

потенціал. Однак, поряд із удосконаленням готельної та спортивної інфраструктури, потрібно покращити функціонування транспортного комплексу, який займає вагоме місце у організації туризму. Інвестиції вкладені в транспортну систему будуть створювати позитивний ефект і після чемпіонату, а досвід організації перевезення великої кількості туристів можна буде використовувати в майбутньому.

1. Організація туризму: підручник / [Писаревський І.М., Погасій С.О., Покоłodна М.М. та ін.] за ред. І.М. Писаревського. – Х.: ХНАМГ, 2008. – 541 с.
2. Львів під час Євро-2012 очікує до 450 тисяч туристів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://football.unian.net/ukr/detail/2601>
3. Де житимуть вболівальники під час Євро-2012? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/2293157.html>
4. Івано-Франківськ ймовірно стане містом-учасником Євро-2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nashemisto.if.ua/content/view/652/>
5. Розселення фанатів – справа рук самих фанатів? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine2012.gov.ua/news/193/38521/>
6. На дорогу Стрий – Івано-Франківськ під Євро-2012 можуть дати 400 млн грн. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zik.com.ua/ua/news/2009/11/13/204510>

УДК 379.85+ 338.48

Кобелька О.П.

ПРОБЛЕМИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОМОЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ ДО ЄВРО-2012

Дана стаття присвячена проблематиці інформаційного забезпечення та промоції туристичних можливостей України, так як ця тема дійсно актуальна на даний момент, у зв'язку з недостатньою кількістю якісного інформаційного матеріалу. У статті висвітлено існуючі проблеми та недоліки, усунення яких стане гарантією досягнення очікуваних результатів продуктивної праці.

Данная статья посвящена проблематике информационного обеспечения и промоции туристических возможностей Украины, так как эта тема действительно актуальна на данный момент, в связи с недостаточным количеством качественного информационного материала. В статье отражены существующие проблемы, устранение которых станет гарантией достижения ожидаемых результатов.

This article is devoted the theme of the informative providing and advertising of tourist possibilities of Ukraine, of view to the fact of urgency problem of insufficient amount of high-quality informative material. Existent problems and weak points the removal of which will become the guarantee of achievement of the expected results of productive labour are reflected in the article.

Постановка проблеми. “Чемпіонат Європи з футболу 2012 ” – визначна подія, до якої готується уся Європа щочотири роки, починаючи ще з 1960 р. надала для України чудову можливість гідно продемонструвати європейській спільноті своє вміння організовувати та проводити на достойному рівні масштабні заходи, а також ще раз підтвердити невід’ємну рису української самобутності – споконвічну гостинність. Отримати честь проводити у своїй державі цю знаменну

подію щоразу бажають чи не усі країни Європи, проте це надзвичайно велика відповідальність, праця та ризик. Завжди залишається небезпека виникнення надзвичайної ситуації, проте при розробленні чіткого плану дій ця ситуація ніколи не стане непередбачуваною чи некерованою.[12]

Виклад основного матеріалу. Вхідження України на європейський туристичний ринок, як приймаючої країни, значно уповільнився впродовж останніх років, про що свідчать статистичні дані Державної служби туризму та курортів [3]. Згідно довідки про динаміку туристичних потоків в Україні за 2008-2010 рр. кількість в'їзних (іноземних) туристів, обслугованих ліцензійними туристичними підприємствами впродовж 2008 р., становила 315,9 тис. осіб, що менше у 2 рази, у порівнянні з 2007 р.; 2009 р. – 282,3 тис. осіб (на 10,64% менше, ніж у 2008 р.); 2010 р. Україну відвідали 21,1млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 2 % або майже на 381,2 тис. осіб більше, ніж у 2009 р. (за рахунок поїздок з приватною метою, які зросли на 4%, проте поїздки з організованого туризму зменшилися на 17 %,) [3]. Ці показники свідчать про тенденції зростання недовіри та несприйняття іноземцями туристичної спроможності України, як потенційну рекреаційну дестинацію подорожі. На це є ряд цілком об'єктивних причин, серед яких рівень та якість обслуговування, умови і вигоди відпочинку та стан автодоріг, безпека перебування, можливість та наявність розваг, атракцій, відповідна кваліфікація обслуговуючого персоналу. Поряд з цим необхідно зазначити, що враховуючи сучасний стан розвитку економіки в Україні, її відносно низький промисловий рівень, незадовільний показник соціальної захищеності населення, саме туризм може стати потужним поштовхом для розвитку добробуту в цілому. Функції з підготовки і реалізації інфраструктурних проектів бюджетних призначень повинно виконувати Національне агентство з питань підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу та реалізації інфраструктурних проектів (Укрєвроінфрапроект), як центральний орган виконавчої влади із спеціальним статусом [11]. Оскільки фінансовий тягар проведення “Євро 2012” бере на себе Союз Європейських Футбольних асоціацій, серед завдань якого популяризація, захист та розвиток європейського футболу на всіх рівнях, вирішення усіх проблем, пов'язаних із професійним футболом, то діяльність Укрєвроінфрапроекту зосереджена на виділенні слабких сторін, недоліків, проблем будь-яких процесів або явищ, на туристичному ринку, що перешкоджатимуть повноцінному просуванню туристичного продукту, та забезпечення безперебійної роботи суб'єктів туристичної індустрії.

На нашу думку першочерговими для вирішення є наступні проблеми: неконкурентоздатний туристичний продукт; наявність застарілої матеріально технічної бази в закладах соціального обслуговування (лікарні, медичні пункти, підприємства поштового зв'язку); відсутність належного інформаційного облаштування автодоріг, вулиць міст та недотримання визначених норм автоперевізниками;

недостатня кількість інформаційних пунктів; нерозвинена гастрономія, сфера послуг та нестабільність їх якості; низька кваліфікація персоналу, відсутність мотивації високоякісної роботи; недостатня соціальна і туристична реклама в національних засобах масової інформації, необізнаність громадян; низький рівень екоосвіти та культури населення на периферії; відсутність естетичного благоустрою за межами території приймаючих міст; занедбання природного середовища на всій території України.

Інформація про туристичні послуги в рекламних матеріалах повинна відповідати реальності, тому без вирішення зазначених проблем створити повноцінну промоцію туристичного продукту неможливо. На сьогоднішній день є можливість проводити пропаганду туристичних об'єктів, як дестинацію, основним чином через всесвітню мережу Інтернет, й водночас доопрацьовувати таку складову туристичного продукту, як інфраструктура. Ключову роль відіграє туристичний маркетинг в забезпеченні туристичної промоції на усіх рівнях туристичної діяльності від створення туристичного продукту, під час його пропозиції та просування на ринок, реклами, аж до організації прямих продаж та збуту [4; 5, 180-200].

Незважаючи на те, що основним мотивом масового в'їзду іноземних громадян під час проведення Євро-2012 буде спорт, спортивний туризм не займатиме основне місце, футбольні вболівальники при створенні відповідних сприятливих умов, одночасно стануть потенційними споживачами різноманітних видів багатогранного туризму: пізнавального, історико-культурного, активного, оздоровчого, сільського та екотуризму на природоохоронних територіях. Продумана організація локалізованих маршрутів вимагає підсилення комплексного поєднання різних видів туризму правильною промоцією таким чином, щоб туристи були зацікавлені якомога більше відвідати об'єктів, якомога довше побувати та якомога залишитись задоволеними з майбутньою перспективою повернення.

На даний час невідомими залишаються численні мальовничі куточки Україна, при чому часто навіть для місцевого населення. Тому саме промоція та пропагування туристичних можливостей (наприклад, через створення відповідного банку туристичних пропозицій) повинно бути одним з перших завдань. Проблема полягає у гострій недостатності інформації щодо туристичних об'єктів. Не зважаючи на рівень сучасних можливостей інформаційної мережі Інтернет, ще досі немає необхідної кількості підготовленої бази рекламних матеріалів, адаптованих для іноземців. Для вирішення цієї ситуації, насамперед необхідно вибрати напрямок максимально широкої презентації неповторної та незвичної для інших націй української автентичності, що полягає в унікальності українського етносу, його звичаїв, традицій, ремесел, кулінарії та побуту. Лише ці цінності можуть бути дійсно вартими промоції та підтримки

розвитку, не говорячи про їх майбутню популярність та затребуваність у сучасному комп'ютеризованому світі європейців.

Для того, щоб грамотно здійснювати туристичну діяльність на будь-якій території, обов'язковою умовою є застосування основ зрівноваженого розвитку. На зрівноважений характер розвитку туризму звертається особлива увага в Обґрунтуванні пріоритетів спільної Українсько-Польської стратегії транскордонного розвитку в сфері туризму в умовах підготовки до проведення Євро 2012, яка є спрямованою, передусім, на підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери, покращення показників соціально-економічного розвитку прикордонних регіонів України та Польщі, підвищення туристичного іміджу обох країн [9]. На відміну від "Спільної українсько-польської стратегії транскордонного співробітництва на 2005-2015pp", в рамках якого виокремлено лише декілька завдань, пов'язаних з розвитком сільського, зеленого та агро-туризму, Стратегія транскордонного розвитку 2009-2012pp., визначає операційні цілі, основні аспекти співробітництва та проблеми, і відповідно передбачає ряд пріоритетних напрямків роботи.

Очевидно, що приймаючі міста-господарі не матимуть такої потреби у промоції, як менш відомі туристичні об'єкти такої ж туристичної цінності. Зважаючи на те, що найбільша кількість туристичних об'єктів історико-культурного спрямування нашої держави знаходиться у Львівській області, зазначимо, що Карпатський регіон в цілому визначається екологічною чистотою та ландшафтним різноманіттям і створює умови для оздоровчо-відпочинкових видів екотуризму. Для прикладу проведемо аналіз практично непрорекламованого туристичного потенціалу міст та містечок краю. Це сотні пам'яток, починаючи від печер з поганських часів і закінчуючи найновішими системами – замками бастионного типу: Унів (Унівська лавра), Старе Село (руїни замку), ботаніко-геоморфологічний резерват "Скелі Довбуша", Свірж (Свіржський замок) , Поморяни (руїни Поморянського замку), Підгірці (замок з церквою, костелом, корчмою – заїздом, парком), давньоруське городище Пліснеськ разом з монастирськими будівлями, Золочів (Золочівський замок), Олесько (Олеський замок), Нагуєвичі (рідне село Івана Франка), Страдч (печерний монастир XI-XII ст.), Жовква (замок, домініканський монастир–фортецю з келіями), Белз (залишки оборонних валів князівських часів, П'ятницька церква), Урич (наскельна фортеця Тустань), м. Галич (городище, руїни замку, церкви), с.Манява (Манявський скит, водоспад), Хотин (фортеця), Славсько (центр гірськолижного туризму України) Мукачево (замок-паланок), Берегово (термальні джерела, графський подвір'я), Солотвино (соляні озера), Чинадієво (замок), Хуст (замок), курорти Трускавець, Немирів, Моршин, Великий Любінь, Синяк, оз.Синевир, центри народного промислу та побуту Яремче, Ворохта, Косів, Космач, Криворівня, Верховина та ін. Перспективним є розвиток водного туризму по Дністрі: можна дістатися від джерела аж до лиману (пішки, на байдарках і моторних човнах) та ін. [7; 10].

Серед найбільших пріоритетів, на нашу думку, є розвиток туристичної і супутньої інфраструктури у сільських місцевостях за одночасного збереження культурно-історичної спадщини та навколишнього середовища [9]. З іншого боку промоція туризму на периферії, а отже і його розвиток, сприятиме створенню нових робочих місць, покращенню добробуту жителів регіону. З метою розвитку туризму у сільських місцевостях, підвищення якості послуг та просування сільського туризму на внутрішньому та міжнародному рівнях, доцільно зосередити увагу на наступних аспектах діяльності та операційних цілях: відновлення і розвиток традиційних ремесел та народних промислів (килимарство, плетіння з лози та соломи, гончарство, ліжникарство, витинання, ткацтво, різьблення по дереву та ін.) як невід'ємної частини туристичної привабливості сільського туризму, способом державного фінансового стимулювання саме цих видів діяльності; розробка стандартів якості та маркування для садиб агротуризму і формування мережі (реєстру) об'єктів сільського туризму; створення локальних асоціацій розвитку сільського туризму [9]. Враховуючи цільові групи, варто пам'ятати, що екологічний туризм буде зорієнтований на європейців, для яких він стане цілком іншим та новим, тому повинен бути організований за найвищими європейськими зразками якості, зосередитися на розвитку інфраструктури туризму для самодіяльних туристів, забезпечити умови для їхнього перебування на території України без виникнення проблем. Відсутність єдиних державних стандартів якості туристичних послуг на даний момент компенсують стандартизації місцевими спілками та організаціями, проте загальнодержавний контроль повинен бути обов'язковим.

Висновки. Забезпечення створення взаємопов'язаних інформативних рекламних туристичних інтернетсайтів, зрозумілих для іноземців, створення сайту з розміщенням детальної інформації про кожен об'єкт, видання щороку каталогу об'єктів сільського туризму на українській та іноземних мовах, їх популяризація, формування кооперативів сільського туризму, залучення коштів міжнародних інвесторів до спільних проєктів, розвиток сімейних туристичних об'єктів сільського та екотуризму, проведення продуманої промоції невідомих туристичних об'єктів на національному та європейському рівні, послідовне виконання заходів організації стане гарантією поступального розвитку туристичної діяльності найвищого рівня якості.

1. Указ Президент України "Про створення Комітету з підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу" від 2 квітня 2010 року №470/2010 - Електронний ресурс // <http://www.president.gov.ua/news/16835.html>
2. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року від 21 липня 2006 р. N 1001. - Електронний ресурс // www.zakon.rada.gov.ua.
3. Довідка про динаміку туристичних потоків в Україні за 2010 рік. (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України – Електронний ресурс // <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2183>

4. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме / В.А. Квартальнов . – М.: Финансы и статистика, 1999. – 496 с.
5. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
6. Мацюк О. Замки і фортеці Західної України. Мандрівки історичні / Орест Мацюк. – Львів: Центр Європи, 1997.-160с.: іл.
7. Панкова Є.В. Туристичне Краєзнавство : Навч.посібник.- / Є.В. Панкова. - К.: Альтерпрес, 2003. - 352 с.
8. Сітницький Ю. Мандрівки по Карпатах. Популярні туристичні маршрути по Українських Карпатах : путівник / Юрій Сітницький. – Львів: Видавництво Бібльос-Брук, 1993.-96с.
9. <http://niss.lviv.ua/analytics/112.htm>
10. <http://www.mandry.org/?p=89>
11. <http://www.ukraine2012.gov.ua/tournament/sponsors/333.html>
12. http://ukraine2012.gov.ua/tournament/euro_history

УДК 911.3

Шилкіна А.О.

РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ПІДГОТОВКИ ДО ЄВРО 2012

В даній статті розглянуті основні туристичні маршрути, що готуються до чемпіонату Євро 2012 та визначені ключові проблеми та перспективи розвитку туризму України в контексті проведення Євро 2012.

В статье рассмотрены основные туристические маршруты, которые готовятся к чемпионату Евро 2012 и определены ключевые проблемы и перспективы развития туризма Украины в контексте проведения Евро 2012.

This article describes the main tourist routes, preparing for Euro 2012 and identified key problems and prospects of tourism of Ukraine in the context of Euro 2012.

Актуальність теми: Туризм – це найдинамічніша галузь у світі, чинник економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини. Вихід України на міжнародну арену як самостійної держави створює сприятливі умови для розвитку всіх напрямків туризму.

На сьогодні проблема формування туристичного іміджу України, особливо напередодні проведення Чемпіонату з футболу ЄВРО-2012, є вельми актуальною і дає державі прекрасний шанс заявити Європі і всьому світові про власні туристичні можливості та провести вдалу обширну рекламну кампанію.

Метою написання даної статті є дослідження туристичних потужностей України та нових туристичних маршрутів, що розробляються до Євро – 2012, визначення перспектив розвитку туристичної галузі.

Аналіз досліджень і публікацій: Значна кількість вітчизняних та зарубіжних вчених приділяли свою увагу дослідженню особливостей та перспектив розвитку туризму в Україні. Зокрема Цибух В.І у своїх наукових дослідженнях окреслював глобальні тенденції і регіональні