

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ІТАЛІЄЮ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

У статті аналізуються особливості співробітництва України та Італії у туристичній сфері і намічаються шляхи оптимізації такого співробітництва.

Ключові слова: туристичний ринок, туристичний попит та пропозиція, туристичний потік, віза, трансфер, тур, туристичні програми.

В статье анализируются особенности сотрудничества Украины и Италии в туристической сфере и намечаются пути оптимизации такого сотрудничества.

Ключевые слова: туристический рынок, туристический спрос и предложение, туристический поток, виза, трансфер, тур, туристические программы.

The author analyses some peculiarities of cooperation between Ukraine and Italy in the sphere of tourism and outlines the ways of its optimization.

Key words: tourist market, tourist supply and demand, tourist flow, visa, transfer, tours, tourism programmes.

Постановка проблеми. Серед привабливих ринків туристичних послуг в Європі для українців завжди була і залишається Італія. Це обумовлено не лише насиченістю країни об'єктами туристичного показу, а й традиціями гостинності та якісним сервісом. Враховуючи пізнавальний інтерес українців до Італії, більшість як великих, так й дрібних туристичних фірм включили у свої програми цей сегмент туристичного ринку. Зокрема споживачам пропонуються тури вихідного дня, гірськолижні та приморські курорти, екскурсійні подорожі найбільш відомими італійськими містами, подієві та гастрономічні мандрівки тощо. За даними Державного комітету статистики України у 2011 р. з туристичною метою відвідало близько 30, 7 тис. італійців, що удвічі менше, ніж п'ять років тому – у 2006 р. Кількість українців, що обрали Італію в якості туристичної країни у 2011 р. становить близько 31 тис. осіб [1]. Наведені дані свідчать про те, що ані українці не є для Італії головними постачальниками туристів, ані італійці не виступають такими для України. При цьому, на думку спеціалістів туристичної галузі, пріоритетними напрямками для українських туристів у літньому сезоні 2012 р. будуть такі країни як Туреччина, Хорватія, Чорногорія, Греція, Болгарія, Іспанія, Єгипет, Ізраїль [6]. Проте, переважна більшість туристичних фірм в нашій державі продовжує пропонувати споживачам Італію в якості країни туристичного відвідування, значно розширюючи свої пропозиції. Чому ж на ці пропозиції пристає менша кількість українських туристів, ніж на пропозиції до названих вище країн? У даному дослідженні зроблена спроба проаналізувати тенденції розвитку українсько-італійського співробітництва у туристичній сфері і знайти шляхи його оптимізації.

Аналіз основних джерел та публікацій. Проблемі розвитку туристичного країнознавства присвячено чимало публікацій як в Україні,

так і за кордоном, в яких розкриваються особливості розвитку туризму в Італії, аналізуються її туристичні ресурси, регіональна туристична спеціалізація та тенденції формування туристичного потоку до країни [3, 5, 8, 9]. Проте, у більшості наукових праць приділяється недостатньо уваги аналізу співробітництва у галузі туризму між окремими країнами чи групами країн, а питання оптимізації двостороннього співробітництва між Україною та Італією з метою залучення більшої кількості туристів на національні туристичні ринки обох країн, залишилася зовсім поза увагою дослідників та експертів. Тому дана проблема видалася для нас актуальною і стала основною метою дослідження.

Виклад основного матеріалу. За оцінками фахівців, Італія являє собою туристський продукт вищого ступеня досконалості, а міжнародна статистика відводить їй почесне місце у п'ятірці найбільш розвинених з туризму країн світу [10]. Всесвітньо відома історія Італії, унікальна природа, твори мистецтва, культурні пам'ятники, релігійні свята, мода й італійський стиль життя, гастрономія — ось ті ключові пункти, які зробили Італію важливим туристичним центром світового рівня. В Італії склалася добре організована система прийому туристів, здатна одночасно розмістити понад 4 млн. гостей [3]. До неї належать не лише готелі на понад 2 млн. місць, а й комфортні кемпінги, приватні квартири, що здаються в оренду, численні агротуристські комплекси та інші форми прийому гостей (апартаменти з декількома власниками, притулки, пансіони, релігійні установи й будинки для прочан, тощо). Італійські області мають у своєму розпорядженні значну кількість автономних спортивних споруджень і розважальних комплексів, стадіонів, гімнастичних залів, басейнів, ковзанок і велодоріжок, танцювальних залів й атракціонів, церков і монастирів, замків і фортець, цирків шапіто й цілодобових критих павільйонів, площ й обладнаних приміщень для проведення громадських видовищних заходів за всіх пір року, що часто успішно використовуються для надання додаткових послуг туристам [3, 5].

Як зазначалося вище, Україна не займає лівової частки на туристичному ринку Італії. Вітчизняні експерти з туризму основним критерієм для прийняття рішення про відвідування країни для українських туристів називають простоту отримання візи і легкість трансферу [6]. Ідеальний варіант для українців — це безвізовість, що дозволяє задовольнити зазіхання на закордонний відпочинок особливо улітку. Нажаль, отримання італійських туристичних віз в Україні дуже ускладнене різного роду формальностями і перепонами. Спрощення правил отримання візи варто розглядати як один з основних шляхів інтенсифікації туристичного потоку з нашої країни до Італії. Є проблеми з отриманням візи у самій Україні, коли в окремі періоди спостерігається дефіцит бланків паспортів або різними установами цей процес гальмується штучно.

Незважаючи на певні візові колізії, українці із задоволенням відвідують Італію і за останні два десятиліття достатньо повно розкрили для себе цю країну, пізнали її традиції, культуру, людей і по-справжньому

оцінили туристичні послуги і переваги, що надаються в ній. Найбільш відвідуваними в Італії з боку українців є Рим з його стародавніми руїнами і музеями Ватикану, Флоренція, без якої неможливо уявити італійське Відродження, Венеція – ірреальне місто мостів і каналів, Мілан, Неаполь і Піза з безліччю дивовижних пам'ятників архітектури і мистецтва. Зазначимо, що відвідування цих та інших відомих італійських міст, так званий міський культурно-пізнавальний туризм, покриває понад 50% загального потоку туристів, що прибувають до Італії з України переважно у складі організованих груп. Ще близько 5 % з тих українців, хто в'їхав до Італії, надає перевагу відпочинку на морі [6]. Українці відвідують країну переважно під час новорічних та різдвяних канікул, часто навесні, проте рідко свою літню відпустку планують на її території. Причиною того, що незначна кількість українських туристів проводить свою тривалу літню відпустку на італійському узбережжі, є високі ціни на послуги, недоступні для масового туриста.

Незважаючи на те, що туристи з України надають перевагу якісному розміщенню та іншим туристичним принадам, пропоновані турпакети до Італії з відпочинком біля моря у більшості випадків розраховані на VIP-клієнтів. Крім того, майже відсутні пропозиції для сімейного відпочинку, особливо з маленькими дітьми. Демократичність цін – це той шлях, який значно пожвавить зростання українського сегмента на італійському туристичному ринку. При цьому цінова політика повинна значною мірою залежати не тільки від італійських суб'єктів туристичної діяльності, а й українських туроператорів.

Велика заслуга в оптимізації співробітництва між Україною та Італією належить українським тур фірмам, які прикладають певні зусилля і роблять двостороннє співробітництво більш ефективним. Проведений аналіз програм туроператорів України дозволяє говорити про те, що в асортименті більшості з них присутня Італія. Найбільш диверсифіковані пропозиції по Італії надходять від таких відомих в Україні туристичних фірм як «САМ», «Гамалія», які включають більш ніж два десятки різних програм і турів по цій країні. Серед менш відомих загалом, але успішних на італійському ринку фірм, можна згадати «Солеанс Світ», «Всесвіт». Усі вони плідно працюють з приймаючими італійськими компаніями і безпосередньо з багатьма готелями, що й зумовило переважання організованого туризму з України до Італії. Проте, останнім часом спостерігається тенденція до збільшення індивідуальних подорожей. На нашу думку, це пов'язано у першу чергу з тим, що пакетні пропозиції часто мають дещо завищену вартість і не відповідають очікуванням споживачів. Тому, багато з тих українців, що відправляються до Італії, наприклад, на короткочасний відпочинок у гори чи з метою проведення шопінгу, планують та організовують ці поїздки самостійно, часто при цьому користуються гостьовими запрошеннями. У цьому зв'язку варто туристичним фірмам обох країн шукати можливості здешевлення такого роду поїздок і заохочення туристів додатковими послугами, наприклад,

розважального (відвідування відомих театрів, концертних залів) чи оздоровчого (відвідування spa- центрів) спрямування.

За останні кілька років в Україні зросла частка туру вихідного дня «Міні канікули у Римі» з відвідуванням Риму, Ватикану та Флоренції упродовж 4 днів/3 ночей. На думку вітчизняних експертів, така тенденція пояснюється появою нових туристичних компаній, які пропонують дуже вигідні пропозиції вихідного дня, як за насиченістю програми, так й за ціною. Разом із зростанням частки турів вихідного дня і розширенням по ним пропозицій, знижується їхня вартість, що у цілому збільшує кількість українців, бажаючих відвідати Італію. Оптимізації турів вихідного дня у подальшому сприятиме й здешевлення трансферу, зокрема, збільшення пропозицій лоу-кост від авіакомпаній. Попит на подібні подорожі зростатиме не тільки за рахунок столиці, а й регіонів України, і сприятиме позитивній динаміці туристичного потоку до італійських міст.

Аналіз туристичних прибуттів до України з Італії показав, що вони досить обмежені як територіально, так і у часі. Переважна більшість італійських туристів відвідує м. Київ та ще кілька великих обласних центрів – Донецьк, Харків, Дніпропетровськ, Львів з пізнавальною та діловою метою. Крім того, такі поїздки є нетривалими, пересічно від однієї до п'яти ночівель [3, 9]. Це наводить на думку про те, що італійці або не поінформовані про різні туристичні програми, що широко представлені у багатьох регіонах України, або не дуже упевнені в якості їх реалізації. Тому важливим напрямком подальшого співробітництва між Італією, яка є визнаним лідером з туризму в Європі та світі, та Україною, яка нині лише створює свій туристичний образ, може стати налагодження інформаційного обміну та проведення відповідної аналітичної роботи з метою створення та просування спільних туристичних продуктів [2]. Ця робота, у першу чергу, допоможе обох країнам більш детально ознайомити потенційних туристів із значною кількістю туристичних атракцій на своїх територіях, які поки що перебувають у «тіні» всесвітньовідомих об'єктів показу. Створення позитивного туристичного образу, у першу чергу, потрібен Україні, яка шукає можливості зміцнення іміджу туристичної країни і через іміджеву політику намагається подолати існуючі труднощі в організації та веденні міжнародного туристичного бізнесу. Проведення продуманих промо акцій для потенційних туристів з Італії може досягти синергічного ефекту і, як наслідок, сприятиме перерозподілу туристичного потоку на користь обох країн.

Прикладом успішного інформаційного співробітництва у 2012 р., на нашу думку, була участь італійського регіону Венето у 18-ій міжнародній туристичній виставці UITT-2012, що відбувалася 28-30 березня у м. Києві [6]. Представники з північно-східного регіону Італії гостинно запрошували усіх гостей виставки відвідати цю область країни не тільки для того, аби побачити Венецію та інші «міста мистецтва», а й ознайомитися з ландшафтами Доломітових Альп, пляжами на узбережжі Адріатики, термальними курортами Абано та Монтегротто, озером Гарда. Участь

Венето у виставці стала унікальним приводом познайомити жителів України з туристичними атракціями регіону у поєднанні з місцевою кухнею та вином. Таким чином, вперше у рамках виставки на стенді Венето були презентовані пакети «slow tourism» або «повільний туризм», що є новим трендом у світовій туристичній індустрії. Так званий «повільний туризм» має на увазі неквапливе і комфортне занурення у життя іншої країни. Наприклад, під час одного прибуття до Італії можна здійснити й прогулянки Венеціанським передгір'ям, й туристичні розваги, й відпочинок та оздоровлення. У свою чергу, національні туристичні організації України можуть на регіональних туристичних виставках та ярмарках Італії представити італійцям різноманітні туристичні дестинації регіонів України. Це: міський і гірськолижний туризм, санаторно-курортні програми, тури по Дніпру та іншим водним об'єктам країни, паломництво до трьох святинь: Києво-Печерської Лаври, Почаївської Лаври та Святогорського монастиря, відпочинок біля моря та етновідпочинок, а також екологічний, медичний та інші види спеціалізованого туризму.

Цікавими для туристів як України, так й Італії, можуть бути спільно розроблені пізнавально-туристичні маршрути. Для цього між окремими регіонами країн слід створити відповідні веб-сайти. Впровадження новітніх інформаційних технологій на регіональному рівні сприятимуть не тільки заохоченню, а й утриманню своїх клієнтів. Ефективними будуть також проведення екскурсій по розроблених маршрутах з включенням унікальних природних чи культурно-історичних об'єктів, національних природних парків чи місць історичних подій. Спільна організація та проведення різноманітних фестивалів за обраною тематикою також оптимізує туристичне тяжіння між двома країнами. Наприклад, це може бути регіональний фестиваль народних ремесел, або гастрономічний, зокрема винний фестиваль. До розробки таких маршрутів та програм варто залучати не тільки туристичні фірми, а й відповідні вищі навчальні заклади, музеї, національні природні парки та інші суб'єкти туристичної діяльності обох країн. Отже, упровадження різноманітних форм міжрегіонального співробітництва є потужним стимулом нарощування туристичних потоків між двома країнами.

Успішна взаємодія між Україною та Італією може здійснюватися й при спільному розв'язанні проблем безпеки туристів та забезпечення екологічно чистого туристичного середовища. Відомо, що кілька років поспіль окремі італійські пляжі були визнані чистими, безпечними та комфортними для перебування туристів та рекреантів і нагороджені блакитним прапором ЮНЕСКО [3]. Україна може запозичити досвід італійських організаторів відпочинку з цього питання, а також долучитися разом з ними до розробки методик обмеження антропогенного навантаження на довкілля, вимог щодо інфраструктурного та інформаційного облаштування зон відпочинку. Це створить належні передумови для більш ефективного використання рекреаційно-

туристичних ресурсів обох країн та призведе до зростання туристичних обмінів.

Значну роль у зміцненні міжнародного співробітництва між Україною та Італією відіграють вищі навчальні заклади (ВНЗ) туристичного профілю. Упродовж останніх років значно поживилася робота навчальних закладів щодо розширення міжнародних зв'язків. Як наслідок, кілька провідних ВНЗ Києва, Дніпропетровська, Львова, Одеси, Донецька взаємодіють з навчальними закладами та іншими організаціями і туристичними фондами Італії. Таке співробітництво дозволяє студентам проходити закордонні практики, брати участь у наукових конференціях і семінарах, що стосуються розвитку міжнародного туризму. Цікавим досвідом у цьому напрямку відзначається співпраця між Одеським державним економічним університетом та італійським Фондом Ромуальдо дель Б'янко, що у м. Флоренція, яке триває вже кілька років поспіль [4]. Основними формами співробітництва є участь у студентських наукових конференціях, семінарах, майстер-класах. Під час останніх студенти суттєво поглиблюють свої професійні знання, удосконалюють практику спілкування та соціокультурну компетентність, працюючи в інтернаціональних групах.

Співробітництво між викладачами навчальних закладів здійснюється з метою обміном інформацією про нові методи організації навчального процесу, практичної підготовки студентів, удосконалення змісту навчальних планів, напрямки наукової та методичної роботи у сфері туристичного, готельного та ресторанного бізнесу [7]. Таке співпраця дозволяє також створювати спільні творчі колективи для підготовки навчальних посібників, розробки різноманітних турів по своїм країнам, удосконалення дидактичних матеріалів.

Говорячи про українсько-італійське співробітництво щодо підготовки кадрів для туристичної галузі, варто наголосити на необхідності створення двосторонніх навчальних центрів. Подібні об'єкти існують в Україні з іншими європейськими країнами. Основною метою діяльності Центру буде організація практично-професійного навчання студентів відповідно до міжнародних стандартів, надання консультативних послуг, обмін інформацією щодо підготовки фахівців для сфери туризму.

Висновки. Двостороннє співробітництво у туристичній сфері між Україною та Італією є очевидним, проте потребує певної оптимізації через спрощення візових формальностей з боку Італії, демократизацію цінової політики, поліпшення інформаційної взаємодії на міждержавному та регіональному рівнях, активізацію співпраці між вищими навчальними закладами двох країн, що готують кадри для туризму.

1. Державна служба статистики України. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/

2. Державне агентство України з туризму і курортів. – Режим доступу: www.tourism.gov.ua/ua/

3. Воскресенский В.Ю. *Международный туризм.* /В.Ю. Воскресенский. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 255 с.

4. Герасименко В. Майстер-клас флорентійської гостинності для українських студентів. - /В. Герасименко //Український туристичний вісник. - №3-4, 2005. - С.22.
5. Любіцева О.О. та ін.. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму. Навчальний посібник /О. О. Любіцева та ін.. - К.: Альтерпрес, 2008. - С.195-212.
6. Новості турбізнеса: портал для професіоналов «Новості турбізнеса» - Режим доступу: novosti-turbiznesa.info.
7. Нохріна Л.А., Кравець О.М. Фундаментальна професійна освіта як чинник сталого розвитку туризму в Україні /Л.А. Нохріна, О.М. Кравець //Вісник Льв. Ін-ту економіки і туризму. - Львів: ЛІЕТ, 2006. - №1. - С.214-216..
8. Стеченко Д.М. Передумови і напрямки формування туристичного ринку України //Туризм: теорія і практика. - 2005. - №1. - С.5-11.
9. Уварова Г.Ш.. Туристське країнознавство. Навчальний посібник /Г.Ш. Уварова. - К.: НАУ-друк, 2009. - С.34-42.
10. World Tourism Organization [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.world-tourism.org

УДК 379.85 (460)

Романенко О.В.

ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСТИННОСТІ СУЧАСНОЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КРАЇНИ ІСПАНІЇ

При використанні теоретичних методів дослідження була спроба проаналізувати причинно-наслідкову сукупність взаємодії в сучасній Іспанії гостинності, готельної індустрії та професіоналізму, як можливої моделі туристського бізнесу в Україні.

Ключові слова: гостинність, туристський бізнес, Іспанія.

При использовании теоретических методов исследования была попытка проанализировать причинно-следственное взаимодействие у современной Испании гостеприимства, гостиничной индустрии и профессионализма, как возможную модель туристического бизнеса в Украине.

Ключевые слова: гостеприимство, туристский бизнес, Испания.

At use of theoretical methods of research there was an attempt to analyse cause and effect interaction at modern Spain hospitality, the hotel industry and professionalism, as possible model of tourist business in Ukraine.

Keywords: hospitality, tourism business, Spain.

Постановка проблеми дослідження. Одним із важливих понять, які застосовуються в історії подорожей та туризму, є «гостинність». Здійснення подорожей було б неможливим, якби мандрівникам ніде було зупинитися на ночівлю та отримати харчування. В наш час під гостинністю розуміють сукупність засобів розміщення, харчування і розваг для туристів, а також традиції прийому гостей в різних культурах.

Гостинність має довгу історію, вона починається з найдавнішої традиції «заломлювати хліб» з мандрівниками. У народів світу склалися різні традиції і звичаї зустрічати гостей [1]. Особливості побутової культури впливають на формування гостинності як необхідної складової індустрії туризму. Термін «гостинність» походить від старофранцузького