

Польський ринок, забудовані 3-4-х поверховими будинками в стилі барокко та ренесансу, нарешті, капітальні кам'яні трьох-чотирьохповерхові будинки, зведені на стрімких схилах Старого міста в особливий спосіб – з фасаду вони мали 3-4 поверхи, а з внутрішнього двору – один-два поверхи. Сходів між поверхами в таких будинках не було, оскільки до першого поверху вела окрема стежка, а верхні поверхи мали вихід безпосередньо у внутрішній двір, заможний кам'яними плитами. Спосіб будівництва таких домів був запозичений кам'янецькими будівничими від оборонних башт, наприклад Різницької, яка з боку кручі була трьохярусною, а з боку міста – двохярусною. На жаль, жодної з цих ознак нині немає: Кармелітський костіол був повністю знищений в 1930-ті роки (нині на його місці – пустка); Польський ринок, як і білостінні багатоповерхівки на кручах стали жертвами німецьких бомбардувань в 1941 р. Можна зазначити, що Кам'янець-Подільський є мабуть, єдиним містом України історичний центр якого так і не було відновлено після Другої Світової війни. На додаток Кам'янець був «репресований» Радянською владою в 1930-х роках: позбавлений статусу обласного центру та «розжалуваний» до рівня райцентру (мабуть місту пригадали часи Гетьманату, коли в Кам'янці був створений Український університет, та Дирекції, коли Кам'янець півроку перебував у статусі тимчасової столиці України). Усе вищевикладене, на нашу думку, дає підстави до висунення Кам'янця-Подільського в претенденти на присвоєння йому звання «місто-герой України».

1. Будзей О.В. *Вулицями Кам'янця-Подільського* / Серія «Історичні місця України» / О.Будзей. – Львів: Світ, 2005. – 272 с.
2. Вінюкова-Волкова В. *Легенди старого Кам'янця* / В. Вінюкова-Волкова. - Кам'янець-Подільський: ПП «Медобори-2006», 2009. – 48 с.
3. Рутинський М. *Замковий туризм в Україні: Навч. пос.* / М. Рутинський. – Київ: ЦУЛ, 2007. – 432 с.
4. Шехтер Д. *Логістика. Искусство управления цепочками поставок* / Д. Шехтер, Г.Сандер. / Пер. с англ. – М.: Претекст, 2008. – 230 с.
5. Смирнов І.Г. *Логістика туризму: Навч. пос.* / І. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
6. Смирнов І.Г. *Стратегічний логістичний менеджмент в контексті сталого розвитку туризму в Україні* / І. Смирнов // *Краєзнавство та музейна справа в Україні: Наук. зб. «Велика Волинь»*. – 2010. – Вип. 14. – С. 164-179.
7. Гордєєв А.Ю. *Карти-портолани XVI-XVII ст.: особливості та роль у розвитку картографії: Моногр.* / А. Гордєєв. – К.: ВГЛ «Обрії», 2009. – 408 с.

УДК 911.3

Уліганець С.І., Стригун О.Г.

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ЄВРО - 2012 У МІСТІ КИСВІ

В даній статті сформульовано і обґрунтовано необхідність розробки та провадження альтернативних та кункурентноспроможних видів туристичного продукту.

В данной статье изложена и обоснована необходимость разработки и внедрения альтернативных и конкурентно-способных видов туристических продуктов.

In the article is stated and proved necessity of development and providing alternative and competitive prospects of tourist products

Вступ. Невід'ємною складовою світового туристичного процесу є вітчизняна туристична галузь. Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту.

Туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави.

Пріоритетним видом туризму для України залишається іноземний (в'їзний) туризм як вагомий чинник поповнення валютними надходженнями державної скарбниці та створення додаткових робочих місць.

Постановка проблеми. Напередодні проведення чемпіонату з футболу Євро-2012 актуальним залишається питання організації вільного часу вболівальників. Окрім відомих та існуючих маршрутів, необхідною є розробка та впровадження альтернативних та конкурентоспроможних видів туристичного продукту.

Формування цілей статті. Сформувати і обґрунтувати необхідність розробки та впровадження альтернативних та конкурентоспроможних видів туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу. Стратегічна мета розвитку туризму в Києві полягає у створенні конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби населення, у розширенні внутрішнього туризму та постійному зростанні обсягів в'їзного туризму, забезпеченні на цій основі комплексного розвитку рекреаційних територій з урахуванням соціально-економічних інтересів населення, збереженні та відновленні природного середовища та історико-культурної спадщини, завдань щодо наповнення державного і місцевих бюджетів.

Туристична галузь та готельне господарство міста впродовж останніх двох років характеризується позитивною та сталою динамікою. Неухильне зростання кількості туристів та обсягів наданих їм послуг, комплексний підхід до розвитку туризму, готельного господарства та курортів на місцевому рівні, підтримка розвитку малого та середнього бізнесу у туристичній сфері створили новий імідж українського продукту, конкурентоспроможного в нашій державі та за кордоном. Враховуючи міжнародний досвід та наявний туристичний потенціал Києва, одним із

основних напрямків розвитку туристичної діяльності протягом останніх років є орієнтації туристичного сектора столиці на розвиток ділового, культурно-пізнавального та рекреаційного видів туризму. Згідно маркетингових досліджень туристичні підприємства м. Києва можуть щоденно приймати до 6 тис. осіб.

Збільшення кількості виставок і ярмарків, проведення міжнародних конгресів, розширення кола їх учасників позитивно впливає на розвиток ділового та культурно-пізнавального туризму в місті.

Одним із питань соціального спрямування в туристичній сфері є розвиток дитячого, молодіжного, сімейного та спортивно-оздоровчого туризму. Завдяки популяризації цих видів туризму шляхом розроблення спеціалізованих туристично-екскурсійних програм для сімейного туризму, маршрутів для школярів та студентів по м. Києву, щорічно збільшується кількість зацікавлених серед дітей та молоді до пізнання історико-культурної спадщини та до заходів туристично-спортивного спрямування (змагання, зльоти, першості, кубки, чемпіонати тощо).

В місті ведеться певна робота по підтримці діяльності та створенню молодіжних туристських клубів, розроблені спортивні туристичні маршрути вихідного дня. На території районів м. Києва працюють гуртки спортивно-туристичного напрямку та клуби туристично-краєзнавчого спрямування.

Розвиток сучасної інформаційної інфраструктури туризму говорить про необхідність створення мережі туристсько-інформаційних центрів по Києву, які мають бути важливим елементом у просуванні туристичного потенціалу регіону на національному і міжнародному рівні, наданні інформаційних і сервісних послуг з туристичної та супутньої діяльності в столиці гостям та місцевим мешканцям, створенні сприятливого інформаційного середовища для іногородніх і іноземних громадян.

Найбільш рентабельною складовою частиною столичного турпродукту (11-12%) є екскурсія, яка на сьогодні вимагає всебічного вивчення та удосконалення. На сьогодні в Києві розроблені та проводяться більше 110 тематичних екскурсій. Туристичними підприємствами міста в своїй діяльності широко використовуються і заміські транспортні екскурсії в міста України, які мають культурну та історичну цінність (Чернігів, Біла Церква, Львів, Кам'янець-Подільський та ін.).

Для організації методичного забезпечення екскурсійної діяльності у м. Києві опрацьовуються питання створення міського екскурсійно-методичного центру, методичної ради. У місті активно працює акредитаційна комісія по видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу.

Типовий екскурсійний маршрут для іногородніх та іноземних туристів представлений, як правило, автобусно-пішохідною екскурсією. До найбільш популярних місць відвідування належать: Парк Тараса Шевченка, Національний університет ім. Т.Шевченка, Володимирський собор, Національна опера, Золоті Ворота, Софія Київська, Михайлівський

Золотоверхий собор, Міністерство Іноземних справ, Володимирська гірка, Фунікулер, Річковий вокзал, Андріївський узвіз, парк Слави, Києво-Печерська Лавра та інші визначні місця.

Проте вказані вище оглядові місця є досить типовими і звичними для європейського туриста. Розглядаючи його у контексті футбольного чемпіонату, слід мати на увазі, що це молоді люди, яких цікавлять новітні незвичайні туристичні місця та об'єкти. Враховуючи цю інформацію, доцільним є розробка та впровадження у життя сучасних туристичних маршрутів містом Києвом. Наприклад: «Сучасний Київ», який охоплює новобудови та реконструйовані будівлі (Майдан Незалежності, київські «хмарочоси» на бульварі Лесі Українки, Мінська набережна тощо), «Культуриний Київ» (відвідання арт галерей, музеїв, центрів мистецтва – Мистецький арсенал, Пінчук Арт Центр, Галерея Лавра), «Містичний Київ» (екскурсії на місця з сильним енергетичним полем – Замкова та Лисі гори, Кирилівська церква, Байкове та Лук'янівське кладовища так зване «пост паломництво» тощо). Завдяки таким цікавим та несхожим між собою маршрутам турист зможе сформувати в своїй уяві образ столиці України як сучасного європейського міста. Окрім екскурсійної діяльності уваги заслуговують і різноманітні альтернативні спортивні чи екстремальні види відпочинку. Серед міських виділяють паркур, банджо-джампінг, відвідування закинутих старих об'єктів, дослідження підземних споруд (діггерство) та ін.

Просування туристичного продукту міста Києва як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках туристичних послуг неможливе без належної організації проведення маркетингової та виставкової діяльності.

Висновки. Нині Україна має понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів і відпочиваючих на 620 тис. місць, але вони потребують модернізації та реконструкції відповідно до міжнародних стандартів. Крім того, підтримання в належному стані потребують і рекреаційні зони, пам'ятки культури та архітектури України, інші об'єкти туристичних чи екскурсійних послуг. Необхідним також є впровадження в дію концептуально нових типів туристичного продукту. З урахуванням тенденцій реформування усіх сфер суспільного життя, доцільним є розроблення основних напрямів розвитку туризму в Україні до 2012 року. Вони мають стати концептуальною базою довгострокової Державної програми розвитку туризму, створення організаційно-правових та економічних засад становлення туризму як високорентабельної галузі економіки, важливого засобу культурного та духовного виховання громадян України, відтворення їх трудового потенціалу.