

Гумпольдскірхене височіє замок німецьких лицарів з парафіяльною церквою Св. Михайла і статуєю Св. Непомука на мальовничому мосту, а також знамениті винні підвали. Зовсім поруч з Віднем знаходиться містечко Клостернойбург, де місцеві ченці виробляють вино вже майже тисячу років, тому місцева школа виноробства вважається однією з найстаріших у Європі. [7]

Висновки. Австрія – розвинута країна з великою кількістю туристсько-рекреаційних ресурсів. Країна щорічно приймає величезну кількість туристів. Особливий інтерес представляють культурно-історичні пам'ятки Австрії. Неповторні старі міста Лінц, Клагенфурт та Інсбрук. Сфера туризму в Австрії стрімко розвивається та є прикладом для багатьох країн світу, в тому числі і для України – все зростаючий попит туристів на подорожі до Австрії, може підштовхнути туристичний бізнес в Україні на розробку та впровадження нових напрямки для мандрівок по Австрії; вивчення досвіду австрійського туристичного бізнесу дозволить зробити сферу туризму в Україні більш привабливою для закордонних та вітчизняних туристів, підвищити якість туристичних послуг та розвинути туристичну інфраструктуру і як наслідок – зробити туристичну галузь України однією з прибуткових галузей економіки.

1. 100 мест на земле, которые необходимо увидеть /Авт.-сост.Т.Л. Шереметьева. – М.:АСТ;Мн.: Харвест.2007.-304 с.:ил.
2. Издательство: Вокруг света «Горнолыжные курорты западной европы» Москва 2006. - 288с.
3. Издательство: «Афиша индастриз» Вена, путеводитель. Москва 2001. - 327с.
4. Издательство Аякс. «Тироль. Путеводитель серии "Полиглот"» Москва 2004.- 98с.
5. Издательство Аякс. «Вена. Путеводитель серии "Полиглот"» Москва 2004. - 96с.
6. Издательства: АСТ, Астрель, «Вена. Путеводитель» 2007. - 160 с.
7. Издательство: АСТ «Вена. Иллюстрированный путеводитель» 2005. - 288 с.
8. Издательство: АСТ «Австрия. Путеводитель» 2005. - 384 с.
9. Путеводитель Австрия. Ле пти Фюте. Изд. 5-е. — М.: Авангард, 2005. — 178 с.
10. Відпустка в Австрії. Офіційний путівник <http://www.austria.info>
11. Все про Австрію <http://www.avstrija.at/>
12. Лучший поиск туров <http://countries.turistua.com>
13. Офіційний сайт всесвітньої спадщини ЮНЕСКО <http://whc.unesco.org>
14. Путівник: Зальцбург, Австрія <http://www.worldtg.ru/>
15. Державна служба статистики України. Виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали, у 2011 році <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 911.3

Явкін В.Г., Фостій В.В., Кирпушко Я.В.

ПОТЕНЦІАЛ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ ТА СТРУКТУРНІ ЗМІНИ ГОСТИННОСТІ В КАРПАТАХ

Проаналізовано особливості розподілу доходів населення та витрат на туристичні послуги за областями України, що опосередковано визначає купівельну

спроможність та споживчий потенціал українців на рекреаційно-туристичному ринку Карпатського регіону. Виявлено специфічні процеси інвестування в рекреаційно-туристичну галузь Карпат та наведено особливості реструктуризації системи гостинності в регіоні.

Ключові слова: дохід, купівельна спроможність, інвестиції, ринок рекреаційно-туристичних послуг, структура гостинності.

Проанализированы особенности распределения доходов и расходов на туристические услуги по областям Украины, что косвенно определяет покупательную способность и потребительский потенциал украинцев на рекреационно - туристическом рынке Карпатского региона. Выявлены специфические процессы инвестирования в рекреационно-туристической отрасли Карпат и приведены особенности реструктуризации системы гостеприимства в регионе.

Ключевые слова: доход, покупательная способность, инвестиции, рынок рекреационно - туристических услуг, структура гостеприимства.

The features of the distribution of income and expenses for travel services for the regions of Ukraine, which indirectly determines the purchasing power and consumer potential of Ukrainian recreation-tourism market in the Carpathian region. Revealed the specific processes of investment in recreation-tourism industry in the Carpathians and are especially restructuring of hospitality in the region.

Keywords: income, purchasing power, investment, market recreation - tourism, hospitality structure.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. Індустрія туризму, розвиваючись в умовах глобалізації у середовищі, сприятливому для ринкової економіки, приватного підприємництва та вільної торгівлі, набуває глобальних рис галузі світового господарства, позитивно впливає на зростання добробуту та зайнятості. Подальший її розвиток потребує активізації досліджень традиційних та нових сегментів туристичного ринку, споживчих переваг, інформаційних технологій та управлінських методик. Саме цей шлях сприяє підвищенню якості турпродукту, а високі стандарти якості є важливим критерієм мотиваційних уподобань і вибору турпродукту споживачем. Основою індустрії туризму, незважаючи на вплив глобалізаційних тенденцій, залишається мале та середнє підприємництво, яке діє на основі зростаючої конкуренції, завдяки чому розвивається ринок туристичних послуг. Ринок туристичних послуг характеризується урізноманітненням пропозиції турпродукту як за рахунок впровадження нових видів послуг і форм обслуговування, так і за рахунок територіального розширення, формування нових туристських центрів, районів та курортних зон. Тому питання геопросторової організації туризму пов'язані в усіх аспектах його функціонування і набувають непересічної актуальності. Дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг ґрунтується на сполученні методів галузевого та територіального аналізу. Ця методика має конструктивне спрямування, базується на можливостях національного ринку і включає такі основні етапи: 1) фонову оцінку (рівень доходів) функціонування потоків туристичних послуг; 2) комплексний аналіз регіональної структури національного ринку. Як свідчить аналіз мотивів іноземних інвесторів, пошук туристичних ринків

збуту – найпоширеніший стратегічний мотив для інвестицій в туристичну галузь України. Серед мотивів є бажання постачати свою тур продукцію і мати вихід на нові регіональні туристичні ринки. Серед другорядних мотивів є підвищення конкурентоспроможності і доступ до наукових і технологічних розробок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні процеси розвитку структури регіонального рекреаційно-туристичного ринку Долішній М.І., [12] Жук М.В., [7] Євдокименко В.К., [6] Крачило М.П., [9] Кравців В.С., Любіцева О.О., [10] Мацола В.І., Руденко В.П., [13] Черчик Л.М. [15] та ін. оцінюють за відповідними економічними параметрами. В методичних підходах Бейдика О.О., Івануніка В.О., [8] Явкіна В.Г. [16] та ін. використовується шкали рейтингових оцінок окремих компонентів рекреаційно-туристичних ресурсів.

Виклад основного матеріалу. Дослідження геопросторової організації функціонування ринку туристичних послуг ґрунтується на положеннях про туризм як явище суспільного життя та функціонування ринку туристичних послуг як процесу структурного узгодження в часі та просторі попиту на туристичні блага, послуги та товари і їх пропозиції.

Національний ринок туристичних послуг є ключовим в суспільно-географічному дослідженні туризму, що визначається його зовнішніми та внутрішніми функціями. Туризм, як суспільний феномен, підвладний дії суспільних законів: закону вартості, закону неухильного росту продуктивності суспільної праці, закону суспільного поділу праці, закону постійного зростання людських потреб та іншим.

Закономірності функціонування туризму як об'єкту суспільно-географічного дослідження є частковими проявами дії фундаментальних економічних законів, а геопросторові форми його організації – суспільно-географічних законів і закономірностей.

Специфічні ознаки ринку туристичних послуг:

1. Ринок туристичних послуг утворюється внаслідок виникнення потреб та запитів населення;
2. Туристичний попит та відповідна туристична пропозиція стосується одразу певного комплексу природних благ;
3. Ринок туристичних послуг полікомпонентний, структурований, диференційований та ієрархізований.
4. Для оцінки ефективності функціонування туристичної галузі проаналізовано:
 - 1) сукупний дохід населення області;
 - 2) обсяг послуг, що припадає в середньому на 1-го туриста;
 - 3) кількість обслугованих туристів, що в середньому припадає на 1 підприємство;
 - 4) середні доходи кожної туристичної фірми.

Сукупний дохід населення опосередковано визначає загальне соціально-економічне становище області. Найменші показники середньої чисельності сукупного доходу населення області в Волинській (1136,2 млн.

грн.), Чернівецькій (1142,2 млн. грн.), Кіровоградській (1382,4 млн. грн.) та Тернопільській (1396 млн. грн.) областях. Найбільші середні значення в Донецькій (6510,2 млн. грн.), Дніпропетровській (5289,2 млн. грн.), Львівській (3415,6 млн. грн.), Одеській (3334,8 млн. грн.) областях. Найбільший обсяг послуг на 1-го туриста – АР Крим (2085,5 грн.), Донецька область (1899,2 грн.), Житомирська область (1189,9 грн.).

Стримувальний ефект на розвиток галузі справляє відсутність інвестицій для оновлення і розвитку матеріально-технічної бази туризму, туристичної інфраструктури за європейськими стандартами. Тому дуже важливим є досвід областей Карпатського регіону у вивченні інвестиційної атрактивності території, формуванні інвестиційних проектів та залученні інвестицій у туристичну сферу.

Рівень економічного розвитку Карпатського району оцінюється як середній [7], розмір національного доходу на душу населення перевищує середньодержавний лише у Львівській області.

Інвестиційні пріоритети тієї чи іншої галузі визначаються здатністю підприємств забезпечити високу і швидку рентабельність інвестицій. З цієї точки зору Карпат, де зосереджений значний рекреаційний потенціал, сприятливі природні та кліматичні умови, необхідна для обслуговування рекреаційної галузі інфраструктура, є дуже перспективним регіоном.

Таблиця 1. Фон доходів в потенціалі споживання туристичних послуг *

№ п/п	Область	Дохід на душу населення (грн.)			Обсяг туристичних послуг на 1 туриста (грн.)		
		2005	2009	Приріст	2005	2009	Приріст
1	АР Крим	1001	1766	153	413 млн.	715,4 млн.	60,5
2	Вінницька	995	1710	143	8 млн.	13 млн.	1,0
3	Волинська	691	1640	149	14 млн.	31,12 млн.	3,4
4	Луганська	997	1817	164	34 млн.	35,42 млн.	0,3
5	Дніпропетровська	953	1963	202	120 млн.	301,5 млн.	36,3
6	Донецька	1001	1940	188	185 млн.	262,5 млн.	15,5
7	Житомирська	943	1815	145	5 млн.	18,4 млн.	2,7
8	Закарпатська	922	1961	208	20 млн.	36,51 млн.	3,3
9	Запорізька	898	1920	205	48 млн.	75,4 млн.	5,5
10	Івано-Франківська	956	1925	194	48,69 млн.	63,2 млн.	3,0
11	Київська	1110	1929	164	15 млн.	34,37 млн.	3,9
12	Кіровоградська	953	1573	124	11 млн.	21,45 млн.	2,0
13	Львівська	994	1688	139	71 млн.	147,4 млн.	15,0
14	Миколаївська	1004	1854	170	22 млн.	47,46 млн.	5,0
15	Одеська	956	1816	172	105 млн.	131,5 млн.	5,3
16	Полтавська	974	1787	163	36,3 млн.	56,2 млн.	4,0
17	Рівненська	986	1634	130	20 млн.	29,4 млн.	1,9
18	Сумська	952	1630	136	7 млн.	22,80 млн.	3,0
19	Тернопільська	994	1540	109	10 млн.	26,54 млн.	3,0

20	Харківська	758	1804	209	69,3 млн.	128,45 млн.	12,0
21	Херсонська	895	1670	155	18,1 млн.	41,20 млн.	5,0
22	Хмельницька	965	1692	155	21 млн.	39 млн.	3,6
23	Черкаська	934	1562	126	16,3 млн.	26,5 млн.	2,0
24	Чернігівська	946	1500	111	9,2 млн.	22,5 млн.	2,7
25	Чернівецька	926	1569	127	17 млн.	36,18 млн.	4,0

* За матеріалами сайтів облдержадміністрацій

У Карпатському регіоні було здійснено багатопоказниковий аналіз туристичної привабливості адміністративних районів у трьох сферах: туристичній та інвестиційній атрактивності і рецепційної атрактивності. [12, 14].

Таблиця 2. Порівняльна характеристика інвестиційних проектів та програм розвитку туризму Карпатського регіону

Спрямування проекту	За видом інвестора та обсягом фінансування	За метою
1. Економічний та соціальний розвиток Закарпатської області 2. Розвиток туризму та рекреації в Закарпатській області 3. Реалізація інноваційної моделі розвитку туристичної інфраструктури світового духовного центру старообрядництва Біла Криниця 4. Розробка та впровадження інноваційних підходів 5. Інформаційне забезпечення сталого розвитку Буковини 6. Проект «Створення комплексної системи розвитку туристичної індустрії Івано-Франківщини» 7. Розвиток сталого сільського туризму. 8. Стратегії розвитку та маркетингу туризму в Івано-Франківській області до 2015 року	Регіональні державні джерела Іноземний інвестор (Основним інвестором якої є Держдепартамент США) Інвестори регіональні, бюджетні кошти, вклади суб'єктів туристичної підприємницької діяльності та організацій-партнерів. 20 % - кошти Держбюджету та 80 % - кошти місцевих та іноземних інвесторів зростання обсягу інвестицій в основний капітал Закупівля необхідного обладнання Загальний бюджет проекту 701.651 Євро Внесок ЄС 631.486 Євро	Стабілізація фінансово-економічної ситуації в регіоні Створенні соціальних, економічних та організаційних умов Розвиток матеріально-технічної бази Реалізація стратегії розвитку туристичної інфраструктури Забезпечення умов для раціонального, безпечного природокористування, відновлюваності природних ресурсів Створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринку туристичного продукту, Розвиток конкурентоздатного туристичного продукту в сільських громадах;

Інвестиційні проекти, включаючи пропозиції по розробці нової продукції, повинні піддаватися постійному і детальному аналізу з погляду кінцевих результатів. Критеріями для обґрунтування (визначення) придатності (ефективності) інвестиційного проекту можуть бути: прибуток, прибутковість, частка ринку, якість продукції, беззбитковість і ін. Украв важливо при цьому розрахувати і простежити напрямку потоку грошей: капітальні витрати на викуп землі і підготовку місця, будівництво будинків і споруджень, придбання (проектування, виготовлення) устаткування і машин, навчання фахівців; поточні витрати – сировина і матеріали, паливо й енергія, праця і т.д.; дохідні статті – економія витрат, роялті, урядові позики. [6].

Інвестиційна діяльність в Карпатському регіоні суттєво змінила споживчу структуру рекреаційно – туристичного ринку. Найбільш помітні зрушення відбуваються під впливом зростання курортних центрів. Формується потужна інфраструктура гостинності двох спрямувань: перебудова готельної мережі з переважно ординарних місць проживання на систему «люкс» та «напівлюкс». В Івано – Франківській області на протязі 2001 – 2008 рр. кількість номерів підвищеної комфортності змінилися з 58 до 127 («люкс») та з 70 до 399 («напівлюкс»), суттєво зменшилися дешеві номери при збереженні загального обсягу місць проживання.

Другим напрямом формування послуг гостинності є інтенсивний розвиток контурів сільського зеленого туризму (агротуризму), що приурочені до центрів гірських та лікувальних курортів: Трускавець, Моршин, Яремча, Буковель, Славське, Драгобрат тощо [5]. Виникає необхідність трактування території впливу курортних центрів на професійну участь у створюванні турпродукту, мешканців певного досить значного ареалу впливу прилеглих територій, що за характером зайнятості сільського населення тяжіють до участі в рекреаційно-туристичних послугах опосередкованого спрямування. Оскільки курорт залишається центром розсіювання відповідної соціально-виробничої зайнятості населення сіл, що знаходяться на певній віддалі від нього, то всю просторову систему зручно називати географічним полем, полікомпонентного призначення або ж гірським районом, у межах якого спостерігається вплив певного курортного об'єкту [5].

Висновки. Потенціал внутрішнього туризму у споживанні рекреаційно – туристичних послуг Карпатського регіону визначається рівнем доходності та опосередковано оцінюється приростами (в нашому випадку 2005-2008 рр.) доходу на душу населення та обсягом, що витрачається потенційним туристом.

Привабливість рекреаційно – туристичного бізнесу в Карпатському регіоні формує певні інвестиційні потоки державного та міждержавного спрямування. Проте, не задекларовані обсяги приватних інвестицій сягають 500 млн. дол. (Буковель, Трускавець тощо).

Відбувається інтенсивна реструктуризація системи послуг гостинності за двома векторами: інтенсивне зростання якості послуг готелів та специфічні просторові об'єднання в мережі сільського туризму.

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
2. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: Методологія та методики аналізу, термінологія, районування: [монографія] / Бейдик О. О. – К.: КНУ, 2001. – 397 с.
3. Гаврилюк С.П. Оцінка конкурентоспроможності туристичного продукту.// Торгівля, комерція, підприємництво: Зб. наук. праць Львівської комерційної академії.- Л.: Вид-во «Коопспілка» ЛКА, 2000.- с.100-107.
4. Гальчинський А.С., Єценко П.С., Палкін Ю.І. Основи економічної теорії : Підручник. – К.: Вища шк., 1995.-471.с
5. Географічні аспекти розвитку туризму(на прикладі України та Польщі): монографія/ В. Г. Явкін, В. П. Руденко, В. М. Андрейчук, О. Д. Король та ін. – Чернівці: ЧНУ, 2010. – 344 с.
5. Денісенко М. П. Основи інвестиційної діяльності: Підручник для студентів. - К.: Алеута, 2003.- 338 с.
6. Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування, механізм реалізації). – Чернівці: Прут, 1996. – 288с.
7. Жук М. В. Комерційні відносини України: організація зовнішньої торгівлі: Підручник. – Чернівці: Рута, 2004. 560 с.
8. Іванунік В. О. Концепції оцінки рекреаційно-туристичних ресурсів: навч. посібник / Іванунік В.О. – Чернівці: ЧНУ, 2011. -84 с.
9. Крачило М.П. Економічні аспекти розвитку туризму в Україні в контексті світового досвіду / Проблеми розвитку туризму в Україні і завдання відновлення історичної пам'яті народу засобами туризму : Тези доп. Всеук.-практ.конф.4.10 – Київ – Косів,1994
10. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти).–К.: Альтерпрес , 2002.–436 с.
11. Мокляк А.В. Класифікація туристичної привабливості територій і місцевостей в Україні для потреб іноземного (в'їзного) туризму // Економічна та соціальна географія: Наук. зб. - К., 2002. - Вип. 53. – С.282-288.
12. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіону: методологічні підходи / Ред.: М.І. Долішній. — Л., 2005. — 517 с. — (Соц.-екон. дослідж. в перехід. період: Зб. наук. пр. Ін-ту регіон. дослідж. НАН України; Вип. 3(53)). — укр.
13. Проблеми географії та менеджменту туризму: Монографія/ Явкін В. Г., Руденко В. П., Король О. Д. та ін. – Чернівці: Рута, 2006. – 260 с.
14. Симканич О.В. Формування ефективної стратегії розвитку інвестиційного клімату регіону// Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2007. – №2 (14). – С.114-115.
15. Черчик Л. М. Формування ринкових відносин у рекреаційному природокористуванні: монографія / Черчик Л. М. – Луцьк: ЛДТУ, 2006. – 352 с.
16. Явкін В. Г. Атрактивність рекреаційних ресурсів за ціновими пропозиціями в Чернівецькій області // Явкін В. Г., Кирпушко Я. В., Морар А. В. Географія та туризм: Науковий збірник/Ред. Колю: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін.. – К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 19. – с. 65 - 71