

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ
ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

1/2006



Львів «СПОЛОМ» 2006

ББК 65
В 53

Вісник Львівського інституту економіки і туризму: збірник наукових статей / Головний редактор Бочан І. О. — Львів: Львівський інститут економіки і туризму, 2005. — № 1. — 234 с.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

1. *Бочан І. О.*, д. е. н., професор — головний редактор
2. *Мельник В. І.*, д. філос. н., професор
3. *Коніщева Н. Й.*, д. е. н., професор
4. *Заставецька О. В.*, д. геогр. наук, професор
5. *Михасюк І. Р.*, д. е. н., професор
6. *Реверчук С. К.*, д. е. н., професор
7. *Караван Ю. В.*, к. фізико-матем. н., доцент
8. *Кончаківський І. В.* к. е. н., доцент
9. *Ляшкевич П. А.*, к. філол. н., доцент — відповідальний редактор
10. *Стоколос-Ворончук О. О.*, к. філол. н. — літературний редактор

Макет: *Шувар Н. М.*

Коректор: *Цимбала О. С.*

Комп'ютерне верстання та дизайн обкладинки: *Василишин Т. М.*

Рекомендовано до друку
вченою радою Львівського інституту
економіки і туризму (протокол № 3 від 25.01.06)

ISBN 966-665-359-1

© Львівський інститут
економіки і туризму, 2006
© Автори статей, 2006

ЗМІСТ

Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ	
ЕВОЛЮЦІЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН НАУКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО І ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА, Бочан І. О.	6
ПІДГОТОВКА ПРОФЕСІОНАЛІВ ДЛЯ ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ: ГЕНЕЗИС ОСНОВНИХ ТУРИСТСЬКИХ ШКІЛ, Мартинюк І. А.	15
ДОПРОБЛЕМИ ОБГРУНТУВАННЯ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИЗМОЛОГІЇ, Скрипник М. І.	19
КАТЕГОРІАЛЬНИЙ АПАРАТ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИЗМУ, Лаврентів Л. В.	25
ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ: ВИМОГИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ ВИКОРИС- ТАННЯ, Очеретник Р. А.	28
ЕКСКУРСІЯ ЯК ФОРМА ЕКОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ, Фастовець О. О.	31
МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ СТАНДАРТІВ ТУРИСТСЬКОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ, Фоменко Н. А.	37
Розділ 2. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НОВИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ, Зінько І. З.	42
ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ, Батьковець Г. А.	46
ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ПРІОРИТЕТИ ЙОГО РОЗВИТКУ, Гелей Л. О.	49
НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА ТА ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ, Голубка С. М.	54
ТУРИЗМ ЯК ОДНА З ГАЛУЗЕЙ АКТИВІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕПРЕСИВНИХ РЕГІОНІВ, Заставецька О. В., Ткач К. Д.	57
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ, Лащук І. П.	59
ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН У ДЕРЖАВНОМУ РЕГУЛЮВАННІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ, Островська Г. В., Уманців Б. Б., Кухтій А. О.	62
ТУРИСТСЬКА РЕНТА В ЛІСОРЕСУРСНІЙ СФЕРІ, Антоненко І. Я.	68
ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ, Боднарчук М. З.	74
ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ТУРИЗМУ, Дудяк Р. П., Фурдас Б. В.	79
РОЛЬ ДЕРЖАВИ В РЕГУЛЮВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ, Клубчук С. К.	83
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ДОНЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ, Коніщева Н. Й.	87
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ, Макухіна Н. О.	90

УЧАСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ, <i>Нохріна Л. А., Абрамов В. В., Кашина І. О.</i>	93
---	----

ВПЛИВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ НА РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ, <i>Шевченко С. Г.</i>	98
---	----

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЗЕМЛІ ОБ'ЄКТІВ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ, <i>Чернявський М. В., Майор Р. В.</i>	104
--	-----

Розділ 3. КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ

РЕГІОНАЛЬНІ ТУРИСТИЧНІ ПРОЕКТИ, <i>Захарчин Р. М.</i>	108
РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО І ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА КРАЄЗНАВСТВА, <i>Пангелов Б. О., Чернов Б. П.</i>	115
ЛЬВІВ ЯК КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПРОЕКТ, <i>Ляшкевич П. А.</i>	120

Розділ 4. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУОРТУ ТРУСКАВЕЦЬ, <i>Аксентійчук Б. І.</i>	123
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ, <i>Гроздинська І. О., Леськова О. А.</i>	126
ПРИРОДНО-ЛАНДШАФТНІ ТА ЕТНОІСТОРИЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ НА ТЕРИТОРІЇ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ, <i>Гурова Д. Д.</i>	131
РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ГІРСЬКИХ РЕГІОНАХ У КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНО ЗБАЛАНСОВАНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ, <i>Мельник О. В.</i>	137
РЕАБІЛІТАЦІЯ ТА РЕКРЕАЦІЯ ЯК СКЛАДОВІ РОЗВИНУТОГО ТУРИЗМУ, <i>Свентозільська У. М.</i>	140
СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ: ВІДПОЧИНОК-РЕЛАКСАЦІЯ, <i>Чорненко Н. В.</i>	144
ВИБІР ФАКТОРІВ СЕГМЕНТАЦІЇ СПОЖИВАЧІВ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ, <i>Мандюк Н. Л.</i>	148

Розділ 5. ІНФРАСТРУКТУРА ТУРИНДУСТРІЇ

МОЛОДІЖНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ, <i>Гринькевич О. С., Юнко М. М.</i>	152
ОРГАНІЗАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ У ГІРСЬКИХ РАЙОНАХ ЛЬВІВЩИНИ, <i>Шевчук М. В.</i>	157
СУЧАСНИЙ СТАН ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВІВЩИНИ, <i>Білоцерківська Т. М.</i>	162
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ: ПРОБЛЕМИ І МОЖЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ, <i>Будя О. П.</i>	164
ФОРМИ, ПІДХОДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАВЧАЛЬНОГО ЛАБОРАТОРНО-ВИРОБНИЧОГО КОМПЛЕКСУ ХАРЧУВАННЯ ТА ГОТЕЛЬНОГО СЕРВІСУ ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ, <i>Максимець О. Б.</i>	171
ТАЙМШЕР ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ, <i>Петрук Т. М.</i>	174
ФАКТОРИ І ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ, <i>Черепко Н. Є.</i>	179

ПРІОРИТЕТИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ , <i>Ташиак М. С.</i>	183
ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ , <i>Топорницька М. Я.</i>	187
СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МИСЛИВСЬКОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ , <i>Кульчицька Е. А.</i>	191

Розділ 6. АУДИТОРІЯ

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВІДБОРУ ОСНОВНИХ ЗМІСТОВИХ ОДИНИЦЬ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН ПІД ЧАС ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ З ТУРИЗМУ , <i>Дольнікова Л. В.</i>	198
ОБГРУНТУВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧОГО КОМПЛЕКСУ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ , <i>Зайцева В. М., Толок В. О.</i>	202
ОПТИМІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ТУРИЗМУ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ , <i>Конох А. П.</i>	206
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ПРИ ПІДГОТОВЦІ МЕНЕДЖЕРІВ З ТУРИЗМУ , <i>Матюхін В. О., Кобзєва О. В.</i>	210
ФУНДАМЕНТАЛЬНА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ , <i>Нохріна Л. А., Кравець О. М.</i>	214
ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ ТА УМІНЬ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ ПРИ РОБОТІ З ІНШОМОВНИМИ ДЖЕРЕЛАМИ ІНФОРМАЦІЇ , <i>Хмілярчук Н. С.</i>	217
ЕКОЛОГІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТА ЗАВДАННЯ , <i>Караван Ю. В., Токар Ю. С.</i>	222

Розділ 7. ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ

ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ «ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ» , <i>Шувар Н. М.</i>	226
РЕКОМЕНДАЦІЇ КОНФЕРЕНЦІЇ	229
КОЛИ МІСТО РОЗКРИВАЄ ЧАРИ СВОЇХ ТАЄМНИЦЬ , <i>Дольнікова Л. В.</i>	232

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

Бочан І. О.

ЕВОЛЮЦІЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН НАУКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО І ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Наука про туризм перебуває на стадії становлення. Для визначення сучасних тенденцій в туризмі слід використати перш за все принцип історизму, який полягає в прагненні виявити рушійні сили, чинники, тенденції розвитку. Історичний підхід до вивчення туризму здійснюється з метою виявлення основних етапів його становлення і логіки розвитку.

Всю історію розвитку туризму можна розділити на чотири основні етапи:

Перший — з найдавніших часів — до 1841 року;

Другий — становлення туризму як галузі — з 1841 р. до 1914 р.;

Третій — формування індустрії туризму — з 1914 р. до 1945 р.;

Четвертий — глобалізація туристичної індустрії — з 1945 р. до наших днів.

Основними чинниками на початковому етапі, що спонукали наших предків мандрувати, в термінологічному тлумаченні цього слова ставати туристами, що означає здійснювати мандрівку заради задоволення, були:

- потреба освоєння нових територій, зручних для проживання та різних видів діяльності;
- людська цікавість, бажання пізнати навколишній світ.

Сучасна наука поділяє розвиток туризму на декілька етапів залежно від зміни наступних факторів:

- мотивації подорожей;
- способу подорожей і розвитку транспортних засобів;
- кількості подорожуючих і охоплення туризмом різних верств населення.

Головними факторами, які вплинули на посилення необхідності в здійсненні поїздок і подорожей, з економічної точки зору були і поділ суспільства на вільних і рабів, поява товарно-грошових відносин, розподіл праці і виділення частини людей, які не зайняті в суспільному виробництві і управлінні, розвиток торгівлі, культури і мистецтва.

Значний внесок в розвиток науки про навколишній світ зробили грецькі вчені — вони дали назву і створили науку географію.

Невтомний мандрівник, давньогрецький історик Геродот (484—430 рр. до н.е.) в результаті своїх подорожей написав знамениту «Історію» в дев'яти книгах, яка знайомила читача з історією і культурою країн, де він побував (Північна Італія, Мала Азія, Єгипет, Вавилон, землі Північного Причорномор'я).

Найчастіше багаті римляни відвідували Єгипет і Грецію з метою доповнити свою освіту, ознайомитися з відомими пам'ятками мистецтва, з метою розваг та оздоровлення.

Подорожі в античні часи здійснювалися завдяки тому, що люди навчалися складати карти, вимірювати морські глибини, визначати координати міст, островів, чітко визначати по зорях пройдену відстань, використовувати силу вітру, морських течій, будувати та вдосконалювати транспортні засоби, особливо кораблі, будувати дороги, створювати та залишати нащадкам наукові праці про навколишній світ.

Історики вважають, що початок музесзнавства був покладений видатним давньогрецьким вченим Аристотелем (IV ст. до н. е.).

Історичне значення подорожей в античні часи полягає в тому, що:

- розвивалась наука про навколишній світ, культура та мистецтво;
- здійснювались географічні відкриття та освоювались нові землі;
- встановлювались економічні та культурні відносини між народами.

В епоху Середньовіччя світогляд людей був одностороннім, скрізь панувала релігійна тематика. Певний релігійний фаталізм викликав пасивність середньовічної людини, вона в усьому покладалась на волю небес.

Хронологічними межами європейського Середньовіччя вважають ключові дати в історії європейської цивілізації: падіння Римської імперії та початок епохи Великих географічних відкриттів (V — перша половина XV ст.).

Особливим заступництвом церкви користувались в цей час прочани. Вони, подорожуючи, могли отримати благочинно ночівлю і їжу.

З XIV—XV ст. по всій Європі почали створюватися заїжджі двори і таверни. Ці прообрази дорожніх готелів мали на першому поверсі таверну і стайню, службові та господарські приміщення, а на верхніх поверхах — кімнати для гостей, вікна яких виходили на внутрішнє подвір'я, де проводились театральні вистави.

У XI ст. був створений перший у Європі — Болонський університет (Італія). У XII ст. засновані Оксфорд (Великобританія) і Сорбонна (Франція).

Практично в усіх країнах Європи офіційною мовою була латина, нею ж велося викладання в університетах, що спрощувало спілкування між студентами і викладачами з різних країн. Студенти часто-густо переходили з одного університету до іншого, ставлячи за мету прослухати курс лекцій ще одного відомого вченого або богослова. Так стали звичайним явищем на дорогах Європи «мандрівні студенти». Поява університетів сприяла відродженню та розвитку освітніх подорожей.

Глибоко символічним є те, що Болонський університет став в центрі об'єднання сьогодні понад 40 країн Європи заради інтеграції вищої освіти на засадах Болонської конвенції — нової європейської якості навчання, розширення мобільності студентів і викладачів, нового типу відносин між ними, нової філософії освітньої діяльності і ще багато іншого.

В найпопулярнішому в Європі Болонському університеті навчався і завершив свою освіту з отриманням ступеня доктора філософських наук, а потім став його ректором в 1481—1482 рр. наш земляк Юрій Дрогобич. Він був родом зі Львова, спочатку закінчив Краківський університет, потім вдосконалював свою освіту в Угорщині.

Україна пишається етнопеддагогами і сьогодні розбудовує таку систему вищої національної освіти, яка відповідала б вимогам часу і сприяла її входженню у світовий освітній простір. Світ туризму у всьому своєму розмаїтті розвивається і змінюється. Нові інформаційні і комунікативні технології змінюють образ індустрії туризму.

Студенти нашого інституту, готуючись займатись підприємництвом в туризмі, вивчають цілу низку дисциплін, щоби фахово володіти і використовувати у своїй майбутній діяльності інформацію, це:

- туристичну картографію;
- туристичне країнознавство і краєзнавство;
- міжнародний туризм з туристичними ресурсами;
- рекреаційну географію та інші.

Професорсько-викладацький склад, Вчена рада в системі науково-педагогічної діяльності реалізує такий підхід, що в науці мало встановити якийсь новий науковий факт, а важливіше дати йому пояснення з позицій сучасної науки, з'ясувати його за-

гально-пізнавальне, теоретичне і практичне значення. В даному випадку, аналізуючи еволюцію туризму, слід відзначити роль подорожей і великих географічних відкриттів в другій половині XV—XVI століть.

Уявлення про навколишній світ змінилися. На початку XV століття з'явилися книги, в яких заперечувалася замкненість Індійського океану з півдня і підтримувалась ідея про те, що Земля — куля. Завдяки книгодрукуванню в Європі почали видавати країнознавчі твори стародавніх авторів, які описували казкові багатства країн Сходу — Китаю, Індії, Японії. Книга була настільною у мореплавця Христофора Колумба. Першим європейським мореплавцем, який намагався дістатись Індії, йдучи західним шляхом, був Христофор Колумб. У 1492 році його експедиція відкрила великі острови — Кубу та Гаїті. Після цього він здійснив ще три подорожі на Захід у 1493, 1498 та 1504 рр., відкрив багато островів у Карибському морі та дослідив частину Американського узбережжя, але величезних багатств там не знайшов. До кінця свого життя Колумб не знав, що відкрив новий материк, всі відкриті землі він вважав Індією. Тільки в подальші роки італійський мореплавець Америго Веспуччі довів, що відкриті Колумбом землі — новий материк.

Великі географічні відкриття призвели до розширення торгівлі. Встановились зв'язки між окремими материками — виникла світова торгівля.

Значення подорожей епохи Відродження полягали в тому, що:

- були відкриті нові землі та морські шляхи до них;
- з'явилась світова торгівля;
- відбувався швидкий культурний та економічний обмін між різними країнами та народами;
- вдосконалювалися транспортні засоби.

Основними чинниками розвитку подорожей та появи туризму в епоху Просвітництва (XVII—XVIII ст.) були:

- соціально-науковий прогрес;
- розвиток економіки;
- зміни мотивації подорожей;
- освоєння географічного простору.
- розвиток інфраструктури для подорожуючих.

Просвітництво характеризується як епоха безмежної віри в людський розум та можливість перебудови суспільства на розумних, справедливих засадах. Це епоха розквіту науки, культури та мистецтва.

Певний прогрес відзначився в тому, що на виробництві скорочувався робочий час та збільшувалась частка вільного, наявність якого є однією з умов, що дозволяють здійснювати подорожі, і це було значним соціальним здобутком і дозволило в майбутньому в XIX—XX ст. залучати до туризму працюючі категорії населення.

Велику роль в процесі подальшого розвитку туризму починають відігравати фактори, пов'язані з появою сфери послуг та невиробничої сфери, будівництвом інфраструктури. Розвиток туризму вимагав і розвитку системи гостинності.

У XVII ст. у великих європейських містах почали створюватись кав'ярні. Перша англійська кав'ярня була відкрита у 1652 році вихідцем із Вірменії у Лондоні. У 1683 р. з'явилась перша кав'ярня у Відні. Саме у Відні почали готувати каву нетрадиційно, додаючи в неї мед та молоко. У 1668 р. відкрито першу кав'ярню в Парижі. Кав'ярні були попередницями сучасних кафе.

У Львові мода на каву зародилася у XVIII столітті, хоча напій цей був відомим і раніше. Пробував каву і Богдан Хмельницький. Гетьман Пилип Орлик називав її «каффа». А перша кав'ярня в Україні та Речі Посполитій виникла у 1672 році у Кам'янці-Подільському. Було їх аж цілий десяток, і заснували їх турки.

Перша Львівська кав'ярня називалась «Віденська», збудував її у 1828 р. Карл Гартман. Один із перших готелів Європи був побудований у Нанті в 1778 р. і мав назву «Готель Генріха IV». Він був розрахований на 60 осіб і вважався найкращим у Європі.

Перший готель в системі гостинності Америки на велику кількість номерів (70 кімнат) мав назву City Hotel, він був побудований у 1794 р. в Нью-Йорку.

У XVIII ст. в Європі в системі гостинності намітилися певні успіхи. Кращими за комфортом вважались англійські заїжджі двори і таверни.

У Франції XVIII ст. з'явилась система ресторанів. «Батьком» сучасного ресторану вважається парижанин М. Буланже, який тримав цілодобову таверну. Головною стравою, яка подавалась відвідувачам, був суп, що називався *restorantes* (у перекладі з французької — «той, що відновлює сили»), так народився термін «ресторан».

Франція стала законодавцем моди не тільки в мистецтві та літературі, але й у розвитку кулінарії. У XVIII ст. ресторанний бізнес з традиціями національної кухні в країнах Європи завоював міцні позиції в обслуговуванні населення.

У 1854 р. в Англії було видано перший довідник по готелях, адресований туристам, а у 1862 р. з'явився перший каталог туристичних поїздок.

Основними чинниками розвитку туризму в світі в другій половині XIX — першій половині XX ст. були:

- стрімкий розвиток науково-технічного прогресу (вдосконалювалися традиційні та з'явилися нові види транспорту та зв'язку);

- розвиток туристичної інфраструктури;

- інтенсивне освоєння світового географічного простору.

Туризм є багатограним за своєю природою. Це цілий ланцюг складових, зокрема:

- інфраструктура; гостинність; свобода перетину кордонів; якість товарів і послуг, в тому числі якісне харчування та охорона здоров'я.

Важливими складовими також є:

- підготовка персоналу;

- стан природного середовища;

- здатність бізнесу адаптуватися до вимог мандрівників (туристів);

- безпека туризму.

Тому для здобуття фахових знань студенти нашого інституту за сучасними технологіями вивчають низку професійно-орієнтованих спеціальних дисциплін:

- технологію гостинності;

- технологію туристичної діяльності;

- організацію обслуговування в готелях та туристичних комплексах;

- організацію індустрії гостинності;

- міжнародну готельну індустрію;

- рекреаційні комплекси;

- організацію транспортних подорожей та інші дисципліни.

Револьюційні перетворення в галузі механізації і укрупнення виробництва мали для розвитку туризму велике значення. Перш за все це було пов'язано з подальшим розвитком різних напрямів сфери послуг, одним з яких став туристичний бізнес. Тому початком другого етапу в розвитку туризму можна вважати 1841 рік, коли англійцем Томасом Куком здійснена перша комерційна туристична поїздка з Лейстера в Лафборо, під час якої було організовано перевезено залізницею 600 чоловіків — членів товариства тверезості з метою прогулянки. У 1847 р. Томас Кук організував туристичне товариство, яке розповсюджувало білети (путівки) не тільки в Англії, а й за її межами. У 1863 році Т. Куком була організована велика подорож в Швейцарію, а у 1868 р. — в Північну Америку.

Томас Кук вперше створив специфічний туристичний продукт — тур, уклавши із залізничниками і пароплавними компаніями, готелями та ресторанами на обслуговування туристів відповідні угоди.

Львівський інститут економіки і туризму відповідно до умов сьогодення ринкового середовища галузі туризму, створив профільні навчальні лабораторії:

- лабораторію готельного і туристичного підприємництва;
- лабораторію готельного і ресторанного сервісу;
- лабораторію харчових технологій (що забезпечує послуги кухонь народів світу),

оснащені комп'ютерною та мультимедійною технікою, здійснює підготовку фахівців, котрі вміють виробляти туристичні продукти, просувати і реалізовувати їх, надавати якісні послуги щодо розміщення, харчування, транспортного і рекламного обслуговування та інших потреб туристів. Це дуже важливо, особливо у відповідності до Закону України «Про туризм» в новій редакції від 19.11.2003 р., в якому вказано, що туристичний продукт — це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що пропонуються до реалізації з визначенням ціни. Їм дуже важливо знати, що вперше туристичний продукт створив Томас Кук.

Ідеї Т. Кука підхопили багато підприємств найбільш індустріально розвинутих європейських країн, які в 40—50 роках XIX ст. відкривають перші туристичні бюро.

У зв'язку з розвитком міжнародних курортів в Німеччині, Швейцарії, Франції, Італії, ці країни, нарівні з Англією, стають міжнародними центрами туризму в Європі.

Розвиток туристичної індустрії призвів до створення у 1898 році Міжнародної ліги туристичних асоціацій зі штаб-квартирою в Люксембурзі.

Туристична активність була перервана Першою світовою війною, після закінчення якої туризм знову отримав свій розвиток.

Так почався третій етап — індустріалізація туризму. Комерційна спрямованість діяльності туристичних фірм дозволяє говорити про туризм як про галузь бізнесу. Саме в цей період туристична діяльність стає основною діяльністю для багатьох підприємств і організацій, які професійно надають туристичні послуги.

У 1925 р. в Гаазі відбувся Конгрес з туризму, де були окреслені основні напрямки діяльності міжнародних і національних туристичних організацій, головними з яких були:

- популяризація туризму;
- сприяння розвитку туризму на міжнародному та національному рівнях;
- координація діяльності туристичних організацій.

Туризм став новою популярною формою пересування людей, завдяки зробленим у попередні віки відкриттям, здійсненим географами, істориками, мореплавцями, дослідниками, представниками ділового світу, які нагромадили наукові дослідження, звіти і щоденники.

Сьогодні Львівський інститут економіки і туризму використовує вітчизняний, світовий і європейський досвід розвитку туризму, запроваджує в навчальний процес для якісної підготовки професіоналів туристичної індустрії. Система підготовки охоплює соціальні, гуманітарні, історичні, правові, рекреаційні, екологічні аспекти знань, володіння двома-трьома іноземними мовами, інформаційними технологіями.

У нашому баченні фахівець з туризму повинен бути лідером у впровадженні засобами туризму «народної дипломатії» як могутнього руху об'єднання людей і народів на високих гуманістичних принципах.

Після закінчення Другої світової війни туристична індустрія отримує ще більш могутній поштовх до розвитку.

Міжнародна інтеграція, розширення міжнародного розподілу праці, відкриття кордонів, забезпечення більш легкого доступу в інші країни, розвиток транспорту

і зв'язку, підвищення рівня життя широких верств населення — це ті загальні тенденції, які характеризують четвертий етап глобалізації туристичної індустрії. Загальною характеристикою цього періоду може бути названа монополізація галузі туризму, тобто виділення її в самостійну складову сфери послуг. Інтенсивний розвиток туризму спостерігається в країнах із сприятливою внутрішньою і зовнішньою політикою, стійким економічним розвитком, високим рівнем культури, соціальною підтримкою громадян.

У другій половині XX століття для подорожей на далекі відстані використовувався найчастіше повітряний транспорт. В авіаперевезеннях в міжнародному туризмі став використовуватися чартер, згідно якого туристичні фірми стали укладати контракти на оренду літака або частки його місць, що дозволило здешевити тури.

Незаперечні успіхи в індустрії гостинності спостерігаються у другій половині XX ст. Сьогодні світова мережа готелів представлена багатьма засобами розміщення, які можуть задовольнити різні смаки. Серед своєрідних рекордсменів в Амстердамі функціонує найвищий в світі «плавучий готель», він переміщується між причалами міста і створює ілюзію морської подорожі; — найвищий наземний готель, у 73 поверхи, знаходиться у Сінгапурі; підводний готель функціонує на дні Перської затоки; популярними стали бунгало на деревах і т. п.

Прикладом концентрації виробництва в готельній індустрії є виникнення готельних ланцюгів. У 1950-ті рр. сформувались дві основні моделі організації готельної справи.

Перша — модель Рітца, що започаткувала бригадний метод роботи в ресторанах. Прізвище Рітц (управляючий рестораном Цезар Рітц) стало синонімом розкоші та назвою одного із перших готельних ланцюгів.

Друга модель — реалізована в готельному ланцюзі Holiday Inn — пов'язана з іменем американського підприємця Кельмонса Уільсона. В цій моделі робиться ставка на велику гнучкість в задоволенні потреб клієнта та стандартизацію послуг, незалежно від того, в якій країні знаходиться готель. На межі XX і XXI ст. під контролем цього ланцюга перебуває 50 % готельних номерів світу.

Найбільша концентрація готелів зафіксована у США та Західній Європі (70 %). За концентрацією готелів в одному місті першість має Лас-Вегас (США). Більшість готельних ланцюгів у світі також американські.

Для захисту професійних інтересів працівників готельної індустрії в ряді країн створені національні асоціації, така ж асоціація функціонує і в Україні. Вони входять до Міжнародної готельної асоціації (МГА), яка координує розвиток готельної індустрії на міжнародному рівні. У 1981 р. прийняті міжнародні готельні правила, які визначають принципи взаємовідносин клієнта і адміністрації готелю, що не втратили своєї актуальності і в наш час.

Відбулися зміни і в ресторанному бізнесі. У другій половині XX ст. з'явилися розкішні ресторани, які стали пропонувати національні кухні.

У 1959 р. в США відкрився перший ресторан, який запровадив нові традиції в ресторанному бізнесі, називався він «Чотири пори року» («Four Seasons») і відрізнявся сезонним меню, славився сучасною архітектурою та інтер'єром.

Важливою зміною у сфері харчування туристів було створення ресторанів швидкого обслуговування. Одним із засновників цієї системи став Рей Крок, який в 1955 р. уклав контракт з братами Макдональдами, власниками ресторану гамбургерів у Каліфорнії, в результаті чого було створено мережу ресторанів швидкого обслуговування Mc Donalds.

Туризм у другій половині XX ст. у розвинених країнах став масовим і організованим. Особливим і дуже цікавим явищем туристичного бізнесу став таймшер.

Принцип таймшеру полягає у тому, що ті, хто бажає регулярно відпочивати в розкішних умовах, можуть придбати право перебування у дорогих апартаментах протягом 1—3 тижнів на рік.

Наприкінці XX ст. більшість туристичних компаній розвинених країн світу працювали за принципом: «Ми можемо Вам запропонувати все, що Ви побажаєте». Хоч подорож до Антарктиди, хоч політ у космос. Першим космічним туристом став у 2001 р. американець Деніс Тіто, він заплатив за цей тур 20 млн. дол. США.

На межі XX і XXI ст. у світі продовжувалося зростання кількості туристичних подорожей. За прогнозами ВТО, до 2010 р. загальна кількість туристичних подорожей сягне 937 млн., а прибутки від туризму зростуть до 1,1 трлн. дол. США. Зросте зайнятість у туристичній індустрії. Кожна 15-та людина на Землі прямо чи опосередковано буде пов'язана з індустрією туризму.

Згідно прогнозам ВТО, основними чинниками розвитку туризму на початку XXI століття будуть:

- науково-технічний прогрес, підвищення якості життя;
- збільшення тривалості вільного часу;
- стан оточуючого середовища.

Туристичний потенціал України має міцне підґрунтя для ефективного розвитку у XXI столітті. Україна пишається величезним туристичним потенціалом завдяки обширності території та різноманітності ландшафту, надзвичайно багатій історичній спадщині і загальновідомій гостинності і працьовитості українських людей.

Україна володіє всім необхідним для розвитку сучасної туристичної індустрії. Як країна, що розташована у центрі Європи на перехресті транспортних шляхів, Україна має, до того ж, сприятливі природнокліматичні умови (Карпати, Крим, Чорноморське та Азовське узбережжя, басейни рік Дніпра, Десни, Дунаю, Дністра, Західного Бугу), багатий рослинний і тваринний світ, цілющі мінеральні джерела, багату історико-культурну спадщину, людські і матеріальні ресурси. В Україні понад 125 тисяч пам'яток археології й архітектури, сотні музеїв. Особливе значення у розвитку туризму має західний регіон України, адже майже 40 відсотків історичних цінностей України зосереджено саме тут.

Саме в Україні, у географічному центрі Європи, перехрещуються майже всі європейські культури. Із давніх часів українська культура є прямою спадкоємицею культури Київської Русі, а її своєрідність визначається тим, що Україна й надалі — не лише торгове, а й духовне перехрестя Заходу і Сходу, перехрестя шляхів, що ведуть до Туреччини, Близького Сходу, Індії, Скандинавії, країн Західної Європи.

У другій половині XIX ст. в Україні було досліджено лікувальний потенціал Криму, Прикарпаття та Закарпаття.

На кінець XIX ст. припадає час створення перших туристичних бюро, які займалися організацією туристичних мандрівок у регіоні. Одним з перших було створено Ялтинське екскурсійне бюро у 1895 році. Такі організації наприкінці XIX — на початку XX ст. було створено і в Галичині (у Львові, Перемишлі, інших містах краю). На цей же період припадає початок освоєння рекреаційно-туристичних місцевостей Яремчя, Ворохти тощо. В Українських Карпатах розвивається лежачарський туризм.

За часів СРСР туризм в Україні розвивався на профспілковій та відомчій основі. Іноземним туризмом монопольно займався «Інтурист», а також «Супутник» — організація, яка впорядковувала в СРСР міжнародний молодіжний туризм. Курорти належали державі, керівництво туристичною діяльністю велося централізовано.

Період з 1990 до 1993 року був особливо важким для туризму в Україні. Обсяг туристичної діяльності на внутрішньому ринку зменшився в 4 рази, а кількість

іноземних туристів, які відвідали Україну, зменшилась на 80 %. Лише 120 тис. іноземних туристів було зареєстровано 1992 року.

Із прийняттям Верховною Радою України «Закону про туризм» (1995 р.) розпочався новий етап відродження та розвитку українського туризму.

Туристичні ресурси України — природнокліматичні, соціокультурні, історичні, архітектурні й археологічні, наукові і промислові, видовищні, культові й інші об'єкти або явища, спроможні задовольнити потреби людини в процесі і з метою туризму.

В Україні взято під охорону держави понад 70 тис. пам'яток історії та культури, серед них понад 12 тис. особливо цінних у туристичному плані пам'яток архітектури, які є зразками монументальних витворів мистецтва. Пам'ятки архітектури в Україні розміщені нерівномірно. Основна їх частина знаходиться в західних областях України, а також Київській, Хмельницькій, Вінницькій, Чернігівській, Сумській областях та Республіці Крим. Східні і південні області не такі багаті на пам'ятки архітектури — найстарші з них належать до XVII ст., що пов'язано з пізнім освоєнням території.

Найбільша кількість пам'яток архітектури припадає на м. Львів (2500) та Львівську область. Це пояснюється давнім освоєнням цієї території, віддаленістю від театрів воєнних дій минулого, порівняно високим економічним розвитком та значною густотою населення. Львів розташований на перехресті важливих торговельних шляхів з Півночі на Південь та із Заходу на Схід. У Львові збереглися визначні пам'ятки, починаючи від XVII ст. Особливо цінними є архітектурні ансамблі площі Ринок (XV—XIX) Вірменської (XIV—XIX) та Руської вулиць, які занесені до списку світової архітектурної спадщини ЮНЕСКО. Мистецьку цінність європейського масштабу мають ансамблі Успенської церкви (XVI—XIX), Святоюрського (XVII) та Вірменського (XIV—XVIII) соборів, Домініканського костелу (XVIII).

Другим щодо кількості пам'яток архітектури є м. Київ (понад 1500). Передусім це споруди епохи Київської Русі: Золоті ворота (1037), Софіївський собор (1037), Видубицький монастир (XI), ансамбль Києво-Печерської Лаври (XI). Зважаючи на виняткову художню цінність, за рішенням ЮНЕСКО, ансамблі споруд Софіївського собору та Києво-Печерської Лаври внесено до списку світової культурної спадщини.

Кам'янець-Подільський — місто-заповідник, який за кількістю пам'яток архітектури (понад 150) займає третє місце в Україні. Особливо цінними є Стара фортеця (XI—XVIII), церкви, костели, житлові та цивільні споруди.

В Україні збереглися пам'ятки, пов'язані з колонізацією Причорномор'я стародавніми греками. Це руїни Херсонесу і Пантікапея в Криму, Ольвії в Миколаївській області.

Через часті напади на землі України іноземних загарбників на її території споруджено чимало замків і фортець, які мають європейське значення. До найцінніших слід віднести замки в Ужгороді (XI—XVI), Кременці, Луцьку, Острозі (XIII—XIV) та інші, а також замки на Волині, Поділлі.

Бальнеологічні ресурси України — природні лікувальні речовини, що використовуються для немедикаментозного лікування на курортах і в позакурортних умовах. До них належать лікувальні мінеральні води та пелоїд (грязі). Найбільшою бальнеологічною областю України є Карпатський регіон, зокрема Передкарпаття. В Українських Карпатах налічується близько 800 джерел мінеральної води практично всіх бальнеологічних типів. Природно-ресурсна база санітарної субгалузі дає змогу щорічно оздоровлювати до 8 млн. осіб. Тут відомо понад 200 джерел і свердловин мінеральних вод. Першість в регіоні належить трускавецькій «Нафтусі». У Закарпатті зосереджено 600 джерел і свердловин мінеральних вод.

Сьогодні в регіоні освоєно до 30 гірськолижних трас, хоча їхню кількість можна збільшити вдвічі й обслужити за сезон понад 250 тис. любителів зимового відпочинку.

У Карпатському регіоні діє 60 санаторіїв, 17 пансіонатів, 10 будинків відпочинку, 70 санаторіїв-профілакторіїв, 120 баз відпочинку, 150 таборів відпочинку для старшокласників і понад 180 заміських дитячих таборів. Найпопулярнішим курортом є Трускавець, який спеціалізується на лікуванні захворювань нирок, печінки, сечовивідних шляхів, а також органів травлення і обміну речовин.

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Туризм — одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, що підпорядковане дії об'єктивних законів розвитку людського суспільства. Людський розум зблизив континенти — виробив потребу у туристичній діяльності. Розвиток туризму йде пліч-о-пліч з глобалізацією. На землі майже не залишилось місць, яким вдалося уникнути людської допитливості.

Література

1. Закон України «Про туризм» в новій редакції від 19.11.2003 р.
2. Белов А. В. Арктическое мореплавание с древнейших времен до середины XIX века. — М., 1956.
3. История отечества XVI—XVII века. Походы и открытия. — М., 1987.
4. Розвиток туризму в Україні: Проблеми і перспективи: Збірник наукових статей. — К., 1995 р.
5. Соколова М. В. История туризма. — М., 2002.

ПІДГОТОВКА ПРОФЕСІОНАЛІВ ДЛЯ ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ: ГЕНЕЗИС ОСНОВНИХ ТУРИСТСЬКИХ ШКІЛ

Туризм зародився в Європі, отже саме там з'являються ті цінності, які на сьогодні свідчать про значення і благородну роль цього соціального феномену: закони гостинності, кулінарної майстерності, мистецтво застілля та вміння відпочивати. Європейський туризм і дотепер залишився вірним своїм цінностям, цим він і відрізняється від туризму, розповсюдженого на інших континентах. В Європі перші «тури» континентом були визначені як освітні та культурні — це і сьогодні надихає організаторів сучасних маршрутів. У 30 роки ХХ ст. Європа подала приклад усьому світу, прийнявши нові соціальні закони, завдяки яким громадяни отримали можливість насолоджуватись радощами туризму.

На сьогодні туризм — одна із галузей світової економіки, що займає провідне місце зі створенню нових робочих місць. ЮНЕСКО визнає туризм головним фактором культурного і гуманітарного розвитку та засобом збереження миру, ведення діалогу між культурами окремими людьми. Завдяки туризму відбувається зближення народів різних країн, адже відбувається знайомство з національними особливостями (місцевими звичаями, кулінарією, модою, іграми тощо), як наслідок — краще взаєморозуміння різних національностей, відчуття приналежності до єдиного європейського суспільства.

Туризм має значний вплив на європейські країни в матеріальному плані (розвиток інфраструктури розселення, транспорту і т. п.), в соціальному плані (важливе значення готельного бізнесу як джерела робочих місць і підвищення соціального статусу), в культурному плані (збереження і усвідомлення справжньої цінності національного надбання, культурних пам'яток, організація культурних заходів тощо). Тому туризм досліджують як основний фактор економічного, соціального і гуманітарного розвитку спільноти [2].

Відчуття приналежності до Європи посилюється, коли існуючі системи освіти і професійної підготовки кадрів у галузі туризму, які до теперішнього часу розвивались лише в національних рамках, будуть визнані як фактор розвитку туризму в Європі. Багатству і різноманітності європейського туризму відповідають численні європейські освітні програми.

Саме входження вітчизняної вищої освіти до європейського простору передусім потребує визначення її змісту на всіх етапах. У цьому напрямі на загальноосвітньому рівні зроблено суттєві кроки, зокрема щодо стандартизації змісту освіти. Останнє дозволяє розробити теоретичні засади побудови нової навчальної документації для середнього навчального закладу. Однак залишається недостатньо розробленою проблема моделювання змісту професійної освіти спеціалістів за галузями. Це можна пояснити становленням окремих галузей, серед яких — теорія та практика туризму.

Державний Класифікатор професій (офіційне видання 2003 р.) передбачає такі професійні угруповання, як: «Екскурсознавець» (В-2461.2), «Туризмознавець» (В-2461.2), «Фахівець із гостинності в місцях розміщення (готелі, туристичні комплекси та ін.)» (В-2461.2), «Фахівець із готельної справи» (В-2461.2), «Фахівець із ресторанної справи» (В-2461.2), «Фахівець із санаторно-курортної справи» (В-2461.3). На часі теоретико-методологічна рефлексія проблематики моделювання змісту туристської освіти.

Проблема змісту освіти спеціалістів туристської індустрії актуалізується через: по-перше, необхідність реалізації завдань Державної програми розвитку туризму на 2002—2010 роки; по-друге, відсутність науково обґрунтованих підходів до відбору змісту підготовки спеціалістів для галузі; по-третє, забезпечення неперервності, систематичності у професійному рості фахівця для сфери туризму; по-четверте, потреби його особистісного розвитку.

Проблему моделювання змісту освіти у педагогічній науці не можна назвати новою, адже їй присвячені численні наукові дослідження, що базуються на різноманітних концептуальних підходах [3]. Проте нового значення вона набуває сьогодні, коли не тільки змінюються вимоги до підготовки спеціалістів, а й вибудовується цілісна система неперервного навчання у європейському вимірі. Особливості формування нового змісту підготовки професіоналів туризму представлено у фундаментальному дослідженні В. К. Федорченка [4]. Автор ґрунтовно представив зарубіжний досвід підготовки фахівців з галузі, однак питання історичних витоків формування туристських шкіл потребує ще висвітлення.

Розробляючи українську модель підготовки фахівця з туризму, необхідно враховувати не лише вітчизняні вимоги до підготовки спеціалістів туристської індустрії, а й специфіку такої підготовки, що сформована багатим європейським досвідом, репрезентованим трьома школами: англійською, німецькою та французькою.

Отож, розв'язати означену проблеми як на теоретичному, так і на практичному рівні можливо тільки за умови дослідження генезису підготовки професіоналів для туризму в Європі через студіювання специфіки підготовки в основних туристських школах.

Європейська освітня система, починаючи з XVII століття до наших днів, пройшла шлях від кустарного навчання ремеслу до ери «індустріалізації» і глобалізації освіти. Протягом всього періоду розвитку європейська освіта завжди опиралась на широкий досвід і зберігала традиційні цінності [2]. В розвитку європейської системи туристської освіти можна виділити такі основні етапи:

I етап — зародження професійного навчання.

Починаючи з XVII століття, королівські та княжі двори Європи виділялись своїм кулінарним мистецтвом, вишуканими прийомами. Париж стає європейською столицею гастрономії.

У XIX столітті з розвитком постійних дворів, станцій і готелів з'являється необхідність в організованій і забезпеченій кадрами освіті. Професійне навчання починає набувати певної структури. Зародження перших форм професійної освіти характеризувалось передачею професійного досвіду, практичним навчанням, встановленням відносин «майстер—учень»;

II етап — зародження перших європейських шкіл (1893—1950 рр.).

У кінці XIX — на початку XX ст. з появою готелів-замків і великого кулінарного мистецтва потреба в освіті посилилась та розповсюдилась на ресторанну справу і гостинність. З'являються перші школи, що були оснащені значною технічною інфраструктурою: кухнею, рестораном для навчання, де відбувалось залучення до професії. Австрія була першою країною, де виникло поняття «готель—школа». Як освітні центри в зимовий період використовувались сезонні літні готелі. В цей період активно з'являються готельні школи у Швейцарії, Португалії, Франції, Німеччині, Бельгії, Італії, Іспанії, Великобританії;

III етап — активний розвиток європейської освітньої системи в сфері готельної справи (друга половина 50-х рр. XX ст. — дотепер).

У 1950 році з перспективою розвитку туристичної індустрії інтенсивно зростає число готельних шкіл. Освіті та професійним кадрам більше уваги приділяється з моменту створення Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО), що рекомендує не тільки заснувати Всесвітню туристську організацію (ВТО), але й спеціальну організацію, яка б займалась вивченням і розповсюдженням освіти в туристичній галузі — Міжнародну асоціацію в підтримку освіти в сфері туризму (AMFORT), яка зараз реорганізована в Міжнародну асоціацію в підтримку

освіти в сфері готельного бізнесу і туризму (AMFORHT). В Європі, з розвитком туризму, країни відкривали школи готельної справи з ініціативи консульських або професійних органів (Торгові палати, асоціації чи профсоюзів), але досить часто також і з ініціативи органів державної влади (міністерства освіти, туризму тощо).

Прослідковуючи розвиток форм туристської освіти протягом XX століття, можна виділити три основні системи професійної підготовки:

1. Німецька система, що заснована на учнівстві. За 3 роки молоді спеціалісти мають освоїти навички. Потім упродовж двох років стажуються на різноманітних підприємствах з метою ознайомлення з іншими методами роботи. Після цього молоді спеціалісти протягом двох років навчаються в школі готельного бізнесу з метою самовдосконалення, вивчаючи такі дисципліни: бухгалтерський облік, контроль, робота з кадрами, організація та управління.

2. Англійська система базується на навчанні в аудиторії. Професійна підготовка починається з більш високого рівня і залишається майже виключно теоретичною. Студенти вивчають дисципліни: гігієна, харчування, організація, управління. Стажування є доповненням. Така освітня система в більшій мірі зорієнтована на ті позиції, де здійснюється контроль, організація, управління, ніж на операційно-виробничі посади.

3. Французька система поєднує основні характеристики попередніх систем на всіх рівнях підготовки: послідовність теоретичної підготовки та стажування з метою здобуття практичних навичок нижчого рівня, а також для підготовки фахівців середньої ланки.

Упродовж останніх тридцяти років відбувалось зближення цих систем. Тепер всі вони прийшли до так званого послідовного навчання, під час якого теоретичні заняття (в аудиторіях) і практичні (на робочих місцях) змінюють один одного на всіх рівнях освіти — від базового до університетського. Ця тенденція є однією з сильних сторін сучасної європейської освіти.

Здійснений аналіз європейських систем дозволяє зробити висновки, що співвідношення теорії і практики за часом протягом всього періоду навчання — від базового до університетського — в європейських школах змінюється. В загальному курсі час на практичне навчання складає:

— рівень кваліфікованого робітника: від 30 % (в Великобританії) до 60 % (в Німеччині), що в середньому складає 50 %;

— рівень технічного спеціаліста: від 30 % (в Бельгії) до 90 % (в Німеччині) — в середньому 60 % — від загальної кількості годин;

— рівень старшого технічного персоналу: від 0 % (в Німеччині) до 30 % (в Австрії, Бельгії, Франції), у середньому — 30 % навчального часу;

— рівень керівного персоналу: від 0 % (в Австрії) до 20 % (у Франції), що складає в середньому — 10 %.

Отже, тривалість практики залежить від рівня підготовки фахівця для туризму (від 50 до 10 %): чи то рівень кваліфікованого робітника, чи то рівень керівника персоналу.

Таким чином, професійна підготовка в готельних школах Європи спрямована на задоволення потреб професійної сфери, а навчальні програми націлені на вирішення професійних задач зі спеціальності. Європейська система освіти починала своє формування від потреб практики: від технічного працівника через технічного спеціаліста до університетської освіти, створюючи умови для кращої професійної адаптації майбутнього фахівця. На відміну від європейської, американська система зорієнтована на здобуття університетської освіти, тобто професіонали мають здебільшого теоретичну підготовку, що досить часто не задовольняє потреби практики.

Тому в рамках європейської системи туристської освіти був створений новий образ «європейського менеджера», який володіє загальною і професійною культурою,

практично зорієнтованими знаннями професійного середовища, творчими здібностями, інструментами практичного управління галуззю та достатньою мотивацією на обслуговування для задоволення потреб клієнта. Цей образ історично ввібрав в себе національні цінності інтегровані в європейський контекст. Цієї системи цінностей й дотепер дотримуються європейські професіонали.

Вивчення досвіду формування системи туристської освіти в провідних європейських країнах засвідчує багату історію: від технології передачі знань від майстра до учня, до цілеспрямованої, виваженої системи навчання, де поєднуються у логічно-концептуальних зв'язках теорія та практика професійної підготовки майбутнього спеціаліста туристичного бізнесу. Історично в Європі сформовано три туристські школи: німецька, англійська, французька. Специфіка кожної зумовлена традиціями країн та системою підготовки професіоналів. Тепер практичне навчання, що властиве німецькій системі, теоретична підготовка, яка характерна англійській системі, гармонійне поєднання теорії та стажування — ознака французької системи — чітко відстежується в різноманітних європейських моделях підготовки професіоналів для туризму (Австрія, Бельгія, Швейцарія). Разом з тим, основною тенденцією розвитку системи туристської освіти в Європі є зближення теорії та практики залежно від рівня підготовки майбутнього спеціаліста для галузі. Досвід європейських країн, що узагальнюється та розповсюджується Міжнародною асоціацією в підтримку освіти в сфері готельного бізнесу і туризму (AMFORHT), може слугувати для розвитку вітчизняної системи туристської освіти, побудови різноманітних моделей підготовки фахівців для галузі в умовах приєднання України до Болонського процесу.

Література

1. Класифікатор професій. Державний класифікатор України ДК 003-95. — Випуск 2003 р.
2. Євроосвіта. Євродип. — М.: Вид-ий дім «Стратегія», 2003. — С. 17.
3. Скрипник М. І. Моделювання змісту професійної підготовки фахівців для сфери туризму // Вища школа. — 2004. — № 1. — С. 81—87.
4. . . Підготовка фахівців для сфери туризму: теоретичні і методичні аспекти: Монографія, — К.: Вища шк., 2002. — С. 472.

ДО ПРОБЛЕМИ ОБГРУНТУВАННЯ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИЗМОЛОГІЇ

Проблема розробки, вдосконалення і застосування методологічних засад вивчення теорії і практики туризму є однією з найскладніших. Свідченням цього є, по-перше, нестача ґрунтовних фундаментальних робіт з цієї проблеми; по-друге, постійне, але водночас побіжне й поверхове її обговорення в наукових часописах; по-третє, небажання розробляти методологічні засади дослідження. Розробка означеного ускладнюється низкою негативних і несприятливих чинників, серед яких панування старого догматичного мислення серед значної кількості управлінців туристичної галузі, науковців, викладачів; повільне поширення серед них нового, критичного мислення; негативне та упереджене ставлення вітчизняних дослідників до здобутків представників інших методологічних шкіл; новизна проблематики. Втім, протягом останнього десятиліття почали з'являтися праці, присвячені проблемам методологічних засад теорії і практики туризму, значна частина яких підготовлена на досить високому науково-методологічному рівні [1]. Метою даної статті є огляд, відбір та систематизація існуючих принципів, методів і підходів до аналізу суспільних явищ загалом і в туристській галузі зокрема. Необхідно наголосити: сьогоднішня наука, вивчаючи стан і перспективи вивчення будь-якого суспільного явища (в нашому випадку — туризму як суспільного феномену), використовує широкий арсенал найрізноманітніших дослідницьких методів, принципів, підходів. Їх можна умовно об'єднати у три такі групи: старі; оновлені; нові.

До першої групи увійшли давні, класичні методи, що апробовані не одним поколінням учених. Серед цих методів — індукція, дедукція, аналіз, синтез, кількісний і якісний аналіз [2]. На сучасному етапі розробки проблем туризмології доцільно використовувати принцип наукової індукції, запропонований ще Ф. Беконом, який, передусім, передбачає обов'язкове врахування всіх існуючих (як позитивних, так і негативних) фактів і явищ [3, 33]. Окрім цього методу вартий уваги й застосування у дослідженні проблем туризмології, особливо в період становлення цієї наукової галузі, ще один метод Ф. Бекона, який відомий як гіпотетико-дедуктивний. Суть його полягає у формуванні певних гіпотез, з яких робляться висновки, що перевіряються досвідом [3, 41].

Надзвичайно поширеним методом дослідження проблем туризму був і є кількісний аналіз, що передбачає ретельне збирання, обробку і використання відповідної інформації, насамперед статистичних даних. Використання цього методу стало основою появи такого напрямку у вивченні туризму, як туризмометрія (В. С. Пазенок). Цей метод може бути корисним, проте, використовуючи метод кількісного аналізу, слід брати до уваги існування багатьох несприятливих чинників, серед яких: існуюча статистика в туристичній галузі загалом ненадійна; статистична методика не відповідає європейським; дані збираються без належного теоретичного обґрунтування, порівняльних перспектив і без чітких цілей їх використання; наукові дослідження проблем туризму, як правило, не використовуються при збиранні статистичних даних.

Не менш поширеним і ефективним методом дослідження проблем теорії і практики туризму є якісний аналіз, який полягає у вивченні якісних параметрів організації і здійснення туристичного продукту, послуг. Цінним є також системний аналіз, суть якого полягає у підході до будь-якої сфери життя чи діяльності людини як певної системи [2]. Пригадаймо, що під системою розуміється сукупність елементів, які утворюють стійку структурованість, наявність усталених зв'язків між її складовими. Завдяки цим зв'язкам забезпечується тотожність і цілісність системи, зберігаються основні якості за умови внутрішніх і зовнішніх змін. Визначальним для системи є взаємозв'язок і взаємодія

частин у межах цілого [4]. Застосування системного методу у вивченні туризму як складної системи не лише доцільне, а й обов'язкове. Цей метод найефективніший у дослідженні питань управління туризмом на різних рівнях. Спираючись на системний підхід, можна визначити шляхи, форми і наслідки взаємовпливів у системі туризму будь-якої країни. Разом із цим системний підхід — ефективний засіб розв'язання прикладних проблем туризмології, зокрема: економічних, теологічних тощо. Системний підхід став визначальним у дослідженнях В. С. Качанова, Л. В. Морохосєва [5].

Коректним і дієвим методом є функціональний аналіз, суть якого — ретельне дослідження ролі та функцій, котрі виконує будь-яка система в цілому, всі її підсистеми та окремі елементи. Цей метод передбачає, по-перше, визначення, з одного боку, об'єкта дослідження як цілого, а з іншого — всіх його підсистем і окремих елементів. По-друге, з'ясування ролі системи загалом та її складових зокрема. По-третє, функціональний аналіз виявляє залежність між елементами системи, між ними та системою в цілому. Туристська система — багаторівневий, багатофункціональний феномен зі своїми функціями, закономірностями, логікою розвитку. Туризм виконує такі головні та узагальнені функції: атрактивну, або функцію привабливості; рекреаційну, або функцію поновлення фізичних і духовних сил людини; креативну, або функцію розвитку творчості людини. Пізнати і зрозуміти, які конкретно функції властиві туризму як системі, як вони реалізуються у практиці, з'ясувати закономірності, тенденції розвитку туризму — головне завдання функціонального методу. З одного боку, це може допомогти зберегти туристську систему, а з іншого — трансформувати її відповідно до вимог часу, підвищити ефективність впливу суспільства на туризм і навпаки.

Наукові розвідки останніх років переконливо доводять корисність і необхідність для вивчення проблем туризму міждисциплінарного підходу, який має переваги над суто дисциплінарним підходом [3]. Цей метод сприяє виявленню глибинних загальних закономірностей розвитку туризму як системи, взаємозв'язку, і взаємодії цієї підсистеми та окремих елементів. Міждисциплінарний підхід передбачає дослідження туризму всією сукупністю сучасних соціально-економічних та гуманітарних дисциплін, зокрема: філософією, соціологією, педагогікою, психологією, економікою, правознавством тощо. Він дає змогу отримати ґрунтовні, всебічні, інтегровані знання про феномен туризму, стан і перспективи його розвитку. Тому міждисциплінарний метод доцільно називати інтегративним. Результатом рефлексії науковців, які використовують цей метод, стала поява у вітчизняній науці нового напрямку — туризмологія (українська наукова школа — В. Пазенок, В. Федорченко) та туристика (російська наукова школа — В. Квартальнов).

До другої групи методів — оновлених методів і принципів дослідження — відносять принцип наукового плюралізму, принцип методологічного плюралізму, критичний метод, або критичне мислення, аналіз вигод та витрат, математичне моделювання, світ-системний аналіз, аналіз конкретного випадку, порівняльний метод та ін. Охарактеризуємо кожен із цих методів. Принцип наукового плюралізму передбачає розробку та вільну конкуренцію багатьох ідей, концепцій і теорій щодо одного й того ж феномену. За цих умов, по-перше, зростають гарантії, що сутність, характер, загальне і специфічне певного явища чи процесу будуть вивчені й висвітлені значно глибше; по-друге, існує природна конкуренція між різними, часом протилежними ідеями, концепціями, теоріями, відмирання помилкових, застарілих та народження, поширення нових, більш коректних і об'єктивних; по-третє, наука збагачується новим знанням про об'єкт дослідження; по-четверте, розробляються конкретні ефективні пропозиції і рекомендації щодо вдосконалення функціонування системи. Новим для вивчення туризмології є принцип методологічно-методичного плюралізму, який почав втілюватися в практику наукових досліджень як реакція на припинення монополії одного вчення. Суть цього принципу полягає в застосуванні будь-

яких методологій і методик, що існують у дослідницькому арсеналі суспільних наук. Аналіз сучасних методологій вітчизняної школи суспільних наук дозволяє поділити її на три типи: по-перше, стара, віджила, неефективна методологія з її формаційним, класово-партійним підходом; по-друге, нова, більш коректна, ефективна, перспективна методологія, яку називають «критичним мисленням» і в основу якої покладено критичний метод, цивілізаційний і гуманістичний принципи; по-третє, змішана методологія, що ґрунтується на поєднанні зазначених вище принципів і підходів.

Перспективнішою серед інших методологій у вивченні туризмології, на нашу думку, є критичне мислення, або метод критичного аналізу. Його суть полягає, насамперед, у помірковано-критичному ставленні до знань про об'єкт дослідження, а з іншого — у пошуку нових знань, які можуть підтверджувати, ставити під сумнів чи навіть заперечувати вже існуючі гіпотези, ідеї, концепції та теорії або бути вихідним матеріалом для розробки, обґрунтування і формулювання нових. В умовах становлення теорії туризму, вивчення останнього як об'єкта наукового пошуку критично-конструктивний метод стає актуальним, набуває практичної значущості.

Оскільки туризм тривалий час вивчався з точки зору економічної доцільності (С. О. Краснов, С. П. Кузик, А. Ф. Саїдов, І. В. Черніна), то поширеним тепер є метод «аналізу витрат та вигід», що передбачає всебічне вивчення й зіставлення вигід та витрат від туризму [7]. Популярним сьогодні стає метод моделювання, що передбачає створення різноманітних альтернативних моделей — неформальних, формальних та математичних — певної системи на найближчу і віддалену перспективу. Цей метод складний і недешевий, однак учені вважають його перспективним [8]. У дослідженні туризму, зокрема у прогностичних розвідках перспектив, методи моделювання необхідні, особливо ефективними є математичні моделі. Варто зазначити, що для аналізу проблем розвитку туризму можуть бути застосовані щонайменше три типи математичних моделей: макромодель розвитку туризму, яка дає змогу всебічно і ґрунтовно вивчати вплив туризму на економіку. В основі цієї моделі — макроекономічні підходи, розроблені Дж. Кейнсом та його послідовниками. Ця модель створює умови для формування якісних уявлень про напрями розвитку економіки та використання ресурсів країни у взаємозв'язку з розвитком туризму як системи (Н. В. Башкатова, С. П. Кузик) [9]; мезомодель, або модель середнього рівня, що дає змогу аналізувати проблеми туризму на рівні окремого регіону, розробляти конкретні пропозиції та рекомендації щодо вдосконалення діяльності, поліпшення якості туристичних послуг, наукових розробок у цій галузі (Є. С. Бірюков, Т. Л. Зенашвілі, В. К. Євдокименко, В. Ф. Кифяк, О. Д. Король, І. М. Рожко, І. В. Черніна) [10]; мікромодель туризму, за допомогою якої розкидаються механізми функціонування об'єкта туризму (готелю, туристичної фірми тощо).

Популярним стає світ-системний аналіз, який вимагає від дослідника урахування того незаперечного факту, що сучасний світ, незважаючи на поділ на держави і народи, єдина і досить стійка система. Західні вчені вважають цей метод новим, а його винайдення пов'язують з ім'ям відомого американського дослідника, колишнього керівника центру Ф. Броделя в державному університеті Нью-Йорка рос куль Уоллерстайна, який узагальнив свої підходи в книзі «Сучасна світова система» (1979 р.) [11]. Втім, на думку вітчизняних дослідників цей метод не такий уже й новий, тому що світове наукове співтовариство використовує цей метод протягом декількох століть. Окрім цього, основні засади світ-системного аналізу задовго, майже за століття до І. Уоллерстайна, чітко сформулював і ґрунтовно виклав видатний український учений Михайло Драгоманов у праці «Вільна Спілка — Вільний Союз», виданій 1884 р. у Женеві. Учений зазначав: «Справді, матеріальні й моральні зв'язки між народами не тільки Європи, але і всієї земної кулі, так швидко зростають, що кожний громадський

діяч, чим далі, тим усе більше повинен брати до уваги розвиток справ не тільки своєї найближчої країни, але і всього світу» [11]. Доцільність і необхідність застосування світ-системного аналізу для вивчення проблем туризму очевидні, адже глобалізація та інформатизація створює глобальний туристичний ринок, тенденції якого впливають на державні, регіональні туристичні ринки.

Використовуючи світ-системний аналіз проблем туризму, неможливо знехтувати методом, який на Заході відомий як «case study» — «аналіз конкретного випадку». Цей метод передбачає зосередження уваги на реальному і ґрунтованому дослідженні особливостей і специфіки туризму в окремо взятій країні у певний конкретний історичний період. Зазначимо, що у західній науковій літературі протягом 60—80-х років минулого століття метод аналізу конкретного випадку був підданий гострій критиці, ставилося під сумнів його самодостатність, коректність та ефективність, доводилась обмеженість і ненауковість цього методу, оскільки, на думку вчених, цей метод не може дати повного уявлення про каузальні (причинні) зв'язки, неспроможний запропонувати оптимальні шляхи і методи удосконалення системи туризму. Окрім цих вад, метод аналізу конкретного випадку має ще суттєвий недолік: він не дає змоги виявляти загальні закономірності й тенденції розвитку туризму, залишає нез'ясованими питання рівня розвитку туризму в конкретній країні, співвідношення цього рівня зі світовими здобутками. Отож, цей метод необхідно поєднувати із світ-системним та компаративним методами.

Компаративний метод, або метод порівняльного аналізу починають активно застосовувати з кінця 50-х років минулого століття [12]. Суть цього методу в туризмології полягає в порівняльному аналізі проблем туризму, туристських процесів у різні історичні періоди в різних країнах світу. Незважаючи на активізацію інтересу вчених до цього методу із середини минулого століття, компаративний метод — один із найдавніших наукових методів. Він зародився й пройшов апробацію ще в часи Давньої Греції та Риму, про що свідчать роботи мислителів тієї доби: Геродота, Плутарха, Стратона, Аппіана та ін. Хрестоматійним прикладом умілого й ефективного застосування компаративного методу є спроба Аристотеля та його учнів дати порівняльний аналіз 158 давньогрецьких міст-полісів.

У сучасних дослідженнях туризмологічного напрямку найдоцільніше використовувати такі критерії для порівняння: географічні — порівняння туристських систем різних країн, різних регіонів чи різних континентів світу без урахування розподілу і групування їх за будь-якими специфічними ознаками і рисами; економічні — порівняння туризму в країнах із різним рівнем економічного розвитку; політичні — порівняння туризму з різними політичними режимами і системами; цивілізаційні — здійснення порівняльного аналізу систем туризму в різних цивілізаціях (християнській, мусульманській, індуїстській та ін.); склад населення: порівняння здійснюється між системами туризму в моноетнічних, рос. культури і багатонаціональних державах. Загалом, порівняння можна розподілити на три групи: прості, коли порівнюються туристські системи двох країн за одним чи двома показниками; ускладнені — порівняння туристської системи кількох (до десятка) країн за кількома показниками; складні — порівняльний аналіз систем туризму багатьох країн світу за багатьма показниками. Порівняльний аналіз має певні достоїнства, серед яких — варіативність і багаторівневість, всебічність і ґрунтованість, що дає змогу уточнити існуючі та виявити нові тенденції, закономірності та перспективи розвитку туризму як у світі в цілому, так і в окремих країнах. Разом з цим порівняльний аналіз вимагає дотримання певних умов, серед яких чеський учений Мирослав Гроха вказує на такі: з'ясування мети застосування порівняльного аналізу; об'єкти, які порівнюють, мають бути якомога

точніше визначені; визначеність критеріїв порівняння; має бути з'ясовано відношення порівняльної процедури до часової осі, тобто до історичної хронології в її абсолютному значенні. Компаративний метод висуває низку вимог до ученого, який його використовує. Насамперед, дослідник має володіти знаннями іноземних мов; по-друге, цей метод може бути успішним за умови наявності у науковця порівняльних здібностей, порівняльної свідомості; по-третє, метод передбачає збір і обробку численних відповідних матеріалів не з однієї, а з кількох різних країн чи регіонів.

До третьої групи методів — нових — належать методи, що апробовані в останні роки в дослідженнях проблем теорії і практики туризму. Пропонуємо їх назвати, як: циклічно-економічний; рос культурний; етнологічно-туристський, просторово-образний методи. Засадами циклічно-економічного підходу є закономірності циклічного розвитку економіки. Саме вони в процесі спіралеподібної динаміки визначають збереження і збагачення туризму на новому рівні розвитку. Необхідність застосування циклічного методу для аналізу проблем туризму зумовлено багатьма чинниками: циклічність є загальною й універсальною формою руху в природі та суспільстві; без циклічного методу неможливо правильно зрозуміти сутність процесів, що відбуваються в будь-якій системі та в системі туризму зокрема, з'ясувати загальні тенденції та закономірності їх розвитку; коректне застосування зазначеного підходу може допомогти прогнозувати розвиток процесів у системі туризму як складні й суперечливі. Тепер стає очевидним той факт, що циклічні закономірності дійсно існують у динаміці розвитку туризму, тісно пов'язані з історичними, демографічними, науково-технічними та економічними циклами. Розвиток туризму відбувається за законами циклічної динаміки, хвиле- та спіралеподібно, нерівномірно, зі зміною відносно спокійного, рівномірного руху періодами бурхливих змін, криз у туристській галузі, хаотичного пошуку нового. При цьому середньострокові цикли (орієнтовно десятирічні) мають порівняно неглибокий характер і охоплюють переважно систему туризму на мікрорівні. Глибші зміни в усій системі відбуваються протягом довготривалих, так званих «кондратьєвський циклів», що повторюються близько двічі на століття [13]. Фундаментальні й радикальні зміни в туризмі мають місце в часи переходу людства, окремих народів від однієї цивілізації до іншої. Наприклад, перехід від постіндустріального до інформаційного суспільства змінює його формат, зміст, народжує нові види туризму (наприклад, віртуальний) рос. культурний метод передбачає аналіз проблем, тенденцій і закономірностей розвитку туризму, виходячи із міри розвитку окремих культур у діяхронії. Слід враховувати, що сферою аналізу в туризмі за допомогою цього методу стають результати писемності — наскальні малюнки, алфавіт, книгодрукування. Якісно новим напрямом використання цього методу у туризмі стає поява нових інформаційних форм зберігання та передачі культурних здобутків. Сутність етнологічно-туристського методу полягає у ретельному вивченні, висвітленні й урахуванні особливостей розвитку туризму певного народу, специфіки його форм, особливо змісту, діалогічності культурних надбань, які сприяють розвиткові конкретного народу і всього людства. Метод просторово-образного мислення у дослідженні теорії та практики туризму надає можливість інструменталізувати освоєння і присвоєння іншого простору в туризмі через туристські образи, тобто стійкі просторові уявлення, що формуються в результаті будь-якої людської діяльності. Незважаючи на те, що поняття «простір», «образ», «мандрівка» та їхні кореляти — «образ місцевості», «образ території», «образ регіону», «образ країни» — порівняно давно використовуються в географічних, геополітичних дослідженнях (Д. М. Замятін), однак характер цього використання в туристологічних дослідженнях свідчить поки що про їх маргінальність.

Підкреслимо, що використання означених методів дослідження зорієнтує розробників у системі туристологічної методології, а це, в свою чергу, дозволить ефективно розробляти проблеми теорії і практики туризму, ґрунтовно досліджувати туризм як відкриту соціо-економічну систему, глибоко осмислювати феноменологію туризму.

Література

1. Пазенок В. С. Туризмолія: концепти теорії туризму // Туризм: теорія та практика. — 2005. — № 1. — С. 7 — 10.; Філософія туризму: Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2004. — 268 с.; Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: Монографія. — К.: Слово, 2004.
2. . . . Проблемы методологии научного познания. — М., 1978; Щедровицкий Г. П. Исследования по общей теории систем. — М., 1969; Щедровицкий Г. П. Общая теория систем. — М., 1966; Щедровицкий Г. П. Проблемы методологии системного исследования. — М., 1964; Щедровицкий Г. П. Философия. Наука, Методология. — М., 1997.
3. . . . Сочинение. — Т. 1. — 1977.
4. Аверьянов А. Н. Системное познание мира. — М., 1985; Блауберг Н. В., Юдин Э. Г. Становление и сущность системного подхода. — М., 1973; Коган М. С. Системный подход и гуманитарное знание: Избр. статьи. — Л., 1991; Уемов А. И. Системный подход и общая теория систем. — М., 1978; Уемов А. И. Методология исследования развития сложных систем (естественно-научный подход). — Л., 1979.
5. Качанов В. С. Система управления качеством обслуживания туристического предприятия: Автореф. к. эк. н. — М., 1990. — 24 с.; Морохоев Л. В. Исследование и разработка системы поддержки принятия решений в процессе организации туров в Госкоминтуристе СССР: Автореф. к. эк. н. — М., 1990. — 23 с.
6. Мирский Э. М. Междисциплинарные исследования и дисциплинарная организация науки. — М., 1980.
7. Краснов С. А. Экономические аспекты менеджменту туристского обмена: Автореф. к. эк. н. — М., 1992. — 16 с.; Кузик С. П. Социально-экономические проблемы развития туризма: Автореф. к. эк. н. — Львов, 1986. — 17 с.; Черніна І. В. Міжнародний туризм як фактор соціально-економічного розвитку України: регіональний аспект: Автореф. к. ек. н. — Донецьк, 2000. — 22 с.
8. Бергман П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. — М., 1995; Вартофский М. Модели, репрезентация и научное понимание. — М., 1992; Лукашевич В. К. Модели и метод моделирования в человеческой деятельности. — Минск, 1983; Мамедов Н. М. Моделирование и синтез знаний. — Баку, 1979; Плотинский Ю. Математическое моделирование динамики социальных процессов. — М., 1992; Baily K. D. Methods of Social Research. — N.Y, London, 1982.
9. Башкатова Н. В. Планирование туристско-экскурсионной деятельности в СССР: Автореф. к. эк. н. — М., 1988. — 21 с.
10. Бирюков Е. С. Развитие туризма в СССР и его влияние на экономику (на примере исторического города-музея Суздаля): Автореф. к. эк. н. — М., 1975. — 25 с.; Добровольська А. Б. Формування ринку міжнародного туризму в Україні і організаційні пріоритети його розвитку: Автореф. к. ек. н. — К., 1997. — 23 с.; Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму (методологія формування, практика реалізації): Автореф. д. ек. н. — Львів, 1997. — 50 с.; Зенашвили Т. Л. Управління розвитком туризму в Грузинській ССР і пути его совершенствования: Автореф. к. эк. н. — М., 1983. — 22 с.; Кифяк В. Ф. Організація та розвиток міжнародного туризму в Україні (регіональні аспекти): Автореф. к. ек. н. — Львів, 1997. — 20 с.; Король О. Д. Регіональний менеджмент в туризмі (соціальні та економіко-географічні аспекти): Автореф. к. геогр. н. — К., 1999. — 19 с.; Рожко І. М. Рекреаційна оцінка гірських природно-територіальних комплексів для потреб туризму (на прикладі Українських Карпат): Автореф. к. геогр. н. — Львів, 2000. — 17 с.; Организационно-экономические основы развития и управления туризмом Республики Узбекистан: Автореф. эк. н. — Ташкент, 1995. — 37 с.; Суон Рани. Потенциал туризма и перспективы его развития в условиях формирования рыночной экономики Королевства Камбоджи: Автореф. к. эк. н. — Алматы, 2000. — 26 с.; Совершенствование менеджмента и маркетинговой деятельности в сфере туризма Узбекистана: Автореф. к. эк. н. — Ташкент, 1999. — 25 с.; Механізми мобілізації природоресурсного потенціалу розвитку рекреації та туризму (на прикладі Українського Причорномор'я): Автореф. к. ек. н. — Одеса, 2001. — 21 с.
11. Драгоманов М. П. Вільна Спілка — Вільний союз // Драгоманівський збірник «Вільна Спілка» і сучасний український конституціоналізм. — К., 1996. — С. 21—22.
12. Raquin Ch. The Comparative Method. — Berkley, 1987.
13. Богатырева О. А. Социальные циклы: механизмы развития природных и человеческих сообществ: В 2-х кн. — Новосибирск, 1989; Яковец Ю. В. Циклы. Кризисы. Прогнозы. — М., 1999. — С. 10—35.

КАТЕГОРІАЛЬНИЙ АПАРАТ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИЗМУ

Становлення економічної незалежності України вимагає формування в нашій державі ефективної системи господарювання в туристичній індустрії. І цілком очевидно, що у найближчій перспективі максимізація інноваційного фактору в цій галузі стане вирішальною умовою стабільного розвитку держави.

Сьогодні спроможність будь-якої галузі до інноваційної діяльності, зокрема туристичної, визначається інноваційним потенціалом. Слід відмітити, що досить недавно з'явилося таке поняття як «інноваційний потенціал». У наукових працях цей термін вживається, як правило, операційно при розв'язанні інших науково-пізнавальних завдань. У багатьох дослідженнях автори концентрують свої зусилля на вивченні окремих сторін інноваційного потенціалу. Іноді поняття «інноваційний потенціал» отожднюється з науковим, інтелектуальним, творчим та науково — технічним потенціалом [6].

Спробуємо розглянути визначення цього поняття з точки зору онтології.

Аналіз економічних аспектів поняття «інноваційний потенціал» виявляє широкий спектр підходів до його вивчення. Розглянемо деякі з них:

1) інноваційний потенціал — це одна з трьох складових інноваційного простору, яка включає в себе «особисті й ділові якості керівників, професійні досягнення, матеріально-технічне і фінансове забезпечення» [3];

2) інноваційний потенціал — це сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності [2];

3) інноваційний потенціал містить невикористані, приховані можливості накопичених ресурсів, що можуть бути задіяні для досягнення цілей економічних суб'єктів [4];

4) інноваційний потенціал регіону — це категорія, що включає не лише інноваційні ресурси й механізм їх використання в організаційно — господарській системі, а й активність інноваційних процесів у регіональній економіці [7];

5) інноваційний потенціал — це сукупність всіх наявних матеріальних і нематеріальних активів, які використовуються для здійснення інноваційної діяльності туроператорів [8].

Існують різні підходи до тлумачення цього поняття. Одні автори роблять наголос на наявності ресурсів, інші — на можливості їх використання. Але більшість керуються так званим ресурсним підходом, тобто уявляють інноваційний потенціал туристичної галузі як сукупність матеріальних, фінансових і кадрових ресурсів. Усі складові частини інноваційного потенціалу розглянемо детальніше.

Зокрема, значне місце у формуванні інноваційного потенціалу займає кадрова складова, яка є основою для формування всіх необхідних ресурсів.

Дослідження, проведені на туристичних фірмах України, показали те, що ця галузь відчуває нестачу кваліфікованих фахівців, і відповідно прийняття Закону України «Про туризм» (2003 р.) не дозволить їм здійснити туристичний супровід без наявності відповідної підготовки [1].

Найпоширенішим і найдієвішим методом підвищення ефективності діяльності туроператорів є підготовка фахівців відповідними вищими навчальними закладами, а також проведення тренінгів для підвищення їх кваліфікації.

Здатність туроператорів до ведення конкурентної боротьби на ринку визначається структурою їх матеріальних ресурсів. Матеріальні ресурси інноваційного потенціалу

вміщують основні і оборотні активи. Саме наявність цих активів, а також вміння їх використовувати визначають потенціал туроператора.

Розглядаючи інноваційний потенціал туристичної галузі як категоріальний апарат, доцільно враховувати фінансові ресурси. Саме вони забезпечують надходження коштів для виконання інноваційних процесів, створюють умови для розробки інновацій.

Аналіз джерел фінансування інноваційних заходів туристичної галузі показує, що частина коштів на їх підтримку виділяється з обласного бюджету, частина — з районних і міських. Активну участь у фінансуванні туристичної галузі відіграють і комерційні структури.

Розвиток туристичної інфраструктури — це широке поле діяльності, яке потребує десятків мільйонів доларів. На сьогоднішній день розвиток цієї галузі не можливий без залучення зовнішніх інвестицій. Однак ці інвестиції надходять не такими шаленими темпами, як хотілося б. Причини цього, як завжди, — й об'єктивні, й суб'єктивні.

Бар'єри на шляху інвестування туристичної галузі ті ж самі, що і при інвестуванні економіки України. Серед них слід відмітити такі як бюрократизм чиновницького апарату, необізнаність ділових партнерів за межами держави відносно перспективності туристичної галузі, поганий стан доріг та придорожньої інфраструктури, суперечності законодавчої бази.

Фінансові ресурси — це домінуюча складова при оцінці інноваційного потенціалу туристичної галузі.

Однак при оцінці інноваційного потенціалу туроператорів не можна нехтувати і маркетинговими ресурсами.

Значущість маркетингових активів для туроператора полягає в тому, що вони забезпечують стійку конкурентну перевагу у зовнішньому середовищі. Прихильність клієнтів, їх висока купівельна спроможність, наявність веб-сторінки, яка містить аргументи на користь туроператора щодо можливості реалізації інвестиційних проектів, використання рекламної кампанії, високий рівень сервісу — це фактори, що забезпечують успіх фірми на туристичному ринку.

На думку Мартюшева Л. С., підхід до розгляду потенціалу лише як сукупності ресурсів і можливостей їх використання обмежений. Таке уявлення про нього не враховує цільові характеристики цієї категорії. Використання ресурсів завжди цілеспрямовано й певним чином організоване для реалізації потреб суспільства й суб'єктів господарювання. До інноваційного потенціалу також має належати поняття, яке характеризує внутрішню можливість самого інноваційного середовища, у якому перебуває туроператор. Слід урахувати й зовнішні економічні фактори.

Враховуючи вищесказане, вважаємо за доцільне подати таке визначення інноваційного потенціалу туроператора, як сукупність матеріальних, фінансових, кадрових, маркетингових ресурсів, які діють під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників і спрямовані для досягнення цілей економічних суб'єктів.

Отже, вільне володіння інноваційним потенціалом дасть змогу туроператорам активно оцінити свої можливості, а також сформулювати ефективну стратегію інноваційного розвитку.

Література

1. Закон України «Про туризм».
2. Балабанов І. Т. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — СПб.: Питер, — 2000. — С. 208.
3. Захарченко В. И. Экономический механизм процесса нововведений / Под ред. И. П. Прохурса; Всеукраинская академия экономической кибернетики. — Одесса: АОЗТ «ИРЭНТИТ», 2000. — С. 149.

-
4. Кокурин Д. И. Инновационная деятельность. — М, 2001. — С. 111.
 5. Краснова О. М. Проблеми матеріального стимулювання персоналу промислових підприємств // Фінанси України. — 2002. — № 10. — С. 48—52.
 6. Мартюшева Л. С., Калишенко В. О. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження // Фінанси України. — 2002. — № 10. — С. 61—66.
 7. Масалов А. Инновационный тип развития // Журнал для акционеров. — 1999. — № 9. — С. 12.
 8. Чухрай Н. І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Навчальне видання. — Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2002. — 314 с.

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ: ВИМОГИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ

Кардинальні зміни в житті суспільства викликані соціально-економічним прогресом, суттєво трансформували соціальний статус людини. З іншого боку, зросли психологічні навантаження на людський організм, інтенсивнішими стали умови праці і ритм життя, погіршився стан навколишнього середовища. В таких умовах у людини відбувається істотна трансформація ціннісних орієнтацій і невпинно зростає роль рекреаційної діяльності як складного процесу виробництва і збуту специфічних товарів та послуг, які повинні задовольняти відповідні духовні й матеріальні потреби людей.

У науковій літературі викладені різні підходи до визначення структури туристично-рекреаційної системи, однак доцільно розглядати складові рекреаційної сфери як автономні підсистеми, а саме: санаторно-курортну, відпочинкову і туристичну [1, 6].

Туристична індустрія є самостійним об'єктом рекреативної системи; її основними функціями, що мають наукове і практичне значення можна вважати медико-біологічну, інтеграційну, культурно-пізнавальну, екологічну, міжнародну, соціальну, економічну [6, 26—27]. Усі названі функції взаємопов'язані і, зокрема, медико-біологічна має сприяти оздоровленню людини, відновленню робочої сили, а це стимулює підвищення продуктивності праці, що є фактором зростання рентабельності, конкурентоспроможності туризму, а тому і певним каталізатором економічного розвитку регіону, суспільства. Враховуючи, що Україна має значний туристичний потенціал, доречно констатувати необхідність вивчення проблеми туристичної індустрії, проведення досліджень, підготовка науково обґрунтованої програми, прогнозування та планування рекреаційної роботи, розробку практичних рекомендацій з її вдосконалення.

Туристично-рекреаційна система повинна розглядатись як суб'єкт регіональної економіки, що займається широким колом предметів діяльності і для їх практичного втілення вимагає наявності та використання так званих туристичних ресурсів. Їх доцільно розділити на природні й соціально-економічні. Однак кожна з цих груп має розглядатись з позиції специфіки використання та відновлення.

Природні ресурси за приналежністю до певних компонентів природного середовища поділяють на кліматичні, водні, лісові [8, 15]. Українські Карпати — це регіон значних природних ресурсів (гірські споруди близько 100 км.; ріки Тиса, Дністер, Прут), однак він переживає значну соціальну та економічну скруту (скорочення робочих місць, падіння реалізації товарів народних промислів) [5, 21—22]. І саме це засвідчує, що важливе не тільки володіння природними ресурсами, але і їх ефективне використання. Тобто постає блок питань, що потребують практичного розв'язання і їх можна сформулювати у формі пріоритетного питання: як має розвиватись туристична індустрія?

На перший погляд це досить просте запитання і на нього є проста відповідь — потрібні гроші та час. А отже, розвиток природних ресурсів неминуче пов'язаний з соціально-економічними ресурсами, а в їх складі особливу увагу треба надати фінансовим, не припиняючи ролі та значення матеріальних і трудових ресурсів.

Розглянемо окремі аспекти розвитку туристичної індустрії з точки зору ефективного використання природних туристичних ресурсів.

З метою ефективного та обачливого використання гірського туристичного району доведеться досить чітко враховувати його природні ресурси. При цьому необхідна детальна оцінка усіх земельних ділянок, що відведені як під забудову, так і для основної рекреаційної діяльності [1, 10].

При утворенні нових туристично-екскурсійних компонентів доцільно виділити наступні вимоги:

- придатність у психофізіологічному відношенні. Наприклад, забезпеченість водою, електроенергією тощо;
- можливості розширення рекреаційної діяльності від простих до складних форм, що дозволяє використовувати попит відповідних клієнтів;
- необхідність використання кліматичних умов щодо розвитку літніх та зимових форм рекреаційної діяльності;
- наявність різноманітних видів дерев, ягідних кущів, грибів, тобто різноманітність рослинного покриву гірсько-рекреаційного району;
- бажаність тваринного світу, що дозволяє включити в програму обслуговування, спостереження за життям диких тварин, мисливство, рибальство;
- організація транспортного обслуговування, що пов'язано із забезпеченням продуктами харчування, інвентарем, обслуговуванням клієнтів;
- наявність історичних, етнографічних та інших пам'яток гірського району, що дозволяє розгорнути культурно-просвітницьку діяльність зі збереження неповторності національної ідентичності;
- планування утворення нового гірсько-рекреаційного району на основі комплексного та системного підходу.

Таким вимогам відповідає Карпатський регіон і, здається, немає ніяких перешкод розвитку туризму. Однак привертають увагу дві діаметрально протилежні групи впливу на природні туристичні ресурси. Пояснимо це на прикладі використання ресурсів лісу.

Найпоширенішими видами є прогулянки, збір грибів, ягід, лікарських рослин, мисливство, рибальство тощо. Як частина відпочинку, він приносить позитивний соціальний ефект, як джерело формування доходів для туристичних комплексів — це також позитивне економічне явище, але присутній негативний економічний ефект для лісу. Сила негативного впливу характеризується коефіцієнтом екологічної шкідливості та ступенем регулювання рекреації, тривалістю заходів, культурою поведінки рекреантів, місцем рекреаційної діяльності. Так за ступенем негативного впливу у лісовій рекреації доцільно виділити наступні основні форми: дорожня, бездорожня, матеріальна, таборова, транспортна. Дорожня форма передбачає пересування рекреантів у лісі дорогами із твердим покриттям. Бездорожня форма передбачає вільне переміщення лісом. При цьому лісам завдається більше екологічної шкоди, ніж при дорожній формі. З бездорожню формою пов'язані такі види лісової рекреації, як походи, прогулянки, екскурсії. Матеріальна форма рекреації передбачає не промисловий збір грибів, ягід, плодів, а також полювання та рибальство. Екологічна шкідливість цієї форми рекреації посилюється її сезонністю. Таборова форма пов'язана із встановленням у лісі наметів, розпалюванням вогнищ, заготівлею дров та гілок. Екологічна шкідливість значно вища, ніж у попередніх. Транспортна форма рекреації — найшкідливіша. Автомобіль, який пересувається лісом, забруднює довкілля, зриває поверхневий ґрунтовий шар. Саме тому транспорта форма рекреації потребує жорсткого впорядкування [4, 9].

В науковій літературі достатньо широко розглядаються переваги туристичних ресурсів, особливості, однак недостатньо звернена увага на прогнозування, програмування та планування. В цьому контексті доцільно звернути увагу на наступний зв'язок: ідея, сприятливі можливості, ресурси, бізнес-план.

Наприклад, ідея розбудови приватної рекреаційної галузі в Карпатах паралельно до дії функціональних об'єктів. Вона спрямована на органічне поєднання ресурсів та екології, ресурсів та місцевих умов тощо.

Ідея — це не завжди сприятлива можливість, хоча саме ідея має закладатись в епіцентри сприятливої можливості. Продовжуючи ідею «паралельної» рекреації, можна дати приклад сприятливої можливості — розбудова поселень і запустілих хуторів. Тому має зрости значення прогнозування на регіональному рівні, що дозволить виділити (в тому числі і обґрунтувати) пріоритетні місцевості та поселення, а також ранжувати їх за доцільністю розвитку різних видів туризму. Є і необхідність зміни фінансової політики щодо господарів сільського туристичного бізнесу, як це зроблено, наприклад, у Польщі.

Ідентифікація, зацікавлення і керування ресурсами вимагає використання можливостей внутрішнього та зовнішнього середовища і це є однією з рушійних сил розвитку туризму. Але на практиці підприємці намагаються працювати з мінімальними ресурсами, а тому більше контролюють ресурси, ніж володіють ними. Через зменшення необхідних ресурсів до мінімуму і застосування тактики контролю за ними, підприємець зменшує ступінь ризику і суму необхідного капіталу.

Однією з причин розвитку між ідеєю та сприятливими можливостями доречно вважати відмову більшості підприємців від планування. Бізнес-план потрібен не тільки для розвитку можливості, а також є важливим для визначення необхідних ресурсів та ефективного їх використання.

Література

1. Беров Б. М. Горы служат людям. — М.: Мысль, 2003. — 217 с.
2. Гнесь Н., Данелюк А. Історико-філософські аспекти рекреаційно-оздоровчої діяльності населення // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення. Матеріали II Регіональної науково-практичної конференції, 11—12 травня. — Л, 2000. — С. 176.
3. Гранильчиков Ю. А. Горный туризм. — М.: Физкультура и спорт, 1966. — С. 54.
4. Дідик Я. Напрямки, види та форми рекреації // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення. Матеріали II Регіональної науково-практичної конференції, 11—12 травня. — Л, 2000. — С. 176
5. Жданова О., Чеховська Л. «Паралельна рекреація в Карпатах» // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення. Матеріали II Регіональної науково-практичної конференції// 11—12 травня. — Л, 2000. — С. 176
6. Музика Н., Самковський Ю. Рекреаційна діяльність і туризм в Карпатському регіоні // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення. Матеріали II Регіональної науково-практичної конференції, 11—12 травня. — Л, 2000. — С. 176
7. Основи підприємництва фінансового менеджмента та маркетингу. — Л.: Львівський Бізнес Інкубатор при ДУ «Львівська політехніка», 2000. — С. 135.

ЕКСКАРСІЯ ЯК ФОРМА ЕКОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Кризовий стан багатьох екологічних програм висвітлює стратегічну ідею про неможливість розв'язання екологічних проблем лише шляхом впровадження екологічно чистих технологій, без змін у системі підготовки фахівців. Також потрібно зазначити, що просте нарощування екологічних знань не дозволить підвищити якість екологічної підготовки спеціаліста. Якщо питання еколого-природничої компоненти в навчальних програмах вирішується, то проблема обсягу та змісту гуманітарної складової екологічної освіти, залучення психоемоційного чинника до сприйняття екології залишається відкритою. Тому використання екскурсійного методу в процесі екологічної підготовки є надзвичайно актуальним. Потрібно відмітити, що дослідження питання екологічної підготовки майбутніх менеджерів із туризму набуває особливого значення в зв'язку з переходом туристичної галузі на засади стійкого (коеволюційного) розвитку.

Питання екологічної підготовки висвітлювали в своїх працях М. Дробноход, Л. Лук'янова, О. Плахотнік, Н. Пустовіт, Г. Тарасенко, А. Степанюк, Г. Філіпчук, М. Швед та ін. Можливості екскурсій як форми неформальної освіти школярів та студентів розглядали В. Вербицький, С. Грибанова, О. Дмитрук, Б. Ємельянов, О. Култаєва, Н. Причиненко, Г. Пустовіт, В. Червонецький, В. Чижова, Я. Ейларт.

Отже, в українській педагогічній науці методам та технологіям навчально-виховного процесу під час проведення екскурсій присвячена певна кількість досліджень, але на жаль питання використання екскурсійного методу в підготовці майбутніх менеджерів із туризму висвітлено ще недостатньо. Зокрема, якісні зміни у туристичній діяльності виявили низький рівень екологічної свідомості майбутніх фахівців туристичної індустрії, що формується переважно лише в аудиторіях. Метою нашого дослідження стало висвітлення можливостей екскурсійного методу, тому нами були поставлені наступні завдання:

- висвітлити еволюцію поняття екскурсія в педагогічній та спеціальній туристичній літературі;
- з'ясувати основні ознаки екскурсійного методу;
- виявити особливості проведення екологічних екскурсій;
- проаналізувати алгоритм розробки екологічних стежок;
- дослідити можливості здійснення екскурсій в процесі екологічної підготовки майбутніх менеджерів із туризму.

Українськими вченими еколого-освітня модель підготовки спеціаліста розглядається як складова Національної концепції переходу України до стійкого розвитку і невід'ємна складова гуманітарної освіти. Як вважає Л. Б. Лук'янова «Необхідно виховувати екологічно грамотного фахівця, який здатний усвідомлювати себе як органічну складову природи, визнає необхідність їх партнерської взаємодії і непрагматичного ставлення до навколишнього середовища» [1, 98].

Дослідник В. В. Вербицький зазначає: «У сучасній системі екологічної освіти недостатньо враховані світоглядні зрушення, що відбулись під безпосереднім впливом метаекологічних досліджень. Людина органічно вписана в єдину глобальну екологічну систему, тому її діяльність зумовлена не лише соціальними й культурними чинниками, а й надзвичайно складними й різноманітними зв'язками з природою» [2, 99].

Тому екологічна підготовка майбутніх менеджерів з туризму повинна містити передумови для екологізації особистості, яка усвідомлює природу як систему цінностей

та має практичні уміння при здійсненні екотуристичної діяльності. В процесі екологічної підготовки фахівців із туризму використовують як формальну (заняття в аудиторії), так і неформальну форми освіти. Ми погоджуємося з Г. П. Пустовітом, що «Неформальна освіта набагато повніше враховує знання та інтереси особистості, їхні пізнавальні та інтелектуальні можливості, дає змогу застосувати здобуті знання, уміння й навички у практичній діяльності з охорони навколишнього середовища» [3, 29]. Екскурсії, можна розглядати як одну з форм неформальної освіти під час проведення театралізованих свят, фестивалів, семінарів, діяльності літніх таборів, експедицій, походів тощо.

Розглянемо більш детально особливості екскурсійного методу. Узагалі, слово екскурсія походить від лат. *excursio* — прогулянка, поїздка. Наприкінці XIX ст. Володимир Даль (1882 р.) ще ототожнював екскурсію, прохід, прогулянку. Метою цих заходів було «пошук чогось, для збирання рослин». На початку XX ст. Н. Анциферов вважав, що «Екскурсія — це прогулянка, що здійснюється з метою вивчення певної теми на матеріалі, доступному для спостереження під час обходу», а В. А. Герд давав наступне визначення: «Екскурсія — це форма суспільно-просвітницької роботи, при якій група екскурсантів під керівництвом екскурсовода вивчає явище в його природному середовищі». В Тлумачному словнику російської мови (Ушаков, 1940) екскурсія розглядається як «колективна поїздка або прогулянка з науково-освітньою або розважальною метою», а у Великій радянській енциклопедії (1978 р., т. 29) наводиться визначення: «Екскурсія — відвідання визначних об'єктів (пам'ятників культури, музеїв, місцевостей тощо), форма й метод отримання знань. Проводиться як правило колективно під керівництвом спеціаліста-екскурсовода» [4, 70].

У теорії екскурсознавства вже в 70-х рр. XX ст. чітко склалися певні ознаки екскурсії: тривалість у часі (становить від однієї академічної години до однієї доби); наявність екскурсійної групи та кваліфікованого керівника-фахівця в певній галузі знань, обов'язки якого виконує екскурсовод або гід; первинність показу екскурсійних об'єктів, безпосереднє спостереження за об'єктом показу; ретельно розроблений маршрут екскурсії; цілеспрямований показ об'єктів, наявність певної теми екскурсії.

Аналізуючи зміст поняття екскурсія можна зробити наступні висновки: на початковому етапі, коли тільки складалася термінологія, поняття подорож та екскурсія ототожнювалася. Згодом, коли сформувалася термінологія екскурсознавства та туристознавства, основні ознаки екскурсій не знайшли відображення в повному обсязі.

Екскурсія як форма педагогічної діяльності розглядається в словнику «Професійна освіта» С. У. Гончаренко (2000): «Екскурсія — форма освітньо-виховної роботи з учнями, студентами, яка передбачає організований вихід за межі навчального заходу для спостережень явищ, що вивчаються у природних умовах (природа, підприємства, пам'ятні місця) або в спеціально створених сховищах колекцій (музей, виставка тощо)» [5, 91]. Також цей термін аналізується у педагогічному словнику за ред. Ярмаченка М. Д.: «Екскурсія — це колективне відвідування музеїв, пам'яток, установ, парків тощо з освітньою, науковою, спортивною чи розважальною метою. Навчальні екскурсії — це форма й метод навчально-виховної роботи, організованої в умовах природи, виробництва, музеїв чи інших пам'яток природи» [6, 169].

Використання екскурсій дозволяє надзвичайно ефективно впливати на формування екологічно свідомості особистості. Під екологічною свідомістю на думку Дерябо С. Д., Ясвіна В. А, потрібно розуміти сукупність уявлень про взаємодію в системі «людина—природа», існуючого в суспільстві ставлення до природи, а також стратегії та відповідних технологій взаємодії з нею. Екологічну свідомість найбільш часто розглядають за трьома параметрами:

— психологічне «протистояння—включення», коли людина розглядається окремо або поза природою чи навпаки як її складова;

— «об'єкт—суб'єктне» сприйняття природи, коли людина сприймає природу як позбавлений будь якої самоцінності об'єкт впливу або рівноправний суб'єкт взаємодії;

— «прагматичний—непрагматичний характер» взаємодії з природою. Ця взаємодія повинна бути спрямована на задоволення або потреб людини в їжі, одязі, засобах праці (тоді природа сприймається лише як матеріальна цінність) або непрагматичних запитів, тоді подібна взаємодія стає самоцінною.

Отже, пануюча в суспільстві антропоцентрична свідомість є першопричиною виникнення екологічної кризи. Ми вважаємо, що використання екскурсійного методу сприятиме формуванню екологічної свідомості майбутніх менеджерів із туризму, бо екскурсійний метод відноситься до комплексних методів, що дають можливість зосередити увагу не на окремих елементах знання, а на явищах, взятих в процесі розвитку. Використання екскурсійного методу вимагає: виявлення внутрішніх природних зв'язків між окремими сторонами предмету або явища; вибору в об'єктах, що спостерігаються найбільш важливого та зосередження навколо нього всього матеріалу; зв'язок нового матеріалу, що вивчається з досвідом та знаннями екскурсантів.

Екскурсійний метод є засобом повідомлення знань, в основі якого знаходяться: наочність; обов'язкове поєднання показу та розповіді; рух за певним маршрутом. Методика проведення екскурсії представляє собою сукупність методичних прийомів показу та розповіді про ці об'єкти, що забезпечують найбільшу ефективність передачі знань студентам і орієнтована на активну участь у сприйнятті різних органів чуттів.

Екскурсії поділяються за тематикою, серед них для екологічної підготовки найширше використовуються комплексні — краєзнавчі та спеціалізовані — екологічні екскурсії. У комплексній краєзнавчій екскурсії, присутні обов'язкові, але невеликі за обсягами екологічні компоненти. Під час маршруту екскурсії здійснюється ознайомлення, спостереження та оволодіння ситуацією. Під час екскурсії відбувається поєднання інтелектуального, емоційного мислення та краєзнавчого пізнання, що сприяє розумінню «малої батьківщини», активізує пізнавальну діяльність. В ході спеціалізованих екологічних екскурсій увага приділяється безпосередньо екологічним проблемам. Джерелом знань виступає безпосередньо об'єкт природи, що знаходиться у взаємозв'язку з явищами природи і окремі об'єкти або групи об'єктів природи, розглядаються у природному комплексі.

Під час екскурсії студенти здійснюють вивчення об'єктів безпосередньо на місцях їх виникнення та розвитку. На особливості проведення екскурсії певним чином впливає пора року. Тому, при розробці маршруту враховують особливості проведення екскурсії в певні періоди року. Також потрібно зазначити, що існують екскурсійні об'єкти, які можна спостерігати лише в певному місці в певний період часу (явища природи — схід або захід сонця, місяця, шторм, туман, веселка, північне сяйво, дія гейзерів, вулканів тощо), життя тварин, птахів у природному середовищі.

Як правило, при проведенні екологічних екскурсій враховують особливості показу певних видів об'єктів. Так, при показі загального виду природного комплексу, обирають найбільш високу точку. Ліс як єдиний екскурсійний об'єкт, розглядають на певній відстані під кутом зору 18—20 градусів. З окремими породами дерев знайомлять як із самостійними об'єктами. Для їх показу обирають відстань у два—два з половиною рази більшу, ніж висота дерева, тобто кут зору повинен складати 45 градусів.

В Україні існує досвід створення більш ніж 200 навчальних, навчально-пізнавальних та загальноосвітніх екологічних стежок, що були розроблені станціями

дитячого та юнацького туризму, Центральним еколого-натуралістичним центром, аматорами-красзнавцями, фахівцями національних парків (наприклад, Синевир, Шацький, Карпатський).

Перша навчальна екологічна стежка була створена в м. Дружківка (Донецька обл.) понад 15 років тому. На сьогодні в Україні розроблено майже 200 екологічних стежок. Наприклад, територією Національного еколого-натуралістичного центру та парком «Березовий гай» (Київ) проходить навчально-екологічна стежка протяжністю 25 км. На її 10 оглядових майданчиках відвідувачі мають змогу ознайомитись з природними комплексами різних рангів, екосистемами і безпосередньо з об'єктами рослинно-тваринного світу міських околиць. На території Карпатського національного парку діє 12 науково-пізнавальних туристичних маршрутів та еколого-освітніх екскурсійних стежок загальною протяжністю 400 км.

Екологічні стежки поділяються на спеціалізовані та комплексні. За напрямом спеціалізації стежки можна виділити: наукові, що мають типові або унікальні об'єкти досліджень і використовуються з метою відпрацювання методичних питань для науковців; навчальні, що призначені для проведення занять в дошкільних закладах, для учнів загальноосвітніх шкіл, студентів; рекреаційні, що створюються для типових природних об'єктів, що мають високий рекреаційний потенціал; лікувально-оздоровчі.

Найбільш широко в освітній діяльності використовуються навчальні екологічні стежки, що призначені для формування у студентів екологічної свідомості, виховання дбайливого ставлення до природи, розширення знань з природознавчих дисциплін. Основними вимогами до стежок цього типу є розгляд елементів природи, що були включені в навчальні програми та розкривають взаємозв'язки природних компонентів в екосистемах. Надзвичайно ефективним з точки зору регулювання навантаження на природні комплекси та здійснення екологічного виховання та освіти є створення мережі стежок. Вони поєднують найцікавіші в науковому, природоохоронному та естетичному аспектах природні об'єкти і характеризуються значною інформативністю. Особливо перспективними є комплексні екологічні стежки та маршрути, що об'єднують функції декількох спеціалізованих.

Дослідником О. Ю. Дмитруком запропоновано алгоритм розробки та організації екологічної стежки, що передбачає аналіз ландшафтно-екологічної структури; визначення репрезентативності, еталонності, типовості унікальності природного комплексу; визначення категорій об'єктів (для наукових, освітньо-пізнавальних, оздоровчих, лікувальних); встановлення припустимих навантажень на об'єкти; створення проектів кроків маршруту для різних категорій об'єктів; прив'язка та позиціонування (кілометраж, хронометраж, визначення базових точок тощо) кроків на місцевості; розробка екоекскурсій за системою та за тематичним спрямуванням; розробка системи маркувальних знаків, вказівників; розробка системи додаткових послуг; апробація маршруту та його відкриття; контроль за реалізацією маршруту (моніторинг екологічного стану, контроль за якістю екотуристських послуг) [7, 120].

Методика розробки екологічної стежки за своєю дидактичною конструкцією є інтегративною. Певні вимоги до екостежок запропонували наслідники В. П. Чижова, А. В. Добров, А. Н. Захлебный: атрактивність, доступність, інформативність [8, 25].

1. Атрактивність (цікавість) стежок для відвідувачів, що складається з трьох компонентів — мальовничість пейзажів або об'єктів, їх своєрідності (відмінність від інших) та різноманітність (тропам не повинна бути монотонною). Всі три вищезначені складові поняття атрактивність, як у фокусі повинні сходитись в місцях, де обладнують оглядові майданчики. При виборі таких точок поряд з пізнавальними відомостями географічного,

біологічного, екологічного плану, увага повинна приділятися панoramі місцевості, сезонній зміні аспектів, форм, фарб та органолептичних якостей оточуючої рослинної спільноти, а також акустичним явищам (наприклад відлуння у гроті). Критерієм вибору траси маршруту стежки також є наявність об'єктів, що поєднують в собі природну та історичну цінність: вікові дерева, валуни, печери, з якими пов'язані певні традиції та обряди.

2. Доступність для відвідувачів — це важлива вимога при проектуванні навчальної траси. Необхідно, щоб навчальна тропа з місця, що має зручний транспортний зв'язок. Відвідувачі не повинні відчувати фізичної та нервової втоми на момент початку маршруту. Саме траса не повинна бути складною для проходження, щоб фізична втома не заважала сприймати інформацію, милуватися ландшафтом.

3. Інформативність, тобто здатність задовольняти потребу людини в інформації. Розвиток здатності та потреби до пізнання природи на стежці здійснюється за допомогою буклетів, плакатів, інформаційних дощок, розповіді екскурсовода. Природні ландшафти мають цілий ряд специфічних властивостей, що мають велике значення при виборі траси навчальної стежки.

Під час екскурсій екостежками студенти спостерігають, як неконтрольована діяльність людини, в т. ч. і туристична, впливає на естетичні якості ландшафтів. Поширеним проявом такого впливу є сміттям, що залишається туристам уздовж доріг та туристичних стоянок. Як приклад, наведемо терміни розкладу матеріалів у природних умовах: апельсинова шкірка — півроку; пакет від молока — 5 років; залишки цигарок — 12 років; металева бляшанка — 100 років; скло — мільйон років; пластикова тара — практично не розкладається.

Про рівень сучасної екологічної свідомості населення країни свідчить стан національної святині України г. Говерла. Щорічно Карпатський національний парк відвідає близько 32—35 тис. осіб, а в піковий 1988 р. на Говерлу піднялось до 30 тис. туристів, у 2002 р їх чисельність становила 20 тис. Останні роки в День незалежності 24 серпня відбувалось масове сходження на українську «Фудзіяму» 2—3 тис. осіб одночасно. В 2005 р. на Говерлу в один день з президентом піднялось взагалі одночасно від 15 до 17 тис. осіб. Після цього тимчасово масові сходження були заборонені, одночасно знаходитись на Говерлі повинно не більше ніж 300 осіб.

На жаль, від туристів залишається велика кількість сміття. Вже більше десяти років під час посвячення в студенти першокурсники Інституту туризму Федерації профспілок України проводять акцію зі збору та транспортування «знахідок» вниз до спеціально обладнаних контейнерів. Останнім часом фахівцями Карпатського національного парку розроблено та запропоновано проект обладнання спеціальної «Європейської стежки» — маршруту підйому на Говерлу, що включає комплекс заходів із безпеки людей та утилізації відходів.

Також потрібно зауважити, що за результатами моніторингу стану екологічних стежок важливою проблемою в національних парках, є візуальне забруднення. Візуальне забруднення має багато форм від написів і малюнків на валунах або скелях, що лежать по краях дороги до забудови туристичних центрів, що не відповідають стилю архітектури, характерному певній місцевості.

Майбутні менеджери туризму повинні чітко усвідомити, чим більш унікальна та красива місцевість, тим більше знайдеться бажаючих її відвідати, тому крім проблеми забруднення виникне проблема перенавантаження території. Вирішення цієї проблеми повинна розглядатися як на фізичному так і психологічному рівнях. По-перше фізичне навантаження на об'єкт контролюється за допомогою мережі екостежок, розробки варіантів маршрутів здатних зменшувати навантаження.

Майбутні менеджери із туризму повинні розуміти, що фізичне навантаження на об'єкт повинно ретельно контролюватися, бо національні парки, заповідники, сільська місцевість, пляжі, видатні пам'ятки архітектури надзвичайно чутливі до перенавантаження. Вони мають певну норму кількості туристів, яких здатні прийняти, без порушення балансу.

Наприклад, норма чисельності туристів на один га площі становить для парку/лісу — 15 осіб; приміського парку — 15—70; місцевості для пікніків від 60 до 600. Дослідження В. Бондаренка свідчать, що оптимальною кількістю для лісу є 10 осіб на 1 га, площі. При 10—50 рух дозволяється лише по полянам та стежинам, при 50—75 лише стежинами, при 75—100 лише по спеціально організованій та обладнаній дорожньо-стежковій системі. При навантаженні більше ніж 100 осіб на га починається руйнація екосистеми лісу [9, 20].

По-друге, психологічна місткість, під якою ми розуміємо рівень навантаження, після якого об'єкт починає втрачати свою «атрактивність» (цікавість для туристів). Уперше спробу виміру психологічної місткості пляжу було здійснено на початку 70-х рр. Опитування засвідчило, що пляж не вважався переповненим відвідувачами, якщо були присутні 1000 осіб на га (десять квадратних метрів на людину). Проте, ділянка «дикої природи» може містити лише 10 осіб на км², щоб не виникало візуального ефекту перенавантаження. Більше детально це питання розкрито у попередній праці автора [10, 138].

При здійсненні екологічної підготовки майбутніх менеджерів туризму необхідно ширше використовувати можливості екскурсійного методу. Його застосування сприяє формуванню екоцентричної свідомості, дозволяє зосередити увагу на явищах, що знаходяться в процесі розвитку. Практичні вміння та навички майбутніх менеджерів з туризму в розробці та проведенні екоекскурсії сприяють екологізації особистості майбутніх фахівців. Це дозволить в майбутньому реалізацією туристичних проєктів займатися спеціалістам, що усвідомлюють екологічних наслідків від своєї діяльності.

Література

1. Лук'янова Л. Б. Періодизація розвитку екологічної освіти // Актуальні проблеми педагогіки: методологія, теорія і практика: Зб. наук. праць. — Вип. 1. — Горлівка: Видавництво ГДПІМ, 2004. — С. 98.
2. Вербицький В. В. Еколого-натуралістична освіта в Україні: історія, проблеми, перспективи. — К.: СМП «Аверс», 2003. — С. 99.
3. Пустовіт Г. П. Європейський досвід неформальної екологічної освіти // Біологія і хімія в школі. — 2000, № 2. — С. 28—31.
4. Дьякова Р. А., Емельянов Б. В., Пасечный П. С. Основы экскурсоведения. — М.: Просвещение, 1985. — 256 с.
5. Професійна освіта: Словник. Навч. посібник / Укладач С. У. Горчаренко та ін.; За ред. Н. Г. Нічкало. — К.: Вища школа, 2000. — 380 с.
6. Педагогічний словник / За ред. Ярмаченка М. Д. К.: Педагогічна думка, 2001. — 516 с.
7. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу. — К.: Альтерпрес, 2004. — 192 с.
8. В. П. Чижова, А. В. Добров, А. Н. Захлебный. Учебные тропы природы. М. Агропромиздат, 1989. — 159 с.
9. Бондаренко В. Д. Культура общения с природой. — М.: Агропромиздат, 1987. — 172 С.
10. . . Шляхи оптимізації впливу туризму на довкілля (зарубіжний досвід) // Туристично-краєзнавчі дослідження. Вип. 3. К., 2000. — С. 136—149.

МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ СТАНДАРТІВ ТУРИСТЬКОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Прогрес сучасного суспільства визначається знаннями, досвідом та ціннісними орієнтирами особистості, готовністю нести відповідальність за них. Означені орієнтири закладаються в системі освіти та вдосконалюються упродовж всього життя людини. Фахівець туризму — це різнобічно освічена людина, яка творчо мислить, має широкий культурологічний світогляд. Головним капіталом фахівця туризму є високорозвинене бажання задовольнити потребу туриста, надати йому професійну послугу. Перед професійною школою завжди було значущим розв'язання проблеми відбору змісту та його структуризації. У період становлення професійних угруповань у туристській галузі означена проблема вельми актуалізується. Йдеться про те, що ретельно відібраний із різноманітних наукових відомостей і дидактично опрацьований навчальний матеріал має забезпечити якісну підготовку фахівців для туризму. Для цього зміст туристської освіти має не лише розроблятися сьогодні, а вже й оновлюватися відповідно до вимог сучасної туристської практики, науково-технічного і суспільного прогресу.

У вітчизняній та зарубіжній літературі за останні роки освітній стандарт став активно досліджуватися як соціально-педагогічне явище. Освітній стандарт вивчається з точки зору його основних ідей і понять (В. Беспалько, Н. Ничкало), аксіології освіти (В. Андрущенко, В. Зінченко, М. Нікандров, В. Пазенок), методологічного обґрунтування навчання (В. Бондар, В. Краєвський), формування гуманітарної культури спеціаліста (І. Зязюн, В. Сластьонін), теоретичних основ змісту загальної середньої освіти (В. Бондар, В. Ледньов), відтворення цілісного характеру освітнього процесу у єдності виховання і навчання (І. Зімня, Б. Лихачов, В. Мухіна), структурно-змістовних характеристик освіти (Ю. Дик, В. Ледньов, С. Сисоєва), загальнопедагогічних аспектів і теоретичних засад проектування стандартів (В. Соколов), науково-педагогічних засад формування стандартів професійної освіти (Н. Кузьміна, І. Смірнов), філософії освіти і формування освітньої політики (В. Лутай, В. Шадриков), загальнометодологічних підходів до стандартизації в освіті (О. Субетто). Проведений аналіз дозволяє зробити висновок про те, що у зарубіжній та вітчизняній системі освіти виник новий напрям педагогічної культури — культури освітнього стандарту (В. Байденко). Аналіз науково-методичної та спеціальної педагогічної літератури дозволяє зробити висновок, що проблеми туристської освіти і підготовки майбутніх фахівців для туристської галузі обґрунтували в працях вчені-педагоги В. Т. Лозовецька, Н. Г. Ничкало, Л. П. Сущенко, В. К. Федорченко та ін. Різні теорії проектування змісту професійної освіти ґрунтуються на ідеях представлення змісту відповідно до вимог науки, виробництва, суспільного розвитку. Упродовж минулого століття науковці здійснювали пошук відповідних моделей подачі змісту (карікулуми, ключові компетенції, компоненти соціального досвіду, культурологічний підхід). Пошук і формулювання засад для конструювання нового змісту є суб'єктивним актом, що відображає теоретико-методологічні позиції, професійні інтереси, світоглядні настанови та пізнавальні установки конкретного вченого. Головне, що кожен із підходів аксіоматичний за своєю природою, приймається апріорно, всі наступні дії представляються як розгортання даного підходу. Однак, якщо підхід починає претендувати на право називатися методологією конструювання змісту освіти, то до нього пред'являються нові вимоги: відхід від суб'єктивності та обґрунтування закономірностей на основі культурно-історичного підходу, що дозволяє розглядати зміст освіти у різних культурних площинах, представляючи об'єкт системно, цілісно. Теоретичні підходи до проектування змісту унормовуються стандартами

освіти. Разом з тим, незважаючи на значні успіхи вчених у цій галузі, питання формування стандартів туристської освіти, теоретико-методичних засад їх формування в умовах розвитку науково-технічного процесу та ринку праці належним чином не розкриті. Пошук теоретико-методичних засад формування стандартів туристської освіти в умовах ринкової економіки є актуальним і перспективним. Сьогодні стає реальним і необхідним повернення науки до потреб суспільного виробництва, а виробництва — до науки. Із цієї позиції має бути проаналізована й зміцнена освітня ланка, що поєднуються з наукою, технікою і виробництвом.

Аналіз широкої джерельної бази про стандартизацію в освіті та численних зразків державних освітніх стандартів виявив, що дотепер залишається недослідженим стандарт галузевої освіти як цілісний соціально-педагогічний феномен у розрізі системної міждисциплінарної методології. Стає очевидним, що існуючі наукові знання про освітній стандарт, різноманітну практику стандартизації дозволяють здійснити синтез концептуальних, теоретичних і системно-методологічних засад освітнього стандарту з окремого напрямку професійної підготовки. Отож, цілком виваженим є те, що ґрунтуючись на фундаментальних працях і дослідженнях у галузі класичної, нової і новітньої педагогіки, здійснено дослідження з проблеми формування основ теорії стандартів туристської освіти як концентрованої організації наукових знань про стандарт, в межах якої галузевий стандарт отримав би адекватну інтерпретацію як тип освітньої проектно-культури та особливий вид соціально-освітньої технології. Існуючий досвід розробки Галузевого стандарту з напрямку «Туризм», введення їх у практику свідчить про необхідність удосконалення цієї багатопланової діяльності за рахунок системної методології, що включає в себе системний аналіз, системний синтез (проектування) та системне використання. Виходячи із означеного, метою нашого дослідження є наукове обґрунтування та розробка концептуально-теоретичних та методичних засад формування стандартів туристської освіти. Об'єкт дослідження — стандартизація в системі неперервної освіти. Предметом нашого дослідження стала категоріальна сутність стандартів туристської освіти в методолого-концептуальному, методичному осмисленні та в практиці (проектно-організаційній реалізації). Предметна сфера дослідження включає: сутнісну характеристику і параметри освітнього стандарту туристській освіті; генезис освітнього стандарту з напрямку «Туризм»; концептуальний простір теорії стандартів туристської освіти; сукупність засобів системного аналізу, синтезу та використання стандартів туристської освіти як комплексної, цілісної, розвиваючої соціальної, педагогічної та особистісно орієнтованої норми.

У дослідженні виходимо з припущення: ефективність та якість стандартів туристської освіти і, відповідно, підготовки майбутніх фахівців для туризму на основі стандартів в сучасних умовах та на перспективу підвищиться, якщо: буде розроблена парадигма стандартизації галузевої освіти, що включає правові, концептуальні, методологічні та організаційно-управлінські засади, розроблені на нових теоретичних та методичних підходах з проблеми стандартизації професійної освіти на основі сучасних і перспективних джерел наукових знань, єдиної їх класифікації, міжнаукового, міжпредметного, міждисциплінарного підходу, необхідного й достатнього для розуміння природи, сутності, функцій процесу стандартизації туристської освіти; будуть максимально структуровані наукові знання на два взаємопов'язані та взаємодіючі між собою модуля — концептуальний і системно-методологічний — для системного представлення такого складного явища як освітній стандарт туристської освіти; структуризація концептуального і системно-методологічного модулів в стандартах туристської освіти буде здійснюватися на основі реалізації прогностичної моделі фахівця з галузі та системи ефективного формування наукових основ сучасної індустрії

туризму; буде забезпечене кваліфіковане, компетентне управління впровадженням стандартів туристської освіти, їх методичної системи.

Наукове дослідження і аналіз формування стандартів туристської освіти на основі системного підходу щодо методологічного, теоретичного і методичного аспектів проводились і в теоретичному, і в дослідницько-експериментальному напрямках в зв'язку з тим, що кожне з визначених завдань вирішується значним комплексом сучасних методів і методик дослідження.

Методологічною основою дослідження стали сучасні ідеї гуманістичної педагогіки і неперервної освіти, фундаментальні положення вітчизняних і зарубіжних учених про формування змісту освіти, єдності та цілісності освітнього процесу, його аксіологічної зумовленості. Основоположне значення для нашого дослідження мають принципові ідеї сучасного вчення про методологію науки, особливості теоретичного рівня наукового знання, очевидні тенденції до його інтеграції, поглиблення методологічної культури наукового дослідження, в тому числі за рахунок освоєння міждисциплінарного і формалізованого підходів до вивчення тих чи інших об'єктів, явищ і процесів, що випереджують формування логіко-категорійного аналізу, цілісної теоретичної конструкції (Ю. К. Бабанський, В. І. Загвазінський, І. А. Зязюн, П. М. Щедровицький, Б. Г. Юдін та ін.).

Перше положення. Розглянувши загальний стан стандартизації в освіті, можна констатувати: освітні стандарти є багатомірним явищем, адекватно інтерпретовано тільки при використанні міждисциплінарного підходу. Необхідність такого підходу диктується сучасним станом розвитку освіти і виробництва, глибокими перетвореннями в освітній сфері. Міждисциплінарний підхід до аналізу освітніх стандартів, по-перше, надає можливість зрозуміти різні сторони стандарту як системного явища, в сукупності ідей і концепцій цілого комплексу наукових напрямів; по-друге, досліджує стандарт як загальнопедагогічну категорію, що конденсує в собі такі категорії педагогіки, як: цілі, цінності, зміст і результати освіти, включає теоретико-методичні засади планування навчально-виховного процесу, навчального плану та навчальної програми.

Цілісна, системна природа освітнього стандарту репрезентується як: соціальна норма (освітній стандарт може досліджуватися з використанням понятійного і методологічного апарату теорії соціальної норми); об'єкт стандартизації (виступає предметом теорії стандартизації і комплексу соціальних дисциплін); феномен освітніх відносин (освітній стандарт аналізується в межах соціології, економіки, освітнього і гуманітарного права); методологічна конструкція і норма освіти (виступає кваліметрією людської освіти).

Друге положення. Сутність стандартизації як соціально-педагогічного явища досліджується через формування стандартів галузевої професійної освіти. Туристська освіта як органічна складова професійної освіти є важливим напрямом сучасного розвитку, необхідність стандартизації якої диктується світовими і національними соціально-економічними тенденціями. Вирішення актуальних проблем туристської освіти вимагає розробки системно-методологічного підходу до аналізу, проектування та використання стандартів галузевої освіти. Як загальнонаукова категорія в педагогіці, стандарт туристської освіти досліджується в таких зрізах: концептуальному, на якому здійснюється первинне осмислення стандарту як об'єкта дослідження, проводиться розробка актуальних ідей, що розкривають якісну визначеність, системну і міждисциплінарну природу цього явища, визначаються сутнісні характеристики, генезис галузевого стандарту; системно-методологічному, де переводиться концептуальне знання в нормативне, прикладне, практично-зорієнтоване знання; цілісний освітній стандарт перетворюється в головний критерій істинності туристської освіти.

Третє положення. Важливою умовою формування стандартів туристської освіти є дослідження каузальних і факторних детермінацій. При створенні стандарту

туристської освіти необхідно враховувати події, тенденції, процеси, політичні рішення, стратегії і тактики, що впливають на створення стандартів туристської освіти і відображаються в об'єктах, структурі та функціях останнього.

Четверте положення. Ефективність впровадження освітніх стандартів з напрямку «Туризм» суттєво знижується внаслідок відсутності комплексну науково-методичного забезпечення. Автором розроблено та впроваджено в навчальний процес вищих навчальних закладів туристського спрямування навчальні програми і підручники блоку спеціальних дисциплін підготовки фахівців для туризму.

У предметне поле дослідження входив аналіз основних принципів стандартизації освіти та стандартизації туристської освіти зокрема. Як відомо, принцип (від лат. *principium* — начало, основа) розглядається як впровадження необхідності або закону явища. У логічному смислі принцип є центральним поняттям, основою системи, що становить узагальнення і поширення певного положення на всі явища тієї області з якої даний принцип абстрагований. На думку експерта Європейської фундації Б. Мансфілда, основними принципами розробки стандартів є: релевантність (стандарти розробляються для забезпечення відповідності до поточних потреб, що виникають і майбутніх потреб зайнятості та економіки); гнучкість (стандарти мають бути гнучкими відповідно до потреб, що змінюються); стандарти засновані на компетенціях (вони відображають компетенцію, тобто здатність діяти відповідно до стандартів, потрібних у сфері зайнятості); структурованість стандартів; стандарти профосвіти й навчання — це не рутинні технічні завдання і вміння; інформованість й орієнтація (стандарти поліпшують «транспарентність» шляхом надання корисної інформації і рекомендацій усім учасникам).

Для порівняння. У концепції державних стандартів професійно-технічної освіти розроблених в Україні, викладено такі принципи: демократизації, гуманізації, неперервності, багатоступеневості (багато рівневостний); наступності, відкритості, гнучкості і випереджувального характеру професійної освіти; відбору і структурування змісту професійно-технічної освіти, обґрунтованого відбору змісту навчального матеріалу з урахуванням специфіки галузі промисловості, сільського господарства і сфери послуг; прогнозування результатів навчального процесу і його корекція на підставі досягнень науково-технічного прогресу і відповідних змін у технологіях виробництва; врахування результатів досліджень у цій галузі.

Окремі принципи, обґрунтовані Б. Мансфілдом, і принципи вітчизняної концепції збігаються: принципи гнучкості, прогностичності. В даному випадку мова йде не про вузько національні інтереси, а про всезагальні вихідні положення, якими керуються розробники стандартів у світі. На сьогодні в Європейському союзі існує певна узгодженість щодо ключових принципів, котрих намагається дотримуватися кожна країна. Серед таких принципів: орієнтація професійної освіти і навчання на потреби виробництва і ринку праці; необхідність особистісного та професійного розвитку; інтеграція практичного досвіду в межах програм професійної освіти і навчання; співпрацю і кооперацію держави і соціальних партнерів у плануванні й організації професійної освіти і навчання; дослідження в галузі професійної освіти і навчання, вивчення потреб роботодавців, змін у світі праці для формулювання навчальних цілей і результатів. Звичайно ці принципи необхідно враховувати при розробці вітчизняних стандартів. Однак, як зазначають європейські експерти, не існує єдиної Європейської моделі або стандарту, адже «гармонізація стандартів професійної освіти і навчання відповідно до принципів країн-членів ЄС не тільки є не реальною, але й не має підстави. По-перше, не існує єдиної Європейської моделі чи стандарту. По-друге, умови проживання в більшості країн-партнерів докорінно відрізняються від західноєвропейських. Слід віддавати перевагу простішим процедурам розробки стандартів і навчальних програм».

З огляду на викладене вище, до основних принципів стандартизацій туристської освіти віднесено принципи:

— соціальної значущості або цінності підготовки фахівців для туризму, бо ціннісні складові відображають сутність ідеї туристської освіти, її спрямованість на забезпечення атрактивності держави, її соціально-економічного зростання, орієнтованість на задоволення потреб особистості;

— оптимальної відповідності моделі підготовки фахівця для туризму певному прогностичному еталону, де ураховуються: інтегральне середовище майбутньої діяльності фахівця; необхідні знання, уміння, навички; світоглядні настанови та особистісні якості; творчі здібності;

— інтегральності, тобто достатньої та виваженої реалізації всіх складових, що характеризують структуру становлення особистості майбутнього фахівця (освіченість, пріоритетність професійної підготовки, вихованість, розвиненість, творчого мислення, психологічну готовність забезпечити гостинність);

— індивідуалізації практичної професійної підготовки, що передбачає об'єктивну доступність змісту та обсягу підготовки майбутнього фахівця галузі з урахуванням особистісних детермінант;

— ступневості підготовки фахівців для туризму, що передбачає розробку стандарту туристської освіти для кожного освітньо-кваліфікаційного рівня, для кожної спеціальності напряму підготовки «Туризм»;

— наступності змісту навчання та професійної підготовки фахівців для туризму різних освітньо-кваліфікаційних рівнів;

— гнучкості, тобто врахування особливостей підготовки фахівців для галузі, ролі та значення суб'єктів і об'єктів туристської педагогічної системи;

— перспективності, що передбачає неперервну адаптацію до стану розвитку науки про туризм, практики організації відпочинку та дозвілля, а відтак визначають динаміку формування змісту навчальних дисциплін, необхідні складові знань, умінь і навичок майбутніх фахівців галузі, їхні особистісні якості та здібності;

— технологічності — документально-нормативної реалізації організаційно-планової та матеріально-технічної складових підготовки фахівців для туризму;

— діагностичні — забезпечення об'єктивної оцінки рівня якості освіти та ефективності педагогічного процесу.

Розробка концепції формування стандартів туристської освіти, обґрунтування вихідних положень має важливе значення для проектування змісту підготовки фахівців, рівно, як і для результату оволодіння майбутнім фахівцем відібраного та структурованого змісту професійної діяльності. Положення, виявлені в результаті аналізу, набувають характеру всезагальності, внаслідок чого можуть досягти статусу принципів. Виявлені та обґрунтовані принципи стандартизації туристської освіти можуть бути перенесені в умови розробки стандартів для підготовки інших фахівців.

Література

1. Безпалько В. П. Стандартизация образования: основные идеи и понятия // Педагогика. — 1993. — № 5. — С. 16—25.
2. Вища освіта в Україні: реалії тенденцій, перспективи розвитку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 17—18 квітня 1996 р. — К., 1996.
3. Герцунский Б. С. Философия образования для XXI века. — М.: Совершенство, 1998. — 608 с.
4. Державні стандарти професійної освіти: Теорія і методика. — Хмельницький: ТУП, 2002. — 367 с.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Зінько І. З.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НОВИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Незважаючи на те що розвиток туристичного бізнесу в Україні має тенденції стійкого зростання, однак за багатьма показниками він відстає від найбільш динамічних туристичних регіонів світу і ще не став галуззю спеціалізації нашої держави у системі міжнародного поділу праці. Серед низки найбільш суттєвих недоліків розвитку туризму можна виділити невиразний туристичний імідж держави і незначні кошти у його рекламування на міжнародному туристичному ринку, недостатній рівень міжнародних транспортних мереж та погане обслуговування на митницях, низький рівень розвитку туристичної інфраструктури та якості обслуговування туристів, а також незначний асортимент туристичних послуг. Поряд з багатьма об'єктивними причинами, що зумовлюють ці недоліки, можна виділити також консервативне сприймання державними чиновниками, керівниками провідних туристичних фірм, та й суспільством загалом деяких новітніх видів туризму чи тенденцій його розвитку, що є наслідком нашого менталітету, браку інформаційно-рекламного забезпечення та інших чинників.

В умовах утвердження ринкових відносин і децентралізації управління туристичним сектором економіки виникла об'єктивна необхідність наукових досліджень нових напрямів розвитку туризму, обґрунтованого їх впровадження у практичну діяльність.

Як свідчить аналіз наукових доробків українських вчених у цьому напрямі, то найбільше уваги проблемам пошуку та вдосконалення нових видів туризму, а також адаптації їх до умов українського ринку присвячено у роботах М. І. Долішного, В. С. Кравцова, М. П. Мальської, О. В. Лихоманкової, О. О. Любіцевої, В. В. Худо, В. І. Цибуха.

У розвитку туризму України треба значно посилити менеджмент та рекламні послуги, а також підключити загальнодержавні і регіональні туристичні фірми до активного співробітництва з іноземними тур-операторами. Актуальною залишається проблема налагодження співробітництва з міжнародними тур-операторами, такими як TUI, Olimar, Dertour, Thomas Cook та іншими. Це могло би призвести до підключення українських туристичних об'єктів до програм міжнародних круїзів та турів.

В деяких туристичних перспектах зустрічається включення окремих національних пам'яток історії та культури чи цікавих природних об'єктів у програми міжнародних маршрутів чи організацію тематичних турів, однак це слід сприймати більше як виняток, ніж правило. Так, австрійські туристичні фірми при розробці програм відвідин найбільш знаних оперних театрів країн Центрально-Східної Європи пропонують також Львівський оперний театр із зазначенням найбільш відомих вистав його репертуару.

Включення цікавих українських туристичних об'єктів до програм міжнародних турів передбачає їх попереднє активне рекламування у різноманітний спосіб. Це, зокрема, розширення інформації про них у програмах власне українських турів, включення у формі рекламних заставок в сайти українських фірм, банків, презентаційних матеріалів органів місцевого самоврядування тощо. Це також видання інформа-

ційно-довідкових матеріалів про ці об'єкти у формі різного роду путівників, буклетів, карт. Всі ці матеріали повинні бути якісно видрукувані, з добротним дизайном та фаховим перекладом іноземними мовами, в першу чергу англійською, німецькою, французькою, російською та польською мовами.

Наступним кроком повинно стати налагодження зв'язків з іноземними тур-операторами з пропозиціями про можливе включення таких об'єктів у програми міжнародних турів з обов'язковим врахуванням інформації про умови перетину українського кордону, перевезення та обміну валюти, стан та ціни готельних та ресторанних послуг, якість транспортного обслуговування та засобів зв'язку тощо. Цьому сприяє відміна віз для громадян спочатку країн Європейського Союзу, а згодом США і Канади, що була відносно недавно впроваджена. Громадяни цих країн, подорожуючи країнами Центрально-Східної Європи, цілком ймовірно можуть вибрати кілька цікавих міст, об'єктів природи незвіданої і маловідомої для себе України, якщо це відносно недорого, комфортно і безпечно та не вимагає особливо виснажливих зусиль. Адже це так приємно включити ще й Україну до власного переліку вже відвіданих країн.

Тут певну перевагу мають західні області України, міста Причорномор'я і, можливо, столиця — місто Київ. Адже такі тури і круїзи, якщо вони спеціально не зорієнтовані на значно ширше знайомство з нашою державою, передбачають, як правило, 2—3-денне, рідше триваліше перебування в Україні. Саме тому Галичина, Закарпаття і Буковина мають найсприятливіші умови бути включеними у програми міжнародних турів. У зв'язку з цим найбільш доцільна кооперація з туристичними операторами з сусідніх держав — Польщі, Словаччини, Угорщини, Румунії, а також з провідними тур-операторами високорозвинених держав світу, де розробляються туристичні маршрути і реалізується основна частина туристичних путівок.

У багатьох країнах світу, в тому числі у наших сусідів — Польщі, поступово стає модним серед найбільш заможних прошарків населення так званий *celebrities tourism*. Він зародився у Великобританії і дуже швидко поширився по країнах Європи і в США. *Celebrities tourism* означає проведення як короткотривалого (часом лише вікенд), так і середнього за часом (як правило, до двох тижнів) відпочинку з відомими у країні та за її межами людьми — політиками, артистами, журналістами, спортсменами.

Так, за проведені з відомою в минулому співачкою Сюзі Кватро вихідні дні чи навіть з наближенням до королеви лакеєм треба чекати в черзі тижнями. У пропозиціях Британського бюро *We Do Weekends* за 300 фунтів-стерлінгів можна викупити дводенне перебування на престижних англійських курортах з відомими зірками англійської естради, спеціалістами вузького профілю в екстравагантних і атрактивних галузях діяльності. Так, у пакеті пропозицій знаходяться не лише стандартні виступи вокалістів відомих груп, але також лекції співу, котрі можуть дати відомі співаки, а колишній лакей королівського двору навчить, як правильно організувати стильний пікнік, чи свято Геллувін, і навіть, як тактовно дати зрозуміти гостям, щоби ті вже збиралися собі додому. Учасники таких виїздів можуть собі також викупити лекції тай-чі, гольфа чи ікебани — все за участю відомих спеціалістів.

На відміну від Великобританії, де клієнти спілкуються переважно з відомими зірками і спеціалістами, котрі вже відійшли від активної діяльності, у Польщі процвітає зацікавлення самим лише товариством відомих людей першої величини. Так, щоби провести тиждень на гірськолижних курортах в Доломітових Альпах (Італія) в товаристві з відомими польськими артистами треба було минулої зими викласти 650 євро з особи (без витрат на дорогу). Пропозиція передбачала цілоденний контакт з зірками. З ними можна було кататися на лижах, танцювати на вечірній дискотеці, жартувати, харчуватися тощо.

Відомі польські мандрівники пропонують туристичним групам з 20 осіб кількденні подорожі екстремального характеру у джунглі Амазонії, на Галапагоські острови тощо. При цьому браку бажаних немає, незважаючи на непередбачені труднощі і небезпеки [1].

З огляду на міжнародний досвід, треба, очевидно, і нашим тур-операторам розробити різні атрактивні форми відпочинку з відомими українськими артистами, журналістами, спортсменами, політиками, науковцями, спеціалістами рідкісних професій тощо. Такий відпочинок для вузького кола людей з відомими зараз і в минулому особистостями з одночасним практичним освоєнням деяких навиків можна організувати як на престижних курортах України (Крим, Карпати, чи навіть дводенне перебування на базах відпочинку поблизу Києва), так і за рубежом. Виважена робота зі знаменитостями, їх продюсерами чи менеджерами, врахування зацікавлень і очікувань потенційних клієнтів, добре продуманий активний і змістовний відпочинок, приносить, як правило, відчутні прибутки. Серед усіх завдань такого виду туризму і відпочинку не варто забувати про особливі заходи особистої безпеки відомих особистостей, їх вибагливі потреби, котрі, звичайно, покриваються за рахунок особливо високої ціни на celebrities tourism для потенційних клієнтів.

Ще одним недостатньо розвиненим напрямом туризму є організація відвідування нашої держави та обслуговування колишніх уродженців України і членів їх родин, а зараз громадян іноземних країн. Поки що задоволення потреб такої категорії іноземних туристів не має впорядкованого комплексного характеру, належить до маргінального напрямку туристичного бізнесу, а в переважній більшості випадків організовується іноземними туристичними бюро, внаслідок чого наші туристичні фірми втрачають ймовірні доходи.

До таких груп туристів у першу чергу належать вихідці з України, котрі добровільно чи примусово емігрували в міжвоєнний, воєнний чи повоєнний періоди, але зберегли історичну, культурну, часом родинну прив'язаність до місця народження, тому з певною періодичністю приїжджають до нас в гості. Тут не будемо говорити про людей української діаспори, туристичні поїздки яких є вже стабільним і масовими, хоч вони організовані не завжди найкраще. Йдеться про представників інших народів, котрі протягом багатьох десятиків і сотень років в минулому проживали на українських землях, зокрема про наших колишніх співвітчизників та членів їх сімей переважно польського, німецького, єврейського походження. Ці люди сформували у своїх країнах культурно-просвітні товариства, котрі організовують туристичні поїздки в Україну, а програми їх мандрівок, інформаційне забезпечення, доволі якісно видані путівники і буклети мають здебільшого вузько спрямований, національно і культурно зорієнтований характер. До того ж на місцях вони користуються послугами представників відповідних національних культурних товариств.

Треба нарешті відверто говорити не лише про упущені доходи у налагодженні туризму для такої категорії людей, а й про значні прогалини у пізнанні української історії, пропагуванні української культури та мистецтва. Ми повинні добре вивчити історію та культуру інших народів, котрі тривалий час проживали на наших землях, дослідити сучасну культурно-просвітню діяльність вихідців з України у місцях теперішнього проживання, а відтак подбати про їхні зацікавлення і потреби під час відвідання України. При цьому треба запропонувати вдале поєднання відвідування місць та пам'яток їхньої національної історії та культури з важливими об'єктами українського походження. Необхідно також постійно поновлювати інформацію про стан туристичного обслуговування та інфраструктури в Україні. Серед першочергових заходів у організації цього виду туризму треба розглянути правове забезпечення обслуговування цієї категорії туристів виключно українськими фірмами.

З поміж розмаїтих форм транскордонного співробітництва зростають обсяги та якість туристичного обслуговування. При цьому туризм розглядається як пріоритетна форма співробітництва не лише у межах єврорегіональних об'єднань, а й як напрям співробітництва органів місцевого самоврядування, наприклад він займає вагомe місце в угодах про співробітництво прикордонних районів України та повітів Польщі. Серед пріоритетних видів транскордонного туризму можна виділити не лише відвідування пам'ятних місць національної історії та культури чи родинних місць, наприклад могил предків, могили автора українського гімну М. Вербицького чи місць релігійних прощ українцями у прикордонних районах Прикарпатського воєводства Польщі. Все частішими стає організація агро туризму у прикордонні, який зорієнтовний не лише на вітчизняного, а й на іноземного споживача. Так, значна частина агротуристичних господарств в прикордонній зоні Закарпатської області України орієнтується на туристів з Угорщини. Тут не йдеться про так званих неорганізованих туристів, котрі щоденно перетинають кордон з метою купівлі та збуту певної групи товарів, ціна на які суттєво відрізняється з протилежного боку кордону. Розвиток транскордонного туризму також потребує дослідження, систематизації і повноцінного включення до програм соціально-економічного розвитку прикордонних районів і областей.

Великі можливості в активізації розвитку туризму і урізноманітненні туристичних послуг є в компетенції регіонів України. Адже не так в столиці, як на місцях краще знають переваги і недоліки розвитку туристичного сектора економіки. Серед пріоритетних завдань Державної програми розвитку туризму в Україні на 2002—2010 рр. можна виділити такі, котрі безпосередньо чи опосередковано стосуються регіонального розвитку туризму:

— оптимальне використання переваг географічного положення та природно-ресурсного забезпечення окремих регіонів і центрів за рахунок проведення ефективної транзитної політики, активізації прикордонного туристичного обміну, розвитку системи комунікацій, і перш за все, облаштування транс'європейських комунікаційних коридорів і прикордонних переходів;

— створення сприятливого інвестиційного клімату на макрорівні і мікрорівні з метою залучення інвестицій в туристичну сферу шляхом створення вільних економічних зон рекреаційно-туристичного профілю;

Очевидно, що зростання повноважень регіонів України у вирішенні проблем соціально-економічного розвитку значною мірою стосується і активізації власних можливостей та засобів прискореного зростання туристичного сектора економіки. Це далеко не повністю використаний резерв, що потребує комплексного і системного дослідження та ефективної реалізації.

Література

1. *Zaczynski M.* W 80 dni dookola Celebrity// Wprost — 2005. — № 40. — S. 76—77.

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Важливою складовою стратегії підприємства є інноваційна стратегія. Вона включає цілі та заходи щодо інноваційних продуктів та процесів і тому має вирішальне значення для позиціонування підприємства на ринку. Йдеться про питання стратегічного вибору комбінації «продукт — ринок», який забезпечують існування підприємства у майбутньому. Процесні та соціальні інновації також можуть допомогти у збереженні стратегічної ринкової та конкурентної позиції, наприклад, призвести до скорочення витрат, прискорення оборотності і до підвищення мотивації персоналу.

Поняття «стратегія» (грецьке *strategos* — мистецтво перемогати) у сучасному розумінні — це сукупність усіх дій управлінського характеру, спрямованих на зміцнення позицій організації (підприємства, корпорації) і задоволення споживачів, які сприяють досягненню місії та цілей організації.

Існує багато визначень управлінської стратегії. В огляді, присвяченому питанню стратегії в науковій літературі, Р. Сміт характеризує дану тему як «термінологічне міне поле». Такі поняття, як «стратегічне планування», «корпоративне планування», «корпоративна стратегія», «стратегічний менеджмент», «стратегія бізнесу» застосовуються дуже широко і часто як синоніми. Проте деякі вчені розрізняють дані поняття.

Інноваційна стратегія — один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни загалом.

Слід визначити, що будь-які стратегічні кроки організації мають інноваційний характер, оскільки вони так чи інакше ґрунтуються на нововведеннях в економічній, виробничій, збутовій чи управлінській сферах

Кризова ситуація в інноваційній сфері української економіки зумовлена насамперед відсутністю інноваційної стратегії в управлінні інноваційною діяльністю. Головною метою інноваційної стратегії в нашій державі є запобігання розпаду науково-інноваційної сфери і створення передумов для швидкого та ефективного впровадження технічних і технологічних інновацій в усіх сферах господарської діяльності, забезпечення структурно-технологічної передумови як на рівні підприємств, так і економіки в цілому.

В основі розробки інноваційної стратегії мають лежати стратегічні управлінські рішення, які:

- орієнтовані на майбутнє і на постійні зміни середовища;
- пов'язані з залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу;
- характеризуються гнучкістю, здатністю адаптуватися до змін ринкового середовища;
- ураховують неконтрольовані організацією зовнішні чинники.

Інноваційними стратегіями можуть бути: інноваційна діяльність організацій, що спрямована на одержання нових продуктів, технологій, послуг; застосування нових методів НДВКР, виробництва, маркетингу, управління; перехід до нових організаційних структур; застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів. Відносно внутрішнього середовища інноваційної стратегії підрозділяються на кілька великих груп: продуктові (портфельні, підприємницькі, бізнес-стратегії, скеровані на створення і реалізацію нових виробів, технологій і послуг); ресурсні (фінансові, трудові,

інформаційні, матеріально-технічні); організаційно-управлінські (технології, структури. Методи управління). Це спеціальні інноваційні стратегії.

Інноваційні стратегії є також однією зі складових економічної стратегії і з цього боку можуть розглядатися як набір правил, методів і засобів пошуку найкращих перспектив для організації напрямів розвитку науково-технічних досліджень, ресурсної політики для їх реалізації.

Як свідчить теорія і практика, інноваційні стратегії через свої особливості є, з одного боку, ефективним управлінським інструментом, а з іншого — створюють низку проблем в управлінні організацією. Інноваційні стратегії:

- прискорюють постійний розвиток організації в умовах ринку;
- забезпечують переваги в конкурентній боротьбі на основі лідерства в технології, якості продукції, послуг;
- визначають позицію на ринку, набір основних товарних ліній;
- сприяють лідерству в цінах;
- створюють основу для суспільного визнання фірми (організації).

З іншого боку, інноваційні стратегії створюють для проектного, корпоративного, інноваційного управління складні умови, серед них, зокрема:

- підвищений рівень невизначеності кінцевих результатів за строками, витратами, якістю й ефективністю, що потребує розвитку такої специфічної функції, як управління інноваційними ризиками;
- підвищення інвестиційних ризиків проектів і особливо довгострокових, що потребує пошуку більш ризикових інвесторів;
- збільшення потоку змін в організації, реалізація будь-якої інноваційної стратегії пов'язана з неминучістю перебудови (реструктуризації) організації, оскільки зміна в системі будь-якого елемента веде до змін стану всіх інших.

Особливим видом стратегії в туристичному бізнесі, на нашу думку, є віолентна, патієнтна, комутантна, експлерентна. Ринок туристичних послуг в контексті названих стратегій передбачає їх відмінності в цілях формування в певному сегменті ринку.

В умовах інтенсивного розвитку туристичного бізнесу особливу роль набувають наступальна, оборонна та імітаційна стратегії. Наступальна стратегія — активний пошук та розробка нововведень, які несуть упереджений характер. Прийняття компанією наступальної стратегії потребує значних змін в організаційній структурі. Такі туристичні фірми мають запас «економічної міцності», що виражається в наявності портфелю нової конкурентноздатної продукції.

Оборонна стратегія націлена на утримання конкурентних позицій на вже освоєних ринках, збереження стабільного положення. Основна функція такої стратегії — активізація співвідношення «затрати-результат» в інноваційному процесі.

Імітаційна стратегія використовується фірмами, які мають сильні ринкові та технологічні позиції.

Специфічними внутрішніми поштовхами до інновацій можуть бути:

- інноваційний потенціал нової ідеї;
- виявлена і чітко окреслена проблема, для якої, на думку керівництва товариства, повинне бути знайдено рішення;
- високі шанси на успіх та майбутні прибутки для туристичних продуктів, які уже запроваджені на ринок;
- філософія та культура товариства, зорієнтовані на інновації.

До іншої важливої і дієвої групи інноваційних імпульсів можна віднести кризові ситуації. У часи економічного зростання більшість підприємств займає задоволено-

пасивну позицію, а їх дії спрямовані на уникнення ризику та мінімум інновацій. У кризових ситуаціях, навпаки, підприємства демонструють значну готовність до ризиків, проблеми аналізуються ґрунтовніше, а наявні ресурси концентруються на вирішенні проблем, які загрожують існуванню туристичного підприємства.

З метою зменшення ризику поразки на ринку у ході розроблення і впровадження нового товару доцільно змодельовати процес прийняття рішення стосовно оптимального варіанта нового продукту, стратегії і тактики його збуту.

Модель прийняття рішення щодо розробки нового туристичного продукту в товаристві повинна опиратися на загальноприйняту, що містить в собі наступні кроки:

- виявлення внутрішніх чинників туристичної фірми;
- формування варіантів нових туристичних продуктів;
- формування ринкового середовища;
- проведення SWOT — аналізу;
- визначення потреб туристів;
- формування на підставі результатів SWOT — аналізу та потреб туристів оптимального варіанту нового туристичного продукту;
- формування стратегії збуту нового продукту;
- вибір оптимального стратегії збуту продукту;
- виз. стратегії в разі зміни ринкового середовища та потреби в новій інформації;
- тактичні рішення відповідно до стратегії;
- прийняття рішення.

З метою підвищення ефективності розробки стратегій підприємства пропонуємо застосовувати методи колективного прийняття рішень, таких як «круглий стіл», «мозковий штурм». Таким чином, вибір стратегії, дотримання наукових засад її формування забезпечить ефективне функціонування підприємства на ринку туристичних послуг.

Література

1. *Круглова Н. Ю.* Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. 2-ге видання. — М.: Видавництво РДІ, 2001. — 352 с.
2. *Морозов Ю. П.* Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. — М.: ЮНІТІ — ДАНА, 2001. — 446 с.
3. *Сухоруков А. І.* Економіка та організація інноваційної діяльності. К.: Інститут муніципального менеджменту та бізнесу, 2001. — 184 с.

ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ПРІОРИТЕТИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Туристична сфера, як відомо, є одним з найбільш динамічних та прибуткових видів бізнесу — вона приносить понад 600 млрд. доларів прибутку щорічно і займає третє місце після нафтодобувної промисловості та автомобілебудування. А тому, хоч і потерпає від нестримної конкуренції, постійно створює передумови для формування нових конкурентних переваг та засобів виживання.

Туристичні організації докладають чимало зусиль, аби домогтися власних ринкових пріоритетів, які б дали змогу компанії виділитися з-поміж конкурентів і таким чином забезпечити собі більш ефективне існування в напруженому бізнес середовищі. Це стосується, передусім, удосконалення елементів комплексу маркетингу, зокрема сучасного сприйняття туристичної послуги як товару, засобів просування, територіального охоплення, маркетингової цінової політики тощо. Але для успішної реалізації таких прагнень туристичній компанії необхідно чітко визначитись у деяких зовнішніх та внутрішніх організаційних питаннях, без вирішення яких стає неефективним, а той зовсім неможливим створення конкурентних переваг і відповідного бізнес-агресивного функціонування туристичної компанії.

Відомо, що конкуренція штовхає учасників ринку до пошуку все нових форм і методів діяльності, які б давали змогу сформувати особливу, а нерідко просто унікальну ринкову пропозицію.

У світі активно розвиваються такі види туризму, як культурно-пізнавальний (відвідування відомих історичних місць, знайомство з пам'ятками, національними парками країн), лікувально-оздоровчий (санаторно-курортне лікування та оздоровлення), науковий (участь у наукових конференціях, обмін фахівцями, запрошення зарубіжних викладачів та консультантів), екстремальний (туризм на виживання). Слід вказати на відчутно виражену тенденцію до поглиблення диференціації туристичних послуг. Майже окремим видом діяльності останнім часом став, наприклад, так званий міський туризм, який є по суті різновидом культурно-ознайомчого, але створює окрему ринкову перевагу, поглиблюючи та удосконалюючи якість пропонованої туристичної послуги.

Фахівці туристичного бізнесу в Європі протягом останніх десяти років мріють про створення «ідеальної туристичної організації», яка б оптимально відповідала сучасним завданням розвитку туризму, та якої на сьогоднішній день ще не винайдено. Звичайно, цей процес можна вважати поступовим, бо вимагає він послідовного удосконалення організаційних засад туристичної діяльності.

У сучасних умовах переходу України до ринкової економіки в кожній галузі відбувається пошук нових шляхів і методів виробництва, здійснюється аналіз сучасного стану, окреслюються перспективи на майбутнє.

Ці процеси характерні також для туристичної галузі, яка спрямована на отримання прибутку через задоволення туристичних потреб населення, надання йому різноманітних туристичних послуг у вигляді житла, харчування, транспортного й екскурсійного обслуговування та іншого сервісу.

Туризм — це єдина виробнича галузь, про яку майже всі згадують із задоволенням. Адже це слово асоціюється у людей з тим місцем, де вдалося побувати в минулому і яке хочеться відвідати у майбутньому.

Розвиток туризму в Україні особливо актуальний, оскільки саме завдяки туризмові Україна може поліпшити соціально-економічну ситуацію. Сфера туризму підтримує майже 50 суміжних галузей та створює додаткові робочі місця.

Туризм — це одна з найбільших і найдинамічніших галузей світової економіки, на яку припадає майже 6 % світового валового національного продукту, 7 % світових інвестицій і 5 % усіх податкових надходжень.

У багатьох країнах туризм перетворився в одну з провідних галузей економіки, став надійним джерелом поповнення бюджету. У державах, що активно розвивають цю галузь, іноземний туризм дає змогу розв'язувати багато соціально-економічних проблем.

У зв'язку з демонополізацією попередніх туристичних структур і появою великої кількості нових, туристичний бізнес розвивається швидкими темпами, адже в Україні незважаючи на складну соціально-економічну ситуацію, для цього є всі передумови. Україна має все необхідне для розвитку сучасної туристичної індустрії.

На сьогоднішній день в Україні швидкими темпами розвивається туристична діяльність. А отже збільшується число суб'єктів, які надають туристичні послуги.

Протягом 2003 року туристичну діяльність провадили 3,9 тис. суб'єктів туристичної діяльності (ліцензіатів), що на 23 % більше ніж у 2002 році.

Всього за 2003 рік суб'єкти туристичної діяльності України надали послуг майже 2,9 млн. туристів та близько 2,7 млн. екскурсантів, що на 26 % та 35 %, відповідно, більше ніж у 2002 році. Розподіл обслуговуваних осіб за видами туризму свідчить, що ліцензіати, як і в попередні роки, займаються переважно внутрішнім та в'їзним (іноземним) туризмом: в'їзні (іноземні) туристи 590, 6 тис. осіб (21 % від загального числа); внутрішні туристи — 1 млн. 922 тис. осіб (67 % від загального числа). Цю картину наглядно ілюструє рисунок 1.

У 2003 році, на відміну від 2002 року, туристичні потоки по всіх видах туризму зростали прискореними темпами. Найстрімкіше зросли обсяги в'їзного туризму — в 1,4 рази, внутрішній туризм збільшився на 24 %. У 2002 році приріст у цих видах туризму був незначним та помірним: 0,4 % та 3,9 %, відповідно. У виїзному туризмі темпи приросту турпотоків є сталими: у 2002 році на 12 %, у 2003 році на 14 %. Перевищення обсягів внутрішнього турпотоків над обсягами виїзного турпотоків у 5,1 рази у 2002 році та у 5,6 рази у 2003 році є позитивною ознакою досить широкого внутрішнього ринку та гарантією стабільного розвитку економіки в галузі туризму, зокрема щодо діяльності туроператорів та турагентів. Окрім стрімкого зростання потоків внутрішніх туристів про поліпшення економічного стану в країні та галузі свідчить також і збільшення у 1,5 рази обсягів споживання туристами послуг за рахунок подовження середньої тривалості обслуговування.

В регіональному розрізі збереглася тенденція диспропорційності розвитку туризму. Більше половини обсягів туристичної діяльності припадає на три регіони — АР Крим, м. Київ, Одеську область, які розвинені всебічно у різних галузях економіки. Водночас у регіонах, що є депресивними в інших галузях, туризм також не набув належного розвитку, незважаючи на наявність необхідних для цього природних, історико-культурних та трудових ресурсів.

Попит на туристичні продукти перебуває під впливом різних факторів. За рахунок підвищення ефективності роботи підприємств галузі та інтенсифікації праці збільшилися обсяги наданих ними послуг. Сукупний обсяг послуг, наданих у 2003 році підприємствами туристичної та курортної галузей, становить понад 4,1 млрд. грн., що на 34,4 % більше ніж у 2002 році (3,1 млрд. грн. та 12,2 %, відповідно). Кількість осіб, які користуються туристичними послугами з кожним роком збільшується. Тенденція до збільшення простежується у всіх категоріях туристів, а саме в'їзних, внутрішніх, екскурсантів. Якщо аналізувати показники 2002 та 2003 років, то

видно, що у 2003 році частка в'їзних (іноземних) туристів збільшилася на 19 % порівняно з 2002 роком, у внутрішньому туризмі також простежується збільшення частки на 5,3 % за той самий період, кількість екскурсантів теж збільшилася у 2003 році на 3,9 % порівняно з 2002. Загалом обсяг туристського споживання за згаданий період збільшився на 18,1 %, що свідчить про активний розвиток галузі.

За даними Держтурадміністрації України, у 2003 році в екскурсіях взяло участь 2,7 млн. осіб.

За даними Адміністрації Держприкордонслужби України, з метою туризму Україну відвідало 12,5 млн. іноземців. Кількість громадян України, які виїжджали за кордон, становила 14,8 млн.

У 2002—2003 роках діяло 65 самостійних закладів одно- і дводенного перебування на 5,3 тис. місць у місяць максимального розгортання.

У санаторіях та закладах відпочинку лікувалось і відпочивало 3,1 млн. громадян, з них 2,9 млн. — лікувались і відпочивали протягом тривалого часу.

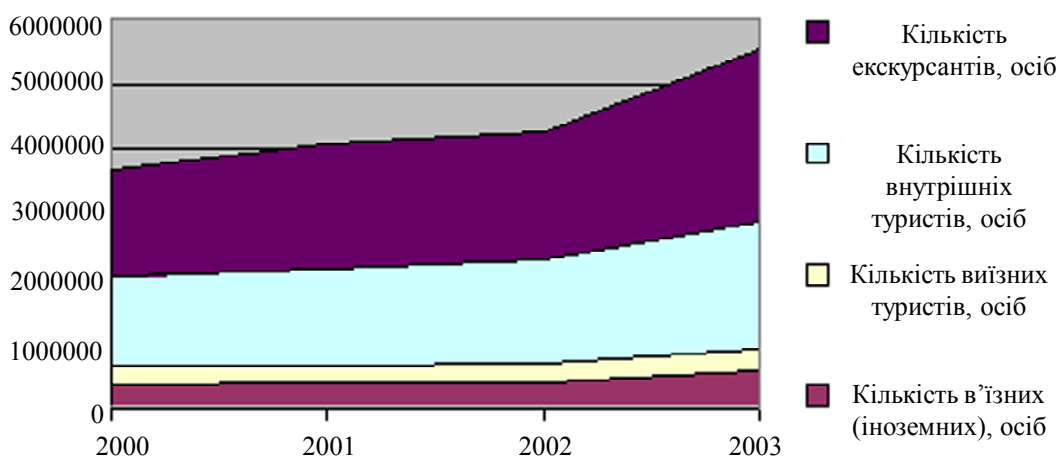
Зростання туристичних потоків зумовлює збільшення попиту та обсягів споживання туристами товарів та послуг різних галузей національної економіки, стимулюючи їх розвиток та приріст виробництва.

В Україні обсяг ринку зростає і за рахунок збільшення кількості екскурсантів. Взагалі кількість екскурсантів переважає внутрішніх туристів, це чітко видно з рисунку 2.4, де

Таблиця 1.

Основні показники суб'єктів туристичної діяльності

Рік	Кількість підприємств, що надали послуги, одиниць	Кількість в'їзних (іноземних) туристів, осіб	Кількість виїзних туристів, осіб	Кількість внутрішніх туристів, осіб	Кількість екскурсантів, осіб	Обсяг наданих туристичних послуг, тис. грн.
2000	2448	377871	285353	1350774	1643955	803601
2001	2562	416186	271281	1487623	1874233	1206668
2002	3134	417729	302632	1544956	1991688	1386132
2003	3864		344332	1922010	2690810	2093160



показано, що протягом 2000—2003 років, екскурсантів було більше. В 2000 році їх в нашій країні було 1649956 осіб, а вже у 2003 — 2690910 осіб. Ці показники є досить втішними, оскільки це свідчить про те що наша країна з кожним роком стає все цікавішим об'єктом для туристів, які хочуть ближче познайомитися з Україною, її культурою, історією тощо.

У 2002 році Україну відвідало 6430940 осіб іноземних туристів, найбільше туристів було з Білорусі, Молдови, Росії, Угорщини. А вже у 2003 році частка іноземних туристів збільшилася на 42,7 % у порівнянні з 2002 роком. Але разом з тим, помітно зменшилася частка туристів з Азербайджану — на 54,5 % менше ніж у 2002 році, з Грузії — на 47,9 %, зі Словаччини — на 38,5 % відповідно. А ось з Ізраїлю навпаки частка туристів в Україну збільшилася у 2003 році на 55,4 %, з Росії на 71,7 % більше ніж у 2002 році. Але незважаючи на ці тенденції щодо зменшення частки туристів деяких країн, все ж туристичні потоки в Україні з кожним роком збільшуються.

Загалом обсяг туристичних послуг з кожним роком збільшується, а кількість бажаючих і тих, хто є безпосередніми споживачами туристичного продукту, зростає.

Отже, основними тенденціями розвитку туристичного ринку України є наступні:

- значна частина туристів, особливо заможних, є активними покупцями розваг, що пропонують заклади грального бізнесу. Отже, туристична галузь зацікавлена в розвитку цієї сфери, виведенню її з «тіні». Цьому можуть посприяти зниження цін на патенти, розробка єдиних для всієї країни ліцензійних умов, впровадження прозорої методології оподаткування виграшу гравців, відпрацювання термінології тощо;

- коло суміжників туристичних підприємств, послуги яких дозволяють запропонувати якісний туристичний продукт, не обмежується стандартними видами. Зрозуміло, що залежно від мети подорожі турист може потребувати послуг великої кількості інших видів суміжників, у тому числі закладів спорту, виробників сувенірів і спортивного знаряддя тощо. Тому чим ширше коло партнерів буде мати туристичне підприємство, тим більше в нього можливостей задовольнити різноманітні потреби туристів;

- відпочиваючих усього світу все більше цікавлять не стільки природні, скільки штучно створені атракціони. Тому першочерговим завданням в Україні для швидкого досягнення звичної для розвинутих країн норми забезпеченості аквапарками, діснейлендами та іншим є розробка нормативно-технічної документації для будівництва названих комплексів, а також намагання усунути причини обережності інвесторів;

- туристичні підприємства можуть значно розширити пропозицію для споживачів, що надають перевагу освітнім та пізнавальним турам. Просування цього виду туризму потребує спільних зусиль з боку операторів туристичного ринку, працівників закладів культури та держави. До речі, для «виведення на ринок» багатьох із занедбаних на сьогодні скарбів вітчизняної культури наразі необхідна державна підтримка.

Викладене дає підстави для певних висновків. У ХХІ столітті туризм має стати одним з найефективніших засобів формування системи загальнолюдських цінностей, сприяючи становлення єдності різноманітного світу, в якому «вільний розвиток усіх є умовою розвитку кожного».

Стратегія розгортання туристичної індустрії в Україні полягає, в першу чергу, у виробленні державної політики, основою якої є ставлення до туризму як одного з пріоритетних напрямів розвитку національної культури й економіки. Для реалізації туристичного потенціалу України повною мірою держава повинна забезпечити туристам комфортні і безпечні умови для приїзду в Україну, проводити ефективну політику розвитку масового туризму, спростити і прискорити оформлення віз, скасувати візовий режим для країн, зменшити готельний збір, розгорнути реалізацію проектів з будівництва готелів високої категорійності та ряд інших питань.

Література

1. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. — Київ: Центр навчальної літератури, 2004. — 272 с.
2. Агафонова Л.Г., Агафонова О.С. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. — К.: Знання України, 2002.
3. Тур-калейдоскоп // Міжнародний туризм. — 2004. — № 1—6, 2005. — № 1—2.
4. Статистичний щорічник України за 2003 р. Statistical Yearbook of Ukraine for 2003 / Держ. ком. стат. Укр. — К.: Консультант, 2004. — 632 с.
5. Роль деяких суміжників у створенні якісного туристичного продукту. Л. Шульгіна, О. Потішук // Економіст. — 2005. — № 2. — С. 64—67.

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА ТА ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ

Невід'ємною складовою світогосподарських зв'язків є національна економіка з усіма її складовими. Основною складовою національної економіки України є туристична галузь, галузь, «яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує бсяги виробництва туристичного продукту» [6].

Туристична галузь — це особливий вид людської діяльності, особливий інститут національної економіки. Ця галузь на сьогодні має близько 3, 5 трлн. дол. оборотного капіталу [1] «Галузь вражень», як іноді називають туристичний бізнес, перетворилася в одну з найприбутковіших. Щорічні прибутки від туризму у світі становлять майже 3 трлн. дол. [3], а прогноз доходів від туризму на 2020 рік-2-трлн. дол., або 5,4 млрд. дол. щодня [1]. Так швидко організувати бізнес не можна в жодній галузі національної економіки, як це робиться в туристичній. «В умовах розбудови української держави-це дієвий засіб становлення ринкової економіки і підприємницької діяльності» [1].

Саме наявність національних туристичних ресурсів визначає формування туристичного бізнесу в країні. Україна фактично володіє всіма ресурсами: природно-кліматичними, культурно-історичними, рекреаційними і т. д., які створюють добрі передумови для розвитку багатьох видів туризму як в національному так і в міжнародному масштабі. Серед традиційних видів туризму щодо України слід виділити ті види, які незалежно від інфраструктури, будуть завжди функціонувати. Основні серед них: туризм спадщини — це подорожі, які здійснюють ті, хто емігрував з України або їхні діти з метою ознайомлення з культурною спадщиною прабатьківщини, батьківщини предків; етнічно-прикордонний — з метою відвідування родини або закупок; релігійний туризм, особливо з метою відвідування святинь і святих місць; рекреаційний туризм, з метою відпочинку та лікування. Кількість туристів, які відвідують Україну щороку, зростає. У 2002 р. кількість іноземних туристів становила 6,3 млн. осіб, а у 2003 р. — зросла до 6,8 млн. туристів [1]. Сфера послуг, а саме туризм в Україні на сучасному етапі її розвитку найбільш позитивно може вплинути на зайнятість населення, — є соціальною основою національної економіки.

Середня чисельність працівників туристичної та курортної галузей в Україні дорівнювала 189,5 тис. осіб, а у 2003 р. 192 тис. осіб [1]. Як показує світовий досвід, показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, оскільки витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу у 4,2 рази вища, ніж в інших галузях господарства [5].

«Україна з перших днів незалежності впевнено стала на шлях створення власної туристичної індустрії, проголосивши туризм пріоритетною галуззю розвитку економіки» [4]. Про велике значення туристичної галузі для розвитку економічної та соціальної сфери України свідчить і прийнята Кабінетом Міністрів від 29 квітня 2002 р. № 583 «Державна програма розвитку туризму на 2002—2010 рр.». Добре розроблена урядова програма дає змогу дотримуватися стратегії, а в процесі роботи використовувати тактику. Саме до стратегічних питань відносяться основні цілі уряду щодо покращення розвитку туристичної галузі в Україні.

Слід відзначити, що якщо інші галузі після розпаду більшовицької імперії теж занепадали, то система туризму і оздоровлення була в не найгіршій ситуації, а це означає, що потрібно було починати самостійно, але не з нуля. Інша справа, що майже весь комплекс галузі потребує модернізації та реконструкції, а це в свою чергу вимагає

інвестиційної активності як вітчизняних так і зарубіжних інвесторів. Добру справу можуть зробити і ті, хто вже пройшов життєво-заробітчанську школу за кордоном і зараз може використовувати свій досвід у себе дома, в Україні. Особливо це стосується культури обслуговування.

Беручи до уваги вищесказане та наявний природно-рекреаційний та історично-культурний потенціал, можна говорити про перерозподіл ресурсів у національній економіці та їх ефективний наслідок. Взяти хоча б для прикладу, що з Карпат завжди люди виїжджали на заробітки, то завдяки розвитку туристичної галузі більшість з них може знайти місце праці на місці, тим більше набутий у різних галузях досвід роботи у Чехії, Росії, Німеччині може біти використаний на місцевому ґрунті з іноземним колоритом, що також буде приваблювати чужинців. Згадаймо цілі поселення німців у Тячівському районі, угорців у Берегівському Закарпатської області та в інших регіонах. Особливо у зв'язку з цим слід підняти оздоровчо-відпочинкове та лікувальне господарство у Карпатах, на Волині та в інших регіонах України. І насамперед слід зробити модернізацію старих часом випробуваних лікувально-оздоровчих центрів України. Це, в свою чергу, стане доброю мотивацією до праці, особливо сільських жителів, та зменшить міграцію працездатних і працелюбних.

Велика роль в обслуговуванні туристів належить туристичним фірмам, які незалежно від бажань і можливостей своїх клієнтів обслуговують більшість споживачів.

Туристичною діяльністю в Україні на сьогодні займаються 2,5 тис. підприємств, на яких працюють понад 100 тис. осіб [3].

Особливо цінними є і їхні послуги-екскурсії по місті, по музеях, подорожі в курортні центри і взагалі по історичних та визначних місцях. З одного боку, організовуючи відпочинок, вони сприяють відновленню сил, енергії мандрівників та задоволення їхніх потреб у пізнанні чогось нового, або згадки про минуле.

З іншого боку, відбувається надходження фінансових ресурсів до бюджетів різних рівнів, що суттєво впливає на економічний розвиток міст та сіл і країни в цілому.

Так Австрію, населення якої становить 8,6 млн. жителів, щорічно, відвідують 18,2 млн. мандрівників, а надходження до бюджету перевищують 12 млрд. дол. США на рік [3].

Особливо слід сказати про «зелений туризм», який більше ніж будь-який інший сприяє забезпеченню робочими місцями жителів сіл, особливо молоді, жінок та пенсіонерів. Така діяльність пов'язана із задоволенням особистих потреб, але сприяє як задоволенню суспільних потреб, так і зайнятості населення в цілому. У даному випадку туризм виступає мотивацією до праці для незайнятих, тих, хто хоче працювати, а це впливає на підвищення культури як в гостинності, так і в обслуговуванні, а також розвитку інфраструктури села, від якої знову ж залежить приплив туристів. Адже передача відувачів про відвідуванні місця є своєрідною рекламою, яка впливає на збільшення туристичного потоку в ці місцевості. Безумовно, що розвиток туризму вимагає розгалуженої інфраструктури національної економіки: доріг, сфер обслуговування, зв'язку, культури та ін. А для цього потрібні інвестиції. Взагалі, одним з базових орієнтирів державної економічної стратегії має бути максимальне зближення параметрів підприємницького та інвестиційного клімату. Адже туризм, з однієї сторони, мотивує розвиток різних галузей національної економіки, а, з другого боку, від культури цих галузей і їхнього потенціалу залежатиме розвиток туристичної індустрії в державі взагалі. Підтвердженням цього служать такі факти: «Чисельність працівників підприємств туристичної галузі складала у 2000 році 113,3 тис. чоловік та з врахуванням працівників задіяних для обслуговування туристів в інших галузях, туризмом забезпечувалась зайнятість майже 1, 86 млн. людей» [5].

Туризм чи не єдина галузь національної економіки, де зайнятість постійно зростає, тому що залучає жінок, молодь та пенсіонерів. Сучасний туризм — роботодавець 127 млн. чол., тобто кожного 15-го працюючого в світі [1].

Завдяки туризму Україна може не тільки поліпшити своє соціально-економічне становище, але швидше ввійде до світового інтеграційного співтовариства на рівних, ніж будь-якої іншої галузі. Чим вищий розвиток туристичного потенціалу регіону чи країни, тим швидше він може призвести до загального підвищення зайнятості, рівня життя і якості населення та добробуту нації в цілому. Адже сфера туризму підтримує майже 50 суміжних галузей та створює додаткові робочі місця. Один турист дає роботу 10 особам. Створення одного робочого місця в туризмі в 20 разів дешевше, аніж у промисловості [3].

У багатьох країнах світу туризм є найбільш прибутковим видом економічної діяльності. США щороку заробляє на туризмі — 60, 4 млрд. дол., Франція — 30 млрд. дол., Іспанія — 21 млрд. дол.

Держава, приймаючи туристів, не тільки створює робочі місця для своїх громадян, але й одержує великі доходи від ввозу валюти. Наприклад, обсяги валютних надходжень від туризму в світі зросли з 1950—1995 рр. у 144 рази [3].

Туристична галузь найбільш інтегрує в світове співтовариство, тому що тут здійснюється як торгівля послугами, так і товарами. Частка послуг у туризмі становить 75 %, товарів 25 % [3].

Взагалі індустрія туризму — це найбільш гуманна галузь, в якій при якісному обслуговуванні всі залишаються задоволеними: як споживачі, так і виробники, а туристичний обмін є унікальним фактором не тільки інтеграції та глобалізації, але й економічного піднесення країни.

Література

1. Басюк Д. І. Основи туризмології: Навчально-методичний посібник. — Кам'нець-Подільський: Аксіома, 2005 р. — С. 4—6.
2. Державна програма розвитку туризму на 2002—2010 рр.
3. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. — Київ: Центр навчальної літератури, 2004. — С. 9.
4. . . Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Зелена Буковина, 2003. — С. 6.
5. І. . та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник// за ред. проф. І. М. Школи. — Чернівці, 2003. — С. 16.
6. План розвитку туризму до 2010 року// Гостиничний и ресторанный бизнес, № 5, 2002. — С. 9.
7. Основні напрми розвитку туризму в Україні до 2010 р.// Урядовий кур'єр, № 39, 1999 р.

ТУРИЗМ ЯК ОДНА ІЗ ГАЛУЗЕЙ АКТИВІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕПРЕСИВНИХ РЕГІОНІВ

Перехід економіки нашої країни до ринкових відносин зумовлює необхідність реструктуризації господарства як у галузевому, так і в територіальному плані. Пріоритетного розвитку у регіонах повинні набути ті галузі, для розвитку яких є найбільш сприятливі умови і достатні ресурси. У т. з. депресивних регіонах, що мають дещо нижчий рівень економічного розвитку, ніж інші регіони України, важливого значення набуває туризм. Це пов'язано з тим, що вся територія України має багаті рекреаційні ресурси, які можуть бути використані для розвитку різних видів туристичної діяльності (пізнавального, сільського або зеленого, спортивно-оздоровчого, сакрального, емоційного та ін.). Важливою умовою розвитку туризму є оцінка ресурсного потенціалу, передусім природних та історико-культурних ресурсів. Майже у всіх регіонах ще достатньо не оцінені ці ресурси, приділяється мало уваги їх освоєнню. До таких регіонів відноситься і Тернопільська область, на території якої в останні роки активно розвиваються різні види туризму.

Пізнавальний туризм як найпоширеніший і наймасовіший в області має для свого розвитку багаті ресурси (природні, історико-культурні). Він не вимагає великих фінансових затрат, тільки добре розвинену транспортну мережу. Об'єктами пізнавального туризму є міста з їх історико-культурними пам'ятками, місця відомих подій (Зборів, Збараж, Терехів та ін.), пам'ятки природи (карстові печери та відслонення давніх порід у Придністров'ї, долини рік, горбогір'я (Кременецьке, Бережанське, Товаровий кряж), водойми, заказники та заповідник Медобори, місця життя та діяльності відомих людей (с. Біла — С. Крушельницької, с. Велеснів — В. Гнатюка, ст. Скалат — Л. Курбаса та ін.). Найчастіше їх відвідують школярі та студенти, які пізнають історію і природу рідного краю. Для цього в області розроблено ряд екскурсійних маршрутів, які охоплюють найважливіші об'єкти. Однак ще багато цікавих пунктів знаходяться поза увагою туристів, це, як правило, об'єкти, що лежать віддалік основних транспортних шляхів та ті, про які ще мало описано у довідниках чи іншій краєзнавчій літературі. Необхідно ці об'єкти облікувати, описати і запропонувати до складу відомих вже маршрутів.

У Тернопільській області важливе місце серед видів туризму займає сакральний. Цьому сприяє знаходження на її території двох всесвітньовідомих пам'яток християнської релігії — Почаївської Лаври та Зарваниці, а також місце народження патріарха української греко-католицької церкви Йосипа Сліпого. Вони є пунктами паломництва християн із всієї країни та зарубіжних держав. Є тут також багато давніх церков, костелів, синагог.

Об'єктами сентиментального туризму є поховання людей, їх родичі з багатьох країн світу (українці, поляки, євреї та ін.) відвідують могили своїх рідних, знайомих і тим самим відчуючи причетність до нашої землі.

В області поширений спортивно-оздоровчий туризм. Він має розвинену інфраструктуру, зокрема спортивно-оздоровчі бази у с. Скоморохи, Струсів, Касперівці та ін., у яких відпочивають переважно діти у літній період. На території області прокладені пішохідні, велосипедні, спелеологічні, водні маршрути, але займається цими видами туризму обмежене коло людей. Необхідне залучення до такого туризму людей середнього та молодого віку, він не вимагає великих затрат часу і фінансів, не потребує

спеціальних умов і може поєднуватися з пізнавальним туризмом. Розвитку різних видів спортивно-оздоровчого туризму в області сприяють пересічений рельєф (західна, північна і південна частини області), наявність травертинових скель, карстових печер (таких понад 100, переважно у Придністров'ї), густа гідромережа (понад 120 рік завдовжки понад 10 км, передусім р. Дністер з притоками, а також 19 водосховищ і понад 650 ставків).

Тернопільська область як один з «найчистіших» регіонів України має дуже сприятливі умови для зеленого сільського туризму. Помірний клімат з м'якою зимою і теплим літом, густа річкова мережа із значною кількістю ставів і водосховищ, мальовничі ландшафти, впорядковані населені пункти та густа транспортна мережа — необхідні умови для відпочинку міських жителів у сільській місцевості області (відпочинок у лісі та у полі, риболовля, прилучення до занять сільських жителів, чиста вода і здорова їжа та ін.). Але ця галузь розвинена ще недостатньо через низьку урбанізованість території, тісний зв'язок міських жителів з мешканцями сіл внаслідок їх недавнього проживання у сільській місцевості, наявність у міських жителів т. з. дач. У багатьох районах, передусім Гусятинському, Збаразькому, Підволочиському вже є по декілька селянських садиб, які можуть приймати людей на відпочинок. Але для широкого розвитку цього виду туризму, особливо для залучення людей з інших регіонів України, необхідні певні інвестиції для впорядкування садиб, забезпечення нормальних умов проживання і відпочинку людей.

Незважаючи на багатий туристський потенціал, туризм ще не є вагомим джерелом наповнення бюджету у Тернопільській області. Цей потенціал ще належно не поцінований, ще не достатньо розвинена туристська інфраструктура (готелі, кемпінги та ін.), особливо це стосується невеликих міст, селищ міського типу та сіл, де є цінні рекреаційні об'єкти. Так із 33 готелів, що є в області, четвертина знаходиться у м. Тернополі. Із 64,4 тис. осіб, що приїжджали у область у 2004 році, більша половина (35,5 тис. осіб) була обслужена в обласному центрі. У таких районах, як Лановецький, Монастирський, Підгаєцький і Збаразький, готелі відсутні взагалі, у більшості районів їх по одному (у районному центрі), дещо більше (по 2—5) у Гусятинському, Бучацькому, Зборівському, Кременецькому, Заліщицькому і Теребовлянському районах.

У переважній більшості районів готелі не мають належного рівня обслуговування. Тільки 12 з них мають автостоянки, 19 — бари, кафе чи ресторани, 18 — басейни, сауни, 4 — магазини, кіоски. Цим пояснюється значною мірою невисокий рівень їх використання. Загалом в області коефіцієнт використання місткості готелів становить 0,30 (у 2003 році — 0,13), найвищий він у м. Тернополі — 0,41.

Із розвитком туризму в області наповнюваність готелів значно збільшиться, їх чисельність необхідно збільшувати, а сферу сервісу — розширювати. У сільській місцевості готелі певною мірою можуть бути замінені садибами, що обслуговують т. з. зелених туристів.

Розвитку туризму у депресивних регіонах має бути приділена значна увага, бо це одна із галузей, що при відносно невеликих стартових інвестиціях має високий рівень рентабельності та мінімальний термін окупності витрат. Із активізацією туризму дістають стимул до розвитку інші галузі господарства, передусім виробництво товарів народного споживання, транспорт, зв'язок, будівництво та ін. А це, у свою чергу, є важливою умовою комплексного розвитку депресивного регіону, його соціально-економічного піднесення.

Література

1. . . Підготовка фахівців для сфери туризму. — К.: Вища школа, 2002.
2. Стратегічні засади соціально-економічного розвитку регіону (на матеріалах Тернопільської області). — Львів, 2002.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

Туризм є однією з найперспективніших галузей світової економіки і за своєю економічною віддачею вийшов на її провідні позиції. На нього припадає близько 10 % виробленого у світі валового продукту та близько 30 % світової торгівлі товарами і послугами.

На фоні бурхливого розвитку світового туризму закономірно постає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. Слід відзначити, що вона має всі об'єктивні умови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму. Йдеться про особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. На фоні світового туризму, який набирає потужностей химерно швидкими темпами, Україна виглядає досить скромно.

Безумовно, причиною такого становища треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, у невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і регіональному рівнях. Сюди можна віднести насамперед відсутність розвинутої інфраструктури, низьку якість обслуговування, відсутність якісної реклами та інформації про готелі, санаторії, турбази по країні та послуги, які надаються на світовому рівні, значний податковий тягар. Як свідчить здійснений порівняльний аналіз, в Україні туристична індустрія є недостатньо розвинутою і водночас раціональною, що в поєднанні з низькою якістю сервісу зумовлює її низьку привабливість і відповідно прибутковість на фоні аналогічних показників в інших країнах.

Слід пам'ятати, що виробнича база галузі сформувалась в основному за радянських часів з орієнтацією переважно на невибагливого туриста, тому серед об'єктів інфраструктури переважають великі (порівняно з аналогічними закордонними) комплекси, із значною концентрацією місць та низьким рівнем комфортності.

Туристична індустрія — це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Серйозним важелем розвитку індустрії туризму є розвиток готельного господарства, адже близько половини грошових витрат туристів припадає на готельні послуги. Понад 80 % готелів України потребують ремонту внаслідок фізичного і морального зношення. Відсутність готелів класу «п'ять зірок» не сприяє залученню туристів, що звикли до комфортабельних умов, а невідповідність готельних послуг критерію «ціна—якість» формує незадоволений попит. За даними Держкомстату України у 2000 році щодо 1995 року рівень завантаження підприємств готельного господарства зменшився в 2,1 рази.

Для того, щоб іноземний турист мав істотний позитивний вплив на економіку України необхідно значно збільшити валютні надходження. У зв'язку з цим, потребує значного розширення обсяг капіталовкладень у туризм. До будівництва об'єктів іноземного туризму (готелів, пансіонатів, баз відпочинку тощо) доцільно залучити капітал зарубіжних країн. Світовий досвід показує, що туристичний готель на 500 місць зводиться протягом 16 місяців за рахунок іноземного підрядчика. При цьому 51 % акцій протягом 10 років експлуатації належить державі, а 49 — контрагенту. Після 10-ти років готель повністю переходить у розпорядження країни, в якій він збудований.

Потрібно також відзначити, що в Україні лише близько 10 % готелів відповідають міжнародним стандартам, серед них станом на 2001 рік не було жодного п'ятизіркового

і тільки шість мали чотиризіркові. Зараз ситуація починає поступово змінюватись, усе таки виник перший п'ятизірковий готель в Україні. Але до стабілізації ситуації ще далеко. На щастя, усвідомлення цього як важливої проблеми галузі вже існує в державі. До 2010 р. лише в Києві має з'явитись п'ять п'ятизіркових готелів, 12—15 — чотиризіркових, а також 40—50 тризіркових, що за ідеєю, мало б сприяти припливу туристів у столиці.

Одним із дійових засобів прискорення розвитку туризму в Україні є розвиток туристичної інфраструктури в мережі міжнародних транспортних коридорів (МТК). За оцінками експертів, вона має найвищий в Європі коефіцієнт транзитності (з 13 тис. км автомобільних шляхів державного значення понад 9 тис. км є магістральними, зв'язаними з МТК). З потужним туристичним потенціалом нашої країни, цей чинник може стати важливим фактором розвитку вітчизняної економіки.

Проблеми виникають насамперед з рекламою вітчизняних курортів. Так, у 2000 році в національному бюджеті на це було передбачено 1,7 млн. грн., а отримали ж лише 40 тис. Тому абсолютно зрозуміло, що за кордоном дуже важко отримати інформацію як про саму Україну, так і про туристичні послуги, що в ній надаються. І хоча в 2000 році в нашій країні було створено власну інформаційну систему (UTIS), вона в значній мірі носить комерційно-інформаційний, а не характер іміджу. Зовсім інакше за кордоном. Наприклад, Великобританія, котру і так не потрібно особливо рекламувати, витрачає на ці цілі 80 млн. фунтів стерлінгів. На перший погляд здається, що це марнотратство. Але як було підраховано кожний вкладений у рекламу фунт приносить дохід від залучених туристів у 27 фунтів. Тому спрямування переважної частини коштів на рекламу України по всьому світу та її широкі туристичні можливості на нашу думку, буде правильним рішенням.

В розвинутих країнах набули ознак повсякденного життя електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних форм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються. У світі практично всі довідники з туризму випускаються в електронному виді, а більшість — у Internet-форматах, що дає їх користувачам можливість бронювати місця в готелях і на транспорт в режимі реального часу.

Низький рівень обслуговування, зумовлений також загальною кваліфікацією працівників галузі. На сьогодні в Україні практично відсутня відповідна система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги, тим часом як в Росії, наприклад, яка за принципами ВТО, у 2020 році увійде до десятки найбільш відвідуваних країн світу, вже сьогодні функціонує близько 40 державних і приватних навчальних закладів підготовки кадрів для туризму. У нашій державі також поступово створюються відповідні навчальні заклади, але на початку роблять лише перші кроки в цьому напрямку, не маючи відповідного досвіду.

Несприятливість бізнесового клімату спричиняє той факт, що з майже 3000 українських туристичних підприємств, які мають дійсні ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини. Якщо орієнтуватись насамперед на іноземного споживача, то це потребує серйозного перегляду всієї суті самого поняття туристичної послуги як такої. Не треба втішати себе ілюзіями, що при наявності сучасного рівня комфорту на кількох туристичних об'єктах у цілій державі можна істотно змінити ситуацію. Адже іноземний турист їде в Україну насамперед за враженнями і готовий платити за них. Він віддає перевагу тим країнам і регіонам, де достатньо високий рівень обслуговування, професіоналізм та майстерність організаторів туризму. За оцінками фахівців, за останні 4 роки наші можливості по прийому іноземних туристів використані на 10 % від чого ми втратили

80 % валютних надходжень. Отже буму іноземних туристів у найближчі роки очікувати не варто. Під великий сумнів можна поставити надії на істотне пожвавлення процесу припливу іноземних інвестицій на туристичний ринок України. Не можна вважати, що, видавши пару туристичних законів ситуацію можна змінити на краще. Доки не прийде усвідомлення у потребі туризму як провідної галузі економіки, ніяких змін на краще не відбуватиметься. Як вже згадувалось вище, великі надії покладаються на реалізацію глобальних програм створення в Україні транспортних коридорів. Вони можуть створити не тільки тисячі й тисячі робочих місць на строк будування, а й дати певний поштовх до появи багатьох малих та середніх підприємств інфраструктури подальшого обслуговування транспортних коридорів.

Щоб досягти успіху слід докласти загальних зусиль до розв'язання проблеми. Це мають бути не лише викладені на папері думки законодавців з приводу того яку б вони хотіли бачити галузь туризму у майбутньому, а конкретні вчинки з її боку.

І починати слід не тільки з економічних та законодавчих нюансів. Проте вже сьогодні можна говорити про деяке покращення загальної ситуації. Так, спостерігається певна зацікавленість іноземних інвесторів. Розпочато реконструкцію ряду Київських готелів. В Карпатському регіоні почали свою діяльність в розвитку туристичної галузі міжнародна організація TACIS, британський фонд «Ню-хау» взяв на себе відновлення туристичних об'єктів Львова; декілька мільйонів доларів вкладено в ялтинський готель «Оренда» та відому «Поляну Казок».

Туристична галузь хоч і дуже повільними кроками, але починає збільшувати свої показники. Однак не можна зупинятися на досягнутому. Саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить все її майбутнє, зокрема майбутнє економіки, а, отже, життя України загалом.

Література

1. Історія туризму в Україні. К., 2002.
2. Долга С. А. Перспективи розвитку наукових напрямків туризму в нашій державі. // Туризм XXI ст.: матеріали міжнародної наукової конференції. К., 2002.
3. Про стан та перспективи розвитку туризму в Україні (інформативно-аналітичний матеріал до парламентських слухань) — К., 2000.

ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН У ДЕРЖАВНОМУ РЕГУЛЮВАННІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сучасні тенденції світового туризму характеризуються швидкими темпами його розвитку, зокрема випереджувальними темпами зростання порівняно із експортом товарів і послуг. Частка туристичних послуг у світовому експорті неухильно зростає та сягає на сьогодні приблизно 10 % загального світового експорту та майже 40 % світової торгівлі послугами. По суті, туризм на сучасному етапі стає одним із найбільш прибуткових видів бізнесу у світі. За прогнозами Комітету зі статистики ВТО до 2020 р. кількість міжнародних туристичних поїздок зросте до 1,6 млрд, а доходи від туризму досягнуть 2 трлн. дол. США.

У багатьох країнах світу, в тому числі й Україні, туризм відіграє важливу роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць тощо. Наприклад, в Україні чисельність працівників підприємств туристично-рекреаційної галузі на зламі тисячоліть становила 1,2 млн осіб, а якщо врахувати тимчасово зайнятих під час активного туристичного сезону, то чисельність таких працівників становила майже 2 млн. осіб. Цікаво зазначити, що вартість створення одного робочого місця в туризмі у двадцять разів менша, ніж у промисловості [3].

Сьогодні держава почала приділяти більшу увагу ефективному використанню туристичного потенціалу, проводити структурні реформи в цій галузі тощо. Так, відповідно до статті 6 Закону України «Про зміни до «Закону України «Про Туризм» (вступив в дію з 1 січня 2004 р.) визначено туризм одним із пріоритетних напрямків розвитку економіки, культури і створює умови для туристичної діяльності.

З огляду на це, в Україні прийнята Державна програма розвитку туризму до 2010 р., (затверджену постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 р. № 583). В цій програмі передбачено здійснення комплексу заходів щодо удосконалення системи управління туристичною галуззю, розроблення відповідних нормативно-правових актів, удосконалення системи статистики, створення умов для інвестиційних проектів тощо. Це в свою чергу передбачає ґрунтовні наукові дослідження нових напрямків розвитку та механізмів державного регулювання туризму.

На сьогодні у вітчизняній науковій літературі відсутнє комплексне дослідження системи управління туристичною галуззю, її мети та завдання, шляхів здійснення, особливо з огляду на сучасні організаційні перетворення (зокрема реорганізацію Державної туристичної адміністрації і приєднання туристичної галузі до Міністерства культури). Найбільший інтерес у цьому плані представляють праці таких українських вчених, як: Безносок В. Д., Сокол Т. Г., Волошин М. І., Мальської М. П. та ін. З іноземних авторів найбільшу цінність представляють наукові праці Біржакова М. Б., Агафонова Л. Г., Гуляєва В. Г., Квартальнова В. О., Папірян Г. А., Сеніна В. С., Чудновського Ф. О., Браймера Р. А., Котлера Ф., Портера М., Уокера Дж., Сміта С.

Метою дослідження є встановлення теоретичних, методологічних та методичних принципів організації системи державного регулювання розвитку вітчизняного туризму, обґрунтування відповідних рекомендацій на основі досвіду сусідніх країн з її вдосконалення.

Для досягнення цієї мети слід:

— дослідити нормативно-правову базу державного регулювання туризму в Україні й оцінити ступінь її відповідності економічній природі та сучасному рівневі розвитку вітчизняного туризму;

— узагальнити сучасні механізми державного регулювання туризму у зарубіжних країнах, зокрема країн Центральної і Південної Європи, як таких які мають давню історію розвитку туристичної діяльності, та оцінити можливості використання їхнього досвіду в Україні;

— розробити основи формування єдиної державної та регіональної політики регулювання розвитку туризму.

Слід зазначити, що регулювання туризму являє собою багаторівневу систему, що включає наступні аспекти:

— координацію та сприяння розвитку туризму у глобальному масштабі, що здійснюється за допомогою Всесвітньої туристичної організації (ВТО);

— узгодженість туристичної політики на міждержавному рівні, що досягається через регіональні туристичні організації та спеціальні органи міждержавних об'єднань (наприклад, ЄС);

— узгодженість політики у галузі туризму на національному рівні, що здійснюється через спеціально створені державні органи та громадські організації на місцевому рівні.

Управління ринковою моделлю з елементами державного регулювання розвитку туризму на національному рівні здійснюється через два основних механізми: по-перше, через ринкове саморегулювання (шляхом досягнення рівноваги попиту та пропозиції), по-друге, через відповідні механізми державного регулювання та координації. Державне регулювання розвитку туризму являє собою вплив держави на діяльність суб'єктів господарювання та ринкову кон'юнктуру для забезпечення нормальних умов функціонування туризму. Це є дуже складний процес, що включає, передусім, процедуру розробки державної політики регулювання туризму, вибору методів та інструментів такого регулювання за сферами їх застосування. З огляду на це необхідно виділяти наступні інструменти державного регулювання за сферами їх застосування:

— у правовій сфері: удосконалення правової бази; розвиток методології ліцензування, стандартизації, сертифікації у сфері туризму; митне регулювання, встановлення чіткіших правил в'їзду, виїзду та перебування на території України з врахуванням інтересів розвитку національного туризму;

— в економічній сфері: податкове регулювання; цільове бюджетне фінансування програм розвитку туризму; створення сприятливого інвестиційного клімату;

— у соціальній сфері: підвищення якості життя населення, створення додаткових робочих місць, вирішення проблем адресного соціального туризму;

— у науково-освітній сфері: розвиток наукових досліджень у сфері туризму; створення інформаційно-аналітичної бази; забезпечення галузі професійними кадрами;

— у сфері організації туризму: формування іміджу України на світовому туристичному ринку, сприяння участі у міжнародних туристичних програмах тощо.

Звичайно, ефективне регулювання передбачає вивчення іноземного досвіду, ознайомлення з принципами побудови структурної ієрархії системи регулювання туризму. Аналіз матеріалів з питань державного регулювання туризму дозволяє виділити наступні моделі управління. Перша модель передбачає наявність впливового національного органу управління туристичною сферою. Як правило, цей орган представлений у країнах, які відносно недавно засвоїли масовий туризм і розглядають його як важливий сектор економіки та одне з основних джерел валютних надходжень, а також вкладають значні фінансові ресурси у його динамічний розвиток. Це можуть бути такі країни як Єгипет, Туніс, Туреччина, Мексика тощо.

Друга модель представлена у більшості країн Європи, де питання розвитку туризму відносять до компетенції відповідного багатогалузевого міністерства, як

правило економічного профілю, у структурі якого виділяють спеціальний департамент (секретаріат, служба, управління та ін.) з досить широкими уповноваженнями. Так, у Німеччині, Іспанії, Нідерландах, Польщі регулювання розвитку туризму здійснюють міністерства економіки, у Франції — міністерство транспорту та суспільних робіт, в Італії — міністерство виробничої діяльності, у Португалії — міністерство торгівлі та туризму, у Чехії — міністерство регіонального розвитку, у Росії — федеральне агентство з фізичної культури, спорту та туризму [2].

Третій варіант моделі управління індустрією туризму склався у США — країні з найбільшим рівнем розвитку туризму. У 1997 р. у США було ліквідовано державну структуру USTTA, що координувала туризм. На даний час у країні відсутній центральний орган управління і функціонує модель ринкової саморегуляції відносин між суб'єктами туристичного комплексу.

Деякі країни, що розвиваються (наприклад, країни Карибського регіону, Південно-Східної Азії та ін.), які спеціалізуються на туризмі, незважаючи на наявність власних державних органів регулювання туристичної діяльності, по суті, втягнуті у транснаціональну модель управління туристичним господарством. Ця модель ґрунтується на домінуючій ролі великого транснаціонального капіталу, керованого з єдиного фінансового центру — транснаціональної корпорації (ТНК), — з метою залучення у ефективне використання рекреаційних ресурсів й інфраструктури різних держав. Приплив капіталу дозволяє використовувати природні переваги рекреаційних ресурсів, однак основна частина надходжень дістається іноземним інвесторам.

В цілому, на сьогодні, у розвинених країнах спостерігається помітне скорочення прямих функцій держави щодо регулювання туристичної діяльності. Водночас із цим зростає її роль у підвищенні конкурентноздатності національного туристичного комплексу шляхом непрямого впливу.

Аналізуючи особливості розвитку туризму в країнах Європи, то слід зазначити, що географічно він сильно різниться. Що стосується країн Центральної і Східної Європи, то туристичне «освоєння» цих держав, які лише на початку 90-х років XX ст. вступили на шлях самостійного розвитку, відбувається повільніше. Довгі роки (починаючи з 50-х років XX ст.) ці країни Європи були замкнуті на туристичному ринку країн соціалістичного табору. Ця замкнутість позначалась на обсягах туристичних потоків та стані інфраструктури індустрії туризму [1].

Перехід на початку 90-х рр. XX ст. Польщі, Угорщини, Словаччини, Румунії, Чехії та Болгарії до ринкової системи господарювання вимагав структурних змін не тільки в туристичній галузі в цих країнах, але й усієї туристичної політики та її ідеології. Після вступу деяких з цих країн у ЄС, ця проблема стала ще нагальнішою. Власне тому для України, яка чітко визначилась з інтеграційним курсом у європейські структури, реформування туристичних комплексів і концепція управління розвитку туризму в країнах Центральної та Східної Європи представляють особливий інтерес.

Практично всі країни регіону після розпаду тоталітарної системи стикнулися з проблемою низької конкурентноздатності національного туристичного продукту на європейському туристичному ринку. Якість тур продукту, запропонованого вишуканому західноєвропейському туристові, не відповідали вже усталеним у країнах ЄС стандартам. Усвідомивши таке становище і розуміючи економічну роль, яку туризм відіграватиме у майбутньому, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія та Болгарія розпочали реформування національних туристичних комплексів. На даний час туристичний ринок в країнах є вільним і функціонує в умовах конкуренції. Як правило, держава прямо не втручається у діяльність суб'єктів туристичного бізнесу, а регулює її

за рахунок податків на обслуговування туристів на конкретно надані туристичні послуги. Так, наприклад, для реа «план Сечені», розрахований до 2006 р. У цьому документі пріоритетними для вирішення визначені проблеми подальшого розвитку туризму:

- підвищення ефективності іноземного туризму за рахунок поліпшення туристичного обслуговування;

- зміцнення туристичної галузі за рахунок активного розвитку внутрішнього туризму;

- залучення туристів з нетрадиційно туристичних для Угорщини країн.

На розвиток туризму згідно «плану Сечені» у 2001—2002 рр. уряд виділив понад 200 млн. євро. Кошти надавалися приватним підприємцям та муніципалітетам, щоб останні, з додаванням власного капіталу, інвестували їх у ті галузі, які є перспективними. Особливе місце у програмі розвитку туризму в Угорщині на найближчу перспективу приділяється розвитку курортному, бальнеологічному та діловому туризму. З метою залучення у країну туристів, Угорщина проводить активну інформаційно-рекламну діяльність у галузі туризму за кордоном. На сьогодні вона має понад 20 закордонних представництв національного туристичного бюро. Значним фактором, що сприяє розвитку туризму, є те, що Угорщина має угоди про безвізовий режим із понад 60 країнами світу.

Подібна робота проводиться в Словаччині. На даний час Словацьким банком гарантії та розвитку реалізується схвалена урядом програма підтримки розвитку туризму, яка передбачає часткову дотацію державою кредитів для подальшої реструктуризації туристичної інфраструктури. У країні ведеться активна робота з удосконалення законодавства у галузі туризму та приведенню його у відповідність із правовими засадами ЄС. Слід зазначити, що 90-ті роки для Словаччини стали періодом активного створення та діяльності туристичних неурядових структур. Так, Асоціація туристичних фірм координує діяльність турфірм, здійснює маркетингові дослідження, сприяє туристичним фірмам у встановленні контактів із закордонними партнерами. Активно функціонує Союз власників готелів, Союз гідів, Союз агро туризму та ін.

Закон «Про польську туристичну організацію» (вступив у дію 1 січня 2001 р.) значно змінив існуючу модель управління туризмом у Польщі. Головне нововведення складається у розподілі адміністративно-оперативних функцій. Центральний орган державного управління з питань туризму — Департамент туризму Міністерства економіки Республіки Польща — займається формуванням загальної стратегії в галузі туризму, а за просуванням туристичного продукту як в країні так і за кордоном відповідає Польська туристична організація. Стратегією розвитку туризму у Польщі на 2001—2006 рр. було, те, що уряд підтримуватиме розвиток і збільшення конкурентноздатності, доступності національного туристичного продукту. Пріоритетними завданнями є:

- розвиток туристичної інфраструктури, що збільшують пропозицію туристичних послуг у сільській місцевості;

- підтримка підприємств, що сприяють збільшенню привабливості польських міст як місць проведення ярмарків, конференцій, конгресів та ділових зустрічей, а також підприємств, діяльність яких сприяє зростанню міської інфраструктури;

- розширення культурних, спортивних та інших заходів, об'єктів і маршрутів культурної спадщини, що збільшують привабливість польських міст і селищ;

- розвиток туристичної інфраструктур, що забезпечує збільшення місць відпочинку та збільшення доходів місцевого населення;

- розвиток туристичної інфраструктури у прикордонних регіонах, особливо північно-східних, а також розташованих уздовж транзитних трас.

Здійснила реорганізацію системи управління туристичним комплексом і Республіка Румунія. Питаннями туризму на даний час у Румунії займається Міністерство

туризму, створене на базі раніше існуючих відомств: Національної адміністрації з туризму, Службі по роботі з турфірмами та Службі з розвитку туризму. Міністерство туризму Румунії контролює процес приватизації туристичних об'єктів. Цікавим є той факт, що при Міністерстві створено управління європейської інтеграції та міжнародних відносин, що здійснює контроль за ефективністю заходів у галузі туризму, необхідних для поглибленого інтегрування Румунії у ЄС. Скасування візового режиму з країнами ЄС сприятливо позначилось на припливі іноземних туристів в країну. У законодавство країни також введена норма, відповідно до якої організовані групи туристів звільняються від сплати консульських зборів за видачу віз.

Реформування туристичного комплексу Чехії та Болгарії також здійснюється шляхом поліпшення туристичної інфраструктури, приведені якості обслуговування туристів у відповідність із євро стандартами, вдосконалення законодавчої бази та системи управління туристичною галуззю. У 2004 р. Міністерство регіонального розвитку Чехії для підтримки туристичного бізнесу проводить три підпрограми державної програми розвитку туризму. Головні цілі цих заходів — підтримка розвитку чеських курортів, сприяння будівництву додаткової інфраструктури для спортивно-рекреаційного відпочинку, а також пропагування Чеської Республіки за кордоном як однієї із провідних європейських здравниць.

Політична і фінансова стабільність, сприятлива законодавча база дозволяють успішно розвиватися туризму у Болгарії. Лише за останні чотири роки у реконструкції старих і будівництві нових готелів інвестовано близько 300 млн. євро. У результаті потік іноземних туристів щорічно збільшується на 20 %, а країна поступово стає лідером у європейському туристичному бізнесі. У 2004 р. Болгарію відвідало близько 4 млн. іноземних туристів при власному населенні 8, 5 млн. осіб [4, с. 27]. Все це доводить, що вищезгадані країни дійсно обрали своєю стратегічною метою реформування і удосконалення туристичного комплексу. Про це свідчать статистичні дані щодо динаміки міжнародних туристичних прибуттів у країни Центральної та Східної Європи: з близько 40 млн. осіб у 1990 р. до понад 70 млн. у 2005 р., в тому числі, Польщу відвідало близько 15 млн. осіб, Угорщину — близько 17 млн. осіб, Чехію — 5 млн., Словаччину — близько 2 млн., Румунію та Болгарію — близько 4 млн. осіб [5].

Таким чином, наведений аналіз щодо особливостей державного регулювання та підтримки розвитку туризму в Україні в контексті досвіду країн Центральної та Східної Європи дозволяє окреслити низку узагальнюючих висновків та рекомендацій, що мають теоретичне та практичне значення.

З розвитком масового туризму, перетворення його у значущий соціально-економічний феномен, особливої ваги набувають проблеми його ефективного регулювання, оптимізації діяльності. На даному етапі туристична політика повинна бути важливою складовою зовнішньої та внутрішньої політики держави поряд з економічною, соціальною, екологічною тощо.

Як показує досвід країн згадуваного регіону, з метою підтримки справедливої конкуренції у туристичному бізнесі, необхідно встановити контроль з боку держави за злиттям підприємств, що намагаються зайняти монопольне становище. В майбутньому здійснити комплекс заходів, в основному законодавчого характеру, що запобігають утворенням монополій та олігополій.

Необхідно, на нашу думку, активізувати діяльність щодо залучення адресного інвестиційного капіталу, систему кредитування інвестиційного процесу в Україні.

Важливо розробити та реалізовувати конкретні пропозиції з удосконалення податкової політики у сфері туризму, можливо прийнявши за основу податкову політику

низки іноземних країн, де у більш спрощеному вигляді присутня обчислювальна база оподаткування, принципи оподаткування диференційовані за видами туризму та ін. Прийняття в Україні нового Податкового кодексу, а саме передбачити у ньому скорочення кількості податків і зборів з одночасним зменшенням їх ставок. Це у свою чергу створить більш сприятливі умови для діяльності підприємств готельного типу, буде стимулювати інвестиційні процеси. На рівні уряду і парламенту необхідно прийняти Концепцію державної фінансово-економічної підтримки туристичної діяльності і внести відповідні зміни й доповнення до законодавчих і нормативних актів.

Література

1. *Гайдукевич Л. М.* Туристский комплекс стран Центральной и Восточной Европы на пути реформирования // Белорус. журн. междунар. права и междунар. отношений. — 2001. — № 3. — С. 54—62.
2. *Попова Р. Ю.* Государственное регулирование становления и развития сферы туризма в России. Регион. аспект: Дис. д-ра экон. наук: 08.00.05 / Моск. гос. горный ун-т. — М., 1998. — 282 с.
3. Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід: Монографія / За заг. ред. Лебединського Ю., Вакулєнка В., Валєнтюк І., Коротич С., Онисько М. — К., 2003. — С. 11.
4. Уроки болгарської мови // Дзеркало тижня. — 2004. — № 23. — С. 27.
5. [http: www. world-tourism. Org.](http://www.world-tourism.Org)

ТУРИСТСЬКА РЕНТА В ЛІСОРЕСУРСНІЙ СФЕРІ

Рента (чи рентний дохід) як економічна категорія характеризує будь-який дохід, що регулярно отримується (з капіталу, землі, майна тощо) і безпосередньо не залежить від підприємницької діяльності [3].

В наш час проблема ренти не залишається без уваги всіма економічними школами і течіями — неокласицизму, неокейнсіанства, марксизму та інституціонально-соціологічного напрямку. З'явилися поняття земельна рента, гірська, водна, будівнича, екологічна, житлова.

Категорія «туристська рента» в сучасних умовах вперше була поставлена в роботах російських вчених — проф. В. А. Квартальнова і проф. И. В. Зоріна [1]. В теперішній час цим питанням займається проф. Козирев В. М. Туристська рента стала об'єктом спеціального наукового дослідження й учених в Україні. Зокрема в Київському університеті туризму, економіки і права під керівництвом проф. Федорченка В. К., Пазенка В. С. розроблена концепція туризмології, що включає в себе філософію, психологію, педагогіку, праксиологію, соціологію, регіонологію, економіку туризму та вивчаються шляхи її реалізації з точки зору науки та практики. В цій концепції туристська рента стала об'єктом спеціального наукового дослідження — дослідження, у якому теоретичний аспект сполучається з практичним. Ця необхідність викликана двома групами факторів [4].

По-перше, всебічні дослідження туристської ренти на сучасному етапі розвитку світової економіки визначається тим очевидним фактом, що послуги в цілому й послуги туризму зокрема займають важливе місце серед економічних благ, що задовольняють людські потреби. У саме поняття «економічне благо» сучасна наука включає не тільки матеріально-речові предмети, але й послуги, які часто не мають речової форми. Послуги як складова частина сучасних економічних благ мають специфічну споживчу вартість: їхня корисність міститься в самому ефекті живої праці. При цьому послуги в свою чергу діляться на матеріальні й нематеріальні. У сучасному світовому господарстві послуги мають значення виняткове: на них приходить майже половина всіх споживчих витрат населення, а сама сфера туристичних послуг перетворилася в одну з основних сфер сучасного суспільного виробництва, але одночасно вони мають і колективну соціальну значимість. Процес їхнього споживання приносить користь й індивідуальним споживачам, і суспільству в цілому. Це дає підстави думати, що туристська рента внутрішньо містить у собі не тільки економічний, але й соціальний ефект. Туризм — явище не тільки економічне, але й соціальне, не тільки ринкове, але й духовне, культурологічне. Ресурси сфери туризму якісно й кількісно відмінні від ресурсів будь-якої іншої сфери суспільного виробництва товарів і послуг. Все це породжує об'єктивну необхідність ввести в економічну науку нову категорію — туристську ренту як складову, але одночасно і як специфічну частину загальної теорії ренти.

По-друге, необхідність всебічного дослідження туристської ренти викликається факторами розвитку сучасної економіки нашої країни. У радянський період туризм фінансувався державою і профспілками й мав очевидну соціальну спрямованість. На сучасному етапі розвитку туризм усе більше набуває чисто комерційного напрямку. В даних умовах про бюджетне фінансування національного туризму не може бути й мови. Об'єктивно потрібна така організація туризму, що оптимально сполучала б у собі й ринковий і соціальний початок. Тим часом очевидно, що сучасний ринок туристських послуг адекватно не відбиває вплив зовнішніх ефектів, як позитивних, так і негативних.

Корисність і цінність туристських послуг з погляду суспільства й ринку різні. Виникає об'єктивна необхідність того, щоб держава в особі республіканських, регіональних і місцевих органів влади мала реальний економічний механізм, що дозволив би додати сфері туризму високоморальну й гуманну спрямованість в інтересах нашого суспільства.

В умовах ринкових форм господарювання всі види ресурсів одержують вартісну оцінку, тобто всі потенційні фактори виробництва в процесі їхньої купівлі-продажу на ринку одержують свою ціну. Наприклад, зовнішнім вираженням вартісної оцінки робочої сили виступає заробітна плата; капіталу — відсоток; туристські ресурси в їх вартісній ринковій оцінці приймають форму ренти, корінна відмінність якої від інших факторних доходів — заробітної плати й відсотка — полягає в тому, що по своєму матеріальному економічному змісті вона являє собою додатковий прибуток. Вихід із фінансово-економічної ситуації на сучасному етапі розвитку туризму існує: найважливішим внутрішнім джерелом саморозвитку, самооплатності й самофінансування національного туризму могла б стати туристська рента.

Туристська рента — це прибуток власника туристських ресурсів, у якості якого можуть виступати держава, регіональні й місцеві органи влади, банк, саме підприємство, організація або фізичні особи, що мають права власності на ці ресурси [4]. Туристські ресурси — це природні, економічні, історичні й соціально-культурні фактори, що включають об'єкти показу, демонстрації й вивчення, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби людей, сприяти відновленню й розвитку їх фізичних і моральних сил. З погляду змісту й характеру корисності всі туристські ресурси можна було б умовно розділити на чотири групи:

- курортологічні фактори;
- загальнооздоровчі й рекреаційні фактори;
- духовно-культурологічні фактори;
- інформаційно-ділові й інші економічні фактори.

У реальному житті всі види туристських ресурсів взаємозалежні й у цілому ряді випадків важко роздільні. Вони на відміну від аграрної й видобувної сфер господарства органічно з'єднують у собі природні, економічні й соціальні фактори, тому що їх споживча вартість (корисність) пов'язана з одночасним впливом на фізичні, розумові, духовно-моральні, психологічні й господарські сторони життєдіяльності людини. Важко переоцінити соціально-економічну значимість туристських ресурсів.

Провідне місце серед ресурсів туризму займають природні ресурси, зокрема ліси. Ліси — це соціально-економічні комплекси, у складі яких є лікувально-оздоровчі, пізнавальні й духовні цінності, що виконують важливе державне завдання: оздоровлення населення, одержання естетичного, пізнавального й морального задоволення.

До лісів туристсько-рекреаційного призначення відносяться зелені зони, міські ліси, курортні й інші, які використовуються для масового відпочинку, туризму й оздоровлення населення. Лісогосподарські заходи, здійснювані в цій групі лісів, спрямовані на поліпшення якості й продуктивності насаджень. Проведення рубок у лісах цієї групи обмежене. Основні лісогосподарські заходи в туристсько-рекреаційних лісах повинні бути спрямовані на формування довговічних і стійких деревостанів, що характеризуються високими захисними властивостями й благотворно впливають на стан повітряного басейну, особливо навколо густонаселених міст і промислових центрів.

Лісовідновлювальні заходи в лісах туристсько-рекреаційного призначення варто орієнтувати на створення стійких, різновікових, змішаних і складних за будовою насаджень, здатних виконувати санітарно-захисні й естетичні функції в умовах постійно діючих

навантажень. У породному складі лісових культур, які створюються в безпосередній близькості до промислових підприємств значну питому вагу повинні становити газостійкі й пилостримуючі породи, асортимент яких встановлюється залежно від конкретних ґрунтово-кліматичних і лісорослинних умов. Широке поширення в насадженнях туристсько-рекреаційного призначення повинні одержати листяні породи: дуб, в'яз, осика, тополі канадська й бальзамічний, липа, клен ясенелистний, верба біла, бузина червона, жимолость, спірея калинолиста. На не покритих лісом площах лісопаркової частини зеленої зони варто створювати видові культури біогрупами з одночасною підготовкою площадок і місць відпочинку. Поряд із цим доцільно створювати декоративні культури під пологом розріджених насаджень, у вікнах й узліссях.

Користування в туристсько-рекреаційних лісах не можна розглядати тільки як використання конкретних сировинних ресурсів. У період швидкої індустріалізації, урбанізації й росту народонаселення необхідно всіляко підсилювати водоохоронне, захисне, кліматорегулююче й соціальне значення лісів. Це відноситься насамперед до лісів, прилеглих до великих міст і промислових центрів, де їхні соціальні функції мають більше важливе значення з економічної точки зору, чим кубометри заготовленої деревини.

Виходячи із цього, лісові туристсько-рекреаційні ресурси мають потребу в дбайливому й ощадливому використанні, охороні й збільшенні. Для цього потрібно проводити їх облік, кількісну й якісну оцінку. Необхідна, економічна оцінка, основою якої є туристська рента, що допомагає лісогосподарським підприємствам знаходити кращі співвідношення між туристсько-рекреаційним лісокористуванням й іншими конкуруючими способами лісокористування, сприяючи при цьому не тільки комплексному використанню та відтворенню туристсько-рекреаційних ресурсів лісу, але й підвищенню еколого-економічної ефективності туристсько-рекреаційного лісокористування.

Економічна (грошова) оцінка туристсько-рекреаційних лісових ресурсів — це вираження в грошах максимально можливого ефекту від їх комплексного раціонального використання. Існує безліч точок зору й методів економічної оцінки туристсько-рекреаційних ресурсів. Але це питання усе ще залишається складним у теорії й практиці туристсько-рекреаційного лісокористування. Аналізуючи різні точки зору, виділяються дві концепції: рентна концепція, що визначається за критерієм народногосподарського ефекту-ренти й витратна, заснована на теоретичних засадах трудової вартості [2, 5]. Із зазначених концепцій, з літературних джерел і передового досвіду зарубіжжя, значно більшого визнання одержала рентна, оскільки саме економічний ефект найбільш повно характеризує цінність природних ресурсів.

Основа утворення ренти — якісні відмінності природних ресурсів. Економічною основою її існування є монополія держави на використання кращих за якістю туристсько-рекреаційних ресурсів. Методологія витратної концепції економічної оцінки туристсько-рекреаційних ресурсів істотно відрізняється від рентної концепції: оцінка туристсько-рекреаційних ресурсів залежить від витрат на їх освоєння, відтворення й експлуатацію. Тим часом, як відзначають автори рентної концепції, утворення вартості — процес, характерний для продуктів праці, а не для природи. Підтвердження цього є те, що нерідко більш цінними вважаються ресурси, коли їх відтворення й експлуатація не пов'язані з витратами суспільної праці. Тим часом, витрати коштів на освоєння й відтворення ресурсів природи завжди мають місце, що свідчить про необхідність їхнього обліку й оцінки. Тому оцінка туристсько-рекреаційних ресурсів повинна здійснюватися як на основі суспільно необхідних витрат, пов'язаних з їх відтворенням, так і диференційної туристської ренти. Обидві оцінки не протиставляються, а доповнюють одна одну. Це важлива умова поліпшення якісних характеристик розрахунків в області туристсько-рекреаційного природокористування.

Розглянемо можливі варіанти економічної оцінки туристсько-рекреаційних ресурсів лісу. Найпростіший метод — це економічна оцінка по поточних витратах лісового господарства, пов'язаних з організацією відпочинку. Але витрати лісового господарства становлять усього 2,5 % від витрат на туристсько-рекреаційне лісокористування, тому цей метод не дає об'єктивної оцінки. Можна також застосувати метод розрахунку економічної оцінки по поточних витратах відпочиваючих. Але й ця оцінка занижена, вона не враховує якості туристично-рекреаційних ресурсів лісу.

Тарасов А. І. [6] запропонував економічну оцінку туристсько-рекреаційних ресурсів лісу за вартістю лісовідновлення. Його розрахунки показали, що вартість туристсько-рекреаційних функцій для Курської Коси в Литві міняється від 35 до 56 грн./га в рік. При такому підході розраховуються необхідні витрати на посадку нового лісу для задоволення туристсько-рекреаційних потреб. Такий метод оцінки також не дуже переконливий і не оптимальний з економічної точки зору.

Споживча цінність туристсько-рекреаційного лісу визначається кількістю суспільно необхідної праці на його підтримку й поліпшення. Тому, закономірний вимір туристсько-рекреаційних функцій лісу через зіставлення величини приросту продукції в промисловості за рахунок росту продуктивності праці з витратами, пов'язаними з облаштуваністю туристсько-рекреаційного лісу. Така точка зору розділяється багатьма вченими.

Економічна оцінка туристсько-рекреаційного лісокористування, що приносить річний народногосподарський ефект із урахуванням періоду ротації лісових насаджень, визначається за формулою (1):

$$R_p = \frac{rq \left[(1 + E_{\text{ПР}})^t - 1 \right]}{E_{\text{ПР}} (1 + E_{\text{ПР}})^T}, \quad (1)$$

де r — туристська рента від туристсько-рекреаційного лісокористування, грн.;

q — коефіцієнт ефективності туристсько-рекреаційного лісокористування, люд/рік;

t — фактичний вік насаджень, років;

T — вік лісових насаджень у природній стиглості, років;

$E_{\text{ПР}}$ — норматив дисконтування (0,03).

Туристська рента від туристсько-рекреаційного лісокористування дорівнює різниці між цінністю лісу як туристсько-рекреаційного ресурсу, встановлюваного величиною припустимих витрат на приріст ефекту й індивідуальними зведеними витратами на відновлення й вирощування лісових насаджень. Вона обчислюється за формулою (2):

$$r = Z_p K_p - Z_p, \quad (2)$$

де Z_p — замикаючі витрати на виробництво 1 га туристсько-рекреаційного типу насаджень, грн.;

K_p — коефіцієнт якості лісових насаджень;

Z_p — індивідуальні зведені витрати на відновлення й вирощування лісових насаджень, грн.

Замикаючі витрати відображають ефект, що досягається в результаті покращення лісу як засобу праці в туристсько-рекреаційній сфері, це витрати на відновлення й вирощування туристсько-рекреаційних насаджень, облаштуваність території, формування ландшафтів та ін. Рівень цих витрат залежить від умов розташування ділянок, структури лісу, ступеню його благоустрою.

Коефіцієнт якості лісових насаджень характеризує рівень їх придатності для рекреаційних, туристських, оздоровчих цілей. Він залежить від наявності елементів благоустрою, виду ландшафту, якісних характеристик насадження.

Коефіцієнт ефективності туристсько-рекреаційного лісокористування обчислюється на підставі відношення фактичної відвідуваності лісу туристами-рекреантами (люд./га) до гранично допустимих навантажень (люд./га). Величина даного коефіцієнта також пов'язана з якісними характеристиками лісових насаджень, що є джерелом утворення ефекту (туристської ренти). Чим краще ліс по якісним і кількісним складовим, тим вище ступінь його оздоровчої функції.

Норми туристсько-рекреаційних навантажень залежать від породного складу лісових насаджень, типів умов зростання, ґрунтів та ін. На підставі туристсько-рекреаційних навантажень визначається характер заходів щодо регулювання відвідування лісових насаджень і проведенню благоустрою території до необхідного рівня. Туристсько-рекреаційній оцінці підлягають ділянки лісу, призначені й використовувані для туризму та рекреації. При цьому приймається до уваги тільки туристсько-рекреаційна цінність природних комплексів різного призначення й не враховуються народногосподарські результати їх експлуатації. На наш погляд, даний метод, запропонований Я. В. Ковалем [5] із РВПС України НАН України, є одним із самих точних та ефективних для економічної оцінки, основою якої є туристська рента, для розрахунку плати за використання туристсько-рекреаційних ресурсів лісу.

Економічна (грошова) оцінка туристсько-рекреаційних лісових ресурсів необхідна для економічного регулювання лісових відносин при укладанні цивільно-правових угод, передбачених законодавством, розробки стратегії господарського використання території при формуванні системи регіонального розвитку, визначення нормативної ціни (вартості) лісу як інтегрованого ресурсу, установлення плати за використання лісових туристсько-рекреаційних ресурсів.

В даний час оцінюються в основному лише лісосировинні запаси, туристсько-рекреаційні функції лісу не враховуються, що не дозволяє визначити показники реального ефекту (туристської ренти) від їхнього використання як фактору туризму та рекреації, виділити частку туристсько-рекреаційних ресурсів лісу в сукупному суспільному продукті й національному доході.

Вище сказане зумовлено тим, що потенційний динамізм розвитку туризму в Україні обумовлений цілим рядом об'єктивних факторів: по-перше, туризм — це важливий фактор зростання національного багатства та покращення життя населення в цілому; по-друге, це важлива сфера притягнення робочої сили та забезпечення зайнятості населення; по-третє, це могутній стимул розвитку таких галузей економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське та лісове господарство, виробництво товарів народного споживання; по-четверте, це умови для розвитку соціальної та виробничої інфраструктури; п'яте, це можливість засобів збільшення валютних надходжень; шосте, це фактор розвитку національних народних промислів; сьоме, це умови для обміну культур та звичаїв; восьме, це одна з самих ефективних сфер сучасної економіки, яка успішно конкурує з такими галузями, як видобування нафти та газу, по-дев'яте, при вмілій державній направленості національний туризм може стати конкурентним на світовому ринку. Необхідно відмітити ще одну особливість туризму, яка має важливе значення для сучасної України. Мова йде про те, що туризм як особлива соціально-економічна сфера суспільства може успішно поєднувати в собі і ринкові аспекти економічних зв'язків, і соціально орієнтовані цілі розвитку суспільства.

Література

1. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. — М.: Финансы и статистика. — 2001. — 368 с.
2. Гофман К. Г. Экономическая оценка природных ресурсов в условиях социалистической экономики. — М.: Экономика, 1978. — 204 с.
3. Коваль Я. В., Антоненко І. Я. Економічна (грошова) оцінка природних ресурсів: теорія, методологія, методика. — К.: РВПС України НАН України, 2004. — 163 с.
4. Козырев В. М. Туристская рента: Учебн. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 112 с.
5. Струмилин С. Г. О цене «даровых благ природы» // Вопросы экономики. — 1967. — № 8. — С. 60—72.
6. Тарасов А. И. Рекреационное лесопользование. — М.: Агропромиздат. — 1989. — 176 с.

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

В умовах, що склалися в економічному розвитку України, для забезпечення швидкого поступу соціально-політичної та економічної сфери, незалежності та суверенності нашої держави, в першу чергу необхідним є включення господарства України до світової економіки, інтегрування його до міжнародної економічної системи через різні форми співробітництва із зарубіжними партнерами. На конференції провідних економістів України було визначено основні пріоритетні завдання такого розвитку, сформульовано «соціально-економічне замовлення» новому Президенту. Останнє передбачає покращення системи оподаткування та законодавчої бази фінансової системи з метою забезпечення гідного рівня життя громадянам, стабільності та безпеки суспільству, боротьбу з корупцією в економічній сфері шляхом формування незалежної та компетентної судової системи. Інтеграція в світову економічну систему та в Європейське співтовариство забезпечить якнайшвидше приєднання до Світової організації торгівлі (СОТ).

Ключову роль у справі національного розвитку нашої держави відіграє туристична сфера. Вже сьогодні туристична галузь виробляє 8 % валового внутрішнього продукту і становить 20 % зовнішньоторговельного обігу України. За оцінками Міністерства економіки України, продукти та послуги, пов'язані з діяльністю туристичної галузі, становлять 10 % валового національного продукту, а за загальними оцінками — 15 % робочої сили в Україні зайнято в туристичному бізнесі та супутніх сферах. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), наприкінці 2000 р. туризм займав перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів і послуг. Так, у сфері міжнародного туристичного обміну щорічний обсяг коштів становить понад 2,2 трлн. доларів. Ще в 1996 р. за валютними надходженнями, що зростають на 9 % щороку, туризм випередив експорт нафтопродуктів, автомобілебудування, інші види послуг. Туризм і подорожі входять сьогодні до переліку першочергових потреб людини. В деяких, особливо європейських, країнах навіть сформувався таке поняття, як «право на туризм», яке відображене в Глобальному етичному кодексі туризму, прийнятому Всесвітньою туристичною організацією. Середня американська сім'я витрачає на туризм 3900 дол. щороку.

Досвід промислово розвинутих країн світу показує, що міжнародний туризм є найбільш апробованим та ефективним засобом швидкого залучення надходжень в країну коштів в іноземній валюті. Протягом короткого часу туризм зайняв важливе місце у світовій економіці. Прибутки від туристичної діяльності загалом у світі в 1997 році досягли 448 млрд. дол. За прогнозами ВТО до 2010 року кількість поїздок складе до 1 млрд., а доходи від туризму зростуть до 1,1 трлн. дол. Найбільший дохід від туризму у 1997 р. мали США — 75 млрд. дол., Італія — 30, Іспанія — 28, Франція — 27, Великобританія — 20, Німеччина — 19 млрд. дол. відповідно.

Україна має значні потенційні можливості для розвитку туристичної сфери — унікальні природно-кліматичні, історико-культурні та національно-етнографічні ресурси. На території нашої країни налічується понад 125 тис. пам'яток архітектури, містобудування, історії та мистецтва, працюють сотні музеїв. Це стосується насамперед таких привабливих туристських зон, як Автономна Республіка Крим, Волинська, Запорізька, Івано-Франківська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Херсонська, Черкаська, Чернівецька області, м. Київ та Львів, де туризм посідає чільне місце в розвитку економіки.

В процесі розбудови української держави туризм стає дійовим засобом формування ринкового механізму господарювання, надходження коштів до державного бюджету. Через міжнародний туризм зростає питома вага надходжень у платіжному балансі країни. Туризм є єдиною можливістю продажу за валюту таких послуг, як розміщення в готелі, харчування в ресторані, транспортні послуги, екскурсії, відвідування театрів, музеїв і виставок. Послуги й товари продаються іноземним туристам за роздрібними цінами, які є значно вищими від зовнішньоторговельних оптових цін. Сьогодні туристична галузь виробляє 8 % валового внутрішнього продукту і становить 20 % зовнішньоторговельного обігу України. Кожен турист, який відвідав Україну, залишає тут майже 500 доларів; за останні 5 років кількість відвідин України іноземними громадянами збільшилась у 2,2 рази. Упродовж 2001 р. зареєстровано 11,9 млн. таких відвідин, це принесло Україні доходи в сумі понад 2,5 млрд. дол. США.

Біля 6,9 млн. населення України здійснили в 2001 році різноманітні подорожі рідним краєм. Близько 16 млн. відвідувачів зареєстровано музеями України та більше 1,8 млн. екскурсантів на рахунку турагентств. Розрахований за методикою ВТО сукупний обсяг реалізації товарів та послуг різних галузей економіки, що забезпечують задоволення споживчих потреб іноземних та внутрішніх відвідувачів України, склав у 2001 році 20,9 млрд. гривень, або 3,9 млрд. дол. США.

Туризм не тільки прямо чи побічно охоплює більшість галузей економіки, зокрема промисловість, сільське господарство, будівництво, транспорт, страхування, зв'язок, торгівлю, громадське харчування, житлово-комунальне господарство, сферу побутових послуг, культуру, мистецтво, спорт, а й стимулює їх розвиток. Від функціонування туризму безпосередньо залежить господарська діяльність понад 40 галузей економіки та життєдіяльність близько 10—15 % населення України.

Наприклад, капіталовкладення на будівництво готелів стимулює ріст будівельної промисловості в цілому. Активний розвиток туризму в Іспанії починаючи з 1955—1960 років зумовив бум у будівельній індустрії країни. Число готелів за період з 1961 по 1971 зросло з 2871 до 8631, тобто в три рази. Ріст будівельної індустрії в свою чергу позитивно впливав на розвиток цілого ряду галузей, і зокрема, на виробництво цементу, яке збільшилось з 5 млн. т. 1960 року до 17 млн. т. 1971 року.

Туризм дозволяє знизити рівень безробіття. Створення одного робочого місця тут коштує в 20 разів дешевше, ніж у промисловості. В США, наприклад, у сфері туризму зайнято 9 млн. чол., що перевищує чисельність працівників у сільському господарстві, автомобільній, електронній, сталеплавильній та текстильній промисловості. В Україні туризм забезпечує роботою майже 1,8 млн. громадян. Отже, згадана сфера діяльності позитивно впливає на економіку країни, створює робочі місця, дає валютні надходження в державний бюджет, розвиває інфраструктуру, сприяє розквіту обслуговуючих туризм галузей, розширює міжнародні зв'язки.

Для того щоб іноземний туризм мав істотний позитивний вплив на економіку нашої країни необхідно значно збільшити валютні надходження. У зв'язку з цим потребує суттєвого розширення обсяг капіталовкладень в цю галузь. Розвиток туристичної сфери вимагає відповідної ринкової інфраструктури. До будівництва об'єктів іноземного туризму (готелів, пансіонатів, баз відпочинку тощо) доцільно залучити капітал зарубіжних країн. Світовий досвід показує, що туристичний готель на 500 місць зводиться протягом 16 місяців за рахунок іноземного підрядчика. При цьому 51 % акцій протягом 10 років експлуатації належить державі, а 49 % контрагенту. Після 10-ти років готель повністю переходить у розпорядження держави, в якій він збудований.

Міжнародна практика показує, що туризм доцільно розвивати у змішаних формах власності: державній, акціонерній, кооперативній, орендній. За рахунок держави перш

за все потрібно будувати об'єкти туристичної інфраструктури, що потребують значних матеріальних витрат: шляхи, аеропорти, упорядкування міст і селищ, відновлення пам'яток культури тощо.

Розрізняють наступні різновиди туризму: оздоровчо-культурний, маршрутно-пізнавальний, науковий (з метою участі у конгресах, симпозіумах, нарадах), діловий (поїздки з діловими цілями), етнічний або ностальгійний (пов'язаний з відвідинами родичів, міст їхнього народження чи родинних поховань), спортивно-оздоровчий.

Аналіз даних щодо динаміки й структури іноземного туризму в Україні протягом останніх років вказує на провідну роль маршрутно-пізнавального туризму. Адже для більшості іноземців головним мотивом відвідин залишається пізнавальний інтерес. Опитування показали, що саме цей вид міжнародного туризму в Україні й надалі збереже за собою провідне місце серед усіх інших. Наступне місце займає курортно-оздоровчий туризм, що теж має тенденцію до зростання. Коли йдеться про перспективи розвитку міжнародного туризму та, зокрема, такого його напрямку як спортивно-оздоровчий туризм, то наша держава володіє вигідним географічним розташуванням, значними рекреаційно-туристичними ресурсами, раціональне використання яких може забезпечити не тільки більш повне задоволення пізнавально-оздоровчо-спортивних потреб наших та іноземних туристів, а й значну економічну вигоду державі. Тому спортивний туризм розглядається як галузь невиробничої сфери, яка в процесі ринкової перебудови господарського комплексу країни може й повинна зайняти вагоме місце в його економічній структурі. Аналіз джерельної бази дає підстави вважати, що Україна ввійшла до двадцяти найбільших туристичних країн світу. Однак, як свідчить дійсність, вона далеко не повністю використовує потенційні можливості у згаданому напрямку, навіть не стимулює в достатній мірі діяльність суб'єктів підприємництва у сфері туризму.

Значення спортивного туризму полягає також і в тому, що його слід розглядати не лише з точки зору прямих економічних надходжень в державний бюджет, але й як галузь, котра сприяє всебічному розвитку людини, її моральному та фізичному оздоровленню, виховує національну свідомість та патріотизм, особливо серед молоді. Цей вид туризму ґрунтується на чіткій нормативній базі, що регламентує організацію та проведення туристичних походів, змагань, систему підготовки кадрів тощо. За способом здійснення або середовищем пересування він поділяється на пішохідний, велосипедний, водний, вітрильний, лижний, гірський, авто-, мото та спелеотуризм, подорожі на конях тощо.

До позитивних аспектів його розвитку можна віднести ще й те, що цей вид туризму не потребує від держави значних матеріальних витрат, адже по-перше, розвивається в існуючому навколишньому середовищі і не вимагає великих капіталовкладень для проведення туристичних заходів; по-друге, забезпечення цих заходів здійснюється силами та засобами самих туристів; по-третє, вже склалася та діє громадська система підготовки та підвищення кваліфікації відповідних фахівців, яка може ефективно функціонувати й надалі за мінімальної державної підтримки.

Практичне використання потенціалу туризму неможливе без належного наукового та кадрового забезпечення. На це орієнтує уряди країн світу Всесвітня туристська організація (ВТО), членом якої Україна стала у 1997 році. Ще у 1980 році на всесвітній конференції із туризму на Філіппінах було прийнято Манільську декларацію, в якій зазначалося, що «підготовка спеціалістів у галузі туристської індустрії має стати частиною навчання молоді, а введення туризму до навчальних програм є важливим елементом освіти та виховання». Привабливість туризму для різних категорій населення і суспільне значення туристичної діяльності, як потужного фактора формування

економіки держави, обумовлюють необхідність створення галузевої системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрових ресурсів.

В процесі здійснення такої підготовки необхідно враховувати специфіку спеціальностей працівників туристичних підприємств України. Слід взяти до уваги, що кадри галузі туризму і готельного господарства уособлюють різноманітні типи підприємств та установ: туристичні комплекси, пансіонати, готелі, мотелі, бази та інші підприємства розміщення; бюро подорожей та екскурсій, туристичні агенції та туристичні фірми, екскурсійні бюро, бюро із прийому і направлення туристів, служби реалізації путівок, підприємства харчування (їдальні, бари, ресторани, кафе). Сучасна система освіти в Україні заснована на безперервному циклі підготовки та перепідготовки туристичних працівників у системі спеціалізованих учбових закладів, зорієнтованих на туристичну галузь. Така система дозволяє готувати кадри для всіх рівнів туристично-екскурсійної сфери — від працівників масових професій до спеціалістів управління. Освітня структура туристичної галузі дозволяє сьогодні реалізувати багаторівневу систему освіти у відповідності до Закону України «Про освіту» (1995 рік).

Розвиваючись на межі спорту і дозвілля, у природному середовищі, спортивний туризм, через пропаганду достатньо «дешевого», проте ефективного відпочинку, може залучити значну кількість відпочиваючих. В умовах невисоких матеріальних ресурсів більшості громадян України, це надає йому соціально-пріоритетного значення.

Значною привабливістю в іноземних туристів користуються морський і річковий круїзи. Цей вид туризму є досить вигідним оскільки при своїй масовості він забезпечує високу валютну віддачу, не вимагаючи готельної бази та ресторанів, оскільки туристи ночують і харчуються на борту пароплавів. Україна має всі можливості для розвитку і поширення такого туризму. Також, важливим є той факт, що європейські туристи дедалі більше повертаються до Східної Європи і наша країна повинна використати свій шанс щодо цього.

Однак можливості українського туризму використовуються далеко не повністю. В Україні практично не розвивається лижний туризм і туризм з метою полювання, рибальства, навчання. Це істотно знижує потенційний обсяг валютних надходжень. Погана реклама, необізнаність та непоінформованість, низька якість і обмеженість додаткових послуг — усе це гальмує розвиток міжнародного туризму в державі. Непомірно високі ціни на туристичні послуги є бар'єром для багатьох іноземних громадян. Так, наприклад, середня вартість місця в готелі в країнах ЄС становить до 20 дол. США за добу, а в Україні в 3—4 рази більше. Вартість туру з Європи до України є у 1,5—2 рази вищою, ніж до країн Азії та Африки. За візу до України потрібно заплатити 150 дол., тоді як до Туреччини — 10, Греції — 30, Німеччини — 20.

Тенденція до інтеграції туристичних систем, намагання України співпрацювати з ними передбачають приведення її туристичної галузі у відповідність з вимогами міжнародних стандартів:

- введення ефективної політики оподаткування та ціноутворення;
- створення і вдосконалення нормативно-правової бази туризму відповідно до чинного законодавства України, міжнародних норм і права;
- створення системи заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток туристичної індустрії;
- організації і розвитку системи наукового забезпечення туристичної галузі;
- підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів.

Реалізація цих та інших заходів розвитку міжнародного туризму дозволить Україні одержати від такої діяльності значну частку національного доходу і стати однією із провідних туристичних країн Європи.

Література

1. Долга С. А. Перспективи розвитку нових напрямків туризму в нашій державі // Туризм ХХІ ст.: Матеріали міжнародної наукової конференції. — К., 2002.
2. . . . Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Зелена Буковина, 2003. — 312 с.
3. Новіков В., Корячин Ю. Економічні проблеми іноземного туризму в Україні // Економіка України, 1992. — № 7.
4. Проблеми міжнародного туризму: Збірник наукових статей. — К., 1997.
5. . . ., // Історія туризму в Україні., К., 2002.
6. Щур Ю. В., Дмитрук О. Ю. Спортивно-оздоровчий туризм., К., 2002.

ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ТУРИЗМУ

Органічною частиною процесу ринкової трансформації економіки України є становлення підприємництва. Підприємець — це не лише основний суб'єкт ринкової економіки, а й рушійна сила її розвитку. Темпи та ефективність ринкової трансформації національної економіки залежать від розвитку мережі як малих підприємств, кількість яких поступово зростає, так і середніх та великих підприємств — основи ефективного використання ресурсного і наукового потенціалу та підвищення добробуту населення. І хоча частка середніх та великих підприємств України у сільському та лісовому господарствах складає близько 90 %, однак рівень розвитку малого підприємництва в Україні, недостатній. В той же час, сільський зелений туризм у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів вирішення багатьох сільських проблем.

З іншого боку, органічним структурним елементом економіки можна назвати аграрний бізнес. Аграрні реформи завжди приводили до подальшої демократизації будь-якого суспільства. Ця специфіка та своєрідне функціональне призначення аграрного бізнесу загалом та аграрного туризму зокрема набувають особливого значення для тих країн, які йдуть шляхом ринкової системи господарювання на селі. Здатність агробізнесу до структуроутворення ринку висуває завдання його відродження та ставить у число першочергових заходів реформування економіки України.

Звичайно, туристичний бізнес (у тому числі, аграрний) виникає в тій економічній системі, в якій є свобода підприємництва і приватна власність. Тому доречно говорити як про сільське туристичне підприємництво, так і про його передумови у формі становлення приватної власності на землю та капітал. Причому, дослідження такого підприємництва слід ототожнювати із поняттям «підприємництво». Крім того, процеси в туристичній сфері необхідно розглядати саме з позицій підприємництва.

При визначенні поняття «підприємництво» доцільно навести перелік положень, що входять у дане поняття і краще розкривають його сутність. На нашу думку, такими положеннями мають бути: а) історія поняття; б) сучасне розуміння поняття; в) мета та завдання підприємництва; г) його ознаки, риси та принципи; ґ) функції.

Можна виділити наступні функції аграрної підприємницької діяльності в туристичній сфері: творче «здійснення нових комбінацій факторів виробництва та обігу» (Й. Шумпетер); створення нового блага; впровадження нових технологій надання послуг; завоювання нового ринку збуту або більш широке використання колишнього; використання нової сировини або напівфабрикатів; введення нової організації справи, наприклад, монопольного становища або, навпаки, подолання монополії; стеження за цінами і витратами, а також за пропорційним їх співвідношенням; спрямування виробництва, виконання ролі механізму цін; реалізація партнерських зв'язків.

Зарубіжна література з питань підприємництва практично обходить проблему з'ясування його соціально-економічної суті, а зосереджується переважно на практичних аспектах його функціонування.

Саме поняття «підприємництво» має об'єднуючий зміст, оскільки включає в себе сукупність економічних, політичних, юридичних, історичних і психологічних відносин. Прийнято вважати, що одним із перших, хто серйозно зацікавився таким явищем, як підприємництво, був А. Сміт. Однак найбільший внесок в вирішення цієї проблеми зробив Р. Кантільон. Саме він ввів у науковий обіг поняття «підприємець». Р. Кантільон розумів підприємництво як економічну функцію особливого роду та підкреслював наявність елементу ризику як обов'язкової складової підприємницької

діяльності. Проте головною сутністю підприємництва є ще й економічна (матеріальна) основа, якою є процес отримання підприємницького доходу завдяки інноваційній, ініціативній, ринковій діяльності. Самоствердження та самозбагачення є рушійними силами для її здійснення через отримання підприємницького доходу.

У вітчизняній економічній літературі можна простежити різноманітність визначень підприємництва. Зокрема, можна навести наступне визначення: економічна сутність приватного підприємництва полягає в тому, що це — ініціатива, пов'язана з ризиком та приватній власності суб'єкта господарювання, який здійснює найбільш ефективне комбінування факторів виробництва з метою отримання підприємницького доходу і морального задоволення [1, 6]. Підприємництво, як тип господарської діяльності, поєднує в собі вміння суб'єктів виробничих відносин виробляти й забезпечувати виконання необхідних господарських завдань та цілей в умовах однакових можливостей реалізації інтересів усіма суб'єктами суспільного виробництва. Визначальними рисами підприємця є: а) свобода вибору виду діяльності; б) самостійність в організації виробництва згідно з власними цілями; в) свободний вибір партнерів за господарською діяльністю; г) самостійність у розпорядженні виробленим продуктом; д) самостійність у розпорядженні прибутками [2, 9].

На наш погляд, аграрне підприємництво — це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву сільськогосподарської продукції, виконанню відповідних робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами; це організація форми відпочинку на селі з широкою можливістю використання природного, матеріального і культурного потенціалу регіону.

Аграрний сектор України має значний потенціал для туристичного підприємництва. Так, у 2004 році кількість зайнятих у сільському господарстві становила близько 5 млн. осіб, або 20 % зайнятих у національній економіці (значно більше ніж у країнах з розвинутою ринковою економікою — до 9 %). Через відсутність робочих місць число безробітних в сільській місцевості складало на початок 2005 р. близько 2 млн. осіб. Приватний сектор за масштабами залучення робочої сили перевищив колективний і державний (54 %, 40 %, та 6 % відповідно).

Все це, з одного боку, є передумовою здійснення масової підприємницької діяльності в сільському населенні, а з іншого, підприємницька діяльність сприятиме зменшенню безробіття. Однак, слід брати до уваги перенасиченість аграрного сектора трудовими ресурсами. Позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем села полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток; розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері але й в сфері обслуговування. Тут слід згадати досвід іноземних країн, в яких поняття «агробізнес» включає в себе не тільки діяльність в суто аграрній сфері, але й в сфері сільської інфраструктури. Тобто саме поняття «сільський туризм» є складовою поняття «агробізнес».

Це особливо важливо у період становлення правової бази аграрного туризму. Так, розробниками проекту закону «Про сільський зелений туризм», останній розглядається з позицій бізнесу у сфері туризму. Проте, на думку Володимира Васильєва, голови Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, висловленій ним на засіданні національного прес-клубу реформ 5 квітня 2005 року, необхідно, щоб закон був створений саме для сільського господаря [2]. Справедливість такої думки очевидна, оскільки це питання зайнятості сільського населення.

Якщо слідувати логіці розробників проекту зазначеного закону, то питання соціального призначення цього виду туризму відходить на задній план. Однак,

в сільській місцевості, дедалі більше загострюється питання безробіття. Тому необхідно, щоб закон «Про сільський зелений туризм» був прямої дії, щоб він «легалізував діяльність сільського господаря шляхом надання йому преференцій, кредитів, створення сприятливого середовища».

Сказане особливо важливе у період активного становлення сільського зеленого туризму. Як показує практика, сільський зелений туризм здатен не тільки економічно підтримувати села, а й відроджувати їх. Як приклад — село Паляниця, що на Буковині: за останні 2 роки бюджет тут збільшився в 20—25 разів, а вартість землі за цей час зросла в 30—35 разів.

У 2003 р. в с. Паляниця відпочивало 10 тис. людей, торік — 40 тис., а цього річної зими — 200 тис. До 8 % прибулих здатні прийняти місцеві готелі, що ж до решти, то вони квартирували у приватному секторі [2].

Отже, галузь є прибутковою. Сільський зелений туризм не обмежується лише вирішенням такої соціальної проблеми, як самозайнятість населення. Він виконує й іншу функцію, пов'язану зі збереженням народних традицій, ремесел, культури, яка нинішнім українцям дісталася у спадок від дідів-прадідів. Головною фігурою в забезпеченні організації відпочинку на селі виступає сільська родина, яка надає житло, забезпечує харчування і знайомить з особливостями сільської місцевості. До садиб-музеїв можуть приїздити не лише іноземці, які цікавляться нашою історією та звичаями, не лише окремі родини, для яких минушина країни важить дуже багато, а й школярі, які мають змогу пізнати історію не лише за підручниками. Такі садиби можуть виконувати подвійну функцію. Весною та влітку вони можуть надавати послуги як об'єкти сільського зеленого туризму, а восени та взимку, коли туристичний сезон йде на спад, працювати як музеї.

Проте галузь потребує державної уваги. Так, необхідно, щоб на побудову та реконструкцію об'єктів сільського зеленого туризму надавалися кредити на 20 років. І щоб річна ставка нарахування на них не перевищувала 3 %. Для початку це мають бути державні кредити. І надаватися вони мають у рамках програми «Власний дім». Крім того, державні органи мають визначити повноваження громадських самоврядних організацій, з якими у галузі сільського зеленого туризму вони могли б працювати на партнерських засадах.

Слід зазначити, що у правовому полі визнання галузі лише починається. Так, термін «сільський зелений туризм» є лише в двох Указах Президента України щодо основних напрямків розвитку туризму (1999 р.) та щодо соціального розвитку села (2000 р.) (це за період з 1996—2005 рр.) [6]. Постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 року «Про розвиток туризму в Україні до 2010 року» визначається необхідність розробити Програму розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

На даний час діє прийнятий 15 травня 2003 року Закон України «Про особисте селянське господарство», згідно якого власник цього господарства має право надавати послуги у сфері сільського зеленого туризму з використанням майна особистого селянського господарства. В даний час відбувається становлення Закону «Про сільський зелений туризм».

Розвиток галузі має запезпечуватися розвитком відповідної інфраструктури. Вирішити питання доріг без спеціальної державної програми неможливо. Якщо дане питання не вирішувати, то відбуватиметься відтік туристів, оскільки за ті самі кошти, проте з кращим обслуговуванням, можна відпочити і в Словаччині, і в Чехії, і в Болгарії.

Проблеми місцевого рівня це: зменшення загального терміну оформлення земельної ділянки у власність або під забудову (сьогодні він становить від 3 до 9 місяців); наявність додаткових умов при наданні дозволів на ділянку (наприклад, будівництво 10 км. доріг, ремонт школи тощо). Який інвестор погодиться на такі умови?

Водночас, розвивається інформаційне забезпечення туризму. Так, облдержадміністраціями для розвитку сільського зеленого туризму випускаються буклети за рахунок коштів місцевого бюджету, проводяться семінари, зустрічі, відкриваються Інтернет-сторінки. Зменшені ставки єдиного податку для тих, хто замається сільським зеленим туризмом [4].

Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні здійснюється програма «Зелена садиба», що має на меті екологічне маркування агросадиб [5]. Крім цього, нею видаються публікації, рекомендації як власникам, так і державним органам щодо ведення сільського туризму.

Таким чином, аграрний туризм в Україні є новою, але водночас перспективною формою аграрного підприємництва. Для свого розвитку він потребує вирішення проблем інформаційного, юридичного, інвестиційного, рекламного характеру. Однак це дозволить водночас вирішити соціальні проблеми, підвищити достаток громадян держави та збільшити надходження до державного бюджету.

Література

1. Рибчак В. І. Розвиток приватного підприємництва в умовах трансформації виробничих відносин в Україні: Автореферат дисертації на здобуття ступеня канд. ек. наук (08.01.01) / Київський національний економічний ун-т. — К., 2000. — 19 с.
2. Несененко П. П. Реформування форм власності і господарювання в аграрній економіці України в перехідний період: Автореферат дисертації на здобуття ступеня канд. ек. наук (08.01.01) / Одеський державний економічний університет, 1995. — 20 с.
3. Губін С. Нові можливості сільського зеленого туризму // Сайт Українського освітнього центру реформ: <http://www.umrep.kiev.ua/>.
4. Прикарпаття: Українські підприємці в 2003 році інвестували 1,5 млн. гривень в розвиток сільського зеленого туризму Верховинського району // Контекст-медіа. — Підрозділ новин сайту «Подорож»: <http://travel.piar.org.ua/>
5. Програма «Зелена садиба» — інструмент сталого розвитку українського села. — Сайт Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні: <http://greentour.com.ua/ua/projects/>
6. Спілка сприяння розвитку сільського туризму в Україні. — Сайт Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні: <http://www.greentour.com.ua/ua/union/>
7. http://www.bucoda.cv.ua/tour/3/51_1.html.

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В РЕГУЛЮВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Важливим сегментом розвитку національної культури та економіки в Україні є створення високоприбуткової туристичної галузі. Туристична діяльність безпосередньо впливає майже на 40 галузей економіки. Сучасна індустрія туризму є однією з найприбутковіших і динамічних галузей світового господарства. Частка туризму становить майже 10 % світового валового національного продукту, 8 % загального обсягу інвестицій, 12 % — світових споживчих витрат, 5 % — усіх податкових надходжень і третину світової торгівлі послугами.

Визнаючи важливість для вітчизняної економіки функціонування такої галузі, як туризм, уряд України на початку 90-х років почав розробку різноманітних нормативно-правових актів, які мали регламентувати економічні відносини у цій сфері. За основу було прийнято норми функціонування туристичних підприємств у розвинутих державах світу.

У 1995 році прийнято Закон України «Про туризм», який відкрив нові перспективи для подальшої роботи щодо реформування туристичної галузі. Механізмом реалізації положень Закону стала Державна програма розвитку туризму в Україні на 2002—2010 роки. Але за цей час в Україні сталися значні зміни. Тому у 2003 році прийнято Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», який визначив особливості діяльності туристичних підприємств відповідно до вимог європейського законодавства, формування нормативно-правових засад діяльності фізичних і юридичних осіб, що надають послуги з розміщення.

Відповідно до Закону було створено орган центральної виконавчої влади, до повноважень якого входило здійснення організаторських та координуючих функцій з упровадження державних рішень щодо роботи галузі. На той час такі функції виконував Державний комітет з туризму, який сьогодні реорганізувався у Державну туристичну адміністрацію України, яка здійснює координацію діяльності усіх центральних та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму й курортів. У 2005 році створено Міністерство культури і туризму України.

В Україні знайдено оптимальне розв'язання проблеми значущості державного органу регулювання у сфері туристичних послуг, який гарантує незалежність цього органу від безпосереднього втручання в його роботу інших міністерств та відомств, що сприятиме оперативному вирішенню усіх починань у галузі, кращому моніторингові її поточного розвитку.

Завдяки виваженій державній політиці, туризм в Україні почав динамічно розвиватися. У жовтні 1997 року Україна стала дійсним членом ВТО; через два роки, у 1999-му, Україна увійшла до Виконавчої ради ВТО (на чотири роки). Це свідчить про зростаючий авторитет нашої країни на світовому ринку туризму.

Указ Президента України «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року» набув чинності у 1999 році, затверджено також інструкцію «Про умови і правила провадження підприємницької діяльності, пов'язаної з організацією іноземного і зарубіжного туризму (ліцензійні умови), та контроль за їх дотриманням». Згадані нормативні акти створюють досить обумовлене економіко-правове середовище для розвитку підприємств туристичної сфери.

Відбулися позитивні тенденції у податковій політиці держави. Податкова реформа, яка проводиться нині в Україні, в цілому є прогресивною щодо стимулювання господарського життя в нашій державі — в тому числі і для підприємств туристичної

сфери. Так, у 2004 році зменшено ставку податку на прибуток до 25 %, замість 30 %, що дасть змогу готелям збільшити обсяг обігових коштів, які залишаються у їхньому розпорядженні, і направити на удосконалення матеріально-технічної бази. Починаючи з 2004 року, відповідно до Закону України від 20.03.03 № 641-IV «Про внесення змін до Декрету Кабінету Міністрів «Про місцеві податки і збори» та Закону України від 18.11.03 № 1271-IV «Про внесення змін до статті 15 Закону України «Про систему оподаткування» із переліку місцевих податків і зборів вилучено готельний збір.

Передбачається, що такі зміни у податковій системі країни можуть спричинити збільшення обсягів щорічних надходжень до державного бюджету за рахунок наданих туристичних послуг в 12 разів за період 2002—2010 років при збільшенні туристичних послуг в 22 рази.

В державі проведено значну роботу з розвитку інвестиційного співробітництва та удосконалення інвестиційного законодавства. Так, упродовж 2003—2004 рр. проведено серію заходів щодо залучення іноземних інвестицій з Росії, США, Іспанії, Франції та інших держав. За останніми даними, обсяг інвестицій у туристичну сферу у 1994 р. збільшився майже на 15 % порівняно з попереднім роком. Позитивним чинником законодавчої бази, що регулює процес залучення іноземних інвестицій в Україні, є державні гарантії їхнього захисту.

Це забезпечують закони України «Про режим іноземного інвестування», «Про інвестиційну діяльність» та угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій, укладені Україною з низкою держав.

Для іноземних інвесторів на території України встановлюється національний режим інвестиційної та іншої господарської діяльності, тобто вони мають обсяг прав та обов'язків не менший, ніж вітчизняні суб'єкти господарської діяльності. Майно, яке ввозиться в Україну як внесок іноземного інвестора до статутного фонду підприємства з іноземними інвестиціями, звільняється від митного оподаткування. Передбачено однаковий режим оподаткування як для підприємств, створених за участю іноземних інвестицій незалежно від форм їх внесення, так і для українських підприємств, який забезпечить:

- створення економічних умов, котрі стимулюватимуть розвиток туризму та рекреації;
- залучення національних та іноземних інвестицій у розвиток туристичної галузі;
- створення рівних можливостей для суб'єктів підприємницької діяльності різних форм власності;
- розвиток та вдосконалення інфраструктури туризму;
- створення нових робочих місць;
- розвиток іноземного та внутрішнього туризму;
- формування ринку спеціалізованих туристсько-рекреаційних послуг.

Одним з недоліків вітчизняних готельних підприємств є досить високі ціни за проживання в готелях. У серпні 2003 року в Україні Постановою Кабінету Міністрів «Про забезпечення дотримання законодавства під час надання послуг іноземцям і особам без громадянства» уряд встановив рівні ціни на проживання вітчизняних та іноземних туристів, начебто скасувавши у такий спосіб привід для недовіри з боку зарубіжного відвідувача, який хоча й готовий платити вищу ціну, та водночас може не зрозуміти подібну дискримінацію. Але, як виявилось, дискримінація тепер спрямована на вітчизняного туриста, оскільки ціни на проживання зросли і зрівнялися з колишніми розцінками для іноземців, рівень доходів яких незрівнянно вищий.

Слід зауважити, що цінова політика досить часто відступає перед конкуренцією якості. Самі проблеми якості особливо актуальні для послуг, які надаються вітчизняними готелями. І досить часто виникає ситуація, коли класність готелю завищується

органами сертифікації та ліцензування. Треба підвищити вимоги до сертифікації готелів. В Україні вона проводиться за процедурою підтвердження відповідності послуг міждержавним стандартам і згідно з правилами обов'язкової сертифікації готельних послуг.

На перше січня 2004 року сертифікацію пройшли 643 підприємства, що надають послуги розміщення, з них на відповідність певній категорії — 148, тобто це приблизно 20 % від загальної кількості.

Державною туристичною адміністрацією України проводиться значна робота, спрямована на удосконалення нормативно-правової бази, а саме: разом з ДНДІ «Система» (Львів) розроблено проекти державних стандартів «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» та «Послуги туристичні. Класифікація готелів»; спільно з Київським національним торговельно-економічним університетом розроблений державний стандарт «Послуги туристичні. Типи засобів розміщення. Термінологія». Зрозуміло, що стандарти, що встановлюють класифікаційні вимоги, не зможуть вирішити питання підвищення якості обслуговування в підприємствах туристичної індустрії, але вони стимулюватимуть засоби розміщення працювати у цьому напрямку.

Важливою частиною заходів з боку держави має бути профілактична робота з захисту природного середовища від можливого негативного впливу туристичних потоків. Розробляється методика визначення максимально допустимих норм антропогенного навантаження на рекреаційних територіях, створюється механізм раціонального та екологічно збалансованого використання природного й історично-культурного потенціалів туристичних центрів.

Актуальним є і розвиток сільського зеленого туризму в Україні з причини подальшого впливу на стабілізацію економічного розвитку сіл, забезпечення зайнятості сільського населення, їх виходу з соціально-економічної кризи, скорочення міграції населення з сільських регіонів до міст. Сільський зелений туризм у світі здебільшого розглядається як невід'ємний складник програми комплексного соціально-економічного розвитку села.

Уряд України усвідомлює пріоритетність розвитку сільського туризму і як одного із напрямів відродження села, і як способу активізації внутрішнього й іноземного туризму. Відповідно до «Основних напрямків розвитку туризму в Україні до 2010 року», затверджених Указом Президента України від 10 серпня 1999 року, одним із головних напрямів державної політики в галузі туризму має бути «залучення приватного сектору, особливо у сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму (сільського зеленого туризму)». У «Державній програмі розвитку туризму на 2002—2010 роки» (п. 55) визначається необхідність розробки «Програми розвитку сільського зеленого туризму в Україні». Міністерство агропромислового комплексу України включило сприяння цьому виду діяльності сільського населення до проекту Національної програми розвитку агропромислового виробництва і відродження села на період до 2010 року. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні підтримується спеціальними європейськими програмами, серед яких найвагомішими є програми ТАСІС, Міжнародного фонду «Відродження», фонду «Євразія», Європейської федерації сільського зеленого туризму «Єврожітс» та інші.

Державною туристичною адміністрацією України подано на розгляд проект Програми «Про розвиток сільського зеленого туризму в Україні», метою розробки якого є створення ефективного механізму розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

Все це свідчить про значні зрушення у державному регулюванні туристичної діяльності в Україні. Але на сьогодні усе ще маємо нерозв'язані питання, які гальмують процес досягнення стратегічної мети розвитку туризму в Україні.

Як зазначає керівництво Державної туристичної адміністрації, основні з них: відсутність ефективного механізму сприяння вкладанню коштів у розбудову туристичної інфраструктури; слаборозвинена або ж відсутня вдало розроблена реклама України як туристичної держави; недостатній рівень розвитку внутрішнього туризму; необхідність поступового запровадження безвізового режиму для громадян з ЄС, США, Канади, Австралії, Японії, Республіки Корея з метою зростання потоку в'їзного туризму до України; підтримка з боку держави розвитку сільського зеленого туризму; вирішення питань щодо використання земель природоохоронного призначення у туристичних цілях і низка інших проблем.

За роки незалежності урядом країни та суб'єктами підприємницької діяльності було докладено багато зусиль для оптимізації використання туристичних можливостей. Основна мета розвитку туризму в Україні на сьогодні полягає у розширенні внутрішнього туризму та постійному зростанні обсягів в'їзного туризму, забезпеченні на цій підставі комплексного розвитку курортних територій і туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів населення, збереженні й відновленні природного середовища та історико-культурної спадщини, виконанні завдань щодо наповнення державного і місцевого бюджетів, створенні конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби населення України.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ДОНЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Донецька область посідає гідне місце серед найбільш привабливих туристичних регіонів України. Це обумовлено її унікальними природними, рекреаційними, історичними та культурними ресурсами. Вона займає друге місце після АР Крим за кількістю санаторно-курортних закладів (відповідно, 567 та 435 закладів), після м. Київ — по виїзному туризму, четверте місце в Україні за обсягом наданих послуг, а також входить до десяти регіонів країни, де спостерігається стійка тенденція зростання показників розвитку туризму.

За 2000—2003 рр. кількість обслужованих в Донецькій області туристів зросла вдвічі — з 78 до 159 тис. осіб. Це випереджало темпи зростання цього показника в Україні на 25,6 %. При цьому кількість обслужованих внутрішніх туристів зросла в 2,2 рази, а в'їзних — у 3,1 рази. Незважаючи на те що область займає друге місце в Україні по виїзному туризму, спостерігається позитивна тенденція перевищення обсягів внутрішнього турпотоку над обсягами виїзного турпотоку: у 2002 р. — у 2,8, у 2003 р. — у 3,5, у 2004 р. — у 1,7 рази.

Про позитивні тенденції розширення внутрішнього ринку та його економічної стабілізації свідчить також зростання обсягів наданих туристичних послуг за 2001—2004 рр. з 41,7 до 84,0 млн. грн. Питома вага Донецької області в обсязі туристичних послуг України зросла з 3,5 % у 2001 р. до 4,2 % у 2003 р. У 2004 р. вона склала 3,9 %. Рівень споживання туристичних послуг на одну особу досяг у Донецькій області в 2003 р. 554 грн. Це лише на 4,6 % менше середнього рівня по Україні — 580,8 грн. [1]. В 2004 р. він склав 895,2 грн. при середньому республіканському рівні 751,5 грн. [2].

Означені вище позитивні тенденції є результатом цілеспрямованої роботи, яка наполегливо здійснюється у Донецькій області для підвищення її туристичної привабливості [3, 18, 4, 127]. Для оцінки її масштабності достатньо назвати лише деякі заходи: освячення третьої в Україні Святогірської Лаври та реалізація програми Святогір'я-2004 у Рік Духовності на Донеччині; проведення щорічних фестивалів «Зірки балету», «Прокоф'євська весна», духовного хорового співу та джазу, спортивних змагань міжнародного рівня з футболу, гімнастики «Золота лілія» та легкої атлетики «Зірки шесту»; розширення природно-заповідного фонду, видання Державним управлінням екоресурсів у Донецькій області науково-інформаційного довідника-атласу «Донбас заповідний» та екологічної газети «Наш край».

Значний внесок у підвищенні туристичного іміджу вносить Донецький інститут туристичного бізнесу (ДІТБ), яким розроблено путівники по Донецьку та Святогір'ю, екскурсії «Село Красне — батьківщина великого композитора С. С. Прокоф'єва», «Великоанадольський ліс», «Хомутовський степ», «Донецьк-Сімферополь-Ялта», «Донецьк індустріальний», «Донецьк культурний», «По святиням православ'я», «Донецьк-Нескучне», збірник «Рекреаційні зони та туристсько-екскурсійні маршрути Донецької області «Мій Донбас» [5, 6, 7]. Разом з громадською організацією «Донецький аграрний розвиток» інститутом успішно здійснюється Програма розвитку сільського зеленого туризму у с. Красному — батьківщині відомого композитора С. С. Прокоф'єва. Зараз досвід розвитку екологічного туризму та агропослуг впроваджується в інших селах області [8, 9, 10].

Багато робиться з точки зору створення якісно нових об'єктів туристичної інфраструктури. Наприклад, розроблено проект тематичного парку «Легенди Приазов'я», який отримав свідоцтво про реєстрацію авторського права. Експозиція парку

включає культурно-історичну реконструкцію поселень скіфів та запорізьких козаків. Його пропонується розташувати біля регіонального ландшафтного заповіднику «Кам'яні Могили», який Президент України В. Ющенко під час свого перебування у Донецьку в лютому 2005 р. назвав культурною спадщиною планетарного значення. Згідно розрахунків, кількість відвідувачів парку буде досягати у літній період 4—5 тис. осіб на день [11, 12].

Важливим чинником розвитку туризму є формування ефективної системи та організаційної структури управління на державному та регіональному рівнях. Протягом останніх років в Донецькій області багато зроблено у цьому напрямку завдяки плідній співпраці Міжнародного науково-дослідного центру проблем розвитку туризму ДІТБ з юридичним відділом Донецької облдержадміністрації. Результатом цієї співпраці стало створення відділу з питань туризму та курортів у складі облдержадміністрації, а також обласної координаційної ради з питань розвитку туризму як координаційно-дорадчого органу обласної державної адміністрації [13, 14, 15].

Практична значущість розроблених науково-методичних положень щодо удосконалення організаційної структури системи державного управління та регулювання сферою туризму і курортів в Донецькій області полягає в наступному:

- створено відділ з питань туризму і курортів Донецької облдержадміністрації (розпорядження голови Донецької облдержадміністрації «Про утворення відділу з питань туризму і курортів облдержадміністрації» від 30.12.2003 р. № 823 і «Про Положення про відділ з питань туризму і курортів облдержадміністрації» від 24.02.2004 р. № 80);
- розроблено положення про обласну координаційну раду з питань розвитку туризму (розпорядження голови Донецької облдержадміністрації «Про утворення обласної координаційної ради з питань розвитку туризму» від 28.04.2005 р. № 136);
- розроблено пропозиції щодо підвищення ролі органів виконавчої влади і місцевого самоврядування з питань активізації туристичної діяльності в регіоні;
- запропоновано якісно нову систему взаємовідносин місцевих органів влади з суб'єктами підприємництва на договірній основі;
- розроблено «Комплект нормативно-правових документів з регулювання туристсько-екскурсійної діяльності на території міста», який було схвалено на конкурсі нормативно-правових актів і програм з питань місцевого самоврядування і регіонального розвитку (свідectво Донецької обласної ради від 03.12.2003 р.);
- рекомендації щодо удосконалення системи управління та регулювання сферою туризму в Донецькій області включено до Комплексної програми розвитку туризму і курортно-рекреаційної галузі на 2005—2010 роки, яку схвалено на колегії Донецької обласної державної адміністрації та 25.02.2005 р. затверджено Донецької обласною радою.

Література

1. Статистичний бюлетень «Туризм в Україні — 2003». — К.: Державна туристична адміністрація України, 2004. — 41 с.
2. Статистичний бюлетень «Туризм в Україні — 2004». — К.: Державна туристична адміністрація України, 2005. — 49 с.
3. Близнюк А. М., Конищева Н. И. Пути повышения туристско-рекреационного имиджа Донецкой области // Вісник ДІТБ. — 2004. — № 8. — С. 8—19.
4. Конищева Н. Й. Шляхи розвитку природно-заповідних територій Донецької області в контексті концепції сталого розвитку // Регіональна економіка. — 2004. — № 4. — С. 127—139.
5. Дмитриевский А. В. Разрешите представить — Донецк!: Путеводитель / Под общ. ред. А. В. Кузьменко. — Донецк: Донецкий ин-т турист. бизнеса, 2003. — 198 с.
6. Дмитриевский А. В. Разрешите представить — Святогорск!: Путеводитель / Под общ. ред. А. В. Кузьменко. — Донецк: Донецкий ин-т турист. бизнеса, 2004. — 128 с.

7. Рекреационные зоны и туристско-экскурсионные маршруты Донецкой области «Мой Донбасс»: Монография. — Т. 1. — Донецк: Донецкий ин-т турист. бизнеса, 2001. — 215 с.
8. Конищева Н. И., Кузьменко А. В. Научно-методические основы проведения маркетингово-социологического исследования предпочтений жителей крупных промышленных городов Донецкой области в выборе активных видов отдыха // Менеджер. — 2003. — № 2. — С. 104—118.
9. . . . Рекомендации по развитию сельского и экологического туризма в Донецкой области на основе маркетингово-социологического исследования // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Туристична індустрія як вектор регіонального розвитку» (15—17 вересня 2005 р., м. Чернівці). — Чернівці: Чернівецький торговельно-економічний ін-т Київського торговельно-економічного ун-ту, 2005. — С. 388—392.
10. . . . Анализ рынка туристических услуг на основе маркетингово-социологических исследований // Вісник ДІТБ. — 2005. — № 9. — С. 149—164.
11. . . . Обоснование необходимости создания тематического парка «Легенды Приазовья» // Вісник ДІТБ. — 2003. — № 7. — С. 8—16.
12. Методология оценки рекреационных территорий: Монография / В. Ф. Данильчук, Г. М. Алейникова, А. Я. Бовсуновская, С. Н. Голубничая. — Донецк: Донецкий ин-т турист. бизнеса, 2003. — 197 с.
13. Близнюк А. М., Давиденко Л. И., Конищева Н. И. Совершенствование взаимоотношений органов местного самоуправления с субъектами предпринимательства в сфере туризма // Вісник ДІТБ. — 2003. — № 7. — С. 17—26.
14. Конищева Н. И., Давиденко Л. И. Развитие системы управления сферой туризма и курортов в Донецкой области // Вісник ДІТБ. — 2004. — № 8. — С. 79—92.
15. Близнюк А. М., Конищева Н. И., Давиденко Л. И. Координація дій на обласному рівні місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування у сфері туризму та суб'єктів підприємництва // Вісник ДІТБ. — 2005. — № 9. — С. 8—15.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

Останнім часом в Україні, яка володіє значним туристичним потенціалом, спостерігається підвищений інтерес вчених та спеціалістів до проблеми розвитку туризму як високорентабельної галузі економіки та важливого засобу культурного розвитку громадян. Однією з передумов інтеграції національної індустрії туризму у світовий ринок туристичних послуг є висока якість процесу управління персоналом та її відповідність світовим стандартам, що і обумовлює актуальність даної проблематики.

Процес управління людськими ресурсами у туристичній галузі має деякі відмінності, що обумовлюють його специфічні характеристики, а саме — часові означення якості управління персоналом [1]. Ефективність процесу управління людськими ресурсами у туристичній індустрії визначається кінцевим результатом надання послуг і задоволення попиту споживача і включає в себе декілька категорій оцінювання якості цього процесу, а саме:

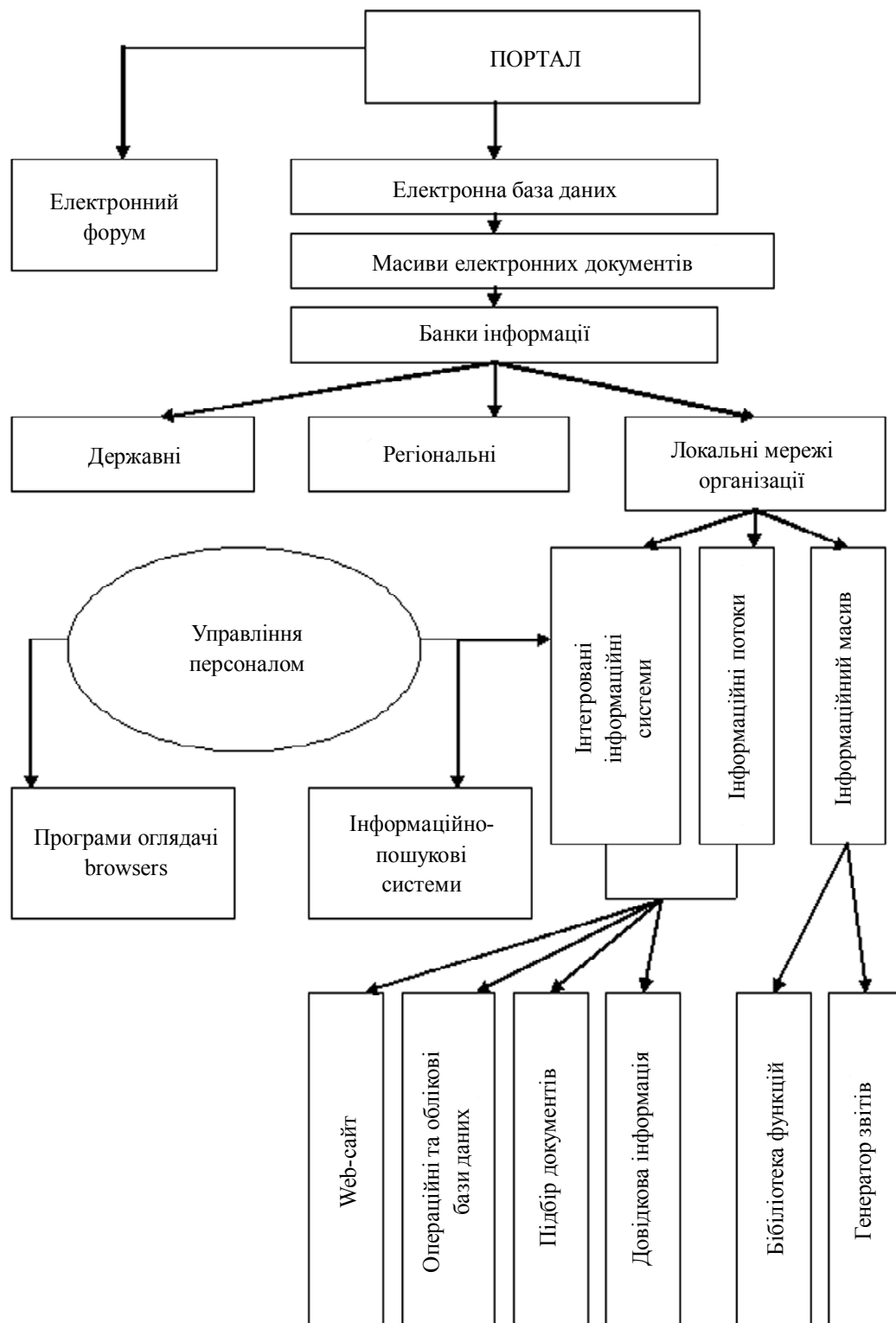
- технічна якість;
- функціональна;
- потенційна;
- результатна.

Економія на управлінні персоналом, допущення втрати частини управлінських задач може привести до повної дестабілізації підприємства туристичної галузі, тому процес удосконалення підходів та методів до побудови інформаційної бази управління персоналом повинен розглядатися з позицій зовнішнього — вплив на підприємство туристичної індустрії з боку державних органів управління, та внутрішнього середовища — організація ефективного управління самого підприємства. Для вирішення цієї задачі необхідно забезпечити цілісність системи управління та уникнути зміни витрат коштів на управління [1].

Формування необхідної інфраструктури та насиченість ринку сучасними інформаційними технологіями відбувається стихійно, методом проб та помилок, що негативно позначається на управлінні туристичним підприємством. Розвиток туристичної індустрії має ряд загальнодержавних проблем, які повинні вирішуватися на законодавчому рівні, та окремих питань, технологічних проблем, які сприяють їх розвитку. До таких проблем належать: проблеми інформаційного забезпечення, застосування сучасних інформаційних технологій в практиці роботи готельних комплексів, санаторіїв, туристичних кластерів, розроблення умов для оснащення їх необхідними технологічними засобами та входження в загальнодержавні, регіональні та світові системи інформації. Вирішення задачі застосування інформаційних технологій дозволить туристичним підприємствам різного масштабу використовувати свої можливості, швидко заповнювати нішу ринку, досягти певних результатів.

Для ефективного управління персоналом туристичних підприємств менеджери використовують різні типи інформаційних систем: планування, управління, керівництво та контроль за діяльністю персоналу, навчання нових технологій, вивчення персоналу, добір персоналу, зв'язок з іншими інформаційними джерелами, накопичення та пошук даних оцінка та контроль статистичної інформації, встановлення та виконання стандартів, розроблення іміджу підприємства тощо.

Кожна з вище перерахованих функцій може стати частиною інформаційної системи, що може використовуватися під час прийняття управлінського рішення.



У теперішній час інформаційних технологій існує достатньо багато розробок, які пов'язані з реалізацією кращих досягнень в галузі інформатики. Це різноманітні експертні системи, системи об'єктивного орієнтування, програмування, різні методи формування баз даних, які працюють на відповідних комп'ютерних комплексах. Однак, проблеми їх використання полягають або у високій вартості, або націленість на важливість крупних задач, з якими можуть працювати туристичні підприємства, або відсутності їх у широкому використанні, обмеженості доступу до них [3].

Для управління персоналом актуально розроблення такої системи, яка б вибирала з розробок, що існують на ринку програмних ресурсів, ті, які найбільш корисні, адаптувала їх до потреб замовника та дозволяла організувати ефективне управління персоналом. Підхід до реалізації даної програми може бути різним, як розробка мікросистеми, яка може працювати в межах обсягу інформації одного підприємства, так і розробка мережі інформаційних центрів, що можуть обслуговувати сукупність туристичних кластерів. На нашу думку, для туристичних підприємств доцільно створити інформаційний портал, який буде наповнюватися даними трьох рівнів: державний — податкові та законодавчі зміни, прогресивні шляхи розвитку туристичної індустрії світового досвіду; регіональний та локальний, тобто інформація про діяльність певного підприємства. Власне, на третьому рівні повинна формуватися інформаційна система, що адаптує системи банків даних зі спеціальними методами для управління персоналом, формує файл інформації про персонал туристичного підприємства та обчислювальну систему для вимірювання ефективності управління персоналом у підприємстві туристичної індустрії. Така система схематично зображена на рис. 1.

Задача системи інформаційного управління персоналу туристичних підприємств формулюється як можливість задовольняти відому в теперішній час потребу менеджменту персоналу в інформації та своєчасна участь у розвитку процесу управління інформацією. Розгорнута інформація про персонал підприємств туристичної галузі повинна мати вигляд інформації, що відповідає даним минулого, теперішнього та майбутнього зовнішнього і внутрішнього відношення у рамках системи інформаційного управління персоналом.

Система інформаційного управління персоналом туристичних підприємств принципово може бути визначена як система надання, накопичення, обробки, оцінки та переходу інформації про діяльність персоналу та їх робочі місця за допомогою технічних, методологічних та організаційних засобів для забезпечення керівництва персоналом і найманого працівника тією інформацією, яка необхідна для прийняття рішення для досягнення мети діяльності підприємства туристичної галузі.

Управління персоналом туристичних підприємств з використанням інформаційних технологій повинно охоплювати частину виробничого інформаційного господарства, яке необхідне для виконання кадрово-економічних функцій, що задовольняють інформаційні потреби персоналу підприємства та постачальники інформації для зовнішніх служб.

Література

1. *Беляєва Н. В.* Використання інформаційних технологій під час управління персоналом у готельних підприємствах // Продуктивність. — 2004. — № 3. — С. 27—31.
2. *Мельник Л. Г, Касьяненко В. А.* Экономика информации и информационные системы предприятия. — Сумы: ИТД «Университетская книга», 2004. — 400 с.
3. Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». — Львів. — 2002. — С. 75—77.
4. Торгівля, комерція, підприємництво: Збірник наукових праць Львівської комерційної академії. — Львів: вид-во «Коопосвіта», 2000. — С. 97—1000.

УЧАСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туристська галузь є однією з пріоритетних у світовому розвитку. Незважаючи на економічні коливання, політичну напругу та інші дестабілізуючі фактори, туризм демонструє зростання, що відображається у збільшенні туристських відвідувань. Туризм для багатьох країн перетворився на провідну експортну галузь економіки, яка спонукає до розвитку інші галузі та за рахунок валютних надходжень забезпечує підтримку платіжного балансу. Отже, розвиток туризму має бути одним з пріоритетних завдань і в Україні.

Туризм як галузь соціально-економічної діяльності може розглядатися у декількох аспектах:

- політичному, оскільки конкурентоспроможність країни як туристського центру означає певний імідж у її візитерів та, у свою чергу, через політичні (електоральні) механізми — у міжнародних політичних колах;

- економічному, як звичайна галузь господарювання, що створює робочі місця, забезпечує доходи та надходження до бюджету;

- соціальному, тому що є джерелом підвищення добробуту мешканців країни, у тому числі і через вирівнювання стандартів туристських послуг;

- культурному, оскільки завдяки туризму відбувається підвищення інтегрованості культур та, з іншого боку, забезпечується національна ідентифікація;

- підприємницькому, як звичайний бізнес, що має, втім, суттєві специфічні риси.

Зважаючи на таку різноманітність туризму, розглядаючи пов'язані з ним проблеми, кожного разу варто дотримуватись певної визначеної наперед позиції.



Рис. 1. Загальна схема туристського кластера

Підготовлено на основі: Middle Metn Tourism Assessment and Strategic Plan. SRI International. Project founded by USAID. March 2001.

Схема демонструє загальне уявлення щодо побудови туризму як галузі народного господарства. Попри значний рівень узагальненості, очевидно, що:

- туризм можна представити системною структурою;
- туризм функціонує у середовищі галузей — постачальників;
- туристська діяльність спирається на п'ять основних складових, серед яких знаходиться «політика та державне регулювання».

Доречно зауважити, що в колі останніх політика є універсальною складовою і посідає вище ієрархічне місце у розвитку туристської діяльності в Україні.

Для успішного управління туристською індустрією необхідно переносити відповідальність за розвиток туризму на органи місцевого самоврядування. Бо місцева влада краще знайома з проблемами розвитку туризму у певному регіоні. Багато важливих політичних рішень, що впливають на сталий розвиток туризму, такі як зонування, регулювання навколишнього середовища, ліцензування, економічні стимули, повинні перейти до сфери відповідальності місцевих органів, що діють у рамках національних політик та стратегій. Місцеві органи самоврядування мають стати основними агентами у здійсненні зусиль щодо сталого розвитку туризму, оскільки вони можуть бути посередником між бізнесом, неурядовими організаціями та місцевими громадами у місцях туристської діяльності.

Міжнародний досвід свідчить, що туризм відіграє важливу та, значною мірою, центральну роль для багатьох місцевих економік, особливо у країнах, що розвиваються. Часто він пов'язується з втратами: неконтрольований розвиток туризму може мати в основному негативний вплив на місцеве навколишнє середовище та суспільство. У цих випадках консервація природних ресурсів та, більш широко, сталий розвиток місцевих громад буде залежати від того, як розвивається туристська галузь.

Прискорення глобальних тенденцій та технологічної конвергенції ламає традиційні структури галузі. Учасники туристської галузі мають погодитися із впливом, який справляє на динаміку галузі технологічна конвергенція. Так, фахівці у галузі туризму тільки починають відчувати вплив Інтернет, коли, як і будь-який товар, туристські послуги можна замовити, не звертаючись до туристського оператора. Це викликає потребу у новому мисленні. Більш висока екологічна чутливість та зростаюча роль недержавних організацій також є новими вимірами у конкурентному полі туристської діяльності. Ці новації вимагають системних змін природи галузевої структури туризму на основі організації партнерських відносин між споживачами, туристськими підприємствами, місцевою владою, резидентами та інвесторами. Введення інновацій у сфері управління, регулювання та реалізації функціонування туристської галузі створює основу для визначення пріоритетів та формування фінансово-економічного механізму розвитку туризму в містах, селах та селищах України. Він має стати ґрунтом, що забезпечує необхідні стимули для формування цілеспрямованої та ефективної державної політики.

Крім загальних принципів, на яких засновується розвиток туризму в багатьох країнах, практична реалізація стратегій здійснюється в рамках розроблених політичних механізмів. Політичне забезпечення сталого розвитку туризму передбачає високу увагу до наступних чотирьох проблем.

Перша проблема стосується політики туризму, яка має бути представлена сприйнятним урядом підходом до сталого розвитку туризму та визначеними ролями, що повинні підтримувати усі учасники туристської галузі. Для цілей розробки ефективної політики уряд, політики та учасники потребують надійних, вчасних та якісних інформаційних даних.

Друга проблема стосується планування туризму у термінах політики та операційних елементів, як частини процесу визначення цілей, пріоритетів й засобів досягнення цілей. Сталий розвиток туризму може бути досягнуто через інтегроване планування туризму. Крім того, планування, що базується на надійній та своєчасній інформації, може забезпечувати зв'язок між національним економічним розвитком та сектором туризму.

Третя проблема стосується управління заради сталого розвитку туризму, що включає просування, координацію та дії з метою формулювання та здійснення політики туризму та планів, мобілізації ресурсів тощо. Це також стосується адміністративних проблем структури, функцій й обов'язків національної організації туризму.

Четверта проблема спрямовує на участь приватного сектору як головного учасника у забезпеченні туристських послуг. Це піднімає питання про те, як заохотити до партнерства приватний сектор та громадськість.

Світова практика сформулювала головні або основні підходи, що значною мірою обумовлюють ефективність державної політики та сприяють розвитку сталого туризму:

1) розвиток туризму за принципом «знизу вгору», коли головним суб'єктом туристської діяльності є місцева громада, ресурси до туристської галузі та таких, що її забезпечують, постачаються місцевою економікою;

2) заснування ефективного партнерства і співробітництва усіх учасників туристської діяльності та здійснення рівноправного розподілу вигод, що отримуються внаслідок розвитку туризму;

3) організація інформованості щодо туризму в найбільш широкому розумінні, включаючи активні науково-аналітичні дослідження, що створює ґрунт для запровадження інтегрованого планування та кооперації;

4) дотримання обмежень туристського впливу, об'єднання туристської діяльності з оточенням: екологічним, економічним, соціальним та культурним.

Вищенаведені підходи мають універсальний характер та спираються на вже отриманий досвід успішної туристської діяльності. У контексті використання цих принципів можливі різні варіанти державної політики, що саме й ураховує специфічні умови її реалізації.

Оскільки йдеться про використання туризму як основного джерела соціально-економічного розвитку регіонів, головну мету можна сформулювати, як формування тенденції до поступового збільшення чисельності туристських відвідувань, витрат на одного туриста та середньої тривалості відвідувань.

Для досягнення вказаної мети необхідно забезпечити розв'язання наступних завдань:

1) в економічній сфері:

— створити сприятливе середовище для діяльності туристських операторів, туристських агентів та інших учасників туристської діяльності;

— сформувати конкурентне середовище туристського бізнесу;

— підвищити якість інфраструктури туризму;

— забезпечити формування людського капіталу туріндустрії;

— активізувати дослідження проблем розвитку туристської галузі.

2) в інституційній сфері:

— посилити дієвість місцевих інститутів;

— зменшити бар'єри входу до туристської галузі;

— спростити доступ до туристського продукту;

— забезпечити дотримання умов контрактів;

— створити умови для зростання частки членів громади, які є власниками активів у місцевому туристському секторі.

3) у соціальній сфері:

- забезпечити підвищення зайнятості місцевих мешканців на підприємствах туристського бізнесу та споріднених підприємствах;

- вдосконалити структуру зайнятості місцевого населення у туристській галузі;

- досягти суттєвого зростання частки доходів громадян, що формуються за рахунок туристської діяльності;

4) у сфері соціальної психології та інформації:

- забезпечити партнерство громади й влади у розробці та прийнятті рішень щодо розвитку туристичної індустрії;

- сформувати свідомість місцевого населення щодо необхідності розвитку туризму;

- створити прозоре та потужне інформаційне забезпечення місцевої туристичної галузі.

5) у сфері екології:

- підвищити якість навколишнього середовища до рівня стандартів, необхідних для здійснення туристської діяльності;

- досягти високого рівня екологічної відповідальності мешканців, місцевих підприємців та туристів;

Досвід розвинених країн беззаперечно свідчить про те, що для України розвиток туризму є вкрай важливим та актуальним, саме тому що через нього можна забезпечити нову якість економічного зростання — підвищення добробуту громадян та подолання нерівномірності розвитку регіонів.

Нова якість економічного зростання з'являється також через те, що туристична галузь прямо або опосередковано пов'язана із багатьма іншими галузями народного господарства, і саме з тими, що значною мірою формують середовище життєдіяльності: транспорт, зв'язок, громадське харчування, будівництво, охорона навколишнього середовища тощо.

Успішність туристського бізнесу може розглядатися у двох аспектах: по-перше, у світлі позитивних фінансово-економічних та соціально-психологічних ефектів, що виникають внаслідок туристської діяльності; по-друге, як обставини або чинники, що обумовлюють успішну туристську діяльність як таку.

Отже, по-перше, успішність туризму як виду економічної діяльності повинна розвиватися у наступних трьох напрямках: економічному, соціальному та екологічному. Економічна успішність оцінюється, наприклад, часткою туризму у ВВП країни, у обсязі експорту, а також кількістю створених робочих місць. Соціальна успішність визначається через зайнятість, частку особистих доходів від туризму, тощо. Екологічна успішність туризму пов'язується з підвищенням як загальних так і критичних для даної місцевості екологічних стандартів. Всі ці чинники повинні враховуватися при плануванні розвитку туристичної індустрії в регіонах, а також при реалізації цих планів.

По-друге, для малих історичних міст успішність туризму обумовлюється трьома групами чинників:

- такими, що визначають успішність туризму як такого на місцевому рівні;

- такими, що стосуються особливостей власне історичного туризму;

- такими, що відображають специфіку певного міста або регіону.

Чинниками власне успішного історичного туризму є такі, що формують підстави для створення туристського продукту, який генерує значний інтерес для вивчення або пізнання.

Розвиток туризму у будь-якому місті тісно пов'язаний з економічним розвитком. Економічні процеси не повинні негативно впливати на оточення. Це повною мірою відноситься до туристської індустрії. Тільки у гармонії з оточенням можна досягти очікуваних результатів у часі.

Зважаючи на необхідність участі органів місцевого самоврядування у процесі розвитку туризму в регіоні, перед місцевою владою мають поставати наступні завдання:

- першим завданням місцевої влади в рамках комплексного підходу має бути визначення або узгодження стратегії лідера. Це повинно базуватися на аналізі реального стану економіки, баченні майбутніх змін та практичних заходів, які зможуть допомогти в досягненні мети щодо формування умов для поступового збільшення рівня розвитку туристської галузі;

- другим завданням є формування партнерства та команди, яка здатна виконати поставлені завдання. Партнерство має включати представників індустрій, що є пов'язаними з туристичною діяльністю, освітніх закладів, підприємництва та громадських організацій;

- третім завданням є забезпечення представництва у різних організаціях та органах влади різних рівнів, яке дозволить узгодити питання взаємозв'язків та інтересів;

- четверте завдання полягає у створенні ефективних механізмів управління та координації виконання стратегічних завдань та цільових програм.

Розвиток туристської індустрії територіальних утворень є постійним процесом, який має стимулювати і підтримувати підприємницьку ініціативу і активність щодо зайнятості мешканців. Принциповим завданням такого розвитку є створення оптимальних умов для розвитку підприємництва, яке максимально ефективно використовує місцеві особливості та можливості для самореалізації. Фактор підприємницької активності є одним з основних у реалізації комплексного підходу до розвитку території.

Система планування розвитку адміністративно-територіальних утворень, про що свідчать основні законодавчі акти, ставить вимогу комплексності та цілісності опрацювання стратегії розвитку. Стратегія розвитку нашої держави значну увагу приділяє розвитку туризму через стимулювання в'їзного та виїзного туризму; фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії України; залучення приватного сектору до рекреаційно-туристичного підприємництва; сприяння просуванню на міжнародний ринок туристичного продукту України через міждержавні угоди та програми. Відповідно до цього діяльність даної галузі повинна обов'язково враховуватися у довгострокових перспективних програмах та планах розвитку території і безпосередньо у комплексному контексті.

Таким чином, органи місцевого самоврядування повинні формувати умови щодо стимулювання туристської діяльності, посилення взаємозв'язку туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного і культурного розвитку окремих регіонів і всієї країни. А це, у свою чергу, сприятиме зростанню авторитету України на світовому ринку туристських послуг, зміцненню економіки країни, наповненню бюджетів різних рівнів, створенню потужної туристської галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історично-культурної спадщини та піднесенню духовного потенціалу суспільства.

Література

1. WTO World Tourism Barometer. Volume 2, No2, June 2004.
2. Tourism and Local Agenda 21. The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism. UNEP, ICLEI, 2003.
3. Plan of Action for Sustainable Tourism Development in the Asian and Pacific Region (1999—2005). A Progress Report. United Nations. New York, 2001.
4. Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року. Схвалено Указом Президента України від 10 серпня 1999 року № 973/99.
5. Закон України «Про внесення змін в Закон України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року № 1282-IV.

ВПЛИВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ НА РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У світовому господарстві відбуваються істотні зміни, відображенням яких є глобалізація господарських процесів і зростання соціально-економічної взаємозалежності держав і регіонів, що посилюють інтеграційні процеси. В цих процесах бере участь туризм, який вже нині вважається одним з найважливіших секторів економіки в світі. Стратегічною метою України, задекларованою ще в 1998 році підписанням Угоди про партнерство і співробітництво України і ЄС, є її вступ до ЄС і розвиток бізнес-структур та інституцій відповідно до європейських вимог і стандартів. Це вимагає концентрування особливої уваги топ-менеджменту туристичного бізнесу на процесах дослідження туристичних ринків, впровадження принципів корпоративного управління, визначення факторів комерційного успіху корпоративного туризму з метою формування іміджу країни на макрорівні, визначення сильних і слабких сторін туристичних фірм в процесі трансформації економіки країни і приватизації, що ініціюються Фондом держмайна України.

Туристичні ринки, які динамічно утворюються у різних регіонах для задоволення потреб туристів, сприяють посиленню євро інтеграції. Особливо важливими питаннями маркетингових досліджень в ланцюгу формування доданої вартості і цінності тур продуктів є охоплення широкої міжнародної географії та поєднання інтересів багатьох партнерів бізнесу. Це вимагає подальшого розвитку теоретико-прикладних аспектів щодо управління корпоративним туризмом відповідно до поставлених поточних і стратегічних цілей та їх відповідного маркетингового забезпечення, які розглядатимуться в даній роботі.

Відповідно до оцінок Світової туристичної організації (WTO), доходи від туризму становлять близько 23 % вартості світового експорту благ та послуг. У 1989—1999 рр. середнє річне зростання приїздів у міжнародному туризмі досягло значення 4,3 %, а середній річний приріст надходжень (за виключенням транспорту) — формувався на рівні 8,1 % [1]. Незважаючи на загальну тенденцію зниження приїздів до Європи, надалі вона становить центр світового туризму з 372,5 млн. приїздів і 226,1 млрд. доларів надходжень.

Країни Європейського Союзу трактують туризм як важливий чинник господарської активізації країн і регіонів. Основи туристичної політики Союзу розроблені у 1984 році в силу рішення Ради міністрів Союзу. Тим самим було визнано економічне і суспільне значення туризму — сектору, який виготовляє 5,5 % ВВП Союзу, а також дає роботу більш ніж 7 млн. осіб.

Шенгенська конвенція від 1988 року сприяла прийняттю рішень, які регулюють попередні принципи ліквідації прикордонних і митних бар'єрів, істотних для туризму в рамках Союзу [3].

Важливим моментом в процесі європейської інтеграції з точки зору туризму стало створення Єдиного внутрішнього ринку, що було ратифіковано в Єдиному європейському акті, який діє з липня 1987 року. Шестирічна програма реалізації ЄВР містила суттєві для туристичного ринку рішення. Найважливіші з них є такі:

- обмеження до мінімуму прикордонних формальностей між членами Європейського Союзу;
- свобода переміщення робочої сили, зайнятості і поселення в рамках ЄС, гармонізація податкових норм, які стосуються посередніх податків;
- ліквідація обмежень для спільних туристичних інвестицій;

- впровадження ліцензійного примушення для великих бюро подорожей (туроператорів);
- полегшення у страхуванні туристів держав ЄС;
- організація спільних промоційних кампаній пропозицій держав ЄС на позаєвропейських ринках;
- впровадження інтегрованої інформаційної системи і системи резервування (бронювання) у туристичному секторі;
- полегшення у сфері транспорту, особливо авіаційного.

Великий вплив на напрямок та інтенсивність інтеграційних дій європейських туристичних інституцій від початку 90-тих років здійснювала близька перспектива утворення Європейського Союзу. Визнаючи значення туризму, 1991 рік був проголошений Європейським роком туризму, а весною того року Європейська комісія з туризму представила план спільних дій. Прийнятий у офіційному документі 4 червня трирічний план, забезпечений бюджетом у 18 млн. ЕCU, що передбачає підтримку координованої політики країн-членів, які активно беруть участь у розвитку туризму або мають на нього обґрунтований політичний вплив.

Туризм — це соціальний феномен, який постійно змінює свої види в залежності від трьох основних факторів:

- різноманітність потреб людей до подорожей;
- достатній для туристичного споживання дохід подорожуючих;
- природне середовище і туристична матеріальна база країни призначення.

У 2002 році було затверджено в Україні Державну програму розвитку туризму на період 2002—10 рр., 2003-го — прийнято Закон «Про туризм». Появилися нові тенденції в європейському туризмі. Найважливіші з них такі:

- зниження зацікавлення одноразовим, довгим виїздом на відпочинок при виразному зростанні зацікавлення чинним відпочинком, краєзнавчим туризмом і кількома туристичними виїздами під час відпустки;
- зростання зацікавлення «екологічним» туризмом, спеціалізованим туризмом;
- зростаючий попит на закордонний туризм на уїкенд у містах, пов'язаний із зацікавленнями певними видами архітектурних пам'яток (так зване «city break»);
- динамічний розвиток бізнес-туризму, у тому числі мотиваційного.

Аналітичні дослідження туристичного бізнесу після впроваджуваної з 2002р. Стратегії вітчизняного туристичного продукту України, дозволили провести ідентифікацію слабких і сильних сторін туристичного продукту (таблиця 1).

Аналіз тих сторін дає підставу для виокремлення п'яти «сфер марок» українського туризму, які повинні бути розвинуті у першу чергу. Це є:

- рекреаційний, активний і спеціалізований туризм;
- бізнес-туризм (конференції і конгреси, торги і виставки, мотиваційні подорожі, індивідуальні службові подорожі (відрядження);
- туризм в містах і культурний туризм;
- туризм в сільській місцевості;
- прикордонний і транзитний туризм.

Одночасно огляд слабких сторін туристичного продукту вказує, що для створення маркетингових продуктів необхідною є розбудова і модернізація туристичної інфраструктури, промоція на закордонних ринках, у тому числі зміна образу України як цільової країни. Це буде вимагати значних фінансових витрат, у тому числі підтримки ЄС.

Ця допомога вже надається, хоча масштаб проблем, які треба вирішувати є ще дуже великим. Однак є важливим, що Європейський Союз зацікавлений розвитком туристичних інвестицій в Україні, визнаючи їх важливим чинником реструктуризації господарства, особливо сільських територій.

Таблиця 1

Огляд слабких і сильних сторін українського туристичного продукту*

СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
Широка пропозиція заходів: як у місті, так і представлення традицій і фольклору сільського життя в Карпатах	Слабка координація програм заходів, слабка реклама і інтеграція з тими, хто надає послуги у сфері розміщення (проживання)
Цікавий, диференційований ландшафт з численними природними парками і зонами чистої природи	Репутація країни з високим забрудненням повітря, моря і річок
Хороші умови для ведення активного туризму — велосипедного туризму, кінної їзди, водних видів спорту, мисливства, риболовства, велика кількість кваліфікованих інструкторів, провідників тощо	Загально низький стандарт по відношенню до європейських норм. Об'єкти вимагають підвищення стандарту; постійна координація і представлення пропозицій у цьому секторі
Добрі міжнародні авіаційні сполучення	Мала кількість міжнародних сполучень з регіональними осередками
Добрий стандарт міжнародного аеропорту в Києві	Деякі локальні аеропорти потребують термінової модернізації
Добра якість українських авіаційних ліній	Високі ціни авіаційних білетів і відсутність чартерних сполучень
Традиційна українська гостинність	Відсутність правдоподібної категоризації і можливостей центрального готельного бронювання, а також інших полегшень у цій сфері для індивідуальних туристів
Розвинутий регіональний фольклор і ремесла	Недостатня реклама
Розбудована мережа курортів	Потреба модернізації курортів
Розбудована мережа залізничних сполучень і відповідна якість послуг по відношенню до цін білетів	Стан доріг покращується, однак мережа шляхів і послуг для автомобільних туристів є слабо розвинутою
Привабливе узбережжя Криму	Короткий сезон відпочинку типу «сонце і пляж»
Пам'ятні міста (замки, площі, сакральна і міська архітектура), культурні об'єкти і заходи (фестивалі оперної музики тощо), особливо в містах	Недостача бази з середнім стандартом, незважаючи на недавнє зниження стандартів деяких 4- і 5-зіркових готелів до 3-зіркових з причини зміни у податку (ПДВ)
Можливість корисних закупівель для мешканців країн-сусідів	Недостатня пропозиція, яка заохочує до довшого перебування в Україні особи, яка здійснює закупівлі
Добре розташування на перехресті комунікаційних шляхів Європи	Відсутність позитивного образу за кордоном як туристичної держави
Добре розбудована культура, література і історія мають відображення у містах і ландшафтах	Мова важка для іноземців; відсутність мовної підготовки для працівників сектора туризму, яка уможливило подолання цієї перешкоди

* Власна праця на основі джерела: Strategia Krajowego Produktu Turystycznego Polski. Raport koncowy. Warszawa 1997, s. 23—24.

Створення і розвиток сильних українських туристичних «марок» визнано найбільш результативним способом промоції України як країни привабливої для закордонних туристів, а через підвищення стандартів якості до європейського рівня також для українських туристів і загальмування у такий спосіб зростаючих тенденцій до виїздів українців за кордон на відпочинок.

Системні зміни в Україні створили нові умови для розвитку туристичного ринку. Потреба подальшої приватизації, дерегуляції туристичного господарства, а також лібералізації норм у сфері торгівлі, переміщення капіталів, власності, технологій виникає із стратегічних цілей щодо вступу України до WTO і пристосування до стандартів з ЄС, а також претендування про членство в ЄС.

Членство в європейських структурах створює Україні можливості для отримання певних користей через:

- збільшення доступу до дуже місткого туристичного ринку Європейського Союзу, який динамічно розвивається;

- стимулюючий вплив на економічну політику, у тому числі туристичну політику, для впровадження механізмів і інституцій за зразком існуючих в державах Союзу;

- зростання конкурентоспроможності на вітчизняному туристичному ринку, яке виникає з відкриття українського господарства на приплив капіталів і інвестицій до туристичного господарства, а тим самим прискорення технологічного прогресу пристосування його стандартів до потреб закордонних туристів.

Отримання цих користей вимагає ряду дій пристосування до стандартів Європейського Союзу. Загалом мова йде про два види пристосувань: інституціональні і структурні. Інституціональні пристосування стосуються механізму функціонування туристичного господарства і системи управління туризмом. В їх сферу входять: будівництво нових інституцій, типових для ринкового господарства; правова система; підготовка спеціалістів зі сфери управління і адміністрації туризмом.

В останні 3—4 роки в Україні прискореними темпами йдуть процеси приватизації на туристичному ринку. Для прикладу, ще в 2004 р. Фондом держмайна було оголошено про конкурс по продажу 43,32 % акцій ВАТ «Санаторій «Радон» Черкаської обл.; було оголошено конкурс по продажу 36, 71 % акцій ВАТ «Туристичний комплекс «Фрегат» (м. Херсон), при цьому умови конкурсу передбачали в обох випадках реалізацію програми технічної реконструкції готельного комплексу, впровадження прогресивних технологій, збереження спеціалізації санаторіїв тощо.

У травні 2004 року в Ялті пройшов перший український бізнес-форум по корпоративному і мотиваційному туризму, метою якого був обмін досвідом щодо впровадження нових методів і стандартів роботи, формування ефективної команди середньої і вищої ланки управління, а також способів формування і закріплення іміджу компанії, підтримки лояльності працівників, партнерів і клієнтів. Як було відзначено на форумі, найбільшим попитом в сфері корпоративного туризму користуються київський «Прем'єр Палас» і ялтинська «Ореанда». Проте для прискорення розвитку корпоративного туризму необхідно, на думку практиків, усунення факторів негативної дії, що відлякують туристів, до яких, зокрема, відносяться питання туристичної логістики і транспортна інфраструктура, а також інфраструктура готелів [5].

Структурні пристосування до євростандартів, за природою довгострокові, стосуються передовсім розвитку і модернізації туристичної інфраструктури, але також загальної інфраструктури, необхідної для ефективного її функціонування. Вони є одночасно більш дорогими, оскільки пов'язані з інвестиціями і великими фінансовими витратами, преференційними кредитами, витратами на стимулювання туризму

в Україну, підготовкою менеджерів та логістів, які вміли б грамотно визначати цільову групу своїх клієнтів, розробляти бізнес-плани з відповідним маркетинговим та логістичним забезпеченням.

У країнах з розвинутим ринковим господарством роль держави зводиться до інтервенційно-програмуючих функцій, які створюють умови для функціонування суб'єктів мікроекономічної, регіональної і локальної сфери. Ступінь заангажування держави залежить також від рангу, який приписується туризму в процесі суспільно-господарського розвитку. В Україні туризм визнаний сферою розвитку, яка може бути істотним джерелом валютних надходжень і призвести до господарської активізації регіонів, успішно протидіяти безробіттю, брати активну участь у багатофункціональному розвитку села.

Як показує аналіз проблем туристичного бізнесу, до елементів, які становлять найслабші сторони українського туризму, відносяться:

- розбудова і модернізація бази ночівель, яка не відповідає стандартам очікуванням закордонних і вітчизняних туристів;
- розвиток господарської інфраструктури у сфері комунікаційної доступності і захисту благ культури, а також природних об'єктів.

Велику роль у становленні цивілізованого ринку товарів і послуг відіграють Закони України «Про обмеження монополізму та недопущення несумлінної конкуренції у підприємницькій діяльності», «Про захист прав споживачів» і «Про туризм». Вони надають споживачу право вимагати відповідної якості обслуговування, що має спонукати готельні підприємства підвищувати свою конкурентоспроможність, прагнути до утвердження позитивного іміджу на ринку послуг. Цілий ряд нормативних галузевих документів тепер потребує оновлення, з урахуванням міжнародних вимог щодо стану готельного господарства та якості послуг.

Важливою частиною туристичної індустрії є готельне господарство. Для налагодження справи у масштабах країни, прискорення приватизаційних процесів треба:

- визначити напрям і методи державного регулювання та координації готельного господарства в ринкових умовах;
- підтримувати утворення асоціацій та готельних ланцюгів;
- активізувати комерційні способи приватизації та проведення аукціонів (у тому числі валютних) з продажу об'єктів готельного господарства;
- розвивати систему бронювання та резервування місць і номерів у готелях з використанням електронних засобів зв'язку.

Закон України «Про туризм» регламентує деякі організаційно-економічні аспекти діяльності туристичних готелів (сертифікація готельних послуг та організації харчування, ліцензування підприємств готельного господарства, формування доходів від проживання туристів тощо). Слід вирішити питання про визначення єдиного державного органу з метою сприяння розвитку послуг гостинності, доопрацювати згаданий закон, а також розробити і прийняти закон про пріоритетні напрями розвитку готельного господарства в Україні.

Туристична фірма в процесі функціонування може використовувати різні механізми залучення партнерів з різних секторів економіки та ринкової інфраструктури для досягнення стратегічних цілей розвитку, вибирати різні схеми інтеграції вертикальних і горизонтальних каналів зв'язку, з різною інтенсивністю використовувати зовнішні фінансові ресурси залежно від ринкової кон'юнктури і конкурентного середовища. Тому організаційний розвиток корпоративного туризму в останні роки загострення конкуренції тісно взаємопов'язаний із проблемою розвитку ділового партнерства [2].

Багаточисленність завдань, які ставляться вітчизняному туризму, мусить знайти відображення у протуристичній політиці держави. Отже, необхідною є спаяна система економічних, правових і організаційних інструментів, яка служить реалізації цілей, поставлених перед туризмом, особливо у випадку країни з таким рівнем суспільно-господарського розвитку як Україна і процесом трансформації до ринкової економіки, який триває впродовж 14 років, заангажування держави мусить бути набагато більшим. Це виникає зі специфіки туристичного господарства, тобто значного роздрібнення суб'єктів, потреби розвитку загальної інфраструктури, а також капіталомісткості туристичної інфраструктури і пов'язаного із цим інвестиційного ризику. Вирішення цих проблем є неможливим без зовнішньої допомоги, у тому числі Європейського Союзу.

Ряд проблем вимагає комплексного вирішення і виходить за межі фінансових і організаційних можливостей туристичної галузі і бюджету держави. Без пошуку ділових партнерів в системі маркетингу і логістики з метою зміцнення ключових компетенцій в сфері корпоративного бізнесу на довготривалу перспективу та вдосконалення державної системи інформації і центрального бронювання, промоції на закордонних ринках неможливо буде добитися істотних конкурентних переваг на ринку туристичних послуг.

Література

1. Wyniki światowej turystyki w 1998 roku wg raportu WTO w: «Rynek Turystyczny» Nr 8(121) 1999, s. 14.
2. Jan H. Gordon. Relacje z klientem. Marketing partnerski / Tłum. Gr. Głrska. P. W. E. — Warszawa, 2001. — S. 149—156.
3. T. Zabinska. Wpływ integracji europejskiej na procesy przekształcen w gospodarce turystycznej. w: Procesy integracyjne i stowarzyszeniowe w Europie Zachodniej i Środkowowschodniej. GWSH w Katowicach, Katowice 1996. — S. 79 i nast.
4. U. Braun-Moser. Europäische Tourismuspolitik. Libertas Verlag 1990. — S. 26.
5. Strategia Krajowego Produktu Turystycznego Polski. Raport końcowy. Warszawa 1997. — S. 23.
6. Чулой Н. В. Розвиток туристичного бізнесу в Україні: новітні тенденції // Зб. матеріалів
7. Міжнар. науково-прикладної конференції «Менеджмент і міжнародне підприємництво». — Львів, НУ «Львівська політехніка», 2001. — С. 121—122.
8. Каченко В. Приятная зона бизнеса // ИнвестГазета. 1—7 июня 2004. — С. 19.

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЗЕМЛІ ОБ'ЄКТІВ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ

В основу системи охорони, відтворення та збалансованого використання земель природно-заповідного фонду (далі ПЗФ) доцільно закласти економічний механізм цінності природних об'єктів та їх властивостей для людей України й світової громадськості. Економічна цінність визначається через економічну оцінку як основний засіб альтернативи вилучення природних ресурсів для заповідання. Оцінка цінностей природних об'єктів та їх властивостей встановлюється з метою визначення ціни за ресурси, які мають екологічне, економічне та соціальне значення. Звідси ціна створення території чи об'єкту ПЗФ повинна бути пов'язана із ступенем поліпшення здоров'я населення, рівнем екологічної якості промислової та сільськогосподарської продукції, а головне з вартістю екологічних збитків, яких вдалося запобігти завдяки створенню цього об'єкту. Економічні засади в природоохоронній діяльності мають стати рушійною силою вирішення головних проблем природно заповідних територій (далі ПЗТ). В умовах ринкових відносин економіку природокористування необхідно переорієнтовувати із сировинних на соціальні та духовні цінності природних ресурсів, що сприятиме розвитку природно-заповідної справи як сфери забезпечення прав людей на чисте довкілля і розвиток традиційних форм господарювання, що не завдають шкоди природі.

Необхідно провести економічну оцінку заповідних природних комплексів, надати певні пільги землекористувачам та землевласникам в разі утворення на їх землях ПЗТ, визначити чіткі механізми фінансування з різних джерел у межах таких територій та об'єктів. Не менш важливим є і запровадження процедури екологічного страхування, зокрема, для компенсації шкоди, заподіяної на ПЗТ внаслідок стихійних природних явищ чи промислових аварій і катастроф. Разом з тим, слід вжити необхідних заходів для фінансового забезпечення відповідних заходів в Україні за рахунок різноманітних міжнародних фондів та організацій.

При резервуванні та створенні територій і об'єктів ПЗФ головною проблемою є з'ясування балансової вартості на основі економічних оцінок природних ресурсів, в результаті вилучення яких планується отримати прямий дохід, а також їх соціальної значущості. Економічна оцінка останньої ґрунтується на ціні акумульованих ними обсягів екологічно чистої води, повітря, ґрунту, біорізноманіття, кількісних і якісних вартостях оздоровчого, рекреаційного, освітнього, наукового, культурного, етнічного, історичного, інформаційного та іншого потенціалу, екостабілізуючих властивостей ландшафтів, раритетних цінностей природи на світовому ринку тощо. Важливе значення для установ ПЗФ поліфункціонального призначення має ступінь готовності відпочиваючих платити за користування рекреаційними ресурсами, для чого попередньо проводяться соціологічні опитування.

Взагалі для визначення нормативної середньої цінності землі ПЗФ за кордоном застосовується поняття альтернативної вартості землі — тобто розрахунок проводять за величиною ВВП, від якого суспільство відмовилось для створення і функціонування певного об'єкту ПЗФ на даній площі землі. За таких умов спостерігається залежність між відсотком ПЗФ на даній території і відсотком ВВП, що виробляється на одиниці площі даного регіону. Чим більший ВВП регіону з одиниці площі, тим менша кількість земель ПЗФ. І навпаки. Коли ми провели такі дослідження для України (рис. 1) то побачили, що така закономірність майже непомітна або дуже слабка. Це говорить про несформованість національної політики в сфері виділення земель для ПЗТ та недосконалість оцінки землі ПЗФ.

Крім цього існує кілька популярних методів економічних оцінок земель ПЗТ в цілому.

Економічна оцінка об'єктів ПЗФ за кінцевим народногосподарським результатом їх діяльності — найбільш цінний підхід в теоретичному і практичному відношенні. Він забезпечує достовірну оцінку, але є найважчим у використанні. Кінцеві результати діяльності заповідних об'єктів, такі як виграш від підтримки екологічної рівноваги та інші, мало вивчені.

Соціально-економічна оцінка. Зараз точно оцінити ПЗТ можна в спеціальних, але не в грошових одиницях. Тобто використовувати метод бальних оцінок. Отже, застосовуючи цей метод оцінка ПЗТ може бути встановлена шляхом співставлення затрат з такими соціальними ефектами, як покращення здоров'я, ріст задоволення населення, станом навколишнього середовища чи організацією відпочинку і т.д. Одночасно дані показники є не порівняльними між собою, тому їх вимірювати можна лише завдяки «економічному» підходу. Отож соціально-економічну оцінку ПЗТ слід розглядати як доповнюючу складову до економічних показників ефективності.

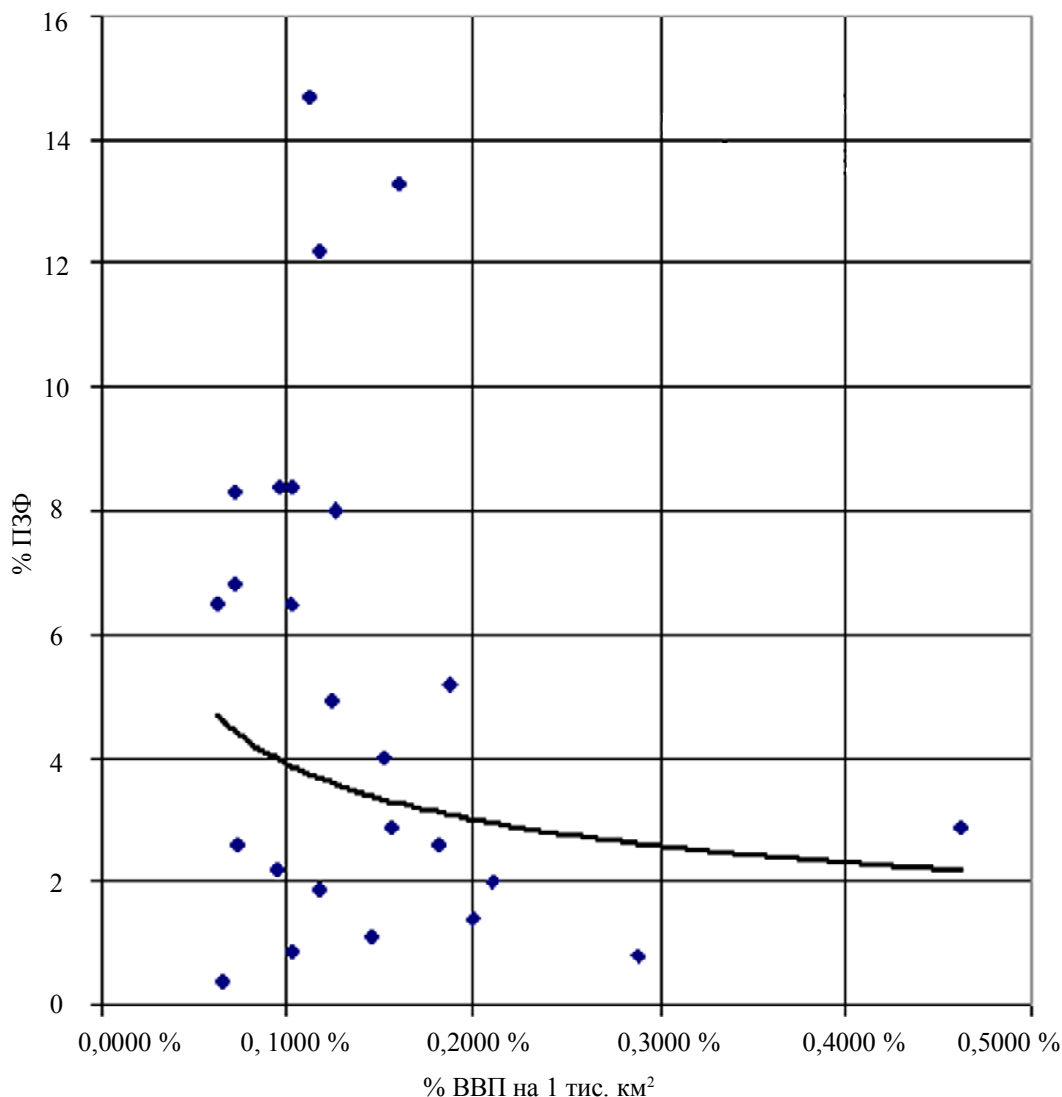


Рис. 1. Співвідношення площі ПЗФ і ВВП для України

Експертна оцінка доцільна в умовах дефіциту даних і часу на дослідження. Тут думка спеціалістів з широким профілем спеціалізації чи різних професій виступає в якості джерела інформації. Експертна оцінка розраховується як середня величина оцінок групи експертів, кожен з яких використовує свій метод. Припускається, що усереднення суб'єктивних думок дає об'єктивний результат.

Затратний метод оцінки. Дана концепція виходить з того, що затрати є індикатором цінності ПЗТ. Його недолік полягає в тому, що доходи заповідних об'єктів асоціюються із затратами на їх утримання, і в окремих випадках, можуть зводитися до нуля. Крім того високі затрати ще не гарантують великих екологічних, економічних і соціальних результатів. Навпаки, найдорожчий варіант завжди може здатись далеко не оптимальним. Економічна оцінка заповідних об'єктів, яка ґрунтується на затратній концепції, не враховує якісної різниці природних комплексів. Зокрема заповідні комплекси нижчі по якості можуть отримати вищу економічну оцінку. На нашу думку цей метод оцінки для ПЗТ є не найкращим.

Розглянемо економічні оцінки, які ґрунтуються на затратній концепції: Оцінка за витратами враховує не тільки безпосередні фінансові затрати на утримання заповідного об'єкта, але й витрати викликанні його організацією. Це — втрата землі для сільського господарства, випасу худоби, будівництва виробничих об'єктів та інші. Недолік цієї оцінки той же що і при використанні затратного методу в цілому. Разом з тим, цей підхід дозволяє визначити повні витрати на утримання і організацію об'єкта ПЗФ.

Складовою частиною попереднього методу виступає оцінка за принципом втраченої вигоди. Це є специфічний вид обміну одного виду користування на інший. Суспільство відмовляється на користь заповідного об'єкту від вигод, які б воно отримало при господарській експлуатації даної території. Втрачений прибуток характеризує цінність ПЗТ і він складається із втрат деревно-сировинної функції, втрати земель для курортної забудови і капітальних затрат.

Оцінка за вартістю замінників. Вона складається з вартості засобів, які суспільство повинно витратити на заміну даного заповідного об'єкту іншим, рівноцінним. В даному випадку витрати складаються із додаткових затрат на проектування нового об'єкту ПЗФ і його організацію та деяких інших затрат.

Оцінки заповідних об'єктів, які ґрунтуються на затратній концепції, побудовані по принципу обміну. Будь-який обмін не дозволяє виявити безпосередню вигоду природоохоронних об'єктів і не дає прямої інформації про ефективність набутого блага. Він говорить лише про витрати на його отримання. Завдання полягає в тому, щоб обмін був оптимальним, з точки зору суспільства, хоча цього важко досягнути.

Оцінка ПЗТ, за допомогою рентного підходу. В залежності від природних умов і географічного розташування різні заповідні об'єкти дають не однакову користь на одиницю затрат, тобто диференційовану ренту. Вона розраховується за допомогою заключних витрат — гранично допустимих витрат, які готове нести суспільство заради отримання одиниці даного блага. Різниця між заключними затратами на 1 га заповідної площі і індивідуальними фактичними затратами на 1 га оцінюваної заповідної території показує, скільки виграє народне господарство на одиницю ресурсів на даній площі.

Економічна оцінка ПЗТ по принципу заключних затрат розраховується по формулі:

$$Ц = O * (B_z - B_{\phi}) / E, \quad (5)$$

де $Ц$ — оцінка ПЗТ по принципу заключних затрат, (грн);

O — площа оцінюваного об'єкта ПЗФ (га);

B_z — заключні витрати (грн./га в рік);

$B\phi$ — фактичні затрати на утримання оцінюваного об'єкта ПЗФ (грн./га в рік);
 E — коефіцієнт дисконтування.

Рентна концепція є більш обґрунтованою, ніж затратний метод оцінки ПЗТ. Але є і мінуси в цій теорії. В наслідок його використання гірші заповідні території отримують нульову оцінку, хоча їх використання необхідне для задоволення суспільства і, як наслідок, вони виходять економічно неефективними. Врахувати якісну різницю між заповідними біогеоценозами допоможе коефіцієнт K . Це — безрозмірна величина, яка показує у скільки разів територія одного заповідного об'єкту краща від території іншого по ряду якісних показників: типовість ландшафту для даної природної зони; стійкість біогеоценозів до впливу із зовні; збереженість екосистеми; видову різноманітність; наявність рідкісних і тих, що знаходяться на межі вимирання та ендемічних видів; унікальність ландшафту. Кожен із перерахованих показників оцінюється від 1 до 10 балів. Перші чотири вимоги до території є необхідні і достатні для організації на ній заповідного об'єкта. Якщо хоча б один з цих показників отримує нульову оцінку, то дана територія не відповідає завданню ПЗФ. Тому, якісна оцінка заповідної території не повинна бути нижчою 4 балів. Серед заповідних комплексів вибирається найменш цінний, із мінімальною сумою балів. Решта територій порівнюються з ним.

Якщо ввести коефіцієнт K то формула отримає такий вигляд:

$$Ц = K * O * (B_3 - B\phi) / E, \quad (6)$$

Оцінка за прибутками організацій, які експлуатують заповідні території, також ґрунтується на рентному підході. Прибутки від обслуговування туристів і відпочиваючих (диференційована рента) становлять цінність рекреаційної функції ПЗТ. Це типово для заповідної справи і не означає, що без рекреації цінність ПЗТ рівна нулю. Навпаки, вона часто збільшується.

Отже, визначення економічної оцінки є необхідним з таких причин:

- для ресурсів довкілля не існує режимів встановлення їх ціни;
- ринкові ціни на деякі ресурси довкілля не відображають їх справжньої дефіцитності.

Економічна оцінка дозволяє описати в грошовому виразі корисні ефекти, які виникають в процесі функціонування національних парків і сприяє реалізації політики сталого розвитку, оскільки

- забезпечує більш точне врахування реальних затрат і вигод в проекті;
- забезпечує дані для обліку ресурсів в державі, що дозволяє більш точно визначити макроекономічні показники;
- економічна оцінка сприяє визначенню «зелених» цін, вдосконаленню ціноутворення.

Література

1. Гнаткович Д. І. Організація і планування робіт по землевпорядкуванню. Навч. посібник. — Львів: Світ, 1992. — 216 с.
2. Горб К. М. Суспільно-географічна оцінка розподілу окремих категорій природно-заповідного фонду України за типами переважаючого середовища функціонально-територіального оточення // Роль охоронюваних природних територій у збереженні біорізноманіття: Матеріали наукової конференції. — Канів, 1998. — 319 с.
3. Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 року № 2768-III.
4. Офіційний сайт Міністерства статистики України. www.ukrstat.gov.ua
5. Снякевич І. М. Економіка лісокористування: Навчальний посібник. — Львів: ІЗМН. — 2000. — 402 с.
6. Техничко-Экономическое обоснование методики государственной оценки земель заповедников. Федеральная служба земельного кадастра России. — М. — 2001.
7. едоров М. М. Економічна оцінка земель як основа визначення плати за їх використання. Економіка АПК. — 1997. — № 4—5. — С. 33.

КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ

Захарчин Р. М.

РЕГІОНАЛЬНІ ТУРИСТИЧНІ ПРОЕКТИ

Спільний проект міської ради та Міністерства Великобританії у справах міжнародного розвитку (DFID) «Розвиток туризму у Львові» (01.09.1999 р.—31.03.2002 р.) реалізувався з метою створення сприятливого середовища для стабільного, динамічного розвитку туризму у м. Львові. Виконавцями проекту були департамент економічної політики та ресурсів Львівської міської ради та компанія «The Solution Group».

Проект «Розвиток туризму у Львові» — це технічна допомога Львівській міській Раді та місцевим партнерам, які працюють у приватному секторі, у відповідь на клопотання міської ради щодо надання допомоги у розвиток туризму в місті. Технічна допомога здійснюється Урядом Сполученого Королівства Великобританії і Північної Ірландії згідно з умовами Меморандуму про взаєморозуміння між урядом України та Урядом Сполученого Королівства Великобританії і Північної Ірландії стосовно надання технічної допомоги від 10.02.1993 р.

Основна мета, якої повинен досягти проект, — створити сприятливе середовище для стабільного розвитку туризму у Львові. Його мета — розробити та втілити єдину та життєздатну стратегію розвитку туризму на основі принципу партнерства між державним та приватним сектором, що дозволить забезпечити стабільний економічний ріст у місті та збільшити кількість нових робочих місць.

Попередньо були проведені дослідження, які були викладені в документі «Аналіз стану туристичної галузі у м. Львові». В цьому документі проаналізовано передумови перспективного розвитку туристичної галузі у м. Львові, об'єкти туристичної привабливості, туристична інфраструктура, туристичні потоки та організації, навчальне та інформаційно-рекламне забезпечення туристичної діяльності, фактори, які впливають на розвиток туризму та інше. Виконавці проекту заручилися підтримкою широкого кола представників приватного та державного секторів туристичної галузі, організовано ряд зустрічей, конференцій, семінарів.

Проаналізувавши документ, Міністерство Великобританії у справах міжнародного розвитку визначили туризм у м. Львові як галузь із значними потенційними можливостями і однією із галузей, у якій допомога Великобританії зможе привести до відчутних зрушень за відносно короткий період часу, а також продемонструвати вигоди від співпраці та партнерства між приватним та державним сектором.

Головним висновком було те, що колам, зацікавленим у розвитку туризму, не вистачає стратегії, координації та досвіду, щоб успішно просувати та збувати туристичний продукт міста і регіону, покращити середовище для введення туристичного бізнесу, а також збільшити можливість щодо вживання та росту для підприємств, що працюють у галузях, дотичних до туризму.

В ході реалізації проекту «Розвиток туризму у Львові» розроблено нормативний документ «Стратегія розвитку туризму у м. Львові» та план заходів щодо її реалізації, які

схвалені та погоджені рішенням виконавчого комітету Львівської міської ради від 16.06.2000 р. № 268 «Про стан туристичної галузі та реалізацію проекту «Розвиток туризму у м. Львові».

Стратегія розвитку туризму у м. Львові розроблена з метою ефективного розвитку туристичної галузі м. Львові та стабільного зростання її показників і орієнтована на розвиток туристичного підприємництва при підтримці міської влади. Стратегію визначено, що для приваблення туристів необхідно покращити імідж Львова як туристичного центру, формувати привабливе соціальне-культурне середовище міста та вдосконалювати інфраструктуру туристичної галузі. Визначальним чинником для приваблення туристів до Львова повинен бути наявний культурно-мистецький, науково-освітній та духовний потенціал м. Львова, який на даний час повністю не задіяний через брак коштів і належним чином не використовується.

Стратегію розвитку туризму в м. Львові передбачено та успішно реалізують такі пріоритетні напрями:

1. Розвиток ефективної системи управління туристичною галуззю у м. Львові.
2. Підвищення професійного рівня працівників туристичної галузі.
3. Покращення іміджу Львова як туристичного центру.
4. Удосконалення інфраструктури туристичної галузі м. Львова.

1. Розвиток ефективної системи управління туристичною галуззю у м. Львові.

Для системного підходу та чіткої координації діяльності суб'єктів сфери туризму в 1999 р. у Департаменті економічної політики та ресурсів Львівської міської ради утворений відділ зовнішньо-економічних зв'язків та туризму, в структурі якого є посада головного спеціаліста з питань туризму.

Внаслідок тісної співпраці Львівської міської ради із Міністерством Великобританії у справах міжнародного розвитку у партнерстві із місцевими суб'єктами туристичної галузі та організаціями, зацікавленими в розвитку туризму, в липні 2000 р. було створено Львівську асоціацію розвитку туризму.

Реалі часу вимагали нових підходів до організації туристичної галузі, перш за все, тісної співпраці органів місцевого самоврядування з суб'єктами туристичної індустрії, залучення небюджетних джерел фінансування, а саме: членських внесків, спонсорських коштів, міжнародної допомоги, введення господарської діяльності, інших. При обмеженому фінансуванні заходів розвитку туризму не можна було сподіватись на ефективний розвиток туристичної галузі в місті. Необхідна була активна підтримка суб'єктів туристичного бізнесу м. Львова та регулярного фінансування, що обумовлює ефективність розвитку туристичної галузі. Виникла необхідність створити незалежну автономну організацію, котра не перебуває під впливом Львівської міської ради і несе відповідальність, перш за все, перед своїми членами, основним джерелом надходжень якої повинні бути їх членські внески.

Львівська асоціація розвитку туризму (ЛАРТ) створена з метою об'єднання зусиль муніципальної влади та бізнесових інтересів приватних структур для пропагування та популяризації Львова як туристичного центру за кордоном та в Україні, координації діяльності та ініціатив, спрямованих на розвиток в'їзного туризму та забезпечення удосконалення інфраструктури туристичної галузі, засновниками якої стали суб'єкти господарської діяльності, які зацікавлені в розвитку туристичної галузі, в т. ч. Львівська міська рада через свої комунальні підприємства. На даний час до Львівської асоціації розвитку туризму залучено 46 членів.

Проведено збір інформації та створено банк даних для Туристично-інформаційного центру, урочиста церемонія відкриття якого відбулася 26.01.2001 р. Туристично-інформаційного центру, урочиста церемонія відкриття якого відбулася

26.01.2001 р. Туристично-інформаційний центр (ТІЦ) створений як дочірнє підприємство Львівської асоціації розвитку туризму, безкоштовно надає професійні послуги туристам та туристичним організаціям про умови перебування у Львові, об'єкти туризму, культурно-мистецькі події, туристично-екскурсійні маршрути, цікаві туристичні атракції, туристичні послуги, іншу корисну інформацію, а також розповсюджує рекламні матеріали про Львів, резервує готельні номери, бронює квитки. Крім цього, ТІЦ продає рекламні матеріали для туристів, включаючи книжки, карти міста, листівки, сувеніри. ТІЦ відвідують туристи з Польщі, Німеччини, Великобританії, Франції, Канади, США, Австрії, Росії, Бельгії, Італії, Іспанії, Австралії, Норвегії, Нідерландів, Португалії, Китаю, Латвії, Угорщини, Голандії, Швейцарії, Ізраїлю, Японію, Бразилію тощо. Для оперативного інформаційного забезпечення гостей Львова у місцях їх прибуття передбачено та ведуться переговори щодо створення туристично-інформаційних пунктів в аеропорту та на головному залізничному вокзалі.

З метою визначення унікальних особливостей м. Львова як визначного туристичного центру проведено конкурс на кращий логотип та гасло Львова туристичного за фінансової підтримки Міністерства Великобританії у справах міжнародного розвитку.

Розроблені та прийняті «Правила ведення екскурсійної діяльності у м. Львові» як внутрішній документ Львівської асоціації розвитку туризму для апробації у 2001 р. Базуючись на Правилах ведення екскурсійної діяльності у м. Львові, які пройшли апробацію, для ефективного освоєння туристичного потенціалу, збереження та використання культурного та духовного надбання у Львові, підтримки місцевого туристично-екскурсійного бізнесу рішенням виконкому від 02.11.01 р. № 526 схвалено Концепцію екскурсійної діяльності у місті Львові та заходи щодо її реалізації. Відповідно до Концепції до організації екскурсійної діяльності ставлять такі основні вимоги: для громадян України екскурсії проводяться державною мовою, для іноземних туристів — мовою країни, з якої прибули туристи, чи мовою іноземних туристів, яких приймають, або загальнозрозумілою для них мовою; екскурсоводами можуть працювати особи, які мають відповідний диплом чи посвідчення (сертифікат), який засвідчує кваліфікацію екскурсовода по м. Львову; при проведенні екскурсії екскурсовод повинен мати табличку (бейдж), в якій зазначається назва суб'єкта туристичної діяльності та прізвище, ім'я, по-батькові екскурсовода.

Для екскурсоводів та гідів-перекладачів проводяться навчальні семінари, виготовлено посвідчення (бейджі), сформовано та постійно поповнюється база даних екскурсоводів та гідів-перекладачів, яка на даний час налічує понад 100 осіб.

2. Підвищення професійного рівня працівників туристичної галузі. З метою підвищення професійного рівня працівників туристичної галузі:

- створено Львівський комітет з питань підготовки кадрів для туристичної індустрії;
- відкрито на географічному факультеті Львівського національного університету Регіональний ресурсний центр з підготовки кадрів для туристичної галузі туризму, для якого проєктом ТАСІС «Підтримка місцевого розвитку та туризму в Карпатському регіоні» Закуплені та передані навчальні матеріали;
- відкрито заочне відділення для менеджерів туризму на географічному факультеті Львівського національного університету;
- відкрито спеціальність «Міжнародний туризм» на факультеті міжнародних відносин Львівського національного університету;
- відкрито спеціальність «Туризм і готельне господарство» у Прикарпатському відділенні Міжрегіональної академії управління персоналом;
- відкрито спеціальність спеціалістів-менеджерів туризму у Львівській філії Української академії державного управління;

— підписана угода ЗАГ «Львівтурист» та Інститутом туризму про створення курсів з підготовки та перепідготовки екскурсіводів при Львівському бюро подорожей та екскурсій, а також угода між ЛРПТ «Галінтур» та Інститутом туризму про створення курсів з підготовки та перепідготовки екскурсіводів при Львівському центрі екскурсіводів.

Для підвищення якості підготовки кадрів для туристичної галузі:

— обладнаний освітній центр туризму на географічному факультеті Львівського національного університету;

— обладнаний навчальний готель в Професійно-технічному училищі № 27;

— обладнаний кабінет барменської справи та клас організації туризму в професійно-технічному училищі № 32;

— підготовлені документи для організації підготовки і перепідготовки кадрів та підвищення кваліфікації кадрів працівників закладів харчування на базі професійно-технічного училища № 32.

В рамках проекту TASIC «Підтримка місцевого розвитку та туризму в Карпатському регіоні», проекту «Партнерство громад Україна-СІШ USAID» проведено навчання:

— для керівників та головних бухгалтерів туристичних організацій на тему «Особливості оподаткування туристичного бізнесу»;

— для працівників готельного та ресторанного бізнесу «Підвищення рівня сервісу в готельному та ресторанному бізнесі»;

— курси для офіціантів та готельних працівників середньої ланки;

— семінар «Організація туристичної індустрії як стратегічного напрямку розвитку міста»;

— семінар «Управління процесами планування та маркетингу туристичної галузі»;

— сучасний стан інформаційних технологій в туризмі та перспективи розвитку в Україні;

— навчальні семінари для гідів-екскурсіводів.

Спільно з громадською організацією «Програма підтримки малого бізнесу «МЕТА-центр» проведено семінари для керівників та головних бухгалтерів туристичних організацій на тему «особливості оподаткування туристичного бізнесу».

За фінансової підтримки Центру підтримки «Ньюбізнес» проведено семінар «Туризм: стан, проблеми, перспективи (аспекти регулювання)».

Львівською асоціацією музеїв для працівників музеїв та галерей Західної України у Львові проведено конференцію з музейного менеджменту.

У Львівському національному університеті, Львівському інституті фізичної культури та спорту, Західноукраїнському колегіумі, Львівському бізнес-коледжі постійно проводяться науково-практичні семінари та конференції з практики туризму, здійснюється поповнення літературою і методичними посібниками з питань туризму.

Для забезпечення обміну досвідом у галузі туризму організовано перебування делегації зі Львова у США (Філадельфія) та двох делегацій з США (Філадельфія) у Львові, а також делегації зі Львова у Туристично-інформаційному центрі в Польщі (Замостя).

Працівники Львівської асоціації розвитку туризму пройшли стажування у Столичному бюро туристичної інформації та промоції (Варшава).

З метою підтримки курсу львовознавства у школах виданий 1-й том підручника «Львовознавство», карта Львова та атлас Львівської області.

Проведено дитячо-юнацький міський конкурс «Мій1 Львів» організований за підтримки міського голови, спільний з «Товриством Лева» конкурс «Загадки міста Лева».

Організуються круглі столи, практики і стажування для студентів в туристичних фірмах Львова із Львівського національного і Львівського національного університету, Західноукраїнського колегіуму, інших навчальних закладів.

3. Покращення іміджу Львова як туристичного центру. Львів постійно рекламується як туристичний центр в Україні та за кордоном. З цією метою видається рекламна продукція, проводяться та відвідуються виставки, ярмарки, презентації, культурно-мистецькі фестивалі, свята, конференції, сипозіуми, семінари, спортивні змагання, прес-конференції, брифінги, «круглі столи», рекламні тури журналістів, готуються випуски та прес-релізи про головні події в галузі туризму у вітчизняних та зарубіжних засобах масової інформації, туристичний потенціал Львова рекламується в каталогах зарубіжних виставок.

За фінансової підтримки Міністерства Великобританії у справах міжнародного розвитку видані і безкоштовно розповсюджуються презентаційні брошури «Ласкаво просимо до Львова», буклети «Готелі у Львові», «Ресторани, кафе, кав'ярні Львова», «Найцікавіші місця у Львові» українською, польською, англійською мовами, ламіновані папки для преси, ділових зустрічей та виставкової діяльності, рекламно-інформаційний каталог «Довідник туроператора» — українською та англійськими мовами.

На замовлення Львівської міської ради видана презентаційна публікація «Діловий Львів», яка розроблена Центром Підтримки Бізнесу «Ньюбізнес» у співпраці з Центром муніципального і регіонального розвитку за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку.

Львівське комунальне підприємство «Міський центр інформаційних технологій» виготовило CD-ROM «Львів — світова спадщина».

Ефективну роль в пропаганді туристичних можливостей Львова відіграє реклама в інтернеті. Створена та утримується професійна веб-сторінка туристичного потенціалу Львова та Карпатського регіону на українській та англійській мовах: www.about.lviv.ua, який зареєстровано на 266 серверах. WEB-сторінки Рекламні ініціативи за допомогою інтернет-технологій приносять відчутні результати вже на даний час: протягом 2001 р. сторінку відвідало понад 23 тис. осіб.

Проведено популяризацію туристичних можливостей Львова на туристичних виставках в Україні та за кордоном: в Києві, в Москві, Берліні, Лейпцигу, Гамбурзі, Кемніце (Німеччина), на днях української культури в Австрії, Франції. В вересні 2001 р. представники Львівської асоціації розвитку туризму взяли участь у 9-й міжнародній туристичній виставці у м. Варшаві «TT Warsaw TOUR&TRAVEL 2001», в жовтні 2001 р. — у Міжнародному туристичному салоні «Україна — 2001» в м. Києві, в листопаді 2001 р. — у Світовій туристичній виставці в м. Лондоні. 25—27 жовтня 2001 р. в рамках Міжнародного економічного форуму з питань прикордонного співробітництва, відбулася міжнародна інвестиційна виставка та міжнародна виставка «Тур-ЕКСПО — 2001», на яких були представлені інвестиційні туристичні проекти, а також було представлений Львів як туристичний центр.

В серпні 2000 р. за фінансової підтримки проекту Міністерства Великобританії у справах міжнародного розвитку та програми TASIC «Підтримка місцевого розвитку та туризму в Карпатському регіоні» проведено рекламний тур для журналістів Великобританії, а в червні 2001 р. — екскурсійну програму та ділову місію з німецькими туроператорами та членами Львівської асоціації розвитку туризму. Проведені ділові зустрічі з представниками туристичних організацій Грузії, Польщі, Угорщини, Швейцарії, Німеччини, Австрії, США.

В грудні 2000 р. в прес-центрі Львівської міської ради відбувся круглий стіл з питань розвитку туризму у м. Львові, на якому йшлося про теперішній стан туристично-екскурсійної діяльності, її досягнення, проблеми та перспективи, а також про готельне господарство міста.

Постійно готуються спеціальні та тематичні випуски в періодичній пресі, радіо, Львівському телебаченні про розвиток туризму у м. Львові. Зокрема, в газеті «Точка

зору», «Високий замок», «Молода Галичина», «Поступ», «Український шлях», «Міліцейський кур'єр», «Сімейна газета», «Тут і там», журнал «Готельно-ресторанний бізнес», «Східний економіст», «Туристичні новини», Довідник туристичний «Західна Україна — 2001», «Welcome to Ukraine! Carpathians-Lviv», інших.

Львів є відомим центром міжнародних ділових зустрічей, візитів, форумів, виставок, ярмарків, симпозіумів, конференцій, семінарів тощо.

Щорічно у Львові відбувається більше двох десятків ярмарково-виставкових заходів різних напрямків. Щорічно у Львові проводиться книжкова виставка-ярмарок «Форум видавців», яка вважається найпопулярнішою серед подібних виставок в Україні. Традиційно у Львові проходять Міжнародний симпозіум з гутного скла. Велику роль в популяризації відіграв візит Папи Римського Івана Павла II 25—27 червня 2001 р.

Визначальним чинником для приваблення туристів до Львова є культурно-мистецькі події та свята, що відбуваються у місті. Тут проходить фестиваль класичної музики «Віртуози», фестиваль оперної музики імені Соломії Крушельницької, театральний фестиваль «Золотий Лев», фестиваль симфонічної музики «Контрасти». Мистецький центр «Дзига» організовує виступи артистів, що виконують фольклорну музику, танці, а в Музеї народної архітектури та побуту просто неба організовуються фестивалі та концерти майстрів народного мистецтва. Поряд з цим проводяться масові громадські заходи з відзначення державних, політичних, релігійних та загальноміських свят а саме: святкові вечори до річниць проголошення УНР, ЗУНР, Незалежності України та прийняття Конституції, відзначення ювілею Т. Г. Шевченка, «День Святого Миколая», «День міста Львова», «День Матері», днів культури міст-побратимів. Щорічно, 27 вересня, з метою популяризації львівського туристичного середовища відзначається «День туризму», в рамках якого проводяться безкоштовні екскурсії містом, екотуристичні акції для школярів та студентів, туристичні змагання, конкурси, конференції, семінари, виставки, круглі столи та інше. На площі Ринок Львівська асоціація розвитку туризму розпочала акцію «Львів — місто художників», діяльність якої суттєво збільшила туристичні потоки на площу та відвідувачів Туристично-інформаційного центру.

Незважаючи на те, що у Львові проводяться різноманітні музичні та фольклорні фестивалі, мистецькі виставки, які є необхідними атрибутами для проведення цікавих групових маршрутів, туроператори не можуть завчасно почерпнути точну інформацію про час і місце проведення культурно-мистецьких заходів для складання туристичних програм (для ефективної реклами туристичних програм така інформація потрібна за рік наперед). З метою проведення масової пропаганди Львова як центру культурно-мистецьких туристичних заходів необхідно завчасно їх планувати та інформувати про дату їх проведення.

За часи незалежності України великої популярності серед туристів набув зимовий фестиваль «Різдво у Львові», на який приїжджають гості, в т. ч. молодь і школярі, практично із всіх областей України. При правильному підході ми маємо реальну можливість спрямувати на наші терени туристичні потоки з цілого світу, особливо з діаспори, яка прагне почерпнути в нас духовність. Сучасний турист спраглий на автентичне народне мистецтво і звичаї. Зважаючи на те, що народна колористика і традиції святкування Різдва збереглися в західному регіоні як ніде в Україні, а також на великий культурний потенціал Львова, як міста музичного та театального мистецтва, можна сподіватись на те, що нам вдасться зробити фестиваль «Різдво у Львові» масовим і урочистим.

4. Удосконалення інфраструктури туристичної галузі м. Львова.

Львів докладает чимало зусиль для розвитку інфраструктури, яка би сприяла становленню туристично-бізнесового іміджу міста. Сформована база даних готелів Львова та приватних помешкань, закладів харчування Львова, туристично-екскурсій-

них маршрутів. Розробляються та впроваджуються нові туристичні та екскурсійні маршрути по Львову та за його межами, проекти реконструкції розвитку міських паркових та рекреаційних зон для туристично-екскурсійних маршрутів, культурно-масових та спортивних заходів.

За останні роки покращилась ситуація в готельному господарстві, де проводились модернізаційні та ремонтно-відновлювальні роботи. Будуються та відкриваються нові готелі. Щодо сфери громадського харчування, то в центрі міста на кожній вулиці за останній час з'явилося чимало відремонтованих і нових закладів харчування, зокрема, з традиційною українською кухнею.

Важливими проблемами в інфраструктурі туристичної галузі м. Львова є відсутність облаштованих стоянок для екскурсійних автобусів, а також відсутність умов для безпечного перебування туристів, зокрема, під час проведення екскурсій в місті. Тому необхідно облаштувати стоянки та обмежити доступ жебраків до основних місць екскурсійних маршрутів.

Література

1. Державна програма розвитку туризму на 2002—2010 роки. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 р. № 583.
2. Програма розвитку санаторно-курортної сфери, туризму і відпочинку у Львівській області на 2003—2007 роки. Інститут регіональних досліджень НАН України, Львів, 2002.
3. Полюга В. Стан та перспективи туристичної освіти у Львівській області в контексті законодавчої тенденції її становлення //Регіональна економіка. — Львів, 1999. — № 3.

РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО І ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА КРАЄЗНАВСТВА

Стан проблеми. Проблема підвищення ефективності розвитку спортивно-оздоровчого та пізнавального (культурного) туризму і краєзнавства тісно пов'язана із вдосконаленням її територіальної організації. Все це разом розвивається в надзвичайно динамічному середовищі, що само по собі вже вимагає її різностороннього вивчення. Тривалий час вирішення питань територіальної організації рекреаційної сфери носило тільки державний характер. В умовах ринкової економіки і наданої регіонам певної самостійності це призвело до накопичення складних соціально-економічних проблем. Однією з них є підвищення ефективності розвитку туризму і краєзнавства в кожному регіоні, зокрема і в Київському.

Актуальність проблеми впливає з втрати активного розвитку туризму і краєзнавства як в наукових установах, так і в навчальних закладах — вищих, загальношкільних і позашкільних, які десятками продані бізнесменам або на тривалий час здані в оренду. Зникла й зацікавленість органів освіти, вчителів і керівників позашкільних закладів до організації туристичної і краєзнавчої роботи. Останнє майже зникло й з навчального процесу у вищих навчальних закладах і школах. З огляду на трансформацію суспільних відносин ця робота вимагає перегляду з врахуванням сучасних умов господарювання і розробки наукових основ для обґрунтування напрямків удосконалення підготовки відповідних фахівців і активізації туристсько-краєзнавчої роботи в кожному регіоні.

Метою даного дослідження є виявлення і теоретичне обґрунтування проблем розвитку туристсько-краєзнавчої роботи на Київщині.

Результати дослідження. Регіон — поняття широче. Наші дослідження показують, що такі поняття рідного краю як «регіон», «мезорайон» і «адміністративна область» є тотожними [8]. І слідом за М. Глядіною розглядаємо рекреаційний регіон (адміністративну область) як цілісну територію, окреслену адміністративно-територіальними межами і яка придатна для організації спортивно-оздоровчого і пізнавального туризму та відпочинку через наявність в ній рекреаційних ресурсів. Ця цілісність має спільну спеціалізацію, структуру послуг та певні внутрішні і зовнішні зв'язки.

Крім того, ця цілісність може включати у свій склад рекреаційні комплекси декількох дрібних територій (мікрорайонів або адміністративних районів), які характеризуються або однотипними напрямками розвитку і спеціалізації, або підпорядковані один одному у вирішенні конкретних соціально-економічних завдань розвитку цілісної території.

Елементами цілісної системи, пов'язаних прямими і зворотними зв'язками, є туристи і відпочиваючі, природні і культурні комплекси, технічні системи, обслуговуючий персонал, органи управління. Такі системи, або комплекси, отримали назву територіально-рекреаційних (ТРС). Дослідники [1, 9] виділяють також в регіоні лікувальну, оздоровчу, спортивну, пізнавальну, ділову і культурно-розвивальну ТРС.

Вивченням цих питань займаються регіональна географія, географія туризму та географічне краєзнавство, які є природничо-соціальними за своїм змістом науками. Вони націлені на вивчення регіонів і розвитку в них туризму, зокрема спортивно-оздоровчого і пізнавального, як природно-соціальних явищ та прогнозування їх розвитку. Нині не тільки у молоді, а й у дорослих спостерігається виникнення серйозного сталого інтересу до пізнання природи і проблем вітчизняної історії, витоків

національної культури, унікальних досягнень минулого. Особливо в тому регіоні, в якому вони проживають. Туризм якраз і є найкращим засобом знайомства і вивчення культури минулого і сучасного розвитку свого регіону. Туризм допомагає розвитку особистості, її творчого потенціалу, набуття нових знань.

Методик визначення ресурсно-рекреаційного рейтингу території (бальна оцінка регіону) на нинішній день багато, але не тільки способи їх використання, а й сама можливість їх використання є дискусійними. Чому? Тому, що «дії, пов'язані з виведенням середніх балів (рейтингу), іноді спотворюють об'єктивну картину, призводять до неправильних результатів, тому вони мають підсилюватись, «корелюватись» іншими кількісними та якісними показниками (характеристиками), логікою та досвідом самого дослідника» [1, 165]. Частіше застосовуються оцінювальні бали для оцінки придатності певного природничо-суспільного об'єкта або ресурсу для певного споживача. «Оцінювальні бали передають відношення когось чи чогось (суб'єкт оцінки) до того або іншого ступеня вираженості цього явища, його властивості, ступінь придатності, сприятливості їх для когось або чогось, коли відображаються зміни якісні» [1, 165]. При цьому оцінка сприймається багатозначною і завжди, крім суб'єктивності, є достатньо об'єктивною, коли спирається на об'єктивні закони зв'язків між елементами оцінювальної системи. Це підтверджує, наприклад, визначення об'єкту туристсько-краєзнавчого вивчення. Нині доведено, що об'єктом туристсько-краєзнавчого вивчення є природно-соціальна система рідного краю [8]. Хоча, румуни, наприклад, вважають об'єктом географії туризму, як нової галузі географічної науки, вивчення комплексних передумов формування туристських потоків та їх порайонні відмінності [9, 16—22]. Болгари ж вважають, що це є туристський район, який являє собою функціональну територіальну єдність основних чинників, необхідних для розвитку туризму і наявності туристських об'єктів, їх привабливості, шляхів сполучення і транспортних засобів, матеріально-технічної бази туризму. Туристський район — особливий вид економіко-географічного району, на формування і розвиток якого суттєво впливають специфічні особливості, властиві туризму. Туристський район характеризується, зокрема, значною рухливістю власних меж і мінливістю їх конфігурації, що зумовлено сезонністю туризму, швидким темпом технічного прогресу на транспорті, виявом або створенням нових туристських об'єктів [10, 337]. Як бачимо значення природи тут ігнорується, що неприпустимо.

У той же час у підручниках з основ туристської діяльності підкреслюється, що «природно-кліматичні та екологічні компоненти є головними чинниками, які визначають, наскільки задоволений турист мандрівкою, відпочинком. Відчуття туристом, який повернувся із мандрівки, наповненості бажань, мрій, надії (мети мандрівки) через почуття комфортності середовища, гостинності, її безпеки і сприятливого оздоровчого впливу не може бути досягнуто без наявності природного і екологічного компонента середовища гостинності (комфортності, безпеки)» [3, 170].

Що ж з об'єктів природного комплексу є в першу чергу привабливим для туристів, які сприяли б їх естетичному комфорту (естетичній насолоді), задоволенню естетичних потреб? Для задоволення туристських смаків Київщини з класифікації Н. І. Гараніна можна виділити наступні природні об'єкти, які мають естетичну цінність:

1. Ландшафт і його особливості:

- мальовничі ділянки і пам'ятки природи;
- місця, що відкривають мальовничі пейзажі;
- красиве поєднання архітектури будівель з оточуючим ландшафтом.

2. Особливості об'єктів річкових і озерних узбережжів:
 - береги (високі, горбисті, скелясті, рівнинні);
 - миси і затоки;
 - берег з причудливими деревами та їх покрученим корінням або з архітектурними будовами.
3. Гідрогеологічні особливості місцевості:
 - джерела чистої або лікувальної води;
 - греблі, шлюзи, ставки, осушувальні канали з деревною і трав'яною рослинністю по берегах;
 - водосховища.
4. Флора і фауна:
 - ліси, лісова місцевість з ділянками степової рослинності або вкритими сільськогосподарськими рослинами;
 - долини струмків, річок та їх заплав;
 - місцевий тваринний світ;
 - природні пам'ятки [3; 170—171].

Звичайно, подібні природні об'єкти стануть основою організації в першу чергу пізнавального або культурного туризму, який виділився і став самостійним. Він набув масового характеру в 70—80-ті роки ХХ ст. в колишньому СРСР. Нині в Україні певна більш заможна частина населення має можливість приділити увагу саме пізнавальному туризму, ознайомитись з культурою і звичаями інших країн, інша — мандрує регіонами України, або здебільшого обмежується своїм регіоном. Проте, спостереження і досвід підготовки майбутніх вчителів до туристсько-краєзнавчої діяльності виявили тенденцію до поєднання спортивно-оздоровчого і пізнавального туризму [4, 10]. Це найбільш оптимальний варіант розвитку туризму і краєзнавства.

Вже з першого курсу майбутні туристи Переяслав-Хмельницького ДПУ імені Григорія Сковороди вчаться читати карти (туристські і тематичні), виділяти природні, антропогенні (культурні), сільськогосподарські й індустріальні ландшафти, розуміти роль людини у формуванні ландшафтів.

Вивчення власного і зарубіжного досвіду [4, 6, 9, 10] показує, що найкращою формою вивчення ландшафтів є екскурсії з такими методами дослідження, як опитування населення, складання схем і фотографування, картографування і складання звітів. На жаль, ландшафти здебільшого вивчаються за фотознімками у підручниках й інших наочних посібниках. У природі ж аналіз елементів ландшафту, їх узагальнення розвивають мислення студентів і розкривають перед ними взаємозв'язки ландшафту і господарської та духовної діяльності людини. На подібний підхід у підготовці майбутніх вчителів до туристсько-краєзнавчої роботи націлює створена програма курсу «Основи туризму і краєзнавства» [7], яка дістала схвальні відгуки вчителів-краєзнавців.

Досвід роботи у Переяслав-Хмельницькому ДПУ імені Григорія Сковороди з майбутніми вчителями початкової школи, історії, географії, фізичної культури упродовж останніх років показав, що у процесі проведення краєзнавчих досліджень під час туристських походів за програмами, розробленими навчально-методичними лабораторіями спортивно-оздоровчого туризму і краєзнавства та лабораторією землезнавства і краєзнавства у більшості студентів (найбільш здібних) формується цілеспрямований інтерес до дослідницької діяльності, в них виробляються дослідницькі вміння і навички. Можна сказати, відбувається становлення еліти з туристсько-краєзнавчої діяльності в своєму регіоні. Така робота сприятиме, у свою чергу, посиленню ролі туристсько-краєзнавчої роботи в житті регіону та формуванню в учнів шкіл активної життєвої позиції та здорового способу життя.

Київський регіон (Київський мезорайон) є одним з найбагатших в Україні за концентрацією об'єктів культурної спадщини. Тут зосереджені:

- унікальні природні об'єкти (пам'ятки природи світового значення, заказники, пам'ятки ландшафтної архітектури);
- пам'ятки археології (трипільської культури, зарубинецької);
- культова і громадянська архітектура;
- великі та малі історичні міста та сільські поселення;
- музеї, театри, виставкові зали тощо;
- соціокультурна інфраструктура;
- об'єкти етнографії, народні промисли і ремесла, центри прикладного мистецтва;
- технічні комплекси і споруди.

Відвідуючи культурні комплекси, туристи сприймають їх як єдине ціле, не виділяючи від природи, стають духовно багатшими. Культура є одним з основних елементів туристської зацікавленості. Але успіх розвитку туризму залежить не тільки від матеріально-технічної бази, а й від унікальності національної культурної спадщини. Таким унікальним регіоном і є територія Київської області.

У відповідності з основними потребами (простим і розширеним відновленням фізичних сил і розвитком духовного потенціалу особистості) і виділяють оздоровчо-спортивний і пізнавальний туризм, які здебільшого об'єднуються в єдине ціле. Досягнення спортивних результатів і комплексне (краєзнавче) вивчення рідного краю і є основою підготовки майбутніх вчителів до туристсько-краєзнавчої роботи у своєму регіоні.

Спортивно-оздоровчий туризм задовольняє потребам відновлення фізичних і психологічних сил людини, зняття побутової і виробничої (чи навчальної) втоми, профілактиці певних захворювань. Головне місце в структурі рекреаційної діяльності займають групи фізичних занять з режимом тренувань — спортивні ігри і змагання, прогулянки, але особливе місце тут займають туристські походи, коли туристи долають природні перешкоди й часто зазнають впливу екстремальних природних умов. Спортивний туризм суворо регламентований з рухом, який здійснюється виключно за маршрутним листом. Звичайно, часто туристи обмежують спортивну частину і більше уваги приділяють екскурсійним програмам.

Перспективними формами оздоровчо-пізнавального туризму є природні (національні) парки та інші пам'ятні місця, які сприяють у найбільшому ступені розвитку інтелектуальних сил і духовного потенціалу особистості здебільшого шляхом сприймання екскурсійних об'єктів і ландшафтів. Під час візуального сприйняття ландшафту важливо визначити його властивості, можливості впливу на естетичну оцінку. Аналіз психофізіологічних основ сприймання будь-якого ландшафту людиною виявив деякі його закономірності [2, 120]. Так, ландшафт сприймається як незвичний, якщо яскраво виражена його композиція, глибоко відкривається перспектива і коли спостерігається досить висока детальність незвичного ландшафту. Подібний вплив ландшафту, що сприймається туристами, відмічається і в підручниках з туризму [3, 168]. Незвичних ландшафтів на Київщині багато — від Поліських на півночі, до степових на півдні. Тому в Переяслав-Хмельницькому державному педагогічному університеті імені Григорія Сковороди головними завданнями вивчення ландшафту майбутніми вчителями-організаторами туристських подорожей є:

- використання ландшафтних характеристик Київщини для усвідомлення географічних елементів і взаємозв'язків суспільства і природи;
- активізація мислення і спостережливості у студентів;
- вміння вести щоденник, записи спостережень і складання звітів.

Висновки. Значимість рекреаційних ресурсів Київщини визначається її географічним положенням в центрі України, статусом столичної області і наявністю тут необхідної кількості рекреаційної галузі. Тут створена значна рекреаційна структура — здравниці, будинки відпочинку, спортивні табори і турбази, які підпорядковані різним відомствам.

Київщина, як і будь-який інший регіон України, відрізняється наявністю численних природних, соціально-економічних і культурно-історичних ресурсів. Найбільшу цінність для рекреації являють ландшафтно-кліматичні, пляжні, культурно-історичні і археологічні ресурси, лікувально-мінеральні води, достатня кількість овочів і фруктів.

Але тут є багато нерозв'язаних питань, які вимагають науково-методичних досліджень в Київському регіоні:

- природно-рекреаційні ресурси включають, крім суто природних, змінені людиною (облагороджені) і штучно створені. Потрібно дослідити, як можна розширити площі і збільшити відвідування туристами і відпочиваючими пляжів;

- як круті береги, особливо правий берег Дніпра, задіяти у зони для прогулянок, побудувати там стежки і оглядові майданчики;

- з видів рекреаційної діяльності туристична є найбільш універсальною і яка не вимагає значних грошових витрат. Проте, це найбільш впливова на екологічну ситуацію галузь відпочинку і спорту, оскільки вплив туристів на екосистеми відбувається на значній площі. Але до цих пір невідомо, як саме і на скільки серйозно впливають на природу туристичні походи.

Звідси більш чітко виявляється необхідність ландшафтно-екологічного, або геоecологічного підходу до розв'язання проблеми розвитку спортивно-оздоровчого і пізнавального туризму та краєзнавства на Київщині.

Література

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. — К.: Вид-во КГУ, 2001. — 395 с.
2. Миннат М. Свет и цвет в природе / Пер. с англ. Г. А. Лейкина. — Изд. 2-е. — М.: Наука, 1969. — 344 с.
3. Основы туристской деятельности: Учебник / Сост. Е. Н. Ильина. — М.: Советский спорт, 2000. — 224 с.
4. Пангелов Б., Чернов Б. Проблеми географії туризму // Гуманітарний вісник Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету імені Григорія Сковороди: Наук.-теоретич. зб. — К.: КИТ, 2003. — С. 3—7.
5. Пангелов Б., Чернов Б. Історико-теоретичний аналіз проблем розвитку туризму в вищих навчальних закладах // Гуманітарний вісник Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету імені Григорія Сковороди: Наук.-теоретич. зб. — К.: КИТ, 2004 — С. 140—150.
6. Чернов Б., Пангелов Б. Проблеми підготовки майбутніх учителів до туристсько-краєзнавчої роботи в школі // Формування здорового способу життя у студентської та учнівської молоді засобами туристської роботи / Матер. Всеукр. Наук. — практик. конф. 19—20 квітня 2001 р. — К., 2001. — С. 108—112.
7. Чернов Б. О., Пангелов Б. П. Програма курсу «Основи туризму і краєзнавства» // Краєзнавство. Географія. Туризм. — 2002. — № 35. — С. 13—15.
8. Чернов Б. О. Методологічна основа географічного краєзнавства // Гуманітарний вісник Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету імені Григорія Сковороди: Наук.-теоретич. зб. — К.: КИТ, 2003. — С. 3—7.
9. Petresc Carmen D. Obiectul geografiei turismului // «Merra», 1970. — 2. — 16—22.
10. Вьчваров М. За икономгеографска та същност на туристическия район // «Годишн. Софийск. ун.-т. Геол.-Геогр. Факс». — 1967—1968 (1970), 62. — № 2. — 337—357.

ЛЬВІВ ЯК КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПРОЕКТ

Визначальною особливістю нинішнього світу початку III тисячоліття є стрімкий ріст глобалізаційних процесів у найрізноманітніших сферах буття. Глобалізація прискорює інтеграцію націй у світову систему у зв'язку з розвитком сучасних транспортних засобів, економічних зв'язків та шляхом впливу на людей засобів масової інформації. Вона сприяє розширенню культурних контактів між народами та міграції людей.

Однак глобалізаційні процеси мають багато негативних явищ. Один з побічних дефектів глобалізації — втрата народами власної культурної самобутності під впливом асиміляційних процесів і космополітичних доктрин. Боротьба за збереження культурної самобутності етносів в сучасному світі теж є світовою реальністю, своєрідним культурним антиглобалізмом.

Туризм — це специфічна галузь людської діяльності, в якій поєднуються такі різні категорії, як бізнес і духовність (культура), а також — глобалізаційні й антиглобалізаційні явища (наприклад, міграція, відкритість кордонів і герметичні краєзнавчий та етнічний види туризму). Унікальність Львова з огляду на його історичну багатоетнічність і мультикультурну спадщину є чудовим культурологічним продуктом, як висловлюються туристознавці.

У багатовіковому місті, яке входило до складу почергово кількох державних утворень, яке ставало місцем кількасотлітньої посілості (від — поселитися) багатьох етносів, витворилися своєрідні квартали, цвинтарі, легенди, міфи про княжий Львів, «Відень Сходу», польський Львів, єврейський Львів, український П'ємонт тощо.

Німецька окупація та радянський режим знищили неповторну етнічну своєрідність і ауру міста. Однак ця своєрідність перейшла у спогади, у легенди й міфи про колишній Львів. Якраз такий історико-культурний міф про княжий чи цісарський Львів є цікавим туристичним ресурсом. «Історію Львова, — пише Я. Грицак, — можна коротко окреслити так: це крах мультикультурності. Вже за часів засновника Данила (Романовича) Галицького та його сина Лева місто гостило русинів (українців), німців, поляків, угорців, вірменів, татар, євреїв, таємничих «сарацинів» тощо. Після того, як вигасла династія Романовича і Львів підпав під польську корону, жодне місто в Речі Посполитій, а, можливо, й у всій Європі, не вирізнялося такою етнічною та релігійною різноманітністю: тут жило одночасно аж п'ять етнічних груп, кожна з яких становила понад п'ять відсотків місцевого населення: німці, поляки, українці, євреї та вірмени, й декілька конфесій: католики, православні, греко-католики, монофізити, іудеї» [1, 4].

Напередодні Другої світової війни львівське населення мало такий поділ: поляків — 50—55 %, євреїв — 30—35 %, українців — 15—20 %, а на 1989 рік присутність поляків і євреїв становила всього 1,2—1,6 %. В результаті міграцій, переселень, депортацій Львів став для багатьох колишніх львів'ян — поляків і євреїв, а також для їхніх нащадків утраченою батьківщиною, країною дитинства, романтичним ностальгійним міфом.

Львів таким, яким він є сьогодні, створили три політичні епохи — австрійська, українська і радянська та принаймні шість національно-культурних елементів: австрійський, німецький, польський, український, єврейський, радянський. У наші дні активно відроджуються культурні міфи цісарського Львова («Відень Сходу», «Віденська кава», віденські вальси в театрі), появляються намагання відтворити чи принаймні означити єврейську історичну присутність (меморіальні таблиці, цвинтарі, мемуари, історичні дослідження, як, наприклад, «Євреї у Львові»). Міф про Львів польський ніколи після 1939 року не завмирає ні на мить.

Про Львів як місто габсбурзької монархії наочно засвідчує архітектура, зокрема адміністративні й громадські споруди, виконані в стилях неокласицизму й сецесії (Національний банк, Вокзал, Університет тощо). «Польськість Львова, — пише історик Мацей Яновський, — по-справжньому починається в часи Олександра Фредра й заснування Оссолінеуму, тобто десь під кінець першої чверті XIX століття [...]». Львів, поряд з Краковом і Варшавою, є одним з трьох найважливіших осередків польської культури» [2, 23].

Ностальгійний польський міф Львова народився у повоєнні часи, тобто відколи Сталін виселив з нього поляків. Тоді в польській мемуарній літературі образ Львова постає як романтичний край, в якому бродять тіні героїчної історії Польщі, як земля, по якій течуть молочні і медові ріки. Культуролог Катажина Котинська стверджує, що в польських бібліотеках на полицях стоять сотні спогадів і хронік про ностальгію манливий Львів. Найгарніший у польській літературі гімн на честь Львова — есей Юзефа Вітліна «Мій Львів», який був надрукований 1946 року у США, перевиданий у Польщі в році 1991-му, і невдовзі має бути перекладений та опублікований в Україні. Кілька чудових уривків є спокуса цитувати зараз: «Опустимося з небес у паділ земний, раз уже нас тягне до кнайпи. А їх-от у Львові було багацько, і кожна випромінювала якусь іншу авру, притягаючи і відвідувачів різнорідних. Загалом переважали каварні віденського типу, де на одну філіжанку кави припадало зо три склянки води, — заклади з більш чи менш знадливими касирками за контуром, які виділяли кельнерам контрамарки, ложечки і цукор. Кельнери ж, інакше обері чи рахункові, найчастіше рекрутувалися з німецьких колоністів і мали на прізвище Бегтольф чи — згідно — Бізанц. У будь-який час доби можна було увійти до першої-ліпшої більшої каварні й закликати «пане Бізанц!», і бути певним, що тут же підійде присадкуватий добродій у смокінгу і ввічливо відповість: «До ваших послуг, пане раднику (графу, дідичу, професоре, докторе)». І далі: «По цілому світі переслідують мене також запахи львівських цукерень, фруктових і колоніальних крамниць, магазинчиків із чаєм і кавою Едмунда Рідля та Юліуса Майндля. «Переслідують» — то невдале слово, бо переслідування прикре, а ці запахи розкішні, хоч і спонукають до сліз. Скільки би зі світу я не повертався до Львова — завжди заставав його запахи на місці. Отож, либонь, вони й досі там, бо найважче забити чи вигнати запахи... Що ж, пиймо нектар із келихів, котрі нам підсовує підступна пам'ять, і хай нас до втрати притомності приголомшить феєрія львівських запахів. Адже тамтешня флора — то не лишень ботаніка. Там пахнуть навіть звуки. Послухаймо: Стець, Мриць, Кіпа, Тепа, Ухма, Оглі, Паздро, Кисяк, Шубут, Квест, Нахлік, Кжехлік, Новосад, Найсарек, Пітолай, Салабан, Кадерножка, Докупіль, що мав доньок Докупілянок. А далі: Бікок, Пасакас, Гарапіх, Рамашкан, Міколяш, Хамайдес, Чачкес, Коркіс, Кікеніс» [3, 36].

Ще одним ностальгійним спогадом-міфом про Львів є книга відомого письменника-фантаста, уродженця міста Лева, Станіслава Лема «Високий Замок» (1966), яку нещодавно перекладено й видано в Україні. У ній всесвітньовідомий письменник згадує своє львівське дитинство й гімназійну молодість як екзотику неповторного світу, який безжалісно й безповоротно відійшов уже назавжди.

У книзі Адама Загаєвського «Два міста» (1991) Львів теж постає як символ втраченої малої батьківщини — рідних вулиць, будинків, скверів, однак залишається завжди у пам'яті щемливим ностальгійним спогадом.

Окремо слід вести мову про український культурологічний проект (міф) Львова. Цей проект багатогранний, творився і твориться істориками, письменниками, художниками. Митці, на противагу патріотичним чиновникам і чинним патріотам,

які культивують проект княжого і націонал-п'ємонтного Львова, творять Леополіс - уцілілий мультикультурний осередок не польських «кресів», не Східної Галичини чи Західної України, а Центральної Європи. Львівський письменник Юрій Винничук відтворює і творить легенду соціального Львова з його каварнями, злодіями, повіями, авантюристами, натомість, Юрій Андрухович вписує Львів до органічної частини єдиного культурного континенту — Європи. У такий спосіб він допомагає заново складати Європу як цілість, яка була штучно пошматована історичними катаклізмами. «У пошуках своєї ідентичності європейці доходять до кордонів звичної для них Європи і, щоби щось зрозуміти, мусять рушати туди, де ще ніколи не були. Можна сказати й так: той, хто не побував у Івано-Франківську, чи бодай у Львові, мало що знає про Європу. Нема нікого, хто показав би нам нову Європу краще за Юрія Андруховича» [4, 35], — констатує німецький професор Карл Шлегель.

Отже, перспектива Львова для різних видів культурного туризму не вичерпується лише традиційними історико-краєзнавчими темами і маршрутами. Він має потужний мультикультурний та міфоісторичний потенціал, який варто вивчати і використовувати в туристичній практиці.

Література

1. Грицак Я. Страсті по Львову // Критика. — К., 2002. — № 7—8.
2. Яновський М. Лемберг 1916 — Львів 2002 // Критика. — К., 2002. — № 7—8.
3. Вітлін Ю. Мій Львів // Критика. — К., 2002. — № 7—8.
4. . Остання територія // Критика. — К., 2005. — № 7—8.

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ

Аксентійчук Б. І.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУОРТУ ТРУСКАВЕЦЬ

Санаторно-курортний бізнес не є особливо привабливим в Україні для серйозного інвестора через досить низьку оборотність інвестицій. Справа в тому, що будівельні роботи, оснащення санаторно-курортних закладів є дуже дорогими, оскільки будматеріали, обладнання в більшості випадків є імпортними. В той же час ціни на путівки є українськими. Це серйозно уповільнює віддачу вкладених коштів. Як розв'язати цю проблему?

У цьому питанні частину проблем вирішив прийнятий Закон України «Про спеціальну економічну зону «Курортполіс Трускавець». Наше товариство, наприклад, завдяки його дії успішно реалізує 7 інвестиційних проектів і сплата податків за останні 5 років зросла вдвічі.

Другою складовою частиною цього проекту була наявність високопродуктивного господарюючого суб'єкта. На курорті в даному випадку таку роль взяло на себе ЗАТ «Трускавецькурорт», яке завдяки сучасному й ефективному менеджменту мало показати приклад інвестиційної привабливості. І в першу чергу власним прикладом прибутковості.

Із зруйнованої матеріальної структури ЗАТ «Трускавецькурорт» перетворилось у флагмана санаторно-курортної галузі України завдяки вірно вибраній моделі господарювання, а за 2003 рік ми вибороли звання кращого курорту світу із 44 держав по версії FEMTES (Всесвітня федерація водолікування та клімато-лікування). Тому рада директорів товариства представила дуже привабливий інвестиційний меморандум, бізнес-план, на який відгукнулося багато потенційних інвесторів. Ми провели переговори із англійським інвестиційним фондом, російським і кількома українськими. Перевага була надана вітчизняному інвестору, який запропонував найперспективніші для курорту умови і погодився вкласти в наші об'єкти великі кошти. Сьогодні весь світ бореться за інвестиції і це велика удача для ЗАТ «Трускавецькурорт», яке зуміло організувати поєднання майнового комплексу із фінансовими ін'єкціями зі сторони інвестора.

Заплановані проекти дійсно масштабні. Це реконструкція практично всіх кімнат у санаторіях, холів, коридорів, вестибюлів, фасадів, будинків. Це і повне переоснащення лікувальниць, господарств забезпечення. Будуть збудовані і міжсанаторні криті переходи, басейни, фітнесцентри, мережа кортів, ресторанів, магазинів, розважальних об'єктів. Але ця масштабна перебудова нічого не варта без покращення умов роботи наших працівників і мотивування їх пристойною заробітною платою, яку ми щороку підвищуємо. Ми не тільки не плануємо скорочувати робочі місця, а навпаки, збираємося додатково відкрити ще 200—300 робочих місць. Є чіткий план відкриття додаткових ліжко-місць замість виведених у процесі реконструкції і переоснащення на номери «люкс». Відпрацьовуються відповідно і спеціальні найсучасніші маркетингова програма та програма підготовки кадрів. До цього залучаються фахівці міжнародного рівня.

Інформація, що за останні 5 років бальнеологічні курорти Європи втратили 63 % своїх пацієнтів нас дуже хвилює. Тут присутні і спільні причини цих невдач і є суто наші, українські. До загальних можна віднести:

— орієнтація тільки на курортні фактори;

— поява лікувальних технологій, що швидко вирішують проблему здоров'я без санаторно-курортного лікування;

— агресивна реклама фармацевтичних препаратів і доступ до високоефективних ліків населенню;

— відсутність координованої і системної маркетингової рекламної політики санаторно-курортної індустрії;

— поява привабливих відпочинкових морських і гірськолижних курортів;

— скорочення соціальних програм з використанням курортів, що фінансуються державою. (Наприклад, Австрія 10 років тому оздоровлювала 400 тисяч своїх громадян на курортах за державні кошти або кошти різних фондів. В 2004 році — 37 тис. Осіб).

До перелічених можна додати і чисто українські проблеми:

— в Україні у 5 разів більше санаторно-курортних місць, ніж у інших країнах СНД, адже ми орієнтовані були на 276 млн. громадян СРСР;

— низька купівельна здатність населення України, масштабні економічні проблеми в державі;

— низького рівня матеріальна база пострадянських курортних закладів;

— інвестиційна непривабливість курортної галузі із-за низької оборотності і надзвичайно велика інвестиційна ємкість;

— курорт Трускавець дуже великий курорт — 12 тис. ліжок-місць, заповнити його дуже важко;

— доступність для вищ. і серед. прошарку населення України зарубіжних курортів;

— вічна тяганина з питання чиею власністю є санаторно-курортні об'єкти, що відлякує потенційних інвесторів. Європейські курорти наполегливо шукають шляхи виходу із кризи. При цьому в них переважаючий фінансовий потенціал, але модель ЗАТ «Трускавецькурорт», на мій погляд, перспективніша. Ось цю перевагу ми і реалізуємо, а, залучивши кошти інвестора, це буде здійснено ще швидше. Вже зараз у нас лікуються тисячі німців, поляків, громадян Ізраїлю, інших іноземців. Вони повинні відчуті наші переваги і в майбутньому переконати якомога більше своїх співвітчизників їхати тільки в Трускавець. Тому часу в нас обмаль, необхідно швидше реконструювати наші санаторно-курортні заклади в сучасні, привабливі для пацієнтів об'єкти. А для цього потрібні інвестиції. Користь від цього буде всім. Скажімо, загальні доходи товариства зростуть і відповідно зростуть і зарплата працівників, сплата податків. Треба також підкреслити, що інвестор не вимагає і не володіє контрольним пакетом акцій нашого товариства. Це підтверджує серйозність намірів і орієнтацію на тривалу співпрацю у перспективі.

Крім того, є серйозні переваги санаторно-курортної галузі України перед зарубіжними курортами.

1. Високий рівень наукового забезпечення санаторно-курортної справи.

2. Добре підготовлені і здатні прогресувати медичні кадри.

3. Добре вивчені курортні фактори. Лікувальна «Нафтуся» трускавецького родовища така, як і 100 років тому.

4. Присутність серйозного рівня медицини на курортах, відпрацьовані ефективні реабілітаційні підходи по багатьох захворюваннях.

5. Сформований менталітет довір'я громадян України і СНД до ефективності санаторно-курортного лікування.

6. Трускавець має виняткові умови розвитку — спеціальну економічну зону «Курортотоліс Трускавець».

7. З боку Львівської обласної державної адміністрації розумна підтримка санаторно-курортної діяльності в області. Вона для нас дуже важлива.

І тому, спираючись на серйозного вітчизняного інвестора, який, до речі, розробив концепцію розвитку ЗАТ «Трускавецькурорт» за допомогою відомих американських фірм, ми впевнені, що ЗАТ «Трускавецькурорт» стане найсучаснішим санаторно-курортним комплексом, який буде грати роль основного центру сучасних бальнеологічних послуг для громадян України, країн СНГ та нових членів Євро-союзу, перш за все Польщі. При цьому санаторно-курортні послуги компанії також будуть необхідні і для мешканців розвинутих європейських країн.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

На розвиток туристичної галузі мають прямий або опосередкований вплив десятки галузей економіки. До галузей, які мають безпосередній зв'язок з туризмом і спрямовані на забезпечення туристичних послуг, відносяться: транспорт, торгівля, засоби зв'язку, сфера побутового обслуговування та інші.

Загалом можна прослідковувати тенденцію, що обсяги послуг, які так чи інакше стосуються туризму, рекреації і відпочинку, збільшились у 2004 році у порівнянні з 2003 роком. Цікаво, що хоча частка транспорту в загальному обсязі послуг зменшилась, але це не означає зменшення обсягу послуг транспорту взагалі — просто збільшився обсяг інших послуг. Позитивним є те, що це простежується протягом декількох років.

Збільшення економічної активності в Україні також можна простежити на прикладі кількості малих підприємств (таблиця 1). В усіх розглянутих галузях, зокрема, готельному, лісовому господарстві, будівництві, транспорті і зв'язку існує висхідний тренд, який з року в рік збільшується.

Таблиця 1

Обсяги послуг за видами економічної діяльності

	Обсяг вироблених послуг, млн. грн.		Обсяг реалізованих послуг, млн. грн. (з ПДВ)		Обсяг послуг, реалізованих населенню, млн. грн.		Частка послуг, реаліз. населенню у загальному обсязі, %	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Всього	37822,0	43801,3	40166,9	45272,9	11311,7	13374,3	28,2	29,5
Готелі та інші місця для короткотермінового проживання	548,5	656,5	635,6	753,6	348,2	439,4	54,8	58,3
Транспорт	20394,2	22541,6	20380,0	21236,3	2864,7	3187,2	14,1	15,0
Тур. агентства та бюро подорожей	253,3	374,4	282,1	425,9	129,9	201,5	46,1	47,3
Асенізація, прибирання вулиць та оброблення відходів	378,2	433,0	436,1	487,1	80,7	90,9	18,5	18,7
Діяльність у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту	464,4	656,3	517,9	725,4	261,9	375,7	50,6	51,8

[15, с. 321]

Відомо, що ряд галузей, зокрема, електроенергетика і паливна промисловість, металургія, хімічна і нафтохімічна промисловість та інші, не маючи безпосереднього зв'язку з туристичною діяльністю, в той же час суттєво впливають на стан рекреаційних ресурсів головним чином через негативний вплив на природне навколишнє середовище.

За даними Державного комітету статистики України, у 2003/04 р. діяли 64 самостійні заклади відпочинку одно- і дводенного перебування на 6 тис. місць у місяць максимального розгортання.

Треба також зазначити, що з 2004 р. змінився період, за який подається статистична звітність на підприємствах: 2003/04 р. означає 12 місяців (з 1 жовтня 2003 р. по 30 вересня 2004 р.).

Порівнюючи дані 90-х років XX ст. і початку XXI ст. стосовно кількості санаторіїв і закладів відпочинку, можна дійти висновку, що в умовах ринку виживають ті заклади, які відповідають попиту споживачів. На їх кількість впливають значною мірою застарілі основні засоби, які лишилися ще з радянських часів. Тому конкуренто-спроможними стають ті підприємства, які знаходять шляхи пристосування до сучасних економічних умов.

Таблиця 2

Структура обсягів послуг за видами економічної діяльності, %

	Обсяг вироблених послуг, млн. грн.		Обсяг реалізованих послуг, млн. грн. (з ПДВ)		Обсяг послуг, реалізованих населенню, млн. грн.	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Всього	100	100	100	100	100	100
Готелі та інші місця для короткотермінового проживання	1,5	1,5	1,6	1,7	3,1	3,3
Транспорт	53,9	51,5	50,7	46,9	25,3	23,8
Тур. агентства та бюро подорожей	0,7	0,9	0,7	0,9	1,2	1,5
Асенізація, прибирання вулиць та оброблення відходів	1,0	1,0	1,1	1,1	0,7	0,7
Діяльність у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту	1,2	1,5	1,3	1,6	2,3	2,8

Розвиток і ефективність рекреаційної діяльності в Україні пов'язані з вирішенням двох основних проблем. Перша — екологічна, зокрема чорнобильська (на зони радіологічного забруднення припадає 10—15 % території держави), крім того, України посідає в Європі одне з перших місць за технічним забрудненням на одного жителя країни. Друга — підвищення життєвого рівня людей (України знаходиться на 91 місці в світі за цим показником; розрив між бідними і багатими у нас становить 75 порядків, коли в цивілізованому світі — 4—5).

Крім цих основних, є ціла низка конкретних, суто галузевих проблем у розвитку рекреації, найважливіші з яких: економічний механізм надання платних рекреаційних послуг, інфраструктурне забезпечення, оцінка рекреаційних природних ресурсів та інвентаризація пам'яток історико-культурної спадщини, розробка та законодавче затвердження термінологічно-понятійного апарату в індустрії рекреації і чимало інших.

Треба приділити увагу тому, що спеціалізація певних територій на рекреаційному обслуговуванні потребує особливого ставлення до розміщення таких галузей економіки, які безпосередньо не пов'язані з рекреаційним господарством, а часто є несумісними з рекреацією. Така загрозлива ситуація склалася у містах-курортах Бердянську, Одесі, Скадовську, Трускавці.

Сьогодні головним фактором негативного впливу на екосистему Чорного моря є забруднення з берегових джерел та річок, а також з морських джерел. Нині необхідна

Таблиця 3

**Кількість малих підприємств за основними видами економічної діяльності
по регіонах у 2004 році**

	У тому числі за видами економічної діяльності								
	Всього	Сільське і лісове госп-во, мисливство	Промисловість	Будівництво	Опт. та роздр. торгівля; торгівля третіми засобами; послуги з ремонту	Готелі та ресторани	Тр-т і зв'язок	Операції з нерухо- містю, здавання за наймом та послуги юр. особам	Колек-тивні, гро- мадські та особисті послуги
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Україна	253791	11649	40795	21576	102067	8711	11423	39667	9547
АРК	12437	592	1642	1175	4509	968	908	1626	560
Вінницька	6460	491	1211	524	2643	136	222	842	226
Волинська	4148	274	659	340	1719	202	245	476	133
Дніпропетровська	17001	606	2286	1453	8056	397	585	2596	558
Донецька	25354	759	3385	2168	11568	777	949	3855	1095
Житомирська	5848	467	1338	383	2386	134	218	627	186
Закарпатська	6507	455	1371	546	2479	378	276	678	195
Запорізька	9781	471	1420	972	4243	341	355	1468	248
Івано-Франківська	6737	375	1286	572	2767	308	234	765	247
Київська	7738	487	1532	829	3036	219	342	865	236
Кіровоградська	5071	550	846	450	1982	117	182	612	191
Луганська	9837	501	1614	828	4237	230	373	1422	331
Львівська	14759	450	2738	886	5881	988	706	2037	578
Миколаївська	7581	609	1226	675	2657	283	367	1245	222
Одеська	11735	586	1577	975	4069	575	995	1938	579
Полтавська	7055	386	1118	758	2792	186	295	1097	233
Рівненська	4233	224	839	368	1669	128	216	565	122
Сумська	5612	432	888	506	2311	124	183	842	209
Тернопільська	3645	333	673	278	1277	130	177	445	184
Харківська	16119	489	3122	1171	5805	426	528	3356	635
Херсонська	6021	478	929	512	2597	189	239	655	242
Хмельницька	5178	329	962	421	2039	154	225	656	222
Черкаська	5353	456	1010	519	2088	107	175	690	147
Чернівецька	3668	313	827	262	1283	153	239	357	124
Чернігівська	4325	348	721	356	1809	118	161	527	191
м. Київ	39448	177	5227	3474	15408	844	1859	9045	1567
м. Севастополь	2140	11	348	175	757	99	169	380	86

[15, с. 341]

Загалом по Україні у санаторіях та закладах відпочинку лікувалось і відпочивало 3,1 млн. громадян, з них 2,9 млн. — лікувались і відпочивали тривалий час (таблиця 8).

принципово нова концепція природокористування в басейнах Чорного й Азовського морів, яка ґрунтується на новій структурі міжнародного характеру, яка б несла відповідальність за екологічний стан цих морів.

Що стосується лісових рекреаційних ресурсів України, якими багаті Придніпровський та Розтоцько-Опільський регіони, то тут спостерігається перевантаження природного комплексу, що порушує рівновагу природних компонентів, внаслідок чого втрачається комфортність відпочинку.

Для вдосконалення рекреаційного лісокористування, підвищення естетичних, санітарно-гігієнічних властивостей насаджень і стійкості до рекреаційних навантажень необхідні наступні заходи: розробка нормативів для відведення рекреаційних лісів, визначення їх площ і рекреаційної місткості; функціональне зонування території; реконструкція малоцінних насаджень і введення в склад деревостанів господаркоцінних лісоутворюючих порід із високими санітарно-гігієнічними властивостями; підвищення стійкості лісів до рекреаційного навантаження за рахунок регулювання кількості відпочиваючих.

Прикладом вдалого розвитку рекреаційних ресурсів є проект Тасіс «Підтримка місцевого розвитку та туризму в Карпатському регіоні», здійснюваний за підтримки Європейського союзу з червня 1999 р. Проектом охоплено Львівську, Закарпатську, Івано-Франківську та Чернівецьку області. Він передбачає розвиток зеленого, або, як його ще називають, екологічного туризму. Фахівці з Євросоюзу провели семінари для тисячі охочих приймати туристів, створили навчальні центри. В кожній області було обрано еталонний будинок, в якому має бути не лише світло і тепло, але й відповідні зручності. Для реалізації проекту виділена лінія у 150 тисяч євро. Уже помітні його результати: на 17 % зросла кількість відпочиваючих, а кількість зайнятих туристичною діяльністю зросла у півтора рази.

З метою відновлення та розвитку рекреаційних ресурсів вважається за доцільне створення державного кадастру рекреаційних ресурсів України. Такий захід передбачено проектом Державної програми розвитку туризму в Україні до 2010 року. До напрямків розвитку рекреаційних ресурсів в регіонах України відносяться:

- аналіз стану рекреаційних ресурсів в традиційних центрах туристичної галузі м. Київ, Південне узбережжя Криму, санаторно-лікувальні та туристичні заклади Одеської, Львівської, Полтавської, Запорізької областей, регіону Карпат та інших;

- при розробці інноваційних туристичних проектів, в т. ч. туристських маршрутів «Із варяг у греки», «Україна в мережі транснаціональних Великих шовкових шляхів», туристсько-екскурсійних маршрутів «Намисто Славутича», «Чумацькими шляхами України», провести аналіз стану зон рекреаційних ресурсів, що прилягають до вказаних маршрутів по регіонах країни. За результатами аналізу необхідно виконати роботи по забезпеченню належних природоохоронних, екологічних та історико-культурного рівнів зони проходження маршрутів;

- при здійсненні заходів структурної перебудови економіки необхідно врахувати завдання відновлення та розвитку рекреаційних ресурсів, зокрема, максимально сприяти реалізації найважливіших нових туристських проектів.

Потреба в праці і відпочинку, відновлення (лат. — recreation) здоров'я, психічних сил — найбільш необхідна загальнолюдська потреба, яка забезпечує життєдіяльність організму людини.

Відпочинок після робочого дня, тижня, місяця, року відновлює фізичні і духовні сили людини, знімає емоціональну напругу, тобто здійснюється релаксація (лат. relaxatio — зменшення напруги, розслаблення). Відпочинок багатофункціональний

та індивідуальний, він визначається характером праці і присутній в усіх видах діяльності людини у вільний час.

Рекреаційна система України є багатофункціональною. Її діяльність сприяє масовому оздоровленню людей, задоволення їх пізнавальних потреб. Усе це свідчить про те, що рекреаційна системи України вимагає підвищеної уваги до соціально-економічного розвитку території. У розвинених країнах світу спостерігається тенденція до скорочення матеріального виробництва і розширення й розвитку сфери послуг. В Україні, на жаль, така тенденція не простежується.

Існує ціла низка конкретних, суто галузевих проблем в розвитку рекреації, найважливіші з яких: розробка та законодавче затвердження термінологічно-понятійного апарату в індустрії рекреації, економічний механізм надання платних рекреаційних послуг, інфраструктурне забезпечення, оцінка рекреаційних природних ресурсів та інвентаризація пам'яток історико-культурної спадщини та багато інших.

В умовах розвитку товарно-грошових відносин рекреаційні об'єкти природно-заповідного фонду України для своєї успішної діяльності повинні вписатися у сучасне ринкове середовище.

Література

1. Великий А. П., Репін І. І. Стан економіки регіонів України та розвиток її рекреаційних ресурсів // Туризм у XXI ст. — 2002. — С. 41—42.
2. Величко О. Б. До питання правового аспекту туристичної діяльності в Україні // Туризм у XXI ст. — 2002. — С. 327—330.
3. Гетьман В. І. Платні рекреаційні послуги установ природно-заповідного фонду України: законодавчі норми та економічні можливості // Український географічний журнал. — 2002. — № 1. — С. 58—65.
4. Гивбут А. Курортно-рекреационное хозяйство. — М.: Наука, 1991. — 94 с.
5. Гулич О. І. Фінансово-економічні результати функціонування суб'єктів рекреаційного господарства та проблеми реформування галузі // Регіональна економіка. — 2003. — № 1. — С. 233—239.
6. Ермолина Л. Е. О некоторых дополнительных способах обеспечения защиты прав и интересов туристов // Туризм у XXI ст. — 2002. — С. 330—335.
7. Закон України «Про туризм» // Урядовий кур'єр. — 1995. — 15.10.95.
8. Лукьянова Л. Г. Рекреационное образование специалиста туристской отрасли // Туризм у XXI ст. — 2002. — С. 424—433.
9. Мельниченко С. В. / Туристична галузь — суттєве джерело поповнення коштів державного бюджету // Фінанси України, 2001. № 2 — С. 63—68.
10. Постанова Кабінету Міністрів України «Програма розвитку туризму в Україні до 2010 року».
11. Прейгер Д., Мальярчук І. / Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів // Економіка України, 2001. № 6 — С. 20—28.
12. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» // «Відомості ВРУ», 2004. № 13. — С. 434—452.
13. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты — К.: Наукова думка. — 1992. — 142 с.
14. Самійленко О. В. Регіональні рекреаційні системи України: проблеми та перспективи розвитку // Туризм у XXI ст. — 2002. — С. 525—528.
15. Статистичний щорічник за 2002 рік. — Державний комітет статистики України / За ред. Осауленка О. Г. — К.: Видавництво «Консультант». — 2003.
16. Туризм у XXI ст.: глобальні тенденції і регіональні особливості. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції / Редкол.: Цибух В. І. та ін. — К.: Знання України. — 2002. — 560 с.

ПРИРОДНО-ЛАНДШАФТНІ ТА ЕТНОІСТОРИЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ НА ТЕРИТОРІЇ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Запорізька область має значний рекреаційний потенціал, який використовується поки що незначною мірою. Найвідомішою є оздоровча (здебільшого купально-пляжний відпочинок) та спортивна рекреація. Цьому сприяють природні умови та ресурси й велика ландшафтна різноманітність.

Територія Запорізької області займає 27 тис. кв. км площі України, простягаючись із півночі на південь майже на 200 км та із заходу на схід на 235 км.

Основними чинниками формування просторової ландшафтної структури регіону є тектонічний, літогенетичний і геоморфо-чинник (рельєф). Відповідно, визначальні риси просторової ландшафтної структури території зумовлені чинниками, пов'язаними з морфолітокомпонентом. Вплив інших чинників (кліматичного, водного, групи біотичних) позначається на «наповненні» якісними властивостями та на сутнісній деталізації основних рис ландшафтної структури, зумовлених морфолітогенно. Вплив чинників цієї «невизначальної» групи теж позначається на ландшафтних властивостях на якостях складових ландшафтної структури, але саму цю структуру, принаймні в межах певного регіону, такі чинники визначають мало.

За будовою рельєфу Запорізька область є слабохвилястою рівниною, яка знижується в напрямку до долини Дніпра й Азовського моря. «Північні округи, взагалі, утворюючи один степ, мають слабкий похил до півдня. Північна частина трьох північних повітів горбиста; а південна, більша частина тих повітів, є суцільною рівниною, яка перетинається тільки, особливо у Бердянському повіті, частими і великими балками» [1]. З таким похилом пов'язаний і напрям річок. Окремі частини території в залежності від тектонічної будови мають різну висоту над рівнем моря. Найбільше підвищена місцевість, так звана Приазовська височина, знаходиться на сході області. Найбільші абсолютні висоти, які перевищують 300 м, приурочені до виступів порід кристалічного фундаменту. На півдні між Приазовською височиною й Азовським морем, розташована західна частина Приазовської низовини, яка західніше р. Молочної переходить у Причорноморську.

Природно-кліматичні умови є важливішим фактором, що визначає ступінь придатності того чи іншого району для рекреації й курортної справи. Клімат Запорізької області помірно-континентальний і характеризується посушливістю. Випаровування значно перевищує кількість атмосферних опадів, річна сума яких становить 300—450 мм, зростаючи в північному напрямі [2].

Південне положення області, близькість морського басейну обумовлюють тривалий вегетаційний період, який сягає 210—220 діб у році. Літо сухе, жарке, з великою кількістю сонячних днів. Зима помірно холодна, м'яка, із частими відлигами, значні морози бувають рідко.

Зими тут непостійні; після кількох підряд безсніжних зим, коли холоди бувають лише у грудні і в січні, раптом наступають роки, коли зима починається з листопада і залишається до лютого. Зазвичай після такої зими буває дощове літо [3]. Весною та влітку край потерпає від посух. «...Вересень у тутешніх місцях завжди буває холоднішим і шкідливішим за жовтень, бо його вітри наступають досить різко за літніми спеками... тільки у кінці цього місяця настає приємна осінь, яка продовжується потім, з невеликими змінами, весь жовтень і навіть першу третину листопада» [4].

Будова поверхні й негативний баланс вологи визначають незначний поверхневий стік, а в ряді випадків повну його відсутність, слабкий розвиток гідрографічної мережі,

наявність територій безповерхневого стоку та підвищену мінералізацію поверхневих і ґрунтових вод. «Тут, хоча багато річок перетинає цей безмежний простір рівнин, але більша частина з них пересихає у спекотне літо; а деякі протягом сторіч і зовсім зникли, як видно з багатьох глибоких, що тягнуться на декілька верст балок, які колись, імовірно, були улоговинами річок, подібних донині існуючим» [5].

Клімат Запорізької області, помірно континентальний і посушливий, зазнав посилення посушливості внаслідок антропогенних впливів. Почастішали несприятливі явища, пов'язані з нестійкими станами атмосферних мас. Розорані степи почали зазнавати пилових бур і дефляції родючих ґрунтів. Збільшилась загальна різноманітність станів ландшафтних комплексів за рахунок станів антропогенного зумовлення, ландшафтних комплексів природних і антропогенно змінених.

Щодо степової рослинності, то запорізькі степи поділяють на різнотравно-типчаково-ковилові (або злаково-луговидні), типчаково-ковилові та полинно-типчакові степи. Північна частина області розташовується у різнотравно-типчаково-ковиловому степу. Для рослинного покриву характерні замкнутість травостою, багатство бобових і різнотрав'я, наявність дернинних і кореневищних злаків і майже цілковита відсутність ефемерів. Південна частина Запорізької області знаходиться у зоні типчаково-ковилових степів. Тут травостій більш розріджений, значна кількість ефемерів, у рослинному покриві спостерігаються дернинні злаки типчак, ковила, пирій [6]. На жаль, «чистих» ділянок степу майже не залишилося. Іноді можна зустріти ковили на о. Хортиця, на важкодоступних або непридатних для сільськогосподарського використання місцях.

Поєднання природних умов досліджуваної території визначає її ландшафтну різноманітність. Для Запорізької області характерне поширення хвилястих межирічних місцевостей із підзональними ґрунтами переважно важкосуглинного і легкоглинистого механічного складу. У межах досліджуваної території області автором виділено 18 видів межиріч. Оскільки запорізькі степи характеризуються рівнинністю поверхні, то на території області переважають пологі і покаті схилі місцевості. Круті схилі урочища, ускладнені ярами, зустрічаються на території області по правих берегах ріки Дніпра, а особливо річки Молочної. За особливостями літогенного, ґрунтового складу і крутизни виділяємо 31 вид схилів урочищ. При відносній рівнинності території вся поверхня Запорізької області розчленована яружно-балковими урочищами. Поява яружних урочищ була спричинена нераціональним використанням людиною у господарській діяльності схилів і балкових урочищ, окрім крутих правих схилів річок Дніпра і Молочної, де відбувається процес природної ерозії ґрунтів [7].

Таким чином, у Запорізькій області існували та існують сприятливі умови для розвитку господарства, а наявність теплого Азовського моря та його лиманів на півдні області, водосховища на Дніпрі (Каховське і Дніпровське) і водосховища на малих ріках (Кайінкулакське на р. Молочній і Бердянське на р. Берда), значні території піщаних пляжів — для розвитку купально-оздоровчого відпочинку.

Основним кліматичним показником, що визначає терміни початку і кінця купання, є температура води +17. На Азовському морі і його лиманах така температура води встановлюється вже у травні і зберігається протягом всього вересня. У середньому тривалість купального сезону 143 дні, на Дніпрі та його водосховищах тривалість купального сезону складає 132 дні. За хвилювим режимом акваторії Запорізької області відносяться до спокійних, хвилювання не обмежує купання.

Для проведення водноспортивних занять (катання на водних лижах, гребля, парусний спорт) важливе значення має поєднання температур повітря (не нижче +10) і динаміки повітря і води (швидкість вітру 0—1, 2—3 м/с для греблі і водних лиж; 4—8 м/с для парусного спорту). Відповідно цих характеристик в усіх акваторіях області

на протязі сезону можна займатися греблею. Катання на водних лижах можливе лише у літні місяці. Для парусного спорту найкращі умови на Азовському морі.

Як лікувальні ресурси розглядаються мінеральні води і лікувальні грязі, наявність яких відмічена на узбережжі Азовського моря та його лиманів. За розподілом і властивостями мінеральних вод у межах Запорізької області виділяються два бальнеологічні райони. Перший Східний (на схід від р. Лозоватка) район характеризується хлоридними різними за мінералізацією і величиною *pH* водами зі специфічними компонентами (сульфідними, бромними, йод-бромними, залізистими і бромно-залізистими). Родовища їх розташовані вздовж азовського узбережжя. Води району можуть бути використані при лікуванні апарату опору і руху, серцево-судинної та нервової системи. Другий Західний (узбережжя Утлюкського і Молочного лиманів, гирлові ділянки річок Домузли, Корсака і Лозоватки) район відмічається наявністю хлоридних слабо- і середньо мінералізованих нейтральних і основних вод. У сучасний період у практиці використовуються для ванного і питного лікування деякі води курортів Бердянськ, Кирилівка, Мелітополя і Ботєва.

З лікувальних грязей найперспективнішими є слабо сульфідні, високо мінералізовані з тонким скелетом грязі Бердянської та Обіточної кіс і Молочного лиману. Їх запаси дають можливість інтенсивно розвивати тут грязеві курорти [8].

Пізнавальна рекреація розвинута менше, але в області є всі необхідні ресурси для розвитку саме цього типу рекреаційної діяльності, особливо етнічного туризму.

Протягом тисячоліть територію Запорізького регіону займали кочівники. У XV ст. вона входить до двох державних утворень: Запорізької Січі та Кримського ханства.

Процес входження території Запорізької області до складу Російської Імперії почався у другій половині XVII ст. Однак невизначеність володіння землями Запорізької Січі продовжувалась ще в першій половині XVIII ст. і це було зумовлено суперництвом Росії, Польщі й Туреччини. Так, за «вічним миром» 1686 р. між Росією і Польщею, землі Війська Запорізького відходили до Росії [9]. За трактатом, який був заключений між Росією й Туреччиною 13 червня 1713 р., землі сучасної Запорізької області признавалися ісламськими. Серією перемог над Туреччиною Росія повернула землі Запорізької Січі, на які й було дозволено 1734 року повернутися запорожцям. Вони покинули їх у 1711 р. у зв'язку з переходом під владу Кримського хана.

У 1783 р. завершився процес входження території Запорізької області до складу Російської Імперії. 8 квітня 1783 р. був підписаний указ «Про прийняття півострова Кримського й острова Тамана та всієї Кубанської сторони під Російську Державу» [10], згідно з яким територія Кримського ханства входила до складу Росії.

Враховуючи ті обставини, що 4 червня 1775 р. Запорізька Січ була зайнята військами уряду й знищена, а більша частина запорожців залишила межі імперії, перед царським урядом постала проблема заселення й господарського освоєння здобутих та вільних земель. Враховуючи ці історичні обставини, 1775—1783 рр. можна визначити за нижчу часову межу, яка є вирішальною в соціально-економічному розвитку регіону й визначальною щодо змін природокористування в ньому.

Приєднання території Кримського ханства до Російської імперії й відхід запорожців поставили перед урядом завдання найскорішого заселення земель. Останнє здійснювалося різними шляхами.

Особливості статистичного обліку етнічної належності як населення, так і переселенців Російської імперії не дозволяють чітко визначити райони розселення росіян та українців. Поміщицька колонізація була найпоширенішою у північній частині області. Поміщики, які отримували певну частину землі, були зобов'язані заселити її кріпаками або вільними людьми з розрахунку 13 селянських дворів на кожні 1500 десятин [11].

Найбільшим було переселення державних селян та іншого не кріпацького населення, особливо на частину території колишнього Кримського ханства. Переселялися найрізноманітніші категорії селян. Ще до приєднання території Кримського ханства до Росії Катериною II був виданий Указ Сенату про переселення на землі Азовської та Новоросійської губернії за власним бажанням 24000 економічних селян, а також 26000 кріпаків. У 1785 р. Було прийнято рішення щодо переселення до рекрутів, які проходили службу в Катеринославському намісництві і Таврійській області, їх дружин.

У 1820-ті роки починається переселення до Таврійської губернії духоборів із Новоросійської, а пізніше з Тамбовської та інших губерній. Ними було засновані села на правому березі р. Молочної та Молочного лиману. У ці ж роки починається переселення представників ще однієї секти — молокан. У 1822—26 рр. ними були засновані селища: Новоспаське, Астраханка та Нововасилівка.

На фоні прибуття переселенців до заселених областей мали місце і випадки зворотного переселення. Це відбувалося у зв'язку з несприятливими природними умовами, а також поширенням сектантства. Внаслідок останньої причини в 1841—43 рр. з Мелітопольського повіту до Закавказзя було вислано близько 2500 осіб духоборів, які не зреклися своєї віри.

З 1790 до 1812 р. відбулося повернення частини ногайців до Приазов'я. Ногайці являють собою досить складну етнічну спільність. У нації існує думка, що ногайці нащадки тюрко- і монголомоовних племен, які змішались з тюркомовними кипчаками. На думку самих ногайців, вони є вихідцями з Індії, де деякий час жили з монголами, а потім пішли за наказом одного святого.

До складу ногайців, що оселилися у Новоросії, входили три орди. Райони кочів'я ногайців весь час змінювалися. Катерина II призначила їм такі території для кочів'я: Єдичкульській орді — від р. Берди до р. Обіточної, Ємбулукській — від р. Збиточної до р. Лозоватки і Єдисанській — від р. Лозоватки до р. Молочної. Ногайці вели напівкочовий спосіб життя. Влітку кочували, взимку осідали в аулах у долинах річок. У звіті початку XIX ст. наводяться цифри, за якими можна охарактеризувати розселення ногайців: аулів — 43, будинків — 82 і 37 землянок. Головна частина проживала в кибитках.

Кількість будинків у ногайських аулах збільшувалась досить швидко — у 1809 р. було 1950, а на 1 січня 1811 р. вже 4043. Але ногайці, збудувавши будинки, продовжували жити в кибитках. У зв'язку з цим начальник ногайців видав указ про спалення кибиток, що і було зроблено. У 1860 р. протягом шести місяців (квітень-листопад) ногайці емігрували до Туреччини. В результаті цього у Бердянському повіті збезлюдніло 67 аулів, а у Мелітопольському — 9 [12].

Значну роль у заселенні досліджуваного регіону відіграла й іноземна колонізація, в основі якої лежали маніфести Катерини II. В кінці XVIII ст. сюди почали переселятися із Західної Європи представники етноконфесійної групи меноніти, а у XIX ст. етнічні німці, болгари, албанці й представники інших етносів. Як правило, для них у кожному окремому випадку визначалися умови переселення і пільги.

Меноніти являють собою не менш складне явище в житті Приазов'я, ніж ногайці. Потрібно відзначити, що такого етноніму немає. Меноніти — представники одного з напрямів євангелізму, заснованого у XVI ст. Денно Сімансом. Першим районом розселення менонітів була територія сучасної Бельгії та Нідерландів, що зумовило етнічний склад менонітів. За їх власним твердженням, основу менонітів склали фрізи і фламандці [13].

Особливо гостро питання про етнічну належність менонітів постало перед першою світовою війною. Меноніти були зараховані до німців і тому підпали під конфіскацію майна вихідців з Німеччини царським урядом. Події 1917 року зупинили

переслідування менонітів, але у 1941 році меноніти знов були зараховані до німецького етносу і депортовані в східні райони СРСР.

На території досліджуваного регіону менонітами було утворено два колоніальні округи: Хортицький і Молочанський. За часи свого господарювання вони відзначилися високою продуктивністю та значними нововведеннями у господарстві, започаткували штучне розведення лісів, садівництво та шовківництво, вдосконалили сільськогосподарські знаряддя тощо. Якщо господарювання українців було переважно «виживальним», то менонітів — на рівні продуктивних фермерських господарств.

Заселення території сучасної Запорізької області німцями припадає на початок XIX ст. Для їх розселення були відведені землі на правому березі р. Молочної. Першу партію складали близько 250 сімей із Бадена, Баварії, Насау, Вюртемберга. При цьому потрібно вказати, що прибували вони не тільки із-за кордону, а й з колоній Санки-Петербурзької губернії. У 1822 р. з'явилося ще три колонії неподалік Бердянська, які разом з утвореною у 1831 р. ще однією колонією увійшли до складу Бердянського німецького округу. У 1838 р. безземельні колоністи Молочанського колоністського округу переселилися на береги М. Уклюка і Ташенака, де ними було засновано 5 колоній (майбутня Ейгенфельдська волость) [12].

Значну роль у формуванні етнічного складу населення Запорізької області відіграли болгари. На відміну від деяких інших народів, болгари переселились на територію області одночасно — у 1861—1863 рр., зайнявши частину земель, залишених ногайцями. Надалі помітних переселень болгар не відбувалося. Колонії болгар розмістилися переважно у Бердянському повіті.

Албанці, молдавани, гагаузи з'явилися на території краю разом з бессарабськими болгарами. Албанці заснували у Бердянському повіті такі селища, як Девненське, Намовка та Георгіївна. Молдавани оселилися в Дунаївці та Єлізаветівці того ж повіту. Гагаузи оселилися разом з болгарами (селища Вулканешти, Олександрівна, Дмитрівна та інші) [12].

Наприкінці 70-х рр. XVIII ст. на територію сучасних Донецької та Запорізької областей були переселені греки з Криму. У межах області кордон грецьких володінь проходив від Азовського моря до гирла р. Берди, по лівобережжю р. Берди до гирла р. Кара тиша, по лівобережжю р. Кара тиша до її верхів'їв, звідти навіпрямки до верхів'я балки Кобильної і по правобережжю її гирла, що впадає в р. Мокрі Яли. Слід зазначити, що основна частина греків зайняла територію поза межами сучасної Запорізької області.

Серед численних народів, які заселяли запорізькій степ, були і євреї. Разом з розселенням їх серед інших народів у містах і селах, мали райони компактного проживання євреїв, зокрема, у Катеринославській губернії. Масове заселення євреїв на територію сучасної Запорізької області відбувалося у середині XIX ст. У 1845—1855 рр. було засновано 17 колоній у сучасних Гуляйпільському та Куйбишевському районах.

На рубежі 60—70-х рр. XIX ст. у придніпровській частині Мелітопольського повіту з'явилися представники польського етносу. Чехи з'явилися на території краю у 1869 р., вони заснували колонію Чехоград у Мелітопольському повіті.

Перерахованими етнічними спільнотами далеко не вичерпується перелік народів, що заселяли територію краю. Вони лише були найчисельнішими з усіх етносів та етно-конфесійних груп.

Етнічний туризм розвинений у багатьох країнах. Наявність великого різноманіття етносів, їх культурного спадку, культурно-історичних рекреаційних ресурсів дає можливість розвитку етнотуризму і в Україні, зокрема у Запорізькій області. Перші кроки в цьому напрямі вже зроблені представниками німецького етносу та етно-конфесійної групи менонітів, на жаль, поки ще в невеликому обсязі. Для розвитку

етнічного туризму необхідно проводити дослідження культурно-історичних рекреаційних ресурсів, враховуючи їх етнічну складову.

Література

1. Бельзовский Г. Взгляд на хозяйственные условия Таврической губернии // Журнал Министерства Государственных Имуществ. — 1855. — Ч. 55. — № 5. — С. 129—136.
2. Природа Украинской ССР. Климат / Бабиченко В. Н., Барабаш М. Б., Логвинов К. Т., Ромушкевич В. И., Сакали Л. И., Щербань М. И. — К.: Наукова думка, 1984. — 232 с.
3. Пачосский И. К. Описание растительности Херсонской губернии. Степи. Херсон, 1917. — 366 с.
4. Сведения о состоянии Молочанских менонистских колоний в Таврической губернии в 1839 году // Земледельческая газета. — 1840. — № 70 за 30 сентября.
5. Скалковский А. Г. Опыт статистического описания Новороссийского края. — Одесса, 1850. — Ч. 1, — 366 с.
6. Хижняк А. А. Запорізька область (географічний нарис). — К.: Радянська школа, 1959. — 128 с.
7. Гурова Д. Д. Зміни ландшафтів під впливом сільськогосподарського природокористування на території Запорізької області (кінець XVIII — початок XX ст.): Автореф. дис. канд. географ. наук: 11.00.01/ Інститут географії НАНУ. — К., 2002. — 18 с.
8. Сорокина Н. С., Тюкова В. В. Рекреационные условия и ресурсы Запорожской области: Зб. наук. праць. — Мелитополь, 1994. — С. 17—36.
9. Кабузан В. М. Заселение Новороссии в XVIII — первой половине XIX в. (1719—1858). — М.: Мысль, 1976. — 307 с.
10. Полное собрание законов Российской империи. — Т. XXI. — № 15708.
11. Миллер Д. П. Заселение Новороссийского края и Потемкин. — Харьков, 1901. — 40 с.
12. Народи Північного Приазов'я (етнічний склад та особливості побутової культури): Кол. монографія. — Запоріжжя: Просвіта, 1997. — 176 с.
13. Клаус А. Наши колонии. Опыты и материалы по истории и статистики иностранной колонизации в России. — СПб., 1869. — 456 с.

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ГІРСЬКИХ РЕГІОНАХ У КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНО ЗБАЛАНСОВАНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Проблеми сталого розвитку туризму у світі розглядаються ще з кінця ХХ стол., коли нагально постала необхідність збереження цілісних екосистем. Внаслідок посиленого природокористування не лише вичерпуються природні ресурси, але й відбуваються глобальні зміни клімату, які є наслідком збільшення шкідливих викидів в атмосферу, а це призводить до порушення стійкості біосфери. Втрати біорозмаїття носять незворотний характер, цей процес стає усе важче контролювати.

Тому виникає необхідність активних наукових пошуків вирішення проблем стійкого розвитку економіки. Насамперед приділяється увага збереженню екологічної чистоти та зменшенню забруднення навколишнього природного середовища, а також зниженню рівня антропогенного забруднення та навантаження на території, що відіграють особливо важливу роль у процесі забезпечення екологічно збалансованого природокористування.

У статті обґрунтовано доцільність провадження туристичної діяльності у гірській місцевості в комплексі з природоохоронними заходами та раціональним використанням природних ресурсів.

Питанням розвитку гірських територій присвячено багато наукових праць [1, 4, 5], але проблема екологічно збалансованого розвитку туризму у них висвітлена не достатньо. Не обґрунтовується доцільність та зацікавленість провадження заходів з охорони та раціонального використання навколишнього природного середовища саме суб'єктами туристичної діяльності.

До територій особливої уваги належать гірські регіони, де ще збереглися первісні природні умови, які сприятливі для господарської діяльності, яка є дуже чутливою до якості природного довкілля.

Як обґрунтовано нами у статті [3], туризм є однією з таких галузей економіки, які зацікавлені у покращенні якості природного навколишнього середовища.

Завдяки збалансованому розвитку туризму у гірських районах можна досягти мети сталого розвитку регіону: сприяти збереженню природного, культурного та соціального різномайття. Саме про це йшлося у Йоганнесбурзькій декларації сталого розвитку (2002, Йоганнесбург, Південна Африка) та на Всєвропейській конференції «Навколишнє середовище для Європи» (2003) [2, 22].

Щоб розвиток туристичної галузі був ефективним, необхідно проводити заходи з охорони рекреаційних територій, які призначені для задоволення потреб туристів у відпочинку та оздоровленні. Ці заходи двоякі: з одного боку, об'єктами охорони виступають унікальні природні пам'ятки чи явища природи (водоспади, печери, каньйони тощо). Вони охороняються як місця престижу країни, природні явища, які здатні підняти привабливість країни для туристів.

З іншого боку, об'єктами охорони є саме туристичні території (ліси, гори, пляжі тощо). Вони охороняються для забезпечення не лише потреб туристів у лікуванні та відпочинку, але й для підтримання екологічної рівноваги в природі.

З огляду на першочерговість завдань забезпечення безпечного життя людини як основного учасника виробничого процесу, слід максимально приділяти увагу розвитку територій, де людина почувається найкомфортніше. Саме у гірській місцевості сприятливі умови для розвитку туризму (завдяки наявності привабливих ландшафтів, чистого довкілля тощо), з допомогою якого людина може оздоровитись, відновити фізичні та психологічні сили чи полікуватись. У цьому контексті формування умов

екологічно збалансованого розвитку гірських територій має узгоджуватись із завданнями рекреації максимальної кількості осіб із збереженням допустимих антропогенних навантажень на природні ландшафти, з дотриманням умов бережливого природокористування та зменшення негативного впливу на довкілля.

За складних природних умов, які характерні для гірських територій, туризм виступає однією з найважливіших галузей економіки цих регіонів. Через недоступність, а часто і недоцільність провадження іншої господарської діяльності (у зв'язку з високими витратами), туризм часто є чи не єдиним джерелом доходів місцевих мешканців, що у свою чергу сприяє покращенню демографічної ситуації на гірських територіях. Таким чином досягається збереження місцевого етносу, а також допомагає збереженню туристичної інфраструктури.

Як уже зазначалося у попередніх публікаціях [3, 215], туризм — одна з небагатьох галузей економіки, яка завдяки покращенню якості природного довкілля має змогу отримувати вищі прибутки, і, крім того, додатково — соціальний ефект. Тому є підстави вважати, що суб'єкти туристичної діяльності будуть зацікавлені у проведенні заходів з охорони довкілля, раціонального використання природних ресурсів тощо. Слід зазначити, що за дослідженнями вчених [5, 307] витрати на збереження чи створення комфортного навколишнього природного середовища настільки ж продуктивні для індустрії туризму, як інвестиції в об'єкти інфраструктури, такі як порти чи дороги. Тому необхідно акцентувати увагу інвесторів, які б захотіли вкласти кошти у розвиток туризму в гірських місцевостях, тому що ці регіони привабливі для виробництва з особливими вимогами до чистоти довкілля.

Для оцінки ефекту, який може отримати туристична індустрія від використання якісного природного середовища у своїй діяльності, необхідно визначити його повну економічну цінність. Цінність якісного природного середовища полягає у:

— цінності від прямого фактичного використання екологічних благ. Вона може бути виміряна з допомогою доходу, який можна отримати від використання якісних природних умов та екологічних благ (наприклад, використання первісних куточків природи у туристичній діяльності);

— цінності від непрямого використання, яка визначається за допомогою додаткових доходів, при використанні якісного природного довкілля (наприклад, доходи від оздоровлення під впливом природного середовища на організм людини, а також в результаті задоволення естетичних та інших подібних потреб людини).

Ефект від прямого використання якісних природних умов можна визначити за допомогою формули [1]:

$$E_{on} = \sum_{i=1}^n (P'_i \cdot C'_i - P_i \cdot C_i),$$

де E_{on} — опосередкована вартісна оцінка природного блага;

P' , P_i — обсяг продаж i -того товару відповідно в умовах підвищеного попиту (викликаного потребою у природному блазі) і при відсутності підвищеного попиту;

C' , C_i — ціна i -го товару відповідно в умовах підвищеного попиту та за відсутності підвищеного попиту;

n — кількість товарів (предметів та послуг), за допомогою яких може бути реалізована потреба в даному природному блазі.

Доцільно розвивати туристичну галузь у гірській місцевості і задля раціонального використання природних ресурсів. Нагадаємо, що раціональним вважається таке використання природних багатств, при якому їх запаси не зменшуються, а зберігаються.

Завдяки розвитку туристичної галузі у гірських районах можна уникнути згубної вирубки лісів у промислових цілях, яка призводить до порушення екологічної рівноваги. Крім того, ефект від використання лісу у рекреаційних цілях у 2 рази вищий, ніж від вирубки лісів для заготівлі ділової деревини у розрахунку на 1 га лісу, а до цього ще можна додати супутні ефекти: водорегуляційний, ґрунтозахисний, продукування грибів та ягід тощо. Значення сумарного ефекту від вказаних функцій лісу більше, ніж у 5 разів перевищує ефект від промислового його використання [1, 151].

З метою раціонального використання природних ресурсів, зокрема у гірській місцевості, доцільно провадити туристичну діяльність на заповідних територіях та у заказниках, де обмежена або заборонена господарська діяльність. Заповідники в Україні — це ділянки землі та природних водойм, які мають особливе науково-пізнавальне, культурно-історичне, кліматичне, водоохоронне чи ґрунтозахисне значення, а також як місце для збереження рідкісних тварин і рослин. Заказники — це ділянки природи, на яких забороняється певна господарська діяльність на визначений термін.

З іншого боку, слід зважати на те, що туристична галузь не лише дуже чутлива до чистоти довкілля, але й сама може стати джерелом антропогенного забруднення природного середовища. Найбільший негативний вплив на довкілля має неорганізований туризм. Авто- та мототуристи, проїжджаючи лісами та галявинами, забруднюють повітря, руйнують трав'яне покриття та створюють шум, що шкодить навколишній природі. Розбивка таборів туристами в непризначених для цього місцях, а особливо без врахування допустимого навантаження на певну рекреаційну територію, що відбувається у місцях стихійного відпочинку, дуже шкідлива для довкілля. Через необережне поводження з вогнем у стихійних таборах часто трапляються лісові пожежі. Виникає проблема, коли з одного боку для розвитку туризму необхідні екологічно чисті, привабливі природні ресурси, а з іншого — поширення туристичної діяльності призводить до їх виснаження чи знищення. Оптимальним рішенням у такій ситуації є ефективне використання природних ресурсів у процесі функціонування туристичної індустрії, тобто організовувати туристичну діяльність необхідно так, щоб забезпечити одночасно охорону навколишнього природного середовища та збалансований розвиток туризму. У цьому випадку необхідно удосконалювати туристичну інфраструктуру, планувати її розміщення так, щоб вона чинила якнайменший вплив на довкілля.

Література

1. Мельник Л. Г. Экологическая экономика: Учебник. — Сумы: Изд-во «Университетская книга», 2001. — 350 с.
2. Йоганнесбургська декларація сталого розвитку та План дій (Ухвалено учасниками Всесвітньої зустрічі на найвищому рівні зі сталого розвитку, 2002 р., Йоганнесбург, Південна Африка) // Вісник сталого розвитку: економіка, екологія, суспільство. — 2004. — № 1. — 49 с.
3. Мельник О. В. Якість довкілля як чинник формування туристичної привабливості території // Вісник Нац. універс. «Льв. політ.» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». В-во НУ «ЛП», 2003. — № 478. — С. 212—217.
4. Програма розвитку санаторно — курортної сфери, туризму і відпочинку у Львівській області на 2003—2007 роки. — Львів: ІРД НАНУ, 2003. — 120 с.
5. Стадницький Ю. І. Українські Карпати як привабливий регіон для розміщення підприємств з високими вимогами до якості довкілля // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Природно-ресурсний потенціал в системі просторового розвитку (Збірник наук. праць). Вип. 2 (XLVI) / НАН України, Ін-т регіон. дослідж. Ред.-кол.: відп. ред. академік НАН України М. І. Долішній. — Львів, 2004. — С. 306—309.

РЕАБІЛІТАЦІЯ ТА РЕКРЕАЦІЯ ЯК СКЛАДОВІ РОЗВИНУТОГО ТУРИЗМУ

Для обґрунтування прийняття рішень щодо розвитку туризму та курортно-рекреаційної індустрії на довгостроковий період необхідно зробити комплексну оцінку території.

Комплексна оцінка повинна виявити обґрунтовані передумови й обмеження у часі та просторі різних видів діяльності, встановити внутрішньодержавні і внутрішньо-обласні відмінності у цих передумовах, обмеження, оптимальний режим використання окремих територій, визначити шляхи найбільш ефективного використання природних та економічних ресурсів, охорони й поліпшення навколишнього середовища і т. ін.

На основі комплексної оцінки території регіонів створюється база для кількісного визначення як соціальних, економічних та екологічних витрат, так і регіональних ресурсів, які не можуть бути змінені шляхом міжрегіонального перерозподілу готової продукції. Необхідно провести оцінку всього охопленого природного і соціально-економічного простору, в результаті чого визначити профіль і масштаб майбутнього розвитку, а також необхідно провести оцінку відмінностей у природних й економічних характеристиках окремих частин території, яка вивчається, в результаті чого виявляються відносно однорідні за сполученням характеристики території або напрямок функціонального зонування території регіону. У методологічному відношенні комплексна оцінка території регіону повинна враховувати такі групи факторів:

- природні умови і ресурси (рельєф, ґрунти, ресурси, сільськогосподарські угіддя, корисні копалини, ліси та інше);
- сучасний стан економічного розвитку (житловий фонд, система культурно-побутового обслуговування, інженерні і транспортні інфраструктури, рівень благоустрою);
- соціальні умови розміщення (населення, місць праці, місць короткочасного відпочинку);
- екологічні умови (рівень забрудненості повітряного басейну, водних об'єктів, забруднення ґрунтів, наявність електромагнітних хвиль, шум, радіаційне забруднення);
- архітектурно-естетичні умови (наявність заповідників, пам'яток архітектури і містобудування, археології, історії, природи, культури). В Україні за останні 10 років для розвитку міст, промисловості,
- інфраструктури тощо щорічно надається в середньому 45—50 тис. га сільськогосподарських угідь [1, 5—10].

Шкода від нерационального використання землі, відведеної під будівництво та інші цілі, становить мільярди доларів, а для України ця цифра складає близько 10 млн. грн. щорічно.

Найбільш характерними несприятливими чинниками впливу на умови соціально-економічного розвитку територій є:

- нерациональне використання як селищних територій, так і промислово-складських та рекреаційних;
- неефективність інженерної структури та системи транспорту, шкідливі викиди;
- екологічне розташування природного середовища, як наслідок екстенсивного використання територій при видобутку корисних копалин;
- організаційний та адміністративний розрив між планувальним процесом і установами, що приймають рішення;
- використання методів планування, які неприйнятні для розв'язання господарських проблем;
- відсутність обґрунтованого методичного підходу до реалізації наукових і проектних пропозицій;

— відсутність системи інформації, що дозволяла б швидко реагувати на проблеми, які виникають;

— труднощі здійснення контролю над планованим землекористуванням.

Території регіонів виконують дві основні функції: є загальним просторовим базисом будь-якої діяльності, основою, місцем розташування, територіальною операційною базою і головним засобом виробництва, де «земля сама діє як знаряддя виробництва».

У цьому значенні земля (територія регіонів) — це цінність, особливий вид природного багатства.

Із землею пов'язані такі види національного господарської діяльності:

- виробництво сировини для промисловості;
- виробництво продуктів харчування;
- територіальний розвиток населення;
- розвиток рекреаційно-туристичної індустрії;
- розвиток інженерної та транспортної інфраструктури.

Особливу роль комплексна оцінка відіграє для територій регіонів, які межують з країнами близького та далекого зарубіжжя. У цьому випадку необхідно враховувати не тільки розвиток національного господарського комплексу регіону, узгодженого з розвитком своєї країни, але і його розвиток у зв'язку зі структурою господарських комплексів суміжних країн, можливістю сумісної експлуатації (для добробуту цих регіонів) природних ресурсів прикордонних територій, дотримання екологічного балансу.

Таким чином, територія та її якість як зовнішня передумова трудового процесу багато в чому визначається результатом використання земельного фонду, що дає усі підстави розцінювати останній як вираз попитової цінності землі або її економічної цінності.

У ситуації, що склалася, важливою умовою раціонального національно-господарського, соціального і планувального розвитку регіонів (його земель) є розробка перспективної планованої організації території регіонів та їх функціональне зонування, яке невідривне пов'язане з розміщенням продуктивних сил на їх території, їх економічним і природним потенціалом. У зв'язку з цим планувальну організацію території регіонів слід розглядати не тільки як завдання економічної та технічної координації за допомогою перспективних територіальних планів, але й як систему ідей і уявлень, творчий задум, суму понять про визначений раціональний національно-господарський комплекс відношення суспільства (людини) до простору (життєвого середовища людини) або як нову інформаційну технологію [2].

Загалом послідовність робіт з комплексної оцінки і функціонально-планувальної організації території регіону повинна бути такою:

- комплексна оцінка території регіону;
- аналіз сучасної функціонально-планувальної організації території;
- розробка альтернатив функціонального розвитку території на основі комплексної оцінки території;
- перспектива розвитку національного господарського комплексу території регіону;
- перспективна планова організація території з врахуванням ефективного взаємозв'язку її функціональних зон і елементів планування;
- розробка структури економічної оцінки земель (на основі комплексної оцінки території) перспективної функціонально-планувальної організації території. Таким чином, комплексна оцінка території є важливим передплановим документом плану соціально-економічного розвитку регіону. Вона виконує роль вихідного матеріалу для вибору варіантів планувальних рішень, розробки моделей його можливого економічного розвитку і, як правило, є необхідною складовою економічної оцінки землі.

При оцінці такого складного організму, як регіон, виникає необхідність оперувати і загальними, і окремими оцінками. Це пов'язано з тим, що оцінити в цілому територію регіону неможливо, не давши оцінку окремим її властивостям та їх сукупності. Окремі оцінки дозволяють виявити відносний вплив тієї чи іншої властивості території як умови її освоєння. Загальні сукупні оцінки дають можливість за допомогою одного показника визначити оцінку всієї сукупності властивостей, що визначають природні, економічні, містобудівні, соціальні, екологічні та естетичні якості (можливості) окремих територій регіону.

Комплексна оцінка територій регіону являє собою інтегральну оцінку окремих, зокрема пофакторних, чи то похідних від окремих природних і антропогенних властивостей території.

При проведенні комплексної оцінки території регіону необхідно дотримуватись наступних умов:

- оцінці підлягає територія регіону і прилеглі до неї;
- оцінка повинна проводитись з позицій дотримання інтересів усіх функціональних зон регіону;
- оцінка повинна проводитись як по сукупності природних, так і по комплексу антропогенних факторів;
- при оцінці об'єкт оцінки (території) і суб'єкт оцінки (вид користування територією) виступають на рівних правах. Таким чином, під комплексною оцінкою території регіону розуміється порівняльна оцінка окремих його складових (інформаційних ділянок) по комплексу природних та антропогенних факторів з точки зору несприятливості цих ділянок для умов проживання населення і основних (найбільш ефективних) видів господарської діяльності. Для прикладу розглянемо результати комплексної оцінки території Чернівецької області.

Територія Чернівецької області неоднорідна за комплексом природних умов, напрямками та інтенсивністю господарської діяльності, ступенем урбанізації та характером сільського розселення, цільністю дорожньої мережі, ступенем і рівнем інженерного обладнання та благоустрою.

Суттєво впливає на господарську діяльність області її сусідство з Румунією, де вже сьогодні існує інтенсивний вантажообмін між Україною, Білорусією та Росією з одного боку, та з Румунією і Болгарією — з іншого (в районі с. Порубне). Щодо функцій господарського використання території області, то її можна умовно поділити на три функціональні зони:

- зона сільськогосподарського використання території;
- зона цивільного та промислового будівництва — території житлової забудови, промислового виробництва (як існуючі, так і перспективні);
- зона рекреації, місць короткочасного відпочинку, курортологічних та туристичних ресурсів, привабливих ландшафтів та парків.

Ці зони пов'язані в єдиний соціально-економічний комплекс системою транспортних мереж (автозалізничних магістралей, повітряних ліній). Іншими словами, комплексна оцінка території області на мікрорівні повинна відповідати головному постулату Афінської Хартії — «праця, побут, відпочинок і зв'язок» (до останнього належать не тільки транспортні, а також інформаційні зв'язки).

Велика кількість та різноманітність чинників комплексної оцінки території (населення, сільгоспугіддя, транспорт, промисловість, рекреація, ліси, корисні копалини та ін.) зумовили необхідність специфічних методів їх агрегування. Ця мета у даній методиці досягнута завдяки використанню методу сумарного показника властивостей, а також методів потенціалів та ймовірної статистики.

Агреговані показники можуть набувати як додатні, так і від'ємні значення, а тому з метою досягнення якісного фону оцінки всі показники зводяться до додатних чисел. Найбільш доцільно такі показники розцінювати як розподіл незалежних випадкових змінних — значення відповідних функцій нормального розподілу Гаусса.

Якісне значення агрегованих показників визначається у межах від 0 до 1, що дає можливість досягати вищих умов комфортності з вимірюваного фактора (розмір громадської цінності).

Нижче подана коротка характеристика факторів щодо проведеної комплексної оцінки території Чернівецької області:

1. Населення. Комплексний демографічний показник, який відображає (відносно) господарське використання території.

2. Рівень розвитку промисловості. Цей показник для Чернівецької області розрахований згідно з індексами техногенного навантаження промислових підприємств на території адміністративних районів (дані Інституту географії НАН України).

3. Рівень розвитку сільськогосподарських територій. Цей показник агрегує якість ґрунтів (за бонітетом), продуктивність та урожайність сільськогосподарського виробництва у відношенні до середньодержавного виробництва та ін. Використані дані Інституту географії НАН України, Чернівецького філіалу Укрземпроекту [3, 31—40].

Література

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навчальний посібник. — К.: Знання України, 2002. — 358 с.
2. Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес. Менеджмент: Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2003. — 348 с.
3. І. . Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За редакцією проф. І. М. Школи. — Чернівці: Книги — XXI, 2005. — 596 с.

СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ: ВІДПОЧИНОК-РЕЛАКСАЦІЯ

Зростання психоемоційного навантаження на людину породжує об'єктивну необхідність у створенні умов для відновлення її фізичних і духовних сил. Тому є необхідність у різнобічному аналізі можливостей рекреаційної діяльності, що здійснюється за функціональною програмою туризм-відпочинок-релаксація. Спортивно-оздоровчий туризм — це багатогранна форма активного відпочинку у поєднанні з оздоровчим ефектом. У зв'язку з цим пріоритетним повинно стати з'ясування чинників, що впливають на територіальне формування спортивно-оздоровчого туризму як виду рекреаційної діяльності.

Метою дослідження є спроба обґрунтування необхідності оцінювання впливу фізико-географічних та економіко-географічних чинників на людину, що обрала для себе спортивно-оздоровчий туризм як вид відпочинку та оздоровлення.

Спортивно-оздоровчий туризм відноситься до спеціалізованих видів туризму, оскільки об'єднує єдиною метою чи професійними інтересами невеликі групи людей. У межах цього виду туризму можна виділяти:

- туризм спортивний, що передбачає спортивні змагання, походи за категорійністю, практичне застосування знань і навичок із тактики і техніки туризму, вдосконалення загальної фізичної та спеціальної технічної підготовки тощо. Спортивний туризм дозволяє в ході виконання спортивних нормативів покращити спортивну підготовку учасників туристських походів, отримати спортивні розряди і спортивні звання. Походи здійснюються за розробленими, вивченими, описаними та промаркованими маршрутами під керівництвом інструкторів;

- туризм самодіяльний спортивного характеру, коли опущений централізований організаційний елемент при виборі території проходження маршруту чи використання спеціальної туристичної інфраструктури. Туристи самі добирають склад групи, обирають район подорожі і розробляють маршрут, забезпечують себе необхідним спорядженням та продуктами харчування, а на маршруті організують екскурсії, переходи і ночівлі. Основна мета такого виду туризму полягає у вихованні вольових якостей людини, психологічної стійкості та у позитивних емоціях;

- туризм спортивно-оздоровчий самодіяльний із переважанням оздоровчого аспекту при організації подорожі, розрахований на короткий термін, часто не має чітко розробленої програми походу та охоплює сім'ї, друзів і знайомих. Основною метою таких подорожей є активний відпочинок та позитивні емоції [2, 135].

Спортивно-оздоровчий туризм розвивається за принципом відпочинок-релаксація і полягає в обґрунтуванні додання простору задля відпочинку та оздоровлення.

Фізіологічна та психологічна релаксація є основою рекреаційної функції туризму. Фізіологічна релаксація полягає у відновленні фізичних сил, оздоровленні, а психологічна — зміні місця, оточення, набутті нових вражень та відчуттів.

На територіальне формування спортивно-оздоровчого туризму мають вплив фізико-географічні та економіко-географічні чинники (див. Таблиця). Фізико-географічні чинники охоплюють множини станів, у яких перебувають чи потенційно можуть перебувати ландшафтні комплекси. Стани ландшафтних комплексів характеризуються властивостями їх структури та особливостями функціонування. Рекреаційні ландшафти — складне переплетіння процесів природної ландшафтної самоорганізації та організаційних структур цілеспрямованого управління з боку людини. Ці території

виконують компромісну функцію погодження інтересів туристів в активному відпочинку та збереженні ландшафтної цілісності та первинності. Площа та протяжність рекреаційного ландшафту вказує на територіальний об'єм сприятливих для туризму природних умов та ресурсів. Ландшафтне різноманіття свідчить про високий ступінь придатності території для оздоровчого, спортивного туризму і відпочинку.

Оскільки лісові масиви є територією чи частиною території проходження туристичного маршруту будь-якого тематичного спрямування, розгляд їх впливу на здоров'я людини є вкрай необхідним. Лісові ресурси надзвичайно придатні для рекреаційних цілей, оскільки їм притаманна ціла низка характеристик та особливостей, що позитивно впливають на людину: мікроклімат, звукові, ароматичні, естетичні подразники, чисте іонізоване повітря, відсутність надмірного шуму. Полишаючи шумове забруднення міського середовища, людина виїжджає на природу. Шум лісу становить 20—30 децибел, що позитивно впливає на нервову систему, залози внутрішньої секреції, м'язи. Ліс шкідливих для людини звуків не продукує. Акустичні особливості лісу залежать від віку, складу, рельєфу місцевості. В лісі шум швидко розсіюється, повністю зникає вже на відстані 60—130 метрів від джерела шуму. Гектар стиглого лісу за рік може поглинути близько 1 т шкідливих газів, очистити 18 млн. м. куб. повітря, один гектар хвойного лісу відфільтрує 30—35 т пилу в рік, листяного — 50 т [1, 52].

Лісове повітря відрізняється від будь-якого іншого підвищеною іонізацією. Іонізуючими є смолисті ароматичні речовини, що їх рослини виділяють у період вегетації. При вдиханні повітря, насиченого такими леткими негативними іонами, у людини активізуються дихальні ферменти, посилюються біоструми мозку, підвищується вміст кисню в крові, знижується рівень цукру та фосфору, покращується самопочуття.

Для потреб рекреації щодо використання лісового фонду необхідно враховувати ступінь дії фітонцидів деревних порід на хворобливі мікроорганізми, використовуючи класифікацію П. І. Бринцева [3, 27]: найбільш фітонцидні, які вбивають найпростіших за 1,5—2 хв. (дуб черешковий, клен гостролистий); сильно фітонцидні, які вбивають найпростіших за 2—3 хв. (смерека, сосна, ялівець); середньо фітонцидні, які вбивають найпростіших за 3—5 хв. (липа, бузина чорна); слабо фітонцидні, які вбивають найпростіших за 10—20 хв. (в'яз, берест); найменш фітонцидні, які вбивають найпростіших за 20—40 хв. (бузина червона, крушина). Фітонциди покращують обмін речовин та життєві процеси в організмі.

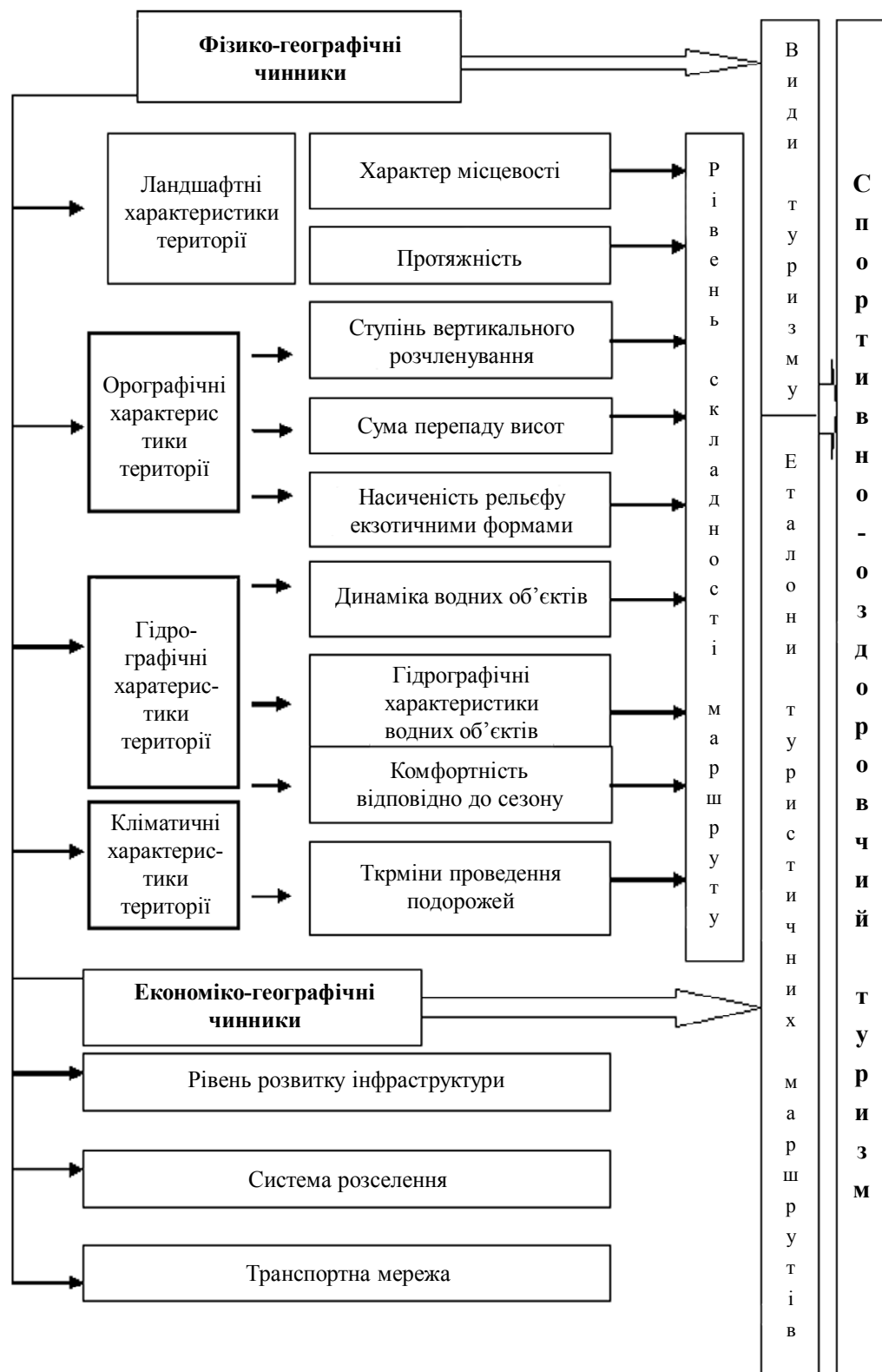
Великий вплив на людину, як емоційний, так й оздоровчий, має кольорова гама лісового ландшафту. Зелений колір сприяє зниженню кров'яного тиску, розширює судини, зменшує втомлюваність очей. Зелений колір лісу у поєднанні із голубими відтінками неба заспокійливо діє на нервову систему, дає відчуття прохолоди. А червоні та жовтогарячі барви осіннього широколистяного лісу дають відчуття тепла, стимулюють діяльність серця, легень, покращують емоційний стан рекреанта.

Різнманіття рослинне, геологічні відслонення, об'єкти, утворені в наслідок денудації, карстових процесів визначають своєрідність місцевості, а отже, наділені естетичними властивостями. Оскільки складовою мотивації спортивно-оздоровчого туризму є психологічна релаксація і при виборі місцевості для відпочинку та оздоровлення спрацьовують особисто-поведінкові чинники, характер місцевості обов'язково треба враховувати.

Ретельне вивчення орографічних та гідрографічних характеристик території відбувається при формуванні маршрутів із врахуванням їх складності. Абсолютні висоти території, ступінь їх розчленованості, кути похилу і експозиція силових елементів поверхні, гранулометричний склад поверхневих відкладів — це ті елементи

Таблиця 1

Територіальне обґрунтування провадження спортивно-оздоровчого туризму



орографічної характеристики території, які необхідно обов'язково враховувати при розробці маршрутів різної категорії складності для тих чи інших видів спортивно-оздоровчого туризму. Гідрографічні характеристики і знання динаміки водних об'єктів необхідні для успішного безаварійного проходження туристами водного маршруту. Крім того, наявність гідрологічних об'єктів підвищує естетичну цінність території.

Кліматичні характеристики території є основою у ланцюгу природних змін, результатом яких є сезонність, що відображається погодами різних типів. Тривалість періоду з комфортними кліматичними умовами, тобто з погодами, що не спонукають до переохолодження чи надмірного перегрівання, визначають загальну придатність території для відпочинку здорових людей на природі. Оскільки клімат лімітує реалізацію туристських планів, слід відзначити надзвичайну важливість тривалості погод певних типів та порядку їх чергування для формування чи планування того чи іншого маршруту оздоровчо-спортивного спрямування.

Економіко-географічні чинники створюють основу для організації і проведення походів, організації побуту, харчування, пересування туристів у туристському поході. Найголовнішим у ефективному використанні рекреаційних ресурсів та раціональному використанні відведеного для подорожі часового відрізка є наявність туристичної інфраструктури (загальної і спеціальної). З точки зору організації інформаційного забезпечення рекреаційно-оздоровчого процесу одне з ключових місць належить налагодженості систем зв'язку і комунікацій, транспортній системі.

Дослідження дають підставу рекомендувати посилене вивчення фізико-географічних та економіко-географічних чинників для потреб туризму, зокрема спортивно-оздоровчого. Якісний аналіз передумов розвитку спортивно-оздоровчого туризму дозволить йому завдяки доступності, різноаспектності та пізнавальному ефекту відігравати помітну роль у розвитку національного туризму.

Література

1. І. Ліс і рекреація в лісі: Навч. посібник. — Львів: Світ, 1994. — 232 с.
2. Дутчак С. В., Дутчак М. В. Деякі аспекти виділення сегментів спеціалізованого туризму та їх стан на території Чернівецької області / Туристично-краєзнавчі дослідження. Київ: ЧП Кармаліта, 1999. — Вип. 2. — С. 123—136.
3. Тюльпанов Н. М. Лесопарковое хозяйство. — Л.: Стройиздат, Ленингр. отд-ние, 1975. — 160 с.

ВИБІР ФАКТОРІВ СЕГМЕНТАЦІЇ СПОЖИВАЧІВ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

На ринку рекреаційних послуг, як і на будь-якому іншому ринку, знаходиться велика кількість споживачів, які висувають різні вимоги, керуються різними мотивами, по-різному реагують на зміни ринку тощо. Тому для оптимального задоволення їхніх потреб та ефективної роботи виробників рекреаційних послуг проводиться сегментація.

Сегментацію можна визначити як виділення із загальної маси потенційних споживачів окремих типових груп, що характеризуються відносною однорідністю попиту, смаків, уподобань, однаковою споживчою мотивацією і поведінкою та реакцією на ту чи іншу зміну ринкового середовища. Її головною метою є виділення одного чи декількох сегментів ринку та забезпечення адресності рекреаційного продукту, що дозволяє не розпорошувати маркетингові зусилля, а зосередити їх на найбільше зацікавлених у придбанні даного продукту споживачах.

Особливо важливим моментом, на який необхідно звернути увагу перш ніж приступити до самої сегментації споживачів рекреаційних послуг, є визначення факторів, якими ми будемо керуватися. Важливість цього етапу полягає в тому, що саме від правильного вибору факторів залежить весь процес сегментації та досягнення поставленої мети дослідження.

Метою даної статті є спроба визначити перелік факторів сегментації споживачів рекреаційних послуг, які можуть застосовуватися у маркетингових дослідженнях, виявити найбільш ефективні їх поєднання, що дасть можливість найкращим чином орієнтуватися на цільові ринки, проводити ефективну маркетингову політику.

Дана тема дослідження все частіше порушується різноманітними авторами, що ще раз підтверджує актуальність цього напрямку. Так, досить широко фактори сегментації описуються Любіцевою О. О. в її книзі «Ринок туристичних послуг», подаються можливості їх застосування в туристичній сфері. Також особливу увагу сегментації приділяють Симкин Л. та Дибб С., які в своїй праці «Практичне керівництво із сегментації ринку» порушують проблему вибору факторів сегментації, їх важливості, особливого значення надають психографічним факторам.

Існує велика різноманітність факторів за якими може проводитися сегментація ринку рекреаційних послуг. Основні з них можна сформулювати в наступні групи:

Географічні (за територією проживання, за кількістю мешканців, кліматичні). Групування споживачів рекреаційних послуг за територією проживання дає можливість встановити такий важливий аспект, як доступність до місць рекреаційної пропозиції.

Слід звернути увагу на ту особливість, що оскільки оточення, в тому числі і природне, формує людську свідомість, сприйняття, смаки та уподобання, то відповідно географічна приналежність також впливає на формування потреб і мотивів споживачів рекреаційних послуг. Крім того, стиль життя, характерний для поселень різного типу, впливає на споживчу поведінку та на вибір конкретних складових рекреаційного продукту.

Так, наприклад мешканці малих населених пунктів характеризуються обмеженістю і низькою активністю щодо рекреаційних послуг. У той же час у мешканців великих міст спостерігається протилежна ситуація, особливо серед середнього класу.

Соціально-демографічні фактори (вік, стать, склад, розмір сім'ї, етап життєвого циклу, рівень доходів, освіта, вид діяльності, національність). Одним з найпоширеніших поділів споживачів рекреаційних послуг є їх сегментація за віковим фактором. Відповідно до неї споживачі поділяються на наступні сегменти: молодіжний, середнього і третього віку.

Молодіжний (до 30 років). Представники даного сегменту характеризуються наявністю вільного часу, високою активністю, причиною якої є прагнення молоді до спілкування, пізнання навколишнього світу та отримання нових вражень. Як наслідок, у своїх запитах, представники цього сегменту, часто поєднують відпочинок із спортом та іншими формами активного проведення часу. Одночасно їх вимоги до рівня комфорту та якості обслуговування порівняно не високі, що пов'язано з низькою платоспроможністю.

Люди середнього віку (30—50 років). Даний сегмент є ще більш складним, оскільки він включає споживачів із досить різноманітною мотивацією, що майже завжди потребує проведення додаткової сегментації. Крім того специфіка цього сегменту визначається тим, що сюди входять переважно сімейні люди, які окрім власних потреб, орієнтуються також на потреби дітей, як результат формується орієнтація на їх оздоровлення під час канікул, що приводить до виникнення масових потоків. Ситуація ускладнюється значною диференціацією за рівнем прибутків, соціальним статусом та стилем життя споживачів. Також слід взяти до уваги, що дана категорія споживачів рекреаційних послуг висуває підвищені вимоги до комфорту, якості послуг, змістовних екскурсійних програм.

Люди третього віку (понад 50 років). Представники цього сегменту здебільшого поєднують відпочинок з лікуванням, профілактикою чи реабілітацією. тому вимагають не лише комфорту, а і особистої уваги з боку персоналу, можливості отримання кваліфікованої медичної допомоги, наявності спеціальних дієт в місцях харчування. Особливістю даного сегменту є відсутність чітко вираженої сезонності. Навпаки, відправляючись на відпочинок люди третього віку намагаються уникнути піку сезону, так як він співпадає із найжаркішим періодом і характеризується великим напливом людей.

Психографічні фактори (приналежність до певного суспільного класу, стиль життя, тип особистості). Дані фактори є в достатній мірі взаємопов'язані, приналежність до певного суспільного класу значною мірою визначає стиль життя, а відповідно і відношення до відпочинку та рекреації. Так, люди, що належать до вищих та вищих середніх прошарків суспільства висувають елітарні та нестандартні запити до рекреаційного продукту, вимоги підвищеної комфортності. В свою чергу, люди, що належать до нижчого середнього та робочого класу є більш стандартні та консервативні у своїх вимогах.

Отже, за стилем життя споживачів рекреаційних послуг можна поділити на сегменти:

- обмежені;
- честолюбні люди. Сюди входять особи з незначними прибутками, обмежені у своїх витратах, проте які намагаються дотримуватися більш-менш престижного стилю життя. Такі люди рідко користуються рекреаційними послугами, при чому це є дешевий рекреаційний продукт;
- ті, що змирилися. Майже не користуються рекреаційним послугами;
- середня більшість;
- ґрунтовні споживачі. Консерватори, при виборі рекреаційного продукту керуються його надійністю, тому перш за все звертають увагу на імідж рекреаційного закладу чи тур-фірми;
- ті, що досягли успіху. Впевнені в собі люди, які прагнуть закріпити досягнутий статус, в тому числі і через вибір способу і місця відпочинку. Такі люди вибирають престижні рекреаційні центри, є особливо чутливими до зміни моди;
- ті, що прагнуть успіху. Здебільшого амбітні люди, які прагнуть певного статусу в суспільстві. Часто заощаджують кошти з метою придбання нестандартного рекреаційного продукту, при чому, висувають вимоги якості і комфорту;
- новатори;
- реформатори. Особи, матеріальний і культурний рівень яких дозволяє бути незалежними у своїх бажаннях та вимогах. Висувають високі запити до рекреаційного

продукту, чутливі до різного роду новинок, можуть пожертвувати комфортом заради змісту відпочинку;

— перехідні. Ті, що переходять з одної культурної групи в іншу і намагаються закріпити цей перехід вибором певного рекреаційного продукту. Формують нестандартний попит, чутливі до новацій [3].

Також корисною для планування рекреаційної діяльності може бути сегментація, заснована на поділі споживачів за типом особистості. Тип особистості визначає характер вимог, споживчу поведінку, особливості прийняття рішення про покупку того чи іншого рекреаційного продукту. Зазвичай в психологічні науки виділяють імпульсивний, конформістський, авторитарний, честолюбний типи особистостей. Проте для ринку рекреаційних послуг більш доцільним є дещо інший поділ, який визначає вимоги до рекреаційного продукту, а саме:

— S-тип — (сонце, море, пісок). Типовий рекреант, що віддає перевагу пасивному відпочинку біля моря, спокою та комфорту;

— F-тип — віддає перевагу зміні, тому подорожує на далекі відстані і тільки туди, де щось відбувається. Основна мета — пошук вражень, задоволення, товариства;

— W-1-тип — любитель лісових прогулянок, походів, віддає перевагу активному відпочинку, підтримує добру фізичну форму, але професійно спортом не займається;

— W-2-тип — більш спортсмен ніж аматор, тому при виборі місця відпочинку керується наявністю умов для заняття улюбленим видом спорту;

— A-тип — любитель пригод, прагне гострих вражень, ризику, випробовувань;

— B-тип — допитливі люди, що мають на меті ознайомлення з визначними пам'ятками історії і культури;

— експерти, що «колекціонують» визначні пам'ятки, які вони відвідали;

— емоційні любителі культури і природи;

— спеціалісти, які поглиблюють свої знання в областях культури, історії, мистецтва тощо [1, 215].

Поведінкові фактори. До факторів даного типу можна віднести:

— очікувані вигоди (якість, сервіс, ціна, престиж тощо);

— статус споживача;

— той, що не споживає рекреаційний продукт;

— раніше споживав рекреаційний продукт;

— потенційний споживач рекреаційних послуг;

— регулярний споживач рекреаційних послуг;

— ступінь споживання (слабкий, помірний чи активний споживач);

— привід для купівлі (для власного споживання чи для подарунку);

— ступінь прихильності (відсутня, слабка, середня, сильна, абсолютна);

— ступінь готовності до сприйняття рекреаційного продукту (непоінформований, поінформований, зацікавлений, охочий, має намір придбати);

— ставлення до рекреаційного продукту (у захваті, позитивне, байдуже, негативне, агресивне) [2, 141].

Сегментація за поведінковим принципом заснована на поінформованості споживача про якість пропозиції, його прихильності до певних форм та місць відпочинку, мотивації до рекреації. Основними мотивами, які визначають поведінку споживача на ринку рекреаційних послуг є: привід, що спонукає до рекреації (добровільний — свята, відпустка, вихідні, паломництво і вимушений — лікування, реабілітація після хвороби) та пошук користі та певних переваг (стан здоров'я, економія грошей, отримані враження, нові знайомства, нові знання, підтвердження соціального статусу тощо) [3, 190]. При чому, оцінка отриманої користі та певних переваг рекре-

аційного продукту є у значній мірі суб'єктивною, оскільки кожна людина керується своїми особистими потребами і смаками, як наслідок один і той же рекреаційний продукт може бути зовсім по іншому оцінений різними людьми.

Вибір конкретного фактору чи одразу декількох зазвичай залежить від завдання, яке ставить перед собою дослідник: виявлення оптимальних каналів просування рекреаційного продукту, розробка нового рекреаційного продукту, вибір найвдалішого рекламного звернення тощо. При чому чим більша кількість факторів враховується при сегментації, тим точнішими і вузькими будуть утворені сегменти і відповідно їх кількість буде більшою.

Тому з метою підвищення результативності сегментації можливе поєднання вище зазначених типів факторів у різних комбінаціях. Досить часто у дослідженнях ринку рекреаційних послуг застосовується сегментація за геодемографічними факторами. Використання такого методу дає можливість пов'язати конкретне місце проживання певної групи населення з її демографічними особливостями та споживчою поведінкою. Це дозволяє виділити цільові ринки та проводити маркетингові заходи, орієнтуючись на особливості споживачів, що проживають в тому чи іншому регіоні.

Також можливе виділення сегментів і за іншими принципами: залежно від характеру формування попиту на рекреаційний продукт (масовий, елітарний та нестандартний сегменти); чи за метою подорожі (пізнавальний, спортивно-оздоровчий, відпочинковий, розважальний, курортно-лікувальний, релігійний, учбовий, екологічний, мисливський).

Таким чином, проведення сегментації та виділення конкретних сегментів є досить складним та важливим елементом маркетингових досліджень ринку рекреаційних послуг. Її ефективність залежить від того наскільки вибрані фактори відповідають попередньо поставленим цілям, а вірний вибір факторів, в свою чергу, залежить від майстерності та досвідченості самого дослідника, його вміння вірно оцінити ринкову кон'юнктуру.

Проведення сегментації за тими чи іншими факторами дає можливість вирішити певне коло маркетингових проблем. Так сегментація за географічними факторами проводиться з метою виділення регіонів продажів рекреаційного продукту. За соціально-демографічними — дозволяє встановити засоби масової інформації, яким віддають різні за віком, освітою, рівнем доходу споживачі, оцінити структуру та розміри виділених сегментів ринку рекреаційних послуг. Психографічні фактори допомагають при формуванні стилю рекреаційного продукту (наприклад вибір дизайну турбаз, ресторанів тощо), виборі гасел, логотипів, слоганів, при формуванні переліку додаткових послуг та здійсненні інших маркетингових заходів.

Значно ширші можливості дає сегментація заснована на поведінкових факторах:

— формування рекламних звернень із наголошенням конкретних переваг рекреаційного продукту;

— створення рекреаційного продукту спеціально під конкретного споживача;

— навчання персоналу рекреаційних закладів;

— створення спеціальних умов для постійних клієнтів;

— введення диференціювання оплати;

— диверсифікація переліку послуг;

— надання інших спеціальних послуг залежно від типу споживача.

Література

1. *Александрова А. Ю.* — Международный туризм. — М.: Аспект-Пресс, 2001. — 467 с.
2. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг. Підручник. — Київ: Лібра, 2002. — 712 с.
3. *Любіцева О. О.* Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) — К.: «Альтерпрес», 2002. — 436 с.: іл., картосхеми.
4. *Симкин Л., Дибб С.* Практическое руководство по сегментированию рынка. — СПб.: Питер, 2002.

ІНФРАСТРУКТУРА ТУРИНДУСТРІЇ

Гринькевич О. С., Юнко М. М.

МОЛОДІЖНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Туризм в Україні є на сьогодні одним із найпопулярніших видів економічної діяльності. Яскравим свідченням цього є зростання у різних регіонах України, а особливо у великих містах, кількості туристичних фірм з екзотичними назвами та багатообіцяючою рекламою. Водночас за зростаючою у кількісному виразі статистикою туристичних послуг приховано цілий ряд проблем якісного змісту. Одна з них — це розвиток організованого туризму, зокрема молодіжного. За період 2000—2004 рр. за офіційною статистикою Державної туристичної адміністрації України (з 2005 р. вона реорганізована, а її функції виконує Міністерство культури та туризму України) частка осіб, які подорожували у рамках організованого виїзного туризму зменшилася з 19 % до 7 %, аналогічні показники у структурі в'їзного туризму склали 11 % у 2000 р. та до 9 % — у 2004 р. Зростання обсягів в'їзного та виїзного, а також внутрішнього туризму забезпечується на сьогодні збільшенням насамперед приватних подорожей, частка яких у структурі туристичних подорожей за мотивацією поїздки складала протягом останніх трьох років в середньому 80 %. Отже, зростаюча динаміка показника обсягу туристичних подорожей супроводжується зменшенням у його структурі частки організованих туристичних подорожей.

На 2004 рік припадає введення в дію Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», з чим пов'язаний початок ліцензування туроператорської та турагентської діяльності. В результаті цього змінилась база статистичного обліку за формою № 1-ТУР(к) «Звіт про діяльність туристичної організації» — на відміну від 2003 року до переліку респондентів статистичної звітності не увійшли заклади відпочинку та заклади розміщення, а також підприємці, що спеціалізуються тільки на екскурсійній діяльності. Отже, змінився характер динаміки основних показників туристичної діяльності, значення яких, практично, набули рівня 2001 року.

Станом на 01.01.2005 за даними Державної туристичної адміністрації чинними були 2 754 ліцензії на туристичну діяльність, з них на туроператорську діяльність — 1028, на турагентську — 1726, відповідно 37 % і 63 %. У 2004 р. кількість чинних ліцензій зменшилась у 2,3 рази порівняно з 2003 р. (6 447 ліцензій). Проте у 2004 р. туристична діяльність здійснювалась фактично 91 % ліцензіатів, а у 2003 р. — лише 60 %, решта 40 % ліцензіатів не звітували або повідомляли про відсутність діяльності. Отже, у процесі отримання нових ліцензій у 2004 р. з реєстру суб'єктів туристичної діяльності практично вибули непродуктивні ліцензіати. Сукупна заборгованість ліцензіатів перед бюджетом скоротилась у 4 рази, а балансовий прибуток збільшився на 43 %.

Фактично, протягом 2004 р. туристичні послуги надавали 2 519 ліцензіатів (39 % — оператори та 61 % — агенти), що майже на рівні 2001 р. Середньооблікова кількість працівників туроператорів та турагентів становила 23,5 тис. осіб, що у 2,1 рази менше, ніж у 2003 р. Пріоритетним видом туристичної діяльності у 2004 році залишається

внутрішній туризм, на який припадає 66 % туристів, обслугованих ліцензіатами. На виїзний туризм припадає, відповідно, 20 %, на в'їзний — 14 %.

Всього протягом 2004 року туроператорами обслуговано 1,9 млн. туристів та 1,5 млн. екскурсантів, що, відповідно, на 34 % та на 44 % менше, ніж у 2003 році. Загальна кількість туристів зменшилась за рахунок скорочення кількості в'їзних і внутрішніх туристів, відповідно на 26 % і 47 %. Натомість, кількість виїзних туристів зросла на 28 %. Таким чином, продуктивність діяльності підприємств залишилась на рівні 2003 р. — у 2004 році один ліцензіат в середньому обслужив лише на 1,5 % туристів більше.

Обсяг наданих туристичних послуг туроператорів та турагентів у 2004 році зріс, у порівнянні з 2003 роком, на 2 %. Проте в середньому один ліцензіат надавав на 57 % більше послуг, ніж у 2003 році.

У 2004 році відбулось зростання середньої вартості путівки на 54 % через подорожчання одного турс-дня на 83 %. Найбільше підвищилась вартість одного турс-дня у внутрішньому туризмі — на 89 %, у в'їзному та виїзному туризмі, відповідно, на 43 % та 26 %.

У зв'язку з переходом на ринкові умови господарювання, а відповідно — обмеженням бюджетного фінансування соціального туризму, в Україні за період 1995—2005 рр. суттєво скоротилося фінансування організованих молодіжних подорожей всіх видів — екскурсійно-туристичних, оздоровчих, таборів праці та відпочинку. Були закриті або перепрофільовані центри молодіжного туризму, секції юних країно знавців, екологів, натуралістів, які, переважно, функціонували при освітньо-навчальних та виховних закладах. Суттєво подорожчали екіпірування та спорядження для молодіжних та спортивно-туристичних походів. Практично припинилося видання методичної літератури з туризму, інформаційних матеріалів про маршрути і т. п.

Якщо на початку 90-х років минулого століття організацією молодіжного туризму займалася здебільшого система освіти, то зараз ситуація значною мірою змінилася. Активну участь у формуванні змісту, видів та організації молодіжного туризму почали брати громадські організації, церква, комерційні структури. Разом з тим значна частина молоді, насамперед студентської не залучена до організованого відпочинку у формі туристичних подорожей, а такі їх види як спортивні та пізнавальні поїздки здійснюються як правило приватно, з географією та умовами, обмеженими фінансовими можливостями молодих людей та їх батьків.

Саме на проблемі організації молодіжного туризму та відпочинку, а також участі в цьому процесі туристичних фірм м. Львова зосереджена основна частина проведеного авторами статті дослідження.

Для вивчення зазначеної проблеми авторами було розроблено анкети та проведене опитування студентської молоді трьох вищих навчальних закладів м. Львова: Львівського національного університету ім. І. Франка, Львівського інституту МАУП та Львівського інституту економіки і туризму. До вибірки респондентів увійшли студенти міст та сільської місцевості Львівської області, які навчаються на бюджетній та комерційній (платній) основі. Результати опитування дозволили отримати такі висновки щодо видів, форм, якості та вартості відпочинку студентської молоді.

1. Більшість студентів, а саме 61,1 % опитаних, проводять свої зимові канікули вдома, 14 % їдуть в цей період до села, а 24,5 % студентів відпочивають в інших місцях;
2. Під час літніх канікул вдома залишаються 32 % студентів, у сільській місцевості проводить свій літній відпочинок 15,5 %, а в інших місцях — 52,5 %.

Отже, як видно з опитування, львівські студенти більш активно відпочивають влітку, хоча відсоток тих, хто залишається на канікулах вдома є досить високим.

На поставлене запитання «Як саме Ви відпочиваєте на канікулах?», студенти відповіли таким чином: 49 % респондентів люблять проводити свій вільний час на природі; 17 % відпочивають вдома; 15 % захоплюються туризмом; 13 % відвідують культурно-історичні пам'ятки; 6 % відпочивають пасивно.

Коментуючи відповіді, можна відзначити, що ознайомлення під час відпочинку з культурно-історичними пам'ятками, огляд архітектурних ансамблів, ознайомлення з різними регіонами (країнами) їх етнографією культурою є також одним із видів туризму і називається етнічним. Тому загальний відсоток респондентів серед студентської молоді, яка активно відпочивають буде складати 77 %.

На питання «Які фактори мають для Вас вирішальне значення у виборі місця та виду відпочинку?» відповіді розподілились наступним чином:

- для 23 % визначальним фактором є місце;
- для 21 % — оточення;
- для 20 % — вартість відпочинку;

Таблиця 1

Основні показники діяльності туристичних організацій в Україні

Назва показника	Одиниця виміру	9 місяців 2002 р.	9 місяців 2003 р.	9 місяців 2004 р.	Темп приросту/ скорочення 2004/2003
А		1	2	3	4
Кількість ліцензіатів, що надаються	(одиниць)	2890	3627	2363	– 35 %
Всього обслуговано туристів	(осіб)	1776701	2230012	1447268	– 35 %
В тому числі:					
— в'їзних (іноземних)	(осіб)	341175	465593	262360	– 44 %
— виїзних	(осіб)	204541	260961	362070	39 %
— внутрішніх	(осіб)	1230985	1503458	822568	– 45 %
Кількість екскурсантів	(осіб)	1789187	2373056	1218012	– 49 %
Обсяг наданих послуг	(тис. грн.)	1117444	1699719	1643785	– 3 %
Платежі до бюджету	(тис. грн.)	98864	135263	80663	– 40 %
Середньооблікова кількість працівників	(осіб)	39593	53045	25940	– 51 %
В середньому на 1 ліцензіата припадає:	(осіб)	615	615	612	– 0,4 %
— обслуговуваних туристів					
— обсягу послуг	(тис. грн.)	386,7	468,6	696,6	48 %
— платежів до бюджету	(тис. грн.)	34,2	37,3	34,1	– 8 %
— працівників	(осіб)	14	15	11	– 25 %
В середньому на 1 працівника припадає:	(осіб)	45	42	56	33 %
— обслуговуваних туристів					
— обсягу послуг	(тис. грн.)	28,2	32,0	63,4	98 %
— платежів до бюджету	(тис. грн.)	2,5	2,5	3,1	22 %
Середня вартість путівки	(грн.)	629	762	1136	49 %

- для 13 % — комфорт;
- для 10 % — оздоровлення.

Решта 13 % відсотків респондентів назвали інші різні фактори. Отже, серед факторів, які є визначальними для відпочинку студентів не виділяється суттєво жоден із визначених, але вирішальними можна назвати місце, оточення та вартість відпочинку, і не надто важливими є для молодих людей комфортні умови відпочинку та можливість оздоровлення. Слід зауважити, що невисока вимогливість студентської молоді до комфорту під час відпочинку, а разом з тим важливість оточення могли б виступити суттєвою умовою при розробці для молодих людей доступних за цінами туристичних послуг, зокрема організованих туристичних подорожей невеликими групами та прийнятним комфортом.

Результати оцінювання платоспроможності студентської молоді щодо організації свого відпочинку є такими:

- понад 1000 грн. (а такою є середньостатистична вартість туристичної путівки) можуть заплатити за сезонний відпочинок 19 % молодих людей;
- від 300 до 1000 грн. можуть витратити на відпочинок 53 % опитаних;
- лише у межах 300 грн. можуть витратити на відпочинок 28 % опитаних студентів.

Таким чином, середня сума, яку могла дозволити собі молода людина на сезонний відпочинок становила у першій половині 2005 року приблизно 670 грн. при середній вартості туристичної путівки в Україні наприкінці 2004 р. 1136 грн.

Загалом, характеризуючи свій відпочинок, лише 16 % оцінили його на «відмінно», 49 % — на «добре» і 23 % — на «задовільно».

Програма вивчення якості та географії відпочинку студентської молоді передбачала одержання відповіді на питання «Чи користуються студенти послугами туристичних фірм та чи задоволені вони їх послугами», «Які турфірми на Львівщині студентам відомі та чи знають вони середньодобову вартість відпочинку, яку пропонують турфірми».

Результати обробки відповідей на поставлені вище питання дозволили зробити висновок, що дуже незначний відсоток респондентів серед студентської молоді відпочиває організовано, користуючись при цьому послугами туристичних фірм. Разом з тим молоді люди є не дуже добре проінформовані про місцевий ринок туристичних послуг, ціни на туристичні путівки. Загальна кількість названих ними туристичних фірм, які їм відомі, складала у всіх анкетах всього лише 6.

Недостатня поінформованість студентської молоді про пропозиції на ринку туристичних послуг спонукала нас провести додаткове опитування туристичних фірм м. Львова з метою одержання відповіді на питання «Чи є у туристичного бізнесу пропозиції для такої категорії споживачів як студентська молодь?»

Ознайомлення з пропозиціями 11 туристичних фірм м. Львова (шляхом безпосереднього відвідування, телефонного опитування), дозволило зробити висновок, що більшість туристичних фірм пропонує стандартні послуги, а спеціальні тури для молоді взагалі відсутні або зводяться до таких як:

- забезпечення транспортом;
- екскурсії по місту, регіону;
- організація відпочинку за домовленістю;
- забезпечення місцем проживання.

Лише декілька туристичних фірм пропонують на ринку послуги для молоді, а саме:

- оздоровчі табори в Криму (фірма «Еліта-Бізнес-Тур»);
- стажування в Англії для молоді (компанія «Мандри»);
- навчання в Чехії (турфірма «Всесвіт»);

- спортивно-оздоровчі тури в Карпатах (турфірма «Клуб мандрівників»);
- молодіжні табори у Словаччині (турфірма «Навколо світу»).

Не можемо не відзначити того факту, що серед туристичних фірм, до яких зверталися студенти у процесі дослідження, були й такі, що відмовлялися спілкуватися, що певною мірою свідчить про низьку інформаційну та організаційну культуру місцевого туристичного бізнесу.

Неохоче відповідають менеджери туристичних фірм на питання про вартість послуг, що, можливо, свідчить про їх нестабільність. Так, наприклад, ціна екскурсії по місту Львову коливається від 50 до 120 грн., закордонні тури на відпочинок — від 290 дол. США і більше. Враховуючи невисоку платоспроможність молоді, пропозиції тур фірм є надто дорогими для пересічного студента, а тому, фактично недоступними.

Означена вище проблема, на наш погляд, вимагає цілеспрямованої державної, місцевої та громадської підтримки і політики, зорієнтованої на те, щоб організований та інші види туризму серед студентської молоді не були розкішшю, а однією з першочергових потреб, які можливо задовольнити. Добрим прикладом активної політики у цьому напрямку є діяльність місцевої влади та бізнес-середовища м. Феодосія, в якому влітку цього року відбувся Молодіжний туристичний фестиваль «117 км». Організаторами фестивалю виступило управління з туризму виконкому Феодосійської міської ради та пляжно-розважальний комплекс «117 км». На Львівщині активну громадську діяльність в організації відпочинку та працевлаштування студентської молоді здійснює Львівський обласний молодіжний центр праці. Яскравим прикладом успішності такої діяльності є ініційований центром проект «Відродження замків Львівщини», який передбачає (за активної участі студентської молоді) відновлення та збереження культурно-історичної цінності замків Львівської області, що перебувають на сьогодні з різних причин у занедбаному стані.

Побутує думка про те, що у світі туризм іноді робиться на будь-якій темі за рахунок створення туристичних міфів. На наш погляд, комплексно розвиваючи туристичний бізнес, враховуючи потреби різних категорій існуючих та потенційних споживачів туристичних послуг, не варто недооцінювати результатів соціологічних, маркетингових, статистичних обстежень, тобто фактору науки, який якщо не визначав, то завжди організовував та впорядковував людську діяльність загалом, зменшував її ризики та підказував оптимальні шляхи досягнення успіху.

Література

1. Закон України про «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18.11.2003 // www.tourism.gov.ua.
2. Статистичні дані Державної туристичної адміністрації//www.tourism.gov.ua.
3. Кифяк В. Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Зелена Буковина. — 2003. — 312 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ У ГІРСЬКИХ РАЙОНАХ ЛЬВІВЩИНИ

Як відомо, сільський відпочинок є формою раціонального використання вільного часу у сільській місцевості, під час якого працівники відновлюють затрачені на роботі сили, оздоровлюються та лікуються, мають нагоду ознайомитися з історією краю, де вони відпочивають, прилучитися до вивчення його культурної спадщини, звичаїв та традицій. Для мешканців українського села — це вид діяльності, що приносить їм додаткові доходи, а також підвищує зайнятість членів сільських родин. Окрім того, сільський відпочинок є вагомим фактором розвитку сільської громади, оскільки стимулює облаштування сільських осель та піднесення рівня благоустрою сільської місцевості, створює додаткові шляхи поповнення місцевих бюджетів, принаймні частково вирішує таку напружену соціальну проблему, як безробіття. Він також є важливим екологічним та етичним чинником, оскільки сприяє розвитку екологічної свідомості населення. Сільський відпочинок можна загалом розглядати як важливий соціоекономічний фактор, потенційно здатний забезпечити економічну та демографічну стабільність у сільських місцевостях.

Зрозуміло, однак, що організація та розвиток відпочинку на селі вимагає чіткого планування і маркетингових досліджень, які, на думку багатьох дослідників [1], украй необхідні для успішного розвитку сільського туризму. На жаль, маркетингові дослідження ще недостатньо застосовуються в українській індустрії сільського відпочинку, що спричинено, як вказує Ю. Зінько [2], загальним нерозумінням принципів та ролі маркетингу в отриманні прибутку для власників осель, складністю залучення банківських інвестицій, консерватизмом сільських громад щодо ідей «зі сторони», складним юридичним статусом сільських господарів та їхніх гостей. Розробка структурованого маркетингу та менеджменту сільського відпочинку вимагає як урахування цих специфічних умов [3] так і, передусім, ретельного аналітичного вивчення економічних, соціокультурних та екологічних аспектів організації відпочинку та прийому гостей на сільських територіях України.

У цій статті пропонується комплексний аналіз вищезгаданих чинників сільського відпочинку на базі невеликого емпіричного дослідження, проведеного у смт. Славське, розташованому у Карпатах. На основі цього дослідження були виявлені та оцінені перспективи розвитку сільського відпочинку у Карпатському регіоні.

Як відомо, Карпати є багатою природно-ресурсною територією, що створює передумови для інтенсивного розвитку відпочинкових послуг. Помірний клімат, мальовничі ландшафти, великі запаси мінеральних вод різних типів та озокериту, історико-культурна спадщина, наявність цікавих народних звичаїв і традицій створюють сприятливі умови для організації відпочинку на цій унікальній природно-культурній території. Але незважаючи на значний рекреаційний потенціал, Карпати стихійно і неконтрольовано освоєні і потребують пошуку ефективних стимулів для раціонального використання у відпочинково-туристичних цілях.

Для дослідження еколого-економічних характеристик відпочинку на сільських територіях у Карпатському регіоні було застосовано методику анкетування. Як відомо, анкети є одним із найпоширеніших джерел інформації, що постачають первинну інформацію, яку неможливо отримати з інших джерел [4]. Використані анкети включали відкриті й закриті запитання. Відкритими називають запитання без заданої структури відповіді, коли опитуваному надається можливість у довільній формі висловити свою

думку з питання, що вивчається. До закритих відносять запитання, що передбачають вибір одного із запропонованих варіантів відповіді [4]. Серед закритих запитань були використані альтернативні запитання, запитання за шкалою Лайкерта та оціночну шкалу. Альтернативні запитання дозволяють зробити вибір відповідей з двох або трьох варіантів, або з трьох і більше тверджень [4]. Запитання зі шкалою Лайкерта надають можливість опитуваному висловити ступінь згоди чи незгоди з висунутими твердженнями [4]. Оціночна шкала — це запитання, що пропонує дати кількісну оцінку (у балах) певного твердження [3]. Анкети були написані простими, однозначними словами, зрозумілими для респондентів жителів сільських територій.

Було використано три види анкет. Перший вид анкет (50 заповнених) — це анкети, які господарі сільських осель заповнюють при вступі до організацій сприяння розвитку сільського туризму. Такі анкети включають питання щодо особистих даних господарів, вигод та послуг, які вони можуть запропонувати та їхніх певних особистісних рис. Метою аналізу цих анкет було визначення основних чинників, що зможуть привабити відпочиваючих та дозволити господарям осель краще організувати прийом гостей та отримувати прибутки.

Другий тип анкет (47) — анкети, які розповсюджувалися між жителями Карпатського регіону, що займаються прийомом гостей. При розробці цих анкет був використаний досвід Chen [6], що проводив дослідження лояльності населення невеликих міст до туристів, а також Hunter [7] і Bori-Sanz [5]. Метою цього анкетування було вивчення ставлення населення Карпатського регіону до економічних, соціокультурних та екологічних впливів організації відпочинку у сільських оселях Карпат. Крім того, одне питання визначало, як респонденти сприймають готовність власного регіону до прийому відпочиваючих.

Третій тип анкет (100 заповнених влітку та 112 взимку) — це анкети тих, хто відпочивав у сільських оселях Карпатського регіону. Метою аналізу цього матеріалу було визначення та опис головних характеристик сільського відпочинку у Карпатському регіоні. Увесь процес анкетування відбувався протягом 2003—2004 рр.

Головні результати аналізу анкет господарів сільських осель Карпатського регіону, які приймають гостей, такі. Серед тих господарів, хто виявив згоду надавати відпочинкові послуги, 62 % це жінки, які є старшими за чоловіків, причому більшість з них є безробітними (див. Таблицю 1). Дев'яносто відсотків чоловіків-господарів вже мають досвід подібної роботи. Усі вони володіють іноземними мовами, в той час як 20 % господинь не знають жодної іноземної мови (у тому числі російської).

У більшості осель (62 %) господарі пропонують відпочиваючим двоособові кімнати. Вагомою часткою пропозиції є такі вигоди, як туалет у будинку, ванна та лазня (сауна), що дає можливість значно збільшити ціну проживання або брати оплату за окреме використання сауни або лазні. Найпопулярнішими додатковими вигодами

Таблиця 1

Особисті дані господарів Карпатського регіону

Стать		Середній вік	Соціальний стан	Підтримка родини	Досвід подібної роботи	Знання іноземних мов
ж.	62 %	44 р.	80% безробітних	100%	100%	80%
ч.	37 %	39 р.	20% безробітних	100%	90%	100%

є холодильник (100 %), телевізор (100 %) та кухонна плитка (100 %). Останній чинник є вагомим при прийомі молодіжних компаній, які не мають достатньо коштів для оплати харчування, пропонованого господарями.

Найпопулярнішими послугами, які господарі Карпат можуть надати відпочиваючим, є харчування виробами національної кухні та організація мандрівок лісом, часто зі збиранням ягід або грибів (100 %). Інші послуги, такі як кінні прогулянки, є менш розповсюдженими. Розповіді про історію свого краю може лише половина господарів. Як правило, за це оплата береться разом з іншими послугами; при вдалому поєднанні такий комплексний сервіс (наприклад, страви національної кухні, мандрівки видатними місцями та розповіді про історію рідного краю) добре оплачується.

Невелика кількість власників осель здатна надавати рідкісні послуги (1—2 господаря на вид послуги), такі як можливість користуватися пасікою, наявність магазину-бару на першому поверсі, гаража, прийом гостей з домашніми тваринами, організація полювання, прокат велосипедів, медична допомога та наявність народних промислів. На наш погляд, з часом такі послуги, як можливість використати гараж господарів або прийом гостей разом з їх домашніми тваринами перейдуть до розряду загальних, а сам список рідкісних послуг суттєво оновиться.

Щодо оцінки жителями Карпатського регіону економічних, соціокультурних та екологічних аспектів організації відпочинку, то результати анкетування такі. Прийом гостей отримав найвищу оцінку 4,2 бали як засіб забезпечення доходу у порівнянні з можливостями у таких сферах, як лісове господарство (2,9), сільське господарство (1,9), комерція (3,9) та інше (2), а як потенційне працевлаштування отримав оцінку 2,7 бали, поступившись лише торгівлі та послугам (3,2 бали).

Учасники анкетування також вважають, що прийом відпочиваючих несе соціальні вигоди місцевому населенню. За шкалою погодження від 1 до 5 балів респонденти частково згодні або погоджуються з фактом, що прийом гостей є вигодою для місцевого населення (4,1 бали) і збільшує різноманітність послуг для місцевих жителів (3, 4 бали).

Таблиця 2

Особисті дані відпочиваючих у сільських оселях смт. Славське

№	Особисті дані відпочиваючих	Літо	Зима
1	Стать: жіноча, % чоловіча, %	55,0 45,0	37,5 62,5
2	Середній вік, р.	29	28
3	Освіта: середня, % середня спеціальна, % вища, %	— 20,0 80,0	7,8 9,2 83,0
4	Цивільний стан: одружений(а), % неодружений(а), % діти, %	60,0 40,0 55,0	55,4 44,6 39,2
5	Країна проживання: Україна, % Росія, % Білорусь, % Польща, % Німеччина, %	100,0 — — — —	50,0 30,4 7,8 7,8 4,0

З іншої сторони, користь від культурних впливів сільського відпочинку, на думку мешканців Карпат, є дещо меншими, ніж соціальні вигоди (3 бали).

Оцінюючи екологічні аспекти організації відпочинку, господарі Карпатського регіону найбільш негативним екологічним впливом відпочиваючих назвали зростання кількості сміття (4,2 бали) та візуальне забруднення (3,8 балів). Респонденти не виділили окремих видів забруднення, частково погодившись з тим, що відпочиваючі псують воду та зменшують кількість видів тваринного і рослинного світу.

Як показало анкетування відпочиваючих, основною метою їхнього приїзду у літній сезон є власне відпочинок, а у зимовий зимові види спорту. Приблизно дві третини від усіх відпочиваючих приїжджають сім'ями, причому кожна друга сім'я бере із собою дітей. Взимку відбувається деяке зростання кількості товариських компаній.

Головним видом відпочинкової діяльності у літній період є мандрі туристичними шляхами та відвідання пам'яток культури та краєвидів. Взимку 80,4 % відпочиваючих займаються активними видами спорту.

Влітку відпочиваючі найбільше задоволені помешканням та комунікаційними послугами (4,6 бали), найменше задовольняє їх стан туристичних шляхів (2,5). Цікаво, що взимку відпочиваючим приносить найбільше задоволення харчування та торгівля (4,8 бали), а незадоволені вони культурними заходами (3,0).

Щодо таких рис Карпатського регіону як безпека перебування та можливість займатися активними видами спорту, то вони отримують найвищу оцінку туристів влітку (4,6). Взимку відпочиваючі виділяють такі особливості регіону як можливість займатися активними видами спорту, а також стан природного середовища та культуру обслуговування. Найнижчим рівнем готовності, на їхню думку, вирізняються влітку гостинність місцевих жителів (3,5), а взимку можливість отримання туристичної інформації (3,5). Сумарна оцінка готовності регіону до прийому відпочиваючих, за нашими даними, є вище взимку, ніж влітку.

Як відпочиваючі, так і господарі однаково високо оцінюють стан природного середовища та можливість займатися активними видами спорту (4,8). Найбільша розбіжність, однак, спостерігається в оцінці гостинності місцевих жителів: якщо господарі дають їй найвищий бал (5,0), то ставлення відпочиваючих є дещо стриманішим (4,3). Це, можливо, пов'язано з певною неадекватністю оцінки господарів, зумовленої психологічними чинниками, а також специфікою культури поведінки, притаманною різним групам населення.

Щодо особистих даних відпочиваючих, то згідно таблиці 2, взимку серед відпочиваючих збільшується кількість чоловіків, а також з'являються іноземні туристи.

Такими є головні результати нашого невеликого дослідження, яке дозволило вивчити та оцінити економічні, соціокультурні та екологічні аспекти організації відпочинку у Карпатському регіоні. Воно наочно продемонструвало, що прийом гостей робить вагомий внесок у вирішення проблем мешканців Карпатського регіону. Ще одним позитивом є те, що відпочиваючі доволі високо оцінюють організацію відпочинку на сільських територіях Карпат.

Отже, можна стверджувати, що у цьому регіоні існують усі потенційно необхідні передумови розвитку сільського відпочинку, який можна розглядати як специфічну форму підсобної господарської діяльності у сільському середовищі із широкою можливістю використання природного та культурного потенціалу даного регіону, або як форму малого підприємництва, що як і в першому, так і другому випадках дає можливість певною мірою розв'язувати проблему зайнятості сільського населення, покращити його добробут, повніше використати природний та історико-культурний

потенціал сільської місцевості [8]. Справа розвитку сільського відпочинку на території Карпат має цілком реальну перспективу. Водночас він залишається без вираженої організаційної структури та без поставленої на належному рівні інформаційно-маркетингової діяльності, як своєрідний додаток до інших напрямків туризму. Тому на сьогоднішньому етапі важливо продовжити об'єктивний аналіз сильних і слабких сторін сільського відпочинку для міжнародного й внутрішнього ринку та окреслити його пріоритети на найближчі роки.

Література

1. *Sharpley R., Sharpley J.* Rural Tourism: An Introduction. — 1st edition. — New York: Thomson Learning, 1997. — 165 p.
2. *Зінько Ю. В.* Шанси і загрози розвитку сільського туризму в Україні // Матеріали конференції «Відпочинок у сільській місцевості в Україні в XXI столітті: проблеми та перспективи». — Переяслав-Хмельницький, 2000. — С. 34—36.
3. . . Підхід до планування маркетингу сільського відпочинку і туризму // Матеріали II Міжнародної наукової конференції «Розвиток підприємницької діяльності в Україні: історія і сьогодення». — Тернопіль, Інститут економіки і підприємництва, 2004. — С. 104—105.
4. *Старостіна А. О.* Маркетингові дослідження. Практичний аспект. — Київ: Видавничий дім «Вільямс», 1998. — С. 131—145.
5. *Bori-Sanz M., Niskansen A.* Nature-based tourism in forest as a tool for rural development. Analysis of three study areas in North Karelia (Finland), Scotland and the Catalan Pyrennees. — European Forest Institute, 2002. — 47 p.
6. *Chen J.* An investigation of urban resident's loyalty to tourism // *Journal of Hospitality & Tourism Research*. — 2002. — Vol. 24. — № 1. — Council on Hotel and Institutional Education. — P. 21—35.
7. *Hunter B.* Consumers and Providers Perception of Quality Rural Tourism.— www.teagasc.ie/publications/2002/ruraldev2002/paper07.htm.
8. *Кузик С. П.* Деякі аспекти оцінки ресурсів сільського зеленого туризму на нетрадиційних рекреаційних територіях // Матеріали конференції «Відпочинок у сільській місцевості в Україні в XXI столітті: проблеми та перспективи». — Переяслав-Хмельницький, 2000. — С. 53—55.

СУЧАСНИЙ СТАН ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВІВЩИНИ

Будь-якій державі світу необхідний належний розвиток готельного господарства, тому що він сприяє поживленню соціально-економічних контактів, підсилює економічний потенціал регіонів, піднімає рейтинг держави, окремих її міст у світовому співтоваристві.

Львівська область є однією з найперспективніших територій для розвитку туризму. Привабливість для українських та зарубіжних туристів забезпечується вдалим географічним розташуванням, багатим історико-культурним та природно-ресурсним потенціалом. Однією з галузей сфери послуг, що тісно пов'язана з розвитком туризму є готельне господарство. Готелі можна назвати найважливішим елементом інфраструктури туристичного бізнесу, а туризм — одним з напрямків реалізації готельних послуг.

Протягом останніх років в Україні було прийнято ряд нормативних актів, спрямованих на розвиток туристичної діяльності, які безпосередньо вплинули на ринок готельного господарства країни, і зокрема, Львівщини.

Сьогодні Львівська область займає за кількістю діючих готельних підприємств третє місце в Україні, поступившись Дніпропетровській області та м. Києву. У 2004 році готельні послуги в області надавали 82 підприємства (з них 13 сертифікованих), що відповідно на 49,1 % та 62,5 % більше ніж у 2000 році. У 2004 році готельний фонд Львівщини складався з 44 готелів, 8 молодіжних турбаз, 5 гуртожитків для приїжджих, 3 хостелів та 30 інших місць для короткотермінового проживання. Доходи від надання основних та додаткових послуг підприємствами готельного господарства Львівщини у 2004 році становили 53943,2 тис. грн., у тому числі сертифікованих — 29935,6 тис. грн. За період 1998—2004 років змінилася і форма власності підприємств (рис 1).

Як видно з діаграми, зросла частка приватних та державних підприємств, з одночасним зменшенням комунальних та колективних підприємств. Зростання приватних підприємств у 2004 році порівняно з 1998 свідчить про зростання зацікавленості підприємців у розвитку цього виду діяльності, так як готельне господарство дає досить швидке повернення вкладених коштів. Незважаючи на це у 2004 році українські інвестиції в основний капітал становили тільки 9433 тис. грн., що на 9855 тис. грн. менше ніж у 2003 році. Зменшилися і іноземні інвестиції з 1692,11 тис. дол. США у 2003 році до 630,05 тис. дол. США у 2004 році.

Якість готельного фонду Львівщини у 2004 році характеризувалася такими показниками:

- п'ять чотиризіркових готельних підприємств: готелі «Дністер», «Гранд-Готель», «Львів—Супутник», «Наварія Нова» та мотель НВКП «Вісник»;
- шість тризіркових готелів: ГНК «Гетьман», «Гранд-Резорт», «НТОН», «Перлина Карпат», «Олена», «Еней»;
- чотири двозіркових готелі: «Власта», «Жорж», «Тустань», ДП «Львівенергоком».

3 вересня 2005 року в м. Трускавець відбулося відкриття нового лікувально-оздоровчого закладу «RIXOS Prikarpatye» — готельного комплексу, який є частиною всесвітньовідомої мережі «RIXOS», заснованої у Туреччині та представленій низкою готелів у багатьох курортних містах. Це перший п'ятизірковий готель у Західній Україні. Загальна площа «RIXOS» становить 57460 м². Готельний комплекс складається з 434 номерів з медичним центром, де можна провести обстеження, а також пройти курс лікування, зокрема санаторно-курортного. В готелі працює 450 осіб, з них 80 — у медичному центрі, 20 працівників є громадянами Туреччини. У будівництво готельного

комплексу інвестовано близько 50 млн. доларів. Щорічно за прогнозами «RIXOS» цей готельний комплекс приносить до міського бюджету 1 млн. 300 тис. гривень.

Протягом 2004 року в готелях та інших місцях короткострокового проживання Львівщини було надано послуги 219,5 тис. чоловік, що на 33,6 % більше, ніж у 2000 році. У готельному господарстві дуже важливим компонентом є кількість прийнятих іноземних туристів, адже обслуговування іноземних туристів є джерелом надходження валютних коштів у країну (експорт послуг). Майже чверть цих приїжджих (21,4 %) становили іноземні громадяни — 47,0 тис. осіб. Слід зауважити, що іноземні громадяни значну перевагу надавали сертифікованим готелям. Саме у цих готелях зупинилося більше половини всіх іноземців (35,6 тис. осіб).

Питома вага іноземців у загальних доходах від надання послуг з проживання у 2004 році склала 46,3 %, що на 14,1 % менше, ніж у 2000 році.

Зменшення питомої ваги іноземців у доходах від надання послуг проживання є наслідком цінової ситуації в сфері послуг для населення у 2003—2004 роках, що характеризувалося зростанням приросту цін (тарифів). Високий рівень цін зменшує можливість користування послугами готелів та примушує туристів, включаючи іноземних громадян, звертатися до приватного сектору. За даними Держкомкордон чисельність іноземців, що реєструються в готелях країни, значно менша загальної чисельності іноземців, що в'їхали в країну. Це підтверджує появу тіньового ринку готельних послуг. Власники приватних квартир, спеціально обладнаних для прийому гостей на короткий термін, надають приїжджим повний спектр додаткових послуг: приготування їжі, транспорт, при потребі послуги перекладачів. Тіньовий готельний бізнес має можливість гнучко змінювати ціни в залежності від попиту та сезонності. Це призводить до неповного використання підприємств готельного господарства. Річний коефіцієнт використання місткості цих підприємств у 2004 році становив 0,20.

Однією з найважливіших характеристик якості готельного господарства є рівень комфорту. Останній здебільшого визначається технічним оснащенням, складом номерів та обсягами пропонованих послуг, об'єктами яких є автостоянки, заклади харчування та торгівлі, сауни, пральні та ін. На кінець 2004 року сфера сервісу Львівської області налічувала 109 одиниць структурних підрозділів, що на 3,8 % більше, ніж у 2000 році, з них:

- автостоянки — 21;
- ресторани, кафе, бари тощо — 42;
- сауни (лазні, басейни) — 13;
- пральні — 17;
- інші — 16.

Для того, щоб готельні підприємства надавали якісні послуги, необхідно постійно відновлювати матеріально-технічну базу. На кінець 2004 року залишкова вартість основних засобів готельних підприємств Львівщини становила 71,2 млн. грн., що лише на 10,7 % більше, ніж у 2000 році.

Незважаючи на задекларований курс на розвиток туризму в Україні, невід'ємною частиною якого є готельне господарство, ця галузь на Львівщині не розглядається як потенційне джерело росту зайнятості населення. На підприємствах готельного господарства Львівської області у 2004 році працювало 1894 штатних працівника, що тільки на 107 осіб більше, ніж у 2002 році.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ: ПРОБЛЕМИ І МОЖЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

1. Функціональні напрямки інформатизації туризму

Впровадження сучасних інформаційних технологій в туристичну сферу — необхідна передумова не тільки її розвитку, але й нормального існування. Туристичний продукт розробляється, пропонується, замовляється, продається у вигляді інформації, тобто купуються права на туристичні послуги. При цьому важливим є об'єктивність інформації, легкість доступу і оперативність її отримання, повнота, наочність, можливість інтерактивного оформлення замовлень та оплати послуг.

Сучасні інформаційні технології, системи та мережі дозволяють ефективно реалізовувати такі функціональні напрямки діяльності в сфері туризму і гостинності:

- довідкова діяльність;
- іміджева політика, реклама туристичних та інших можливостей держави, регіонів, населених пунктів, зон і об'єктів;
- електронний маркетинг туристичного продукту і послуг;
- організація продажу туристичного продукту і послуг;
- моніторинг, аналіз та планування туристичної діяльності;
- розробка туристичного продукту;
- автоматизація роботи суб'єктів туристичної діяльності.

Перші п'ять напрямків ефективно реалізуються з використанням національних і глобальних інформаційних мереж (дистриб'юторних мереж, мережі Інтернет) та технологій електронного маркетингу, статистичної обробки даних і прийняття рішень. Інші два напрямки реалізуються з використанням спеціальних і універсальних автоматизованих інформаційних систем туристичних фірм, закладів гостинності та інших суб'єктів надання туристичних і супутніх послуг.

Найбільш ефективні довідкові засоби туристичної галузі базуються на спеціальних серверах баз туристичних та супутніх даних, зв'язаних з глобальними інформаційними мережами.

Рекламна діяльність у сфері туризму і гостинності має дві основні складові:

- створення та підтримка позитивного іміджу держави, регіону, певної місцевості, враховуючи їх стан та можливості;
- просування національного туристичного продукту на внутрішньому та зарубіжному ринках.

Ефективність рекламної діяльності значною мірою залежить від якісного і кількісного представництва національних (регіональних) туристичних об'єктів і можливостей в інформаційних мережах, в першу чергу в мережі Інтернет та глобальних дистриб'юторних мережах.

Електронний маркетинг та організація продажу забезпечує реалізацію функцій пошуку, замовлення (бронювання), оформлення і оплати туристських послуг з використанням засобів глобальних дистриб'юторних мереж, мережі Інтернет, електронної пошти, інших мереж загального та корпоративного користування. Необхідною умовою ефективного електронного маркетингу є автоматизація представлення, використання та актуалізації власної бази даних продуктів і послуг підприємств.

Автоматизація моніторингу, аналізу та планування туристичної діяльності забезпечує ефективну реалізацію функцій контролю та управління туристичною діяльністю в країні та регіонах на основі об'єктивних даних про стан галузі та результати роботи.

Автоматизація розробки туристичного продукту забезпечує скорочення витрат і терміну виконання всього комплексу робіт з планування, вибору складових продукту, замовлення та управління завантаженістю транспортних та готельних засобів, включення додаткових послуг культурно-пізнавального, рекреаційного та іншого спрямування, калькуляції туру і планування прибутку.

Автоматизація роботи суб'єктів туристичної діяльності спрямована на підвищення ефективності організаційного управління (маркетингу та менеджменту) туристичних підприємств (туроператорів, агентів, готелів, ресторанів тощо).

2. Сучасний стан розвитку інформаційних технологій в туризмі

Довідкова діяльність є основою практично всієї туристичної діяльності і головним фактором її ефективності. Ніякі інші види інформаційної діяльності в туризмі без достовірної і актуальної бази даних не можуть забезпечити розвиток туризму. Бази даних туристського профілю охоплюють інформацію про організації, що надають туристські послуги і дані по всім видам туристських послуг — туристські тури; індивідуальні і колективні туристичні послуги; історичні і культурні об'єкти та можливості їх відвідання; готелі, пансіонати і санаторії та можливості їх замовлення; відпочинок і розваги та можливості їх здійснення; транспортні об'єкти та можливість замовлення квитків і транспортних засобів; соціально-економічні, географічні, кліматичні відомості тощо. Крім того для туристів необхідна міська та регіональна довідкова інформація (зокрема телефони, адреси, мапи, схеми, об'єкти харчування і дозвілля, міський, приміський та міжміський транспорт), а також специфічна інформація для окремих видів туристичної діяльності (діловий, релігійний, зелений, екстремальний туризм тощо).

Довідкова інформація може надаватися усно, через друковану продукцію та спеціальні довідкові сервери в мережі Інтернет. В розвинутих в туристичному плані країнах всі ці види довідкової діяльності використовують досить ефективно. Найбільш ефективними закладами довідкової діяльності є туристичні інформаційні центри (ТІЦ).

Туристичні інформаційні центри створюються для просування регіону на національному і міжнародному рівні, надання інформаційних і сервісних послуг з туристичної та супутньої діяльності в країні, регіоні, місті гостям (туристам, екскурсантам, транзитним відвідувачам) та місцевим мешканцям. Основним завданням ТІЦ є створення сприятливого інформаційного середовища для іногородніх і іноземних громадян. Ефективне вирішення цього завдання може забезпечити значне зростання потоків туристів і екскурсантів у відповідному регіоні. Основні види послуг для туристів такі:

- надання довідкової інформації стосовно країни, регіону, міста (історія, культура, об'єкти, заклади гостинності, події, транспорт тощо);
- комунікаційні послуги (Інтернет, електронна пошта, відеотелефонний та телефонний зв'язок);
- замовлення, бронювання та придбання квитків на транспорт;
- придбання квитків на культурні та розважальні заходи;
- замовлення екскурсій, гідів та перекладачів;
- замовлення місць в готелях та інших закладах короткотермінового проживання;
- замовлення банкетів та місць в ресторанах;
- замовлення трансферів та прокату автомобілів;
- замовлення та придбання внутрішніх турів.

Туристичні інформаційні центри повинні також виконувати такі функції забезпечення діяльності:

- створення та підтримка роботи єдиної мережі ТІЦ;
- підтримка роботи і модернізація туристичного Інтернет-порталу (сайту) регіону;
- створення та підтримка роботи інформаційних баз туристичного призначення;
- реклама туристичних можливостей та просування країни, регіону, міста на туристичному ринку;

- моніторинг (облік) потоків в'їзного туризму;
- аналітична і статистична обробка даних туристичної діяльності в регіоні;
- організація зв'язків з утримувачами супутньої інформації, необхідної туристам.

Як правило, ТІЦ діють в рамках певного регіону, міста, району, представляють їх туристичні можливості, обслуговують гостей цього регіону. Але вони можуть також виконувати функції дистриб'юції послуг суб'єктів інших регіонів (продаж квитків, турів, путівок тощо). У великих містах створюють мережі туристичних інформаційних центрів, які, в свою чергу, можуть об'єднуватись в регіональні або національні мережі ТІЦ. Для прикладу: у Великобританії функціонують 560 ТІЦ, з них 13 — в Лондоні; в Литві — 40 ТІЦ, з них у Вільнюсі — 4. В Росії достатньо ефективно працюють ТІЦ в Москві, Санкт-Петербурзі, Ленінградській області.

Електронний маркетинг та організація продажу туристичного продукту і послуг.

На поточний момент в світі більше ніж 90 % туристичних продуктів і послуг можна замовити та придбати в режимі он-лайн (інтерактивному діалоговому режимі) через агентів або безпосередньо самими споживачами. Біля 50 % туристичних послуг (номери в готелях, тури подорожей, екскурсії, квитки на культурно-розважальні заходи тощо) і більше 80 % квитків на пасажирські перевезення продаються через глобальні і регіональні мережі. І технології електронного маркетингу розповсюджуються стрімкими темпами. До того ж впровадження нових інформаційних технологій не потребує дуже великих інвестицій, котрі необхідні для капітального будівництва, промисловості, транспорту.

Електронний маркетинг туристичних послуг реалізується на базі глобальних дистриб'юторних мереж та мережі Інтернет. Проведемо короткий аналіз існуючих інформаційних каналів реалізації (дистриб'юції) послуг:

- глобальні дистриб'юторні системи (ГДС);
- професійні інтернет-рішення;
- публічні інтернет-рішення.

Глобальні дистриб'юторні системи призначені для замовлення, бронювання та купівлі туристичних, транспортних і готельних послуг в реальному часі зареєстрованими агентами за допомогою спеціальних термінальних програмно-технічних засобів. В ГДС створюється та постійно актуалізується (в реальному часі або за графіком) база даних послуг своїх клієнтів. Згідно з представленими агентами в запиті вимогами до потрібної послуги система пропонує найбільш придатні з існуючих в базі даних (інвентарній системі). Основні функціональні можливості: довідка, замовлення (бронювання), купівля (оплата послуг).

Практично всі ГДС пропонують клієнтам та агентам такі функціональні розділи роботи:

- авіарейси (розклад, маршрут, наявність місць, бронювання, продаж);
- автомобілі (характеристики, наявність для прокату, трансферу, перевози, замовлення, оплата);
- готелі (характеристика номерів та додаткових послуг, наявність номерів, бронювання, продаж);
- круїзи (маршрут, графік, характеристика послуг, бронювання, продаж);
- тури (маршрут, графік, характеристика послуг, бронювання, продаж);
- тарифи (створення, розподіл та корегування опублікованих, конфіденційних і спеціальних тарифів);

— друк квитків (формування та друк квитків і звітів, контроль бланків).

Найбільші з функціонуючих на поточний момент глобальних дистриб'юторних мереж (в східній Європі та СНД — це Amadeus і Galileo) обслуговують біля 200 тисяч агентських терміналів бронювання (продажу) послуг на перевезення, проживання, турів, круїзів, екскурсій та інших супутніх послуг. Бази даних бронювання кожної мережі включають актуалізовану в реальному часі інформацію для замовлення і продажу авіаквитків (до 500 авіакомпаній), місць проживання (до 50 тисяч засобів розміщення), турів і круїзів практично всіх ведучих туристичних операторів, а також для замовлення автопрокату та трансферів (всі найбільші автопрокатні і автоперевізні компанії). До того ж ці мережі надають достатньо детальну інформацію про місця перебування (країни, регіони, міста), історико-культурні об'єкти, події, новини, погоду, карти, схеми, адреси.

У будь-якій з цих систем купівля послуги здійснюється в режимі реального часу (on-line), тобто ГДС гарантує практично миттєву передачу інформації як покупцю (агенту), так і представнику продавця (інвенторної системи). Подальша миттєвість для покупця визначається способом її підключення до свого представника. Платіжна інформація (№ кредитної карти) передається по закритій мережі, що гарантує покупцю неможливість її крадіжки.

Професійні інтернет-рішення можна умовно поділити на дві категорії:

- 1) інтернет-рішення ГДС;
- 2) інтернет-рішення спеціалізованих компаній.

Інтернет-рішення ГДС дозволяють клієнтам і агентам працювати з інвентарними системами через мережу Інтернет. Для клієнтів ці рішення впроваджуються автоматично при підключенні через інвентора до ГДС. При цьому клієнт не витрачає додаткових коштів, достовірність інформації залишається, як і в термінальних рішеннях, високою, оскільки виходить з одного джерела. Агенти (покупці) на кінцевому етапі користуються загальною базою даних ГДС. Процедура оформлення і купівлі послуги виконується найбільш ефективним способом для покупця, оскільки ГДС можуть дозволити собі і швидкодійний канал, і високий рівень його захисту.

Інтернет-рішення спеціалізованих компаній базуються на функціонально розвинутих сайтах портального типу цих компаній. Сайти подібних компаній можуть оперувати інформацією безпосередньо з баз даних організацій, що забезпечують підключення до інвентарних систем (switch-компаній), тобто з того ж джерела, що і ГДС. Це дає гарантію її достовірності, а у клієнтів відпадає необхідність контролювати власні дані в багатьох джерелах. Додаткова відмінність даних компаній від ГДС полягає в тому, що вони беруть участь у бізнес-процесі операцій бронювання і купівлі послуг клієнтів. Для останніх в цьому є істотна перевага, оскільки з них знімаються досить трудомісткі операції по взаєморозрахунках. При продажу через ГДС дані функції частково вирішуються представницькими компаніями, а частково існуючими спеціалізованими кліринговими організаціями.

Прикладом подібного рішення є сайт www.all-hotels.com фірми «All-Hotels» (Шотландія), яка є одним з найбільших в світі дистриб'юторів готельних і супутніх послуг в реальному часі через мережу Інтернет. Вона надає можливість бронювання і оплати місць в 100 тисячах готелів в усьому світі, авіаквитків, турів та супутніх туристичних послуг. Через веб-вузол All-Hotels можна також отримати достатньо детальну інформацію про місця перебування (країни, регіони, міста), історико-культурні об'єкти, події, новини, погоду, карти, схеми, адреси тощо.

Публічні інтернет-рішення базуються на власних сайтах організацій, що надають послуги. Ефективність таких рішень, як правило, дуже низька і доцільна лише для

великих організацій як додаток до участі в регіональних і глобальних дистрибуторних системах. Справа в тому, що по-перше, створення власної інвентарної системи (або автоматизованої бази послуг) у поєднанні з маркетинговими засобами мережі Інтернет потребує великих коштів. По-друге потрібна регулярна актуалізація даних, іноді навіть у реальному часі. По-третє, для того, щоб сайт знаходили, відомості про нього треба розповсюджувати в мережі Інтернет через пошукові сервери і портали.

Наявність мільйонів сайтів в Інтернет не дає підстав суб'єкту розраховувати на популярність її сайту — для цього необхідно вкласти досить великі кошти, а для більшості суб'єктів такі витрати недоцільні.

В країнах розвинутого туристичного бізнесу практично вся туристична, довідкова і рекламна інформація представлена на серверах і сайтах в мережі Інтернет з реалізацією можливостей контекстного та варіантного пошуку, бронювання та купівлі. Практично всі сайти (крім аматорських) мають зв'язок з необхідними базами даних та забезпечують високий рівень актуалізації, тобто інформація постійно поновлюється, а дані по замовленню послуг поновлюються в реальному часі. По всіх країнах присутні сайти таких категорій:

- національні туристичні портали;
- державні та приватні пошукові туристичні і довідкові сервери;
- регіональні та міські (муніципальні) туристичні і довідкові сервери;
- сайти туристичних інформаційних центрів;
- сайти асоціацій та громадських організацій сфери туризму і гостинності;
- спеціалізовані довідкові сервери та сайти (регіональна і міська інформація, транспорт, історія, культура, дозвілля, харчування тощо);
- сайти об'єктів надання послуг (готелі, пансіонати, ресторани тощо);
- агентські сервери і сайти пошуку та замовлення послуг;
- сайти туроператорів і турагентів.

Практично всі реально працюючі сервери і сайти представлені в найбільших міжнародних пошукових серверах Yahoo та Google, мають можливості замовлення або посилання автоматичного виходу на засоби замовлення. Кожен суб'єкт туристичної діяльності має можливість представлення своєї бази продуктів і послуг в глобальних дистрибуторних мережах або безпосереднім підключенням, або через спеціалізовані представницькі (світчингові) організації, що значно дешевше ніж безпосереднє.

Так наприклад, Чехія на міжнародних пошукових серверах Yahoo та Google представлена 290 серверами і сайтами, з них майже третина — по Празі. Доля реально працюючих сайтів (достатньо повна предметно-орієнтована інформація, вчасна актуалізація) досить висока — 80 %. Функції замовлення реалізовані майже на половині сайтів. Швидкість доступу і пошуку наближається до рівня західних країн (Дані дослідження Наукового центру розвитку туризму на січень 2005 року.).

В країнах СНД інформаційні технології в туризмі найбільш широко і ефективно використовуються в Москві. На міжнародних серверах Москва представлена 128 серверами і сайтами. Доля реально працюючих сайтів становить 65 %. Функції замовлення реалізовані більш ніж на 30 % сайтів.

3. Розвиток інформаційних технологій в туристичній галузі України

В Україні впровадження нових інформаційних технологій значно відстає від рівня розвинутих країн світу (а саме ці країни є найбільшими замовниками туристських послуг), а також від рівня країн східної Європи, розвинутих в туристичному аспекті країн Азії і навіть Росії.

Поки що не більше половини туристичних фірм використовує електронні технології та глобальні мережі для пропозиції, замовлення та продажу послуг. Серед

готелів, пансіонатів, санаторіїв, закладів харчування ці показники значно гірші. Тільки послуги бронювання авіаквитків, особливо на міжнародні рейси та рейси провідних зарубіжних авіакомпаній, автоматизовані на рівні, близькому до сучасного, але рівень функцій оплати замовлень далекий від сучасного.

На провідному українському пошуковому сервері Uaportal.com є більш ніж 650 посилань на сервери і сайти, пов'язані з туризмом, приблизно 140 — по Києву. Це непогані кількісні показники, але якість та ефективність сайтів дуже низькі. Реально працює з них приблизно 35 %. Функції замовлення (і то не повні) реалізовані не більше, ніж в 18 % сайтів. Довідкові сервери та сайти працюють надто повільно, інформація, що представлена на них, недостатньо повна і актуалізована. На міжнародних пошукових серверах Yahoo та Google представлено тільки біля 140 сайтів. Тобто іноземні замовники українські туристичні ресурси практично «не бачать». Причому 10 % з них — іноземного походження, 10 % — офіційні сайти адміністративних органів і організацій, 20 % — недостатньо актуалізовані або вузько спеціалізовані. Тобто тільки 60 % з представлених сайтів створена в Україні спеціально для розвитку туристичного бізнесу. Жоден з представлених веб-сайтів і серверів не може бути віднесений до категорії «національний туристичний портал» або «регіональний туристичний портал». Розподіл сайтів за тематикою представлений на рис.

У суб'єктів туристичної діяльності практично відсутні інвенторні інформаційні бази послуг, доступні з зовнішніх мереж для їх замовлення. В Україні нема жодної представницької організації для підключення до глобальних дистрибуторних мереж, а зарубіжні вимагають дуже значних комісійних виплат. За цих обставин українські суб'єкти туристичної діяльності представлені в глобальних дистрибуторних системах (Amadeus, Galileo) в незначній кількості (6—10 турфірм і до 20 готелів), до того ж вони вимушені працювати на квотовій основі. Це дуже низькі показники, якщо врахувати, що кожна з цих систем забезпечує бронювання більш ніж в 50000 готелях по всьому світу.

Представництво українських готелів в дистрибуторній Інтернет-системі «All-Hotels» на січень 2005 року становить 35 одиниць (з загальної кількості 100000), в тому числі Київ — 9, Дніпропетровськ — 2, Донецьк — 5, Івано-Франківськ — 1, Львів — 4, Одеса — 7, Севастополь — 1, Харків — 3, Ялта — 3. Всі ці готелі працюють через зарубіжні представницькі організації на квотовій основі.

В Україні практично повністю відсутні туристичні інформаційні центри. Чотири існуючі центри не можна повною мірою вважати ТІЦ.

Низький рівень інформаційних технологій значною мірою стримує розвиток туристичної діяльності в Україні.

Основними причинами (факторами), які стримують розвиток інформаційних технологій в туристичній галузі України, є:

- відсутність стандартів реєстрації та обміну туристичної інформації, узгоджених зі світовими стандартами;
- недостатня пропускна спроможність каналів зв'язку з зовнішніми мережами;
- відсутність ефективних мережних баз даних суб'єктів туристичної діяльності, туристичних об'єктів і продуктів та довідкової інформації;
- відсутність ефективних повнофункціональних національних і регіональних туристичних серверів і порталів, що забезпечують пошук і доступ до різнопланової інформації про туристичні об'єкти та послуги з можливостями вибору і замовлення потрібних послуг;
- відсутність туристичних інформаційних центрів (мережі ТІЦ);
- відсутність національних представницьких організацій, що забезпечують

підключення суб'єктів туристичної діяльності (їх інвенторної бази послуг) до глобальних дистриб'юторних мереж;

— відсутність централізованої системи розрахунків постачальників послуг і туристичних підприємств;

— відсутність системи авторизації кредитних карток з доступом через дистриб'юторні мережі;

— відсутність у більшості підприємств і організацій туристичної галузі достатньо ефективних автоматизованих інформаційних систем управління діяльністю (менеджментом і маркетингом);

— відсутність автоматизованих інформаційних систем моніторингу, аналізу та планування діяльності туристичної галузі.

Незважаючи на суттєве відставання від розвинутих в туристичному плані країн, в Україні за останній час відбулися досить значні позитивні зрушення в справі впровадження інформаційних технологій в туристичну галузь. Цьому в значній мірі сприяли такі фактори:

— розвиток законодавчої бази впровадження електронних технологій в Україні;

— участь України в міжнародному процесі створення Глобального інформаційного суспільства, участь в європейській програмі e-Європа;

— прийняття Державної програми розвитку туризму на 2002—2010 роки;

— прийняття Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003—2006.

**З ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ДІЯЛЬНОСТІ
НАВЧАЛЬНОГО ЛАБОРАТОРНО-ВИРОБНИЧОГО КОМПЛЕКСУ
ХАРЧУВАННЯ ТА ГОТЕЛЬНОГО СЕРВІСУ
ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ**

Туризм — багатостороннє явище, яке поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного розвитку, поєднується з багатьма галузями економіки, тому займає провідне місце у соціально-економічному житті країни [1].

Попри всі політичні, економічні, соціальні події, які відбуваються у нашій країні, вітчизняна індустрія туризму набуває якісно нових ознак. Це чи не єдина галузь, яка стабільно розвивається, пропонуючи все нові й нові види послуг. У туристській індустрії спостерігаємо динамічні процеси, які сприяють перетворенню галузі у високопотужну і прибуткову.

Успіхи в туризмі забезпечуються наполегливою творчою працею кадрів, які зайняті в ній, яка базується на ґрунтових знаннях та практичних навичках.

У сучасних ринкових умовах господарювання недостатньо мати хороші знання, галузі потрібні фахівці, які б змогли працювати, постійно генеруючи компетентні нововведення, свіжі ідеї, пропозиції, демонструючи при цьому готовність, здібність успішно реалізувати їх в умовах конкуренції. Сучасний успішний фахівець повинен бути творчою і впевненою в собі особистістю, працелюбною, схильною до розумного, виправданого ризику, тобто:

- проявляти творчу ініціативу, реалістично й творчо оцінювати ситуацію;
- творчо підходити до розв'язання задач і вирішення проблем, що виникають під час їх діяльності;
- вміло використовувати сприятливу нагоду та сприятливі можливості;
- мати мужність брати на себе відповідальність за результати справи;
- максимально використовувати можливості інформаційно-комп'ютерних мереж, передових технологій, досягнень науки і техніки [2].

Подальші успіхи у роботі таких фахівців визначаються в основному тим, наскільки високий і різнобічний рівень знань вони отримали під час навчання у ВНЗ. Тому система освіти повинна деякою мірою концентруватись на деталізації практичних відомостей і, виходячи із принципу узагальнення, передавати студентам широкий спектр знань, що забезпечили б розвиток умінь і навичок для вірного сприйняття і розуміння, а також успішного вирішення конкретних підприємницьких і загальногалузових проблем, що виникають на етапі сучасного розвитку готельно-туристичної індустрії.

Застосування прогресивних педагогічних технологій, таких як рейтинговий контроль знань, модульний принцип навчання, ділові ігри, використання ПЕОМ, аудіовізуальний супровід лекцій, тестовий контроль тощо значно сприяють поглибленому вивченню дисципліни, що викладаються студентам.

Такі форми навчання як ділові ігри і самостійне практичне вирішення ситуацій успішно застосовуються викладачами у нашому інституті, який здійснює підготовку фахівців для готельно-туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Згадані форми навчання виходять поза межі стін аудиторій. Для набуття практичного досвіду роботи майбутніх фахівців для готельно-туристичного бізнесу в інституті створено навчальний лабораторно-виробничий комплекс харчування та готельного сервісу.

У структуру комплексу входять студентське кафе «Гаудеамус», студентський хостел (готель), лабораторія готельного та туристичного підприємництва, лабораторія технології харчування, лабораторія готельного і ресторанного сервісу.

Переймаючи позитивний світовий досвід і враховуючи профільність нашого закладу, у Львівському інституті економіки і туризму — основному вищому навчальному закладу у Львівській області для підготовки висококваліфікованих фахівців з готельного і туристичного підприємництва, а також враховуючи вимоги хостельних організацій, 28 вересня 2004 року відбулось відкриття одного із перших в Україні хостелів, який створений на базі студентського гуртожитку. Новостворений хостел входить у структуру навчального лабораторно-виробничого комплексу харчування та готельного сервісу інституту.

Започатковуючи діяльність хостелу, ми ставили перед собою завдання не лише забезпечити студентів житлом, але й створити осередок спілкування молоді з різних регіонів України та іноземних держав, а також створити сучасну навчальну базу. Створення навчальної бази є чи не основною метою, з якою був створений хостел. Це своєрідний майданчик для проведення тренінгів з набуття навиків у реальних умовах.

Створення такого хостелу також дає можливість інституту ширше співпрацювати з Всеукраїнською молодіжною хостел-асоціацією, у майбутньому сприятиме здійсненню міжнародних обмінів студентами, розвивати туристичну індустрію з якісно новими ознаками.

З цією метою поряд із житловими, побутовими кімнатами, рецепцією, камерою зберігання власних речей обладнано конференцзал на 30 місць, який оснащений технічними засобами спілкування (телефон/факс, телевізор, відео, комп'ютери із підключенням до Інтернету), кімнату відпочинку. Також цього діє спортивний майданчик із гардеробом, душовими кабінами. Відповідно до сучасних вимог обладнані побутові приміщення:

- кімната для індивідуального приготування їжі з наявними у ній мікрохвильовими печами, холодильниками, набором посуду, електрочайниками;
- сучасні душові кабінки;
- пральня;
- приміщення для прасування одягу.

Новостворений хостел є сучасною базою практичної підготовки фахівців за спеціальностями напряму «Туризм», адже обслуговуючий персонал складають студенти старших курсів. Студенти надають послуги перекладачів, гідів, екскурсководів. В навчальній лабораторії готельного та туристичного підприємництва, яка входить у навчальний лабораторно-виробничий комплекс харчування та готельного сервісу, студентами розробляються різноманітні туристичні продукти:

- екскурсійні маршрути із повним описом на трьох іноземних мовах;
- відеоверсії екскурсій;
- забезпечення транспортних послуг.

В плані є впровадження і надання інших послуг.

Важливе значення приділяється таким послугам, як організація харчування, оскільки харчування є чи не найголовнішою складовою частиною сфери обслуговування туристів. У структуру комплексу інституту входять також лабораторія технології харчування, лабораторія ресторанної справи і студентське кафе «Гаудеамус».

Харчування є фізіологічною потребою людини. Крім того, воно розглядається як важливий елемент пізнання національної культури, зокрема національної кухні, а також засобом задоволення, елементом розваги тощо. Процес споживання їжі поєднується з процесом спілкування, виховання, відпочинку.

Забезпечуючи цю важливу послугу харчування, кафедра харчових технологій інституту із наукової точки зору підходить до розробки такого туристичного продукту, як меню, які розробляються у лабораторії технології харчування і впроваджуються у студентському кафе «Гаудеамус». Студентами під керівництвом викладачів розроблені семиденні меню (повний пансіон, напівпансіон) на 28 кухонь народів світу із технологічними і калькуляційними картами, а також меню оздоровчого харчування.

Поряд із якісно приготовленими та естетично оформленими стравами важливу роль відіграє загальне композиційне сервірування столу, підбір посуду та столових приборів, скатертин, серветок, оформлення меню на декількох мовах, оформлення залу. Саме ці практичні навички відпрацьовують студенти у лабораторії ресторанної справи.

Хостел, навчальні лабораторії, студентське кафе «Гаудеамус» є взаємопов'язаними ланками єдиного навчального лабораторно-виробничого комплексу інституту, який здійснює практичну підготовку майбутніх фахівців.

Створений хостел, навчальні лабораторії забезпечують набуття практичного досвіду роботи і високий рівень підготовки випускників, які легко зможуть увійти у самостійну трудову діяльність і в майбутньому забезпечують високий рівень туристичних послуг.

Література

1. Цибух В. І. Актуальні питання розвитку і кадрового забезпечення галузі туризму в ХХІ столітті // Наукові записки. — К.: НПЦ Перспектива, 2001. — Т. І. — С. 3.
2. Устименко Л. Пріоритети розвитку туризму в Західній Європі // Рідна школа. — 2000. — № 3. — С. 78—80.

ТАЙМШЕР ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туризм є однією з провідних і найбільш динамічних галузей світової економіки. За швидкі темпи росту він визнаний економічним феноменом ХХ сторіччя, і дослідники пророкують динамічний розвиток туризму у майбутньому.

Дана галузь господарства є основою статтею розвитку економіки багатьох розвинутих країн світу, а також країн, що розвиваються. За даними ВТО, внесок туризму у світову економіку (валове виробництво послуг) оцінюється в 3,5 трлн. дол. (дані 1993 року), що еквівалентно 10,9 % світового валового внутрішнього продукту. Подорожі і туризм забезпечують понад 11 % міжнародних інвестицій і приносять у скарбницю держав у вигляді податкових надходжень 302 млрд. дол. ВТО прогнозує бурхливий розвиток туризму. На думку експертів, щорічний обсяг туристів буде збільшуватися і досягне у 2020 р. 1,6 млрд. міжнародних туристичних відвідувань. [2].

Внаслідок цього туризм на сьогоднішній день відіграє одну з головних ролей у світовій економіці і є на даний час одним з найприбутковіших видів бізнесу у світі. Тому питання про майбутнє даної галузі світового господарства, про її перспективи і динаміку її розвитку у наступаючому третьому тисячолітті настільки важливі.

На полюсі, протилежному соціальному туризму, в останнє десятиліття спостерігається істотний розвиток одного з секторів туризму, — системи володіння клубним відпочинком, більше відомої як таймшер. Генеральний секретар Організації Таймшерів в Європі (ОТЕ), пан Петер Ван дер Марко, сказав, що в результаті першого незалежного Європейського вивчення таймшер-індустрії (таймшерінг), незважаючи на негативну рекламу і неправомірні комерційні дії окремих фірм, таймшерінг продемонструвала, що є вагомим частиною європейського туризму. Таймшер продовжує рости швидше, ніж промисловість туризму, і пропонує більш якісне розміщення і засоби дозвілля споживачам всієї Європи, особливо Фінляндії, Італії і на Канарських островах [9].

Система клубного відпочинку існує понад 25 років і дотепер є одним з найбільш прогресивно розвинутих секторів туристичного бізнесу. Щороку все нові клуби вводяться в експлуатацію, і все більша кількість родин надають перевагу цьому виду відпочинку перед будь-яким іншим. Чверть усіх власників таймшерів володіє Британськими курортами, інші мають власність за кордоном, головним чином в Іспанії (Канарські острови є найбільш популярними) і Португалії, а також на менш престижних курортах Італії, Франції й Австрії. Усього у світі 3 750 тис. власників даної системи відпочинку, з яких приблизно 1,9 мільйона американців, приблизно 30 % англійців, приблизно 20 % німців і австрійців, іншими користувачами є італійці, французи, скандинави та ін.; 4 700 курортів у 89 країнах, з яких 1550 знаходяться в США (Флорида, Каліфорнія), 450 — в Іспанії (включаючи Канарські і Балеарські острови).

Клубний відпочинок — це придбане законне і виключне право щорічно проводити один або більше тижнів своєї відпустки на обраному курорті або групі курортів (без надання власникові майнових прав володіння) довічно або протягом усього часу дії статуту клубу — в середньому 30—80 років.

Клубний відпочинок також надає власнику право:

- подарувати придбані тижні своїм дітям, близьким людям або родичам;
- продати придбані тижні іншим особам ;
- направити на відпочинок своїх друзів або знайомих;
- здати придбані тижні в оренду;
- переносити тижні відпочинку на інший термін року або пропустити відпочинок в одному році і додати ці тижні до свого відпочинку на наступний рік [10];

- мережі обмінів курортами дають можливість його власникові за невелику додаткову плату обмінювати придбані тижні відпочинку на будь-які інші тижні на одному з 4700 курортів по усім світі, використовуючи існуючу систему обмінів;
- здійснити довгострокове вкладення капіталу;
- одержати значну економію коштів за умови правильної покупки. Вкладені кошти окупаються вже через 4—5 поїздок у порівнянні з відпочинком у готелях і приносять відчутну економію сімейного бюджету [5].

Основним документом, що підтверджує право володіння придбаними тижнями, є клубний сертифікат (іноді його називають сертифікат відпочинку, сертифікат члена клубу, сертифікат володіння), виконаний типографським способом, у якому фіксуються основні дані за стандартною для даного клубу формою. Клубний сертифікат не є цінним папером.

Незалежні дослідження показують, що більш 85 % власників тижнів клубного відпочинку задоволені або дуже задоволені своїм придбанням. Понад 60 % власників тижнів звертаються на курорти або в маркетингові компанії за новими послугами. Понад 50 % власників придбали більш ніж один тиждень відпочинку.

Провідна компанія в області туризму і розваг «Дисней» і одна з найбільших систем готельного бізнесу «Мерріотт» також залучені до індустрії клубного відпочинку.

Таймшер (timeshare) як спосіб продавати готельні номери з'явився в Європі в 60-х роках. По одній версії вперше ідея продажу у власність по типу таймшер (розділеного часу) народилася в Англії 40 років тому назад на конференції готельних магнатів. Тоді була проблема з заповнюваністю готельних номерів, вирішенням якої стала ідея продажу цих номерів декільком власникам на тривалий проміжок часу вперед. За іншою версією, думка про таймшер зародилася у торговців нерухомістю на курортах Швейцарії, а потім у Франції в 60-х роках. В Америці таймшер став популярним продуктом, коли в середині 70-х на американському ринку нерухомості почалася криза. В період нафтової кризи в США квартири і курортні площі, що пустували, приносили збитки, і тоді у Флориді вперше застосували формулу «спільного володіння відпочинком». Тут клієнт міг викупити право проживання у готелі один-два тижня на рік на 20—30 років вперед. Такого роду угоди були вигідні обом сторонам (для покупця це виходило дешевше, а власник готелю одержував гарантовану кількість клієнтів). Так з'явився новий продукт, який назвали «таймшер».

Ідея була визнана революційною: покупцю тепер пропонували не тільки час відпочинку на постійному курорті, але й можливість обміняти цей час на інший на іншому курорті. Спочатку ідея, що вимагала ще ретельного опрацювання з метою вдосконалення, мала місце в США. Там, у Індіанapolisі, у 1974 році була створена міжнародна обмінна компанія RCI (Resort Condominiums International), майже 2,4 мільйони членів якої проживають у 211 країнах, а через два роки — друга подібна фірма, II (Interval International) з понад 1 млн. членів в усьому світі.

Система повернулася в Європу на початку 80-х років [11]. Європейський офіс RCI був відкритий у 1977 році. В цьому офісі працювало спочатку вісім чоловік, що розмістилися в одній кімнаті й вручну виконували обмінну роботу. Тепер офіс RCI зв'язаний комп'ютерною мережею з Індіанapolisом. У 1997 р. в обмінній базі RCI було зареєстровано вже 300 курортів у 81 країні світу і 2,2 млн. родин, що володіють відпочинком, було оформлено 1,7 млн. обмінів. В даний час у компанії 64 представництва в 32 країнах, з них 15 — у Європі [12].

До системи клубного відпочинку приєднуються курорти з усього світу, власники курортів платять внески компаніям, а родини, які купили час для відпочинку на одному з курортів, стають членами клубу RCI або II. Бажаючи поміняти свої тижні на інші повинні подзвонити в офіс обмінної компанії, щоб «зарезервувати» свій тиждень, тобто

помістити його у банк обміну. Після чого можна оформляти запит на курорт, що сподобався, з каталогу фірми. Однак курорт повинний бути рівноцінним, а тиждень належати до відповідного сезону [6].

Діяльність компанії передбачає додаткові платні послуги, в які входить бронювання квитків, прокат автомобілів, страхування туристів, програми турів і круїзів і т. п. Усі послуги RCI платні. Щорічні внески в клуб відпочинку — від 150 дол.

Порівняно з соціальним туризмом, таймшер має наступні переваги:

1. Організація відпочинку українських та іноземних громадян по таймшер-системі, безумовно, має велике значення для збільшення числа додаткових робочих місць, тому що в її роботі беруть участь банки, страхові, трастові і туристичні компанії, авіакомпанії, юридичні агентства, готелі, будівельні компанії тощо.

2. Продаж таймшерних послуг клієнтам, що бажають придбати цей вид відпочинку, є значною статтею доходів місцевих бюджетів. Поповнення бюджетів відбувається за рахунок надання послуг по оренді автотранспорту і туристичного інвентарю, продажу продуктів харчування і сувенірів, оплаті екскурсій і багатьох інших послуг. За міжнародними оцінками, власники відпочинку витрачають протягом відпустки в середньому на 20 % більше, ніж постояльці готелів або інші типи туристів.

3. Стандартні клубні апартаменти по своїй площі (до 200 м²) зазвичай у кілька разів більше готельних номерів, вони мають вітальню, спальню, кухню, цілком укомплектовані всією необхідною побутовою технікою. У клубах є магазини, що дає можливість заощадити на витратах, пов'язаних з харчуванням.

4. Вартість проживання в клубних апартаментах складає 220—270 дол. за тиждень на чотирьох; при обміні в інший клуб необхідно доплачувати від 135 до 169 дол. за чотири особи, ці ціни дійсні для будь-якої країни, тоді як у готелях у європейських країнах середня ціна двомісного (а не чотиримісного) номера в готелі коливається в межах 100—200 дол. за добу.

5. Система таймшер довічна і передається у спадщину. Один раз вклавши гроші, клієнт і його діти будуть користуватися цим завжди.

6. Володіння клубними тижнями — показник фінансової заможності і гарантія того, що сусідами по відпочинку будуть гідні люди.

7. Можливість користування послугами RCI Travel — підрозділу, що візьме на себе послуги з придбання квитків, одержання віз і страховок, бронювання автомобілів тощо.

8. Є система знижок на авіапереліт. Зазвичай клуби надають безкоштовний трансфер.

9. Можливість відпочивати практично в будь-якій частині світу.

10. У власників таймшера є можливість:

— переносити тижня своєї відпустки на наступні роки шляхом депонування своїх тижнів і в такий спосіб збільшувати період відпочинку;

— направити на курорт своїх батьків, дорослих дітей, бабусь і дідусів з онуками, родичів або просто знайомих;

— передати за погоджену суму свої тижні в тимчасове користування (оренду) маркетинговим компаніям;

— подарувати свої тижні або передати в спадщину;

— продати свої тижні в майбутньому.

11. Таймшер є перспективним сектором економіки для багатьох розвинутих країн і країн, що розвиваються, у Європі, Азії, Північній Америці, Новій Зеландії, Австралії. В останнє десятиліття темпи росту цієї індустрії туризму перевищували темпи росту індустрії туризму в цілому і досягали 10—12 % щорічного приросту.

На нашу думку, таймшер має наступні недоліки:

1. Великі первісні вкладення [13].

2. Оплата придбаних тижнів здійснюється найчастіше за 100% передоплатою.
3. Необхідність оплачувати щорічні внески: незалежно від того, чи скористався клієнт поїздкою чи ні.
4. За обмін також необхідно щоразу платити суму, встановлену компанією.
5. У ціну таймшера входить тільки проживання. Харчування, авіаквитки, візи, медичну страховку, візовий збір необхідно оплачувати окремо.
6. Можливі зловживання з боку реалізатора, що дає недостовірну інформацію про умови відпочинку. Методи агресивного маркетингу, невиконання зобов'язань компаній є однією з причин стійкого упередження українців проти таймшерінгу.
7. Повний час оформлення угоди займає в середньому 2—3 місяці, що пов'язано з необхідністю оформлення клубних сертифікатів, внесення нових власників до реєстру клубу і юридичне оформлення всіх документів.
8. Продати таймшер дуже складно, тому що число компаній реально працюючих на вторинному ринку продажів обмежено [8].

З прийняттям уніфікованого європейського законодавства по таймшерінгу (директива 94/47 ЄС Європейського парламенту і Ради від 26 жовтня 1994 р.) значно пожвавився ринок клубного відпочинку. Він також відчуває потребу по розширенню географії мережі своїх клубів.

Економічна вигода для регіонів України, де таймшер одержить свій розвиток, є очевидною і доведеною на прикладах інших країн. Найбільш перспективними для будівництва таймшерних курортів, на нашу думку, є Карпатський регіон і курортна зона Криму. Одним із стратегічних напрямків розвитку Карпатського регіону є пріоритетне освоєння його рекреаційного потенціалу, що підтверджують такі основні аргументи: наявність природно-ресурсної бази; вигідне географічне положення; фактор територіального поділу праці; екологічні фактори території; економічна конкурентоспроможність рекреаційної сфери [3].

Деякі будинки відпочинку і санаторії на Чорноморському узбережжі зацікавлені в тому, щоб почати продавати апартаменти по таймшерному принципу. У рамках Програми «Нова кримська лінія» розробляється комплекс проектів, що містять новий підхід до удосконалювання і просування туристичних послуг Криму. Одним з напрямків цього проекту є проект «Кримський таймшер» («Європейські поселення у Криму») [14]. Ринок туристичних послуг країн СНД вже має подібний досвід. Так, у Вірменії фірма «Овнанян Інтернешнл», представляючи подібний проект по будівництву котеджів поблизу Єревана, одержала схвалення на щорічній Міжнародній Лондонській виставці, присвяченій туризму, і приступила до його реалізації [7].

Відношення до таймшерінгу в Україні має тенденції щодо покращення, якщо подібного виду послуги, підкріплені необхідною законодавчою базою, будуть широко представлені на туристичному ринку України, оскільки, купуючи щось на внутрішньому ринку країни, людина почуває себе набагато впевненіше: вона краще орієнтується в цінах і може точно оцінити вигідність даного придбання. Просування іноземними компаніями своїх послуг у сфері ринку таймшера в нашій країні забезпечить надходження іноземних інвестицій в економіку України.

Перший в Україні таймшер-клуб, що орієнтується на власні готельні комплекси, створений у 2004 році. Відома на Україні торговельна марка «Пори року», з моменту введення в експлуатацію свого другого комплексу в районі с. Місхор на території колишнього санаторію «Марат» оголосила про створення клубу [15].

У таймшера запозичена ідея продажу фіксованого тижня на тривалий термін вперед, а умови договору, гарантії, додаткові послуги — істотно відрізняються.

По-перше, клуб орієнтується тільки на свої комплекси і, в зв'язку з цим, гарантує той обсяг послуг, що пропонує, при цьому ціна в 5—7 разів нижче закордонних аналогів і істотно нижче звичайної роздрібної ціни на Українському ринку.

По-друге, викуповуючи фіксований тиждень, клієнт платить тільки один раз і потім користується своїм номером 5—10 років без додаткових внесків (закордонні аналоги передбачають, як правило, додаткові щорічні внески, доплату за обмін на іншу базу).

По-третє, клуб розглядає своїх членів як партнерів і VIP-клієнтів, надає їм додаткові знижки (до 25 %) на інші послуги, що пропонуються у клубних комплексах, а також «режим максимальної лояльності».

На основі проаналізованого матеріалу з теорії та практики таймшерінгу можна зробити наступні висновки:

- 1) розвиток таймшерного ринку в Україні прямо залежить від рівня розвитку економіки і доходів населення;
- 2) необхідність матеріальної бази для розвитку таймшерних послуг на регіональному рівні;
- 3) у силу визначених суб'єктивних і об'єктивних причин, в Україні споживач фактично не має представлення про даний вид послуг. У зв'язку з цим існує необхідність проведення маркетингової політики по відношенню до клубного відпочинку;
- 4) створення таймшерних курортів в Україні обмежить вплив капіталу з країни, і тим самим призведе до «реверсу» капіталу з-за кордону, тобто збільшить можливості залучення іноземного капіталу;
- 5) необхідність створення відповідної законодавчої бази для фірм, що працюють на ринку таймшерних послуг.

Література

1. Кадрова А. Д. Организация сферы туризма: М. — С.-Пб.: Издательский дом Герда, 2004. — 318 с.
2. Квартальнов В. А. Туризм: М.: Финансы и статистика, 2003. — 316 с.
3. . . . Соціально-економічні умови розвитку рекреаційної індустрії: К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 96 с.
4. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 208 с.
5. Дайджест мировой таймшер-прессы // Клубный отдых. — 2000.
6. http://www.rci-club.com.ua/about_timeshare.shtml
7. http://www.express.am/9_03/business.html
8. <http://www.helplinein.com/timeshare.htm>
9. <http://www.tour.com.ua>
10. <http://www.rci.ru>
11. <http://www.abic.spb.ru>
12. <http://www.turgid.ru>
13. <http://www.tourism.mobile.ru>
14. <http://www.krim-line.narod.ru/General.htm>
15. <http://www.hotel-seasons.com>

ФАКТОРИ І ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Якість обслуговування — проблема комплексна. Її вирішення передбачає ефективне використання важелів, різних форм та методів впливу.

Якість обслуговування — це сукупність властивостей і ступеню корисності послуг, що обумовлює здатність усе повніше задовольняти потреби споживачів.

Якість обслуговування — це сукупність характеристик послуги, які надають їй можливість задовольняти обумовлені потреби.

До важливих характеристик послуг відносять: надійність; попереджувальність; довірливість; доступність; комунікативність; уважне ставлення.

Надійність визначається як можливість персоналу чітко надати обіцяну послугу. Основою для надійності являється компетентність персоналу обслуговування. Залагодити некомпетентність персоналу не можуть ні великі витрати на реконструкцію і оновлення ресторану, ні доброзичливе і привітне обслуговування клієнта.

Попереджувальність — рішення допомогти клієнту і без затримки надати послугу. Під час обслуговування дуже часто виникають нештатні ситуації. У подібних випадках оцінюється вміння підприємства знайти неординарне і ефективне рішення.

Дослідження, проведені у ресторанах, підтверджують, що одна із перших ідей, які виникають у персоналу обслуговування під час конфліктних ситуацій, — це захистити себе, довести, що вони не винні у виникненні проблеми. Даний результат свідчить про невпевненість персоналу в тому, що керівництво дійсно підтверджує піклування клієнтами.

Довірливість — вміння персоналу викликати довіру. Для створення довіри дуже важливо акцентувати увагу на зовнішніх ознаках, яким споживачі довіряють у більшій мірі. Добре організований інтер'єр ресторану, чистота приміщень і приємний вигляд усміхненого персоналу — це все зовнішні критерії якості обслуговування, за якими клієнти зроблять висновок про те, що на якомусь конкретному підприємстві все добре і йому слід довіряти.

Доступність — легкість встановлення зв'язків із персоналом обслуговування.

Комунікативність — вміння забезпечити таке обслуговування, яке виключить непорозуміння між персоналом та клієнтами за рахунок того, що необхідна інформація буде надаватися клієнтам вчасно і без додаткового запитання з їх сторін.

Уважне ставлення — індивідуальне обслуговування і увага, яку підприємство проявляє по відношенню до клієнта. Особлива цінність цієї характеристики якості послуги пояснюється тим, що кожний клієнт має особливі потреби, які відрізняються від потреб інших людей.

При розгляді якості послуги часто вживають нестандартні визначення: «відповідає—не відповідає», «вище рівня—нижче», «добре—погано», «задовольняє потреби—не задовольняє» і т. д.

При оцінці якості послуги споживач порівнює те, що йому надали, з тим, що він хотів одержати. Очікувана послуга являє собою очікувану якість і може співставлятися із побажаннями та індивідуальними нормами споживачів.

Сприйняття якості може в час використання пристосовуватись до сформованих очікувань. Якщо якість, яка сприймається, незначно відхиляється від очікувань, то споживач пристосовує сприйняття під свої очікування.

Описана модель сприйняття споживачем якості послуги дозволяє розглянути це поняття, як єдність трьох частин: базової якості; необхідної якості; бажаної якості.

Базова (основна) якість — це сукупність тих властивостей послуги, наявність яких споживач вважає обов'язковими. Прикладами базових якостей для послуг

ресторану можуть бути: санітарний стан приміщень, столового посуду, приборів, столової білизни; зовнішній вигляд персоналу, дотримання особистої гігієни; дотримання асортименту страв, напоїв, кулінарних і кондитерських виробів; безпомилкові операції при проведенні кінцевого розрахунку із гостем і т. д.

Забезпечення базових якостей послуги може потребувати постійних зусиль і затрат ресурсів підприємства. Разом з цим виробник завжди повинен мати на увазі, що базові показники якості не визначають цінність послуги в очах споживача.

Необхідна (очікувана) якість — це сукупність технічних і функціональних характеристик послуги. Вони показують, наскільки послуга відповідає тому, що було заплановано підприємством. Саме необхідні якості послуги зазвичай рекламуються і гарантуються підприємством.

Бажана якість являє для споживачів неочікувані цінності пропонованої йому послуги, про наявність яких він міг тільки мріяти, не уявляючи їх реалізації. Особливість бажаної послуги полягає в тому, що споживач не повинен придумувати їх сам. Він, як правило, не потребує їх, але високо цінить їх наявність у послугі, яку йому пропонують.

Реалізація бажаних показників якості часто являється результатом добре продуманої комбінації різних технологій і глибокого знання виробником того, що бажає споживач і як він буде цим користуватися.

З точки зору задоволення потреб клієнта особливий інтерес являє запропонована американським вченим Кедотом і Тердженом типологія елементів обслуговування. В результаті вивчень потреб, які мають вплив на рішення клієнтів про придбання послуги, цими вченими були виділені чотири групи елементів обслуговування: критичні; нейтральні; які приносять задоволення; які приносять розчарування.

Критичні елементи являються сутністю індустрії гостинності. Це основні фактори, які мають безпосередній вплив на поведінку споживача. Вони повинні бути присутні в першу чергу, оскільки засновані на мінімумі стандартів, приємних для споживачів. Якщо підприємства хочуть вижити в конкурентній боротьбі, вони повинні зробити все, щоб запропонувати саме ті елементи обслуговування. Приклади їх дуже прості: чистота приміщень, здорова їжа і т. д.

Нейтральні елементи, навпаки, не мають прямого впливу на діяльність підприємства. До цих елементів можна віднести колір форми персоналу, який обслуговує, розміщення автомобільної стоянки та ін.

Елементи, які приносять задоволення, можуть викликати позитивну реакцію, якщо очікування виконані, але ніякої реакції не буде, якщо очікування задоволені або, навпаки, не задоволені. Наприклад, безплатні напої, які надаються гостям під час бенкетів від імені директора, квіти, які надаються адміністрацією жінкам в ресторанах і т. д.

Елементи, які розчаровують бувають тоді, коли вони не виконані правильно і відповідно викликають негативну реакцію. До таких елементів відносяться і невдало вибрана або організована стоянка для машин, яка заставляє гостей далеко йти; недружелюбний персонал і т. д.

До поняття «якість послуги», яке дозволяє всесторонньо оцінити діяльність підприємств гостинності, відноситься поняття «відносна якість», яке являє собою відправну в розробці стратегій якість, орієнтовану на споживача. Виявлення відносної якості зміцнює надійність підприємства, дозволяє завоювати і втримати позиції на ринку.

Поняття «якість послуги» також можна розглядати як комплекс, який складається із наступних частин: якості потенціалу (технічної якості); якості процесу (функціональної якості); якості культури (соціальної якості).

Якість потенціалу, або технічна якість, складається із критеріїв, які відносяться до виробничого стану підприємств ресторанного господарства.

Функціональна якість — це якість процесу надання ресторанних послуг, коли відбувається безпосередній взаємозв'язок із персоналом. Якщо якість негативна, то навіть чудовий обід не може виправити почуття незадоволеності.

Соціальна якість — це якість культури, яка формується поведінкою і позицією працівників ресторану по відношенню до гостей.

У багатьох зарубіжних ресторанах, які надають велику увагу якісному обслуговуванню, за критерій якості приймають скарги, що дозволяє оцінити, з приводу якої із загальних якостей є більше всього обумовлених скарг клієнтів.

Показники якості і культури обслуговування споживачів досліджували у ресторані «Супутник», що входить до складу готельно — туристичного комплексу у м. Львові.

Ресторан «Супутник» — це ресторан вищого класу. Тому робота торгового залу, виробництва і адміністрації спрямована на те, щоб ресторан відповідав встановленим вимогам, нормам, правилам — вищої категорії.

З погляду Дж. Харінгтона, — «Якість — це задоволення очікувань споживача за ціну, яку він собі може дозволити, коли у нього виникла потреба. Висока якість — підвищення очікувань споживача за більш низьку ціну, ніж він чекає».

Споживачі, що відвідали цей ресторан, можуть здивуватися низькими цінами і високою якістю наданих страв і високою культурою обслуговування.

А така якість може бути тільки при добре налагодженій роботі, як на виробництві, так і в торговому залі, яка сприяє підвищенню якості продукції, що випускається, культури обслуговування, виконанню планових задач, підвищенню ефективності виробництва і рентабельності підприємства.

На підприємстві працюють висококваліфіковані кухарі, офіціанти і бармени, а також керівники, що уміють управляти і мають характеристику лідера.

Що стосується виробництва, то тут існує технологічний розподіл праці, що залежить від характеру технологічного процесу. На зміні всього лише три кухарі (в м'ясному цеху, холодному і гарячому), але кожний відповідає за свій процес і виконує поставлені перед ним задачі. І для підвищення продуктивності праці працівників велике значення має відокремлення основних функцій кухаря від допоміжних, якими займаються кухонні працівники, прибиральниці. В цехах добре обладнані робочі місця для різних технологічних операцій, оснащені повним набором інструментів, посуду, інвентарю, пристосувань.

Працівниками постійно вивчаються нові прийоми і методи праці. Постійно підвищують знання технології приготування страв, розробляються нові страви, закуски, десерти.

На виробництві налагоджений раціональний розподіл робочого навантаження протягом дня, особливо, коли підприємство пропонує широкий асортимент страв і напоїв.

Професійна майстерність і кваліфікація персоналу відповідає умовам ресторану вищого класу.

Висока якість страв і швидкість їх приготування досягаються за рахунок глибокої спеціалізації виконання виробничих процесів. А швидкість обслуговування — за рахунок точності складання меню: комплексного меню, меню «шведського столу», європейських сніданків, розраховане на швидке і якісне обслуговування туристів, ділових осіб.

Ресторан надає свої послуги для проведення якісного обслуговування бенкетів, прийомів, фуршетів, маючи для цього всі умови — чотири зали.

Важливим елементом для забезпечення якісних послуг є естетичне оформлення залу. Атмосфера, створювана рестораном, негайно впливає на відвідувачів. Меблі, сервіровка створюють затишок, спокій і відповідають інтер'єру, ідеї кожного залу ресторану.

Важливою умовою забезпечення високої культури обслуговування, є наявність достатньої кількості столового посуду, приладів і столової білизни.

Персонал обслуговування ресторану має тверді уявлення про етичні вимоги, що пред'являються до їх професії. І цим критерієм керується при підборі і розстановці кадрів, що особливо відноситься до офіціантів, барменів, метрдотелів, які є центральними фігурами в обідньому залі. Основне правило обслуговування — до всіх без виключення гостей персонал повинен бути бездоганно ввічливий, уважний і тактовний.

Література

1. Про захист прав споживачів: Закон України від 15.12.93 № 3682.
2. Завадинська О. Ю., Литвиненко Т. Є. Організація ресторанного господарства за кордоном: Навчальний посібник. — Київ: нац. торг.-екон. ун-т, 2003. — 200 с.
3. . Основы маркетинга. — М.: Прогрес, 1990. — С. 736.
4. Крымская Б. А. Маркетинг продукции и услуг предприятий общественного питания (учебное пособие). — Донецк: ДГКИ, 1994. — С. 50.
5. . Искусство обслуживания. — М.: Экономика, 1986.
6. П'ятницька Г. Т., П'ятницька Н. О. Менеджмент громадського харчування. — Київ: КНТУ, 2001. — 655 с.
7. Совершенствование тенденции развития спроса на продукцию предприятий массового питания в Англии / Информторг. — М., 1991.
8. Уокер Д. Введение в гостеприимство: Пер. с англ. — М.: Изд. об-ние «ЮНИТИ», 1999.
9. Эгертон-Томас Кристофер. Ресторанный бизнес. — Москва. Росконсульт, 1999.
10. Francis Buttle. Hotel and Food Service Marketing. A Managerial Approach.

ПРІОРИТЕТИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

На початку ХХІ століття туризм продовжує стрімко і динамічно розвиватися, утримуючи темпи зростання кількості туристів і надходжень від туристичної діяльності. Та не слід забувати, що прямо пропорційно до темпів росту туризму зростає і його антропогенний вплив на навколишнє середовище. Адже туріндустрія експлуатує природні, культурні та історичні ресурси, створює відходи, забруднює ґрунт, воду, повітря. Альтернативою зменшення суперечностей у питанні задоволення туристичного попиту і одночасно мінімізації негативного впливу на довкілля є екологічний туризм.

Відмінність екотуризму від традиційного — в пріоритетах туристів, які прагнуть насамперед спілкування з природою, пізнання її об'єктів та явищ, активного відпочинку на природі. Традиційні розваги і побутовий комфорт відступають на другий план. Так, на одному з популярних у світі пустельному екологічному курорті, що розташований на південному заході від Дубаї на 50 км у глиб пустелі, відвідувачам пропонується проживання у бедуїнських шале, де, практично не виходячи зі своїх «номерів», можна спостерігати за життям мешканців пустелі. Крім цього, можна кататись на верблюдах, брати участь у екосафарі, змагатись в лижних гонках на барханах [1, 10].

Та зміст поняття «екологічний туризм» не вичерпується спогляданням лише дикої природи. Таких місць на нашій планеті стає все менше. Тому багатьом екотуристам доводиться задовольнятися природою значно змінених людиною або власноруч створених ландшафтів. Так, наприклад, в Південному Йоркширі (Англія) на території двох вугільних шахт, що виробили ресурс, у 1999 р. відкрито екологічний парк «Центр Землі», численні галереї та експозиції якого знайомлять відвідувачів з різними екосистемами нашої планети [1, 9].

Отже, основна ідея екологічного туризму полягає в тому, що, пізнаючи природу, туристи проникаються необхідністю бережно ставитись до неї.

Число бажаючих прийняти участь в екологічних подорожах щорічно зростає. Це свідчить про динамічний розвиток екотуризму. За даними Всесвітньої туристської організації (ВТО), річний ріст екотуризму оцінюється від 10—20 до 30 %, а його частка в доходах від міжнародного туризму досягає 15 %.

Далі з'ясуємо особливості організації та пріоритети розвитку екотуризму.

Основною умовою розвитку екотуризму є наявність природних ресурсів, причому таких, які об'єктивно здатні справляти на людей сприятливий фізіологічний та психічний вплив, відновлювати сили та здоров'я. Тому об'єктами екотуризму є різні види природних ресурсів: території, природні і антропогенні ландшафти, прояви живої та неживої природи, рідкісні види флори та фауни.

Підвищену увагу туристів привертають території з особливим статусом охорони, насамперед національні та природні парки. Використання таких територій вимагає дотримувати правового режиму, певних правил і норм поведінки, але, разом з тим, приносить значні прибутки державі. Так, у ПАР екотуризм посідає друге місце за надходженням прибутків у державний бюджет після видобутку діамантів, на Алясці — друге місце після видобутку нафти. Кенія одержує більш як 80 % валового національного прибутку саме за рахунок екотуризму [6, 11].

Послуги екотуризму розраховані на вдумливого, екологічно вихованого клієнта. Інакше процес «спілкування» з природою може перетворитись на її «винищування». Таким чином, екотуризм з його рекреаційними і пізнавальними можливостями

покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони раціонального використання природних багатств, донести до людей нагальність і важливість питань захисту навколишнього середовища. Тож внесок екотуризму в формування екологічної культури неоціненний.

У процесі планування і здійснення екотурів необхідно дотримуватися норм допустимого рекреаційного навантаження на відвідувані території з метою мінімізації негативного впливу на них. Оцінка ступеня експлуатації проводиться на основі наукових досліджень [5, 16].

Успіх екотуризму залежить від стану навколишнього середовища, оскільки туристами цінується саме його первозданність. Це зобов'язує організаторів вкладати кошти в охорону і відновлення природи.

Попередня вимога легко реалізується. Адже екотуризм характеризується порівняно низькою капітало-, матеріало- і енергоємністю, бо для організації екотурів, як правило, не потрібно будувати висококомфортбельне житло. Таким чином, частина прибутків може бути виділена на відновлення довкілля.

В процес організації екотуризму активно включається місцеве населення, яке зацікавлене в його розвитку. Так, в Чилі 30 % жителів зайняті в обслуговуванні екотуристів. Крім цього, слід наголосити, що на окремих територіях екотуризм може стати галуззю спеціалізації, яка буде конкурентноздатною альтернативою господарській діяльності, що руйнує природу.

Розвиток екотуризму здійснюється на принципах стійкості — гарантії довготривалого збереження природних та культурних ресурсів рекреаційних територій. Тому одним з основних завдань екологічного туризму є підкоряти короточасні інтереси отримання прибутку довгостроковим інтересам щодо збереження природи для майбутніх поколінь, примноження рекреаційно — туристичних ресурсів, а також подальшого розвитку туризму.

Таким чином, узагальнивши особливості організації і пріоритети розвитку екотуризму, вважаємо, що серед визначень екотуризму найбільш точним є таке: екотуризм — це напрямок туристичного бізнесу, основним видом діяльності якого є задоволення науково-пізнавальних потреб населення шляхом організації природо-орієнтованих подорожей за допомогою технологій, які справляють мінімальний вплив на довкілля, сприяють екологічному вихованню і освіті туристів, а також стійкому соціальному, економічному та екологічному розвитку тих регіонів, де його здійснюють [5, 16].

В Україні екологічний туризм теж починає викликати інтерес. Адже його стратегічна мета залишається незмінною — це лімітована потребами збереження довкілля рекреаційна діяльність. А сьогодні питання збереження біологічного і ландшафтного різноманіття для України розглядається як природна основа сталого розвитку.

Особливості організації, пріоритети розвитку екотуризму в державі теж нічим не відрізняються від тих, про які йшлося вище. Різниця тільки у можливостях розвитку.

Законодавчо-правові передумови розвитку екотуризму закладені в законах України «Про природно-заповідний фонд» (1992) та «Про туризм» (1995). Особливого імпульсу розвитку повинні були б надати Указ Президента України «Про основні напрямки розвитку туризму в Україні до 2010 року» (1999), Державна програма розвитку туризму на 2002—2010 роки (2002), Розпорядження Кабміну України «Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму» (2003). Але сьогодні успішний розвиток екотуризму стримується й далі такими чинниками:

1) економічними:

- відсутність необхідного початкового капіталу для фінансування робіт з розробки комплексу питань формування цільових програм екологічного туризму;
- відсутність соціально-політичних і економічних умов, сприятливих для інвестицій;
- відсутність засобів з менеджменту та маркетингу екотуризму для залучення потенційних туристів до відвідування хоча б тих територій, що вже мають у своєму розпорядженні певну інфраструктуру для прийому гостей;
- відсутність цілеспрямованих наукових досліджень та підготовки необхідних кадрів;

2) організаційними:

- відсутність спеціалізованих турорганізацій у сфері екотуризму;
- обмеженість туристичних маршрутів у місцях екологічного туризму та їх слабка облаштованість;
- бюрократичні заборони й обмеження на відвідування екотуристами привабливих у природному відношенні місць в основному внаслідок нерозробленості механізму взаємодії адміністрації природоохоронних та природогосподарських організацій з організаторами екотуристських подорожей та екскурсій;
- відсутність суспільно орієнтованого інформаційного менеджменту екотуризму, моди на екотуризм;
- нестача кваліфікованих фахівців у галузі екотуризму, спроможних узяти на себе розробку, організацію і проведення екологічних турів;
- недооцінювання участі місцевого населення в розвитку екотуризму [1, 7].

Та незважаючи на численні перепони, екологічний туризм вже сьогодні знаходить ґрунт під ногами. На території національних природних парків (НПП) України вже сьогодні екотуризм починає розвиватись у різних напрямках, нехай навіть на рівні нижчому за європейський. Тут екотуристична діяльність здійснюється за такими видами:

- екскурсії маркованими екологічними стежками з короткостроковим відпочинком (розбиття наметів, розкладання вогнищ у спеціально облаштованих місцях — Карпатський НПП, НПП «Святі гори»;
- науково-пізнавальний туризм — Карпатський та Яворівський НПП;
- пішохідний спортивно-оздоровчий туризм — НПП «Вижницький», Ужанський НПП;
- лижні подорожі та прогулянки — НПП «Вижницький», «Соколівські Бескиди»;
- прогулянки, подорожі на велосипедах — НПП «Синевир», Ужанський НПП;
- водний туризм, спуск гірською річкою на надувних плотах, човнах — НПП «Вижницький», подорож на яхті, прогулянки на човнах — Шацький НПП;
- прогулянки, подорожі на конях — НПП «Синевир», Шацький НПП;
- екскурсії у карстові печери — НПП «Вижницький»;
- любительське полювання — НПП «Синевир», Деснянсько-Старогутський;
- любительське рибальство — Шацький, Азово-Сиваський НПП;
- підводне плавання, екскурсії до підводних печер і гротів — Азово-Сиваський НПП;
- скелелазіння — НПП «Вижницький»;
- екстремальний туризм (стрибки з прив'язаним тросом) — НПП «Подільські Товтри», «Сколівські Бескиди» [7, 25].

Пріоритетного значення набуває також сільський туризм, що здійснюється на територіях природно-заповідного фонду України за спільної рекреаційної діяльності сільських господарів та адміністрацій установ природно-заповідного фонду.

Це ми коротко охарактеризували напрямки розвитку екотуризму тільки на території НПП. А за даними Державної служби заповідної справи Мінекоресурсів України, сучасна мережа природно-заповідного фонду держави станом на 1.01.2003р.

включає, крім 12 НПП, 4 біосферних заповідники, 17 природних заповідників, 23 регіональних ландшафтних парків, 754 заповідних урочищ. Цей природний потенціал визначений і відзначений на рівні світових організацій і фондів ООН та ЮНЕСКО. Як то кажуть, сам Бог відчиняє двері для подальшого розвитку в Україні екотуризму, який, як зафіксував Глобальний етичний кодекс туризму (1999), визнається як особливо прибуткова і цінна форма туризму в силу того, що проявляє повагу до природи. А ми додамо від себе — при умові державної підтримки в управлінському, організаційно-методичному та фінансовому забезпеченні.

Література

1. *Дмитрук О. Ю.* Урбанізація та екологічний туризм: Теорія і практика конструктивно-географічного дослідження: Навч. посібник. — К.:Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2002. — 76 с.
2. *Храбовченко В. В.* Экологический туризм: Учеб.-метод. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 208 с.
3. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні / Під заг. ред. проф. В. К. Федорченка. — К.: Юрінком Інтер, 2002. — 640 с.
4. Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали II-ї Міжнародної науково-практичної конференції (10—11 жовтня, 2001 р.) / Редкол.: Цибух В. І. та ін. — К.: Знання України, 2002. — 560 с.
5. *Кузьменко О.* Екологічний туризм: поняття та особливості організації // Схід. — 2002. — № 2. — С. 13—17.
6. *Гаркава О. М.* Роль екологічної освіти та екологічного туризму в розвитку заповідної справи Криму // Екологічний вісник. — 2005. — № 4. — С. 11—13.
7. *Гетьман В.* Екологічний туризм у національних парках // Екологічний вісник. — 2002. — № 7—8. — С. 24—28.

ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туристична галузь є важливим джерелом стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету. Туризм сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, залученню громадян до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини краю, збереженню екологічної рівноваги. Тому на даний час в Україні стоїть особливо актуальне питання про розвиток туризму, оскільки саме завдяки цій галузі можна поліпшити соціально-економічну ситуацію в державі. Туризм в Україні може і мусить стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів. А оскільки наша держава має все необхідне для розвитку сучасної туристичної індустрії; вдале географічне розташування, сприятливі природнокліматичні умови, багатий рослинний і тваринний світ, цілющі мінеральні джерела, багату історико-культурну спадщину, то забезпечити належну віддачу від цього потужного потенціалу, використати його в інтересах активного відпочинку людей можна лише за умови чіткої організації туризму, створення і зміцнення матеріально-технічної бази, залучення до неї досвідчених і кваліфікованих кадрів, розвитку інфраструктури.

Як відомо, індустрія туризму в Україні поступово, але стабільно нарощує обсяги виробництва туристського продукту. Останніми роками в Україні активно розвивається сільський зелений туризм. Саме цей вид туризму не потребує значних капіталовкладень, оскільки передбачає використання чинної інфраструктури сільських населених пунктів, помешкань сільських господарів і сприяє розвитку малого бізнесу в аграрних регіонах. Завдяки цьому виду туризму міські мешканці можуть відпочити за цілком доступними цінами, отримати здоровий відпочинок, запропонувати відвідувачам затишну, приязну, сімейну атмосферу, багато свіжого повітря та рідкісний шанс побачити, звідки дістається їжа до столу в місті. А українським фермерам агротуризм пропонує прекрасні та прибуткові можливості, адже це варіант отримання додаткового надійного джерела доходу, створення робочих місць для інших членів сім'ї, понад усе, зміцнення місцевої економіки. Потенціал України в сфері агротуризму є не лише надзвичайно великим, він є майже незвіданим і, враховуючи підвищення зацікавленості фермерів, ось-ось слід очікувати його бурхливого розвитку. Українські фермери мають величезні можливості завдяки майже не існуючій конкуренції, чудовим природним краєвидам, величезним багатствам, які дарує українська земля.

На сьогодні досі залишаються актуальні та гострі проблеми, які гальмують розвиток сільського зеленого туризму як в окремих регіонах, так і в Україні в цілому. Одним з найбільш актуальних питань є питання із впровадження системи підготовки профільних фахівців, навчання і перекваліфікації сільських господарів, незайнятого сільського населення. В Україні не працює жодна стала група тренерів, яка б на постійній основі здійснювала профільне повне консультування, супровід та навчання зацікавлених осіб. Відповідно не створено й жодного постійно діючого інформаційно-тренінгового центру, до якого міг би звернутися пересічний селянин і отримати всю необхідну інформацію. Натомість, зараз в Україні маємо значну кількість господарів, які працюють, не маючи спеціальних навичок, які хотіли б бути максимально підготовленими до врахування різноманітних смаків і естетичних потреб клієнтів, розумітися на їх психології.

Розглядаючи питання підготовки кадрів, варто також звернути особливу увагу і на рівень інформаційно-методичного забезпечення підготовки цих кадрів. На сьогодні існуюча в Україні інформаційно-методична база характеризується, по-перше, тим, що

є недостатньо комплексною, тобто не охоплює і не розкриває зміст всіх компонентів діяльності в цій сфері, по-друге, носить переважно теоретичний характер і є недостатньо орієнтованою на практичні аспекти господарювання. Зазначений рівень інформаційно-методичної бази не дозволяє господарям оперативно реагувати і адаптуватися до нових економічних умов.

Відсутність професійно розробленої маркетингової та рекламної стратегії є однією із суттєвих перепон на шляху більш ефективного просування ідеї сільського зеленого туризму серед потенційних туристів. Маркетинг у туризмі — це система безупинного узгодження пропонованих послуг з послугами, які користуються попитом на ринку і які туристичне підприємство здатне запропонувати з прибутком для себе і ефективніше, аніж у конкурентів [3,160]. Так, значна кількість існуючих туристичних маршрутів/продуктів розроблювалась за повної відсутності інформації про те, чого хоче той, заради кого це все і створювалось, зокрема, — потенційний клієнт. Звідси — проблеми, пов'язані з реалізацією значної кількості туристичних продуктів, що не користуються попитом. На даному етапі також можемо констатувати відсутність запроваджених і працюючих механізмів, які б забезпечували постійний і оперативний зв'язок між структурою/конкретним власником агросадиби, зацікавленим у продажу своїх послуг та потенційним клієнтом, який би хотів відпочити в одному з українських сіл. Однією гілкою з таких механізмів є інформація — зв'язуючи центр у туристичній галузі. Вона забезпечує зв'язки між виробниками туристичних послуг, а також зв'язки між виробниками і споживачами цих послуг, причому вони йдуть не тільки у вигляді потоків даних, але виступають також у формі послуг. На сьогодні найбільшою реалізацією інформаційного забезпечення виступає комп'ютерне забезпечення, а саме мережа Internet. Переваги використання даної мережі для суб'єктів туристичного ринку України очевидні: вона дає необмежений доступ до інформації, дозволяє заощаджувати кошти при міжміських та міжнародних переговорах, надає інформацію про передові технології, дозволяє обмінюватися думками з колегами. Необхідно також відзначити, що реклама в мережі Internet дешевше звичайної, оскільки спрямована на цільову аудиторію. Знову ж таки висвітлення цієї теми в засобах масової інформації має переважно спорадичний характер, що значно ускладнює процес сприйняття і засвоєння інформації, з одного боку, потенційними туристами, з іншого, — потенційними господарями.

На особливу увагу заслуговує якість інформаційно-реklamних матеріалів, що пропагують відпочинок в українському селі. Так, більшість організацій, які випускають друковану продукцію, займаються розробкою цих матеріалів самостійно, не залучаючи профільних спеціалістів. При цьому вони, як правило, використовують аматорські фотографії і не дуже переймаються якістю паперу, на якому це все друкується. В результаті маємо друковану продукцію, що може використовуватись виключно для внутрішніх потреб організації, але ні в якому разі не може виступати самостійним рекламним продуктом, що претендує на залучення навіть не дуже вимогливих клієнтів.

На сьогодні також можемо констатувати відсутність продуманої системи розповсюдження інформаційно-туристичної продукції, що у кінцевому результаті знову негативно позначається на можливості встановлення безпосереднього зв'язку між господарем агросадиби та потенційним клієнтом. Отже потрібно розробити комплексний підхід до досягнення визначених цілей, оскільки успіх забезпечує сукупність взаємопов'язаних та взаємозумовлених засобів маркетингу. Комплексний підхід означає, що певні маркетингові дії (аналіз потреб, вивчення туристського продукту, реклама та ін.), узяті окремо, не матимуть того ефекту, який має застосування маркетингу як системи. Без цього годі домогтися комерційного успіху й переваг над конкурентами.

Відпочинок у селі був би набагато цікавішим, якщо до нього долучити, наприклад, екскурсійні маршрути, які розкривають джерела народної культури та мистецтва, літератури, української духовності. Для екскурсії потрібен транспорт. А це один з найважливіших передумов туристичної подорожі. Послуги перевезення це постійний компонент у структурі туристичної справи. Нажаль, ця невід'ємна ланка, на сьогодні є неповністю збалансована. В деяких районах просто не використовують цей вид маршруту через брак кваліфікованих водіїв чи екскурсоводів.

Досвід розвинених держав, де зелений туризм успішно функціонує вже десятки років, свідчить про те, що для його розвитку потрібно створити належну нормативно-правову базу, яка б сприяла залученню до цього процесу підприємливих людей. Такий підхід дасть змогу виявити мільйони умільців, спонукатиме їх до доброго господарювання на своїх садибах, створення затишку та належного рівня послуг. Також в Україні потрібно глибоко вивчити і науково обґрунтувати сучасний етап і перспективи розвитку цієї молодшої гілки туризму і на цій підставі виявити території для розвитку сільського зеленого туризму, розробити відповідні рекомендації як для органів місцевого самоврядування так і для громадян, які зацікавлені у цій діяльності.

Сьогодні в області формується розуміння сільського зеленого туризму як специфічної форми відпочинку на селі з широкою можливістю використання природного, матеріального і культурного потенціалу регіону. Сільський зелений туризм у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів вирішення багатьох сільських проблем.

Враховуючи те, що в умовах загальноекономічної кризи економічні і соціальні проблеми села надзвичайно загострилися, широке розповсюдження і розвиток сільського зеленого туризму є особливо бажаними.

Позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем села полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток; розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері але й в сфері обслуговування. При певному нагромадженні числа відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні їх різноманітних запитів, а це, в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: транспортних, зв'язку, торгівлі, служби побуту, відпочинково-розважальних та інших.

Важливим результатом розвитку сільського зеленого туризму є розширення можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства, причому реалізації її на місці, і не як сільськогосподарської сировини, а як готових продуктів харчування після відповідної обробки і приготування. Досвід показує, що ті сім'ї, які приймають відпочиваючих, вдосконалюють і структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент овочевих культур, фруктових дерев, ягідників тощо; розвивають і урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне господарство.

Розвиток сільського зеленого туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл; стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Звичайно, на перших порах приймання і обслуговування відпочиваючих відбувається на базі існуючого житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів. Але з певним надходженням коштів від цієї діяльності ті, хто нею займається, починають робити вкладення у поліпшення комунального облаштування житла, вулиць; об'єднаними зусиллями добиваються зміни на краще сфери обслуговування. А це одночасно й вагомий внесок у розвиток села.

Суттєву роль відіграє розвиток сільського зеленого туризму у підвищенні культурно-освітнього рівня сільського населення. Готуючись приймати і обслуговувати

відпочиваючих, члени селянських родин мимоволі змушені поповнювати свої знання з ведення домашнього господарства, гігієни і санітарії, приготування їжі тощо, а спілкування з гостями розширює їх кругозір, дає змогу зав'язати нові знайомства, завести друзів в інших населених пунктах.

Цей вид туризму в нашому краї знаходиться на початковій стадії і потребує фінансової підтримки з боку владних структур шляхом надання фінансової допомоги на облаштування будинку, його ремонт, приведення в порядок прилеглої території, надання рекламних послуг, підвищення рівня обслуговування тощо. З метою підтримки розвитку сільського зеленого туризму продовжується анкетування бажаючих займатися цим видом туризму. Проводиться збір та узагальнення інформації про власників агроосель. Вирішується питання щодо фінансової підтримки цього популярного виду туристичної діяльності. Проводяться активні консультації та надається кваліфікована методична допомога в питанні зайняття сільським туризмом. За нашим глибоким переконанням швидкий розвиток цього виду діяльності залежить від фінансової підтримки держави.

Наявність рекреаційних та лікувальних ресурсів в деяких областях, попит на відпочинок і оздоровлення зумовлюють зацікавленість іноземних та вітчизняних інвесторів у відродженні санітарно-курортної галузі областей, що найближчим часом призведе до її бурхливого розвитку при умові створення механізму стимулювання вкладання інвестицій в туристичну інфраструктуру.

Література

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. — СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 1999. — 192 с.
2. Гуляев В. Г. Организация туристической деятельности: Учебное пособие. — М.: Нолидж, 1996. — 312 с.
3. Мальська М., Худо В., Цибух В. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. — Л: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. — 360 с.
4. Туризм на порозі XXI століття: освіта, культура, екологія: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (18—20 жовтня 1999 р., м. Київ). — К.: КУТЕП, 1999. — 268 с.

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МИСЛИВСЬКОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Основою успішного розвитку туристичного бізнесу є рекреаційно-туристичні ресурси, які являють собою сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів, готових для створення туристичного продукту. Провідне місце серед природних рекреаційних ресурсів західного регіону України займають ліси, які поряд з продукуванням деревної сировини та побічних продуктів, являються продуцентами рекреаційних послуг. В структурі лісових рекреаційних ресурсів помітне місце займають мисливські ресурси.

Основна частка мисливських угідь Львівської області припадає на колишнє державне лісгосподарське об'єднання (ДЛГО) «Львівліс» та Українське товариство мисливців і рибалок (УТМР) (35 % та 24 % відповідно). Об'єктом наших досліджень виступає діяльність 20-ти мисливських господарств, які входили до ДЛГО «Львівліс». Причому, 5 державних мисливських господарств (ДМГ) є окремими підприємствами, 1 входить до НПП «Сколівські Бескиди», а решта 14 є структурними одиницями держлісгоспів.

Різноманітні аспекти діяльності мисливських господарств висвітлені у наукових працях Бондаренка В. Д., Делегана І. В., Диньки П. К., Муравйова Ю. В., Волоха А. М., Гузія А. І. тощо. У своїх працях вищезгадані автори зробили вагомий внесок у вирішення теоретичних та методологічних питань охорони, раціонального використання та відтворення мисливських ресурсів. Досить цінними є праці, присвячені проблемам економічної оцінки та платного користування мисливськими ресурсами. У Законі України «Про туризм» мисливство визначається як один з видів туризму. Разом з тим, не в багатьох наукових працях висвітлюються проблеми та перспективи розвитку цього виду туризму в Україні. В той же час, Делеган І. В., висвітлюючи світовий досвід, відмічає, що «мисливський туризм може дати такі прибутки, які на порядок перевищуватимуть вартість деревини річної лісосіки за середньоєвропейськими цінами» [3]. Дейнека А. та Копач М. розвиток мисливства у Львівській області як окремого виду використання рекреаційних ресурсів на найближчі роки вважають проблематичним, оскільки «лише із збільшенням кількості мисливських тварин, доведенням їх поголів'я до середньоєвропейських показників можна говорити про мисливство як прибуткову і рентабельну рекреаційну галузь господарства» [2]. У Європі зараз існує понад 10 тис. фермерських господарств загальною площею близько 50 тис. га, на території яких утримують понад 600 тис. європейських ланей і благородних оленів. Цих копитних також розводять у Новій Зеландії (1,2 млн. особин), США (більш ніж 200 тис.), Австралії (близько 115 тис.), Канаді (близько 42 тис. голів) та в інших країнах. Для порівняння, в угіддях України на 01.01.2002 р. нараховувалося близько 12,7 тис. благородних оленів і 1,17 тис. ланей [1]. А кількість благородних оленів у Львівській області на 01.01.2002 р. становила 1166 особин, у т. ч. 946 особини по ДЛГО «Львівліс», а станом на 01.01.2004 р. — 1260 та 1052 особин відповідно. Лисенко В. наголошує на тому, що організація трофейного мисливства для іноземних мисливців дозволить різко збільшити доходи господарств при одночасній підтримці високої чисельності тварин [6, 89].

До прийняття Закону України «Про туризм» у новій редакції 18 листопада 2003 р. ДЛГО «Львівліс» отримувало ліцензію на організацію іноземного, внутрішнього та зарубіжного туризму, а також на екскурсійну діяльність. Однак, після прийняття Закону України «Про туризм» у новій редакції Об'єднанню було відмовлено в отриманні туроператорської ліцензії у 2004 році, оскільки в статутних документах мисливських

Таблиця 1.

Загальні надходження і витрати від ведення мисливського господарства підприємствами ДЛГО «Львівліс»

Показники	Роки				
	1999	2000	2001	2002	2003
Загальні витрати на ведення мисливського господарства, тис. грн.	373,8	458,9	718,5	860,6	1004,9
У т. ч. за рахунок держбюджету, тис. грн.	168,3	203,6	271,1	375	391,2
За рахунок власних коштів, тис. грн.	205,5	255,3	447,4	485,6	613,7
Темпи зростання витрат (базові)	—	1,24	2,18	2,36	2,99
Темпи росту витрат (ланцюгові)	—	1,24	1,75	1,09	1,26
Середній темп росту витрат	1,31				
Надходження від ведення мисливського господарства, тис. грн.	127,3	193,2	245,7	308,7	346
Темпи зростання надходжень (базові)	—	1,52	1,93	2,42	2,72
Темпи зростання надходжень (ланцюгові)	—	1,52	1,27	1,26	1,12
Середній темп росту надходжень	1,28				
Окупність ведення мисливського господарства, %	34,1 %	42,1 %	34,2 %	35,9 %	34,4 %

Таблиця 2.

Динаміка чисельності мисливської фауни та її добування

Показники	Роки				
	1999	2000	2001	2002	2003
Загальна чисельність копитних, голів	4641	4891	5395	5678	6249
Добуто (відстріляно) копитних, голів	34	45	45	117	157
Загальна чисельність хутрових звірів, штук	18609	19214	21512	21549	22239
Добуто (відстріляно) хутрових звірів, штук	1013	1420	2081	2382	2158
Загальна чисельність пернатой дичини, штук	15731	12039	39248	41449	38512
Добуто (відстріляно) пернатой дичини, штук	2816	1097	6277	8015	5110

господарств містяться види господарської діяльності, відмінні від передбачених законодавством в галузі туризму. Натомість поступила пропозиція безпосередньо надавати послуги із в'їзного мисливського туризму шляхом здійснення посередницької діяльності з реалізації туристичного продукту туроператорів після отримання турагентської ліцензії. Однак, це є не можливим, оскільки, турагентам дозволена тільки посередницька діяльність, а створювати турпродукт і робити що-небудь інше з туроператорської діяльності їм заборонено. А мисливські господарства виступають безпосередніми виробниками туристичного продукту і не можуть бути просто посередниками. І ні яка туристична фірма їх в цьому замінити не може.

У зв'язку з цим, на даний час мисливські господарства надають послуги з організації мисливства іноземним та вітчизняним туристам без отримання ліцензії на турагентську чи туроператорську діяльність шляхом підписання спільних угод з українськими туроператорами та турагентами. Однак, в результаті того, що ситуація впродовж певного часу залишалась невизначеною, кількість іноземних мисливців у 2004 році зменшилась майже на 64 %, а надходження від них знизились на 41 %.

З огляду на вищевказані обставини, метою представленого дослідження є аналіз важливості розвитку мисливського туризму для мисливських господарств, виявлення проблем та перспектив розвитку цього виду туризму. У зв'язку з цим нами був проведений аналіз діяльності мисливських господарств ДЛГО «Львівліс» за 1999—2004 роки.

При розрахунку показників, наведених у таблиці 1 використовувались дані із звітів мисливських господарств по формі 2-ТП (мисливство) по Львівській області. Не дивлячись на те, що діяльність мисливських господарств, поки що є збитковою, останні роки спостерігалось зростання надходжень від ведення мисливського господарства (табл. 1), які у 2003 році зросли у 2,7 рази в порівнянні з 1999 роком. Хоча, у порівнянні з 2002 роком темпи росту надходжень та окупність витрат на ведення мисливського господарства дещо знизились. Аналіз надходжень і витрат за 1999—2003 роки показав, що середній темп росту витрат дещо перевищує середній темп росту надходжень. Це пояснюється, головним чином, зростанням витрат на відтворення мисливських тварин, упорядкування мисливських угідь, створення вольєрів по напіввільному розведенню мисливських тварин, яких пізніше відпускають на волю. У ДЛГО «Львівліс» сьогодні діє близько 11 вольєрів. Крім того, завдяки покращенню якості біотехнічної роботи за останні роки на Львівщині збільшилось поголів'я основних мисливських видів фауни (кабана, козулі, оленя) (табл. 2).

Якщо в загальному по ДЛГО «Львівліс» окупність витрат на ведення мисливського господарства у 2003 році в порівнянні з попереднім роком знизилась і становила 34,4 %, то по окремих господарствах даний показник збільшився і сягав 76 %. Найбільші відсотки самоокупності спостерігаються по 5-х державних мисливських господарствах (ДМГ), які є окремими підприємствами і не входять в структуру жодного держлісгоспу («Кам'янка-Бузьке» (47 %), «Сколе» (42 %), «Стир» (76 %), «Стрий» (33 %) та «Яворівське» (35 %)) та по мисливському господарству Радехівського ДЛГ (30 %). Суттєво збільшився відсоток самоокупності мисливського господарства Жовківського ДЛГ (з 2 % до 16 %). Особливо потрібно відзначити ДМГ «Стир», окупність якого у 2001 році становила 102 %.

У 2003 році сумарні надходження зазначених вище п'ятих мисливських господарств зросли в 1,3 рази у порівнянні з попереднім роком. Значний вплив, при цьому, зробив розвиток іноземного туризму. Зокрема, частка надходжень від іноземного туризму в загальних надходженнях даних господарств зросла від 2,2 % у 2001 році до 27 % у 2003 році (рис. 1). У 2003 році надходження мисливських господарств від 1 іноземного мисливця склали в середньому 534 дол. США. А середня тривалість перебування 1 іноземного мисливця 2—4 дні.

Крім того, з кожним роком збільшувався перелік мисливських господарств, які надавали послуги іноземним туристам. При чому, найбільша частка даних надходжень і у 2002 і у 2003 році припадала на ДМГ «Стир» (83 % і 60 % відповідно) (рис.2).

Поступово розширюється також географія країн, з яких приїжджають іноземні мисливці. Так, якщо у 2002 році мисливські господарства ДЛГО «Львівліс» відвідували іноземні туристи з 5-ти країн, то у 2003 році перелік країн розширився до 8-ми, серед яких Австрія, Бельгія, Данія, Іспанія, Італія, Німеччина, Норвегія, Росія. Причому, у 2003 році найбільші надходження поступили від надання послуг австрійським мисливцям (рис.3).

Структура надходжень мисливських господарств від інтуризму представлена надходженнями за трофеї, за ліцензії та за самі послуги, які займають найбільшу частку в структурі надходжень (напр. послуги егеря, проживання, полювання, харчування, автотранспорту, послуги перекладу, надання зброї та боєприпасів для полювання, обробка трофея, оформлення документів на вивіз трофеїв) (рис. 4).

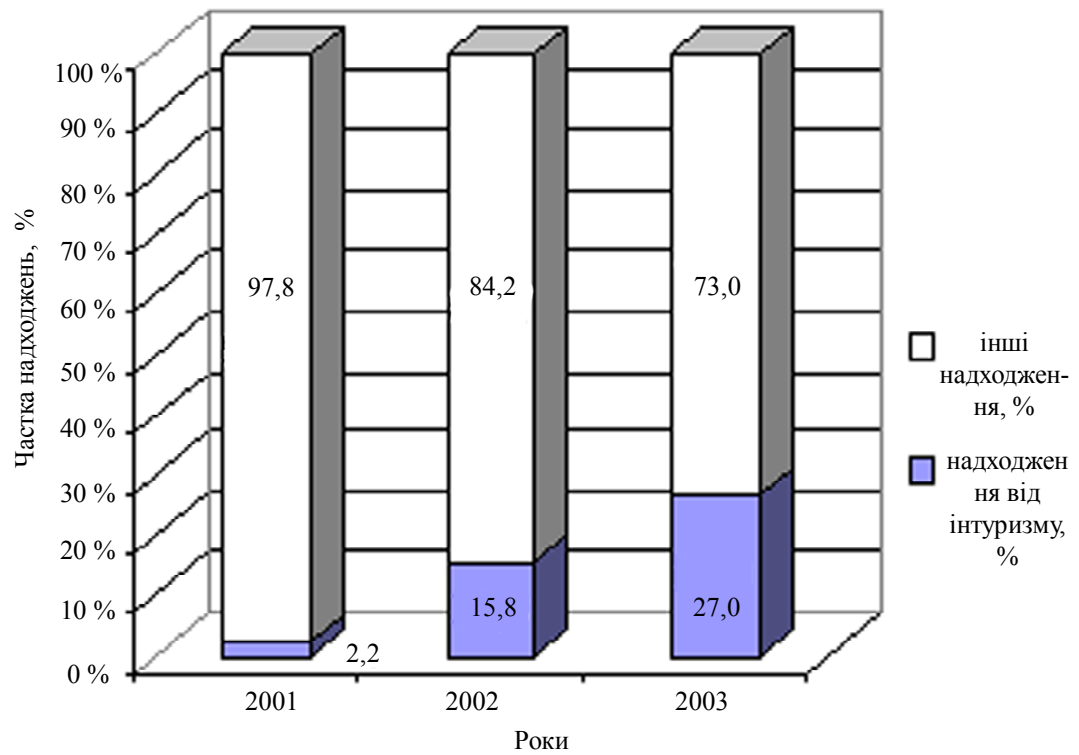


Рис. 1. Динаміка зміни частки надходжень від інтуризму в загальних надходженнях державних мисливських господарств ДЛГО «Львівліс» за 2002—2003 рр.

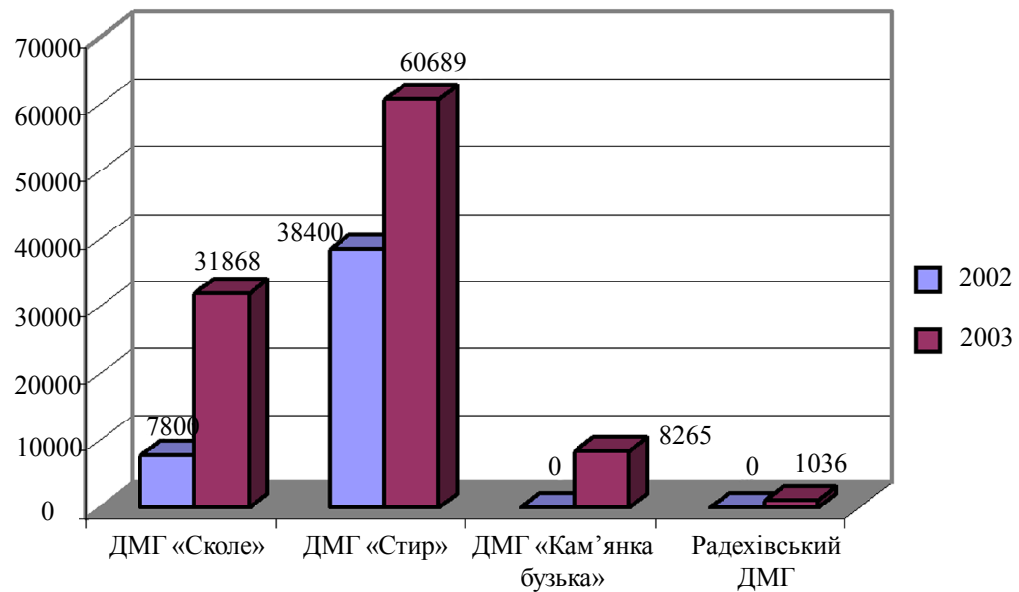


Рис. 2. Динаміка надходжень від інтуризму за 2002—2003 роки у розрізі мисливських господарств ДЛГО «Львівліс»

Надходження, грн.

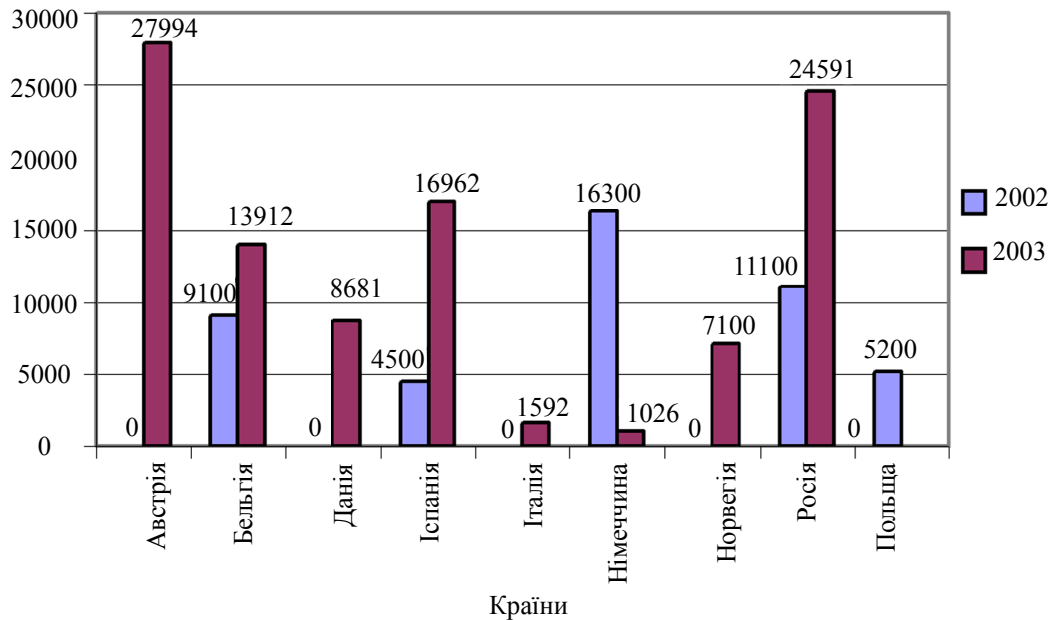


Рис. 3. Надходження мисливських господарств ДЛГО «Львівліс» від інтуризму за 2002—2003 роки у розрізі країн, грн.

Збільшується також кількість вітчизняних мисливців. Якщо у 2001 та 2002 році людей, які мають посвідчення мисливця на Львівщині було зареєстровано 22782 та 23984 відповідно, то у 2003 році таких мисливців зареєстровано понад 25 тисяч. Однак, для мисливських господарств більш привабливим є розвиток іноземного туризму, що пов'язано із відмінністю у цінах для іноземних та вітчизняних мисливців. Так, якщо ціна за надання зброї та боєприпасів для полювання для вітчизняного туриста становить 50 грн., то для іноземного — 40 євро. А вартість такого трофею як роги вагою до 150 г для вітчизняних мисливців — 50 грн., а для іноземних — 50 євро, вагою більше 500 г: для вітчизняних — 500 грн. + 5 грн. за кожний 1 г більше 500 г, для іноземних — 700 євро + 5 євро за кожний 1 г більше 500 г. Державним комітетом лісового господарства України затверджені граничні рівні цін на мисливські трофеї, добуті іноземними громадянами, та граничні рівні тарифів на послуги, що їм надаються.

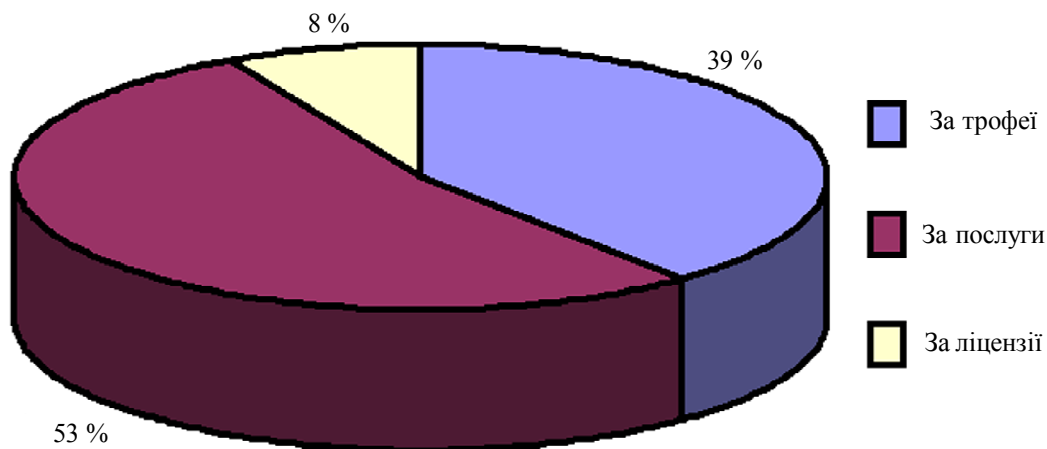


Рис. 4. Структура надходжень мисливських господарств ДЛГО «Львівліс» від інтуризму за 2003 рік

На думку Делегана І. В., держлісгоспи могли б здавати в оренду мисливські угіддя у такий спосіб, щоб забезпечити контрольованість всього процесу ведення мисливського господарства та полювання, мати гарантії належного рівня охорони, відтворення та раціонального використання тваринного світу. На подібних засадах управління державними лісами Чехія щороку отримує у вигляді орендної плати понад 60 млн. крон (близько 3 млн. доларів США) [4]. Однак, на нашу думку, при існуючій законодавчій базі для України такий спосіб використання мисливських угідь є передчасним.

Нами було проведено опитування керівників досліджуваних мисливських господарств щодо проблем, які заважають розвитку мисливського господарства, а також щодо заходів, які, на їхню думку, необхідно вжити, щоб мисливство стало прибутковою галуззю.

Названі керівниками проблеми можна згрупувати наступним чином: браконьєрство (зокрема, недосконалість законодавства у боротьбі з браконьєрством — покарання не значні і не має ні якої винагороди за боротьбу з ними); недостатність фінансування (брак бюджетного фінансування в той час як мисливські господарства охороняють і підгодовують всіх тварин, які є загальнонародною власністю, а відстрілюють тільки 5—10 %); недостатня підготовленість кадрів (зокрема, егерської служби); зловживання чиновників, які «вважають полювання найкращим безкоштовним видом полювання, яке їм дозволено».

Серед заходів, які необхідно вжити були названі наступні: вдосконалення і розширення ведення вольєрного господарства; зменшення податкового тиску; вдосконалення законодавства щодо боротьби з браконьєрством; поліпшення умов проживання та самого полювання для збільшення кількості іноземних мисливців; прирівняти мисливські господарства до рангу природоохоронних установ, які забезпечують збереження та стабільний приріст поголів'я мисливських тварин, що дасть можливість користатися низкою пільг, у т. ч. при здійсненні туристичної діяльності. У переліку платних послуг, які можуть надаватися бюджетними установами природно-заповідного фонду, затвердженні Постановою Кабінету Міністрів України, є полювання, а також розміщення, проживання, харчування туристів тощо.

Низькі суми надходжень або їх відсутність по деяких господарствах пов'язані, головним чином, з низькою чисельністю мисливських тварин, яких можна добувати. Такі господарства повністю знаходяться на державному фінансуванні. Однак, як показує світовий досвід, використання деяких тварин як об'єктів екотуризму набагато ефективніше їх утилітарного використання. Так, дослідження, проведені в національному парку Кенії показали, що один приручений для показу туристам лев протягом свого життя приносить прибуток в 15 тис. доларів США, в той час як використання його в якості об'єкту полювання дає лише 8,5 тис. доларів [5]. На нашу думку, такий розвиток екотуризму особливо привабливий для тих мисливських господарств, в яких заборонено добування мисливських тварин, у зв'язку з їх низькою чисельністю, або території яких входять до природно-заповідного фонду. Таку практику вже започаткували у Карпатському НПП, де у вальєрах Яремчанського лісництва розводять оленів для показу туристам. В той же час, висловлюється думка, що існуюча дотепер заборона полювання на території ботанічних, гідрологічних, ландшафтних та інших неззоологічних заказників заважає нормальному управлінню популяціями мисливських тварин [1].

Отже, результати дослідження показали, що, не зважаючи на існуючі проблеми, у мисливства є перспектива стати прибутковою галуззю. Причому, міжнародний мисливський туризм є одним з найпривабливіших видів діяльності мисливських господарств. Тому потрібно створити всі необхідні умови проживання та полювання

для збільшення кількості іноземних мисливців, надходження від яких можна буде направляти на розвиток мисливського господарства. При розвитку міжнародного туризму важливою є співпраця з туристичними фірмами, завдяки яким є можливість залучити більшу кількість іноземних мисливців, надавати візову підтримку для іноземних громадян та інші послуги, які мисливське господарство надати не може. Однак, на нашу думку, така співпраця немає бути обов'язковою. Оскільки використання мисливських ресурсів має відбуватись у поєднанні з охороною і відтворенням даного виду ресурсів, то вся відповідальність за організацію мисливського туризму має покладатись на мисливські господарства. Необхідною умовою розвитку є також наявність та виконання довготермінової програми по управлінню мисливським господарством на принципах сталого розвитку. Сталий (стійкий, збалансований) розвиток мисливства — це такий розвиток, який відповідає задоволенню потреб нинішніх мисливців та мисливських господарств, що їх приймають, і водночас захищає й забезпечує можливості їх задоволення у майбутньому. Крім того, з розвитком мисливського туризму, створення приватних господарств, особливу увагу потрібно звернути на підготовку менеджерів, перекладачів, економістів, спеціалістів з реклами, охорона та відтворення мисливських тварин тощо.

Література

1. Волох А. М. Про деякі сучасні проблеми ведення мисливського господарства в Україні // Лісівництво агролісомеліорація. — Вип. 103. — Харків: Майдан, 2002. — С. 94—96.
2. Дейнека А., Копач М. Проблеми і перспективи рекреаційного використання лісів Львівської області // Регіональна економіка. — 2001. № 2. — С. 171—175.
3. Делеган І. В. Перспективи мисливського туризму в системі турбізнесу України // Матеріали 46-ої наук.-техн. конференції УкрДЛТУ (лісогосподарська секція, 12—19 квітня 1994 р.). — Львів, 1994. — С. 69—71.
4. Делеган І. В. Актуальні проблеми мисливського господарства України // Лісовий і мисливський журнал. — 2000. — № 6. — С. 26—27.
5. Костюшин В. А. Воздействие рекреации на живую природу. — К.: Национальный экологический центр Украины, 1997. — 42 с.
6. Лысенко В. И. Пути интенсификации охотничьего хозяйства Украины в современных условиях // Лісівництво і агролісомеліорація. — Вип. 103. — Харків: Майдан, 2002. — С. 88—90.

АУДИТОРІЯ

Дольнікова Л. В.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВІДБОРУ ОСНОВНИХ ЗМІСТОВИХ ОДИНИЦЬ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН ПІД ЧАС ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ З ТУРИЗМУ

У зв'язку з швидким розвитком туризму в Україні проблема підвищення якості підготовки фахівців для цієї галузі є дуже актуальною, оскільки практично кожен регіон України має потенційні можливості використання туристичних ресурсів і створення туристичного продукту. Тому підготовка фахівців, які готові діяти у нових управлінських умовах (як на макро- так і на мікрорівнях) та бути високопрофесійними у конкретній галузі, потребує аналітичних підходів до змісту освіти, її фундаментальності та професійності.

Питання фундаментальної підготовки у вищих навчальних закладах останнім часом активно обговорюється педагогами [1, 5, 6]. Б. Гершунський [2] обґрунтовує формування змісту навчання шляхом синтезу основних дидактичних положень, закладених в загальній і професійній підготовці. У кожній дисципліні існує певна інформація, без якої не можна реалізувати мету освіти. Ця частина змісту дисципліни є основною, фундаментальною компонентою.

Метою даної статті є обґрунтування теоретичних та методичних підходів до відбору змісту фундаментальних дисциплін з метою формування елементів професійного мислення на пропедевтичному рівні. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є концепція розвивального навчання (Давидов В. В., Ельконін Б. Д., Паламарчук В. І.), суть якого полягає в тому, що замість засвоєння конкретних знань, спеціальних умінь і навичок предметом навчальної діяльності повинно стати засвоєння способів мислення, а стосовно оволодіння певними сферами професійної діяльності — розвиток професійного мислення та творчих можливостей. Головним засобом впровадження в навчальний процес професійної вищої школи розвивального навчання є структурування змісту навчального матеріалу, трансформація наукової інформації в навчальну, виділення з людської культури змісту навчання, що лежить в основі формування творчих здібностей і професійного мислення, на основі яких можна побудувати свою професійну діяльність відповідно до умов, що змінюються. Виділення такого змісту та перетворення його в предмет спеціального засвоєння в процесі навчання у вищій школі — центральне питання сучасних педагогічних досліджень. На наш погляд, предметний принцип побудови навчального плану не забезпечить вимог, що ставляться освітньо-кваліфікаційною характеристикою до випускника-бакалавра. Постійне зростання кількості наукової інформації має неадекватну реакцію окремих освітніх технологій: вузька диференціація змісту, з одного боку, і перевантаження та розширення навчальних планів і програм з іншого. Одним з ефективних шляхів розв'язання проблеми інформаційного перевантаження студентів є інтеграція, як засіб ущільнення, узагальнення та систематизації змісту і диференціація, яка стосується, як правило, перерозподілу структури і змісту навчального матеріалу, виходячи із стартових можливостей студента і кінцевої мети навчання.

Головними завданнями вивчення фундаментальних дисциплін у вищій школі при підготовці фахівців з туризму є оволодіння основами наук, формування інтелектуальних знань та вмінь, оволодіння відповідними методами і прийомами майбутньої професійної діяльності. Проблема ефективного засвоєння фундаментальних дисциплін у професійній школі включає, насамперед, формування цілей вивчення цих дисциплін, виділення основних структурних елементів змісту, що базується на керованості навчальним процесом, яка дає можливість впливати на протікання і результати цього процесу, на певні його критерії, які залежать від форми цього керування. Вона полягає в поетапній оптимізації навчального процесу, коли на кожному етапі оптимізується один елемент, який одночасно впливає з цілей процесу навчання в цілому. Важливе значення в керованості процесом навчання, як постійної взаємодії викладання і учіння, що спирається на навчальний матеріал, має відбір його основних змістових елементів. Аналіз робіт Александрова Г. Н., Полежаєвої Л. А., Гершунського Б. С., Гладуна А. Д., Золотухіної Н. Ф., Савельєвої Л. В. та ін. приводять до висновків:

1. Питання логічної структури навчального матеріалу фундаментальних дисциплін розглядаються в рамках принципу систематичності і послідовності навчання.

2. Поняття логічної структури навчального матеріалу фундаментальних дисциплін тісно пов'язані з рядом важливих понять дидактики і потребують глибокого психолого-педагогічного дослідження.

3. Проблемними залишаються способи впровадження об'єктивних методів характеристики логічної структури навчальних матеріалів.

4. Актуальною залишається проблема відбору основних змістових одиниць навчального матеріалу на основі його логічної структури, що орієнтована на формування елементів професійного мислення.

Проблемі структури та елементів присвячено ряд наукових праць, причому спостерігається неоднозначність і різноманітність підходів до цієї проблеми. Аналіз об'єднання змістових елементів у ціле показує, що характер цього об'єднання може бути різним. Якщо таке ціле є конгломератом елементів, то вилучення або додавання деяких елементів змінює ціле тільки у кількісному відношенні. Такий конгломерат часто називають агрегатом. Якщо об'єднання складових частин певним чином упорядковане, тоді слід говорити про систему, що складається з елементів, причому системи розрізняють за типами зв'язків між їхніми елементами. Найбільш важливими і складними є випадки, коли вилучення чи додавання хоча б одного елемента якісно змінює всю систему таким чином, що вона перетворюється у нове ціле [7]. Тільки у тому випадку, «коли елементи цілого не просто об'єднані механічно і не просто зв'язані, а зв'язані між собою так, що взаємно впливають один на одного, причому цей вплив є достатньо суттєвим, отже, є сенс говорити про те, що елементи системи утворюють структуру» [7].

Структурування змісту трактується, з одного боку, як спосіб активізації пізнавальної діяльності студента, а з іншого, як спосіб удосконалення керованості процесом навчання, вплив на хід цього процесу через методи управління. У структуруванні змісту навчального матеріалу з фундаментальних дисциплін існують серйозні дидактичні проблеми, які ускладнюються в міру нагромадження емпіричного педагогічного досвіду. Проблема полягає, насамперед, у тому, що треба велику кількість інформації передати не просто у стислому вигляді, а в тому, щоб виділити провідні знання, навчити студента мислити, узагальнювати, передбачати. Професійна мобільність, характерна для нашого часу, вимагає створення такої системи подачі і трансформування наукової інформації в навчальну, яка б відповідала науково-обґрунтованим вимогам до структурування змісту навчального матеріалу. Структурування змісту навчального матеріалу, виділення його логічної структури базується

на формуванні і систематизації змісту, тобто на такому його впорядкуванні, яке пов'язане з виділенням відповідних для даного змісту систем, а в них — складових і зв'язків між ними. Порівняння цих систем між собою слугує їх упорядкуванню, при цьому визначається місце окремих систем у програмі з урахуванням галузі застосування і характеру їхніх складових та зв'язків. Одні з систем мають більш загальний характер і створюють основний зміст, інші — більш спеціалізовані та служать як додаткові. Виникаюча таким чином структура складається з систем кількох порядків. Застосування таких дидактичних підходів до структурування змісту навчального матеріалу передбачає певну перебудову змісту, тобто надання йому такої структури, яка б відображала максимальне число зв'язків між її елементами. Навчальні предмети у вищій професійній школі при підготовці бакалаврів з туризму містять три галузі знань: власне предметні знання, знання про специфічні методи пізнання та історично-наукові знання. У більшості випадків у рамках вивчення навчального предмету увага наголошується саме на предметних знаннях, які відповідно формують предметні види мислення: математичне, географічне, економічне. Предметна структура навчального матеріалу і його зміст є відносно незалежними. Відносна незалежність структури і змісту навчального матеріалу полягає в тому, що, утворюючи нерозривну внутрішню єдність, зміст і структура не є тотожні, бо один і той же зміст може входити в різні структури, а може взагалі виявлятися безструктурним. Красівський В. Б. і Лернер І. Я. [8] вважають, що при структуруванні змісту навчального матеріалу доцільним є:

- етапність (розчленування навчального матеріалу на частини: сучасна дидактика прагне виділяти крупні частини в матеріалі);
- обмеження (кожна виділена частина повинна являти собою відносно закінчену єдність — смислову та логічну);
- зростаюча трудність навчальної інформації, що заснована на положенні про єдність навчання та розвитку;
- зв'язок нового з уже відомого;
- координація (встановлення зв'язків між навчальними предметами та соціальною практикою);
- наголос (виділення найбільш важливого у навчальному матеріалі);
- дидактична цінність (деформація залежно від дидактичної цілі, методів діяльності педагога, засобів навчання тощо).

Логіка навчального предмету, таким чином, зумовлює основні контури навчального процесу, але тільки в загальному виді. У зв'язку з тим, що в навчальному предметі можна розрізняти об'єкти засвоєння в залежності від елементів змісту, то необхідно враховувати той факт, що в кожному навчальному предметі дії, які необхідно засвоїти, поділяються на групи, а також є способи діяльності, які не зв'язані з теоретичними знаннями, а тільки з такими, які описують певний спосіб дій. Критерії відбору змістових елементів навчального матеріалу регулюють процедуру конструювання, відбір навчального матеріалу та послідовність його вивчення. Досвід показує, що це питання дуже важливе, тому доцільно спиратися на сучасні принципи відбору змісту навчального матеріалу, які забезпечать формування системних знань. Одним з найефективніших засобів досягнення системності знань є використання інтегративного підходу до навчання. При застосуванні системного підходу до навчання необхідна певна реконструкція чи переструктурування змісту навчального матеріалу, тобто надання йому такої структури, яка б сприяла засвоєнню знань у цілісній системі. Для цього в дидактиці пропонуються два шляхи. Перший з них полягає в русі від цілісної системи чи цілісного об'єкта до аналізу їхньої структури. Виклад навчального матеріалу при цьому може бути інтегративним, тобто об'єднувати основні положення, викладені в текстах підруч-

ників. Структури систем студенти можуть вивчати самостійно на основі чітко визначених пізнавальних і практичних завдань. При такому підході формується ланцюжок засвоєння знань за схемою «система—структура—вища система». Другий шлях передбачає рух від розгляду елементів і аналізу структури до об'єднання знань у систему, яка відповідає особливостям цілісного системного об'єкта. Елементи системи можна розглядати спочатку окремо, незалежно один від одного, а ланцюжок засвоєння знань при цьому має вигляд «структура—система—вища система» [3].

На наш погляд, найбільш цікавими є наступні способи реалізації структурного підходу до змісту фундаментальних дисциплін у професійній школі: використання графів, побудова структурних формул (структурно-логічних схем), використання метамови при виділенні основних зв'язків між елементами системи, урахування диференціації змісту на рівні елементів та інтеграції змісту на рівні системи та інші.

Робота з структурними формулами, графами та іншими засобами структурування змісту у процесі навчання означає доцільну організацію активної інтелектуальної діяльності студентів, коли вони оперують навчальним матеріалом, його окремими складовими частинами, причому сам цей матеріал у значній мірі (хоч і неповністю, неоднозначно) визначає умови такого оперування. Необхідний підхід, що дозволяє з достатньою об'єктивністю оцінювати (прогнозувати) дидактичні якості навчального матеріалу, його придатність до навчання. Таким підходом, на нашу думку, є інтегративний підхід до структурування змісту фундаментальних дисциплін, який дає можливість в умовах професійної підготовки фахівців уже на стадії їх вивчення формувати професійне мислення. Досвід показує, що найбільш ефективними засобами реалізації цього підходу є розробка інтегративних дидактичних одиниць, інтегративних структурно-логічних схем, інтегративних навчально-контрольних карток та ін. Застосування цих засобів структурування як способу відбору основних змістових одиниць, що формують елементи професійного мислення і підвищують мотивацію вивчення дисциплін, дозволяє зробити наступні висновки:

1. Для комплексного оволодіння знаннями з фундаментальних дисциплін і створення гнучкої системи знань у студентів необхідно інтегрувати зміст фундаментальних і професійних дисциплін навчального плану.

2. Формувати елементи професійного мислення на пропедевтичному рівні засобами єдиної інтерпретації фундаментальних знань.

3. Враховувати індивідуальні здібності кожного студента та його базові знання з фундаментальних дисциплін при відборі основних змістових одиниць.

Досвід роботи підтвердив дані висновки.

Література

1. Бабак В., Лузік Е. Фундаментальна підготовка в сучасному університеті: традиції та перспективи. // Вища освіта України. — 2003. — № 1 — С. 78—83.
2. Гериунский Б. С. Педагогическая прогностика. — К.: Вища школа, 1986. — 200 с.
3. Дидактика современной школы / Под. Ред. В. А. Онищука. — К.: Рад школа, 1987. — 356 с.
4. Дольнікова Л. В. Особливості інтегративно-диференційовано підходу до структурування природничих дисциплін у медичних коледжах (теорія та практика): Навчально-методичні рекомендації / За ред. Кмітая М. — Львів, 2000. — 50 с.
5. Дутка Г. Філософські та загальнонаукові передумови фундаменталізації змісту професійної освіти. // Педагогіка і психологія професійної освіти. — 2004. — № 4. — С. 18—24.
6. Жидецкий Ю. Фундаментальність змісту навчання фахівців виробничо-поліграфічного профілю // Педагогіка і психологія професійної освіти. — 2004. — № 4. — С. 25—33.
7. Сохор А. М. Логическая структура учебного материала. — М.: Педагогика, 1974. — 102 с.
8. Теоретические основы общего среднего образования / Под. Ред. В. Б. Краевского, И. Я. Лернера. — М.: Педагогика, 1983. — 352 с.

ОБГРУНТУВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧОГО КОМПЛЕКСУ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Сучасна економічна наука стверджує, що впродовж останніх 30 років туристська галузь стрімко розвивається і такий розвиток туризму очікується і в найближчому майбутньому. Цим успіхом туризм зобов'язаний широкому використанню інновацій в своїй галузі. Однак, в даній сфері діяльності існують великі проблеми з підготовкою фахівців, які б відповідали сучасним вимогам галузі. Така освіта носить поки що нестабільний та нефундаментальний характер [1].

Тривалий час у зарубіжній туристській освіті панувала педагогічна практика підготовки фахівців вузького профілю. Це створювало певні проблеми щодо навчання в умовах практики. А для нашої країни вони були суттєвими через відсутність будь-якої базової туристської підготовки та сталого практичного досвіду організації сфери послуг.

У вітчизняній сфері туризму переважно працювали кадри галузевих напрямів, які пройшли відповідну курсову перепідготовку. Перевага теоретичних знань, лише підсилювала негативні наслідки в підготовці працівників і була головною причиною низького сервісу українського туризму. Для вітчизняної туристської індустрії дотепер характерним є працівник, який багато знає, але мало що вміє.

За цих умов актуальною проблемою є розробка багатоступеневої системи практичної підготовки спеціалістів туристської сфери.

Особливістю формування змісту навчання кадрів для сфери туризму є орієнтація їх на світовий досвід теоретичної і практичної професійної підготовки, формування ієрархічного рівня туристської діяльності відповідно до рівнів зайнятості в сфері туризму.

Введення у 2002 р. в Україні нового напрямку фахової підготовки — «Туризм» викликало особливий інтерес теоретиків і практиків туризму до проблеми професійної підготовки фахівців туристської галузі.

На сьогоднішній день в Україні нараховується понад 150 навчальних закладів, що тією чи іншою мірою готують кадри для туризму.

На сьогодні в Україні функціонує близько 10 тис. туристських фірм, готелів та санаторно-курортних закладів. Зважаючи на збільшення обсягів туристського споживання, слід визнати нагальною потребою підготовку кваліфікованих кадрів для цієї сфери. Практика туризму вимагає від сучасних фахівців досконалого розуміння ринкових процесів, знань та умінь управління попитом та пропозицією.

Практична підготовка студентів вищих навчальних закладів України — невід'ємна складова освітньо-професійної програми підготовки фахівців, головним завданням якої є якість практичної підготовки випускника за освітньо-кваліфікаційними рівнями «молодший спеціаліст», «бакалавр», «спеціаліст», «магістр».

Аналіз особливостей професійної підготовки менеджерів туризму і готельного господарства свідчить, що найдоцільніше будувати навчання на основі технократичної моделі з елементами гуманістичного підходу.

Практично це має здійснюватись на основі чіткого плану навчання, що відповідає Держстандарту і містить обов'язкові дисципліни, спеціальні й елективні курси спеціалізації.

Професійна освіта в туризмі покликана сприяти швидкій і поступовій професіоналізації індустрії туризму, зміцненню позитивного впливу туризму на всі сфери життєдіяльності.

Вивчення та аналіз професійної підготовки фахівців туризму дали змогу виявити її неадекватність громадським потребам, що постійно зростають, розбіжність між

реальною підготовленістю випускника і тими вимогами, які висуваються суспільством до рівня професійної підготовки.

Причини цього полягають у:

- відсутності необхідного набору державних освітніх стандартів вищої освіти з нового освітнього напрямку «Туризм», що не дає змоги ефективніше та якісніше здійснювати туристський бізнес;

- недосконалості форм і методів організації навчального процесу у закладах туристського спрямування;

- слабкій практичній підготовці студентів [2].

Відіграючи величезну роль у підготовці і формуванні фахівців, практика дає змогу:

- оволодіти необхідними знаннями щодо сучасних змін у державотворенні, набутти вмінь і навичок прийняття та пошуку інноваційних шляхів вираженої раціональності у майбутній професійній діяльності;

- виявити вміння та навички організаторської, управлінської діяльності щодо забезпечення трудової та технологічної дисципліни, створення безпечних умов праці;

- приймати професійні рішення з урахуванням їх соціально-економічних та психологічних наслідків;

- набутти умінь та навичок практичного застосування прогресивного досвіду з питань організації управління.

У загальному вигляді можна відокремити такі послідовні етапи практичної підготовки:

- лабораторні та практичні заняття, на яких розпочинається формування первинних навичок із фахових дисциплін;

- навчальну практику, завданням якої є ознайомлення студентів зі специфікою майбутньої професії, набуття ними первинних професійних умінь і навичок із загально-професійних і фахових дисциплін, робітничих професій, передбачених навчальним планом відповідної спеціальності;

- технологічну практику, метою якої є ознайомлення студентів із виробничим процесом і технологічним циклом виробництва безпосередньо на підприємствах, в організаціях та установах, відпрацювання вмінь і навичок з робітничої професії та спеціальності, закріплення знань, отриманих під час вивчення певного циклу теоретичних дисциплін, та набуття первинного практичного досвіду;

- професійну практику, яка є завершальним етапом навчання і проводиться з метою узагальнення й удосконалення знань, практичних умінь та навичок на базі конкретного суб'єкта господарювання, оволодіння професійним досвідом та готовності майбутнього фахівця до самостійної трудової діяльності, збору матеріалів для дипломного проекту (роботи) [3].

Упродовж усіх етапів професійної підготовки формування умінь і навичок студентів розпочинають із початкових умінь, поступово переходячи до складніших.

У міру повторення однієї й тієї самої дії вміння виконувати її вдосконалюється, з'являються швидкість, автоматизм. Проте чимало залежить і від природних та набутих якостей людини, зокрема її задатків, здібностей, попереднього досвіду.

Практична підготовка значною мірою впливає на виховання і розвиток усіх сторін особистості. Винятково важливу роль відіграє вона і в розумовому розвитку. Щоправда, залежно від освітньо-кваліфікаційного рівня вона може істотно різнитися, адже що вищий рівень професійної майстерності, то більшого значення набувають інтелектуальні вміння (бачити проблеми, висувати гіпотези, знаходити їх розв'язання тощо). Неабияку роль відіграє практична підготовка у формуванні психологічної, комунікативної, фізичної, екологічної та естетичної культури.

Одна з головних особливостей підготовки студентів у вищій школі — зв'язок з життям, з конкретними особливостями майбутньої практичної діяльності. Весь шлях розвитку вищої освіти — свідоцтво бажання наблизити теоретичну підготовку до практичної.

Професійна кваліфікація залежить як від загальної, так і від спеціальної підготовки, зорієнтованої на існуючу практику, світовий досвід і стандарти гостинності. Відповідність змісту навчання вимогам майбутньої професійної діяльності, зв'язок навчання з виробничою практикою, навчання на робочому місці, взаємозв'язок теоретичних курсів із практичними предметами, тривале стажування на робочих місцях під час навчання у вузі — ось те, що формує основу висококваліфікованих спеціалістів сфери туризму за рубежом.

Головними проблемами в підготовці кадрів для сфери туризму у всіх ВНЗ є створення навчально-виробничої бази, інформаційно-методичного забезпечення і, що головне, це забезпечення навчального процесу кваліфікованими викладачами з професійною організацією.

Через те, що до цього часу в Україні не здійснювалась базова підготовка фахівців з туристсько-готельного напрямку, на посадах вищої ланки працівників підприємств та установ туристської сфери: турфірмах, турагенціях, готельних комплексах працювали фахівці з будь-якою базовою освітою, пройшовши відповідну курсову підготовку і перепідготовку або спеціалізацію з менеджменту туристської індустрії.

Зрозуміло, що здійснювати підготовку працівників — технологів, організаторів сфери гостинності таким фахівцям дуже складно. Саме тому рівень сервісного обслуговування споживачів турпродукту в Україні не завжди відповідає світовим стандартам [4].

Навчально-науково-виробничий комплекс (далі Комплекс) Запорізького інституту імені гетьмана Петра Сагайдачного було створено з метою організації практичної роботи студентів, які навчаються за спеціальністю 0504 «Туризм». Комплекс складається з навчально-виробничої готельної лабораторії на базі готелю «Інтурист» та навчально-виробничої лабораторії туристської діяльності на базі туристської фірми «Зовнішсервіс».

Метою створення Комплексу є забезпечення організації та проведення навчальної, технологічної, менеджерсько-економічної та виробничої практики студентів, які навчаються за освітнім напрямом 0504 «Туризм».

У структурі Комплексу існують ті ж самі підрозділи, що й у готелях, туристських підприємствах. Саме тому з практики у цьому Комплексі для багатьох студентів розпочинається шлях до вершин туристичного бізнесу.

Роботу у Комплексі студенти починають на першому курсі: проходять практику як турагенти, складають різноманітні програми обслуговування, беруть участь у розробці туристсько-екскурсійних маршрутів по Україні, складають конспекти лекцій з тематики екскурсій, набувають умінь та навичок екскурсіводів. В готелі студенти першого курсу вивчають структуру та функції поверхової служби, поверхові обов'язки, прибиральні механізми, матеріали, інвентар, систему та організацію білизняного господарства, види прибиральних робіт в приміщеннях, технологію прибиральних робіт в номерах готелю згідно з формами організації праці покоївок, посадові обов'язки чергового по поверху, експлуатаційну документацію, організацію виїзду гостей з готелю, контроль за зайнятістю номерного фонду, посадові обов'язки та організацію роботи завідувача поверхом, систему обліку та збереження майна на поверсі готелю.

На другому курсі студенти виконують функції менеджерів методичних відділів, беруть участь у проведенні виставок та конференцій, організовують рекламну кампанію пропонування послуг на туристському ринку.

Студенти третього курсу розв'язують організаційно-методичні питання з конкретних видів діяльності. До їхніх функцій входить планування роботи підрозділів фірми, обговорення й розв'язання поточних питань, контроль за виконанням роботи підлеглими. Під час навчальної роботи в готелі на місці адміністратора та порт'є студенти вивчають структуру

та функції служби приймання та обслуговування, посадові обов'язки працівників, технологію бронювання місць і номерів, приймання та розміщення споживачів готельних послуг, забезпечують надання додаткових послуг. До третього курсу студенти уже мають сформоване уявлення про конкретний вид діяльності, яким вони прагнуть оволодіти.

Здійснення функцій управління покладається на студентів старших курсів. Спільно з викладачами та досвідченими фахівцями туризму вони проводять засідання методичних секцій, консультацій для студентів молодших курсів, контролюють роботу всіх підрозділів Комплексу, розробляють документи, за якими здійснюється їх робота.

Отже, у Комплексі успішно розв'язується одне з головних завдань професійної освіти в туризмі — закріплення на практиці отриманих професійних знань, умінь і навичок.

Головними напрямками діяльності Комплексу є:

- забезпечення, організація та проведення навчальної, технологічної та виробничої (професійної) практики студентів;
- проведення тестового відбору студентів для проходження практики в інших регіонах країни та світу;
- організація та проведення науково-дослідної та методичної роботи;
- організація практичних семінарів та зустрічей студентів Комплексу з досвідченими працівниками сфери туризму для ознайомлення з специфікою туристської галузі;
- складання інформаційної бази постачальників туристських послуг та інформаційного матеріалу по туристським об'єктам Запоріжжя та України;
- організація екскурсійної діяльності, розробка екскурсійних маршрутів, турів вихідного дня по Україні;
- організація конференцій, ділових та корпоративних зустрічей, семінарів, бенкетів;
- оформлення індивідуальних та групових заявок на розміщення туристів в готелях Запоріжжя та інших містах України, розробку турів та інших додаткових туристських послуг;
- організація виїзного туризму, індивідуальних та групових турів для відпочинку в Туреччині, Болгарії, Угорщині, Єгипті, Польщі та ін.;
- організація в'їзного туризму, розробка маршрутів і турів для іноземних туристів (індивідуальних та групових). Надання повного циклу туристських послуг для іноземних туристів: розміщення та харчування, транспортне обслуговування, індивідуальні екскурсійні програми;

— співпраця з молодіжними організаціями, вищими навчальними закладами як України, так і зарубіжжя, з метою надання якісних та доступних туристських послуг.

Отже, студенти за період навчання набувають професійно-практичні навички під час навчальної, технологічної та виробничої (професійної) практики. Відповідно, озброївшись теоретичними знаннями вони мають можливість закріпити їх на практиці в туристських фірмах, агентствах, готелях та інших туристських підприємствах, установах та організаціях. У процесі проходження практики у Навчально-науково-виробничому Комплексі відбувається адаптація студентів до вимог виробничого процесу, налагодження міжособистісних стосунків та формування професійної, психологічної готовності до майбутньої професії.

Література

1. Євтух М. Б. Освіта у XXI столітті: розвиток і реформування. Науковий вісник Кафедри ЮНЕСКО Державного лінгвістичного університету (Лінвапакс — VIII). — К.: Видав. центр КДЛУ. — 2000. — Вип. 3В. — С. 720—732.
2. Бабарицька В. К., Бейдик О. О. та ін. Підготовка туристських кадрів в Україні. З історії вітчизняного туризму. — К., 1997.
3. Образование в туризме: взгляд в третье тысячелетие // Гостиничный и ресторанный бизнес. — С. 62.
4. Педагогика и психология высшей школы. Серия «Учебники, учебные пособия» / Самгин С. И., Буланова-Топоркова М. В., Духавнева А. В. и др. — Ростов-на-Дону: Феникс, 198. — 544 с.
5. Український туристичний вісник. — 2005. — № 3—4.

ОПТИМІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ТУРИЗМУ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

З набуттям Україною незалежності освіта стала власною справою українського народу. Відродження системи освіти, її докорінне реформування мають стати основою відтворення інтелектуального, духовного потенціалу народу, національного відродження, становлення державності і демократизації суспільства в Україні, виходу вітчизняної науки, техніки і культури на світовий рівень [1].

Нинішня система освіти України ще досі перебуває в стані, який не задовольняє вимог, що постають перед нею в умовах самостійної української державності, культурного і духовного відродження українського народу. Особливо це стосується вищої освіти, яка ще досі недостатньо спрямована на забезпечення фундаментальної наукової, загальнокультурної, практичної підготовки фахівців, що відчувають і сприймають ті великомасштабні зміни, які відбуваються в житті українського суспільства. Тому в період державного і духовного відродження України пріоритетна роль належить розвитку вищої національної системи освіти що має забезпечити її гуманітаризацію [2].

Вищезазначені перетворення та піднесення ролі вищої освіти не могли не торкнутися і всієї туристичної діяльності.

Туризм сьогодні став невід'ємною частиною життя мільйонів людей. Він вносить вагомий педагогічний, соціальний і економічний внесок у становлення економічної і культурної бази держави, а також у досягненні взаємопорозуміння між народами [3].

До складу туристської галузі сьогодні належить майже сорок різних галузей народного господарства України. А її розвиток базується на нормативно-правових урядових і державних документах, зокрема на Указі Президента України «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року», а також «Державній програмі розвитку туризму на 2002—2010 роки» [4].

Стратегічною метою цієї програми є створення в Україні конкурентоспроможного на внутрішньому і світовому ринках національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби населення України та туристів із зарубіжних країн у розширенні внутрішнього туризму і постійного зростання обсягів в'їзного туризму, крім цього, на цих теренах забезпечити комплексний розвиток курортних територій і туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів населення, збереження та відновлення природного середовища й історико-культурної спадщини, вирішення завдань наповнення державного і місцевого бюджетів.

Аналіз наукових досліджень В. В. Абрамова [5], І. І. Булигіної [6], В. О. Квартального [7,] та інших свідчить про те, що спортивно-оздоровчий туризм є одним із найперспективніших напрямів туристичної галузі, й, по суті, не є сферою послуг. Спортивно-оздоровчий туризм є самостійною і соціально орієнтованою складовою загального туризму, способом життя значної частини суспільства, ефективним засобом фізичного, психічного, духовного оздоровлення та засобом формування соціальної компетенції молоді.

Враховуючи нинішній критичний стан здоров'я певної групи школярів і молоді в нашій країні, що все частіше попадає в бездуховне кримінальне середовище, вживаючи алкоголь і наркотики, перед спортивно-оздоровчим туризмом, як соціальним рухом в Україні, постають такі завдання: вернути молоді чудовий світ спортивно-оздоровчого туризму; розвивати цей вид туризму як ефективний засіб формування особистості і виживання людини як у природній, так і міській сферах.

Спортивно-оздоровчий туризм своєю сутністю та спрямуванням впливає на виховання в молодого покоління (в людей інших вікових груп) ціннісного ставлення до пам'яток культури, природи, сприяє формуванню навичок природоохоронної діяльності, екологічної культури. Спортивно-оздоровчий туризм унікальне соціальне явище, він дає можливість спілкування людям з природою, ознайомлення з життям інших народів, їхньою історією, культурою, традиціями. Це демократичний вид відпочинку, що визначається вільним вибором форм особистої активності, яка реалізується в умовах туристичного життя за маршрутом.

Феноменом цього масового руху, як свідчить І. І. Булигіна, є й те, що при найменшій підтримці держави, він успішно може реалізовуватися в складних економічних умовах сьогодення [6]. Це зумовлено його особливостями. Туризм забезпечує потребу людини мандрувати, забезпечувати тим самим собі здоровий спосіб життя та формування всіх видів здоров'я: фізичного та соматичного — розвиток тіла і фізіологічних систем; психічного (інтелектуального та емоційного) — розвиток сенсорних і інтелектуальних психічних процесів, станів, якостей особистості. В умовах сучасного стресового простору, оздоровчий туризм формує емоційний статус психічного здоров'я людини, тобто розвиває в ній уміння саморегуляції, витримки; духовного — формування ціннісного ставлення до культурної спадщини суспільства тощо.

Однією з важливих особливостей спортивно-оздоровчого туризму, яка забезпечує його популярність є те, що він несе в собі історичну сутність і є аналогією традицій і потреб українських чумаків і мандрівників. Він завжди об'єднується з різними формами суспільно-корисної діяльності мандрівника й є ефективною формою вирішення військово-прикладних проблем. Він — джерело створення інтелектуального продукту в сфері розробки теорії і технології туризму (стратегії, тактики, техніки переходів), нових туристичних маршрутів (у тому числі і комерційних), сучасного обладнання; підготовки кваліфікованих кадрів (майстрів спорту, гідів, тренерів, інструкторів).

Спортивно-оздоровчий туризм охоплює різні вікові та соціальні групи населення держави з різних її куточків (дорослих людей, школярів, студентів, сиріт, інвалідів, а іноді, й всю сім'ю).

В умовах урбанізації населення туризм є корисною системою занять, яка компенсує недоліки проживання в містах. Діяльність людини в умовах спортивно-оздоровчого туризму природна, вона охоплює й активізує комплекс його дій, що закладені в кожному від народження.

Спортивно-оздоровчий туризм не вимагає великих фінансових затрат. Для нього необхідні лише туристські клуби в місті, як організаційно-методичні і просвітницькі центри, дешеве туристичне знаряддя та система туристських притулків.

Але для успішного розв'язання нагальних проблем розвитку спортивно-оздоровчого туризму слід активно формувати кадровий потенціал, кваліфіковано готувати фахівців, створювати відповідно до потреб ринку нові спеціальності у сфері туризму.

Тому метою нашої статті є розкриття процесу оптимізації професійної підготовки майбутніх фахівців із спортивно-оздоровчого туризму в вищих навчальних закладах.

Аналіз психолого-педагогічних джерел дає підстави стверджувати, що вітчизняною і зарубіжною наукою накопичено певний позитивний досвід підготовки майбутніх спеціалістів щодо виховання у дітей і молоді навичок здорового способу життя [7, 8].

Ученими України, Росії, Казахстану (І. І. Булигіною, В. М. Вакуловим, В. Д. Дехтяром та ін.) у свій час був проведений ретельний аналіз деяких проблем професійної підготовки майбутніх фахівців із туризму в системі середньої та вищої освіти [6, 9, 10].

Разом з тим, питання професійної підготовки майбутніх фахівців із спортивно-оздоровчого туризму в вищих навчальних закладах ще не стало предметом спеціального дослідження.

В основу побудови моделі професійної підготовки майбутніх фахівців із спортивно-оздоровчого туризму в вищому навчальному закладі нами був закладений системний підхід. Він розглядається як можливість використання принципів системного підходу для характеристики професійної туристичної освіти в інтеграції з педагогічною освітою як цілісного системного об'єкту.

Досвід результативного використання системного підходу в педагогічних дослідженнях представлений В. Безпалько та ін. [12].

Вважаємо, що точка зору вищезазначених дослідників має право на існування і педагогічна система розглядається авторами як керована сукупність засобів і методів дидактичного і виховного процесів, спрямована на якісну зміну тих, хто навчається, згідно з потребами суспільства. Однак, ми вважаємо, що педагогічна система в вищому навчальному закладі як освітній процес — це керована цілісність, що має поділитися на частини (підсистеми), структурними компонентами яких є елементи (ціль, завдання, функції, принципи, методи, прийоми, форми роботи). Чим краще буде управлятися педагогічна цілісність (освітній процес), тим ефективніше будуть функціонувати підсистеми. Найкращим підходом до організації освітнього процесу є його оптимізація. Тому ми розглядаємо оптимізацію навчально-виховного процесу з підготовки організаторів спортивно-оздоровчого туризму в школах як вибір і реалізацію найкращого варіанту всіх елементів у підсистемах цілісної системи, здобуття максимально можливих результатів за мінімальний час. Ця система управляється як викладачами, так і студентами. Викладачі управляють дидактичною і виховною підсистемами (навчанням і вихованням), науково-методичною підсистемою, організацією навчально-розвивального середовища та державними і комерційними суспільно-педагогічними інститутами (районними, міськими, обласними, всеукраїнськими установами). Тобто іншими туристичними підсистемами, що функціонують як у системі вищих навчальних закладів, так і поза їх межами, однак гармонічно вплітаються в єдину систему навчально-виховного процесу, забезпечують його цілісність і професійну освіту зі спортивно-оздоровчого туризму.

Туристичну освіту ми розглядаємо як засіб навчання, виховання і розвитку особистості студента. Навчання — це процес і результат взаємодії між викладачем і студентами, за яким останні оволодівають всіма компонентами навчання, виховуються і розвиваються.

Виховання — це функція людського суспільства передавати підростаючому поколінню раніше накопичені цінності: мораль, трудовий досвід тощо. Це також управління розвитком особистості.

У контексті вищої туристської освіти існує таке поняття як професійна підготовка майбутніх фахівців. Сутність цього поняття тлумачиться по-різному. Найбільш доцільним ми вважаємо таке: професійна підготовка як надання студентам необхідного запаса знань; це також передача професійних навичок (навчати їх заздалегідь, завчасно тощо).

Отже, освіта в галузі туризму сприймається як засіб виховання та розвитку особистості через спортивно-оздоровчий туризм. Виходячи з цього, в системі педагогічних наук, ми виокремлюємо «педагогіку туризму», яка визначається як системна наука про закони освіти та виховання засобами спортивно-оздоровчого туризму і дає такий прикінцевий результат, як розвиток (фізичний, інтелектуальний, духовний тощо).

Дидактика спортивно-оздоровчого туризму тлумачиться нами як галузь педагогіки, що вивчає теорію туристської освіти (навчання). Це теоретична і нормативно-прикладна наука, що розкриває сутність і рушійні сили навчання, засвоєння знань, умінь і навичок із спортивно-оздоровчого туризму у взаємозв'язку його освітніх, виховних і розвивальних функцій.

Дидактичною структурою навчання студентів на факультеті фізичного виховання (зі спеціалізацією спортивно-оздоровчого туризму) є сукупність складових елементів у побудові заняття (лекції, практичного, семінарського заняття), послідовність і кількість яких визначається навчальною метою, віковими особливостями студентів, специфікою предмету і забезпечує цілеспрямованість і завершеність роботи.

Вищезазначене надає змогу дійти висновку, що структурними елементами освітнього процесу є навчання і виховання; мета і завдання; зміст навчально-пізнавальної діяльності, форми роботи, функції, принципи, методи.

Отже, оптимізація туристської освіти буде залежати від вибору і реалізації найкращого варіанту кожного елементу освітнього процесу — від доцільного формулювання мети і завдань навчання, виховання і розвитку студентів до оптимального вибору змісту навчання за різними програмами, навчально — тематичними планами, вибору ефективних форм навчання, принципів і методів.

Література

1. Державна Національна програма «Освіта» (Україна XXI століття). — К.: Райдуга, 1994. — 61 с.
2. Пангелов В. А. Аспекти підготовки фахівців з туристсько-краєзнавчої роботи в педагогічних ВНЗ / Туризм у XXI ст. — К.: Знання України, 2002. — С. 334—437.
3. Педагогіка туризму. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. / За ред. Федорченка В. К., Фоменко Н. А., Скрипник М. І., Цехмістрової Г. С. — К.: Видавничий Дім «Слово», 2004. — 296 с.
4. Указ Президента України № 973/99 від 10 серпня 1999 р. «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року».
5. Абрамов В. В. Годы и тропы: К пятидесятилетию харьковского спортивного туризма. — Харьков: Кн. Рекламное агенство РА, 2000. — 332 с.
6. Булыгина И. И. Методические основы профессиональной подготовки организаторов туристической анимации: Дис. канд. пед. наук: 13.00.08. — М., 1999. — 145 с.
7. Квартальнов В. А. Методика профессионального обучения и подготовка специалистов по туризму в России: В 5 т. // Туризм: теория и практика: Избр. труды. — М., 1998. — Т. 5: Финансы и статистика. — 248 с.
8. Зорин И. В. Развитие личности в координатах туристского пространства // Актуальные проблемы туризма '99. — М.: РМАТ, 1999. — С. 113—119.
9. Вуковлов В. Н. Теория и практика подготовки специалистов туристской индустрии в высших учебных заведениях. Автореф. дис. доктор. пед. наук: 13.00.01. / Казах. гос. акад. спорта и туризма — Алматы, 2001. — 47 с.
10. Дегтяр В. Д. Основы оздоровчо-спортивного туризма. — К.: Науковий Світ, 2003. — 203 с.
11. Беспалько В. П. Основы теории педагогических систем. — Воронеж : Изд-во Воронежского ун-та, 1997. — 304 с.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ПРИ ПІДГОТОВЦІ МЕНЕДЖЕРІВ З ТУРИЗМУ

Туристична галузь у наш час стала однією з найбільших у світовій економіці. На частку туризму припадає 12 % світового валового продукту, майже 30 % обсягів послуг світової торгівлі та 11 % світових споживацьких витрат. У сфері надання туристичних послуг зайнято понад 260 млн. осіб, а обслуговування одного іноземного туриста в країні гарантує сукупно 9 постійних й тимчасових робочих місць. Динамічно також розвивається український туристичний ринок, де сьогодні працює майже 3000 туристичних фірм, 5500 готелів, мотелів, кемпінгів, турбаз, санаторно-курортних закладів та зайнято понад 200 тисяч осіб на постійній основі та біля 1 мільйона осіб сезонно [1].

Тому питання підготовки сучасних кадрів для галузі туризму має важливе народно-господарське значення і понад 120 навчальних закладів України працює у цій сфері. Методологічні засади підготовки фахівців для туристичної галузі розглянуто в роботах [2—3]. Розглянуто також місце сучасних менеджерів в системі інноваційного розвитку суб'єктів підприємницької діяльності [4], але не розглядається питання впливу підготовки менеджерів туризму на розвиток і підвищення конкурентноспроможності власне самого навчального закладу.

Метою роботи є дослідження впливу зміни контингенту студентів (в т. ч. при введенні спеціалізації з менеджменту туризму) на підвищення конкурентноспроможності вищого навчального закладу (ВНЗ).

У 2000 році серед контингенту студентів Прикарпатського інституту ім. М. Грушевського МАУП було 2 основних напрями — право (понад 55 % студентів) та менеджмент (28 %). Такий стан речей не міг задовільняти, тому що навчальний заклад залежав від кон'юктури ринку освітніх послуг, особливо від попиту на юридичні спеціалізації. Тому, враховуючи зростаючу потребу у фахівцях туристичної галузі Прикарпатський інститут з 2001 року за замовленням Львівської облдержадміністрації почав готувати менеджерів туризму за спеціалізаціями «Менеджмент туризму та

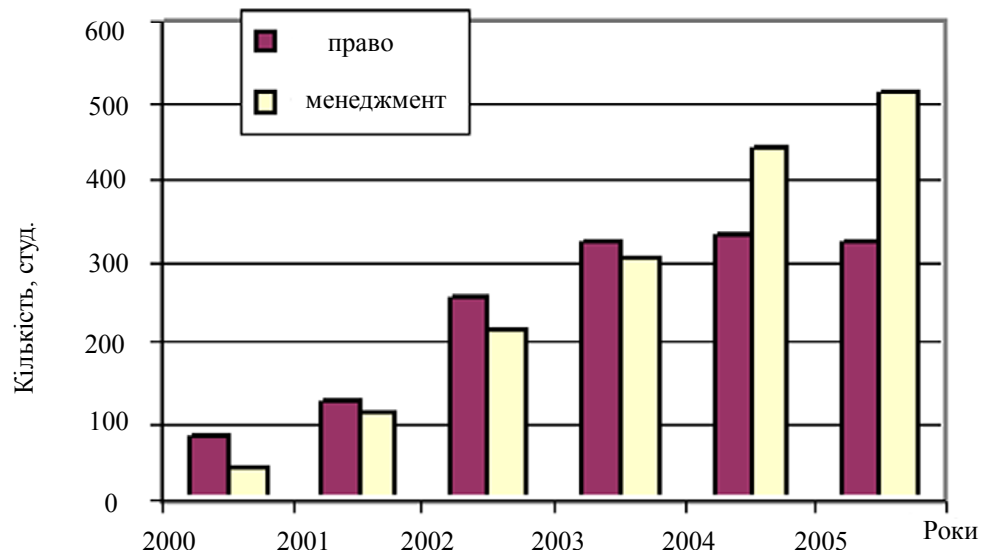


Рис. 1. Динаміка зміни попиту на спеціальності з правознавства та менеджменту

готельного бізнесу», «Менеджмент курортної сфери», «Менеджмент сільського зеленого туризму» [5—7]. Професорсько-викладацьким складом було розроблено понад 20 навчальних планів за освітньо-кваліфікаційними рівнями молодший спеціаліст, бакалавр, спеціаліст. Також підготовлено біля 40 навчальних програм вивчення дисциплін з туристичного та рекреаційного менеджменту.

Динаміка зміни попиту на спеціальності з правознавства та менеджменту виправдала наші прогнози. В 2003 році кількість студентів з права та менеджменту (в т. ч. туристичного) практично зрівнялась, а з 2004 року спостерігається стала тенденція зростання кількості менеджерів по відношенню до кількості юристів (рис. 1). Це стало можливим за рахунок стабільного зростання контингенту студентів за спеціалізацією з туристичного менеджменту (рис. 2).

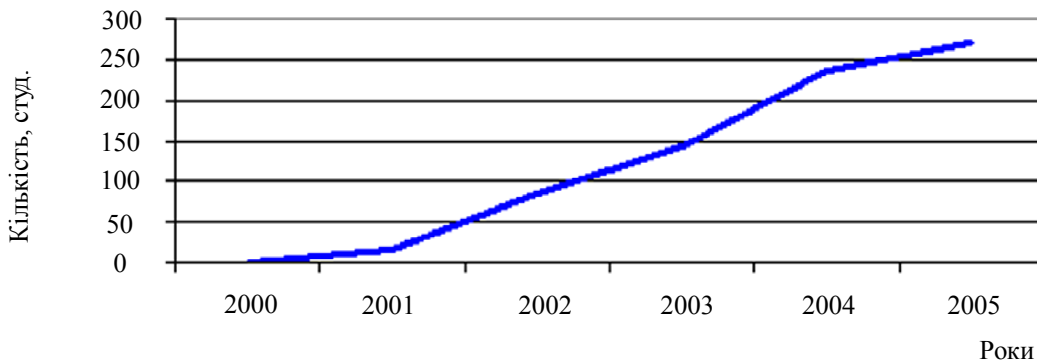


Рис. 2. Зростання контингенту студентів з туристичного менеджменту

Впровадження спеціалізацій з менеджменту туризму призвело також до якісної зміни доходу навчального закладу (рис. 3). Так, у 2000 р. дохід від навчання студентів за напрямом право більш ніж у 2 рази перевищував дохід від навчання менеджерів (70 % та 30 % відповідно). З 2004 р. дохід за напрямом менеджмент за рахунок збільшення менеджерів туризму (при практично сталому контингенті з інших спеціалізацій менеджменту) випередив дохід за напрямом право (у 2005 р. відповідно 59,2 % та 40,8 %).

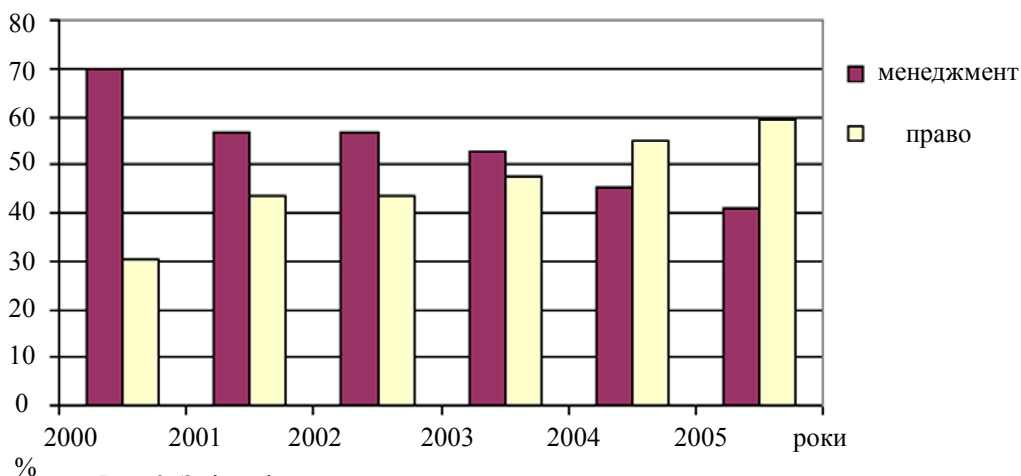


Рис. 3. Зміна відносного доходу за напрямами право та менеджмент

Суттєві зміни відбулися також у розподілі контингенту студентів за спеціальностями. В першу чергу це стосується двох превалюючих у 2000 році напрямів — право та менеджмент. Зміна питомої ваги студентів цих напрямів навчання по відношенню до

загального контингенту навчального закладу представлена на рис. 4. Спостерігається чітка тенденція зменшення відносної частини напрямку право з 55,4 % у 2000 р. до 22,9 % у 2005 р. В той же час збільшується частка напрямку менеджмент (з 28 % у 2000 р. до 36,3 % у 2005 р.) за рахунок збільшення контингенту менеджерів туризму.

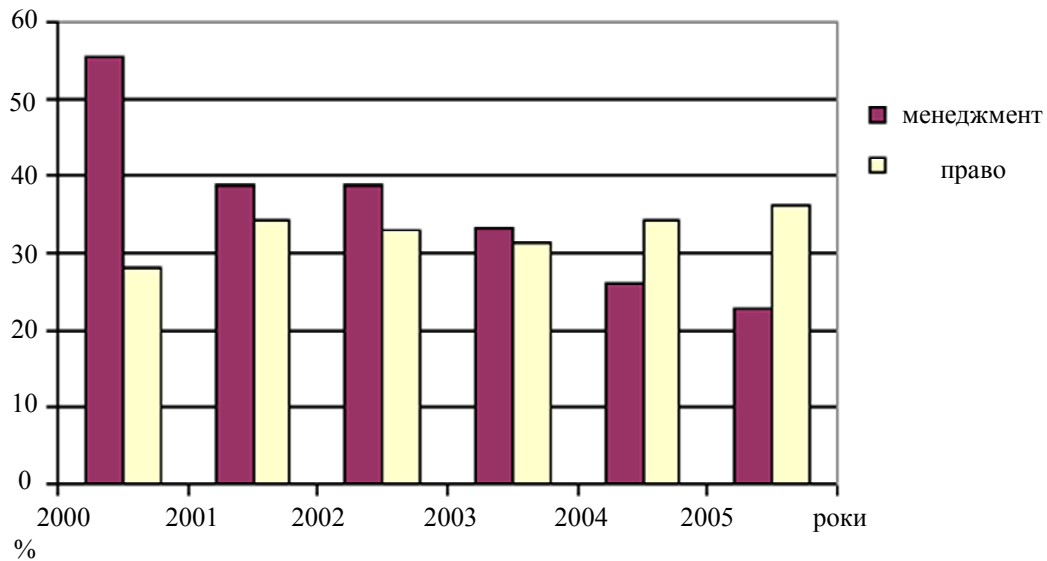


Рис. 4. Відносна зміна контингенту студентів за напрямками право та менеджмент

З метою підвищення конкурентноздатності вищого навчального закладу на ринку освітніх послуг в умовах збільшення кількості навчальних закладів та створення нових спеціалізованих ВНЗ (наприклад, зараз на Львівщині працює понад 20 ВНЗ III—IV-го рівнів акредитації) доцільно провести диверсифікацію і розподілити контингент студентів за 5—6-ма основними спеціальностями. Це надає можливість при зміні кон'юнктури попиту на певну спеціальність зберегти стабільним економічний стан навчального закладу та своєчасно провести підготовку до введення нових спеціальностей та спеціалізацій.

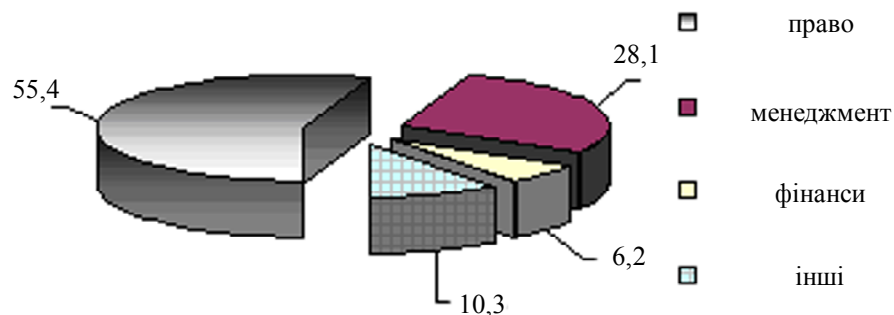


Рис. 5. Склад студентського контингенту за спеціальностями в 2000 р.

Якісні зміни при диверсифікації навчальних спеціальностей у Прикарпатському інституті ім. М. Грушевського МАУП представлені на рис. 5—6. Якщо у 2000 році було 2 основних напрями, які становили 83,5 % від загального контингенту студентів, то у 2005 році це вже понад 5 напрямів (менеджмент — 36,3 %, в т. ч. менеджмент туризму 19,3 %; право — 22,9 %; фінанси — 17,5 %; психологія — 7,6 %; інші 5 спеціальностей — 15,7 %).

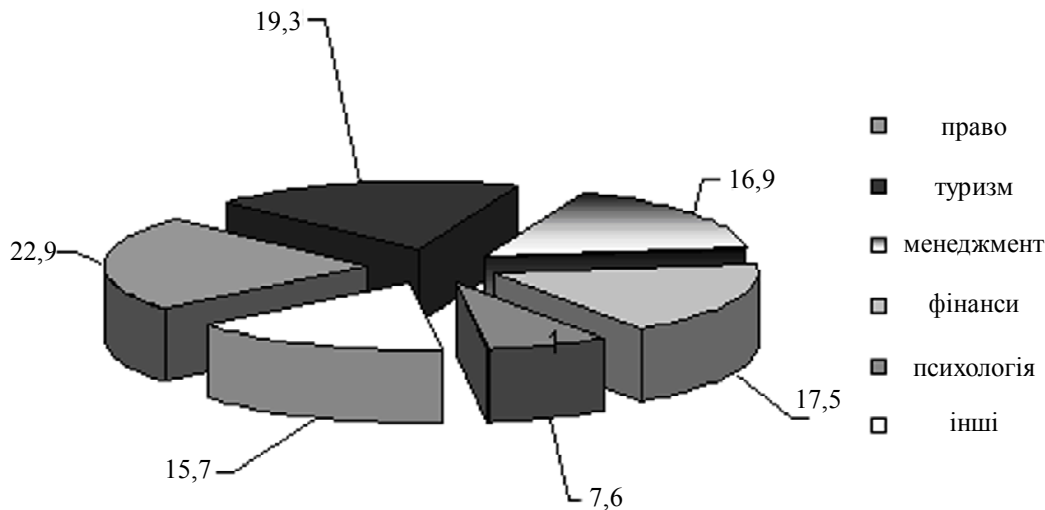


Рис. 6. Зміна студентського контингенту при диверсифікації навчальних спеціальностей в 2005 р.

Таким чином, введення підготовки менеджерів з туризму дозволило забезпечити стабільний розвиток вищого навчального закладу та підвищити його конкурентноздатність за рахунок диверсифікації навчальних спеціальностей. Перспективи подальших досліджень полягають у прогнозуванні попиту на нові спеціальності та спеціалізації, зокрема «Туризм».

Література

1. . . Реорганізація для консолідації // Дзеркало тижня, № 31(559) — серпень 2005.
2. Квартальнов В. А. Биосфера и туризм [в 5 Т.] / Т. 4 Образовательное пространство и туристское законотворчество. — Москва: Наука, 2002. — 368 с.
3. . . Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму. — К.: Слово, 2004. — 507 с.
4. . І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні. — К.: «Фенікс», 2005. — 320 с.
5. Матюхін В. О., Кашуба Я. М. Інноваційний навчальний проект туристичного менеджменту. Наукові праці МАУП. — Вип. 3. — Київ, 2002. — С. 327—329.
6. Матюхін В. А. Инновационный учебный проект «Менеджмент курортной сферы». Культура народов Причерноморья, № 34 — Крымский научный центр НАН Украины, 2002. — С. 203 — 206.
7. Матюхін В. А. Разработка учебного проекта «Менеджмент сельского зеленого туризма» // Международный форум «Молодежь. Спорт. Туризм». Квартальновские научные чтения (научный альманах). — Москва, 2004. — С. 483—485.

ФУНДАМЕНТАЛЬНА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

На початку формування вітчизняного туристського бізнесу в нових економічних умовах кадрові ніші заповнювали непрофесіонали, що було зумовлено відсутністю достатньої кількості навчальних закладів, спроможних надати належну освіту. Сучасні умови переходу до ринкових відносин потребують відповідності рівня професійності фахівців галузі туризму України європейському рівню. У зв'язку з цим процес підготовки та перепідготовки кадрів туристського профілю в навчальних закладах України має зазнати суттєвих змін.

Наданням освітніх послуг в сфері туризму, готельно-ресторанної справи займаються більш ніж 180 вищих навчальних закладів і коледжів України. Вищі й середні спеціалізовані навчальні заклади, що готують кадри для туристської галузі, за підрахунками Асоціації працівників навчальних закладів України туристського і готельного профілю, щорічно «виводять» на ринок більш ніж 2,5 тис. фахівців. Маючи такий вибір претендентів на посаду, туристські фірми пред'являють до них високі вимоги: від класичної освіти до бізнес-орієнтованості та, як обов'язкову умову, наявність практичного досвіду. До порівняння, у західних школах готельного господарства понад 50 % навчального часу студент присвячує відпрацьовуванню навичок ведення бізнесу й потім, по закінченню навчального закладу, влаштувавшись на роботу, чітко уявляє собі, як з першого дня якомога краще виконувати свої обов'язки. За таких умов постає актуальність питання про можливість проходження додаткової практики під час навчання у вітчизняних вищих навчальних закладах.

Наявності «туристської» освіти вимагають Ліцензійні умови ведення туристичної діяльності, в п. 4.1 яких зазначено: «У штаті суб'єкта туристичної діяльності (туристичного підрозділу) повинно налічуватися не менш 30 % фахівців, що мають відповідну освіту з організації міжнародного та внутрішнього туризму, досвід роботи в галузі туризму не менш, ніж три роки» [4]. У зв'язку з тим, що наданий документ в достатній мірі не роз'яснює, що саме мається на увазі під поняттям «відповідна освіта», ліцензіара влаштовує як працівник з дипломом менеджера, так і з документом про закінчення спеціалізованих курсів.

Сьогоднішнє бізнес-середовище передбачає наявність комплексних фундаментальних знань у працівників підприємств туристської індустрії. Саме тому слід акцентувати увагу на тому, що державу не повинні влаштовувати короткотермінові курси. Менеджери мають отримувати належну освіту в навчальних закладах III—IV рівнів акредитації. І саме під професійно підготовлених фахівців має бути видано ліцензію на здійснення туристської діяльності. Серед умов, що пред'являються до якостей випускників вищих навчальних закладів на перший план виходять його особистісні ресурси, які мають забезпечити високий рівень адаптації до ситуації та вільної самореалізації свого професійного вибору.

Харківська національна академія міського господарства, заснована у 1922 році, є одним з провідних вищих навчальних закладів України, готує фахівців для індустрії туризму з 1996 року.

Одним з пріоритетних напрямків діяльності Академії виступає підготовка згідно з державним замовленням і договірними зобов'язаннями висококваліфікованих фахівців для підприємств туристської індустрії, виховна і культурно-просвітницька робота з молоддю та організація і проведення фундаментальних та прикладних наукових досліджень.

Академія готує фахівців за такими освітньо-кваліфікаційними рівнями: молодший спеціаліст, бакалавр, спеціаліст та магістр; здійснює перепідготовку фахівців за базовими напрямками (спеціальностями), проводить інші види освітньої діяльності; проводить підвищення кваліфікації кадрів для підприємств туристської індустрії.

Підготовка фахівців для підприємств сфери гостинності починається в житлово-комунальному технікумі, що є структурним підрозділом Академії. Найкращі випускники продовжують освіту на факультетах менеджменту та економіки і підприємництва. Перепідготовка фахівців, в тому числі, надання другої вищої освіти здійснюється на факультеті післядипломної освіти, а також на факультеті підвищення кваліфікації і перепідготовки кадрів. Так, технікумом за період з 1967 по 2005 роки було випущено 1669 молодших спеціалістів для обслуговування готелів та туркомплексів. За період з 1996 по 2005 роки в Академії набули фундаментальну професійну освіту 486 спеціалістів. На сьогодні в Академії тільки на факультеті менеджменту за туристським профілем навчається 768 студентів.

Навчальний процес підготовки фахівців в Академії ґрунтується на базі побудованій з використанням досвіду як світових, так і вітчизняних лідерів туристської індустрії.

Слід зазначити, що в якості навчальної літератури студентами використовуються найкращі фундаментальні підручники, науково-методичне забезпечення, розроблене науковцями Академії та кафедрою туризму та готельного господарства.

Згідно зі статтею 29 Закону України «Про внесення змін в Закон України «Про туризм». «...Введення туризму в програми навчання молоді є важливим елементом її освіти і виховання» [1]. Тому під час навчання в Академії студенти вивчають дисципліни, які сприяють формуванню розуміння туризму як соціально-економічного явища і діяльності (Вступ до туризму); оволодінню теоретичними знаннями та формуванню практичних навичок щодо створення, організації та діяльності туристського підприємства (Організація туризму); формуванню вмінь та навичок розроблення цін на туристський продукт, прогнозуванню їх динаміки залежно від цінової політики, попиту та пропозиції на туристському ринку (Ціноутворення); засвоєнню теоретичних знань та опануванню практичних навичок надання послуг в засобах розміщення (Технологія обслуговування в готелях та туристських комплексах); формуванню умінь і навичок моделювання туристських маршрутів, прикладання ГІС для предметної області (Геоінформаційні системи); опануванню практичних навичок обґрунтування економічних рішень, формуванню сучасного економічного мислення та системи спеціальних знань в галузі управління фінансово-господарською діяльністю підприємств туристської індустрії (Економіка готельного господарства і туризму); опануванню практичних навичок планування і організації туристських маршрутів (Планування і організація туристських маршрутів); формуванню вмінь та навичок використання природнокліматичних ресурсів курортів (Основи санаторно-курортного лікування, Курортологія); оптимізації вибору режимів використання природних ресурсів в туризмі (Туристське природокористування); опануванню практичних навичок проведення рекламної компанії (Реклама в туризмі) тощо.

Важливим елементом підготовки фахівців туристського профілю є принцип зв'язку між теорією і практикою, що носить обов'язковий характер у всіх формах організації навчального процесу. В Академії створено наукову лабораторію «Дослідження рекреаційного потенціалу України», на базі якої функціонують навчально-тренінговий центр готель «Освіта», навчальна лабораторія «Туристська фірма» та «Методичний кабінет музейної та екскурсійної справи». Наявність таких організаційних структур дозволяє студентам під час навчання набути не тільки фундаментальні

знання, але й опанувати практичні навички на основі вивчення досвіду роботи кращих підприємств готельної, курортної та туристської сфери, що має за мету забезпечення адаптації випускників до конкурентних умов працевлаштування, а також системність і дієвість контактів з роботодавцями.

По закінченню Академії випускник є фахівцем широкого профілю в галузі туризму і готельного господарства. Це означає розширення спектру можливостей працевлаштування в умовах глобалізації ринку туристських послуг, а також готовність майбутніх фахівців освоювати досягнення науково-технічного прогресу.

Згідно з Принципом IX Гаагської декларації по туризму «...якість туризму залежить від якості наданих послуг. Тому належна освіта для широкої громади, що починається зі школи, освіта та навчання професіоналів у галузі туризму та підготовка нових осіб, що опановують дану професію, є вкрай важливим для туристської індустрії та розвитку туризму» [2].

Таким чином, головною метою підготовки фахівців для підприємств туристської індустрії є якісна підготовка та перепідготовка кадрів з урахуванням світового досвіду й особливостей українського менталітету за принципом зв'язку між теорією і практикою. Саме це обумовлює затребуваність випускників Харківської національної академії міського господарства вітчизняним туристським бізнесом, їх конкуренто-спроможність на ринку праці та є важливим чинником сталого розвитку туризму в Україні.

Література

1. Закон України «Про внесення змін в Закон України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року № 1282 — IV.
2. Гаагская декларация по туризму. Гаага, 14 апреля 1989 года.
3. Основні напрямки розвитку туризму в Україні до 2010 року. Схвалено Указом Президента України від 10 серпня 1999 року № 973/99.
4. Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності (Наказ Державного Комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України № 7/62 від 17.01.2001 р.).

ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ ТА УМІНЬ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ ПРИ РОБОТІ З ІНШОМОВНИМИ ДЖЕРЕЛАМИ ІНФОРМАЦІЇ

Знання та уміння фахівців сфери туризму використовувати іншомовні джерела інформації повинні бути інтегрованими, оскільки вони формуються з метою вирішення конкретних професійних проблем (пошук, переробка та розробка інформації) на основі різнопредметних навчальних знань у першу чергу з професійно-орієнтованих дисциплін, іноземної мови та інформатики.

Розглянемо вимоги до знань та умінь з іноземних мов:

1. Вибір мови. Англійська мова у техніці і науці як міжнародна спеціальна мова займає особливе місце. У багатьох сферах професійної діяльності, як наприклад, в комп'ютерній обробці інформації, багато спеціальних понять не існують німецькою мовою, французькою та іншими мовами, деякі залишаються не перекладеними взагалі. При аналізі частоти використання абсолютною домінантою серед іноземних мов є англійська, однак вибір іноземної мови у професійній діяльності не обов'язково концентрується на англійській. При економічних і туристичних контактах дуже важливими також є французька, німецька, російська, іспанська і португальська.

Обмін інформацією, науковим досвідом, банківськими, рекламними, страховими послугами — це сфера майбутнього. І в цій сфері знання іноземних мов особливо важливі. Зростаюча складність економічних відносин і області застосування техніки, складна робота по здійсненню розрахунків, зростаюче переплетення економік різних країн — все це підвищує потребу в консультативних послугах. Одночасно будуть потрібні в зростаючому числі висококваліфіковані експерти, які зможуть взяти на себе задачі консультацій і планування. Потреба у висококваліфікованих фахівцях буде зростати і в майбутньому — під цим розуміють, передусім, спеціальні кваліфікації. Необхідною вимогою до сучасного фахівця в галузі туризму є володіння щонайменше двома іноземними мовами в робочому режимі.

Отже, важливою вимогою є вибір мови (основної та додаткової) і визначення їх цільового призначення у конкретній професійній діяльності.

2. Мовна компетенція. Для адекватного спілкування з носієм мови, яку вивчають, необхідне не лише знання певної іншомовної лексики, граматично правильно висловлювати свою думку, але і знання, як саме використовувати певну лексичну одиницю чи вираз в різних комунікативних ситуаціях з іноземцями (як правильно розпочати і закінчити розмову, як звертатися до співрозмовника, які теми слід обговорювати в різних ситуаціях тощо); Компетенція інтегрує ставлення, мотивацію, знання особливостей мови, її використання та нерозривно пов'язана з принципами комунікативної поведінки.

Володіння іноземними мовами є одним з основних засобів для реалізації туристичних кадрів в практиці. Звідси впливає й основна мета навчання: відмінне володіння розмовною мовою і швидка мовленнєва реалізація при обслуговуванні туристів. Само собою зрозуміло, що абсурдом є абсолютне знання даної мови — зусилля спрямовані переважно на туристичну термінологію. Необхідно добитися у навчанні іноземних мов готовності до професійної діяльності кадрів для міжнародного туризму.

Наприклад, мовний матеріал, який потрібний для реєстрації гостя в готелі, можна поділити на три функціональні сфери, що характеризують повсякденну роботу адміністраторів готелю: прийняття замовлень по телефону, відповіді на запити в письмовій формі та приймання гостей. У сфері ресторанного обслуговування

необхідне хороше володіння декількома іноземними мовами для якісного обслуговування іноземних гостей.

Отже для туристичної діяльності передбачаються хороші знання однієї або двох іноземних мов. Таким чином, виникає вимога досягнення професійної компетенції певного рівня, зумовлена рівнем кваліфікації й особливостями професійної діяльності.

3. Перекладацька діяльність

Під час роботи з групою у гідів часто виникає необхідність виступити в ролі перекладача, що уміє перепитати, уточнити, вибрати головне. Досягненню цих цілей сприяє суворий відбір ситуацій повсякденного навчання і їх лексико-граматичне наповнення. З іншого боку, потреба перекладу постійно виникає при роботі з іншомовними джерелами, переклад повинен максимально точно передати інформацію.

Отже, особливо важливе місце у використанні іншомовних джерел інформації займає фаховий переклад.

4. Оновлення знань

Фахова підготовка фахівців туристичної галузі та громадського харчування повинна бути дуже гнучкою стосовно адаптації до нових обставин. Ритм технологічних змін обумовлює зміст знань, набутих під час навчання. Поповнення бази навчального матеріалу для вивчення іноземних мов має бути постійно діючим процесом. Необхідно створювати навчально-підготовчу систему, орієнтовану на безперервний розвиток туристичного сектору, маючи на меті досягнення високої якості підготовки фахівців. Мова для конкретних цілей є специфічним різновидом мови в цілому, який використовується при спілкуванні з тією чи іншою конкретною темою. Мова для конкретних цілей не є чимось монолітним і однорідним. Навпаки, вона характеризується високою мірою неоднорідності: з одного боку, вона максимально близька до повсякденного життя, а з другого — містить специфічну лексику, що має конкретну понятійну орієнтацію.

Таким чином, для використання іншомовних джерел інформації фахівцями сфери туризму знання з іноземних мов повинні постійно поновлюватися протягом усієї професійної діяльності.

На основі викладеного вище можна вивести такі вимоги до знань та умінь з іноземних мов для фахівців сфери туризму в контексті використання іншомовних джерел інформації у професійній діяльності:

- обґрунтування вибору основної та додаткових мов, виходячи з конкретних потреб галузі і цільового призначення у професійній діяльності фахівця;
- визначення та забезпечення рівнів компетенції володіння іноземними мовами для фахівців різних професій та освітньо-кваліфікаційних рівнів;
- визначення та забезпечення готовності перекладацької діяльності фахівців з урахуванням особливостей туристської галузі.
- передбачення постійного оновлення знань та вмінь з іноземних мов фахівцями сфери туризму.

Тепер розглянемо вимоги до знань і вмінь майбутніх фахівців сфери туризму з інформатики.

1. Робота в інформаційному середовищі. З усіх інформаційних процесів найбільш важливим вважають пошук документальної інформації (відповідні уміння користуватися бібліотечними каталогами, Інтернетом) а також переробку інформації, яка для більшості обмежена складанням конспекту, витяганням відомостей, необхідних для відповіді на поставлене питання. Тому необхідною є розробка технології формування комплексу умінь і навичок, необхідних для здійснення діяльності в інформаційному середовищі, на рівні системної організації процесу навчання побудови і поширення нового знання, виділення інтегруючого чинника в процесах пошуку, переробки,

представлення інформації в професійній діяльності. Кінцевою метою такої діяльності є не тільки приведення в порядок джерел інформації, а розвиток мисленнєвих здібностей, умінь управляти своєю пізнавальною діяльністю на будь-якому етапі роботи з інформаційними потоками.

Отже, висовується вимога формування комплексу умінь і навичок, необхідних для здійснення діяльності в інформаційному середовищі та готовності до роботи з інформаційними текстами.

2. Психологічна готовність. На сучасному етапі зростає використання таких засобів як факсимільний зв'язок, електронна пошта, комп'ютерні мережі для пересилки завдань, консультацій і т. д. Віртуальна реальність заснована на використанні комп'ютерних технологій і прив'язана до провідних і безпроводних систем телекомунікації. У наш час технологія створення таких систем зазнає корінних змін, створюються інформаційні супермагістралі.

Таким чином, необхідною умовою володіння знаннями та вміннями використовувати іншомовні джерела інформації у професійній діяльності фахівців сфери туризму є психологічна готовність до освоєння засобів, які з'являться у майбутньому.

3. Використання досвіду роботи з інформацією. Реструктуризація законів бібліотекознавства достатньо повно відповідає сучасному уявленню про функціонування та розвиток нових інформаційних технологій в освіті, особливо з урахуванням аспектів забезпечення індивідуальних траєкторій для тих, хто навчається. Перефразовуючи вказані закони бібліотекознавства, їх можна сформулювати таким чином: інформація призначена для користування; кожній інформації — свого користувача; кожному користувачу — свою інформацію; збільшення швидкості доступу до інформації економить час та підвищує ефективність її використання користувачем, інформаційна система (ресурси) — це організм, що зростає і розвивається. Поза сумнівом, сучасний підхід до розробки та користування новими інформаційними технологіями в освіті повністю узгоджується з вищенаведеними законами.

Отже, в роботі з іншомовними електронними джерелами інформації доцільно використати узагальнений досвід роботи з паперовими джерелами та загальні закономірності роботи з інформацією.

4. Програмне забезпечення. Формування повноцінних знань і вмінь використання іншомовних джерел інформації у професійній діяльності фахівців сфери туризму передбачає вміння використовувати відповідне програмне забезпечення.

На основі викладеного вище можна вивести такі вимоги до знань і вмінь з інформатики (інформаційних технологій) для фахівців сфери туризму у контексті використання іншомовних джерел інформації у професійній діяльності:

- вимога формування комплексу умінь і навичок, необхідного для здійснення діяльності в інформаційному середовищі та готовності до роботи з інформаційними текстами;

- умовою володіння знаннями та вміннями використовувати іншомовні джерела інформації у професійній діяльності фахівців сфери туризму є психологічна готовність до освоєння нових комп'ютерних технологій;

- в роботі з іншомовними електронними джерелами інформації доцільно використовувати узагальнений досвід роботи з паперовими джерелами та загальні закономірності роботи з інформацією;

- формування повноцінних знань і вмінь використання іншомовних джерел інформації у професійній діяльності фахівців сфери туризму передбачає вміння користуватися відповідним програмним забезпеченням.

Вміння поділяються на практичні та інтелектуальні (розумові). До інтелектуальних вмінь відносять порівняння, аналіз, синтез, узагальнення тощо. Практичні вміння

пов'язані з практичною діяльністю і спрямовані на реальну зміну буття — не лише природного, а й соціального, людського. Якщо науку розглядати як специфічний вид людської діяльності, то загальнонаукові вміння виявляються у виробництві знань, їх поширенні та впровадженні у практику.

Якщо гнучкість знань полягає у варіативності способів їх застосування за змінених умов, то стосовно вмінь ця характеристика відповідає їх різнобічності. Вона досягається добре продуманою методикою проведення занять, яка передбачає багаторазове і різноманітне самостійне застосування вмінь у різноманітних виробничих умовах шляхом добору способів використання теоретичних положень у виробничих умовах шляхом добору способів використання теоретичних положень у практичній діяльності. Якщо усвідомленість проявляється у розумінні зв'язків між знаннями, шляхів одержання і способів застосування знань, то відповідний параметр умінь полягає в установленні зв'язків між умовами та засобами їх досягнення.

Викладене вище дозволяє зробити висновок, що знання та вміння використання іншомовних джерел інформації у професійній діяльності фахівців сфери туризму повинні задовольняти такі вимоги:

- бути інтегрованими за проблемним принципом, який визначається їх професійним спрямуванням;
- структуруватися за рівнем компетенції володіння іноземними мовами та інформаційними технологіями для фахівців різних професій та освітньо-кваліфікаційних рівнів;
- утворювати комплекс професійно спрямованих умінь і навичок необхідних для здійснення діяльності в інформаційному середовищі та готовності до роботи з іншомовними інформаційними текстами;
- забезпечувати готовність до перекладацької діяльності фахівців з урахуванням особливостей туристичної галузі;
- забезпечувати готовність надавати інформаційні послуги іноземними мовами в діяльності готелів, пансіонатів, санаторіїв, підготовці та проведення екскурсій, планування маршрутів та турів, формуванні банків даних туристичної інформації;
- забезпечувати готовність фахівця здійснювати електронний маркетинг на базі кількох іноземних мов;
- використовувати дані вітчизняних та зарубіжних засобів масової інформації з питань туризму;
- забезпечувати інформаційно-довідкову та інформаційно-рекламну діяльність в галузі іноземного туризму;
- забезпечувати готовність до науково-дослідної діяльності, проектних і пошукових робіт з проблем туризму;
- забезпечувати збір, обробку, виклад та переклад інформації про історичні і культурні об'єкти та можливості їх відвідання, а також соціально-економічних, географічних, кліматичних та інших відомостей для потреб туристичної галузі;
- забезпечувати збір та обробку матеріалів міжнародних і національних туристичних виставок, салонів, ярмарків, фестивалів, конкурсів, а також матеріалів науково-практичних, методичних конференцій, семінарів тощо;
- використовувати також узагальнений досвід роботи з паперовими джерелами та загальні закономірності роботи з інформацією;
- забезпечувати комп'ютерну обробку туристичної іншомовної інформації;
- передбачати постійне оновлення знань та вмінь з іноземних мов та інформаційних технологій відповідно до оновлення професійних вимог і функцій у сфері туризму;

— забезпечувати підготовку, редагування й обробку іншомовних текстів професійного спрямування;

— формування повноцінних знань і вмінь використання іншомовних джерел інформації у професійній діяльності фахівців сфери туризму на основі розробки та використання відповідного програмного забезпечення.

Література

1. Барановський Ю., Беляева А. Работа в информационной среде // Высшее образование в России. — 2002. — № 1. — С. 81—87.
2. Будя О. П., Печурін М. К. Проблеми розвитку туристської галузі України в умовах розбудови інформаційного суспільства. // Наукові записки КІТЕП. — К.: Укр. КІТЕП, 2002. — Вип. 2. — С. 263—274.
3. Галенко И. В. Будущее индустрии путешествий за информационными технологиями // Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості; Матеріали II-ої Міжнародної науково-практичної конференції — К.: Знання України, 2002. — С. 263—274.
4. Кнодель Л. В. Роль и место иностранных языков в общей системе подготовки профессиональных кадров для сферы туризма в Германии // Сучасні технології викладання іноземних мов у професійній підготовці фахівців: Збірник наукових статей. — К.: Київ. Університет туризму, економіки і права, 2000. — С. 70—71 с.
5. Солохин С. С. Компьютерные информационные технологии в документационном обеспечении туристского бизнеса // Материалы 2-й Международной научно-практической конференции «Современные технологии документооборота в бизнесе, производстве и управлении» Пенза: Изд-во ПДЗ, 2002.
6. . Особливості формування змісту професійної туристської освіти // Педагогіка і психологія професійної освіти. — 2002. — № 6. — С. 121.
7. Якимович Т. Д. Інтеграція теоретичного і виробничого навчання в процесі професійної підготовки фахівців. — К., 2001.

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТА ЗАВДАННЯ

Взаємодіючи із природою і користуючись нею, людина, залежно від обсягу знань про довкілля і рівня засобів та знарядь впливу на навколишнє середовище, формує певну суму цінностей та пріоритетів, які утворюють моделі відношення людей до природи культурами. Ці моделі мають не тільки самостійну цінність, а й відіграють інформаційно-виховну та нормативно-духовну функції у процесі природокористування.

У системі екологічної освіти недостатньо враховані світоглядні зрушення, що відбулись під безпосереднім впливом метаекологічних досліджень. Людина органічно вписана в єдину глобальну екологічну систему, тому її діяльність зумовлена не лише соціальними й культурними чинниками, а й надзвичайно складними й різноманітними зв'язками з природою. Сучасна екологічна ситуація спонукала до перегляду етичних принципів поведінки людини у довкіллі. Сукупність цих видозмінених тепер уже еколого-етичних принципів утворює так званий «екологічний імператив» — заборонену межу, переступати яку людство не має права.

Практична реалізація еколого-етичних принципів вимагає системного виховання наших громадян у сім'ї, навчальних закладах, на роботі. Особливо вагоме значення має формування екологічного світогляду у майбутніх фахівців. Екологічну освіту слід вважати не лише складовою частиною підготовки спеціалістів, але й як зміст та мету сучасного освітнього процесу. Екологічна підготовка майбутніх менеджерів з туризму повинна містити передумови для екологізації особистості, яка усвідомлює природу як систему цінностей та має практичні уміння при здійсненні екотуристичної діяльності.

Нині у програмах навчальних закладів України фігурують один-два предмети екологічного спрямування (є такий термін!), решта — не екологічні (на жаль, так воно і є). За таких обставин малоймовірно очікувати, що майбутній фахівець під час своєї професійної діяльності зможе відповідати сучасним вимогам.

Реалізувати екологізації викладання — це відобразити у навчальному процесі природоохоронне спрямування науково-технічного процесу. Традиційно фундаментальні науки досліджували закони, явища, закономірності та їхні прояви, а прикладні здійснювали практичне застосування цієї інформації. Отже, існував ланцюжок: інновація реалізація інновації наслідки інновації. В останні десятиріччя, коли наука перетворилась безпосередньо у продуктивну силу, перші два елементи ланцюжка утворили практично єдине ціле. В інформації про результати нововведень, яка надходила через певний час, детально аналізували лише технічну і економічну ефективність, а екологічна складова ефективності ігнорувалась, як незручність (часто-густо вимагає солідних капіталовкладень, величина яких буває одного порядку з капіталовкладеннями у основне виробництво). Екологізований науково-технічний прогрес вимагає (вже на фундаментальному рівні досліджень), щоб при синтезі інновації вивчався не лише її вплив на техносферу, але й на біоту.

Так при вивченні хімії слід наголошувати, що із 6 мільйонів синтезованих речовин лише біля 100 тисяч знаходять практичне застосування і лише десята частина їх проходить токсикологічне, екотоксикологічне вивчення та випробування на канцерогенність і мутагенність. Розроблені на цій основі гігієнічні нормативи стосуються ще меншої кількості речовин. Зазначимо, що нині щорічно синтезується 30—50 тисяч речовин. Отже, вивчаючи у курсі хімії (інших дисциплінах цього напрямку) властивості хімічних елементів та їхніх сполук, обов'язково необхідно підкреслювати і практичне застосування і екологічність цього застосування.

Неосяжним полем для екологічної освіти та екологічного виховання є фізика методологічна основа техніки. Програма з фізики передбачає вивчення основних фізичних законів і явищ та їхнє практичне застосування. Елементарна екологізація викладання фізики — висвітлення при розгляді практичних застосувань впливу цих застосувань на довкілля. Наприклад: закони електролізу промислове отримання чистої міді (чи іншого елемента) вплив цієї технології на довкілля; атомна енергія АЕС екологічний ризик діяльності АЕС тощо.

При вивченні основ економіки слід наголошувати на шкідливості практики залишкового принципу виділення матеріальних і фінансових ресурсів на реалізацію природоохоронних заходів, на малій зацікавленості підприємств у комплексному і раціональному використанні природних ресурсів і зниження забруднення довкілля. Лише шляхом економічного регулювання природокористування через систему пільг щодо податків можливо забезпечити приблизно однакові умови функціонування підприємств, які працюють у різних екологічних умовах, стимулювати їхню природоохоронну діяльність. Особливу увагу слід приділяти методології розрахунку економічної ефективності природоохоронних заходів на конкретних прикладах визначення екологічних збитків, зокрема відвернутих, демонструвати тезу, що економічним є те, що економічне. Слід також ознайомлювати студентів з методами оптимізації співвідношення «витрати — рівень забруднення».

При вивченні географії необхідні наголоси на тому, що в Україні склалося неблагополуччя із збереженням і раціональним використанням земельного фонду головного багатства краю. Окрім засвоєння теоретичних знань із цієї проблеми, у студентів формується екологічне мислення, що сприятиме у перспективі, при їхній практичній діяльності, вирішенню питань природокористування.

Математика є мовою Природи. Як цей засіб використовується у природоохоронній діяльності найкраще демонструвати на конкретних прикладах. Так, при вивченні рівнянь кривих (і, перш за все, кривих першого порядку) корисно відзначити їхнє практичне використання при побудові калібрувальних графіків вимірних засобів для визначення рівнів різних типів забруднень довкілля. Більш ефективним буде вивчення диференціальних рівнянь, якщо вказати як за їхньою допомогою визначають розповсюдження забруднювальних речовин у просторі і часі. Переважаюча кількість природних процесів носить стохастичний характер. Підкреслення цього факту пояснює студентам необхідність вивчення випадкових величин та законів їхнього розподілу.

Важливе значення для екологічного виховання студентів має наведення прикладів природоохоронної діяльності людини у той чи інший період історії. Це викликає у студентів певну зацікавленість, легко запам'ятовується ними і дозволяє використовувати досвід далекого минулого у навчальному процесі й сьогодні.

Цікавими для студентів є факти природоохоронної діяльності на початку ХХ ст.. У 1911 році прем'єр-міністр Росії П. Столипін видав наказ про заборону забруднення водоймищ та підземних вод стічними водами та нечистотами. У Житомирі планувалося створення біологічної станції для очищення забрудненої води. Вимоги того часу до її якості були досить жорсткі:

- вода, яку ставили у закритій скляній посудині на сім діб при температурі $+3^{\circ}\text{C}$ на непрямому сонячному промінні, не повинна виділяти сірководню і мати неприємний запах; окрім того, вода повинна досліджуватись лабораторним способом;
- вода не повинна містити міді, свинцю, вільного хлору та інших шкідливих речовин;
- вода не повинна мати чіткої визначеної кислотної чи лужної реакції;
- при збовтуванні води протягом півхвилини у скляній посудині, наповненій до половини, піна, що з'явилась, повинна зникнути не пізніше, як через три секунди;

— очищена стічна вода при зберіганні у скляній посудині не повинна утворювати плівок, які б складалися з речовин рослинного або мінерального походження.

Після дотримання подібних вимог воду можна споживати і використовувати.

Однак Житомирська міська Дума заборонила будівництво біологічної станції для очищення води. Дума вважала, що подібна якість води недостатня для її використання та споживання і може призвести до отруєння населення і забруднення підземних вод.

Ці та інші приклади з минулого свідчать про високі вимоги до охорони довкілля у той час. На основі цих прикладів студенти проводять аналогію з наявним станом води у своєму місці. Жоден з її нинішніх показників не відповідає вимогам, які ставилися до якості води на початку XX століття.

Загроза глобальної екологічної кризи, як і загроза подальшого погіршення і без того дуже важкого екологічного стану України, змушує нас повернутися до глибокого вивчення історії, культури, етнічної екології нашого народу, щоб, враховуючи його досвід, розробити відповідні норми поведінки та діяльності, які збережуть його і дадуть змогу жити і працювати нашим нащадкам.

Одним із основних завдань фізичної культури і спорту є зміцнення здоров'я, підвищення працездатності і виховання здорового молодого покоління. Проте без урахування впливу санітарного стану навколишнього середовища на організм за допомогою фізіологічних, біохімічних і клінічних методів дослідження неможливо будувати навчально-тренувальний процес. Під час теоретичної підготовки викладач інформує студентів про вплив різних екологічних чинників та умов навколишнього середовища на стан здоров'я і працездатність студентів; навчає науково обґрунтувати і розробляти гігієнічні нормативи і вимоги до місць занять, правила і заходи щодо використання екологічних і гігієнічних факторів для загартування здоров'я, підвищення працездатності і спортивних досягнень.

При проведенні занять з фізичної культури слід підкреслювати природоохоронні аспекти туризму, акцентувати увагу студентів на правилах туризму, що не наносять шкоди довкіллю, на необхідності збереження якості води водостоків та водойм, стану прибережної смуги, флори і фауни.

Спортивно-оздоровчий туризм своєю сутністю та спрямуванням впливає на виховання в молодого покоління дбайливого ставлення до пам'яток культури, природи, сприяє формуванню навичок природоохоронної діяльності, екологічної культури.

За академічним сухим визначенням «екологічні» нині відкриваються проблеми, які відносяться не лише до нашого благополуччя і якості життя, але є моральними. Навіщо живемо і працюємо на цій землі? Чи думаємо про тих, хто сьогодні складає найголовніші наші радощі: про дітей та онуків, про їхнє майбутнє, про далеких нащадків? Їм жити на цій землі. Вони нас не зрозуміють, якщо не залишимо їм пісню соловейка, прохолоду джерела, животворну воду та синь чистого неба.

Психологічно сучасна людина успадкувала стан завойовника природи, її підкорювача і у цьому була своя романтика. Згадаймо, що перші покоління радянських людей виховувалися саме як підкорювачі покоління, що підкорили Сибір, побудували величні і величезні споруди, покоління полярників, меліораторів. Тепер же людина повинна стати захисником природи, її другом. Для цього потрібна психологічна перебудова, перехід на нові моральні критерії.

У справі екологізації моральної свідомості та поведінки суттєву роль відіграє література. Саме її засобами можна найяскравіше показати, що спілкування з природою збагачує особистість, зміцнює її душевне здоров'я, людяність.

Мабуть, не без повсякденного спілкування з природою сформувався у С. Єсеніна простий і мудрий принцип: «Зверье как братьев наших меньших никогда не бить по голове». А як мудро зазначив Ф. Тютчев:

Не то, что мните вы, природа:
Не слепок, не бездушный лик,
В ней есть душа, в ней есть свобода,
В ней есть любовь, в ней есть язык.

Світова література дає величезну кількість прикладів, якими викладач може і мусить скористатись для виховання екологічної культури у студентів. Зрозуміло, що найефективніше це здійснювати при вивченні української літератури, яка «екологізована» не більш, ніж інші, але змальовує взаємини саме з нашим рідним довкіллям. При цьому слід зазначити, що виховання любові до природи це виховання любові до рідної землі. Образ матері-вітчизни створюється не лише під впливом соціальних, але й природно-географічних факторів, знаходить символічне втілення у якому-небудь найхарактернішому природному об'єкті. Згадайте «садок вишневий коло хати...», «...чорнобривці насіяла мати», «...у полі гнеться тополя», «Рече та стогне Дніпр широкий...» тощо.

Отже, у викладацькій практиці працівників навчальних закладів існують взірці належного щодо екології навчання. Але є потреба організаційно (у навчальних програмах) і методично (у навчальній літературі) досягти такого рівня, щоб усі навчальні дисципліни були екологічними, а не мали лише «екологічне спрямування».

Література

1. Данилишин Б. М. Природно-техногенні катастрофи і проблеми економічного аналізу та управління: Моногр. — К.: Нічлава, 2001. — 260 с.
2. Караван Ю. В., Токар Ю. С. Основи раціонального природокористування: Навч. посібник. — Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2000. — 159 с.
3. Радьо Т. В. Динаміка Землі та глобальні екологічні проблеми: Моногр. — К.: Основа, 2003. — 256 с.

ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ

ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ «ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ»

Нещодавно у Львові на базі Львівського інституту економіки і туризму відбулася Всеукраїнська науково-практична конференція «Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку». Організаторами цього представницького наукового форуму виступили Міністерство освіти і науки України, Міністерство культури і туризму України, Асоціація працівників вищих навчальних закладів України туристського та готельного профілю, Львівська обласна державна адміністрація, Львівська міська Рада та Львівський інститут економіки і туризму.

Потребу в проведенні такої конференції зумовили нові тенденції, які з'явилися у міжнародному економічному розвитку. Отанніми роками туристська галузь стала однією з пріоритетних у світовій індустрії та прибутковим сектором національної економіки. Її функціонування пов'язане з понад тридцятьма галузями господарства, тому безпосередньо впливає на стандарти життя громадян. Світові глобалізаційні процеси та євроінтеграційні прагнення України роблять туристську галузь важливим соціально-економічним та культурно-політичним фактором державного життя і сегментом міжнародного ринку. Власне тому учасники науково-практичної конференції зібралися саме у Львові — місті, яке відоме своїми культурно-історичними традиціями, унікальними туристськими об'єктами, а віднедавна — молодим вищим навчальним закладом, який виник як виклик часові для підготовки кадрів динамічної туристської індустрії.

Представництво учасників конференції охоплювало практично всі регіони нашої держави — Київ, Донецьк, Харків, Запоріжжя, Миколаїв, Севастополь, Івано-Франківськ, Тернопіль, Львів та ін. Зокрема, в роботі конференції взяв участь директор департаменту туризму і санаторно-курортних закладів Міністерства культури і туризму України Геннадій Семенченко, голова Асоціації працівників вищих навчальних закладів України туристського та готельного профілю, ректор провідного ВНЗ галузі — Київського університету туризму, економіки і права Володимир Федорченко, представники Львівської облдержадміністрації, Львівської міської Ради, Сколівської районної Ради, книжкові видавництва, які спеціалізуються на виданні культурологічної, краєзнавчої літератури та підручників для студентів туристсько-готельного профілю.

Проблематику конференції, сформульовану в темі, аналізували і обговорювали на пленарному засіданні та засіданнях трьох секцій: філософсько-гуманітарних та соціально-правових засад туризму; фінансово-економічних аспектів організації туристської діяльності та підприємництва в готельному та ресторанному бізнесі; перспектив розвитку рекреаційного туризму та проблем безпеки туристської діяльності.

Про гостру потребу в підготовці висококваліфікованих фахівців для туристської галузі та завданнях і проблемах закладів освіти туристського профілю, а також про

необхідність вдосконалення і структурування державних стандартів освіти з цього профілю аргументовано говорив проф. Володимир Федорченко у своїй доповіді «Актуальні проблеми підготовки фахівців для сфери туризму в контексті державних стандартів освіти».

Ректор базового інституту-організатора конференції — проф. Ігор Бочан — зробив у своїй доповіді своєрідну культурологічну екскурсію в історію становлення туристської галузі як самостійного виду підприємництва, проаналізував потенційні туристські ресурси України та поділився досвідом системної підготовки кадрів в навчальному закладі, який очолює, у доповіді «Еволюція та сучасний стан наукового забезпечення підготовки фахівців для туристичного та готельного підприємництва. Туристичний потенціал України та напрямки його розвитку».

Цікавим, глибоким і багатим на оригінальні думки був виступ відомого філософа, члена-кореспондента НАН України Віктора Пазенка про світоглядні принципи та соціально-політичну атмосферу в суспільстві, які є необхідною передумовою формування громадянського суспільства, цивілізаційних стандартів життя, а також умовою реалізації людських прав і свобод («Філософія туризму: концептуальні засади»).

Більшість доповідей було присвячено проблемі туристичних ресурсів України, зокрема, і по регіонах. Констатувалося, що наша держава має унікальний туристичний потенціал завдяки геополітичному розміщенню, різноманітності ландшафту, багатій культурній та історичній спадщині і відомій гостинності українців.

Окремо аналізувалися питання безпеки туристичної діяльності, реабілітації та рекреації як складових частин сучасного туристичного продукту, подавалися цікаві пропозиції щодо розвитку сільського, спортивного, молодіжного, екстремального, зеленого та інших видів туризму.

Грунтовно обговорювалися економічні та організаційно-господарські проблеми функціонування туристичної галузі, зокрема розвитку та вдосконалення готельно-ресторанного сервісу і бізнесу.

Учасники конференції наголошували на потребі безпосереднього залучення органів місцевого самоврядування, адміністрації регіонів до реалізації державної політики розвитку туризму. Було детально проаналізовано стан справ, а також методологію підготовки і перепідготовки кадрів туристичної галузі, зокрема, впровадження інноваційних технологій у навчальний процес, формування змісту навчання.

Учасники мали змогу ознайомитися з навчальною базою організатора конференції — молодого профільного ВНЗ у Західній Україні — Львівського інституту економіки і туризму. Велике зацікавлення викликав оригінально продуманий навчальний лабораторно-виробничий комплекс харчування та готельного сервісу, у який входять студентське кафе «Гаудеамус», лабораторія і студентський хостел.

Цікавою була культурна програма конференції, організована силами викладачів і студентів. У рамках цієї програми учасники конференції побували на екскурсії у реабілітаційно-оздоровчому комплексі з п'ятизірковим готелем «Rixos» (м. Трускавець), де мали змогу побачити втілені на практиці міжнародні норми і стандарти надання туристичних послуг.

На підсумковому засіданні учасники конференції ухвалили узгоджені рекомендації щодо перспектив розвитку туристичної галузі, які будуть направлені в органи державної влади, у навчальні заклади, а також організаторам туристичного бізнесу. Найактуальнішими з них є: вивчати і пропагувати національну специфіку туристичної індустрії України як органічної частини європейського культурного простору; дос-

ліджувати й пропагувати туристичний потенціал і своєрідність регіонів України як унікальний національний туристичний продукт; розробити планову систему розвитку адміністративно-територіальних утворень як соціально-економічних, історико-культурних та рекреаційно-туристичних регіональних комплексів; в системі підготовки фахівців згідно вимог Болонського процесу зберегти напрям «Туризм»; створити експертну раду за напрямом «Туризм» при ДАК України; налагодити систематичні маркетингові дослідження туристичної галузі як підприємницько-економічного середовища; рекомендувати місцевим органам влади та Асоціаціям туристичного і готельного профілю розвивати систему доступної для учнівської та студентської молоді мережі хостелів, кемпінгів, молодіжних таборів; створити державний кадастр рекреаційного потенціалу України; розробити і регулярно проводити комплексні оцінки територій для ефективного використання в курортно-рекреаційній індустрії.

Учасники конференції ухвалили рішення зробити конференцію регулярною, розширити її проблематику, запрошувати до участі фахівців з інших країн.

РЕКОМЕНДАЦІЇ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ»

Туристична галузь є потужною сферою світової індустрії, прибутковим сектором національних економік. Її функціонування пов'язане майже з 30-ма галузями господарства, тому безпосередньо впливає на економіку кожної держави. Світові глобалізаційні процеси та євроінтеграційні прагнення України роблять туристську галузь важливим культурно-політичним та соціально-економічним фактором. Саме тому учасники науково-практичної конференції «Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку» констатують необхідність створення сприятливих умов для ефективного розвитку туристської індустрії. Досягнути цього можна лише за допомогою послідовної державної політики, яка повинна бути спрямована на удосконалення законодавчої бази, створення умов сприятливого підприємницького клімату, впровадження передових інноваційних технологій та здобутків світового досвіду, підготовки високопрофесійних кадрів у профільних закладах освіти.

На початку 90-х років державні структури усвідомили, що використання унікального туристського потенціалу України і перетворення його в прибуткову галузь економіки гальмується недосконалим правовим регулюванням галузі туризму, а в першу чергу — туристичного підприємництва. Тому почалася активна розробка нормативно-правових актів для законодавчого регулювання туристичної діяльності. Зокрема, у 1995 році прийнято Закон України «Про туризм», а в 2000 році — Закон України «Про курорти», які відкрили нові перспективи для розвитку і подальшого реформування туристичної галузі. Механізмом реалізації положень Законів стала «Державна програма розвитку туризму в Україні на 2002—2010 роки». У ній передбачено здійснення комплексу заходів щодо удосконалення системи управління туристичною галуззю, розробки необхідних нормативно-правових актів, удосконалення методології статистики, створення умов для інвестиційних проектів тощо.

З часу прийняття Закону України «Про туризм» у цій динамічній галузі відбулися значні зміни, тому 2003 року прийнято Закон «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», який визначив особливості діяльності туристичних підприємств відповідно до вимог європейського законодавства та заклав основу формування правових засад діяльності фізичних і юридичних осіб, що надають туристичні послуги. Важливо наголосити, що Закон визначив туризм пріоритетним напрямком розвитку економіки і соціально-культурної сфери.

Відповідно до вимог Закону було створено орган центральної виконавчої влади, до повноважень якого входило здійснення організаційних та координуючих функцій з впровадження державних рішень щодо роботи галузі. На той час ці функції виконував Державний комітет з туризму, що згодом реорганізувався у Державну туристичну адміністрацію України, яка здійснює координацію діяльності усіх центральних та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму й курортів. Нинішнього, 2005 року, було створено Міністерство культури і туризму.

Суттєво покращили економіко-правове середовище туристичної галузі Укази Президента «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року» (1999) та «Про підтримку розвитку туризму в Україні» (2001), а також встановлення професійного свята — Дня туризму (1998).

Відбулися позитивні зміни в податковій політиці держави: зменшено ставку податку на прибуток до 25 %, з переліку місцевих податків і зборів вилучено готельний збір. Також проведена значна робота зі стимулювання інвестиційного співробітництва

та удосконалення інвестиційного законодавства. Його забезпечують прогресивні Закони України «Про режим іноземного інвестування» та «Про інвестиційну діяльність».

Однак незважаючи на те що розвиток туристичного бізнесу в Україні має тенденції стійкого зростання, все ж таки за багатьма показниками він відстає від багатьох туристичних держав світу і ще не став галуззю спеціалізації нашої держави у системі міжнародного поділу праці. Серед низки найбільш суттєвих недоліків розвитку туризму можна виділити маловиразний туристичний імідж держави і незначні кошти на його рекламування на міжнародному туристичному ринку, недостатній рівень міжнародних транспортних мереж та погане обслуговування на митницях, низький рівень туристичної інфраструктури і якості обслуговування туристів, а також незначний асортимент туристичних послуг у порівнянні з міжнародними стандартами.

Незважаючи на згадані недоліки, на світовому ринку туристичних послуг авторитет нашої держави стабільно зростає. Так, у 1997 році Україна стала дійсним членом Всесвітньої туристської організації, а через два роки увійшла до Виконавчої ради ВТО. Зовсім недавно, у жовтні цього року, Україну першою і єдиною серед країн СНД прийняли до складу Європейської туристичної комісії. Наша держава — єдиний член цієї престижної організації, що не є членом Європейського Союзу. Безсумнівно, ця знакова подія відкриває перед Україною великі потенційні можливості, які потрібно оперативно і грамотно використати.

Проаналізувавши і обговоривши проблеми сучасного стану та перспективи розвитку туристської галузі, учасники конференції рекомендують:

I. У сфері філософсько-гуманітарних та соціально-правових відносин.

1. Формувати в свідомості українського суспільства об'єктивні уявлення про туризм як сферу людської діяльності, в якій реалізуються універсальні цивілізаційні цінності.

2. Вивчати і пропагувати національну специфіку туристичної індустрії України як органічної частини європейського культурного простору.

3. Розробити і запровадити методологію формування стандартів туристської освіти в Україні.

4. Запроваджувати інноваційні технології у викладанні навчальних дисциплін туристичного профілю.

5. Досліджувати й пропагувати туристичний потенціал і своєрідність регіонів України як унікальний національний туристичний продукт.

6. Добиватися вдосконалення нормативно-правової бази розвитку туристичної галузі відповідно до чинного законодавства України, міжнародних норм і права.

7. Необхідно якісно покращити наукове забезпечення туристичної галузі, розробивши комплексні програми досліджень та налагодивши координацію роботи наукових сил.

8. Налагодити систему перепідготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів.

9. У системі підготовки фахівців у ВНЗ, згідно вимог Болонського процесу зберегти напрям «Туризм».

10. Створити експертну раду за напрямом «Туризм» при ДАК України.

II. У сфері фінансово-економічної діяльності туристичної галузі та підприємництва в готельному і ресторанному бізнесі.

1. Стратегічним завданням розвитку туристичної галузі є створення в Україні конкурентно спроможного на внутрішньому і зовнішньому ринках національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби населення України та туристів із зарубіжних країн.

2. Успішний розвиток туризму як виду економічної діяльності необхідно здійснювати у таких пріоритетних напрямках — економічному, соціальному, культурологічному та екологічному.

3. Необхідно, щоб органи місцевого самоврядування одним із першочергових завдань визначали розвиток туризму в регіоні.

4. Потрібно розробити планову систему розвитку адміністративно-територіальних утворень як соціально-економічних, історико-культурних та рекреаційно-туристичних регіональних комплексів.

5. Сприяти просуванню на міжнародний ринок туристичного продукту України шляхом укладання міждержавних угод і програм.

6. Розширювати і модернізувати туристичну інфраструктуру як складову частину народногосподарського соціально-економічного комплексу.

7. Створити національну екологічну мережу для удосконалення механізму природокористування та природоохоронної діяльності.

8. Налагодити систематичні маркетингові дослідження туристичної галузі як підприємницько-економічного середовища.

9. Продовжити удосконалення в напрямку до світових стандартів системи інформації в туристичній галузі, центрального бронювання, промоцій на закордонних ринках.

10. Розробити систему стратегічного планування потреб і споживання туристичних послуг в рамках загальнонаціональної і регіональних програм.

11. Рекомендувати місцевим органам влади та Асоціаціям туристичного і готельного профілю розвивати систему доступної для учнівської та студентської молоді мережі хостелів, кемпінгів, молодіжних таборів.

III. Перспективи розвитку в галузі рекреаційного туризму та проблеми безпеки туристичної діяльності.

1. Констатувати потребу необхідності розробки державної політики формування в свідомості громадян України філософії здорового способу життя.

2. Пропагувати туризм як один із ефективних засобів екологічного виховання громадян та збереження навколишнього середовища.

3. Вдосконалювати організацію і розвиток регіонального спортивно-оздоровчого і краєзнавчого туризму, відновлюючи спортивні табори і турбази, бази відпочинку.

4. Для повноцінного використання національних рекреаційних ресурсів є потреба у створенні державного кадастру рекреаційного потенціалу України.

5. Розробити і регулярно проводити комплексні оцінки територій для ефективного використання в курортно-рекреаційній індустрії.

6. Створити в обласних центрах України туристично-рекреаційні та культурно-розважальні центри студентської молоді загальнодержавного та міжнародного значення.

КОЛИ МІСТО РОЗКРИВАЄ ЧАРИ СВОЇХ ТАЄМНИЦЬ

(Рецензія на книгу: Лильо І. М., Лильо-Откович З. М.

Прогулянка Львовом: Путівник. — К.: Балтія Друк, 2005. — 224 с.)

Культурологічні принади і цінності Львова відомі, описані і навіть возвеличені давно. Львів завжди вабив туристів, був цікавим як для іноземців, так і самим львів'янам.

Беручи до рук красиве, надзвичайно якісне видання путівника, будь-хто (чи той, хто ніколи не був у Львові, чи той, хто тут ріс і живе) з перших сторінок поринає в чар лаконічного, цікавого і науково обгрунтованого огляду історичних фактів, архітектурних та музейних пам'яток, місцевих звичаїв та традицій, а ще — міфів, легенд, романтичних оповідок і переказів.

Понад тисяча яскравих ілюстрацій робить путівник візуально цікавим і пізнавальним. Важливість і актуальність видання є очевидною, оскільки за останнє десятиріччя за сприятливих політичних та соціально-економічних змін потік туристів до Львова суттєво зріс, значно покращилися підходи до організації і створення туристичного продукту. Турист, який прибув до Львова і здійснив кілька прогулянок по місту, стає його «полонянином», а путівник «Прогулянка Львовом» стане для нього добрим другом, порадиником і красивою візитівкою Львова.

Путівник «Прогулянка Львовом» виданий у видавництві «Балтія Друк» у 2005 році за підтримки Держтурадміністрації України, а один з авторів Зоряна Мирославівна Лильо-Откович є викладачем Львівського інституту економіки і туризму. Він містить чотири розділи: «Історія», «Перлини архітектури», «Заміські прогулянки» і «Поради туристові».

У першому розділі «Історія» автори стисло, дуже цікаво і аргументовано подають історію міста у цифрах і фактах, де тісно переплітаються аналіз історичної хроніки і подій з історичними постатями, які відіграли важливу роль в історії 750-річного міста. Авторське бачення історичних подій і ролі особистості в історії міста є фактологічним, ненав'язливим, проте спонукає читача дізнатись більше. Зупиняючись детально на історичних віхах, автори подають детальний історичний календар, починаючи з 1256 року і закінчуючи груднем 2004 р. У цьому розділі є цікаві розповіді про львів'ян, львівські забави, перші освітні заклади, перші політичні організації, а історичні легенди захоплюють простотою і винятковою історичною новизною.

Цікаво, на наш погляд, підібрана інформація про відомі постаті, які відіграли неабияку роль у творенні та становленні Львова як історико-культурного центру. Високий професіоналізм висвітлення історичних подій та оформлення розділу «Історія» переносить читача на львівські вулиці, тобто до другого розділу путівника — «Перлини архітектури». Вулиці, собори, музеї, пам'ятники — їх незчисленна кількість у Львові, проте автори обрали найважливіші, найцікавіші в історичному та культурному сенсі і подали чудові ілюстрації. Треба відзначити, що при короткому описі тієї чи іншої пам'ятки архітектури автори подають високопрофесійні фотографії, вказують адресу, телефони та функції даної пам'ятки у наші дні. Кожен, кого зацікавить той чи інший об'єкт, може без труднощів його відшукати.

Аналіз художніх вартостей архітектурних ансамблів та кам'яниць Львова, поданий у путівнику, тісно переплітається з історичними подіями, які передували створенню цих архітектурних перлин. Історія кожного будинку пов'язана з людьми, які його будували, і тут дуже влучно і доречно автори путівника подають інформацію про тих, хто жив і творив у ці часи. Розділ «Архітектурні перлини» є найоб'ємнішим як за обсягом, так і за кількістю проаналізованих об'єктів та глибиною їх аналізу.

Для туриста на початках не зовсім буде зрозумілою рубрика «Світ львівських батярів», проте саме вона дасть уявлення про світ міщан-промисловців, їх уподобання, побут, розваги. Далі автори ведуть нас на сучасні львівські вулиці, де і для корінного львів'янина є багато несподіваних цікавинок, а у рубриці «Львівські некрополі» знову поєднано високопрофесійну інтеграцію історичних подій і особистостей крізь призму фактологічного аналізу.

У третьому розділі «Заміські прогулянки» автори подають туристові пропозицію урізноманітнити та продовжити прогулянку заміськими маршрутами: Львів—Жовква—Крехів, Олесько—Підгірці—Золочів, Львів—Свірж, Львів—Дрогобич—Трускавець, Львів—Славське.

Поряд з історично-географічним коментарем цих маршрутів, автори зазначають про рекреаційні, бальнеологічні можливості краю, подаючи практичну інформацію щодо організаційних питань відпочинку у цих місцях. У цьому ж розділі окремо виділена рубрика «Курортне лікування», в якій описано рекреаційні можливості Моршина, Немирова тощо.

У четвертому розділі «Поради туристові» читач знайде вичерпну інформацію про транспорт, ресторани, готелі, медичне обслуговування, магазини, ринки і т. д. Всі описані об'єкти супроводжуються інформацією щодо адреси, телефонів, e-mail, вартості послуг тощо.

Неповторний колорит міста і львів'ян передано з помірним вживанням галицьких діалектів, значення яких подано вкінці путівника. Проте, на нашу думку, поданий словник вживаних галицьких термінів є неповним (наприклад, автори не подали слова «пляцок», «горнятко»), хоча це аж ніяк не впливає на якість рецензованого путівника.

На наш погляд, до туриста і до корінного львів'янина прийшло гарне, змістовне, пізнавальне видання. Путівник «Прогулянка Львовом» знайомить, вабить, захоплює в полон зачарування містом кожного, хто тільки перегорнув перші його сторінки.

Дане видання є дуже актуальним, потрібним, корисним як для туристів, так і для тих, хто працює в сфері надання туристичних послуг і, за нашими спостереженнями, не залежується на полицях крамниць.

ВІСНИК

Львівського інституту економіки і туризму

Головний редактор *Бочан І. О.*

Відповідальний редактор *Ляшкевич П. А.*

Літературний редактор *Стоколос-Ворончук О. О.*

Макет: *Шувар Н. М.*

Коректор: *Цимбала О. С.*

Комп'ютерне верстання та дизайн обкладинки: *Василишин Т. М.*

Підписано до друку 06.02.06. Формат 70х108.
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс Нью Роман».
Друк офсетний. Умовн. друк. арк. 21,1.
Наклад 300. Замовлення № 1-02/06.

Львівський інститут економіки і туризму
79007, м. Львів, вул. Менцинського, 8
тел.: 8(0322)72-68-80, 8(032)294-95-78,
тел./факс: 8(0322)72-20-94