого вступу;

Що приєднання України до НАТО зробить українську армію сильнішою і більш боєздатною вважають 89,7% респондентів; 7,9% – не мають власної думки з цього приводу; 2,9% – вважають, що це ніяк не вплине на міць і боєздатність нашої армії;

69,1% респондентів вважає, що існує очевидний зв'язок між вступом України в НАТО і посиленням демократичних зasad розвитку нашої країни; 23,5% – не визначились зі своєю думкою з даного питання; 7,4% – такого зв'язку не бачать.

На питання «На Ваш погляд, чи варто було підписувати Україні Договір про нерозповсюдження ядерної зброї? Свою відповідь обґрунтуйте» 23,5% студентів відповіли ствердно; ще 25% – проти такого підписання; більше половини опитаних (51,5%) – не визначились із власною позицією із даного питання.

Обґрунтування, які найчастіше зустрічались в анкетах: «Так, тому що «Україна – мирна держава»; «Ядерна зброя небезпечна як для нашої країни, так і для всього світу»», «Ні, тому що «Наша держава стала беззахисною»; «втратила вплив»; «ніякої допомоги на сьогоднішній день Україна не отримує, а території віднімають».

Отже, що міг би дати нам, пересічним українцям, вступ до НАТО? Головна перевага членства в НАТО полягає у політичній здатності Альянсу забезпечувати мир в інтересах громадян, упереджувати конфлікти та знімати протиріччя шляхом компромісу, співробітництва і партнерства.

Безумовно зі вступом України в НАТО ми отримаємо багато переваг, зокрема: надання гарантій безпеки, у відповідності до яких напад на Україну означає напад на всіх членів НАТО; у відповідь на напад на Україну із застосуванням ядерної хімічної чи бактеріологічної зброї означатиме адекватну відповідь з боку ядерних держав – членів НАТО; вступ до НАТО знижує ризик війни проти України; у результаті вступу в НАТО Україна зміцнить свою політичну незалежність, крім того це гарантуватиме захищеність від зовнішнього втручання у внутрішні справи України; у результаті вступу до НАТО Україна зміцнить свою терitorіальну цілісність, сепаратизм втратить силові основи для своєї можливості реалізації; покращення міжнародного інвестиційного іміджу України; членство в НАТО покращить перспективи вступу України до Євросоюзу; Україна стане рівноправним учасником обговорення всіх питань, що стосуються проблематики формування систем глобальної безпеки та інші.

Таким чином, зважаючи на сьогоднішню геополітичну ситуацію, в Україні існує єдиний можливий шлях розвитку, однак, прямуючи ним, треба зробити ще достатньо багато кроків, щоб досягти консенсусу відносно цінностей,

інтересів, стратегічних цілей та бачення безпеки нашої держави і не останню роль у цьому відіграють навчально-наукові інформаційні центри.

Література:

1. Бабст С. Громадська дипломатія та характерний образ НАТО. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: WWW. URL. : http://www.nato.int/nidc/docs/2011/Public_Diplomacy_and_the_NATO_brand-ukr.pdf.pdf
2. Дж. С. Най. Нова публічна дипломатія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: WWW. URL. : <http://www.day.kiev.ua/uk/article/den-planeti/nova-publichna-diplomatiya>
3. Національна безпека України крізь призму співробітництва з міжнародними організаціями//Національна безпека і оборона, №6 (143) 2013, с.3-6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: WWW. URL. : http://www.razumkov.org.ua/ukr/files/category_journal/Zhrnl_6_2013_site_rdc.pdf
4. Ціватий В. Публічна дипломатія: традиції, тренди та виклики (досвід і пріоритети для України). [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: WWW. URL. : <http://uaforeignaffairs.com/ua/ekspertna-dumka/view/article/publichna-diplomatija-tradiciji-trendi-ta-vikliki-dosv/>
5. Шкідченко В.П. Перспективи співробітництва України з міжнародними структурами безпеки. // Забезпечення національної безпеки України в умовах глобальних та регіональних невизначеностей : матеріали круг. столу (Київ, 6 березня, 2012 року) / за ред. Ю.В. Ковбасюка, К.О. Ващенка, Г.П. Ситника. – НАДУ, 2012. – 159 с.

Передерко В. П.
Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу,

РЕГІОНАЛЬНІ ТУРИСТИЧНІ ІНІЦІАТИВИ ЯК ЗАСІБ ІНТЕГРАЦІЇ В ЄС (НА ПРИКЛАДІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

У статті розглянуто сучасний позитивний досвід Івано-Франківської області у контексті реалізації органами влади та інститутами громадянського суспільства спільних туристичних ініціатив, які безпосередньо чинять вплив на пришвидшення євроінтеграційних процесів у регіоні зокрема та державі в цілому.

Ключові слова: туризм, інтеграція, інвестиції, Європейський Союз

Pereuderko V.P. Regional tourism initiatives as a tool of integration in the EU (by example of the Ivano-Frankivsk region). In the article the current positive experience of the Ivano-Frankivsk region reviewed in the context of government and civil society institutes implementation of mutual tourism initiatives that directly impact the acceleration of European integration processes in the region in particular and the country as a whole.

Keywords: tourism, integration, investments, the European Union

Членство України в ЄС відкриває великі можливості використання організаційно-фінансових механізмів для підвищення економічної ефективності національної туристичної галузі.

З метою створення спільногого простору європейського туризму, впровадження інноваційної моделі розвитку нашої країни як туристичної держави, перспективними є реалізація таких заходів щодо розбудови співпраці України з державами-членами ЄС у галузі туризму:

- гармонізації національного законодавства у галузі туризму з відповідними міжнародними нормами;
- лібералізація прикордонних і митних формальностей для туристів, які здійснюють подорожі між Україною та державами-членами ЄС, що є для України генеруючими туристичними ринками;
- залучення інвестицій до розбудови туристичної та курортної інфраструктури туризму, в тому числі транскордонної, а також створення корпоративних туристичних продуктів;
- надання фінансової та технічної допомоги з боку ЄС, зокрема, в рамках цільових програм, проектів тощо;
- сприяння ЄС щодо створення системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів України (державних службовців, працівників туристичних підприємств і готельних господарств, науковців і викладачів туристичних навчальних закладів) через проходження відповідного навчання і стажування у спеціалізованих навчальних закладах держав-членів ЄС [9].

Загальні та спеціальні питання впливу туризму на національну та світову економіку, євроінтеграційного контексту туристичної галузі досліджуються у роботах Л.Горбач, А.Дуровича, М.Кабушкіна, В.Квартальнова, В.Новицького, Г.Папіряна, Є.Савельєва [2-3; 5; 7; 17; 19-20]. Серед останніх робіт варто згадати публікації О.Вікарчука, В.Зайцевої та інших [1; 4; 6; 15-16; 18].

Проаналізувати діяльність регіональних акторів у сфері розвитку туризму, заснованій на цільовому партнерстві влади, бізнесу та інститутів громадянського суспільства, у контексті реалізації євроінтеграційних ініціатив держави.

З огляду на останні рішення влади щодо спрощення ведення бізнесу через deregуляцію видів економічної діяльності і одночасної ліквідації Державного агентства України туризму та курортів, напрошується неоднозначний висновок – або держава пріоритет галузі ставить на паузу відкладеного попиту або бере курс на саморегуляцію у цій сфері.

Наразі відбувається реалізація підготовчого етапу гармонізації законодавства України в галузі туризму з директивами та іншими актами ЄС. Прийняті наступні нормативно-правові акти: розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.09.2014 р. № 847-р [8], наказ Міністерства інфраструктури України від 14.10.2014 № 512 [13], а 23 січня 2015 року затверджено комплексний план діяльності Державного агентства України з туризму та курортів з реалізації імплементаційних заходів на 2015 рік у сфері туризму [11].

Якщо держава зрештою візьме курс на саморегуляцію сфери туризму, то у такому випадку зростатиме роль профільних громадських об'єднань. І поки на державному рівні такі об'єднання (Асоціація ділового туризму України, Асоціація лідерів турбізнесу України, Українська асоціація активного та екологічного туризму, Всеукраїнська Федерація роботодавців у сфері туризму України тощо) визначатимуть стратегічні напрями розвитку туризму, на регіональному – провадитиметься більш практична діяльність.

Сьогодні регіональний аспект євроінтеграційних процесів полягає в активній співпраці громадських організацій, органів місцевої виконавчої влади, органів місцевого самоврядування щодо розбудови інфраструктури, промоції, підвищення кваліфікації кадрів тощо.

Активність і професійність профільних громадських організацій на рівні регіонів невдовзі буде визначати напрями туристичної політики останніх, а, отже, і залучення інвестиційних коштів у розвиток туризму, у т.ч. через проекти ЄС.

Одним із таких позитивних досвідів є приклад Івано-Франківської області, яка щороку спільними зусиллями місцевої влади та громадських організацій (Регіональний туристично-інформаційний центр, Туристична асоціація Івано-Франківщини, Асоціація економічного розвитку Івано-Франківської області тощо) залучає у розвиток туризму інвестиційні ресурси з ЄС.

Із серпня 2014 року в області розпочато реалізацію великого інфраструктурного туристичного проекту «Івано-Франківська область – край для туризму» [14]. Термін його реалізації – 30 місяців.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Проект «Івано-Франківська область – край для туризму» впроваджується Івано-Франківською облдержадміністрацією за підтримки Івано-Франківської обласної ради і співфінансується Європейським Союзом. Метою проекту є підтримка соціально-економічного зростання Івано-Франківщини через впровадження ефективної регіональної політики та розвиток туристичної галузі Прикарпаття.

Асоційованими партнерами виступають Регіональний фонд підтримки підприємництва по Івано-Франківській області та Регіональний туристично-інформаційний центр.

Завдання проекту:

- реалізація політики розвитку туризму через розробку та прийняття регіональної цільової програми розвитку туризму на 2016-2020 роки;
- створення умов для ефективного функціонування туристичної індустрії в області шляхом забезпечення функціонування Івано-Франківського обласного центру розвитку туризму;
- забезпечення підвищення якості туристичних послуг шляхом організації курсів підвищення кваліфікації для працівників галузі, проведення категоризації садиб та запровадження он-лайн консультування підприємців галузі;
- розвиток туристичної інфраструктури регіону – будівництво центрів гостинності для зупинок туристичних автобусів і короткотермінового відпочинку туристів та встановлення інформаційних таблиць до туристичних атракцій;
- підтримка позитивного іміджу Івано-Франківщини туристичної (видання промоційних матеріалів про регіон та його туристичні особливості, забезпечення участі області у туристичних виставках, організація ознайомчих візитів в область для ЗМІ та туристичних фірм, проведення круглих столів, конференцій з питань розвитку туризму).

На сьогодні завершується опитування суб'єктів туристичної діяльності, туристів і гостей області та розпочато підготовку аналітичного звіту проведеного анкетування; закладено правові основи функціонування Івано-Франківського обласного центру розвитку туризму; презентовано напрацювання в напрямку створення центрів гостинності для зупинок туристичних автобусів і короткотермінового відпочинку туристів на території області (формується перелік потенційних місць розміщення центрів).

Розпочато роботи з розробки Інтернет-порталу та електронної бази даних туристичних об'єктів та атракцій Івано-Франківщини, створена сторінка проекту, на якій оперативно оновлюється інформація про хід його виконання в соціальній мережі Facebook [14].

Видані банери, презентаційні папки, пакети, ручки, горнята, календарі «Івано-Франківська область – край для туризму».

Презентовано попередні результати дослідження туристичного потенціалу Івано-Франківської області. Особливу увагу приділено обговоренню аналізу розвитку туристичного сектору та його вплив на економіку регіону.

Розпочату роботу з розробку проекту регіональної цільової програми розвитку туризму в області на 2016-2020 роки [10; 12].

Проект покликаний сприяти гармоніованому розвитку туристичної галузі в Івано-Франківській області. Він сприятиме підтримці регіону як туристичної території через організацію та проведення рекламних заходів, публікацій, ознайомчих поїздок для туристичних компаній та діяльності центрів гостинності та туристичної інформації. В цілому, реалізація проекту сприятиме економічному та соціальному розвитку місцевих громад на основі їх ресурсів, місцевих можливостей та партнерства. Такі цільові групи, як туристи, гіди, туристичні компанії отримуватимуть інформаційну допомогу про регіональні туристичні продукти та послуги за відповідними стандартами якості та безпеки.

Підтримка за допомогою реалізації заходів цього проекту соціально-економічного зростання Івано-Франківщини через розвиток туристичної галузі Прикарпаття є саме тим інструментом, який забезпечує євроінтеграційний поступ області, оскільки на всіх етапах його впровадження дотримуються прямо чи опосередковано стандарти ЄС.

Таким чином, активні туристичні регіони, зокрема Івано-Франківщина, послідовно сприяють залученню України до програм міжнародного співробітництва у сфері туризму, зокрема фінансової та технічної допомоги, а також до інвестиційних проектів ЄС. Це, безумовно, якісно позначається на розбудові туристичної галузі області, сприяє соціально-економічному та культурному розвитку нашої держави в цілому.

Література

1. Вікарчук О. І. Міжнародний туризм як форма інтеграційних процесів України [Текст] / О. І. Вікарчук // Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі : III Міжнародна науково-практична конференція / За ред. Саух І. В. – Житомир : Вид-во ЖФ КІБІТ, 2009. – С. 90-95.
2. Горбач Л. М. Міжнародні економічні відносини [Текст] / Л. М. Горбач, О. В. Плотніков. – К., 2007. – 173 с.
3. Дурович А. П. Маркетинг в туризме [Текст] : Учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2003. – 496 с.
4. Зайцева В. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі [Текст] / В. М. Зайцева, О. М. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 2 (8). – С. 55-65.
5. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма [Текст] : Учебник / Н. И. Кабушкин. – Мн. : Новое знание, 2002. – 409 с.
6. Каракина Н. П. Розвиток міжнародного туризму в Україні у контексті світової інтеграції [Текст] / Н. П. Каракина, О. О. Савіцька. – Молодий вчений. – №5 (08) травень 2014 р. – С. 109-113.
7. Квартальнов В. А. Туризм [Текст] : Учебник / В. А. Квартальнов. – М. : Фінанси и статистика, 2002. – 320 с.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

8. Матеріали сайту Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/847-2014-p>.
9. Матеріали сайту «Все про туризм – туристична бібліотека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.URL: <http://infotour.in.ua/Ukr-ES.htm>.
10. Матеріали сайту Департаменту міжнародного співробітництва, євроінтеграції та розвитку туристичної інфраструктури облдержадміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.URL: <http://frtt.if.gov.ua>.
11. Матеріали сайту Державного агентства України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.URL: <http://www.tourism.gov.ua/ua/news/27574/>.
12. Матеріали сайту Івано-Франківської облдержадміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.URL: <http://www.if.gov.ua>.
13. Матеріали сайту Міністерства інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.URL: http://www.mtu.gov.ua/uk/mtzu_decrees/45804.html.
14. Матеріали сайту офіційної сторінки проекту «Івано-Франківська область – край для туризму» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.URL: <https://www.facebook.com/pages/EU-Project-Ivano-Frankivsk-region-land-for-tourism/585333218246308?sk=timeline>.
15. Мишаста Т. М. Туризм та євроінтеграційна політика України [Текст] / Т. М. Мишаста // Вісник ДІТБ. – 2008. – № 12. – С. 252-255.
16. Краєвська О. Співпраця України та Європейського Союзу у сфері туризму: політико-правовий аспект [Текст] / О. Краєвська, Ю. Присяжнюк // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2008. – Вип. 24. – С. 269-278.
17. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України [Текст] : Підручник / В. Є. Новицький. – К. : КНЕУ, 2003. – 168 с.
18. Міжнародні відносини і туризм: сучасність та ретроспектива [Текст] : збірник матеріалів Третьої всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. – Острог : Видавництво Національного університету “Острозька академія”, 2012. – Вип. 2. – 196 с.
19. Папирян Г. А. Международные экономические отношения. Экономика туризма [Текст] / Папирян Г. А. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 208 с.
20. Савельєв Є. В. Європейська інтеграція і маркетинг [Текст] / Є. В. Савельєв. – Тернопіль : Карт-бланш, 2003. – 482 с.

ІННОВАЦІЇ В ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ

Анотація: інновації відіграють важливу роль у формуванні конкурентоздатності туристичного продукту та їх впровадження має носити системний характер. Автор класифікував інновації зеленого туризму та розробив рекомендації щодо їх імплементації.

Ключові слова: зелений туризм, інновації, конкурентноздатність

Petrychenko P.A. Innovations in green tourism. Innovations play important role in the tourism product competitiveness formation and their implementation should be a systemic basis. Author suggests a classification of green tourism innovations and provides recommendations for their implementation.

Keywords: green tourism, innovations, competitiveness

Інновації в туризмі мають велике значення та формують конкурентноздатність саме як фактори персонального залучення, якості послуг розміщення, широти асортименту послуг та пропонуемых для туристів видів активності, атрактивності території, орієнтації на сімейний та дитячий відпочинок, співвідношення ціни та якості пропонуемых продуктів [2].

Дослідження інноваційних процесів в туристичній індустрії України [3, 5] дозволяють виділити декілька видів інновацій у сільському зеленому туризмі, які з прикладами реалізації наведені у таблиці 1.

Табл. 1

Інновації у сільському зеленому туризмі (СЗТ)

Види інновацій	Приклади
Організаційно-управлінські	<ul style="list-style-type: none"> - кластери СЗТ; - франчайзингові мережі
Маркетингові	<ul style="list-style-type: none"> - нові концепції сервісу - нові канали зв'язку з клієнтами - освоєння нових ринків
Продуктові	<ul style="list-style-type: none"> - розробка нового туру чи екскурсійного маршруту - розвиток товарної пропозиції на рівні реального виконання чи рівні підкріplення
Технічні	<ul style="list-style-type: none"> - впровадження провідних інформаційних телекомунікаційних технологій - електронні гіди-путівники та супутникові навігатори - комп'ютерні системи управління та обліку

Найбільш поширені та доступні для впровадження маркетингові, продуктові та технічні види інновацій, але організаційно-управлінські важливі

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

для формування та обслуговування нових маршрутів та залучення туристів за новими напрямками (наприклад, з хайкінгу чи трекінгу).

Інновації у СЗТ можуть бути спрямовані на різні об'єкти та мати відповідні їм цілі (таблиця 2).

Враховуючи сучасний стан розвитку туризму в Україні в цілому та у зеленому туризмі зокрема, можна сформувати наступні рекомендації щодо приоритетних напрямків впровадження інновацій в сільському зеленому туризмі:

1. Інформаційна локалізація та просування суб'єкта підприємництва й пропонуємих продуктів. Інформування може бути реалізовано за допомогою власного сайту чи допоміжних ресурсів. Більш ефективною практикою є використання закордонних та вітчизняних сайтів-агрегаторів туристичної пропозиції, а саме: www.booking.com, www.tripadvisor.com, www.makemytrip.com, www.ecotourism.org, www.green-tourism.com, www.eurogites.org, www.greentour.com.ua, www.ruraltourism.com.ua, www.zeleniyturizm.com.ua

Таблиця 2

Об'єкти та цілі інновації у СЗТ

Об'єкт інновації	Цілі інновації
Регіон / Країна	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення ефективності функціонування інфраструктури туризму - підвищення ефективності управління розвитком туристичної сфери в країні - сприяння зайнятості населення - вирішення соціальних проблем села
Турист	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення рівня задоволеності туристів - розширення кола потенційних туристів - відновлення та розвиток духовних та фізичних сил туристів
Підприємство СЗТ	<ul style="list-style-type: none"> - удосконалення функціонування комплексу - підвищення іміджу і конкурентоздатності підприємства
Продукт СЗТ	<ul style="list-style-type: none"> - поліпшення якісних характеристик турпродукту - підвищення ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг

2. Оптимізація роботи з пошуковими системами (SEO) використовуючи наступні засоби:

- реєстрація в самостійних каталогах (вручну або за допомогою спеціальних ресурсів) та каталогах пошукових систем;
- обмін посиланнями;
- розміщення статей, прес-релізів, створення та ведення блогів;
- формування та настройка унікальних мета тегів для SEO (title, description, keywords, тощо).

3. Маркетинг у соціальних мережах:

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

- створення спільнот бренду (представництв компанії в соціальних медіа);
 - робота із блогосфeroю (корпоративний блогінг, twitter-маркетинг та робота із популярними блогерами);
 - репутаційний менеджмент;
 - персональний брендинг.
- 4. Інші засоби інтернет-маркетингу:
 - персональні розсилки по сегментах (дайджести), пропозиції знижок при кинутому замовленні або при тривалому перегляді товару;
 - лідогенерація (від англ. «генерування лідів») - генерація лідів, спосіб пошуку і залучення клієнтів через Інтернет, цілеспрямований Інтернет-маркетинг [4].
- 5. Використання картографічних систем:
 - реєстрація існуючих баз, садіб, маршрутів;
 - розробка нових маршрутів та їх поширення у мережі Інтернет;
 - використання планувальників маршрутів та інтерактивних карт.
- 6. Встановлення мобільного додатку для адміністрування та керування замовленнями:
 - перегляд списку замовлень;
 - детальний перегляд замовлення;
 - зміна статусів замовлень;
 - фільтр замовлень по статусах;
 - найнеобхідніші звіти;
 - менеджер завжди на роботі, де б він не був.
- 7. Система управління взаємовідносинами «Щасливий Гість» [1]:
 - об'єднує дані щодо клієнта з різних платформ в єдину базу даних;
 - охоплення процесів на всьому протязі перебування клієнта;
 - індивідуальні параметри приміщення з особистими уподобаннями;
 - динамічне оновлення переваг під час перебування;
 - формування спостережень для співробітників;
 - індивідуальне привітання з ім'ям гостя (на рецепції, у ресторані);
 - персоналізовані взаємодії (E2C);
 - дзвінки-опитування, e-mail розсилки з новими пропозиціями, акціями;
 - автоматичний розподіл «лідов» між менеджерами;
 - розрахунок воронці продаж для оцінки ефективності продажів.

Література

1. Neuhofer, B., Buhalis, D. and Ladkin, A. 2015. Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.academia.edu/10672841/Neuhofer_B._Buhalis_D._and_Ladkin_A._2015._Smart_technologies_for_personalized_experiences_a_case_study_in_the_hospitality_domain
2. Sidali, Katia L. Farm Vacation Tourism between Tradition and Innovation. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.academia.edu/6697884/Farm_Vacation_Tourism_between_Tradition_and_Innovation

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

3. Бузни А. Н. К вопросу о классификации видов туристских услуг с учетом инновационной предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://www.napks.edu.ua/library/_compilations_vak/eiu/2011/4/p_59_63.pdf
4. Вікісторинка: Лідогенерація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wikipage.com.ua/Internet/ldogeneratsya.html>
5. Чернікова В.І. Особливості інновацій в туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/39/3666-osoblivosti-innovacij-u-turizmi.html>

Пизоха Богуслав¹, Зінько Юрій², Горішевський Павло³,
Мальська Марта⁴, Антонюк Наталія⁵

¹Бещадська Фундація (м. Устрики Дольні, Польща),

²Громадський благодійний «Еколого-географічний фонд» (м. Львів, Україна),

³Івано-Франківська обласна організація сприяння розвитку сільського зеленого туризму (м. Івано-Франківськ, Україна),

⁴Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна), д.е.н., проф.

⁵Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна), д.і.н., проф.

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ GoToCarpathia ДЛЯ ОБ'ЄКТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТАХ

Регіональна система екологічної сертифікації *GoToCarpathia* слугує для розвитку і промоції зеленого туризму у Східних Карпатах. Нині вона діє у карпатських регіонах Польщі і Словаччини. Її складовими є: збереження природного середовища, традиційна кухня, підтримка традиційної архітектури та побуту, впровадження енергозберігаючих та нешкідливих для середовища технологій. З 2014 року розпочато підготовку до впровадження екологічної сертифікації *GoToCarpathia* в Українських Карпатах. На теренах Львівської, Івано-Франківської та Закарпатської областей уже відібрано низку суб'єктів туристичної діяльності, які бажають отримати цей екологічний сертифікат. Впровадження системи *GoToCarpathia* дасть можливість поліпшити якість послуг суб'єктів зеленого туризму, розширити спектр їхніх нічліжних, гастрономічних, освітніх послуг та забезпечити просування їхніх продуктів на регіональному, національному й міжнародному туристичних ринках.

Ключові слова: екологічна сертифікація *GoToCarpathia*, Східні Карпати, зелений туризм, туристичні послуги, сталий розвиток.

Pyzocha B., Zin'ko Yu., Gorishevskyy P., Mal'ska M., Antoniuk N. The perspectives for the implementation of international system certification GoToCarpathia for green-tourism objects in the Ukrainian Carpathians. Regional ecological certification system *GoToCarpathia* serves the development and promotion of eco-tourism in the Eastern Carpathians. Today it operates in the Carpathian region of Poland and Slovakia. Its components are: the preservation of the environment, traditional cuisine, maintaining the traditional architecture and way of life, energy-saving and environment-friendly technologies for. 2014 started preparations for the implementation of ecological certification *GoToCarpathia* in the Ukrainian Carpathians. On the territory of L'viv, Ivano-Frankivsk and Transcarpathian regions already selected a number of tourist activities who wish to obtain this environmental certificate. Implementation of *GoToCarpathia* will enable improved quality green tourism business; expand their range of lodging, catering, educational services, to

promote their products at the regional, national and international tourist markets.

Keywords: ecological certification system *GoToCarpathia*, Eastern Carpathians, green tourism, touristic service, sustainable development.

Сертифікати *GoToCarpathia* належать до різних груп товарів і послуг на території Східних Карпат і є місцевим аналогом екологічних сертифікатів і знаків якості (рис. 1). Подібні сертифікати часто називають *екосертифікатами* чи *еко-етикетками*. Поштовхом до впровадження сертифікатів *GoToCarpathia* стало постійне зростання попиту на відзначену екологічним маркуванням продукції чи послуги. Ця система слугує для розвитку і промоції зеленого туризму у Східних Карпатах [1, 8, 9].

Сертифікати *GoToCarpathia* у галузі зеленого туризму надають у таких категоріях: послуги розміщення, послуги харчування, навчальні послуги, а також створення екотуристичного продукту. Окрему категорію створено для організацій і громадських лідерів, які підтримують і просувають ідею зеленого туризму – «Посол східнокарпатського екотуризму».



Трансфер ідеї зеленого туризму в Україні на основі системи сертифікації *GoToCarpathia*

Рис. 1. Екосертифікат *GoToCarpathia* присвоюють різним групам товарів і послуг, які відповідають вимогам сертифікації

При здійсненні сертифікації послуг і продуктів зеленого туризму у Східних Карпатах використовують такі *головні принципи*: дотримання стандарту та якості послуг; забезпечення охорони навколошнього середовища; використання місцевих продуктів харчування та регіональної кухні; дотримання традиційного характеру об'єктів архітектури, їх інтер'єру та оточення; активна участь у просуванні регіону Східних Карпат [1].

Система сертифікації *GoToCarpathia* уже кілька років діє у себрегіонах Східних Карпат на території Польщі і Словаччини. Зокрема, з польської сторони це такі субрегіони як: *Бещади* разом з горами Сяноцько-Турчанськими; *Низький Бескид* разом з Ясельським передгір'ям, Буковським передгір'ям, Горліцким пониженням і Ясельско-Кросненським котловиною; *Цешковіцке і Стрижовське Передгір'я*; *Пшемиське і Диновське передгір'я* (разом з Жешовським передгір'ям). Зі словацькою стороною це такі себрегіони як: *Верхній Земплін* – округи: Гуменне, Медзілаборце, Сніна, Стропков, Вранов над Тарльоу; *Верхній Шарии* – округи: Бардеїв і Свіднік. У Польських і

Словацьких Карпатах у 2011-2014 роках сертифікат *GoToCarpathia* отримали понад сто об'єктів нічліжної, гастрономічної і туристичної бази [8, 9].

В Українських Карпатах у 2014 році розпочались інформаційно-організаційні роботи щодо впровадження міжнародного (східнокарпатського) сертифікату *GoToCarpathia* для об'єктів туристично-готельного бізнесу, власників агросадиб та туристичних, природоохоронних і культурно-освітніх організацій. В рамках міжнародного проекту «Трансфер ідеї зеленого туризму в Україні на основі системи сертифікації GoToCarpathia», який співфінансиється за рахунок коштів Європейського Союзу в рамках Програми транскордонного співробітництва Польща-Білорусь-Україна 2007-2013 регіональний благодійний «Еколого-географічний фонд» (м. Львів) спільно з Бещадською Фундацією [9] з м. Устрики Дольні Підкарпатського воєводства (Республіка Польща) здійснено і заплановано низку заходів на 2014-2015 роках щодо підготовки впровадження міжнародного сертифікату *GoToCarpathia* на теренах Львівської, Івано-Франківської та Закарпатської областей. Цими заходами передбачено інформування та освітня підтримка зацікавлених суб'єктів туристичної діяльності щодо отримання міжнародного сертифікату *GoToCarpathia*. У рамках проекту проведено низку семінарів в різних екотуристичних регіонах Українських Карпат (Чорногора, Горгани, Бескиди, Вулканічні Карпати), а також організовано навчальний виїзд цільової групи для ознайомлення з досвідом екосертифікації у Польських Бещадах. До цієї групи увійшли підприємці у галузі туристичного бізнесу, представники природоохоронних і туристичних організацій з усіх екотуристичних регіонів Українських Карпат, де реалізовувався проект.

Під час навчального візиту до Польських Бещад було представлено кілька об'єктів, сертифікованих *GoToCarpathia*, серед яких: заїзд «Под Царинськом» в традиційному стилі (рис. 2), екомузей «Холе» у Дзвінячу Дольним, агротуристичне господарство «У Фліка» з майстер-класом з випікання традиційного хліба та імпрезою «Свято хліба – від зернятка до буханця», Музей млинарства і села (рис. 3) – приклад вдалої адаптації нежитлового старого промислового будинку для туристичних цілей, одна з туристичних трас Бещадського національного парку – вихід на полонину Царинська (1297 м н.р.м) з оглядом вольєру із зубрами (рис. 4) та місцевих історико-культурних пам'яток, агротуристичне господарство «У Президента» в Хмелью – осередок гірського кінного туризму (рис. 5), екомузей «Три культури» в Лютовиськах, майстерню-галерею «Старе кіно» з виготовлення авторських керамічних виробів, агротуристичне господарство «Базиль» з майстер-класом з виготовлення квітів з цигаркового паперу, шинок «Закап'ор» з найбільшим у Бещадах вибором страв регіональної лемківсько-бойківської кухні (рис. 6).



Рис. 2. Традиційні музики у заїзді «Под Ґаринськом»



Рис. 3. Старожитності у Музеї млинарства і села



Рис. 4. Зубри є однією з екотуристичних атракцій Бещад



Рис. 5. Агротуристичне господарство «У Президента» в Хмель – осередок гірського кінного туризму

Усі об'єкти, які мають сертифікат *GoToCarpathia*, орієнтовані на збереження місцевих традицій і довкілля, спільно просувають власні авторські продукти і послуги на вітчизняних і міжнародних туристичних ринках.

Досвід проведення сертифікації в Українських Карпатах свідчить про



Рис. 6. Шинок «Закапьор» з найбільшим у Бещадах вибором страв регіональної лемківсько-бойківської кухні

наявність кількох систем сертифікації в регіоні [4]. Вони пов'язані з різними формами господарювання в туристичній сфері. Найбільший досвід сертифікації в регіоні пов'язаний із закладами розміщення. Зокрема, в кожному з досліджених природних регіонів функціонує низка готелів, готельно-ресторанних комплексів та баз відпочинку, що мають певний рівень категорійності. В організаційному плані процес категоризації готелів і туристичних баз, агроосель здійснюється ліцензованими сертифікованими структурами (Інститут стандартизації, Львів) та інспекторами громадських організацій (Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні).

Для туристичного району Бескиди, куди входять Сколівський, Дрогобицький та Старосамбірський адміністративні райони сертифіковано відповідними знаками наступні заклади: до мережі закладів «Українська гостинна садиба» тут належать садиби базової категорії «Ластівка» і «Екосадиба» і садиба третьої (найвищої) категорії «Родинне гніздо».

Для туристичного регіону Горгани, що охоплює Надвірнянський район і Яремчанську міську раду, характеризується найбільшою кількістю сертифікованих готельно-відпочинкових об'єктів. Тут регіональні сертифікати (категорії позначаються ялинками) отримало 136 об'єктів. До мережі закладів «Українська гостинна садиба» у цьому субрегіоні належать садиба «У Наталі» третьої (найвищої) категорії, садиби «Намет», «Білий дім Карпат» першої категорії і садиби без категорії «Сонячна», «Анастасія», «Затишок» та Туристично-інформаційний центр «Верховина» [4].

Для туристичного району Чорногори-Свидівця, що охоплює Рахівський, Тячівський та Міжгірський райони, кількість сертифікованих закладів є незначною. Туристичний район Вулканічних Карпат охоплює Перечинський, Свалявський та Мукачівський райони, а також Ужгородський район (за винятком міста Ужгорода). Цей район належить до тих, що характеризуються наявністю багатьох нічліжних закладів, що мають сертифіковані послуги згідно екологічних вимог «Українська гостинна садиба».

Ще одна галузь Карпатського регіону, що була охоплена добровільною формою сертифікації, пов'язана з послугами сільського туризму у межах програми категоризації «Українська гостинна садиба» та програми екологічного маркування «Зелена садиба» Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Найбільша кількість сертифікованих в рамках регіональної програми категоризації характерна для Яремчанщини – 136 садиб пройшли екологічну сертифікацію регіонального рівня, запроваджену на території Івано-Франківської області. Ці садиби позначають місцевим знаком якості «ялинками» від 1 до 3 – чим більша кількість «ялинок», тим вища категорія закладу. У свою чергу, найбільша кількість садиб, що мають сертифікати екологічного маркування, характерна для Рахівського району (туристичний район Чорногори-Свидіця).

В останні роки завдяки міжнародним проектам, об'єктами добровільної сертифікації стали гастрономічні об'єкти (ресторани, колиби, агрооселі). Ці об'єкти увійшли до складу гастрономічних шляхів: винних, сирних, традиційної регіональної кухні тощо. Ці заклади є постійними учасниками

кулінарних фестивалів – особливо багато таких фестивалів проводять на Закарпатті (сиро-винні, медові, гентошів, бринзи, ріпи, лек вару та ін.).

Серед негативних сторін проведення різних форм сертифікації в Карпатському регіоні можна виділити такі: «завищення» категорійності низки закладів розміщення в курортних та туристичних центрах (Трускавець, Яремче) через некваліфікований рівень проведеної сертифікації; спрощені підходи до категоризації садіб сільського туризму та їхньої екосертифікації; недостатнє використання наявного статусу сертифікованих об'єктів в інформаційно-рекламній діяльності закладів туристичного профілю; відсутність довготривалої підтримки та моніторингу сертифікованих туристичних об'єктів з боку організаторів (сертифікаторів) послуг та наявної інфраструктури; «поява» і «зникнення» в інформаційно-рекламному середовищі сертифікованих об'єктів відповідно до тривалості проектів і програм, які здійснювали їхній відбір і проводили сертифікацію (мережа карпатської кухні, сертифікація садіб Івано-Франківської області, екосертифікація садіб).

Складовими регіональної системи «GoToCarpathia» є: збереження природного середовища, традиційна кухня, підтримка традиційної архітектури та побуту [6, 7], впровадження енергозберігаючих та нешкідливих для середовища технологій. Для регіону Українських Карпат важливим є подальший розвиток мережі об'єктів зеленого туризму. Для цих об'єктів повинно стати пріоритетним збереження природного середовища, популяризація культурної спадщини та регіональної кухні, а також забезпечення високого рівня обслуговування туристів в Українських Карпатах. Облаштування і функціонування агроосель у сільських місцевостях Українських Карпат може стати суттєвим чинником підтримки різних форм екотуризму через забезпечення нічліжних і гастрономічних послуг для туристів [2, 3, 5].

Специфіка Українських Карпат пов'язана з тим, що екологічна компонента (зелений туризм) є важливим „запусковим” механізмом впровадження засад сталого туризму в регіоні. В цьому контексті сертифікація об'єктів зеленого туризму типу GoToCarpathia буде виступати важливим інструментом впровадження засад сталого туризму в Українських Карпатах. Загальнокарпатська міжнародна сертифікація повинна сприяти покращенню туристичного іміджу Карпат на базі просування їхньої природничої, культурно-етнографічної привабливості та забезпечення належного рівня обслуговування відвідувачів регіону. В Українських Карпатах необхідно забезпечити питання синхронізації створення мережі зеленого туризму та міжнародної (загальнокарпатської) сертифікації об'єктів цієї мережі. Сертифіковані об'єкти зеленого туризму Українських Карпат стануть складовою частиною відповідної східноєвропейської мережі Карпатського регіону. Координація діяльності між об'єктами цієї мережі, що презентують Польські, Словачські й Українські Карпати вимагатиме створення єдиної маркетингової платформи (можливо, на базі Бещадської Фундації, Польща) для просування східнокарпатського продукту зеленого туризму на міжнародному туристичному ринку. В цьому контексті важливим буде налагодження співпраці між громадськими, бізнесово-

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

туристичними та маркетинговими структурами учасників програми сертифікації GoToCarpathia.

Пропонована модель міжнародного сертифікату GoToCarpathia вимагає відповідної організаційної підготовки та інформаційно-рекламного супроводу його впровадження. Досвід впровадження цього типу сертифікату у Польських і Словацьких Карпатах свідчить, що його впровадження забезпечується регіональними громадськими еколого-туристичними організаціями – Бещадська Фундація (Польща) та Фенікс (Словаччина). Вони забезпечують пошук потенційних суб'єктів для сертифікації, їх оцінку за стандартизованими вимогами, контроль за діяльністю, а також промоцію діяльності сертифікованих суб'єктів зеленого туризму на національному та міжнародному ринках. В Українських Карпатах схожу функцію організації та впровадження сертифікації GoToCarpathia могли б взяти на себе існуючі та туристичні організації у карпатських областях. Зокрема, таку функцію можуть виконувати осередки сільського зеленого туризму в областях, а також знані туристичні організації – «Карпатський шлях» (Львів) і «Клуб велотуристів» (Львів).

Найоптимальнішим варіантом було б створення спеціалізованої загальнокарпатської організації зеленого туризму типу асоціації. Вона могла б об'єднати туристичних суб'єктів, у діяльності яких важливими компонентами є: збереження природного середовища, культурної спадщини, розвиток і промоція екотуристичних послуг. Проведені дослідження у чотирьох субрегіонах Українських Карпат (Бескиди, Горгани, Чорногора та Вулканічні Карпати) засвідчили наявність низки закладів у сфері гостинності та харчування, які мають передумови і зацікавленість у впровадженні в регіоні міжнародного сертифікату GoToCarpathia. Більшість з цих суб'єктів туристично-готельного та ресторанного бізнесу брали участь у навчальних акціях у межах проекту „Трансфер ідеї зеленого туризму в Україні на основі системи сертифікації GoToCarpathia”, у тому числі навчальному виїзді у Бещади, де вони безпосередньо ознайомились з функціонуванням цієї системи сертифікації туристичних послуг. Саме туристичні суб'єкти – учасники проекту можуть скласти основу “Асоціації зеленого туризму Українських Карпат”. Центром цієї Асоціації можна було б обрати м. Львів чи м. Івано-Франківськ з широким залученням до Наглядової Ради представників усіх карпатських областей. У поточному 2015 році передбачено створення Асоціації зеленого туризму Карпатського регіону, яка буде здійснювати організаційне впровадження сертифікації GoToCarpathia. При Асоціації передбачено сформувати команду експертів, яка надаватиме консультації та здійснюватиме сертифікацію попередньо оголошених об'єктів зеленого туризму Українських Карпат. Найближчими роками заплановано створення української мережі сертифікованих об'єктів GoToCarpathia, що надаватимуть якісні послуги і продукти зеленого туризму на національному і міжнародному ринках.

Література

1. Довідник з популяризації ідеї зеленого туризму згідно з системою GoToCarpathia / за ред. Гжеґож Сітко. – Устрики Дольні, 2014. – 103 с.

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

2. Зелений туризм: Навчальний посібник / М. Рутинський, Ю. Зінько. – К.: Знання, 2008. – 271 с.
3. Збереження і сталий розвиток Карпат. Навчальний посібник зі сталого туризму / [за ред. М. Катсакіорі, М. Алемпакі, П. А. Джеракіс]. – Київ, 2008. – 60 с.
4. Зінько Ю. Маркетингові дослідження сільського туризму в Карпатському регіоні / Ю. Зінько, П. Горішевський, М. Петришин, В. Васильєв, О. Гундяк. – Науковий вісник Національного аграрного університету. – К., 2008. – Вип. 124. – С. 32–40.
5. Зінько Ю. Аналіз проблем та перспектив розвитку сталого туризму в Українських Карпатах / Ю. Зінько, П. Горішевський, В. Терес. – Наукові вісті Галицької Академії. – 2009. – Спеціальний випуск. – С. 28–32.
6. Bural M. Tradicna ludowa obytna architektura / M. Bural. – Bieszczad 3. – 1996. – S. 14-21.
7. Czajkowski J. Wiejskie budownictwo mieszkalne w Beskidzie niskim i na przyległym Pogórzu / Jerzy Czajkowski. – Rocznik Muzeów Województwa Rzeszowskiego. – Rzeszów, 1969. – T. III. – 276 s.
8. GoToCarpathia / Офіційна сторінка [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.gotocarpathia.pl/>
9. Fundacja Bieszczadzka / Офіційна сторінка [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.fundacja.bieszczady.pl/>

Погребняк Л. В.

Львівський інститут економіки і туризму

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ СТІЙКОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

Стійкий розвиток туризму споживає ресурси, створює відходи і є джерелом екологічних, культурних та соціальних досягнень та втрат. Тому в статті розглянуто передумови та засади туризму який дає можливість для економічного розвитку регіону і шляхи зменшення негативних наслідків.

Ключові слова: стійкий туризм, економічний розвиток, карпатський регіон, природні ресурси, екологія, охорона навколишнього середовища.

Pohrebniak L.V. Background of sustainable tourism in Carpathian region.

Sustainable tourism consumes resources and generates waste is a source of environmental, cultural and social achievements and losses. Therefore, the article discusses the background and principles that tourism provides an opportunity for economic development and ways to mitigate adverse impacts.

Key words: sustainable tourism, economic development, Carpathian region, natural resources, ecology, environment.

Стійкий туризм – це можливість для економічного розвитку в Карпатському регіоні, а отже, можливість поліпшити економічне становище його населення. Місцевою владою та інвесторами, туризм розглядається як найпривабливіший інструмент для використання природних ресурсів і так само, як один із способів фінансування охорони навколишнього середовища.

Основне у розвитку стійкого туризму - це правильно використовувати унікальні природні та культурні цінності Карпатського регіону створити свою власну модель розвитку туризму. І тому так важливо оцінити передумови розвитку стійкого туризму в Карпатському регіоні.

Окремі аспекти економічних та екологічних механізмів розвитку туризму розкриті в працях таких науковців як З. В. Герасимчук, Л. Г. Мельника, Н. Р. Нижник, В. М. Трегубчука, Германа Дейлі, Джоша Фарлея та інших. Однак, публікації останніх років показують, що розвиток туризму пов'язаний з рядом екологічних проблем, які потребують негайної уваги та пошуку шляхів їх вирішення.

На нашу думку одним із шляхів їх вирішення є стійкий напрямок розвитку туристичної діяльності в Карпатському регіоні. Саме цей напрямок обрала Всесвітня туристична організація за підтримки ООН.

Метою статті є оцінити передумови розвитку стійкого туризму в Карпатському регіоні, тобто провести аналіз екологічних, економічних, соціальних проблем, та механізмів запровадження розвитку стійкого туризму в Карпатському регіоні.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Туризм розвивається динамічно і не завжди регульовано, наносячи серйозної шкоди природним системам та породжуючи соціальну напругу. На сьогоднішній день, багато науковців стверджують, що пристосувальні реакції психіки людини до збідення біотичного різноманіття довкілля не визначені й експериментально не обґрунтовані, і можливо, що саме вони є причиною, антисоціальних вчинків,egoцентризму, агресії, що руйнують зв'язок не лише між людьми, але й між людьми і живою природою [2].

Реальний вплив туризму на довкілля залишається прихованим за рахунок того, що транспортні перевезення, готельний та ресторанний бізнес сприймаються як окремі сектори сфери послуг, а не як взаємопов'язані компоненти єдиного комплексу. Питання, чи є туризм в тій чи іншій області екологічно чистим залежить від якості управління туризмом (у тому числі інспекційних візитів, екологічної освіти тощо). Якщо керівництво туризму є адекватним, це хороша альтернатива, особливо при захисті екологічно вразливих районів до більш деструктивних форм використання. Безвідповідальне управління, може мати катастрофічні наслідки, оскільки туризм в Карпатському регіоні є найбільш «чутливий» сектор.

Вплив туризму на економіку регіону не завжди легко зрозуміти. На відміну від очевидної шкоди навколошньому середовищу. Крім того, щоб відбулось поліпшення регіональної економіки необхідно час, щоб дати відчутні результати. Стійкий туризм є запуск довгострокового механізму, який рідко приводить на початку до вражаючих ефектів.

Теорія сталого розвитку є зараз, мабуть, найбільш важлива для подальшого розвитку світу. Суть її в тому, що розвиток, який дозволить сьогоднішнім жителям землі задовольнити свої потреби і дати таку ж можливість для майбутніх поколінь. Сталий розвиток є альтернативою сучасного індустріального розвитку на основі споживання, сприяють руйнуванню навколошнього середовища.

Стійкий розвиток туризму повинен задовольняти три моменти: екологічну стійкість, соціокультурну стійкість та економічну стійкість (рис.1).



Рис. 1. - Принципи стійкого туризму

Карпатський регіон (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська і Чернівецька області) надає багато товарів і послуг, які є важливими не тільки для його жителів, але і для населення інших регіонів, які використовують його водні та лісові ресурси. Це важливо враховувати при розгляді питання сталого розвитку регіону.

Туризм, як в інші сектори економіки, споживає ресурси, створює відходи і є джерелом екологічних, культурних та соціальних надбань і втрат. Щоб створити стійкі звички споживання і виробництва в туристичному секторі слід здійснювати належне планування.

Сталий розвиток туризму можна розглядати в якості рушійної сили для місцевої та регіональної економіки. Розвиток туризму має прямий і непрямий вплив як на індивідуальних підприємців, так і на все суспільство. Сталий розвиток туризму розширює сферу зайнятості місцевого населення та сприяє вирішенню проблем безробіття, підтримує приватний сектор, ініціює нові інвестиції, податки та інші доходи. Прибутки від туризму не тільки економічний аспект, тому що вони також впливають на соціальну стабільність в регіоні, поліпшення якості життя населення і відвідувачів. Для цього туристична індустрія повинна бути заснована на місцевому бізнесі.

Досягнення цієї мети вимагає, щоб місцева громада була відповідно підготовлена до певних вимог, також появляється додаткові місця праці. Важливо також на місцевому рівні розвивати мережі різних виробників і постачальників послуг, залежно від потреб туристів. Таким чином, якщо індустрія туризму регіону буде прибуткова то і місцевий ринок аналогічно. Це буде взаємовигода - розвиток туристичного ринку і зміцнення місцевої економіки. Крім того, економічна структура цільової точки, шляхом зміцнення місцевих громад, з часом перестане залежати від туризму.

Стійкі форми туризму, які засновані на місцевих громадах можуть стимулювати економічний розвиток. Розвиток туризму позитивно впливає на економічні сектори, які не пов'язані тісно з туристичною індустрією, коли товари та послуги, необхідні для туристичної галузі надаються місцевими виробниками. Участь у цьому процесі можуть брати, наприклад, фермери (виробництво продуктів харчування), будівельна індустрія (нове будівництво), ремісники (сувеніри), місцеві торговці, а також власники житла і ресторанів.

Суть стійкого туризму включає активну участь місцевих громад у зміцненні місцевого туристичного сектора. Оптимальне використання можливостей, що надаються розвитком сталого туризму також і вимагає підготовки населення шляхом надання інформації та підготовки кадрів. У процес розвитку туризму часто залучаються сторонні інвестори. Вони підтримують фінансово регіон, але це також може викликати відтік грошей. Це послаблює місцеву економіку і може привести до нерівномірного розподілу доходів.

Зв'язок між туризмом і природою є дуже тісний. Індустрія туризму у вигляді скарбів природи, визначних туристичних пам'яток, має інтенсивний вплив на адресата навколошнього середовища. Розвиток регіону базується на туризмі, що буде змінювати ситуацію між людиною і природою. Характер цих змін буде залежати від того, як туризмом управляти. Стійкий туризм – це в першу чергу правильне використання природних ресурсів, що мінімізує негативні наслідки туристичної діяльності, і, можливо, навіть відіграє певну роль в поліпшенні стану навколошнього середовища. Розвиток туристичних послуг в даному регіоні повинен базуватися на використанні ряду

конкурентних переваг в порівнянні з іншими регіонами Європи і світу. Одна з цих переваг - це багатство і різноманітність культурної та історичної спадщини Карпатського регіону. В результаті взаємодії багатьох століть значно відрізняються один від одного етнічні групи, їхні культури, традиції і релігійні вірування. Більша частина історичних будівель в Карпатському регіоні зникли назавжди в пожежі двох світових воєн, однак, в гірському районі Карпат збереглися сотні старовинних дерев'яних церков різних конфесій. Більшість з них мають тематичну цінну як елемент культурних маршрутів (наприклад, маршрути чудотворні іконки, кулінарія, місцеві продукти, традиційні ремесла). Сталий розвиток туризму в Карпатах, дозволить отримати жителям постійний дохід, незалежно від сезону або тривалості снігового покриву. Серед цих форм відпочинку можна виділити культурний туризм, природно-кваліфіковані походи або прогулянки.

Інший аспект сталого туризму є забезпечення фінансування та отримання прибутку від даного сектора. Дуже часто національні заходи щодо забезпечення фінансування є недостатніми, тому необхідно шукати альтернативні джерела фінансування. Належним чином повинно здійснюватись управління туризмом. Наприклад, з метою отримання доходу і не приносячи шкоди використовувати природні ресурси охоронюваних природних територій. З одного боку, це буде захищати область від неконтрольованого руйнування, а з іншого боку, певний дохід буде покривати витрати на захист навколошнього середовища. Створення і реалізація програм управління ресурсами має вагомий вплив на розвиток сталого туризму регіону. Проте, багато районів Карпатського регіону не мають відповідних програм управління, таких як ... води, відходів та енергії.

Причина, брак фінансових ресурсів. Для розвитку туризму потрібно чиста вода, природні пейзажі і незасмічені ландшафти. Саме в цьому контексті, розвиток туризму може стати рушійною силою позитивних змін на місцевому рівні та привести до прийняття відповідних планів і стратегій. Розвиток сталого туризму також впливає на краще розуміння потреб і бажань місцевого населення і туристів, тому що вони беруть участь в процесі розвитку. Це означає, інформування про діяльність місцевих співтовариств. Окремі дії та ініціативи, такі як збір відходів, впливають на екологічну свідомість місцевих громад, а також і туристів. Таким чином, програми місцевих співтовариств є невід'ємною частиною сталого розвитку туризму.

Велика кількість туристів, інші форми діяльності, для прикладу землекористування, викликають сильний вплив на навколошнє середовище регіону. Підвищення доступності до окремих територій зумовлює деградацію флори і фауни, які можуть привести до втрати біорізноманіття в найближчі роки. Неefективне землекористування може знищити характер ландшафту і привести до дестабілізації існуючої екосистеми. Навіть найменші зміни в балансі екосистеми може привести до зникнення чутливих видів флори і фауни. Таким чином, єдиною формою туризму, яка повинна бути прийнята як карпатською спільнотою так і туристами – це стійкий туризм.

З проведеного дослідження можна стверджувати що саме розвиток стійкого туризму в Карпатському регіоні забезпечить збалансований розвиток

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

всіх сфер його економіки на основі раціонального використання ресурсів для вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем. А саме стійкий розвиток туризму в регіоні дасть змогу:

- підвищити економічну конкурентноспроможність регіону та подолати проблеми його соціально-економічної депресивності;
- розширити сферу зайнятості місцевого населення та сприяти вирішенню проблем безробіття;
- підвищити соціальні стандарти та поліпшити умови життя місцевого населення;
- запобігти прогресуючій депопуляції гірських територій та сприяти збереженню унікальної етнокультурної спадщини місцевого населення;
- розв'язати найбільш гострі проблеми охорони навколошнього природного середовища, поліпшення екологічної ситуації, раціонального використання природних ресурсів Українських Карпат.

Література

1. Паулі Гюнтер Синя Економіка. 10 років, 100 інновацій, 100 мільйонів робочих місць. Доповідь Римського Клубу / Гюнтер Паулі. – Видання «Risk Reduction Foundation», – Київ, 2012. – 320 с.
2. Ситник К.М. Біоцентрізм і глобалізм/К..Ситник,В.І.Чопик//Вісник НАН України . – 2009. - №12. – С.8-12.
3. Химинець В. В. Карпатський регіон у контексті сталого розвитку України / В. В. Химинець // Наук. вісник УжНУ. Сер. «Економіка». – 2012. – № 37. – Частина 3. – С. 40-45.
4. Химинець В. В. Взаємозвязок сталого розвитку та якості життя населення на прикладі Карпатського регіону / В. В. Химинець // Журнал «Технологический аудит и резервы производства». -№1/2 (15), 2014.- С.37-40
5. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року: Постанова КМУ від 21 липня 2006 р., №1001 . електронний ресурс.-Режим доступу:[www\URI:.http:// www.Zakon1\rada\gov.ua\main.eginreg-2850-15](http://www.Zakon1\rada\gov.ua\main.eginreg-2850-15)

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ЄВРОРЕГІОНІ «ВЕРХНІЙ ПРУТ»

Розглядаються головні аспекти єврорегіональної інтеграції. Простежено чинники розвитку туризму у єврорегіоні «Верхній Прут» та Чернівецькій області, зокрема. Простежено головні особливості та напрямки розвитку туристичного загospодарювання у єврорегіоні «Верхній Прут».

Ключові слова: туризм, транскордонне співробітництво, єврорегіон «Верхній Прут».

Romaniv P. V. Main Directions of tourism development In Euroregion «Upper Prut».

Considered main aspects euroregional integration. We followed the factors of tourism development in Euroregion «Upper Prut» and Chernivtsi region in particular. It traces the main features and trends in the tourism occupation Euroregion «Upper Prut».

Keywords: tourism, cross-border cooperation, Euroregion «Upper Prut».

Серед вітчизняних науковців вагомий внесок у дослідження проблем транскордонного співробітництва зробили П. Ю. Бєленський, О. К. Вишняков, І. А. Грицяк, С. М. Гакман, М. І. Долішній, Є. Б. Кіш, М. О. Ленд'єл, Ю. В. Макогон, Н. А. Мікула, О. Ф. Михайленко, В. Є. Новицький, А. А. Пересада, В. І. Пила, І. В. Студеніков, Т. В. Терещенко, А. М. Ткаченко, О. С. Чмир, В. І. Чужиков, М. Г. Чумаченко, В. Я. Шевчук, І. М. Школа, О. І. Шнирков та ін.

Фахівцями встановлено, що із чотирьох можливих форм співробітництва між місцевими та регіональними органами влади (транскордонне, міжтериторіальне, транснаціональне співробітництво та співробітництво в рамках Європейських Асоціацій) найпоширенішою та найрозвиненішою його формою є саме **транскордонне співробітництво** [6].

Досліджено, що транскордонне співробітництво може здійснюватися на локальному (місцевому) та регіональному (міждержавному) рівнях (рис.1).

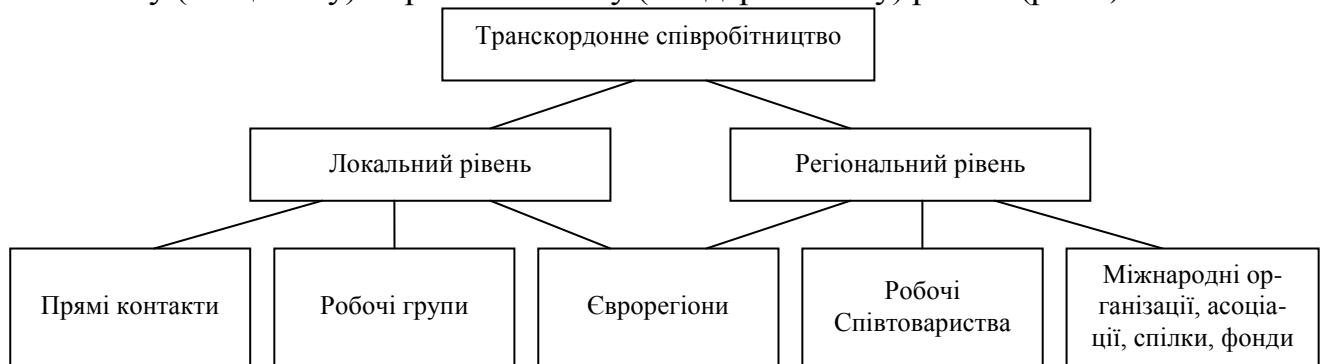


Рис. 1 Схема реалізації транскордонного співробітництва [7].

Як бачимо з рисунка єврорегіони займають центральне положення у системі транскордонного співробітництва на локальному та регіональному рівнях.

22 вересня 2000 року в румунському місті Ботошани підписано Угоду про утворення Єврорегіону «Верхній Прут», до складу якого увійшли Чернівецька область України, Бельцький і Єдинецький повіти Республіки Молдова, а також Ботошанський і Сучавський повіти Румунії. Утворено Раду Єврорегіону, до складу якої ввійшли керівники усіх адміністративно-територіальних одиниць. Український уряд спеціальним розпорядженням від 14 лютого 2002 року визначив Єврорегіон «Верхній Прут», як пілотний для «експериментального опрацювання в його межах механізмів транскордонного співробітництва, як елементів процесу європейської інтеграції і розбудови регіональної політики». За рішенням Ради Єврорегіону 15 жовтня 2003 року у зв'язку з територіально-адміністративними змінами у Республіці Молдова членами єврорегіону «Верхній Прут» стали: Ботошанський повіт Румунії; Сучавський повіт Румунії; Чернівецька область України; Івано-Франківська область України; Єдинецький район Республіки Молдова; Фалештський район Республіки Молдова; Глоденський район Республіки Молдова; Окницький район Республіки Молдова; Ришканський район Республіки Молдова; Бричанський район Республіки Молдова [3].

Головними пріоритетними напрямками здійснення пілотних проектів транскордонного співробітництва в сфері туристичного господарювання є:

1. Розбудова інфраструктури кордону: пунктів пропуску, митних постів, паркінгів, консигнаційних складів (будівництво, облаштування, інформаційні технології та обладнання).
2. Розвиток прикордонної торгівлі, кооперації та спрощення процедур взаємо визнання та сертифікації відповідно до норм та стандартів ЄС.
3. Відновлення транспортних сполучень, розбудованих за часів Австро-Угорської імперії через Буковину, як найкоротшого транзитного шляху зі Сходу до Центральної та Південно-Східної Європи, Середземномор'я і Західного Причорномор'я, а також – вздовж майбутніх кордонів ЄС з Півдня на Північ.
4. Розвиток інфраструктури транскордонного туризму (зокрема фольклорного, культурно-етнічного, релігійного, сільського, екологічного тощо) як одного з найбільш ефективних шляхів використання унікального ландшафтно-рекреаційного потенціалу регіону, підвищення рівня зайнятості та швидкого заличення європейського досвіду та кредитів, а також – найбільш сприятливого бізнесу для розвитку системи транскордонних транспортних сполучень.

Попит на різні види рекреації та туризму в останній час показує, що рекреаційні функції можуть бути основою розвитку окремих регіонів. У зв'язку з цим необхідне подальше дослідження туристично-рекреаційного потенціалу окремих регіонів, розробка регіональних програм розвитку туризму і впровадження їх в життя. Виникає потреба у посиленні місцевих ініціатив у створенні конкурентоспроможного туристичного продукту і його просування

на внутрішній і зовнішній ринок. У цьому контексті значний інтерес викликає територія Чернівецької області, яка будучи однією із найменших у державі, володіє значним туристично-рекреаційним потенціалом. За характером рельєфу її територія поділяється на рівнинну, передгірську і гірську. Розчленованість рельєфу, чергування гірських хребтів, крутих схилів, долин зумовлюють значну контрастність природних умова та умов проживання населення. Значне ландшафтне різноманіття свідчить про високий ступінь придатності території для оздоровчого і спортивного туризму, а також відпочинку. Є можливості для створення і розширення мережі категоризованих туристичних маршрутів різної категорії складності, для піших походів, вело-, мото-, автотуризму, водного і лижного туризму. Чернівецька область в Україні займає 6 місце за величиною інтегрального індексу забезпеченості її території основними компонентами ресурсів навколошнього середовища, в т.ч. за лісистістю – 9 місце, а за річковим стоком – 4 місце. Найбільші річки Прут, Черемош, Сіret, Дністер. За величиною площі природоохоронних територій Буковина займає в державі 7 місце [8]. Вона є поліетнічною і полікультурною, під охороною держави нині перебуває багато пам'яток історії та культури. Загалом природні і культурно-історичні ресурси Чернівецької області є досить значними. У Чернівцях вкрай недостатній розвиток етнічного (меланхолійного, ностальгійного) туризму, об'єктом якого є все, що не пов'язане з корінним етносом. Це, передовсім, пам'ятки архітектури, споруди, твори мистецтва створені австрійцями, німцями, єреями, румунами, поляками та ін.; це будівлі, в яких жили і працювали видатні представники цих народів і культові споруди та некрополі, де поховані представники некорінних етносів. Необхідна організація екскурсій, що знайомлять клієнтів із внеском іноземців у культуру, мистецтво, науку, політику та економіку як Чернівців, так і Буковини. Потрібні дослідження в ізного туризму, зокрема, й етнічного, розробка й облаштування екскурсійних маршрутів, створення рекламно-інформаційних матеріалів для представлення їх на регіональних міжнародних виставках, а також в Інтернеті. Чернівецька область досить різноманітна в етнічному відношенні територія, що зумовлює надзвичайну своєрідність у культурі і побуті. Тут зберігається багато рис, зумовлених умовами гірських ландшафтів, які будучи ізольованими та певною мірою консервативними, можуть слугувати основою для розвитку зеленого, історико-архітектурного і пізнавального туризму. Територія Буковини належить до Карпато-Подільського ресурсно-рекреаційного регіону, який займає 19% площи України [5]. У цьому регіоні діє близько 510 туристичних організацій. Чисельність оздоровлених у санаторно-курортних закладах регіону склала 444 тис. осіб або 14,2% від усієї держави. Тут діє 251 заклад готельного господарства або 20% від закладів у всій Україні. Зважаючи на гірське і передгірське розташування, особливості гідрологічної мережі, наявність спелеооб'єктів світового значення, значну закарстованість території тощо, перспективними видами туризму будуть спелеотуризм, пішохідний, кінний і водний – влітку та гірськолижний – зимою [4].

Світові тенденції показують сьогодні зниження попиту на групові поїздки; активізацію індивідуального туризму; збільшення пропозицій для сімейних

туристів у складі групи з 5-6 осіб, а також ділового туризму (участь у роботі конференцій, конгресів, зїздів тощо), як найбільш вигідного, що дає приймаючій стороні вдвічі більший прибуток, аніж інші види туризму (оздоровчий, культурно-розважальний тощо); щорічні приrostи останнього у світі перевищують 10%; стабільним є попит на поїздки вихідного дня; активні форми рекреації переважають над пасивними, все більш популярні спортивні та пригодницькі поїздки тощо.

Нинішній законопроект «Про сільський та сільський зелений туризм» проголошує програми розвитку сільського туризму невід'ємними складовими частини державних цільових, регіональних, місцевих та інших програм розвитку туризму. Такі програми повинні розробляти і затверджувати органи державної влади і місцевого самоврядування у межах їхніх повноважень з метою раціонального використання і розвитку міських та регіональних туристичних ресурсів у сфері сільського туризму (природничих, культурологічних, етнографічних, історичних, соціально-побутових тощо), їхнє збереження та відновлення; заохочення селян до сфери сільського та сільського зеленого туризму; патріотичного, екологічного виховання населення; створення нових робочих місць і збільшення надходжень від туристичної діяльності до відповідних бюджетів; розвитку соціальної інфраструктури і благоустрою сіл; забезпечення безпеки туристів при здійсненні ними туристичних подорожей тощо.

Ще один важливий аспект, який вигідно вирізняє територію Буковини, пов'язаний із участю у прикордонному і транскордонному співробітництві з метою обґрунтування напрямів розв'язання транскордонних проблем. Таке співробітництво зумовлене посиленням процесів регіоналізації у світі, формуванням транскордонних структур і єврорегіонів у прикордонні сусідніх держав під впливом низки чинників геополітичного, соціального, економічного, цивілізаційно-культурного, екологічного та етнополітичного характеру. Саме у межах єврорегіону «Верхній Прут» Чернівецька область має великі перспективи розвитку туризму, як одної із пріоритетних галузей регіональної економіки. Для цього необхідні розвинуте готельне господарство, мережа автошляхів, залізниць, аеропортів, телекомунікацій, центрів туристської інформації, місць організації дозвілля. Відомо, що туристські потоки безпосередньо залежать від стану готельного сектора, якості та ціни основних і додаткових готельних послуг. Єврорегіон «Верхній Прут» має хороший потенціал для формування і розвитку туризму. Туризм діє як катализатор структурного розвитку прикордонних територій держав через різні сфери, сприяючи регіональному економічному розвиткові та створенню нових робочих місць.

У рамках транскордонного туристичного співробітництва необхідно зміцнювати матеріальну базу, розширювати міжнародну співпрацю, вдосконалювати нормативно-правову базу, підвищувати якість та розширювати асортимент туристських послуг; поліпшувати транспортне обслуговування та підвищувати ефективність використання туристсько-рекреаційних ресурсів і об'єктів історико-культурної спадщини; поліпшувати інформаційне та

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

рекламне забезпечення; вдосконалювати систему підготовки кадрів [10]. Важливим у цьому контексті є інституційне забезпечення міжнародної туристичної діяльності [2].

З метою реалізації регіональної політики у галузі туризму в Єврорегіоні «Верхній Прут» доцільне застосування на практиці таких заходів:

- забезпечення дотримання усіх екологічних норм і заходів у рамках екологічної політики в секторі туризму незалежно від розмірів конкретного підприємства чи виду туристично-рекреаційної діяльності;

- забезпечення належного управління діяльністю в секторі туризму та рекреації в межах територій природно-заповідного фонду;

- планування розвитку інших видів економічної діяльності, щоби вони не призводили до винищення та деградації туристично-рекреаційних ресурсів, які мають велике значення для розвитку туристичної індустрії, особливо у зеленому туризмі;

- забезпечення розвитку мережі автошляхів і систем водопостачання для задоволення потреб не лише туристичної індустрії, а й інших галузей Єврорегіону «Верхній Прут»;

- стимулювання зайнятості населення в період малої активності туристів;

- розробка ефективної та справедливої стратегії оподаткування в секторі туризму для сприяння стійкому розвитку туристичної індустрії у Єврорегіоні «Верхній Прут»;

- різностороння економічної вигоди від туризму серед місцевого населення, щоб жителі були глибоко зацікавлені у збереженні ресурсної бази індустрії туризму. Цьому сприяє система перекваліфікації кадрів, галузеве дорадництво тощо;

- ефективна координація діяльності галузей економіки, які впливають на якісне надання туристично-рекреаційних послуг – транспорту, торгівлі, зв’язку, виробництва, сувенірної продукції, індустрії дозвілля, видавничо-рекламної діяльності тощо.

Література

1. Буковина туристична / [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.buktour.cv.ua/>
2. Власова Т.Р. Інституційне забезпечення розвитку сфери туризму у Чернівецькій області / Власова Т.Р., Циганчук О.В. - Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. - 2012. - Випуск 2. – С. 177-182.
3. Головне управління економіки Чернівецької ОДА. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.economica.oda.cv.ua/>.
4. Інформаційні матеріали Єврорегіону «Верхній Прут». [Електронний ресурс]. Режим доступу: eep.org.ua/files/%D0%9E%D1%80%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%BC%20%D0%9C%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BC.doc.
5. Кілінська К. Й. Туристичні ресурси Карпато-Подільського регіону // Вісник наукових досліджень. Серія ТУРИЗМ. Вип. 1. – Тернопіль, 2006. – С. 56–65.
6. Кушніренко О. М. Державна підтримка розвитку транскордонного співробітництва. – Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

кандидата наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 – механізми державного управління. – Національна академія державного управління при Президентові України. – Київ, 2007. – 219 с.

7. Кушніренко О. М. Транскордонне співробітництво як одна з категорій співпраці місцевих та регіональних органів влади // Транскордонне співробітництво / І.Бондарчук, І.Грицяк, А.Даруліс та ін.; За заг. ред. Б.Лессера та І.Розпутенка – К.: Вид-во «К.І.С.», 2003. – С. 59–124.

8. Руденко В. П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. – У 3-х част.: підручн. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2010. – 552 с.

9. From Alpen through Carpathian to the European Mountain Convention. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.carpathianconvention.org>.

10. Kruglashov A. Euroregion Upper Prut: Studies and Activities // Eurolimes. - №16/2013). - Р. 27-39.

РОЗВИТОК АГРОТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ – СКЛАДОВА ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

У статті аналізуються значення і можливості реалізації агротуристичного бізнесу в Україні. Особлива увага приділяється умовам, що сприяють розвитку агротуризму, який перебуває у зародковому стані, особливо щодо управлінських і маркетингових підходів. Обґрунтовано сучасні підходи до визначення поняття аграрний туризм. Висвітлено перспективи розвитку агротуристичної діяльності як складової збалансованого розвитку сільських регіонів України

Ключові слова: агротуризм, розвиток, умови, сільські території, збалансований розвиток

Savitska O.P., Savitska N.V. Agrotourism development enterprises - part sustainable development of rural areas. This article analyzes the importance and feasibility of agro tourism business in Ukraine. Special attention is paid to the conditions that favor the development of agro-tourism, which is in its infancy, especially with regard to management and marketing approaches. Grounded approach to the definition of agricultural tourism. Deals with the prospects of agrotourism activities as part of balanced development of rural Ukraine

Key words: agrotourism, development, conditions, rural areas, sustainable development

Постановка проблеми. Досвід високорозвинутих країн засвідчує, що розвиток аграрного сектора економіки є одним з основних чинників стабілізації соціально-економічних відносин як у регіонах, так і в країні загалом. Саме тому проблема відродження українського села набуває все більшої актуальності. Одним з першочергових є питання: що робити з величезною кількістю селян, які вже сьогодні залишилися без роботи? Найефективнішим шляхом зайнятості сільського населення є розвиток сфери послуг та народних промислів. Саме цей шлях, що отримав назву «сільський туризм», розглядається європейськими країнами як найефективніший спосіб соціального розвитку сільських депресивних районів. Сучасна ситуація в сільських регіонах України вимагає пошуку принципово нових, перспективних напрямів розвитку господарської діяльності з метою подолання соціально-економічних та екологічних проблем. Відповідно до вимог стандартів ЄС одним із пріоритетних напрямів розвитку України стає підвищення ефективності сільського господарства як основного чинника розвитку сільських територій. Оскільки сільськогосподарське виробництво й надалі залишається основною сферою діяльності на селі, закономірним є зростаючий інтерес учених-економістів до проблем розвитку сільськогосподарських підприємств у контексті вирішення проблеми ефективного розвитку сільських територій. Одним із дієвих шляхів є розвиток аграрного туризму.

Окремі аспекти агротуризму висвітлені у працях відомих учених, зокрема, В.Васильєва, П.Горішевського, В.Головацької, О.Гулич, М. Долішнього, Л.Дудник, Ю.Зінько, В.Кардаш, В.Липчука, О.Любімцева, М.Мальської, Ю.Ніколаєнко, В.Пархоменко, І. Рожко, М. Рутинського, Ю.Стадницького, О.Старовойтенко, Д.Стеченко, В.Привозіна та інших дослідників. Погоджуємося з думкою іспанського дослідника М.Барка про те, що є дві основні сили, що сприяють росту і розвитку агротуризму [1]. Перша – занепад традиційного сільського виробництва, насамперед колективних сільськогосподарських угідь, наступна – демографічний занепад сільських територій (зростання чисельності населення похилого віку, зменшення молоді). Для того, щоб вирішити дану проблему можна використати агротуризм як засіб диверсифікації сільської економіки та феномен стабілізації міграції сільського населення.

Виклад основного матеріалу. Агротуризм останнім часом набуває поширення і продовжує активно розвиватися в багатьох Європейських країнах. Не є винятком і Україна. Втомившись від міської метушні ,люди виїжджають на кілька тижнів у село і оселяються в садибах місцевих мешканців. Городяни отримують задоволення від свіжого повітря і опановують науку сільської праці. Іспанський агротуризм - це збір оливок. Італія - догляд за апельсиновими деревами. У Франції туристи навчаються виготовляти сир та вино. В Україні на даний час основними мотивами для вибору такого виду відпочинку є:

- відносно незначна вартість відпочинку, відсутність коштів для відпочинку на дорогих фешенебельних курортах (проживання в селі у будинку сільського господаря коштує значно дешевше ,ніж у готелі в курортній зоні або у популярному туристському центрі);

- сформований стереотип відпочинку в сільській місцевості для певної категорії людей незалежно від заможності та наявності вільних коштів (сімейні традиції);

- можливість долучитися до іншої культури, звичаїв, традицій, участі в місцевих святах і розвагах, спілкування з людьми іншої суспільної формaciї, знайомство з традиціями регіону;

- необхідність оздоровлення в даних кліматичних умовах, рекомендованих лікарем;

- близькість до природи і можливість проводити більше часу на свіжому повітрі (в лісі, на березі річки чи водойми);

- можливість харчуватися екологічно чистими і дешевими продуктами;

- потреба у спокійному розміреному способі життя, яким відрізняється сільське життя від великих індустріальних міст;

- можливість долучитися до сільськогосподарських робіт з метою отримати задоволення(особиста участь у сільськогосподарській діяльності).

Як показує практика, сім'я, яка починає працювати у сфері сільського туризму, не лише вирішує проблему зайнятості. Вона сприяє створенню нових додаткових робочих місць у сфері торгівлі, розваг, транспортного обслуговування тощо. Тож, популяризація і поширення агротуризму зменшить не лише соціально-економічну проблему села, а й навантаження на

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

держбюджет [4]. Крім того, досвід свідчить, що ті сім'ї, які приймають відпочиваючих, удосконалюють і структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширяють асортимент овочевих культур, фруктових дерев, ягідників тощо; розвивають та урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне господарство, започатковують нові форми господарювання. Тож, розвиток сільського туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, загалом сіл, стимулює розвиток соціальної інфраструктури, дає можливість не лише врятувати, а й популяризувати історію, фольклор, культуру та традиції України, як серед своїх громадян так і в світовому масштабі.

Україна має значний агротуристичний потенціал, основу якого складають природні, історико-культурні та господарські рекреаційні об'єкти. Нерівномірність у розміщенні різних видів агротуристичних об'єктів може слугувати основою для визначення пріоритетних територій розвитку тих чи інших видів агротуристичної діяльності в регіонах.

Україна характеризується сприятливим поєданням умов і ресурсів для лікування, оздоровлення, відпочинку і пізнавальної діяльності, що є основою розвитку агротуризму. Можна виділити наступні природні передумови для розвитку агротуризму в регіонах : ландшафтне різноманіття території; багатство поверхневих і підземних мінеральних вод, які використовуються для лікування, водного туризму, транспортної рекреації, рибалки тощо; досить м'який клімат; значні за площею природно-заповідні території, до яких віднесено 6737 спеціально відведеніх територій та об'єктів природного заповідного фонду загальною площею 2,5млн. га, що складає понад 3,9% від загальної площини держави.

З огляду на історико-географічний та економічний потенціал України нами було розроблено концептуальну модель агротуризму(рис.1).

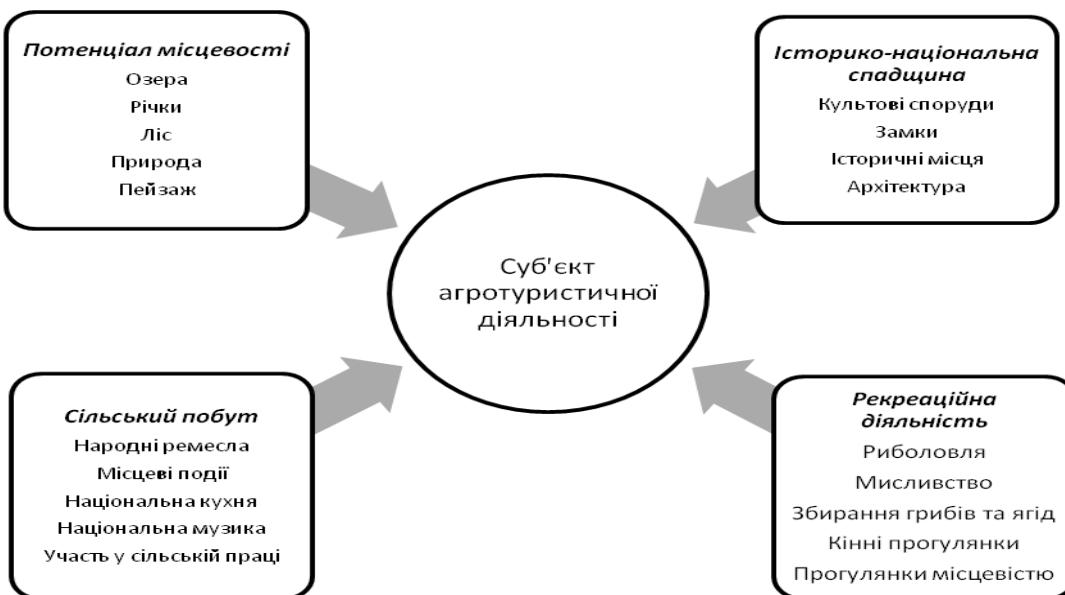


Рис.1. Концептуальна модель агротуризму

Центром цієї моделі виступає житель села - суб'єкт агротуристичної діяльності. Іншими невід'ємними складовими даної моделі є: потенціал

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

місцевості, рекреаційна діяльність, історико-національна спадщина, сільський побут. Ця модель чітко показує різноманітний потенціал агротуризму на Україні та пропонує різні форми туристичної та рекреаційної діяльності на сільських територіях.

Аналізування літературних джерел свідчить про існування значного різноманіття трактування терміну агротуризм (табл.1).

Отже, агротуризм є різновидом сільського зеленого туризму, це пізнавальний і відпочинковий вид туризму, який організовується в сільській місцевості, передбачає здійснення агротуристичної діяльності під час тимчасового перебування туристів у сільській місцевості.

Як слідно зауважує Г.І. Шимечко, напрямів розвитку процесів диверсифікації підприємництва на селі щодо розширення асортименту поза сільськогосподарських видів діяльності є багато. Основні з них: переробка сільськогосподарської продукції; маркетингова діяльність; ремісництво; надомництво; будівництво; різні види туризму; сервісний бізнес; рекреація.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «агротуризм»

№ з/п	Автор, Джерело	Трактування поняття
1	2	3
1	Асоціація сприяння розвитку агротуризму	Вид діяльності, який організовується в сільській місцевості при цьому надаються відпочиваючим послуги з проживання, відпочинку, харчування, екскурсійного обслуговування тощо.
2	С. Лученок [2]	Екологічно стійкий вид туризму, спрямований на ознайомлення і використання природних, культурно-історичних та інших ресурсів сільської місцевості для створення туристичного продукту.
3	С. Медлік (Британський словник з подорожей, туризму та гостинності) [4]	Відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського господарства). Агро туризм може проявлятись у різних формах, але завжди починається з ви наймання помешкання. Розрізняють дві основні форми агро туризму: винаймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах господарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до господарства, наприклад в кемпінгах та наметах. Агро туризм виступає однією з форм сільського туризму. В агротуризмі дворогосподарство (ферми, особисті підсобні господарства) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста.
4	Я. Маєвський [3]	Різні форми туризму, пов'язані з функціонуванням сільського господарства. Сільськогосподарське виробництво і годівля тварин становлять одну з істотних принад.
5	М. Рутинський [5]	Відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання сільського (фермерського) господарства для рекреації, освіти та активного залучення до традиційних форм господарювання.
6	Т. Ткаченко [6]	Туристична діяльність на території сільськогосподарських (фермерських) угідь, де є умови для виробництва сільськогосподарської продукції і відпочинку міського населення з добровільним частковим залученням бажаючих до деяких видів сільськогосподарських робіт.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

7	М. Турковський [7]	Можливість відпочинку у період відпустки чи вихідних, що здійснюється з використанням існуючих природних ресурсів, вільних приміщень, а також резервів живої праці.
---	--------------------------	---

Примітка: сформовано авторами

В умовах Західного регіону України важливого значення набуває розвиток агротуризму як один із видів сільського зеленого туризму [8, 68]. Сільський туризм – це відпочинок в приватних садибах в сільській місцевості з інтересними туристичними об'єктами. Основне, що приваблює в зеленому туризмі – це оздоровчий і етнографічний фактори в певній туристичній зоні відпочинку (традиції, звичаї, культура інших народів).

Агротуризм – це надання туристичних послуг селянами в їх присадибних господарствах. Ці послуги охоплюють, насамперед, забезпечення квартируванням і харчуванням, хоча можуть охоплювати й інші послуги, наприклад, організацію вільного часу туристів. Суттю агротуристичної діяльності є використання функціонуючого селянського господарства як джерела етнографічних атракцій, можливість відпочинку в гармонії з природою. Для зручності туристів господарі туристичних садиб часто пропонують цілий комплекс додаткового обслуговування. Наприклад, збір ягід, грибів, лікарських рослин, екскурсії чи походи, рибалка чи мисливство, лавка народних промислів, де можна купити який–небудь виріб або зробити його своїми руками, ферма для поні, на яких при бажанні можна покататися, можуть передаватися гостям знання з рільництва, тваринництва, формування сільського краєвиду, охорони природи, знайомство з архітектурними пам'ятками, культурними місцями, історичною культурною спадщиною, пізнання циклів виробництва, культури, фольклору, побуту, традицій як регіону, так і сільської родини, в якій проживає турист, спостереження за роботою селян та ремісників, пішохідні, кінні, велосипедні прогулянки; гастрономія (споживання та самостійне приготування страв місцевої кухні, влаштування майстер-класів із приготування українських страв: вареники, борщ, кутя, паска, кулачі, пампушки, богаш тощо); залучення до сільськогосподарських робіт і садівництва (догляд, випасання, годівля тварин, садіння сільськогосподарських культур, їх обробка, збір урожаю овочів та фруктів); гіпнотерапія (аромотерапія, апітерапія); участь у ярмарках, фольклорних та тематичних вечорах тощо.

Агротуризм безпосередньо пов'язаний з сільським господарством. Це означає, що до неї можна зарахувати тільки такий вид туризму, який проводиться на сільських теренах, використовує вільні квартири будинків і господарські будівлі селян, продукцію та послуги їх власників. Основними критеріями віднесення об'єктів сільського туризму до агротуристичних підприємств є:

- ведення сільського господарства суб'єктами, які надають послуги з агротуризму (особисті селянські чи фермерські господарства);
- база ночівлі (власне помешкання або оренда помешкання для проживання);
- питома вага доходів господарства від заняття туризмом – до 50 %.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Як показують дані таблиці 2, агротуризм, як вид діяльності індивідуального відпочинку, спроможний задовільнити запити різних груп середнього класу, припускаючи незалежність пересування, індивідуальну організацію дозвілля та програми екскурсійного обслуговування.

Таблиця 2

Основні умовні групи агротуристів

Група	Частина від загальної кількості	Опис	Потреби та бажання
Активні туристи	30-40%	<ul style="list-style-type: none"> - Одружені без дітей - Молодь з достатнім прибутком - Самотні з достатнім прибутком 	<ul style="list-style-type: none"> - добра їжа - заняття спортом - комфортне житло - оздоровлення - подорожі - привабливе природне середовище - розваги
Туристи -молодь	20%	<ul style="list-style-type: none"> - Особи до 30-ти років з високим освітнім рівнем (студенти) 	<ul style="list-style-type: none"> - групові інтереси - комфорт не є надто важливим - розваги на природі - спорт - функціональне житло
Сімейні туристи	20%	<ul style="list-style-type: none"> - Сім'ї з дітьми - Старші особи 	<ul style="list-style-type: none"> - екскурсії, тури - вільний час з родиною - комфортне житло - невисокі ціни - якісний сервіс
Туристи відпочиваючі	20%	<ul style="list-style-type: none"> - Особи від 50-ти років - Бізнесмени, які надто зайняті на роботі 	<ul style="list-style-type: none"> - добра їжа - комфортне житло - оздоровлення - пасивний відпочинок - прогулянки

Визначені у даній таблиці групи туристів можна вважати цільовими для аграрного туризму, і власники садіб мають орієнтуватися саме на такі цільові групи. Платоспроможність попиту доводить розвиток усіх видів туризму як в окремому регіоні, так і у країні в цілому.

Для успішного розвитку агротуризму в Україні необхідно вирішити наступні питання:

- уdosконалити існуючу та розробити нову нормативно-правову базу прийняттям Верховною Радою Закону прямої дії «Про сільський зелений туризм» та Постанови Кабінету Міністрів з питань стандартизації його діяльності;
- розробити регіональні програми розвитку сільського зеленого туризму;
- визначити методологію розроблення та впровадження моніторингу досягнення цільових показників зазначених програм на регіональному та загальнодержавному рівнях;

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

- забезпечити формування електронних систем моніторингу регіональних та державних програм розвитку сільського зеленого туризму;
- створити інфраструктуру фінансово-кредитної підтримки розвитку агротуризму;
- проводити навчальні семінари та тренінги для власників приватних садиб з основ організації обслуговування туристів, правових аспектів діяльності, рівня якості послуг, що надаються; започаткування циклу лекцій з безпеки туризму;
- створити інформаційно-консультаційні центри з метою законодавчого забезпечення діяльності сільського зеленого туризму, а також забезпечити створення інформаційних ресурсів (засобів комунікації, баз даних) та підвищення рівня інформованості, ділових навиків та кваліфікації господарів шляхом надання навчальних та консультаційних послуг;
- здійснювати консультування підприємців стосовно створення власного бізнесу в рамках розвитку зеленого туризму в регіонах;
- розробляти та виготовляти інформаційно-практичні матеріали;
- підготувати до видання туристський атлас та інформаційно-рекламний довідник, що висвітлюватиме туристичні можливості регіонів;
- створення та підтримка веб-сторінки , щоб всі зацікавлені господарі могли розмістити інформацію про свою садибу та послуги, які вони пропонують, а також з метою координації та систематизації інформації для зацікавлених туристів;
- підготовка телепрограм «Відпочиваємо в селі»;
- створення бази даних приватних садиб, що надають послуги гостинності, а також туристичних об'єктів та продуктів, маршрутів, цін на туристичні послуги, транспортне забезпечення тощо.

На сьогодні основним напрямком подальшого розвитку туристично-рекреаційної галузі є впровадження нових інноваційних проектів, а також залучення до співпраці закордонних і вітчизняних інвесторів, створення нових, цікавих і пізнавальних комплексів по сільському туризму для всіх вікових категорій.

Важливу роль для розвитку сільського туризму відіграє створена в Україні в 1996 р. «Спілка сприяння розвитку сільського (зеленого) туризму». Одним із важливих напрямків її діяльності є формування бази даних об'єктів сільського туризму та аналіз їх відповідності потребам і вимогам споживачів та міжнародним стандартам туристичного продукту. На жаль, ця база не є повною. Причини - невідповідність стандартам та фінансово-управлінські механізми держави у туристичній сфері, що гальмують розвиток підприємств. З метою підтримки високої якості в сільському туризмі в Україні введена система категоризації сільської нічліжної бази «Українська гостинна садиба». Створення всеукраїнської мережі садиб, які пройшли категоризацію, дасть можливість забезпечити якісними послугами розміщення українських та іноземних туристів, адже для більшості споживачів знак якості – це важомий критерій вибору продукту чи забезпечити якісними послугами розміщення.

Міністерство аграрної політики та продовольства України розробляє проект Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015- 2020 роки, яка б вирішувала реальні потреби галузі через всеохоплюючий процес консультацій із зацікавленими сторонами, зокрема представниками громадянського суспільства, бізнесу, а також інвесторами. Загальна мета Стратегії - підвищення конкурентоздатності сільського господарства і сприяння розвитку сільських територій на сталій основі відповідно до стандартів ЄС і міжнародних стандартів. Стратегія буде передбачати розвиток агротуристичної діяльності як складової збалансованого розвитку сільських територій. Основними принципами Стратегії є: орієнтація на кінцевий результат і практичну реалізацію; всеосяжність (має відображати потреби суспільства , враховувати державні і приватні інтереси ,в тому числі інтереси малих і середніх підприємств); предметність (достатньою мірою конкретна для прийняття рішень); реалістичність досягнення цілей.

Висновки. Україна має достатній агрорекреаційний потенціал для розвитку агротуризму. Однак його використовують недостатньо. Це обмежує можливості щодо зростання життєвого рівня жителів села, розвитку сільських територій, рекреації і відпочинку населення з невеликими доходами. Агротуризм може сприяти активізації сільськогосподарської діяльності. Популяризація і поширення агротуризму зменшить не лише соціально-економічну проблему села, а й навантаження на держбюджет. Україна має значний агротуристичний потенціал, основу якого складають природні, історико-культурні та господарські рекреаційні об'єкти. Нерівномірність у розміщенні різних видів агротуристичних об'єктів може слугувати основою для визначення пріоритетних територій розвитку тих чи інших видів агротуристичної діяльності в регіонах. Необхідно створити належні умови для розвитку сфери туризму і діяльності курортів, першочергового стимулювання в'їзного та внутрішнього туризму, розбудови сучасної агротуристичної діяльності.

Агротуризм дає можливість відпочити на природі, позбутися стресів, познайомитися із привітними та щирими людьми, пізнати народні традиції та звичаї, спробувати себе в різних видах сільської праці й оцінити українську народну кухню, пізнати культуру через етнофестивалі і відвідування унікальних дерев'яних храмів та інших архітектурних пам'яток. Таким чином, мотивація відпочинку в сільській місцевості-єднання з природою, чисте повітря, екологічно чисті продукти харчування, зміна обстановки, можливість участі у сільськогосподарських роботах, догляд за тваринами, участь у зборі дарів природи, кардинальна зміна обстановки, що дозволяє зняти стрес, який нагромадився в напружених міських умовах та отримати психологічне розвантаження.

На нашу думку, розвиток агротуризму може стати одним з ключових факторів, здатних використати сільськогосподарський потенціал регіонів та вплинути на стабілізацію економіки України в цілому. Для цього необхідна як підтримка окремих власників селянських господарств, які бажають зайнятися

агротуристичною діяльністю, так і сприяння з боку державних органів влади та вдосконалення законодавчої бази.

Література

1. Barke. M. Rural Tourism in Spain / M. Barke // International Journal of Tourism Research 6 (3), 2004. – P. 137-149.
2. Лученок С.А. Агротуризм: мировой опыт и развитие в республике Беларусь / С.А. Лученок. – Минск: БГЭУ, 2008. – 198 с.
3. Маєвський Я. Агротуризм: порадник для сільського господаря / Я. Маєвський. – Львів: Прес, 2005. – 80 с.
4. Medlic S. Dictionari of Travel. Tourism and Hospitality / S. Medlik . – London : Butterworth Heinemann Etd., 1993. – P.43
5. Рутинський М.Й. Сільський туризм : навч. посіб. / М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. – К.: Знання, 2006. – 271 с.
6. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Т.І. Ткаченко. – К.: Нац. торг. екон. ун-т, 2006. – 537 с.
7. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг: учеб. метод. пособие / М. Турковский. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 296 с.
8. Шимечко Г.І. Агротуризм як форма підприємницької діяльності : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Г.І. Шимечко. – Львів, 2009. – 240 с.

МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА РОЗРОБКИ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

В статті досліджено методи та способи розробки регіонального маркетингу в залежності від стратегічного напряму розвитку регіону, об'єкту дослідження та цілей регіонального маркетингу. Виділені методи згруповано за класифікаційними ознаками.

Ключові слова: регіональний маркетинг, регіон, метод, маркетинг-мікс.

Sviridova N.D., Kozyakova S.S. Methodological Basis Development of Regional Marketing. The paper investigates the methods and means of development of regional marketing based on the strategic direction of the region, the research object and purpose of regional marketing. Dedicated methods are grouped by classification features.

Keywords: regional marketing, region, method, marketing mix.

Забезпечити якість управлінських рішень на рівні регіону можливо лише тоді, коли управлінський склад органу регіонального самоврядування повністю володіє маркетинговою інформацією за умов постійного доступу. Це дасть змогу визначити місце регіону в умовах жорсткої конкуренції на територіальному ринку. Це призводить до необхідності пошуку нових методів та способів розробки регіонального маркетингу, розширення зовнішніх та внутрішніх ринків збути, вироблення системи організаційних заходів на рівні області. Тобто такі завдання спрямовано на розвиток регіону, який підвищуватиме його привабливість. Формування регіонального співтовариства, економічна модель, регіональний дизайн, регіональне і стратегічне маркетингове планування виступають як форми для поліпшення привабливості.

Але для формування регіонального співтовариства регіон повинен володіти достатніми ресурсами для інвестицій, мати низьку конкуренцію та постійно проводити моніторинг зовнішнього середовища по відношенню до регіонального утворення.

Запорукою успішного функціонування території є економічне зростання. Однак розвиток регіону передбачає не тільки конкретні результати роботи вже наявних галузей, а й впровадження нових виробництв, збільшення кількості інновацій тощо.

Регіональний дизайн забезпечує зручне і комфортно жити населенню регіону, при цьому велика увага приділяється архітектурі, чистоті та екологічності території. Але такий параметр є обмеженим і за певних умов не буде в змозі зробити регіон більш привабливим і зручним (велика кількість коштів на реалізацію архітектурного плану).

Регіональне планування відповідає завданням забезпечення функціонування регіону, а не його розвитку, бо структури регіональних адміністрацій займаються розглядом і оцінкою різних проектів.

Стратегічне маркетингове планування є ефективною формою реалізації регіонального маркетингу, оскільки різноманітна діяльність щодо продажу регіонального продукту, яким виступає сам регіон, стратегічним партнерам впливає на соціально-економічний розвиток регіону. Відсутність ефективного стратегічного партнерства пояснюється низьким рівнем інформаційного забезпечення, недовіри та структурною трансформацією устрою економіки. Для вирішення таких проблем необхідно визначати стратегічні напрями регіонального маркетингу, якими можуть бути:

маркетинг пам'яток, розваг – спрямований на формування позитивного іміджу регіону за рахунок використання природних та історичних пам'яток, видатних осіб, об'єктів культури та відпочинку. Комплексне оформлення території підвищує її привабливість за рахунок унікальності. Але навіть велика кількість пам'яток території не може бути єдиним об'єктом регіонального маркетингу;

маркетинг інфраструктури служить основним елементом регіонального маркетингу, оскільки інфраструктура є фундаментом кожного регіону. Але розвинута інфраструктура не є запорукою регіонального росту;

маркетинг персоналу – об'єктами регіонального маркетингу виступають мешканці території, об'єднання й спілки громадян, які забезпечують підтримку маркетингової активності в середині регіону (формування та підтримка доброзичливої мотивації, залучення нових мешканців). Тобто настрій регіональних мешканців є також складовою регіонального продукту.

За кожним стратегічним напрямом необхідно визначати сукупність маркетингових заходів, які відображаються у стратегії розвитку регіону.

Таким чином, регіональний маркетинг вирішує багато завдань, а саме: формування та використання унікальних властивостей регіону, що має свою вартість і корисність; забезпечення соціально-економічного розвитку регіону; позиціонування регіонального продукту з метою поліпшення або збереження конкурентоспроможності; формування привабливості регіонального продукту всередині території за для залучення нових підприємств, інвесторів; формування певного рівня популярності регіону (впізнаваність); забезпечення задоволеності умовами життя мешканців даного регіону. З огляду на це, будь-які перетворення доцільно починати з якісного оцінювання регіону, дослідження переваг та недоліків, тобто застосовувати маркетингові методи та способи.

Методологічною основою маркетингу є сукупність методів на які оперуються підприємства для досягнення поставлених цілей:

1. Метод орієнтації на продукт, послугу (вироблення якісного товару (послуги, вироби), який потім необхідно довести до кінцевого споживача).

2. Метод орієнтації на споживача (спочатку відбувається пошук покупця, потім визначення товару що задовольняє потреби і в кінці виготовлення).

3. Інтегрований маркетинг (товар і покупець можуть бути створені в один і той же час).

4. Маркетинг відкритих систем (відкрита система, щоб існувати, повинна здійснювати процеси обміну з зовнішнім середовищем й такий обмін повинен приносити прибуток, а супільству доброчут).

Такі методи застосовуються на мікрорівні й не можуть бути однаковими на всіх рівнях, причиною тому є об'єкт маркетингу. Ні один із перелічених методів не спрямовано на регіон/місто або територію, тому виникає необхідність у проведенні дослідження існуючих методів розробки регіонального маркетингу й визначені їх класифікації.

Для задоволення потреб й інтересів населення регіону необхідно враховувати не лише рівень і якість життя, але й ступінь екологічної безпеки, можливості розвитку національних культур, ступінь соціального благополуччя, вибору виду діяльності. Для цього слід проводити маркетингові дослідження та прогнозувати процеси формування ринкової інфраструктури (регіональні ринки праці, послуг, житла, освіти та охорони здоров'я). Дослідження займають досить значну частину (від однієї третини до половини) всієї маркетингової діяльності та необхідні для збору, накопичення й аналізу інформації. Залежно від спрямованості маркетингових досліджень будуть застосовуватися різні методи й способи:

методи, що спрямовані на стратегічний розвиток регіону: SWOT-аналіз, MPC-аналіз, Портфоліо-аналіз, PEST-аналіз, GAP-аналіз, ABC-аналіз полів маркетингового економічного потенціалу;

методи, що спрямовані на тактичний розвиток регіону: Розрахунок частки покриття, Аналіз точки беззбитковості, Розрахунок результату, Бюджетування маркетингу, Оцінка ефективності маркетингу;

методи, що спрямовані на оперативний розвиток регіону: Аналіз частки ринку збути, Аналіз реалізації і можливостей, Аналіз ефективності каналів збути, Аналіз поведінки конкурентів, Оцінка ефективності маркетингових дій, Аналіз поведінки покупців і споживачів продукції.

За допомогою сукупності запропонованих методів можна розширити коло інтересів й потреб населення, а також оцінити раціональність розвитку регіону та надати інформацію для подальшого прогнозування соціально-економічного розвитку регіону. Під методами прогнозування слід розуміти сукупність прийомів і способів мислення, що дозволяють на основі аналізу ретроспективних даних, екзогенних (зовнішніх) і ендогенних (внутрішніх) зв'язків об'єкта прогнозування, а також їх вимірювань в рамках розглянутого явища або процесу вивести судження певної достовірності щодо його (об'єкта) майбутнього розвитку [7, с. 29].

У наукових джерелах виділяються дві великі однорідні групи за ступенем формалізації: інтуїтивні і формалізовані методи прогнозування, які принципово відрізняються за своєю сутністю [3, с. 106].

На практиці використовуються інтуїтивні методи прогнозування соціально-економічного розвитку регіону (методи експертних оцінок: індивідуальні, колективні), це пояснюється відсутністю методологічної бази та

законодавчих вимог до застосування методів прогнозування. Також не визначена відповідальність органів регіонального управління за невиконання прогнозів регіонального розвитку. Ще однією причиною постійного використання таких методів є низькі фінансові витрати.

Формалізовані методи прогнозування є обґрунтованими та існують давно. До такої групи методів прогнозування відносяться порівняльно-історичні методи і методи математичного моделювання.

Порівняльно-історичні методи використовуються при прогнозуванні розвитку нових об'єктів і процесів, за якими немає ретроспективної інформації, а прогноз будується на політико-соціальних явищах інших регіонів, що знаходяться у тісному зв'язку з історичними обставинами.

До такої групи методів включаються методи історичного опису, періодизації і історичних аналогій, а також порівняльний, хронологічний, проблемно-хронологічний, ретроспективний, прогностичний методи. Всі варіації історично-порівняльного методу на регіональному рівні, на думку автора, слід розглядати, як допоміжні.

Найбільшою групою серед методів моделювання є методи екстраполяції, які виявляють стійкі тенденції минулого і переносять їх в майбутнє (трендова модель). В разі чого, виникає потреба у обробці великого обсягу інформації кваліфікованими співробітниками, але на регіональному рівні зазначені методи застосовуються вкрай рідко з причин відсутності відповідного програмного забезпечення. Методи екстраполяції підходять в періоди коли тенденції минулого розвитку регіону зберігаються, а вплив зовнішніх факторів залишається незмінними. Для деталізації характеристик використовується економетричне моделювання, що дозволяє на базі статистичних даних розвитку регіону визначати основні характеристики та взаємозв'язки між окремими його районами [5, с. 212].

Дана група методів виділяє такі методи прогнозування: матричні моделі та моделі оптимального прогнозування, економіко-статистичні моделі (факторні моделі), імітаційні моделі. Регіон відіграє роль «товару», що пропонується цільовим групам споживачів, які й виступають в якості зовнішніх факторів які складно всі обліковувати. Також, щоб побудови подібні моделі потрібна висока кваліфікація суб'єкта прогнозування. Методи економічного аналізу є ще однією групою методів моделювання, яка виступає комбінацією всіх попередніх методів прогнозування. Сутність економічного аналізу полягає в розкладанні будь-якого економічного процесу на складові частини, дослідження даних частин та виявленні взаємозв'язків. Більша частина методів аналізу використовується при проведенні маркетингових досліджень, що говорить про тісний взаємозв'язок.

Таким чином, на основі проведеного дослідження існуючих методів прогнозування можна стверджувати, що для однієї частини таких методів джерелом інформації є статистичні дані й факти життя, а для іншої – прогнозна інформація. Тому доцільно визначені методи прогнозування поділити на два класи, в залежності від джерела інформаційного забезпечення: фактографічні, експертні.

Фактографічні методи базуються на інформації про фактичний розвиток регіону і його минуле становище. В експертних методах використовується інформація, що надається фахівцями-експертами в процесі систематизованих процедур виявлення й узагальнення інформації. Складність вибору найбільш ефективного методу прогнозування полягає у визначені щодо класифікації таких методів (характеристик), переліку вимог до ретроспективної та прогнозної інформації, а також доступності джерел даних.

Наступним кроком до здійснення поставленої мети після збору інформації про регіон є аналіз отриманих даних та їх систематизація. Для цього використовуються сегментація й позиціонування.

Сегментація є основним методом маркетингу, за допомогою якого відбувається розподіл даних, з урахуванням результатів аналізу, за певними ознаками (сегменти). Вона здійснюється для подальшої розробки комплексу маркетингу (маркетинг-мікс). При сегментації застосовуються такі методи, як кластерний аналіз, самоорганізаційні карти, проекційні методи, порівняльний аналіз, факторний аналіз, групування й інші. Вхідною інформацією для проведення сегментації є статистичні дані, нормативно-правові й законодавчі акти. Важливою умовою при сегментуванні у регіональному маркетингу виступає вибір факторів соціально-економічного простору регіону. Умовно показники факторів поділяються на дві групи:

Перша – економічна середа, її показниками є: валовий регіональний продукт (ВРП), середня оплата праці, частка оплати праці у ВРП, прожитковий мінімум, рівень бідності населення, рівень інфляції, рівень безробіття, темпи зростання ВРП (на рік), індекс промислового виробництва, індекс споживчих цін, дефіцит бюджету, структура власності, рівень монополізації, розміри прямих і непрямих податків, сальдо платіжного балансу, ступінь криміналізації економіки.

Друга – соціо-політична середа, основними показниками якої виступають: співвідношення зростання доходів і витрат населення, середній рівень споживання найважливіших продуктів харчування, ступінь забезпеченості житлом та іншими необхідними умовами життєдіяльності (установи охорони здоров'я, об'єкти соціально-культурної сфери), рівні освіти, тривалість життя, рівні народжуваності, смертності, захворюваності, розмір міграції населення та інші [1, с. 87].

Але єдиної типології не існує й досі, це пов'язано з тим, що регіони України відрізняються один від одного розміром, кліматичними умовами, чисельністю й доходами населення, рівнем інвестиційної діяльності, рівнем розвитку економіки й тощо, але параметри повинні бути співставні. Щоб порівняти такі відмінності органи державної влади застосовують такий механізм, як державна регіональна економічна політика, яка формує соціально-економічні умови у кожному регіоні України (надання дотацій, встановлення фіксованих цін, податкових чи інших преференцій). Якщо така політика ставить регіони у більш-менш рівне становище, то регіони можуть конкурувати між собою. Конкурентні переваги закладаються в основу

позиціонування і маркетингових стратегій регіону стосовно кожного цільового ринку.

Позиціонування регіону – це один з методів визначення можливостей регіону, які найбільшою мірою задовольняють потреби й інтереси різних груп споживачів та відповідних переваг. Позиція регіону серед інших регіонів (зовнішні переваги порівняно з іншими регіонами) не тільки повинна бути прозора, але і мати запас міцності, бути довгостроково захищеною від можливих наслідувань або конкурентних кроків інших регіонів.

Не менш важливим при позиціонуванні є методи іміджмейкінгу, реклама, брендінг, зв'язки з громадськістю, формування стереотипів, інформаційне маніпулювання: Пре-спін: підготовка перед подією; Пост-спін: проведення інформаційної компанії після події; Торнадо-спін: строковий переклад інтересу цільової групи до іншої області; Контроль кризи – менеджмент подій, що виходить з під контролю; Зменшення втрат: робота з подіями, що знаходяться поза контролем для запобігання виникнення подальших втрат.

Тому сегментація є методом збору й аналізу інформації, а позиціонування систематизує її.

В залежності від встановлених цілей регіонального маркетингу, запропоновано виділити три групи методів:

соціальні методи, що основані на політично-правовій базі, формування стандартів соціальної поведінки та направлені на поліпшення якості життя населення, зміцнення соціальних організацій, підвищення соціальної зрілості суспільства, тобто одна з цілей регіонального маркетингу – задовольнити інтереси суспільства;

економічні методи, спрямовані на розвиток ділового, науково-технічного, економічного розвитку регіону або відповідної інфраструктури та узгоджують інтереси споживачів. Тобто відбувається економічний розрахунок, заснований на свідомому використанні всієї системи економічних законів і категорій ринкової економіки. До таких методів можна виділити методи економічного стимулювання;

комунікаційні методи, що демонструють відкритість регіону для контактів (інвесторів) і дозволяють зовнішнім суб'єктам краще пізнати і реалізувати свої потреби. Така група методів задоволитьиме інтереси регіональних органів державного керування та підлягатиме контролю з боку макрорівня [2, с. 81].

Таким чином узагальнюючи всі перелічені методи, що мають різну спрямованість, доцільним є їх групування за ознаками (рис. 1).

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ



Рис. 1. Класифікація методів розробки регіонального маркетингу

Джерело: власна розробка автора на основі опрацювання наукових робіт [1, 3-7]

Така класифікація має практичне значення при виборі напрямів маркетингових досліджень та методів прогнозування розвитку регіону, які є індивідуальними у кожному регіоні й змінюються відповідно інтересів цільових груп споживачів.

Література

- 1.Бурлаков В.Н. Криминология. ХХ век / В.Н. Бурлакова; под ред. В.Н. Бурлакова, В.П.Сальникова. – СПб.: Юр. центр Пресс, 2000. – 554 с.
- 2.Лискова С.С. Методи реалізації регіонального маркетингу / С.С. Лискова // Економічний часопис-XXI. – 2010. – № 11-12. – С. 78-81.
- 3.Мартынов А.С. Применение формализованных методов в процессе прогнозирования социально-экономического развития регионов / А.С. Мартынов // Вестник Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации. – 2009. – №3. – С. 105-113.
- 4.Окландер М.А. Маркетинг регіону як різновид маркетингу некомерційних організацій / М.А. Окландер, О.Г. Михайленко // Труды Одесского политехнического университета. – Одесса: ОНПУ, 2000. – Вып. 1(10). – С. 264-268.
- 5.Парсаданов Г.А. Прогнозирование национальной экономики / Г.А. Парсаданов; под ред. Г.А. Парсаданова, В.В. Егорова. – М.: Высш. шк., 2002. – 304 с.
- 6.Старостіна А.О. Регіональний маркетинг: суть та особливості становлення в Україні / А.О. Старостіна, С.Є. Мартов // Маркетинг в Україні. – 2004. – № 3(25). – С. 55-57.
- 7.Цыгичко В. Основы прогнозирования систем / В. Цыгичко. – М.: Финансы и статистика, 1986. – 207 с.

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ ТА ПРОДУКЦІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ – ПОЛЬСЬКИЙ ДОСВІД

В статті розглянуто аспекти вступу України в ЄС, проаналізовано польський євроінтеграційний досвід в контексті продукції харчових технологій.

Ключові слова: євроінтеграція, модернізація, інноваційне виробництва, дотації, конкурентоздатність, автентичні харчові продукти, захищене місце походження (PDO), захищене географічне позначення (PGI), гарантована традиційна особливість (TSG), легалізовані виробники.

Solod M.I. Euro-integration and food technologies production – polish experience. In this article the aspects of Ukraine entrance into EU and polish eurointegration experience within the scope of food technologies production were considered.

Keywords: eurointegration, modernization, innovative manufacture, dotation, competitiveness, authentic food products, protected designation of origin (PDO), protected geographical indication (PGI), traditional speciality guaranteed (TSG), legalized manufacturers.

На сьогоднішній день питання євроінтеграційного вектору розвитку української економіки не викликає вже жодних сумнівів. Державотворні інтегруючі процеси у суспільстві показали, що народ України зробив свідомий вибір на користь євроінтеграції держави. Однак в той же час питання збереження національної ідентичності, економічної та культурної самостійності держави у глобалізації них процесах також набувають значної актуальності. У цьому плані доцільно та важливо аналізувати та використовувати досвід нашого найближчого західного сусіда – Польщі, яка вже більше 10 років є членом Євросоюзу і має різноплановий досвід у цій сфері.

Євроінеграція як процес досліджувалась багатьма вченими та громадськими діячами України та країн Європи, серед яких можна назвати зокрема П. Гайдуцького, В. Дубік, Б. Губського, В. Мунтіян, О. Білорус, Д. Лук'яненко, М. Еллана, Л. Матроні, О. Гащицького, В. Шульца та ін. [1-6] Однак робіт, які стосуються аналізу ринку харчових продуктів, захисту їх автентичності і цінової політики на європейському ринку, практично немає.

Метою даної роботи є розгляд перспектив України як члена ЄС (зокрема у сфері продуктів харчування), аналіз деяких аспектів польського євроінтеграційного досвіду у сфері продукції харчових технологій та його використання у майбутньому в українських реаліях.

27 червня 2014 р. в ході засідання Ради ЄС Президентом України П.Порошенком та керівництвом Європейського Союзу і главами держав та урядів 28 держав – членів ЄС була підписана економічна частина Угоди про асоціацію між Україною та ЄС – Розділи III «Юстиція, свобода та безпека», IV

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

«Торгівля і питання, пов’язані з торгівлею», V «Економічне та галузеве співробітництво» та VI «Фінансове співробітництво та положення щодо боротьби із шахрайством», які разом з рештою тексту Угоди становлять єдиний документ.

16 вересня 2014 р. Верховна Рада України та Європейський Парламент синхронно ратифікували Угоду про асоціацію між Україною та ЄС.

Угода про асоціацію за своїм обсягом і тематичним охопленням є найбільшим міжнародно-правовим документом за всю історію України та найбільшим міжнародним договором з третьою країною, коли-небудь укладеним Європейським Союзом. Вона визначає якісно новий формат відносин між Україною та ЄС на принципах «політичної асоціації та економічної інтеграції» і слугує стратегічним орієнтиром системних соціально-економічних реформ в Україні. Передбачена Угодою поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі між Україною та ЄС визначатиме правову базу для вільного переміщення товарів, послуг, капіталів, частково робочої сили між Україною та ЄС, а також регуляторного наближення, спрямованого на поступове входження економіки України до спільного ринку ЄС [7, 8].

Для України дуже важливим є такий аспект євроінтеграції, як реальний поступ у здійсненні реформ та модернізації, приведення умов для бізнесу і підприємництва до європейських стандартів. Цей потенціал успішно реалізували Словенія, Польща, Словаччина та країни Балтії, особливо у сфері малого і середнього бізнесу, у податковій, інвестиційній, фінансовій, бюджетній, судовій та адміністративній сферах.

Загалом, показники реформ і модернізації суспільства в ЄС — одні з найвищих у світі. У рейтингах економічної свободи, легкості ведення бізнесу, конкурентоспроможності економіки, сприйняття корупції Україна, як і Росія, значно відстає від країн ЄС (і "старих", і "нових"), нерідко майже на 100 позицій серед 170–180 досліджених країн світу (рис. 1). Тож для України важливе значення має зовнішнє середовище впливу, яке здатне утримувати її в параметрах позитивної динаміки.

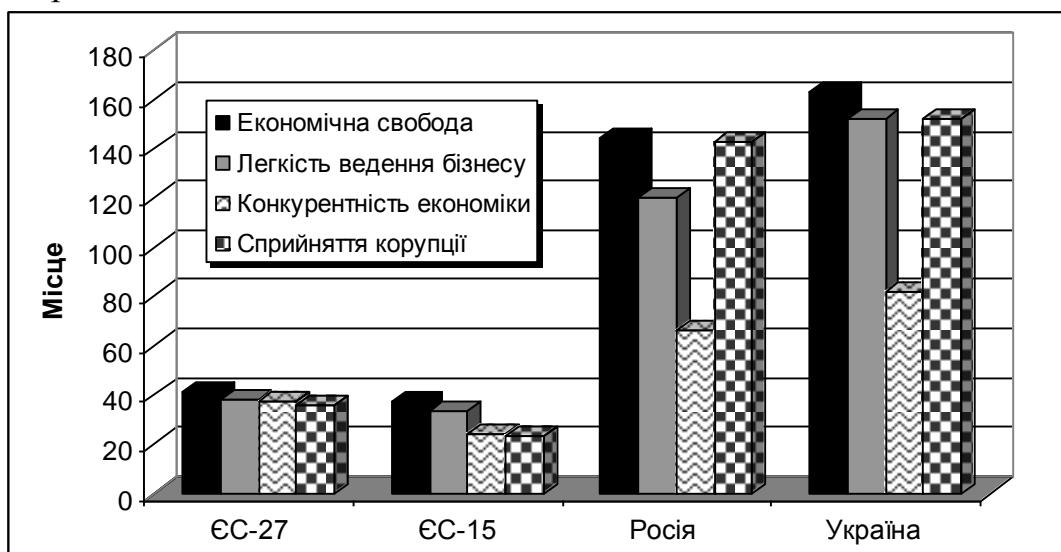


Рис. 1. Рейтинги модернізації і реформ (менше місце – краще). Складені за даними Центру гуманітарних технологій 2011-2012 рр.

З рис. 1 помітно, що рівень модернізації і реформ у «нових» країнах Євросоюзу є дещо вищим, ніж у «старих», що пов'язано із дотаційним фінансуванням цих країн.

ЄС має дуже ефективний інструмент міжкраїнового вирівнювання розвитку у вигляді загальносоюзного бюджету. Бюджет ЄС утворюється щорічно на суму близько 1 трлн євро шляхом відрахування кожною країною 1% від її ВВП. Розподіл і видатки бюджету ЄС здійснюються з урахуванням політики вирівнювання розвитку. Країни з нижчим рівнем розвитку отримують фінансування з бюджету ЄС значно більше, ніж сплачують внесків до нього. Це стосується Польщі (утричі більше), Румунії, Греції, Чехії і Португалії (у 2–2,5 разу). Більшість країн ІСС отримують від 1,5 до 2,5 тис. євро на жителя. Для порівняння: це стільки, як у Росії на жителя припадає бюджетних коштів. Навіть Болгарія і Румунія отримують із бюджету ЄС понад 1 тис. євро на громадянина, що вдвічі більше, ніж припадає бюджетних коштів на жителя в Україні. Тому вступ до ЄС повинен бути особливо корисним для нас з точки зору дотацій в економіку України.

Ще одним вагомим показником є інноваційність виробництва, яка в ЄС перевищує 75%. З таким потенціалом євроінтеграційної привабливості не може зірвнятися ніхто. ЄС — це територія високоефективної інноваційної економіки. Середній показник ВВП на жителя в ЄС майже увосьмеро вищий, ніж в Україні, і в 2,5 разу — ніж у Росії. У провідних країнах ЄС рівень економічного розвитку ще вищий [2].

Що ж до підприємництва, особливо в сфері харчових виробництв, для України привабливими є ставки ввізних мит для товарів сільського господарства та харчової промисловості, які будуть значно нижчими (рис.2).

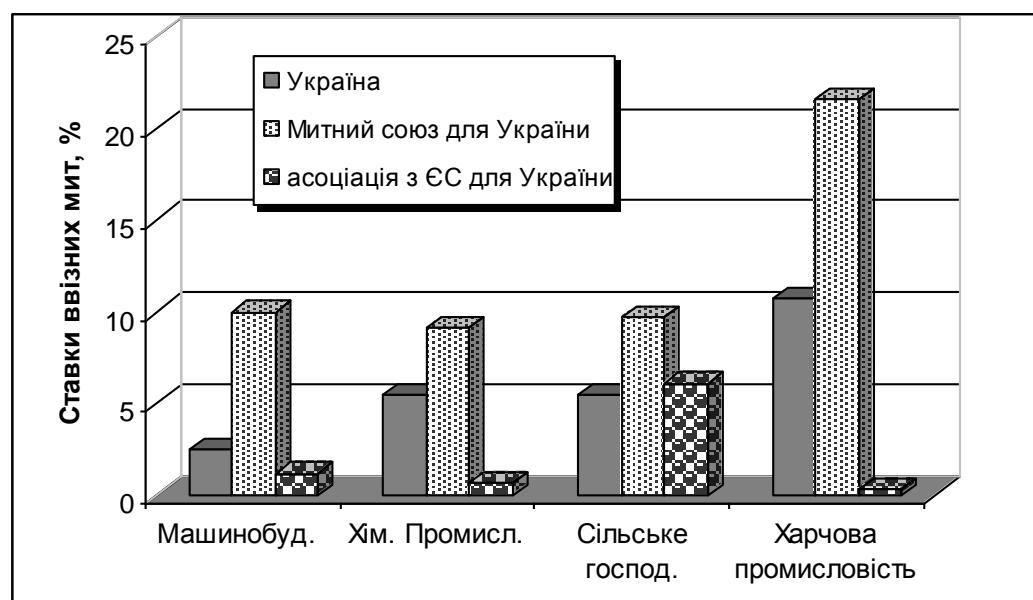


Рис. 2. Порівняння ставок ввізних мит України, Митного союзу та ЄС.

Однак існують і певні проблеми, з якими зіштовхнулась свого часу Польща та зіштовхнеться невдовзі і наша держава. В першу чергу, це проблема

доведення якості вироблених товарів до стандартів Євросоюзу, що наразі є для України за високою планкою. Поки що низькі ставки ввізного мита в ЄС для України на продукцію сільськогосподарської продукції, харчової промисловості та рибальства дуже ефективно "компенсуються" високими стандартами технічного регулювання ЄС.

Вступивши до СОТ та підписавши угоду про асоціацію з ЄС, Україна погодилася приймати сертифікати країн походження і це може привести до обмеження доступу українських товарів на європейські ринки під приводом їх невідповідності європейським стандартам і сертифікатам. Це призведе до вилучення з режиму вільної торгівлі майже 400 товарних позицій, в основному сільськогосподарських та продовольчих товарів. Скасування вивізного мита на насіння соняшнику може позбавити вітчизняні олієжиркомбінати сировини. Сьогодні ці комбінати експортують близько 80% виробленої в Україні соняшникової олії і щорічно отримують близько 2 млрд дол. валютної виручки.

Збереження в ЄС системи багатомільярдних дотацій аграрного сектора робить експорт української продукції в ЄС та в третіх країнах неконкурентоспроможним. Обсяг бюджетної підтримки сільського господарства в ЄС становить 45% від вартості валової продукції галузі, а в Україні — лише 6%. Навіть у перспективі Україна не зможе дозволити собі таку підтримку і забезпечити адекватну конкурентоспроможність своєї продукції на ринку ЄС [2].

Польський досвід показує, що згадані вище процеси, хоча і з болісними змінами для аграрного сектору в плані ліквідації неконкурентоздатних підприємств, привели до покращення ситуації в аграрному секторі і виробництві харчової продукції, збільшення кооперативних форм середніх та малих підприємств харчової промисловості.

Важливо відзначити, що позитивним моментом євроінтеграції є також пропагування національної ідентичності та захисту прав на автентичні страви та сертифікацію їх якості. Євросоюз запровадив системи захищеного місця походження (англ. protected designation of origin, PDO), захищеного географічного позначення (англ. protected geographical indication, PGI) та гарантованої традиційної особливості (англ. traditional speciality guaranteed, TSG). Ці системи обмежують географію виробництва харчового продукту тільки місцем його виникнення (PDO, на приклад, Шампанське, Miód kurpiowski, Oscypek тощо), обмежують географічно місце здійснення основної стадії технологічного процесу (PGI, на приклад, Kiełbasa Lisiecka, roquefort) та продукт має бути виготовлений при використанні традиційної сировини чи характеризуватись традиційним складом, способом виготовлення чи переробки (TSG, Staropolski miód pitny, Kabanosy) [10, 11, 12].

Відповідно, для виробництва захищених згаданими системами продуктів необхідно мати спеціальні дозволи. Ці документи позитивно впливають на якість продукції, однак для багатьох дрібних підприємців вони істотно підвищують вартість виробництва продукції, призводять до нерентабельності виробництва. Так, для виробництва одного з найвідоміших традиційних харчових продуктів - сиру oscypek (PDO), вівчар (баца) повинен заплатити

більше 2000 zł за ліцензію відповідності класичній технології та ще за ветеринарне свідоцтво усіх своїх овець. Статистика показує, що лише 20 з близько 100 вівчарів-виробників мають таку ліцензію, а виробники-порушники, яких штрафують, належать до числа тих, хто не проплатив за подовження ліцензії, а не тих, хто її взагалі не має. Тобто державний контроль здійснюють лише відносно легалізованих виробників, а інші взагалі не контролюються. Для населення, яке традиційно роками без жодних оплат виробляло копчені овечі сири, ідея ліцензування продукції взагалі сприймається абсурдно. В результаті документ, який мав би захищати традиційний продукт від підробок, мало того, що фактично нічого не захищає, але й заважає сумлінним підприємцям будувати свій бізнес і бути конкурентоздатними на ринку [9].

На остаток важливо згадати ще про те, що згідно статистично-соціологічних даних, рівень життя пересічного громадянина більшості молодих країн ЄС у період заміни валюти з національної на євро стрімко падає. Очевидно, це пов'язано зі зміною і валюти, і цін на продукцію з одночасним падінням конкурентоздатності власних виробників. Президент Польщі Броніслав Коморовські вже 5 років тому подав проект до парламенту про введення на території Польщі євровалюти, однак досі він не був прийнятий. Експерти стверджують, що введення євро збільшило би ціни на продукцію АПК і харчових виробництв в середньому у 1,5 рази. У зв'язку з цим хотілося б акцентувати увагу на політичній відповідальності польського політикуму, який приймає зважені рішення виключно в інтересах власного народу, розглядаючи всі можливі наслідки і своєчасність цих рішень, а не просто лобіюючи чийсь інтереси.

Аналіз економічних показників та досвіду «молодих» країн Європейського Союзу, таких як Польща, дозволяє стверджувати, що входження України до ЄС буде мати як ряд негативних, так і позитивних наслідків для держави: змусить виробників харчових продуктів переглянути питання якості та відсіє неконкурентнозданих підприємців, дозволить отримати чималі дотації (зокрема на розвиток АПК), хоча може призвести і до занепаду сировинно-переробних галузей. Системи захисту автентичності традиційних українських продуктів та страв допоможуть популяризувати український гастрономічний бренд в об'єднаній Європі.

Література

1. Білорус О. Глобалізація і національна стратегія України / О. Білорус. – К.: Батьківщина, 2001. – 465 с.
2. Гайдуцький П. Україна—ЄС: проблеми інтеграції // «Дзеркало тижня. Україна» №20. – 2013. – 7 червня.
3. Глобалізація і безпека розвитку: Монографія / О.Г. Білорус, Д.Г. Лук'яненко та ін. - К.: КНЕУ, 2001.
4. Губський Б. Європейський вектор інтеграційної політики України / Б. Губський // Економіка України. – 2003. – №5. – С. 19-28.
5. Матроні Л., Гащицький О. Стан зовнішньоекономічних відносин з країнами Євро Союзу // Україна на шляху європейської інтеграції. Науково-

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

практичний збірник матеріалів. - К.: Мінекономіки України, CDG, 2000. - С. 81-87.

6. Мунтіян В. Глобалізація: витоки і перспективи / В. Мунтіян // Світ фінансів. – 2012. – Вип 2. – С. 28-35.

7.Інтернет джерело: http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/publish/article?art_id=246581344&cat_id=223223535.

8.Інтернет джерело: [http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf)

9.Інтернет джерело: <http://wgospodarce.pl/informacje/16598-baca-oscypkanie-ma-prawa-produkowac-unia-europejska-zabrania>

10.Magda Krämer: Zakopane. Warszawa: Multico Oficyna Wydawnicza, 2007, s. 26. ISBN 978-83-7073-483-1.

11.Rada Unii Europejskiej: Rozporządzenie Rady W.E. nr 509/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie produktów rolnych i środków spożywcznych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami. (pol.). 31.3.2006.

12.Rada Unii Europejskiej: Rozporządzenie Rady W.E. nr 510/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywcznych. (pol.). 31.3.2006.

ЛЬВІВ – ГОЛОВНА ДЕСТИНАЦІЯ ЕТНОФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У КОНТЕКСТІ ГЕОГРАФІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ТА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Охарактеризована просторово-часова структура етнофестивального туризму Львівської області та проаналізовано тематичну структуру та функціональні особливості найпопулярніших фестивалів Львова.

Ключові слова: подієвий туризм, етнофестивальний туризм, дестинація, туристичні потоки, геопросторова структура.

Topornytska M.J. Lviv – principal destinations of etnofestival tourism in the context of geography of national and international tourism. Spatial and temporal structure of etnofestivals of L'viv region is characterized and the thematic structure and functionals features of the popular festivals of Lviv is analyzed.

Keywords: event tourism, etnofestivals tourism, destinations, tourist flows, geospatial structure.

Місто як дестинація здатне привабити туриста за рахунок трьох складових: архітектурної спадщини, гастрономією та святами. Львів поєднує у собі усі ці складові. Львів – важливий туристичний центр України. Це місто величних пам'яток архітектури, розкішних храмів, старовинних площ, затишних вуличок, музеїв та галерей з унікальними мистецькими скарбами різних епох історії світової цивілізації. У місті зберігають культурні надбання минулого та водночас намагаються відповідати вимогам сучасності. Львів був у когорті перших міст України, що наприкінці 90-х рр. ХХ-го століття позувалися шаблонних відзначень свят та започаткували європейський формат культурних заходів – проведення різних за тематикою фестивалів.

Старовинні вулиці, таємнича атмосфера минулих століть, які застигли в камені, але випромінюють невидимі, але дуже відчутні подихи, все це – Львів, який до того ж є театральним, музичним, мистецьким містом, яке продукує розмаїття напрямків розвитку сучасної культури і мистецтва, цікавих розваг та забав, які об'єднуються у понад 50 фестивалів із домінантною або виразною етнокультурною складовою.

За даними міськради мета подорожі 93,3% туристів до Львова – це знайомство з культурною спадщиною та культурно-мистецьким життя міста.

Стійко популярним в ХХІ ст. у світі залишається саме культурно-познавальний туризм, в якому з'явилися інноваційні підвіди. Дуже важливим, зокрема, у нашій державі, став етнофестивальний туризм. Це пов'язано з гостинністю українців, любов'ю до народних традицій, з відходом від звичного проведення масових свят до сучасного фестивального формату їх організації.

Одним із видів туризму за метою є подієвий туризм. Фестивальний туризм є підвидом подієвого туризму. Етнофестивальний туризм – один з

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

найпоширеніших різновидів фестивального туризму.

Подієвий туризм – цей напрям туризму порівняно молодий і надзвичайно цікавий. Основна мета такої поїздки приурочена до якої-небудь події. За визнанням західних учених, цей вид туризму нині найбільш перспективно і динамічно розвивається [1, с. 31]. Унікальні тури, що поєднують традиційний відпочинок і участь у видовищних заходах планети, поступово завойовують все більшу популярність.

Головна особливість подієвого туризму – це безліч яскравих неповторних вражень, які можна пережити винятково в тій чи іншій дестинації у вузький, конкретно визначений проміжок часу.

Фестивальний туризм відноситься до спеціалізованих підвідів туризму, він покликаний реалізувати специфічні запити людей під час поїздки та відвідування об'єкта зацікавлення.

Один з фундаторів теорії розвитку туристичних дестинацій Ф. Котлер сформулював таку тезу: чудові архітектурні споруди міст залишилися у спадок, сучасну ж атмосферу гостинності місцеві жителі мають створювати самі. Зокрема, за допомогою сотні різних фестивалів – від найсмачніших, кавових чи шоколадних, до сповнених тонкої естетики – органної чи джазової музики.

Нижче ми спробували проаналізувати львівські етнофестивальні дійства. Етноскладова виступає турпродуктною “родзинкою” львівських фестивалів такої тематики: гастрономічні, ремісницькі, давньої культури (історичні), фестивалі, пов’язані з релігійними свята, музичні, танцювальні, театральні, вуличного мистецтва та змішані, які об’єднують усі попередні.

Проаналізуємо тематичну і часову структуру та функціональні особливості найпопулярніших фестивалів Львова. Більшість з них приваблюють тим, що не вимагають багато часу та коштів для їх відвідання, проте гарантують позитивні враження та емоції на згадку.

Етнофестиваль “Різдво у Львові” – най масовіший та етнічно найколоритніший різдвяний фестиваль України – щороку залучає понад сотню тисяч туристів з усього світу, славиться на всю Україну розмаїттям обрядодійств і забав, унікальними для нашої країни виставками вертепів, парадом (карнавалом) різдвяних звізд, його кульмінацією є урочисте встановлення у центрі міста 6 січня трьохметрового Різдвяного Дідуха – опікуна різдвяного Львова.

У фестивалі “Львів – столиця ремесел” беруть участь: художники, пивовари, сировари, кулінари, пасічники, народні майстри: ковалі, гончарі, каменотеси, ткачі, кужніри; ювеліри, вітражисти, гутники, зброярі, малярі, різьбярі. Також представлені вироби декоративно-ужиткового мистецтва: батик, народна іграшка, вишивка, вироби зі шкіри тощо.

Аналогічні за програмним наповненням літні ярмарки-фестивалі “Львів – столиця ремесел” відбуваються 6-9 травня в рамках мегафестивалю мистецтв “День міста Львова” та 21-24 серпня до Дня незалежності;

Не менш насичений подіями і масовими гуляннями етнофестиваль “Великдень у Львові”, під час якого відбуваються театралізовані вуличні дійства, виставки, концерти, гайви, духовні співи молодіжних колективів,

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

майстер-класи з писанкарства, молодіжні забави, театралізовані дійства, показові виступи бойового гопака, спортивно-розважальні ігри і змагання.

Фестиваль мистецтв “День міста Львова” 6–9 травня перетворює м. Львів на карнавальну столицю України. Його центральними вулицями проходить святковий парад під проводом засновника міста – короля Данила, за яким крокує кавалькада його челяді у пістрявих історичних костюмах. Це справжнісінський карнавал західноєвропейського кшталту із вершниками, каретами, ретроавтомобілями, мотоциклами, акторами на ходулях, акробатами.

Також у рамках Дня міста відбувається парад наречених. Водночас у центрі, на площі Ринок та вулиці Підвалній (біля музею „Арсенал”), розгорнутий мистецький фестиваль-ярмарок „Львів – столиця ремесел”, де турист зможе придбати геть усе – від пищиків із дримбами до вишиванок.

На фестиваль мистецтв “День міста Львова” традиційно з’їжджаються півтори сотні колективів не лише з усієї країни, а й із Польщі, Словаччини, Білорусі та Литви. Святкові заходи відбуваються чи не в кожному міському парку. Зокрема, шанувальників етнорозваг запрошують до Шевченківського гаю на Козацькі забави під звуки фолькових колективів. Щовечора на площі Ринок лунає камерна й симфонічна музика, у подвір’ї ратуші вдень городян і туристів розважають виступами дитячі та юнацькі хореографічні колективи, а вечорами – заворожує високим мистецтвом камерний оркестр “Віртуози Львова”. У парку культури та відпочинку ім. Б. Хмельницького проводять звітні виступи національно-культурні товариства Львова.

Фестиваль автентичного мистецтва “Веретено” з 2009 року наприкінці вересня збирає автентичні колективи з етнографічних регіонів Західної України у Музеї народної архітектури і побуту у Львові. Організовує дійство громадська організація “Обереги” і Музей народної архітектури та побуту.

Учасники дійства презентують традиційне народне мистецтво: давні пісні, троїсті музики, обрядові дійства, в яких у пісенно-поетичній формі відтворено особливі події з життя предків.

Всеукраїнський ковальський фестиваль „Залізний лев” започатковано у Львові в середині жовтня 2007 року. Його організаторами виступає Спілка майстрів ковальського мистецтва та громадська організація „Товариство Залізного Лева”. На фестиваль вони покладають місію згуртування ковалів, відродження автентичних ковальських технік, обмін досвідом, популяризації ковальського мистецтва в Україні.

Міжнародний фестиваль середньовічної культури “Львів стародавній” проходить у місті, зазвичай, у кінці травня чи вересня. Його організаторами є львівські клуби історичної реконструкції “Срібний вовк” і “Сталевий Грифон”, клуб середньовічного фехтування і танців “Пантера” та кінно-історичний театр “Сармати”. Перший фестиваль відбувся 2006-го, другий – 2010-го року.

Події фестивалю розгортаються у Шевченківському гаю, внутрішньому дворику Ратуші та біля Порохової вежі. Анімаційним стрижнем дійства є лицарський турнір – яскраве видовище, що після тривалого забуття отримало у сучасній Європі своє друге народження.

Фестиваль середньовічної культури у Львові знайомить сучасне покоління

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

із оригінальними надбаннями танцювальної і музичної культури, одягом та побутом Середньовіччя. У рамках дійства відбуваються виступи музичних гуртів, які виконують музику часів Середньовіччя, а також скандинавський і слов'янський фолк. На час проведення фестивалю музей-заповідник “Шевченківський гай” перетворюється на середньовічне місто XIII–XVI століть із тогочасним побутом та культурою. Біля кожної дерев'яної садиби музею відвідувачі зваблюють майстер-класи середньовічних ремесел, танців тощо.

Міжнародний фестиваль фольклору „Етновир” на три дні перетворює Львів на одну з карнавальних столиць Європи. Участь у дійстві під егідою CIOFF беруть колективи з різних країн світу, причому не лише з Європи, а й з екзотичних держав Центральної Африки, Південної Азії і Латинської Америки. На відкриття й закриття фестивалю строкатий парад делегацій у національних костюмах проходить центральними вулицями міста. А сам збирає глядачів на площі Ринок, де з 18.00 до 22.30 год. вирують етноконцерти.

Карнавал „Етновир” у Львові започатковано до святкування 10-ї річниці перебування міста у Списку світової спадщини ЮНЕСКО (остання декада серпня). Через танець, пісні та національне вбрання учасники карнавалу знайомлять львів'ян та численних гостей міста Лева зі своїми країнами й етнокультурними традиціями. Це найпродуктивніший шлях етнокультурного порозуміння, зближення й взаємобагачення, що відповідає зasadничим принципам ЮНЕСКО (2008 року перший львівський „Етновир” відвідало, за орієнтовними підрахунками експертів міської ради, понад 100 тисяч глядачів).

Фестиваль вишиванки з 2009 року проходить в рамках мистецького макрофесту “Літо на Ринку” у м. Львові на День незалежності (24 серпня). Мета акції – популяризувати найсамобутніше мистецтво українського народу, відроджувати й поширювати моду на етновбрання серед сучасного покоління, знайомити молодь і закордонних туристів із традиціями вишивки у різних етнографічних землях нашої держави. Та головне на фестивалі вишиванки у Львові – самі люди – тисячі вбраних у святкові вишиванки усміхнених і гречних львів'ян і гостей міста Лева, які творять незабутню атмосферу феєричного етноренесансу.

Патріотичний фестиваль “Лента за лентою” на початку вересня 2010 року запроваджено в м. Львові у Шевченківському гаю. Місія заходу полягає у піднесенні національної свідомості, насамперед перед молоді, популяризації цінностей та пам'яті державоборчих сторінок історії Галичини.

У рамках фестивалю відбувається реконструкція бою між бійцями УПА та загоном НКВД. Гостей на фесті пригощає польова кухня. Музичну складову свята забезпечують популярні українські рок-гурти, професійні хорові колективи, бандуристи та кобзарі. Під час фестивалю працює “повстанське карооке”, де кожен може заспівати легендарних українських пісень.

Міжнародний фестиваль єврейської музики, пісні і танцю “Кlezmer фест” з 2009 року проходить у липні в історичному центрі м. Львова на площі за Міським арсеналом (вул. Староєврейська). Захід має за мету відтворювати втрачену музичну культуру євреїв, які мешкали в Галичині до Другої світової

війни. Участь у ньому беруть відомі ансамблі, сімейні капели та окремі виконавці як з України, так і з багатьох інших країн світу.

Не слід забувати, що туризм – це активна і невимушена форма спілкування людей. На світовому рівні характерною ознакою туризму останніх років є достатньо висока динамічність і стабільність його розвитку, а також його активний вплив на економіку багатьох країн що мають сприятливі рекреаційні ресурси.

Туристичний обмін між країнами – це один із видів міжнародних зв'язків, що охоплюють важливі питання громадського життя. Міжнародний туризм відіграє велику роль у зміцненні миру у світі, поліпшенні порозуміння і дружби між народами, розширенні торгового, наукового і культурного співробітництва, встановленні добрих відносин між державами. Ознайомлення зі звичаями, побутом, культурою народу іншої країни, з її історією і історичними пам'ятками спонукає до глибокого пізнання довкілля [2, с. 20].

Література

1. Getz D., and Andersson T. The event-tourist career trajectory: A study of high-involvement amateur distance runners / D. Getz and T. Andersson // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. – 2010. 21. – Р. 31–46.
2. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
3. Програма соціально-економічного та культурного розвитку м. Львова на 2011-2013 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/lmr/economy/strategija/programa-socialno-jekonomicznogo-takulturnogo-rozvitku-m-lvova-na-2011-2013-roki>
4. Ровенчак І. І. Етнокультурна географія – одна із основних підсистем географії культури / І. І. Ровенчак // Історія української географії. – Тернопіль, 2006. – Вип. 14. – С. 122–125.
5. Статистичний щорічник міста Львова за 2012 рік. – Львів: Державний комітет статистики України. Головне управління статистики у Львівській області, 2013. – 76 с.
6. Стратегія підвищення конкурентоспроможності міста Львова до 2015 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://demo-new.city-adm.lviv.ua/adm/attachments/1058_strategy%202015.pdf

Цимбалюк В.М., Цимбалюк М.Ф., Степанків О.В., Топорницька С.А.
Львівський інститут економіки і туризму

ЕКСПОРТ ТА ІМПОРТ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

В статті досліджується експорт та імпорт туристичних послуг та їх показники: приріст товарів та послуг, сальдо та співвідношення експорт/імпорт в динаміці з 2009-2013 роки.

Ключові слова: експорт, імпорт, сальдо, співвідношення експорт/імпорт.

Tsymbalyuk V.M, Tsymbalyuk N.F, Stepankyv O.V Topornytska S.A. Export and import at travel services: status and development trends. The article examines the export and import of tourist services and their performance: growth rates of goods and services balance and export / import dynamics from 2009-2013 years.

Keywords: export, import, balance

Зовнішня торгівля завжди була показником розвитку економіки і становила стабільність в світі. Невідкладно складовою світогосподарських зв'язків в національній економіці є туристична галузь. Вона є особливий вид людської діяльності, яка торгує так званою “галуззю вражень” і становить туристичний бізнес. Ефективність такого бізнесу підтверджується статистичними показниками його діяльності в світі. Так, щорічний прибуток від туризму у світі становить майже 3 трилн. дол., а за прогнозами до 2016 року 2 трлн. дол.. або 5,4 млн. дол. щодня [2].

Варто зазначити, що туристична галузь має найбільшу здатність інтегруватись в світове товариство, а туризм стає народною дипломатією. Це пов'язано з тим, що тут здійснюється торгівля між державами двояко: туристичними послугами та товарами. Окремі автори відмічають переважання торгівлі послугами над товарами у співвідношенні 3 : 1.

Бочан І.О. [1] відмічає, що в сьогоднішніх умовах глобалізації туризм перетворюється в міжгалузевий господарський комплекс з між компонентними горизонтальними зв'язками між підприємствами різних галузей економіки.

Досліджували експорт та імпорт туристичних послуг в різних аспектах Біль М.М., Пашко П.В та Пісний П.Я. та особливо Охрименко А. Остання відмічає, що туристичні послуги є дуже чутливі до змін макроекономічних ситуацій, зокрема світової фінансово-економічної кризи та політичної стабільності [3]. В останні роки накопичилось багато статистичних даних з торгівлі товарами та туристичними послугами, зокрема з проведенням подієвих заходів у вигляді Євро-2012, що потребують певного дослідження та узагальнення.

Метою наших досліджень було вивчення стану торгівлі товарами та послугами, зокрема стану розвитку та тенденціями його в останні роки.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Об'єктом досліджень було явище торгівлі туристичними послугами в Україні в останні роки, включаючи Євро-2012.

Предметом досліджень було вирахування абсолютних показників експорту та імпорту, їх динаміки, структури, сальдо та співвідношення між ними.

Гіпотеза досліджень базується на тім, що вивчення та аналіз торгівлі послугами слугуватиме туристичній політиці з розробки та обґрунтування стратегії розвитку туризму.

Туристична послуга трактується по різному. Так Федорченко В.К та Мініч І.М. [5] відмічає, що послуга взагалі – це сукупність матеріальних та нематеріальних властивостей, здатних задовольняти потреби клієнтів, а послуга туристична – це сегмент сфери послуг, що забезпечує задоволення потреб людей та реалізацію їх діяльності в процесі відпочинку, розваг та подорожей. Існує поняття послуги, що трактується як дії суб'єктів туристичної діяльності із задоволення потреб туриста, пов'язаних з метою подорожі та проживанням в місцях відпочинку [1]. Особливістю туристичної послуги є те, що вони надаються у місцях виробництва, тобто відсутня логістика їх до споживача і саме це забезпечує ефективність торгівлі послугами на відміну від торгівлі товарами.

Експорт туристичних послуг у міжнародному туризмі вважається прийомом іноземних туристів у себе на батьківщині та задоволення їх потреб у «галузі вражень» в результаті чого відбувається надходження валюти. Імпорт, навпаки, - це виїзд вітчизняних туристів за межі національного кордону і є результатом вивезення національної валюти за границю.

З точки зору туристичної діяльності більш ефективною і результативною роботою туристичних фірм є розвиток внутрішнього туризму і на цій основі розвивати національний туристичний продукт для заохочення візду іноземних туристів. Дані про торговлю міжнародними послугами в Україні наведені в табл.1 і 2.

Таблиця 1

Динаміка експорту туристичних послуг

Показники	Роки				Відхилення до 2010 р.	
	2010	2011	2012	2013	Од.	%
Загальний обсяг експорту товарів і послуг, тис. дол.	11759405,7	13792217,6	13599128,0	14836264,2	+3076858,5	+26,2
Ланцюговий приріст, %	-	+17,3	-0,02	+9,1	-	-

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Обсяг експорту туристичних послуг, тис. дол.	381111,0	455097,5	555104,6	538535,8	+157424,8	+41,3
Ланцюговий приріст, %	-	+19,4	+21,9	-3,0	-	-
Частка туристичних послуг в загальному обсязі, %	3,2	3,3	4,1	3,6	-	0,4

Розраховано за [4]

З наведених даних табл.1 видно, що загальний обсяг експорту товарів і послуг був не стабільний, зокрема в 2012 році, рік проведення Євро -2012, він зменшився майже на 17%, проте в наступний рік вже спостерігається збільшення до 9,1%.

В обсязі експорту туристичних послуг, навпаки, в рік проведення чемпіонату з футболу спостерігалось збільшення надходження коштів за послуги більше 2%, а потім зменшилось до 3%. Одночасно з цим частка туристичних послуг в загальному обсязі експорту зросла на 0,8 % в рік проведення Євро-2012 і ця тенденція зберіглась в наступний рік. Отже такий захід міжнародного масштабу сприяв зростанню експорту туристичних послуг та й частка його в загальному обсязі в наступний рік була порівняно більша, ніж в попередні роки. Можливо тут має місце ефект післядії подієвого туризму на експорт туристичних послуг.

Таблиця 2.

Динаміка імпорту туристичних послуг

Показники	Роки				Відхилення до 2010 р.	
	2010	2011	2012	2013	Од.	%
Загальний обсяг імпорту товарів і послуг, тис. дол.	5447694,3	6235194,6	6736071,5	7608976,2	+2161281,9	+39,6
Ланцюговий приріст, %	-	+14,5	+8,0	+12,9	-	-
Обсяг імпорту туристичних послуг, тис.	347223,5	462437,6	572170,0	695532,6	+348309.1	+100.3

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

дол.						
Ланцюговий приріст, %	-	+33,2	+23,7	+21,6	-	-
Частка імпорту туристичних послуг, %	6,4	7,4	8,5	8,8	-	+2,4

Розраховано за [4]

Дані табл.2 показують, що загальний обсяг імпорту товарів і послуг був не стабільний, а в рік проведення чемпіонату з футболу відбулось навіть зменшення його на 6,4% порівняно з попереднім роком, але після 2012 року спостерігалась зростання його на 4,9%.

Обсяг імпорту туристичних послуг в досліджувані роки має добре виражену тенденцію до зменшення його, яка становить до 10%. Варто зазначити, що частка імпорту туристичних послуг в загальному обсязі його, навпаки, має тенденцію до зростання навіть після проведення чемпіонату з футболу.

Таблиця 3.

Сальдо та відношення експорту/імпорту

Показники	Роки			
	2010	2011	2012.	2013.
Сальдо: тис. дол..				
Товари і туристичні послуги	+6311711?4	+ 7557033,0	+6863056,5	+7227288,0
Туристичні послуги	+33887,5	-7340,1	-17065,4	-7699,8
Відношення експорт/імпорт, од:				
Товари і послуги	2,5	2,2	2,1	1,9
Послуги	1.1	0,98	0,97	0,87

Розраховано за [4]

З наведеної табл. 3 видно, що різниця між експортом та імпортом (сальдо) за загальним обсягом товарів та послуг було позитивним в усі роки дослідження. Однак, сальдо лише туристичних послуг було позитивним тільки в 2010 році, а в наступних було від'ємним, особливо в 2012 році, коли проводився чемпіонат з футболу. Таке явище на нашу думку зумовлене перевагою товарів над послугами і ця тенденція нівелювала приріст в'їзду туристів із-за кордону на чемпіонат з футболу, що підтверджено їхнім співвідношеннями.

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Відношення експорт/імпорт мало тенденцію до зменшення в досліджувані роки як по загальному обсязі товарів та послуг, так і за туристичними послугами.

Отже, експорт та імпорт товарів і, зокрема, послуг був зумовлений коньюнктурою міжнародного ринку та подієвим туризмом. В роки проведення чемпіонату по футболу спостерігалась тенденція до зростання експорту туристичних послуг, але це не змогло вплинути на сальдо та співвідношення експорт/імпорт. В цілому за досліджуваний період встановлено зростання експорту та імпорту, але імпорт товарів та туристичних послуг переважав експорт.

Література

- 1.Бочан І.О. Сучасні тенденції розвитку туризму в контексті європейських та світових вимог. [Текст]: Вісник ЛІЕТ, Львів «Апріори», 2008/3. С.64-70.ISBN 978-966-8256-87-5.
- 2.Голубка С.М.Національна економіка та економіка туризму. [Текст] :Вісник ЛІЕТ. Львів , «Сполом», 2006/1.С.54-56. ISBN 966-665-359-1.
- 3.Охрименко А.О.Деякі аспекти міжнародної туристичної діяльності України. [Текст] : матеріали У міжн. конф. Львів, 2011. С.156-157.
- 4.Сатистичний щорічник України за 2013 рік. [Текст]: Державний комітет статистики/ за ред.. О.Г.Осауленка. К.: ДП «Інформаційне аналітичне агентство. 2014. 550 с.
- 5.Федорченко В.К., Мініч І.М. [Текст]: Туристичний словник-довідник. Київ, «Дніпро», 2000. 155 с. ISBN 5-308-01752-2.

Чорненська Н.В.¹, Заїшля М.В.²

НУ «Львівська політехніка»¹

НУ «Львівська політехніка», Навчально-науковий інститут екології,
природоохоронної діяльності і туризму ім. В. Чорновола²

ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

У статті розкрито проблеми та можливості молодіжного туризму; проведено аналіз найбільш перспективних напрямів, адаптованих для молодіжного туризму; розглянуто основні організації, діяльність яких скерована на сприяння розвитку молодіжного туризму.

Ключові слова: молодіжний туризм, сегмент ринку, рівень сервісу, міжнародний туризм.

Chornenka N., Zaishla M. Challenges and opportunities of youth tourism in terms of European integration Ukraine. The article deals with the challenges and opportunities of youth tourism; an analysis of the most promising areas adapted for youth tourism; the basic organization whose activities are aimed at promoting youth tourism.

Keywords: youth tourism market segment, service level, international tourism.

Постановка проблеми. Молодіжний туризм може мати і комерційне, і соціальне забарвлення відповідно до характеру ціноутворення на його послуги. Саме тому під молодіжним туризмом можна розуміти сегмент туристичного ринку, орієнтований на молодь. Молодь – активна та прогресивна частка населення планети. На сьогодні велика доля від усіх туристичних подорожей припадає на людей віком 16-25 років. Чому? У молоді більш вільний режим життя в сенсі наявності часу на відпочинок і подорожі, вони мають тривалі канікули в зимовий і літній період, молоді люди комунікабельні, значний відсоток володіє однією чи кількома іноземними мовами. Переважно ці туристи прагнуть до пізнання чогось нового, до відчуття невідомих емоцій, до пошуку незабутніх вражень, до підкорення непідкореного – і саме заради цього модела людина знаходить можливості придбати той чи інший туристичний продукт. Кожне успішне туристичне підприємство робить ставку у своїх продажах на цю вікову категорію людей, пропонуючи їм як внутрішні, так і міжнародні тури.

Зважаючи на це, виникає потреба систематизації досліджень у цьому напрямку з допомогою вивчення проблем та можливостей молодіжного туризму, його нормативно-правового супроводу, ролі міжнародної співпраці щодо надання максимальних можливостей і пільг молодим туристам та забезпечення їхньої безпеки під час подорожі.

Літературні джерела та публікації досить повно розкривають історичні етапи розвитку молодіжного туристичного руху в Україні та світі (Квартальнов В.А., Федорченко В.К., Крючков А.А., Шаповал Г.Ф., Зінченко В.А.); діяльність дитячих і молодіжних організацій, неформальних груп в Україні, способи соціально-педагогічного сприяння їхнім справам описано у працях таких

науковців як Алексєєнко Т.Ф., Жданович Ю.М., Андрухів І., Головенько В., Корнієвський О., Лісовець О.В. та інші. Досить чітко виокремлений дитячий туризм: зокрема оздоровчо-відпочинкового, патріотично-виховного спрямування. А що стосується вивчення сучасних тенденцій та перспектив молодіжного туризму, то тут маємо досить розкомплектоване бачення його розвитку. Тому дане дослідження є актуальним та матиме продовження.

Виклад основного матеріалу. Молодіжний туризм – це, насамперед, тематичні поїздки, туристично-еккурсійні поїздки; річкові та морські круїзи; туристично-патріотичні клуби; маршрути вихідного дня; оглядові й тематичні екскурсії; подорожі та екскурсії в межах навчально-виховного і виробничого процесу; туристично-оздоровчі програми під час літніх канікул та ін. Молодіжному туризму віддають перевагу ті, хто полюбляє дешеві подорожі з використанням менш комфортабельних засобів розміщення і перевезення, екскурсійні програми яких включають активне спілкування з місцевим населенням, розважальне дозвілля (відвідування дискотек, нічних клубів і барів).

Серед молоді, побутує думка, що до 25 років, поки не створили сім'ю і народили дітей, повинні подивитися світ, дізнатися, як живуть інші народи. Це допоможе вибрати правильний шлях у житті, сформувати власні життєві принципи. У сучасному світі, туризм – це стиль життя.

Молодіжний туризм (студентський туризм) – це різновид туризму, спрямований на задоволення рекреаційних потреб молоді до 35 років [4]. Згідно Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» – молодь, молоді громадяни – громадяни України віком від 14 до 28 років [2]. Як бачимо, нема єдиного окреслення вікових меж туристів, які б припадали на сегмент молодіжного туризму. А це, в свою чергу, створює проблеми при формуванні туристичних пропозицій та їх маркетинговому супроводу.

В Україні студентам денних освітніх установ, школярам надаються істотні пільги для здійснення подорожей, встановлюються знижені тарифи на перевезення практично всіма видами транспорту (але в туристському чи економічному класі), на проживання в спеціальних молодіжних гуртожитках (хостелах), на відвідування музеїв, атракціонів і тематичних парків. Більше того, їм дається особлива знижка в ціні, а іноді зовсім надається можливість безкоштовно зателефонувати батькам. Зважаючи на це, питома вага молодіжного туризму неухильно зростає та його частка становить сьогодні понад 20% від усіх міжнародних подорожей [3].

Метою цього виду туризму є всеобщий розвиток, дозвілля, психофізична реабілітація та оздоровлення особистості.

Вважається, що молодь – найбільш невибаглива вікова категорія туристів, яку меншою мірою цікавить якість продуктів і рівень сервісу, а більшою мірою – ергономічність, помірні ціни й насычена культурно-дозвільна діяльність, що відповідає їхнім віковим потребам. Найбільшою популярністю у молодих мандрівників користуються такі види туризму як: пізнавальний, спортивно-

оздоровчий, самодіяльний, у тому числі з активними способами пересування, лікувально-оздоровчий, гірськолижний, фестивальний, екологічний, освітній.

Сегмент «молодіжний туризм» в Україні чітко не виділений: пропозиції туристичних фірм в основному скеровані на сімейний відпочинок, екскурсійні тури розраховані на туристів різних вікових категорій [5]. Тому більшість молодих людей, які хочуть відпочивати так, як їм подобається, самі організовують своє дозвілля. Оскільки вільного часу у молодих людей набагато більше ніж у дорослих, молодь активно подорожує в будь-який період року, як в літній чи зимовий сезон, так і в міжсезоння, наприклад, під час великовідпусток.

Пропонуємо з метою розширення туристичних пропозицій для молодіжного споживацького сегмента звернути увагу на наступні напрями.

Екстремальний туризм. До видів екстремального туризму відносять альпінізм, рафтінг, каякінг, дайвінг, пішохідний, автомобільний, гірський, індустріальний, спелео- туризм. Прихильники активного відпочинку з задоволенням проміняють затишну та спокійну відпустку у приемному готельному номері на спартанські умови. З кожним роком збільшується кількість людей, охочих до гострих вражень та особливого, навіть небезпечного відпочинку. Майже усі види екстремального туризму, які пропонуються у світі, є досить дорогим задоволенням, адже потребують навиків, інструкторського супроводу, відповідного спорядження. Різноманітність природних ландшафтів нашої країни та велика кількість закинутих промислових об'єктів тільки сприяє швидкому розвитку екстремальних видів спорту та туризму, тобто внутрішньому та в'їзному туризму.

Фестивальний та подієвий туризм. У 21 столітті сучасна молодь асоціюється з дорогими мобільними телефонами, брендовим одягом, розвагами та дискотеками. А й справді, молодь готова витрати останні копійки, лише щоб піти на шикарну вечірку з відомими діджеями. Виходячи з цього, туристичний бізнес не залишається осторонь. У світі вже протягом декількох років відбуваються гучні фестивалі та молодіжні вечірки, які збирають мільйонну аудиторію, а туристичні фірми, в свою чергу, швиденько оформляють квитки на відпочинок, які включають похід на знамениту дискотеку. Колись, директор світової компанії Apple, сказав: «Ми заробляємо на понтах молоді», – і тільки задумайтесь на скільки він був правий.

Освітній туризм – це туристичні поїздки, екскурсії з метою здобуття освіти, удосконалення певних знань, умінь і навичок, задоволення пізнавальних потреб та особистісної зацікавленості щодо культурних, релігійних, соціальних та інших явищ. Він сприяє формуванню освітньої мобільності, а також навичок самоосвіти. Популярність освітнього туризму зростає з кожним роком, і все більше людей поспішають отримати освіту в одному з престижних навчальних закладів, пройти спеціалізовані курси чи стажування за кордоном, підвищити свій інтелектуальний і загальноосвітній рівень. Дуже популярним напрямком останнім часом стала участь студентів чи молодих фахівців у наукових конференціях, що проводяться по всьому світу. Як правило, молоді люди

відвідують такі заходи не тільки через любов до науки, а й як певний шанс побачити інше місто або країну.

Для швидкого і динамічного розвитку молодіжного туризму державне регулювання і міжнародна підтримка є необхідністю. Світова політика спрямована на надання максимальних можливостей і пільг для молодіжного туризму. Нині в світі функціонує понад 300 туристичних організацій для молоді, у тому числі приблизно 30 організацій міжнародного молодіжного туризму. Щорічно до міжнародного молодіжного туристського обміну долучаються понад 25 мільйонів молодих людей [1].

Міжнародними організаціями і урядами окремих країн розробляються спеціальні програми з метою сприяння студентській мобільності та отриманню освіти. Організацією подорожей для молоді займаються численні міжнародні організації, які всіляко сприяють розвиткові молодіжного туризму.

Так, Міжнародне бюро з соціального туризму (BITS) сприяє розвитку соціального туризму в міжнародному масштабі; координує діяльність своїх членів та інформує їх з усіх питань, пов'язаних із сферою соціального туризму, в тому числі його культурно-освітніми аспектами та соціально-економічними наслідками.

Ряд організацій ставить свою метою організацію більш дешевих транспортних перевезень для молоді. Серед них, в першу чергу, слід назвати Асоціацію «Европоїзд» (Association «Eurotrain») і Асоціацію студентського авіатуризму (Student Air Travel Association, SATA). Практична діяльність Асоціації «Европоїзд» полягає в укладанні угод з адміністрацією європейських залізниць на організацію перевезень за найбільш вигідними тарифами. SATA розвиває співробітництво між студентськими туристичними організаціями різних країн, які організовують спеціальні чarterні авіарейси для студентів.

Значне місце у діяльності міжнародних організацій займає організація та забезпечення функціонування системи житла для молодих мандрівників. Родоначальником в цій сфері є Міжнародна федерація молодіжних гуртожитків (International Youth Hostel Federation, IYHF), створена ще в жовтні 1932 року. Цілями організації є встановлення співпраці між асоціаціями молодіжних гуртожитків у всіх країнах; надання гуртожитків як засоби розміщення мандрівної молоді без відмінностей в расі, релігії, національності та соціального становища. Діяльність IYHF зосереджена на координації роботи національних асоціацій молодіжних гуртожитків; проведенні обміну інформацією; сприяння будівництву гуртожитків у нових районах; організації регіональних і міжнародних конференцій і навчальних груп.

Однією з найбільших організацій подібного профілю є Міжнародна конфедерація студентського туризму (International Student Travel Confederation, ISTC). ISTC заснована в 1949 р. у Швеції. Основна спрямованість діяльності цієї організації пов'язана з розробкою і пропозицією широкого спектру освітніх, соціальних та культурних програм при організації подорожей і туризму для студентської молоді та школярів, затвердженням духу міжнародного взаєморозуміння через туризм та обміни, розвитком і

вдосконаленням сфери туристських послуг для молоді, просуванням інтересів і захистом ідей і поглядів молоді.

В рамках реалізації своїх програмних положень даної організацією була створена картка ISIC (International Student Identity Card), призначена для суттєвого полегшення подорожі і надання всіляких пільг і знижок для молодих людей. Одночасно з цим картка є посвідченням міжнародної студентської організації. Аналогічні посвідчення видаються не тільки студентам, але й молоді до 25 років – International Youth Travel Card (GO25), а також викладачам (супроводжуючим групи учнів у туристських поїздках) – International Teacher Identity Card (ITIC). Власники карток можуть отримати знижки на розміщення та харчування в хостелах, відвідування музеїв і атракціонів, а також на проїзni квитки на транспорті. У Манільській декларації зі світового туризму (Філіппіни, 1980 р.) сказано: «Молодіжний туризм вимагає до себе більш пильної уваги у зв'язку з тим, що рівень доходів цієї категорії населення насправді не створює сприятливих умов для подорожей і відпочинку. Позитивна політика в цій галузі має виражатися в наданні максимальних можливостей і пільг».

Отже, широкий розвиток туристських зв'язків зумовив об'єктивну необхідність створення спеціалізованих міжнародних організацій. З метою сприяння молодіжному туризму, його динамічному розвитку і більш широкому поширенню у всіх країнах світу існує велика кількість державних і неурядових організацій та об'єднань. Серед найбільших молодіжних туристських об'єднань слід назвати ISTC, IYHF, FIYTO, BITEJ, EYCA, AEYC, BITS та ін. Їх діяльність включає всі аспекти молодіжного туризму [3]. Цілями більшості цих організацій є створення найбільш сприятливих умов для молодих мандрівників, використання систем знижок і пільг на послуги транспортних перевезень, при розміщенні і в сфері культурного обслуговування.

Висновок. Молодіжний туризм відіграє чималу роль у розвитку міжнародного туризму. Молодіжний туризм розвивається завдяки непосидючій, прагнучій пізнання нового частині всього населення, а екстремальний та фестивальний туризм за своїми якостями дають найбільше вражень та найбільше варіантів оптимального вибору відпочинку для молодої людини. З однієї сторони, туристам можуть запропонувати дороге задоволення, таке як дайвінг, а з іншої – оптимальне, наприклад, спелеотуризм, залежить, звичайно, з якого категорією підлітків турагентство працює. Молодіжні дискотеки – заходи які привертають найбільше уваги підлітків протягом останніх років.

Сьогодні ми можемо констатувати, що виокремлення молодіжного туристичного продукту, постійні маркетингові дослідження ринку туристичних послуг з метою розширення та удосконалення туристичних пропозицій для молоді; проведення наукових досліджень, розширює можливості молодіжного туризму та, в свою чергу, допомагає державі вийти на міжнародний рівень в цьому перспективному сегменті.

Література

1. Всеукраїнська молодіжна туристична асоціація. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.youthtour.org.ua/index.php?lang=ua&mode=uyta>
2. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>
3. Міжнародний молодіжний туризм. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uastudent.com/mizhnarodnyj-molodizhnyj-turyzm/>
4. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К.: Знання, 2011. – 334 с.
5. Чорненська Н.В. Сучасні тенденції розвитку молодіжного туризму. / Надія Чорненська. // Географія та туризм: Наук. зб. / Ред. кол.: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 20. – С. 66-72.

АДАПТИВНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

На фоні глобальної економічної та фінансової кризи зростає нестабільність підприємницького середовища, що диктує жорсткі вимоги до суб'єктів господарської діяльності у боротьбі «за виживання». Повною мірою це стосується і туристичних підприємств. Туроператори і тур агенти активно шукають різні способи збереження та розширення ринкової частки, розробляючи і реалізовуючи в умовах перенасиченості пропозиції на туристичному ринку відповідні стратегічні плани та оперативні дії. Тому дослідження питання щодо стану туристичної діяльності, визначені основних функцій та факторів, що чинять вплив на її розвиток, мають важливе значення для подальшого розвитку даної галузі. Аналіз факторів, які впливають на рівень адаптації підприємств до ринкових умов господарювання і є передумовою та запорукою підвищення ефективності функціонування підприємства та створення основних адаптаційних механізмів регулювання ринкових відносин.

Ключові слова: тур агент, туроператор, туристичні послуги, туризм, туристичний бізнес, виїзний туризм, туристична індустрія.

Chyr O., Zamriy O. Adaptive mechanisms of developmentof tourist industry.

Instability of enterprise environment that dictates hard requirements to the subjects of economic activity in a fight "for a survival" grows On a background a global economic and financial crisis. To a full degree it touches tourist enterprises. Tour operators and tour agents search the different methods of maintenance and expansion of market part actively, developing and realizing in the conditions of supersaturating suggestions at the tourist market corresponding strategic plans and operative actions. Therefore research of question in relation to the state of tourist activity, determination of basic functions and factors that have influence on her development, have an important value for further development of this industry. Analysis of factors that influence on the level of adaptation of enterprises to the market conditions of menage and is pre-condition and mortgage of increase of efficiency of functioning of enterprise and creation of basic adaptation mechanisms of adjusting of market

Keywords: tour agent, tour operator, tourist services, tourism, tourist business, outbound tourism, tourist industry.

Останнім часом туризм в Україні одержав значний розвиток і став масовим соціально-економічним явищем. Швидкому його розвитку сприяє розширення політичних, економічних, наукових і культурних зв'язків між Україною та іншими державами.

Туризм в Україні став наближатися до світового рівня. З'явилися й розвиваються підприємства, що спеціалізуються на туристичній діяльності різних видів та організаційно- правових форм. Створено широку мережу туристичної індустрії, до якої входять засоби розміщення, об'єкти харчування, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного, релігійного та іншого призначення.[3, 325]

До суб`єктів туристичної діяльності відносяться підприємства, установи, організації та фізичні особи, які зареєстровані у встановленому законодавством України порядку і отримали ліцензії на здійснення діяльності, пов`язаної з наданням туристичних послуг.

Вихідним моментом створення й розвитку економічної системи сучасної сфери туризму є задоволення туристичних потреб, що лежать в основі попиту на туристичні послуги. Задоволення цього попиту здійснюється через систему пропозиції туристичного продукту на ринку.

Туристичний бізнес виступає єдиною економіко-технологічною системою формування й реалізації туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги.

Туристична послуга в економіко-технологічній системі бізнесу виступає товаром, а суб`єкт туристичної діяльності – підприємницькою структурою, що створює, пропонує і реалізує на ринку ці послуги споживачам, тобто туристам.[5,157]

На сучасному етапі туризм набуває не просто масового характеру, а стає однією з провідних, високоприбуткових та найбільш динамічних галузей господарства. Позитивних зрушень вдалося досягти завдяки інтенсивній розбудові туристичної інфраструктури, вдалій співпраці державного та приватного секторів в сфері популяризації туристичного потенціалу регіону, сприянню розвитку внутрішнього туристичного продукту та ефективній реалізації державної та регіональної політики в галузі туризму.

Забезпечення надання якісних туристичних послуг досягається за рахунок розгалуженої системи підприємств – суб`єктів туристичної діяльності. Станом на поточний рік в Україні функціонує 5347 суб`єктів туристичної діяльності, з них 2880 – юридичні та 2467 – фізичні особи. В розрізі аналізу стану туристичної інфраструктури в адміністративних регіонах України найбільша кількість підприємств – суб`єктів туристичної діяльності зосереджено в Київській області – 1405 підприємств, а це – 26 % загальної кількості суб`єктів туристичної діяльності України, слідом йде АР Крим – 636 підприємств, що являє собою майже 12 % і на третьому місці – Харківська область – 370 підприємств (7 % загальної кількості суб`єктів туристичної діяльності). Найменша кількість суб`єктів туристичної діяльності зосереджена в Сумській області – це 53 підприємства туристичної індустрії. [8,96]

Результатами діяльності туристичних підприємств є обсяг доходу від надання туристичних послуг, що в цілому по Україні за 2012 рік склав майже 7 млн. тис. грн. Найбільша частка доходу від надання туристичних послуг була зосереджена в АР Крим, а саме 879 694 тис. грн., що становить майже 13 % загальної суми доходу від надання туристичних послуг.

Аналіз динаміки загальних туристичних потоків за останні 12 років свідчить про значне зростання туристичних прибуттів та чисельності громадян України, що виїжджають за кордон (Рис. 1). Кількість туристів, що відвідали Україну в 2012 році в порівнянні з 2000 роком зросла на 16,5 млн. осіб, і становить близько 23 млн. осіб. Найбільша кількість в`їзних туристів спостерігалаась в 2008 році і становила більше 25 млн. осіб, після чого відбувся

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

незначний спад чисельності туристів, що відвідали Україну, проте зараз можна спостерігати поступове зростання туристичних відвідань. [9,56]

Що стосується виїзного туризму, починаючи з 2010 року бачимо зростання кількості громадян України, що виїжджають за кордон, і в 2012 році цей показник досягає рівня близько 21 млн. осіб, що на 9 % перевищує показник попереднього року.

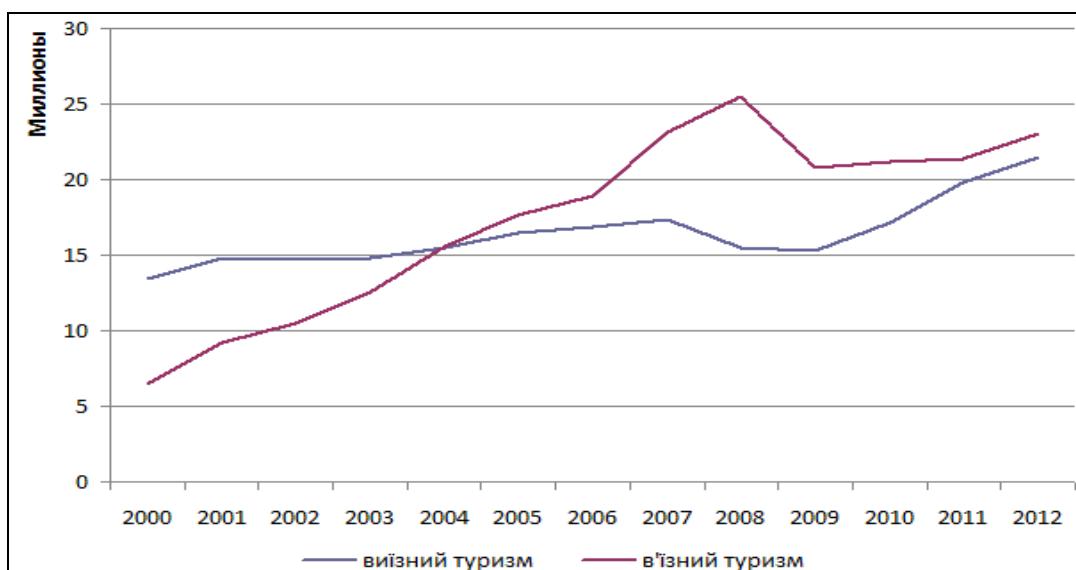


Рис. 1. Загальні туристичні потоки

Кількість туристів, обслуговуваних суб`єктами туристичної діяльності за досліджуваний період також зросла 66 %. Поряд з цим невтішними залишаються показники розвитку внутрішнього туризму. Показник внутрішнього туризму, в процесі значних коливань в період з 2000 по 2012 роки, на кінець 2012 року становить 808 тис. осіб – внутрішніх туристів, що майже на 60 % менше ніж на початок періоду, проте на 87 % більше ніж в попередньому році, що свідчить про зростання тенденції до здійснення туристичних поїздок в межах країни.

Загальна кількість організованих туристів, обслуговуваних суб`єктами туристичної діяльності в 2012 становила близько 3 млн. осіб, з них 9 % склали іноземні туристи, що відвідали Україну; 64 % – громадяни України, що виїжджають за кордон і 27 % – частка туристів, що здійснювали туристичні подорожі в межах України (Рис. 2). Отже, можна зробити висновок, що домінуючою часткою з розрізі загального туристичного потоку України за 2012 рік є частка виїзних туристів, а кількість в'їзних туристів є найменшою. Така ситуація свідчить про недостатню рекламу України як туристичної дистиначії, і спонукає до більш ефективного пропагування та просування українського туристичного продукту на міжнародний ринок туристичних послуг.

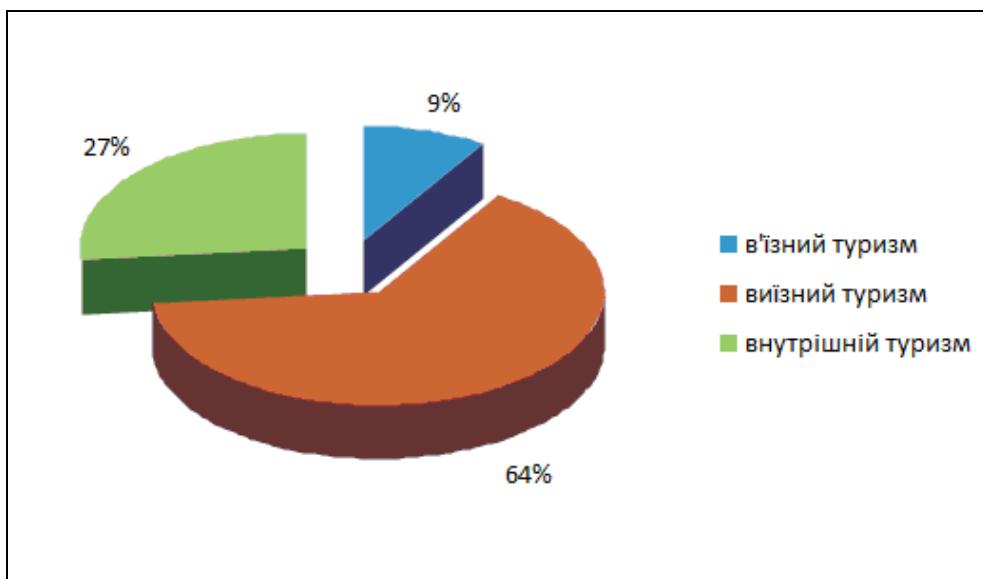


Рис. 2. Склад загального туристичного потоку за 2012 рік

Отже, можна зробити висновок, що домінуючою частиною з розрізі загального туристичного потоку України за 2012 рік є частка виїзних туристів, а кількість в'їзних туристів є найменшою. Така ситуація свідчить про недостатню рекламу України як туристичної дистинації, і спонукає до більш ефективного пропагування та просування українського туристичного продукту на міжнародний ринок туристичних послуг. [8,84]

За прогнозом Всесвітньої туристичної організації, до 2020 року Україна може ввійти в першу двадцятку країн з найбільш популярними напрямами туризму. Законом України «Про туризм» у нашій державі туризм визнано як одну з найперспективніших галузей і проголошено пріоритетним напрямом соціально-економічного та культурного розвитку. Роль органів державної влади в цьому механізмі полягає у створенні сприятливих умов для діяльності в туристично-рекреаційній сфері, що створить так звані «магніти» для інвестування як масштабних, так і невеликих проектів.

Львівська область входить до п'ятірки найпривабливіших туристично-рекреаційних регіонів де ринок послуг відпочинку та оздоровлення є одним із найперспективніших в Україні. Специфічною рисою туристично-рекреаційної сфери є те, що вона поєднує в собі понад 50 суміжних галузей: культуру, мистецтво, науку, освіту, спорт, готельне господарство, медицину, торговлю, харчування, транспорт, зв'язок, фінанси, побут, народні промисли, розваги, будівництво, інше. [5,29]

Львівської області – з її унікальними історико-культурною спадщиною, мистецтвом, лікувально-оздоровчими, водними і ландшафтними ресурсами, самобутніми традиціями та звичаями в поєднанні з вигідним географічним положенням – є чудовою базою для розвитку найрізноманітніших видів і форм туризму та відпочинку. Об'єктивно оцінюючи туристично-рекреаційні можливості Львівщини, можна зробити висновок, що область має передумови для перспективного розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, гірськолижного, природничо-пізнавального, науково-освітнього,

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

релігійного, мисливського, сільського, екологічного, водного, етнічного, спортивно-оздоровчого, ділового, відпочинково-розважального, активного, екскурсійного туризму.

Львівська область займає одне з визначних місць у державі за наявністю природно-рекреаційних та лікувально-оздоровчих ресурсів, які представлені лікувальними мінеральними водами (7 типів), лікувальними грязями, озокеритом, на базі яких розвиваються відомі в Україні та за кордоном курорти – м. Трускавець, смт. Східниця, м. Моршин, смт. Немирів, смт. Великий Любінь, смт. Шкло. Південну частину Львівщини займають гірські ландшафти Українських Карпат. На її території знаходяться Національні парки «Сколівські Бескиди» та «Яворівський», спеціальні економічні зони «Курортополіс Трускавець» та «Яворів» тощо.

Згідно зі статистичними даними дохід від реалізації туристичних послуг у *2012 році* склав 180 млн. 143,7 тис. грн. [10,89]

Впродовж 2012 року туристичні підприємства Львівщини надали послуги іноземним туристам із 37 країн, вітчизняні туристи виїжджали у 53 країни світу.

За цілями відвідування більшість туристів (90%) подорожує з метою відпочинку та дозвілля, 7% туристів обирає лікувальний туризм та 3% належить до професійно-ділового та наукового туризму.

Сучасні вітчизняні туристичні підприємства здійснюють свою діяльність у мінливому середовищі, де умови господарювання є надзвичайно нестабільними. Фактори, що призводять до такої ситуації носять політичний, соціальний, економічний характери тощо.

В сучасних мінливих, економічних умовах функціонування підприємства потребують розробку дієвих механізмів, які б забезпечували можливість ефективної роботи. Кризові явища постійно ускладнюють умови функціонування підприємства, тому керівництву необхідно швидко і гнучко реагувати на ці явища. Саме ефективна адаптація туристичного підприємства може забезпечити йому нормальнє беззбиткове функціонування.

В економічній літературі термін «адаптація» трактується по різному. Відповідно до першого підходу адаптація розуміється як ступінь залучення підприємства до ринкових форм господарювання. На першому етапі ринкових перетворень адаптація розумілася, як зміна форми власності, самостійний вихід на зовнішній ринок, прагнення максимізувати прибутки, виробництво конкурентоспроможної продукції, що досягається шляхом зменшення видатків, закриттям збиткових виробництв, скороченням персоналу. Але дане розуміння характеризується надмірною «економічністю» та не враховує соціального чинника. [6,23]

В умовах формування ринкових відносин, підприємство потрібно розглядати та аналізувати як відкриту динамічну систему, яка розвивається під впливом дії та змін різноманітних факторів ринкового середовища. Це дасть можливість не лише попереджати, але й уникати негативної дії ринкових ситуацій на діяльність підприємства, підвищувати рівень його конкурентних переваг, а також продовжувати життєвий цикл його товарів, підвищувати

результативність діяльності, а, отже швидше адаптувати функціонування підприємств до ринкових умов господарювання.

Адаптація туристичного підприємства до ринкових умов полягає в розробці різних заходів та механізмів впливу, які підприємство здійснює та реалізує з метою оцінки та регулювання непередбачених умов зовнішнього середовища, а також їх попередження та негативної дії на результативність діяльності організації. [4,452]

Адаптація підприємства до зовнішнього середовища повинна забезпечити з однієї сторони максимальне використання і залучення усіх ресурсів. З іншої сторони, адаптаційні механізми на підприємстві повинні створити умови забезпечення потреб зовнішнього середовища, а також можливість регулювання та зниження негативного впливу зовнішніх умов господарювання.

Механізми адаптації туристичних підприємств до зовнішнього середовища повинні забезпечити високий рівень його статичної та динамічної адаптації до ринкових умов господарювання.

В цілому, на підприємстві повинні бути створені і реалізовані на практиці механізми, що забезпечують його високий рівень гнучкості в організації виробничого потенціалу чи виробничих ресурсів.

Література

- 1.Закон України «Про туризм» від 15.09. 1995 р. № 324/95-ВР
- 2.Бойко М.Г. Інструментальне середовище дослідницького процесу формування споживчої цінності туристичних продуктів. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту.2010. – Випуск 4.
- 3.Гук Н.А.Інструменти регулювання міжнародного туризму в Україні Экономическая стратегия фирмы: Учеб. пособие / Под ред. А. П. Градова – 3-е изд., испр. – СПб.: Спец-Лит, 2009 – 589 с.
- 4.Кожухівська Р. Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку.
- 5.Кудлаєнко С.В. Теоретичні основи поняття «адаптація підприємств».
- 6.Куліков П.М. Теоретичні основи адаптації підприємства до мінливості оточуючого середовища.
- 7.Поклад І. М. Деякі аспекти аналізу поняття адаптації.
- 8.Пущентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва.
- 9.Степанова Ю.Л. Класифікація адаптації підприємства в залежності від прогнозованості виникнення змін у зовнішньому середовищі підприємства.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ

Begadze Giorgi	Ilia State University, Head of Tourism Management Centre, Of Business school, dr., Associate Professor, Georgia, Tbilisi
Borkowski Krzysztof Paweł	Akademia Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czechy, doktor nauk kultury fizycznej, doktor filozofii, Poland, Kraków
Opitz Philipp	Dresden Technical University, Germany
Thomas Ireneusz	Bronislaw Markiewicz Higher State Technical and Economic School, Poland
Vijeikis Juozas	Mykolo Romerio University, Institute of Management PhD, Professor, Lithuania, Vilnius
Wierzbieniec Wacław	Bronislaw Markiewicz Higher State Technical and Economic School, Poland, prof. nadzw. dr hab. dr h.c., rector
Žuromskaitė Brigita	Mykolo Romerio University, Institute of Management PhD, Associate Professor, dr, Lithuania, Vilnius
Антонюк Наталія Володимирівна	Львівський національний університет імені Івана Франка, д.і.н., проф., завідувач кафедри країнознавства і міжнародного туризму
Берест Роман Ярославович	Львівський інститут економіки і туризму, д.і.н., проф., зав. кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Бегей Оксана Ігорівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.і.н., доц.. кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Бігус Мар'яна Михайлівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., викладач кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Богословець Ігор Михайлович	ДВНЗ „Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”, Член Національної спілки архітекторів України, кафедра готельно-ресторанної та курортної справи
Бочан Ігор Омелянович	Львівський інститут економіки і туризму, д.е.н., проф., ректор інституту
Вайдович Ольга Богданівна	Львівська комерційна академія, кафедра міжнародних економічних відносин, здобувач
Васильчак Світлана Василівна	Львівський інститут економіки і туризму, д.е.н., проф., в.о. зав. кафедри економіки і маркетингу
Габчак Наталія Францівна	Ужгородський національний університет, к.г.н., доц., завідувач кафедри туризму
Гнаткович Оксана Дмитрівна	Львівський інститут економіки і туризму, д.е.н., доц., зав. кафедри менеджменту та комерційної діяльності
Горішевський Павло Анатолійович	Івано-Франківська обласна організація сприяння розвитку сільського зеленого туризму, голова правління
Грицевич Володимир Степанович	Львівський національний університет імені Івана Франка, к.г.н., доц.
Гринькевич Ольга Степанівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доц. кафедри економіки і маркетингу
Гуль Іван Григорович	Львівський державний університет фізичної культури, к.е.н., ст.викл. кафедри економіки та спортивного менеджменту
Дідович Іван Іванович	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доц. кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Доан Павло Ванович	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, аспірант кафедри країнознавства та туризму
Жидяк Олександра Романівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доц. кафедри обліку і фінансів
Зайшла Маргарита Володимирівна	НУ «Львівська політехніка», Навчально-науковий інститут екології, природоохоронної діяльності і туризму ім. В. Чорновола, студ.
Замрій Оксана Миронівна	Львівський інститут економіки і туризму, в.о.доц., кафедра менеджменту та комерційної діяльності
Зінько Юрій Володимирович	Львівський національний університет імені Івана Франка, ст. викладач, Громадський благодійний «Екологогеографічний фонд
Караван Юрій Володимирович	Львівський інститут економіки і туризму, к.ф/м.н., доц. кафедри природничо-математичних дисциплін
Козьякова Світлана Сергіївна	Луганський університет імені Володимира Даля, к.е.н., доц. кафедра туризму та готельного господарства
Колянко Оксана Володимирівна	Львівська комерційна академія, к.е.н., доц. кафедри менеджменту
Кокнаєва Марія Олексandrівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., ст.викл. кафедри економіки і маркетингу
Кучинська Ірина Василівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.б.н., доц. кафедри теорії і практики туризму і готельного господарства
Кушнірчук-Ставнича Олеся Миколаївна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., ст.викл. кафедри теорії і практики туризму і готельного господарства
Ладик Софія Романівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доц. кафедри природничо-математичних дисциплін
Лазурко Марія Степанівна	Яворівський національний природний парк, провідний фахівець з екологічної освіти
Лисик Наталія Миколаївна	Львівський інститут економіки і туризму, викладач-стажист кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Любинець Ірина Павлівна	Яворівський національний природний парк, начальник відділу науки та екологічної освіти
Мальська Марта Пилипівна	Львівський національний університет імені Івана Франка, д.е.н., проф, завідувач кафедри туризму
Мацьків Олена Олексandrівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.т.н., кафедра оздоровчого харчування, екології та безпеки туризму
Мороз Володимир Павлович	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., кафедра обліку і фінансів
Надич Марія Михайлівна	Львівський інститут економіки і туризму, асистент кафедри теорії і практики туризму і готельного господарства
Озимок Галина Володимирівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.т.н., доц. кафедри товарознавства та експертизи товарів
Павлюк Світлана Миколаївна	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, кафедра соціальної географії та рекреаційного природокористування, аспірант
Паньків Наталія Євгенівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.б.н., проректор з наукової роботи і туризму
Передерко Віталій Петрович	Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, к.і.н., доц. кафедри туризму

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Петриченко Павло Анатолійович	Одеський національний економічний університет, кафедра економіки та управління туризмом , к.е.н., доц.
Погребняк Людмила Володимирівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доц. кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Подвірна Христина Євгенівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.г.н., ст. викладач кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Пизоха Богуслав	Польська громадська організація «Фундація Бещадська», президент
Плесак Світлана Миколаївна	Яворівський національний природний парк, провідний фахівець з екологічної освіти
Романів Павло Володимирович	Львівський національний університет імені Івана Франка, кафедра туризму, к. геогр. н., доц.
Савіцька Ольга Петрівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., доц. кафедри менеджменту та комерційної діяльності
Савіцька Наталія Володимирівна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., в.о.доц.
Свірідова Наталя Дмитрівна	Луганський університет імені Володимира Даля, д.е.н., проф.,завідувач кафедри туризму та готельного господарства
Сенько Юлія Володимирівна	Львівський інститут економіки і туризму, ст.викл. кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Солод Микола Іванович	Львівський інститут економіки і туризму, к.т.н., доц. кафедри харчових технологій та ресторанної справи
Топорницька Марія Ярославівна	Львівський інститут економіки і туризму, здобувач
Цимбалюк Віктор Миколайович	Львівський інститут економіки і туризму, к.с/г.н., доц. кафедри менеджменту та комерційної діяльності
Цимбалюк Микола Федотович	Львівський інститут економіки і туризму, к.с/г.н., доц. кафедри теорії і практики туризму і готельного господарства
Чорненська Надія Василівна	НУ «Львівська політехніка», к.г.н., доц. Навчально-науковий інститут екології, природоохоронної діяльності і туризму ім. В. Чорновола
Щур Ольга Миколаївна	Львівський інститут економіки і туризму, к.е.н., кафедра менеджменту та комерційної діяльності

ЗМІСТ

<i>Begadze Giorgi.</i> Tourism – support for integration. Analysis of import and decisions in georgia, that contribute to tourism development	9
<i>Borkowski Krzysztof Paweł.</i> Bezpieczeństwo w krakowie w ocenie turystów i koncepcja systemowego rozwiązania problemu	20
<i>Opitz Philipp.</i> European integration, international safety and international tourism. A mutual influence?	40
<i>Wierzbieniec Wacław, Thomas Ireneusz.</i> Umiędzynarodowienie uzdrowisk województwa podkarpackiego jako jeden z elementów rozwoju turystyki zagranicznej w Euroregionie Karpackim	48
<i>Žuromskaitė Brigita, Vijeikis Juozas.</i> Wpływ turystyki na rozwój ekonomiczny Litwy w okresie 2008 – 2013	58
<i>Бочан І.О.</i> Глобальні проблеми розвитку економіки та шляхи забезпечення економічної безпеки України	63
<i>Берест Р.Я.</i> Пам'ятки німецьких колоністів українського Прикарпаття – цінний ресурс для розвитку міжнародного туризму	70
<i>Бігус М.М.</i> Партнерство – як пріоритетний напрям розвитку міжнародного туризму	75
<i>Богославець І.М.</i> Природоохоронні та екологічні заходи при будівництві готельно-ресторанних закладів в Карпатах	79
<i>Вайдович О.Б.</i> Розвиток міжнародного туризму європейських країн в умовах інтеграції	85
<i>Васильчак С. В., Негрич О.І.</i> Мотиваційний механізм залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України в контексті економічної безпеки	89
<i>Габчак Н. Ф.</i> Необхідність створення нової моделі підготовки туристичних кадрів в ужгородському національному університеті	98
<i>Гнаткович О. Д., Подвірна Х. Є.</i> Напрямки поглиблення транскордонного співробітництва Карпатського єврорегіону у сфері туризму	103
<i>Гринькевич О. С.</i> Соціальна відповідальність у туризмі як чинник ефективності євроінтеграційних процесів в Україні	109
<i>Грицевич В.С.</i> Східноєвропейська дуга столиць, як перспективний напрямок міжнародного туризму з участю України	113
<i>Гуль І.Г., Мороз В.П.</i> Роль та місце мисливського туризму в умовах євроінтеграційних процесів в Україні	117
<i>Дідович І.І.</i> Загальна характеристика та перспективи інтеграції України у європейський туристичний бізнес	122
<i>Доан П.В.</i> Просторовий аналіз розвитку туристсько-експкурсійної діяльності України	129
<i>Караван Ю.В.</i> Транскордонне співробітництво як основа розвитку прикордонних територій	136
<i>Кокнаєва М.О.</i> Фактори впливу на розвиток міжнародного туризму в Україні	143
<i>Кучинська І. В., Ревкевич Н. І.</i> Грузія як перспективна дестинація	150

СВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

міжнародного туризму: уроки для України	
<i>Кушнірчук-Ставнича О.М.</i> Туризм в системі економічної безпеки держави як чинник євроінтеграції	156
<i>Ладик С.Р.</i> Перспективні напрямки застосування інформаційних технологій у сфері міжнародного туризму	161
<i>Любінець І.П., Плесак С.М., Лазурко М.С.</i> Розвиток ностальгічного туризму на території біосферного резервату «Розточчя»	167
<i>Мацьків О.О.</i> Міжнародна безпека в епоху глобалізації	171
<i>Микитів Н. С.</i> Діяльність громадських об'єднань як соціокультурний чинник формування туристичної привабливості України	176
<i>Надич М.М.</i> Тенденції розвитку міжнародного туризму: наші реалії і перспективи	183
<i>Озимок Г.В., Колянко О.В.</i> Зв'язки з громадськістю в державних установах і організаціях: завдання та функції	190
<i>Павлюк С. М.</i> Інвестиційний потенціал рекреаційно-туристичного господарства в контексті транскордонної співпраці (на прикладі верховинського району Івано-франківської області)	195
<i>Паньків Н.Є., Сенько Ю.В.</i> Роль інформаційних центрів у формуванні світогляду українського суспільства в питаннях міжнародної безпеки України	199
<i>Передерко В. П.</i> Регіональні туристичні ініціативи як засіб інтеграції в ЄС (на прикладі Івано-Франківської області)	204
<i>Петриченко П. А.</i> Інновації в зеленому туризмі	209
<i>Пизоха Б., Зінько Ю., Горішевський П., Мальська М., Антонюк Н.</i> Перспективи впровадження системи міжнародної сертифікації GoToCarpathia для об'єктів зеленого туризму в українських Карпатах	213
<i>Погребняк Л. В.</i> Передумови розвитку стійкого туризму в Карпатському регіоні	221
<i>Романів П. В.</i> Основні напрямки розвитку туризму у єврорегіоні «Верхній прут»	226
<i>Савіцька О.П., Савіцька Н.В.</i> Розвиток агротуристичних підприємств – складова збалансованого розвитку сільських територій	232
<i>Свірідова Н.Д.</i> Методологічна основа розробки регионального маркетингу	241
<i>Солод М. І.</i> Євроінтеграція та продукція харчових технологій – польський досвід	249
<i>Топорницька М. Я.</i> Львів – головна дестинація етнофестивального туризму у контексті географії національного та міжнародного туризму	255
<i>Цимбалюк В.М., Цимбалюк М.Ф., Степанків О.В., Топорницька С.А.</i> Експорт та імпорт туристичних послуг: стан та тенденції розвитку в Україні	260
<i>Чорненська Н.В., Зайшли М.В.</i> Проблеми та можливості молодіжного туризму в умовах євроінтеграції України	265
<i>Щур О.М., Замрій О.М.</i> Адаптивні механізми розвитку туристичної галузі	271

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Збірник матеріалів
Міжнародної науково-практичної конференції

Матеріали подано в авторській редакції

Дизайн обкладинки *Василишин-Грицина Т. М.*

Підписано до друку 11.03.2014. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс Нью Роман»
Наклад 100. Замовлення 6-03/14.

Львівський інститут економіки і туризму
79007, м . Львів, вул. Менцинського, 8
Тел.: (032)255-45-47, (032) 294-95-78
Тел./факс: (032) 255-46-94
e-mail: lebk@org.lviv.net
nviddil@i.ua

Друк ТзОВ «Компанія «Манускрипт»»
79008, м.Львів, вул. Руська, 16/3
Тел./факс: (032) 235-51-40

+