



УДК 338.484.2

Дешевенко Л. П.¹

ТУРИЗМ – ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ Й ЕКОНОМІКИ

В умовах сучасності сфера туризму стала досить важливим соціально-економічним явищем глобального значення, одним із провідних напрямів соціально-економічного, культурного і політичного розвитку більшості держав та невід'ємним елементом споживчої моделі поведінки значної частини населення світу.

Ключові слова: *рекреаційні ресурси, галузь економіки, спеціалізоване підприємство, туристичний бізнес, ринкові умови, туристична діяльність.*

¹ Рецензент – д. е. н., доцент Шпак Л. О.



ВСТУП

Україна, володіючи численними історичними та культурними цінностями, унікальними рекреаційними ресурсами, зможе досягти значного економічного ефекту в туристичному бізнесі. Туризм визнано одним із пріоритетних напрямків національної культури й економіки. І це повністю погоджується зі світовими тенденціями, які свідчать, що туристична сфера буде індустрією XXI століття. Природно-кліматичні та історичні умови створили на Україні потужну ресурсну базу для розвитку туристично-рекреаційної індустрії та розбудови відповідної інфраструктури. Основними факторами привабливості рекреаційно-туристичних ресурсів є природа, клімат, мистецтво, історія, харчування, архітектура, релігія.

Уся територія України характеризується виключно сприятливими умовами для проведення різних видів туристичної діяльності та наявністю різноманітних рекреаційних ресурсів для відпочинку і лікування населення.

Світові економічні процеси, що знаходять свій вплив на економіку кожної країни та впливають на динамічність процесів розвитку майже усіх галузей національної економіки, не оминули рекреаційну індустрію, обумовлюючи необхідність ґрунтового вивчення кожної складової, що забезпечить стійкість процесу адаптації спеціалізованих підприємств рекреаційної сфери до змінних умов ведення бізнесу. Умови ведення бізнесу в середовищі рекреаційної індустрії характеризуються загостренням конкурентної боротьби серед суб'єктів підприємницької діяльності. Особливо це чітко проявляється серед суб'єктів спеціалізованих підприємств. Характерною рисою, що виділятиме успішне мале спеціалізоване підприємство, є інтенсивність використання у своїй діяльності інноваційної активності. Дослідженню інноваційних процесів у різних сферах економіки присвячена велика кількість робіт. На даному етапі вдосконаленню інноваційної діяльності та вирішенню зазначених проблем присвячені дослідження вітчизняних учених С. Васильчак, М. Йохна, В. Стадника, О. Амоши, Ю. Бажала, В. Гейця, О. Лапко, Б. Маліцького, С. Ілляшенко, О. Барикіна, І. Ніконова та ін.

Так, О. Барикін та І. Ніконов розглядають поняття «інноваційний розвиток комерційної організації», під яким розуміють «... прогресивну форму розвитку соціально-економічних систем, виражену в зміні їх якісного стану в рамках прийнятої моделі в результаті приросту компетенцій в області ведення інноваційної діяльності» [1, с. 19]. С. Ілляшенко визначає інноваційний розвиток як «... процес господарювання, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої



мотивації діяльності і який пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту» [2, с. 23].

М. Йохна та В. Стадник під інноваційним типом розвитку розуміють «... спосіб економічного зростання, заснований на постійних і систематичних нововведеннях, спрямований на суттєве поліпшення усіх аспектів діяльності господарської системи, періодичному «перегрупуванні» сил, можливістю використання певних ресурсних чинників для створення інноваційних товарів і формування конкурентних переваг» [3, с. 65].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку туристично-рекреаційної галузі України.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ефективність рекреаційної діяльності значною мірою залежить від розгалуженості об'єктів інфраструктури та наявності кваліфікованих трудових ресурсів. Особливе місце в інфраструктурі туризму посідають підприємства готельного і ресторанного господарства, адже вони сприяють задоволенню базових потреб туристів – проживання та харчування. Суттєвим фактором для формування інфраструктури гостинності в Україні є наш менталітет, риси слов'янського темпераменту, особлива увага до гостей, створення для них комфортних умов при розміщенні, забезпечення їх якісною їжею.

Туризм як специфічний вид діяльності охоплює безліч галузей економіки, починаючи з будівництва і закінчуючи транспортними перевезеннями. Досить важко дати точну оцінку чисельності працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, туризм підтримує різноманітні зв'язки з підприємствами інших секторів економіки: сільськогосподарськими підприємствами, заводами з виробництва транспортних засобів, меблевими фабриками та ін.

Територія України являє собою неоднорідні регіони як в історичному контексті, так і за рівнем соціально-економічного розвитку. Вони відрізняються між собою природними умовами, національним складом населення, системами розселення, напруженістю екологічної ситуації, економічним потенціалом, системою міжрегіональних зв'язків тощо, у результаті чого сформувався відповідний територіальний поділ праці. Всі ці фактори знаходять своє відображення в економічному районуванні території.

Факторами формування територіальних туристично-рекреаційних об'єднань виступають: спільність території; ступінь зосередження рекреаційних закладів; інтенсивність зв'язків між ними та закладами, що їх обслуговують; наявність туристичних маршрутів; обсяг рекреаційних послуг тощо.



Найпростішою формою сучасної територіальної організації рекреаційно-туристичного обслуговування є рекреаційний пункт, який являє собою окремо розміщені спеціалізовані заклади. За умов просторової замкнутості окремо розміщені об'єкти не можуть забезпечити рекреантам необхідний комплекс послуг.

Туристичний бізнес у ринкових умовах може бути здійснений за наявності чотирьох важливих елементів: капіталу, технології, кадрів, туристичних ресурсів.

Адже недостатньо, маючи капітал, купити технологію, найняти кадрову команду і зайнятися туризмом. Потрібно вибрати або створити місце, де є туристично-рекреаційні ресурси.

Туристичні ресурси є національним надбанням. Проте ті з них, які мають особливе значення, належать до об'єктів і пам'яток світового значення. Їхній перелік встановлює і щорічно оновлює ЮНЕСКО.

Туристичні ресурси визначають формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні, мають такі основні властивості: привабливість, кліматичні умови, доступність, ступінь дослідженості, екскурсійна значущість, пейзажні й екологічні характеристики, соціально-демографічний стан, природничий запас, спосіб використання та ін.

Ці ресурси використовують в оздоровчих, туристичних, спортивних та пізнавальних цілях.

Використання природно-кліматичних рекреаційно-туристичних ресурсів обумовлюється специфікою їхнього функціонального призначення. Саме вона і визначає пріоритетний профіль туристично-рекреаційного освоєння окремих територій, районів та місцевостей.

Як правило, туристичні ресурси визначають формування туристичної діяльності в тому чи іншому регіоні. Наприклад, основними критеріями, які визначають придатність території для санаторно-курортного лікування, є наявність родовищ лікувальних мінеральних вод, озокериту, сприятливі кліматичні умови, екологічно чисте природне середовище. При цьому чим більші запаси лікувальних ресурсів, вища їхня лікувальна ефективність, тим вищу цінність мають рекреаційні території. Адже такі території невеликі за площею, обмежуються границями населеного пункту, в якому розташовані ресурси.

Індустріальний розвиток цивілізації, забруднення довкілля, збільшення психологічного навантаження на людину через прискорення темпу життя все частіше змушує людей шукати місця відпочинку та оздоровлення в екологічно благополучних регіонах світу. Сьогодні рекреація постає як глобальне явище, що має стабільні темпи зростання, тому її вважають одним із найперспективніших напрямків суспільно-економічного розвитку. Таким чином, у багатьох



держав рекреаційний та пізнавальний туризм є не лише самостійною галуззю економіки, але й життєво необхідною формою задоволення потреб людини. Важливо сприяти розвитку рекреаційного туризму і його інфраструктури на основі врахування регіональних особливостей України. Пріоритетними напрямками для урізноманітнення туристичних пропозицій України на міжнародному ринку є розвиток культурно-пізнавального, екскурсійного, релігійного, екологічного, спортивного, а також сільського зеленого туризму. Наша країна має багаті туристичні можливості, вигідне для туризму місце розташування на перехресті шляхів між Заходом та Сходом. Отже, в Україні є всі умови для того, щоб стати туристичною державою світового рівня.

Зростання обсягів туризму впливає позитивно на економіку країн, створюючи додаткові робочі місця, сприяючи розвитку малого підприємництва. Доведено, що вплив туризму на зайнятість стає визначальним для багатьох країн, які головним чином залежать від цього сектору економіки. Так, економіка Ізраїлю страждає через значне скорочення туристського потоку, безробітними стали сотні висококваліфікованих гідів-перекладачів, закриваються кафе, перукарні, порожніють готелі. Досить напруженою є ситуація й у Єгипті, де зберігається загроза терористичних актів. У таких країнах діяльність понад 50% працездатного населення прямо чи опосередковано пов'язана з туризмом. На відміну від невеликих держав, у великих індустріальних країнах у туристичній сфері зайнято лише 5% працездатного населення. Однак зі зростанням значення туризму, збільшенням туристського потоку, розширенням будівництва готелів та інших об'єктів інфраструктури туризму ця цифра збільшується. Наприклад, Німеччина ще кілька десятиліть тому не була настільки популярною серед туристів, тепер же за відвідуваністю вона входить у першу десятку.

Під час туристичного сезону кількість зайнятих у туристичній сфері також зростає, значною мірою за рахунок молоді, студентів, які, крім заробітку, бажають удосконалити свої знання іноземної мови.

Зайнятість характеризується як кількісними, так і якісними показниками, до яких належать рівень кваліфікації працівників, зайнятих у туризмі. У туризмі здебільшого використовується низькокваліфікована праця: швейцари, підношувачі багажу, покоївки, кур'єри та ін., але водночас існують спеціальності, що вимагають високої кваліфікації: гід-перекладач, шеф-кухар, менеджер.

Статистика свідчить, що частка жінок у готельному господарстві перевищує 50%. У готельній індустрії Франції, Німеччини, Австрії зайняті переважно іноземці, особливо на роботах, що не вимагають високої кваліфікації, здебільшого вихідці з країн Південно-Східної Азії.



Інформаційні туристичні ресурси – сукупність форм і видів інформації про конкретну територію чи об'єкти, про історію території, про культуру, природу і населення, отримана туристами безпосередньо під час подорожі, у процесі підготовки до неї чи після подорожі. Автори «Енциклопедії туризму» до інформаційних туристичних ресурсів зараховують інформацію про розташовані на туристичному маршруті матеріальні об'єкти, які володіють історичною, художньою, науковою чи пізнавальною цінністю; відомості про топоніміку міст, сіл, селищ, природних урочищ, пов'язані з ними легенди і міфи, а також присвячені їм літературні твори, наукові праці, путівники, карти, художні альбоми, фотографії, аудіо- чи відеопродукти, і про тих, хто володіє необхідною інформацією та вміє передати цю інформацію в цікавій для туристів формі.

Інформаційні ресурси потрібні як туристам, так і організаторам туризму.

Турист, готуючись до подорожі, а також під час неї потребує додаткової інформації про місце перебування, норми, правила і звичаї місцевості та країни, детального опису пам'яток, схем і карт, схем транспортних магістралей. Варто нагадати, що перші путівники були видані понад двісті років тому.

Описи подорожей можна знайти як у популярній, так і в спеціальній літературі, на електронних носіях. У сучасній індустрії туризму велику увагу приділяють виданню яскравих буклетів, проспектів, які безкоштовно роздають потенційним туристам. Туристична галузь генерує реклами приблизно в три-п'ять разів більше, ніж будь-яка інша.

Велике значення мають сучасні електронні засоби інформації, наприклад, мережа Інтернет, багато тисяч сайтів якої пропонують користувачам детальний опис туристичних центрів, пам'яток і навіть віртуальні подорожі, наприклад, музейними експозиціями. Видавництво «Columbus Press» кожних два роки перевидає всесвітній туристичний путівник «World Travel Guide», який містить укладені за однаковими схемами детальні описи 200 країн, туристичних центрів і територій.

ВИСНОВКИ

Сфера туризму – це велика самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку і розваг. При інноваційному підході до розвитку рекреаційної індустрії необхідно враховувати специфічні особливості даної сфери національної економіки, оскільки інновація завжди налаштована на отримання практичного результату (підвищення іміджу України як рекреаційної держави, конкурентоспроможності національного рекреаційного продукту, максимальне задоволення потреб туристів,



раціональне використання наявних ресурсів, забезпечення сталого розвитку рекреації), а рекреаційна індустрія характеризується схильністю до інноваційних процесів, які набувають більш динамічного розвитку і ширшого розповсюдження, ніж інновації у суспільстві та культурі в цілому.

Україна володіє значним природним потенціалом для розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, а отже має всі передумови, щоб увійти до найбільш розвинених у туристично-рекреаційному відношенні країн світу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Барыкин А. Н. Решение динамических задач инновационного развития коммерческих организаций: основы методики / А. Н. Барыкин, И. М. Никонов // Менеджмент инноваций. – 2010. – № 1 (9). – С. 13–39.
2. Ілляшенко С. М. Управління інноваційними розвитком: проблеми, концепції, методи : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2003. – 278 с.
3. Стадник В. В. Економіка і організація інноваційної діяльності / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К., 2005. – 400 с.

Дата надходження до редакції – 03.04.2015 р.