Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

# КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

# імені ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

###### МОКЛЯК АНДЖЕЙ ВОЛОДИМИРОВИЧ

## УДК911.3:33+338.48(477)

ТУРИСТСЬКІ РЕСУРСИ ДЛЯ ПОТРЕБ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**(в контексті українсько-польських туристичних зв′язків)**

11.00.02 – економічна та соціальна географія

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата

географічних наук

Київ – 2004

*Дисертацією є рукопис.*

# Робота виконана на кафедрі країнознавства і туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

**Науковий керівник**: доктор географічних наук, професор

**Яценко Борис Павлович**,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,

завідувач кафедри країнознавства і туризму.

**Офіційні опоненти**: доктор географічних наук, професор

**Балабанов Геннадій Васильович**,

Київський міжнародний університет,

завідувач кафедри країнознавства

кандидат географічних наук, доцент

**Короткова Алла Яківна**,

Київський національний університет культури і мистецтв,

професор кафедри міжнародного туризму.

**Провідна установа**: Інститут географії НАН України,

відділ суспільно-географічних досліджень, м. Київ.

Захист відбудеться "25" травня 2004 року об 1100 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.07 у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка за адресою: 03022, м. Київ, вул. Васильківська, 90, географічний факультет, ауд. 212.

З дисертацією можна ознайомитись у науковій бібліотеці Київського національного університету імені Тараса Шевченка (01017, м. Київ, вул. Володимирська, 58).

Автореферат розісланий "23" квітня 2004 року.

**Вчений секретар**

**спеціалізованої вченої ради**

**доктор географічних наук, професор Іщук С.І.**

### ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.**Роль туристичної індустрії в економіці більшості європейських країн швидко зростає. Всесвітня туристична організація (ВТО) подає інформацію, що зростання туристичного руху в 1995-2000 рр. у країнах Східної Європи було в середньому на рівні 4,8% щороку. Вважається, що до 2007 р. доходи від туризму в цьому регіоні збільшаться удвічі, а кількість робочих місць в туризмі зросте майже на 6 млн.

На цьому фоні багата туристичними ресурсами Україна виглядає досить скромно. Використання значного рекреаційно-туристичного потенціалу України залежить як від активної підтримки уряду та місцевих органів влади, так і від розробки системи наукового та рекламно-інформаційного просування національного туристичного продукту на зовнішньому ринку. Одним з таких ринків є польський.

Україна і Польща останнім часом зробили чимало кроків на шляху подальшого розвитку добросусідських відносин. Зацікавленість народів історією (часто спільною), культурою, природою є сприятливим фактором розвитку взаємних туристичних потоків.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота виконана у відповідності до напрямку наукової діяльності кафедри країнознавства і туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка (тема 97121 № держреєстрації 0197U003170). Матеріали роботи використано у спеціальних курсах кафедри країнознавства і туризму (“Туристичні ресурси України і світу”, “Основи міжнародного туризму”, “Організація та економіка туризму” та ін.).

**Мета і завдання роботи.** Мета дисертаційної роботи полягає в дослідженні туристичних ресурсів України в контексті розвитку іноземного туризму. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- розкрити роль туризму як сучасного суспільного явища;

- обгрунтувати типологію туристичних ресурсів України з точки зору іноземного туризму;

- дослідити закономірності розміщення туристичних ресурсів України;

- розробити оригінальну методику дослідження комплексу міжнародного туризму України;

- охарактеризувати туристичні регіони України з точки зору рівня забезпеченості й різноманітності ресурсного фонду;

- порівняти сильні і слабкі сторони комплексу міжнародного туризму України з точки зору польських туристів і туристичних підприємств;

- виявити найбільш привабливі об′єкти і місцевості України для потреб іноземного туризму;

- визначити стратегію і напрямки вдосконалення українського туристичного продукту для в’їзного туризму.

**Об’єкт та предмет дослідження.** Об’єктом дослідження є комплекс міжнародного туризму України.

Предмет дослідження - туристичні ресурси для потреб іноземного туризму в Україні.

**Методологія, методи, використані матеріали.** Методологічною основою дисертаційного дослідження є основні положення теорії суспільної географії та наукові розробки теоретичних і прикладних питань рекреаційної географії українських (О.О.Бейдик, М.М.Блага, Л.І.Водопай, В.К.Євдокименко, О.О.Любіцева, О.М.Маринич, П.О.Масляк, П.Г.Шищенко, М.Д.Пістун, О.І.Шаблій та ін.) і зарубіжних (Х.Борне, А.Доліньські, А.Дилєвскі, В.Ґаворецкі, Й.Єнджейчак, В.А.Квартальнов, Н.Лесюв, Й.Новак, М.Ольшаньскі, Р.Римаровіч, О.Роґалєвскі, В.Серчик, Т.Скальска, С.Сорока, Р.Ханас, Й.Червіньський та ін.) вчених.

При виконанні роботи використані також емпіричні матеріали численних українських джерел: статистичних матеріалів, туристичних довідників, монографій, енциклопедій, а також опрацювання в галузі історії, археології, історії мистецтва, природознавства, релігії, фольклору тощо, в тому числі публікації в періодичних виданнях.

Основним методологічним підходом у роботі є системно-структурний, який і визначив логічну послідовність використання конкретних спеціальних методів дослідження: графового, математико-статистичних, районування, картографічного. Реалізація запропонованої методики базується на застосуванні даних анкетування, проведеного серед туристичних підприємств та туристів під час експедицій.

**Наукова новизна** проведеного дослідження полягає в наступному:

* узагальнено теоретичні та прикладні положення туризму як суспільно-географічного явища з урахуванням матеріалів польських наукових джерел;
* проведено оцінку та систематизацію чинників, що визначають привабливість комплексу міжнародного туризму України для іноземців;
* обгрунтовано систему рекомендацій по залученню польських споживачів на український туристичний ринок;
* запропоновано напрямки подальшого вдосконалення туристичної індустрії України та пріоритетні завдання для збільшення туристичних потоків;
* розроблено класифікацію територій і місцевостей із врахуванням потреб іноземного туризму в Україні, з визначенням місць та територій, на яких туристичний продукт повинен вдосконалюватися в першу чергу;
* проведено туристичне районування України для потреб іноземного туризму з позиції польського споживача.

**Практичне значення результатів дослідження** полягає у тому, що вони не лише збагачують теорію рекреаційної географії, а і створюють підгрунтя для подальших подібних досліджень. Особливу практичну цінність мають методичні основи дослідження привабливості туристичних ресурсів України.

Результати дисертаційної роботи можуть бути використані зацікавленими державними установами або туристичними підприємствами для поповнення інформаційної бази з наступним практичним застосуванням.

**Особистий внесок здобувача.** Сукупність отриманих наукових результатів є авторським узагальненням концептуальних засад формування комплексу міжнародного туризму України. На основі вивчення туристичних ресурсів та попиту на них з боку іноземних (зокрема польських) туристів запропоновано стратегію і тактику розвитку в’їзного туризму в Україні.

Дисертаційне дослідження є одноосібно написаною науковою працею, а одержані результати, що викладені в дисертації, належать автору і є його особистим внеском у суспільну географію.

**Апробація результатів дисертації.** Основні теоретичні та методичні положення і висновки дисертаційної роботи обговорювалися на: конференції “Туризм - перспективи розвитку” (Краків, 1998); науково-практичній конференції “Географічна наука і освіта в Україні" (Київ, 2000); засіданні Польсько-українського інституту (Київ, 2001).

**Публікації.** За результатами дослідження опубліковано 3 наукові праці загальним обсягом 1,1 д. а. (у т.ч. числі 2 у фахових виданнях, затверджених ВАК України та 1 у польському науковому часописі). Загальний обсяг тексту, що належить особисто автору в усіх публікаціях, складає 1,1 д. а.

**Обсяг і структура дисертаційної роботи.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Дисертація викладена на 192 сторінках тексту, включає 31 таблицю, має 8 додатків. Список використаних джерел налічує 166 найменувань, в тому числі 43 латиницею.

#### **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

У **вступі** обгрунтовується актуальність теми дисертації, характеризується стан вивчення проблеми, зв’язок з науковими програмами, темами; сформульовано мету і завдання дослідження; викладено наукову новизну отриманих результатів, їх теоретичне і практичне значення; виділено особистий внесок дисертанта в розкриття теми дослідження; наведено результати апробації основних положень дисертаційної роботи.

У **першому розділі** "Теоретико-методичні засади дослідження міжнародного туризму" розглядаються поняття туристичних ресурсів, основні закономірності їх типізації та методика дослідження їх привабливості для розвитку іноземного туризму.

У дисертації зазначено, що туристичні ресурси є важливою передумовою становлення і розвитку туристичної індустрії, а, відповідно, і місця, яке посідає держава на світовому туристичному ринку. Застосувавши критерій походження туристичних ресурсів, їх поділяють на натуральні (природничі) та культурні (антропогенні) цінності. За функціональними критеріями розрізняють:

- відпочинкові ресурси, які становлять основу розвитку відпочинкових функцій і залишаються у великій залежності від умов природного середовища;

- спеціальні ресурси, які також пов′язані з рисами природного середовища і роблять можливим розвиток різних форм кваліфікованого туризму;

- краєзнавчі ресурси, які є предметом пізнавального інтересу.

Важливим чинником виробництва туристичного продукту є капітал. Розвиток туризму потребує розвиненої інфраструктури, а для цього потрібні значні інвестиції.

Об′єкти, які забезпечують обслуговування туристичного руху, називають туристичною інфраструктурою. Виділяють чотири головних елементи туристичної інфраструктури: транспортна база, готельне господарство, пункти харчування та додаткова інфраструктура. Основним елементом є готельне господарство, його величина є головним показником туристичної інфраструктури. Виходячи із зазначеного вище доцільно вирізняти основні групи інвестицій: суто туристичні й паратуристичні інвестиції.

Серед методів, які використовуються для повноцінного дослідження привабливості туристичних ресурсів для розвитку іноземного туризму слід виділити такі: а) методи, які опираються на вторинну інформацію (дані статистики та інформація, представлена на мапах); б) методи, які полягають у збиранні первинної інформації (анкетні дослідження, спостереження, інтерв′ю тощо).

Враховуючи специфіку явища - значну індивідуалізацію туристичних потреб і часто відсутність відповідної статистичної інформації - велике значення мають методи, пов′язані з роботою на об′єктах. Це стосується як досліджень, повязаних з визначенням туристичних цінностей тих чи інших об′єктів на містевості, так і в визначенням потреб і пріоритетів туристів.

У порівнянні з іншими частинами суспільно-економічної географії географія туризму страждає від нестачі статистичної інформації. З метою компенсації браку інформації використовуються запозичені з суспільних наук методи опитування, інтерв′ю та спостережень.

Головним недоліком методів опитування є їх величезна довготривалість. Особливо це стосується досліджень, які полягають у безпосередньому вербальному контакті з респондентом, оскільки часто туристи, поглинуті відвіданням пам′яток, неохоче відповідають на запитання. Наслідком такого стану речей є те, що анкетними дослідженнями охоплені лише невеликі групи туристів.

Туризм є явищем, яке важко однозначно окреслити. Мотивація, наприклад, туристичних виїздів може бути дуже різноманітною і важкою для окреслення навіть самим туристом. Мотиви можуть бути дуже інтимними, через що під час опитування може даватися фальшива відповідь. Тож слушним є погляд, що інформація, отримана від туристів, повинна інтерпретуватися з урахуванням того факту, що одна й та ж особа в інший час і (або) в іншому місці дала б іншу відповідь. Це, однак, не означає, що не можна використовувати і узагальнювати результати, отримані шляхом опитування, тим самим беручи під сумнів проведення таких досліджень.

У **другому розділі** "Чинники розвитку іноземного туризму в Україні" розглянуто основні туристичні ресурси країни з точки зору іноземного споживача, подано оцінку інфраструктурного забезпечення туризму в Україні та розроблено схему рекреаційного районування.

У запропонованому концептуальному підході визначено, що одним з найважливіших чинників, які впливають на формування і вдосконалення туристичного продукту, є туристичні ресурси. Їх слід розглядати у всій різноманітності, починаючи з природних умов, через історичні традиції та інтелектуальний доробок держави і закінчуючи описом її сучасних досягнень.

Навіть побіжний аналіз туристичних ресурсів свідчить про їх різноманітність на території України. Слід, однак, зазначити, що ці ресурси часто зруйновані або не пристосовані до використання туристами.

В Україні є багато занедбаних або зруйнованих замків, фортець і церков. Можна нарахувати понад 1500 архітектурних пам’яток, багато з яких чекають на реставрацію та адаптацію для потреб сучасного туристичного руху. Недостатнє фінансування цих об′єктів є на даний момент головним бар’єром, що затримує подібні дії. Без рішучої політики держави, спрямованої на врятування пам’яток історії, ці об’єкти ще довго можуть чекати кращих часів.

Не можна обминути увагою і враження про естетику культурного ландшафту, його збереження та відповідність регіональним особливостям. На цей чинник особливо звертають увагу іноземні туристи.

Аналіз сучасного готельного господарства вказує на недостатню кількість об′єктів середнього та нижчого рівнів стандартів послуг, тобто дво- і тризіркових готелів. Головною перешкодою, що затримує розвиток туристичної інфраструктури в Україні, є сьогодні недостатність фінансування, спрямованого на розширення готельної бази.

Належне транспортне обслуговування туристичного руху вимагає заміни великої частини значною мірою зношеного парку автотранспорту та рухомого складу залізниці. Недостатня транспортна доступність України є однією з перешкод, що обмежують розвиток туризму.

Особливо важливою для туризму є активізація програми будівництва автострад. Передусім це стосується шляхів, що сполучають Київ зі столицями європейських держав. Будівництво доріг повинно супроводжуватись модернізацією та розбудовою контрольно-пропускних пунктів на державному кордоні, перебудовою під’їзних доріг до цих КПП, а також збільшенням їх кількості з метою уникнення концентрації всього руху на існуючих сьогодні прикордонних переходах.

Слід підкреслити, що крім вищезгаданих проблем важливим елементом покращення образу України серед іноземних туристів є створення і утримання на належному рівні так званих малих елементів туристичної інфраструктури, які забезпечують чистоту міст, доріг, а особливо узбіч доріг та придорожніх паркінгів, відповідна кількість дороговказів до головних туристичних центрів (українською та англійською мовами) тощо.

Обсяги туристичного руху іноземців обмежуються передусім стандартом пропонованих послуг, культурою обслуговування та рівнем цін на послуги. Розвиток туристичної інфраструктури, яка забезпечила б створення відповідної пропозиції послуг на рівні сучасних вимог до цих послуг, є чинником зростання туристичного потоку. Наявність як осіб, що прагнуть до індивідуального туризму, так і тих, хто воліє подорожувати в організованих групах, вимагає створення, крім сучасних фондів розміщення та бази харчування, також розвинених систем інформації та бронювання готелів і квитків.

Необхідна державна підтримка розвитку так званого малого підприємництва (наприклад, шляхом зменшення податків), оскільки саме завдяки ініцiативі приватних підприємців стане можливим подальший розвиток так званої доповнюючої туристичної інфраструктури.

Туристичне районування проводиться з метою регіонального планування, ефективного використання туристичних ресурсів окремих територій та прогнозування розвитку туризму. Туристичне районування дозволяє виявити перспективні райони туризму та визначити шляхи їх оптимального розвитку, а у вже сформованих районах воно допомагає раціоналізувати діючі системи туристичного обслуговування.

Запропонована автором туристична регiоналiзацiя України базується на аналiзi різноманiтних чинникiв, що взаємодiють у визначеннi туристичних функцiй: умови середовища, рiвень розвитку туристичної iнфраструктури та фактичний розклад туристичного руху, потенційні можливості окремих районів тощо.

Враховуючи зазначені критерiї, на територiї України можна видiлити 13 туристичних регiонiв (з відповідними підрегіонами):

Азовський (Маріупольський і Мелітопольський), Волинський (Луцько-Володимирський і Рівненсько-Кременецький), Дніпровський (Київський і Черкасько-Кременчуцький), Дністровський (Івано-Франківсько-Чернівецький і Кам′янецько-Могилівський), Запорізький, Карпатський (Дрогобицький, Коломийський і Закарпатський), Кримський (Керченський, Сімферопольський і Євпаторійсько-Роздольнянський), Подільський (Тернопільський, Хмельницький і Вінницький), Поліський (Ковельський і Сарненський), Розточансько-Гологорський (Розточанський, Гологорський і підрегіон Львова), Слобожанський (Ізюмський, Харківський і Сумський), Чернігівсько-Сіверський, Чорноморський (Одеський, Миколаївський і Херсонський).

У **третьому розділі** "Визначення напрямків розвитку та стратегії вдосконалення українського туристичного продукту для в’їзного туризму" охарактеризовано стан іноземного туризму в Україні, представлено результати оцінки країни польськими туристами та туристичними підприємствами. Запропоновано стратегію розвитку іноземного туризму та класифікацію туристичної атрактивності територій та місцевостей в Україні для потреб іноземного туризму.

Специфіка та стан освоєності туристичних ресурсів позначається на величині та структурі міжнародних туристичних потоків в Україні. За інформацією Державної туристичної адміністрації (ДТА), у 2002 р. в Україні продано туристичних послуг на 4,2 млрд. дол. США. Загалом до країни в′їхало 12,8 млн. осіб, з яких з туристичною метою - 6,3 млн. Домінуючою в просторовій структурі іноземних туристичних потоків залишається Європа, хоча попит на туристичні послуги на даному напрямку знизився.

За матеріалами ДТА, серед іноземних туристів, що відвідали Україну в 2002 р., найбільшу групу становили громадяни Росії (45%), Молдови (19%), Білорусі (9%), Угорщини (10%), Польщі (6%), Німеччини та Ізраїлю (по 1,3%), США, Великобританії та Словаччини (понад 1,5%). Можна стверджувати, що як і в багатьох інших європейських країнах, серед відвідувачів переважають громадяни сусідніх країн.

Останніми роками прослідковувалася виразна тенденція до зменшення кількості туристів, що відвідують Україну (табл. 1). Недостатність інвестицій в туристичну базу викликає ефект короткочасної рівноваги Маршала, який полягає у швидкому зростанні цін на туристичні послуги, що зменшує привабливість країни для іноземних туристів. Якщо не відбудеться зростання інвестицій в побудову об′єктів, що надають туристичні послуги, то можна очікувати зменшення як кількості іноземних туристів, що приїжджають в Україну, так і їх витрат.

#### Таблиця 1

Динаміка в′їзного туризму в Україні, млн. чол.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
| Всього іноземців в′їхало в Україну | 12 | 11 | 11,7 | 11,9 | 12,8 |
| Кількість туристів, які в′їхали в Україну | 6,2 | 4,2 | 4,4 | 5,8 | 6,326 |

Структура цілей подорожей іноземців в Україні вказує на домінацію індивідуальних приїздів, прикордонного обміну та службових поїздок. Збільшується кількість туристів, які прибувають в Україну з метою організованого туризму: 2001р. - приблизно 0,6 млн. чол., у р. - 0,7 млн. чол.

Звертає на себе увагу нерівномірне розміщення іноземних туристичних потоків в Україну. В 2002 р. майже 90% туристів приїхали до п′яти регіонів: Києва, Криму, Одеської, Львівської та Запорізької областей. Це пов′язано з головними цілями подорожей в Україну.

Аналіз інформації, поданої у туристичних путівниках, а також пропозицій європейських туристичних фірм показує, що знання туристичних ресурсів України там слабке. З цього можна зробити висновок, що одним із головних завдань, пов′язаних з розвитком міжнародного в′їзного туризму в Україні, є відповідна реклама її туристичних ресурсів.

Запропоновано оцінку туристичної привабливості територій та місцевостей для потреб іноземного в′їзного туризму. При цьому було застосовано систему позначень зірочками, яка прийнята у туристичних путівниках "Мішлен" і "Поліглот". Позначення зірочками застосовано до 148 територій та місцевостей. Представлена спроба класифікації туристичних ресурсів може бути використана в рекламній діяльності України на іноземних ринках. Представлення цінностей України вимагає масштабної реклами, здійснюваної за допомогою багатьох носіїв інформації і організованої скрізь, де є великі групи потенційних споживачів української туристичної пропозиції.

Туристична привабливість не є поняттям, тотожним до туристичних цінностей, хоча зв’язок між ними дуже тісний. Різноманітність і характер чинників, що впливають на туристичну привабливість призводять до того, що вона не є явищем статичним. На неї можна впливати, змінювати її, формувати, причому як шляхом дій матеріального характеру (інвестиції в туристичну інфраструктуру), так і в нематеріальній сфері (наприклад, рекламною діяльністю, створенням відповідної атмосфери для доброго самопочуття туристів, турботою про їх комфорт).

Запропонована класифікація слабких сторін в’їзного туризму в Україну та перешкод на шляху його розвитку базується на результатах соціологічного опитування. Головною метою першого етапу було виявлення критикованих аспектів перебування і подорожі в Україні (табл. 2). Опитування проводилося в 1998-2001 рр. серед громадян Польщі, що подорожували в Україну.

Загалом, в туристичних приїздах з Польщі в Україну можна виділити три основні сегменти: типовий туризм, діловий туризм і відвідування родичів та знайомих. Серед критикованих аспектів перебування в Україні важливе місце займає питання громадської безпеки, інакше кажучи, відчуття загрози злочинності. Поступово ситуація в цьому відношенні поліпшується, однак і надалі кожний п′ятий поляк оцінює її критично.

Таблиця 2

Критиковані аспекти перебування і подорожей в Україну, %.

|  |  |
| --- | --- |
| Санітарний стан | 28,1 |
| Низький рівень послуг | 20,2 |
| Рівень безпеки | 18,7 |
| Відсутність необхідної інформації | 14,0 |
| Умови подорожі | 11,4 |
| Вартість перебування | 9,8 |
| Відсутність цікавих туристичних об′єктів | 3,0 |
| Інші | 1,9 |
| Нічого не критикується | 20,0 |

З інших критичних зауважень, пов′язаних з умовами подорожі та перебування в Україні, варто згадати санітарний стан, незручність транспортного сполучення та високу вартість перебування.

Особливої уваги заслуговує той факт, що всі групи туристів низько оцінили стандарт послуг. Натомість, немає проблеми у недостатній кількості туристичних цінностей.

Основним завданням другого етапу соціологічного опитування була спроба виконання докладної інвертаризації слабких сторін українського сектора туризму.

Усього було розповсюджено 300 анкет серед туристичних фірм Польщі та України. Відповіді на них (переважно дуже детальні) співробітників туристичних організацій склали основу наведеного переліку.

До сильних сторін українського сектора туризму слід віднести:

- багату і різноманітну культуру, мистецтво, фольклор, пам’ятки, цікаві та різноманітні краєвиди;

- традиційну українську гостинність i доброзичливість по відношенню до туристів;

- українську діаспору (кільканадцять млн. чол.), яка прагне відвідати країну свого походження чи своїх предків;

- теплий клімат, особливо в південній частині країни та великий потенціал для розвитку активних видів відпочинку.

Слабких сторін українського сектора туризму, на жаль, виявилося значно більше:

- відсутність позитивного образу України як країни туристичних подорожей;

- поганий стан природного середовища, жахливий стан доріг та слабкий рівень автосервісу, низький рівень безпеки;

- розповсюджене хабарництво і вимагання оплати, наприклад, митними службами та міліцією;

- низький стандарт фондів розміщення, нестача дво- і трихзіркових готелів європейського стандарту, недостатній розвиток інфраструктури та загальнодоступної рекреаційної бази;

- слабка транспортна доступність, все ще недостатня кількість контрольно-пропускних пунктів через кордон, що значно утруднює в’їзд до України та виїзд з неї, відбиваючи у туристів бажання їхати в цьому напрямку;

- надто довга та дріб’язкова процедура на контрольно-пропускних пунктах;

- порівняно висока вартість перебування при низькому рівні послуг;

- слабке знання населенням іноземних мов, що стосується також працівників туристичної галузі;

- поганий гігієнічний стан та порядок на туристських та атрактивних об′єктах;

- незручний режим роботи музейних об’єктів та торгових точок, погане і повільне обслуговування в ресторанах;

* низький рівень телефонних послуг (у багатьох випадках необхідність замовляти міжнародні переговори на пошті, недостатня кількість телефонів при дорогах);
* недостатність реклами українських туристичних ресурсів у Європі та у світі.

Запропонована оцінка стану туристичної інфраструктури і туристичного ринку дозволяє вказати напрямки розвитку і стратегії вдосконалення українського туристичного продукту для в′їзного туризму.

Найважливіші стратегічні цілі, що стоять перед українським туризмом, є такими:

* пристосування українських норм та законів до стандартів країн Західної Європи, особливо у сфері міжнародних торговельних угод, охорони прав споживача, діяльності господарських структур, які надають послуги в сфері туризму;
* збільшення транспортної доступності та поліпшення забезпечення послугами телефонного зв’язку;
* розширення реклами українського туристичного продукту на закордонних ринках одночасно з організацією з цією метою спеціального урядового агентства;
* розвиток міжнародного співробітництва разом з регіональним прикордонним співробітництвом в рамках надання послуг туристам;
* покращення безпеки туристів та подорожуючих;
* діяльність, спрямована на охорону середовища, особливо на територіях, що мають велике значення для розвитку туризму;
* проведення активної політики заохочення зарубіжних інвестицій в туристичне господарство України;
* проведення комерціалізації шляхом реструктуризації і трансформації форм власності тієї частини соціальної та спеціальної бази, яка може надавати послуги на туристичному ринку;
* підтримка регіонального розвитку на територіях, привабливих з точки зору туризму і господарської діяльності в туризмі та супутних галузях;
* організація наукових досліджень та підтримка освіти в галузі туризму згідно з потребами ринку, з урахуванням міжнародного досвіду.

Розвиток державного туристичного продукту вимагає таких заходів:

- розробки стратегії розвитку туристичного продукту;

- збільшення його конкурентоспроможності на закордонних ринках;

- впровадження податкових пільг для інвестицій, пов’язаних з розвитком рекреаційної бази;

- включення до туристичної пропозиції імпрез культурного, спортивного, рекреаційного, наукового, торговельного спрямування;

- розвитку туризму в сільській та лісовій місцевості (агротуризм, або "зелений" туризм);

- впровадження до внутрішнього та іноземного туризму пропозицій кваліфікованого та спеціалізованого туризму (наприклад, мисливство, рибальство, вітрильний спорт та ін.);

- постійного моніторингу туристичних явищ в загальнодержавному та регіональному масштабах з метою ліквідації бар’єрів та обмежень в розвитку;

- проведення систематичних маркетингових досліджень закордонних ринків.

Головним принципом стратегії доцільним було б визначення для потреб української туристичної галузі конкретних напрямків та методів діяльності, які б зробили можливими оптимальне розміщення конкурентоспроможного туристичного продукту на закордонних ринках. Стратегія повинна ставити акцент на врівноважений розвиток туристичного продукту, який приносив би країні конкретну користь економічного характеру. Це дасть поштовх економічному розвитку регіонів, в тому числі збільшить кількість робочих місць, і одночасно створить привабливий імідж країни.

ВИСНОВКИ

1. На початку XXI ст. Україна ще не відіграє значної ролі в міжнародному туристичному русі, однак докладаються зусилля, спрямовані на зміну такого стану речей. На початку 90-х років ХХ ст. з отриманням незалежності Україна отримала реальні економічні механізми для виходу на міжнародний туристичний ринок. Туризм як галузь економіки, яку не вдалося однозначно окреслити, не увійшов до грона привілейованих груп ринкової економіки, що народжується.
2. Туризм в Україні є галуззю, яка однією ногою ще стоїть у минулому і вимагає дуже швидкого системного розв’язання. Серед урядовців продовжує діяти ментальність “важких грошей”, які раніше заробляли на металургії, машинобудуванні та ін. Виявилось, що важко на протязі десятиліття створити по-сучасному керований продукт сучасної системної галузі господарства.
3. Сектор ринку приватного туристичного продукту не чекав на зміни. Маючи на увазі свій інтерес, приватний туристичний сектор розвиває державний продукт, використовуючи багатство туристичних ресурсів. Щораз гостріше та наполегливіше цей сектор домагається партнерства з боку держави.
4. Перед Україною стоїть багато завдань у справі розвитку туризму. Важко говорити про значний розвиток іноземного туризму, доки держава не впорається з проблемами безпеки, побудовою автострад і доведенням до європейського стандарту якості роботи української залізниці. Вартість та якість продукту залежить від стану системи координації та управління. Нестача know-how, відповідної інфраструктури та освічених кадрів призводить до того, що стан українських туристичних пропозицій малоконкурентний на світових ринках.
5. При наявності відібраного списку потенціалу цінностей суть розв’язання проблем українського туризму полягає в точному окресленні трендів ринкових пропозицій. На щастя, на ринку весь час відбувається еволюція і весь час з’являються нові моди і потреби. Такі ніші слід окреслити за допомогою експертів і належним чином використовувати. У своїх міграціях світ не може обминати 50-мільйонну країну. Україна має переваги, яких не мають інші країни, а туризм є сприятливим грунтом для інновацій.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Мокляк А.В. Типізація та географія пам′яток архітектури та будівництва України для потреб міжнародного в′їзного туризму // Географія і сучасність. Збірник наукових праць Національного педагогічного університету ім. М.П.Драгоманова. – К., 2001. – Вип. 5. – С.175-184.

2. 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.

3. Moklak A. Regiony turystyczne Ukrainy // Biuletyn Ukrainoznawczy. Południowo-Wschodni instytut Naukowy w Przemyślu. - Przemyśl, 2002. - S.126-133.

# АНОТАЦІЯ

**Мокляк А.В. Туристичні ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв′язків). – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата географічних наук за спеціальністю 11.00.02 - економічна та соціальна географія. - Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2004.

У дисертації проаналізовано чинники, що мають вирішальний вплив на туристичну привабливість України. Представлено головні туристичні ресурси і обгрунтовано ступінь їх використання для потреб в′іноземного туризму. Показано, що обсяг туристичного потоку залежить не тільки від рангу цінностей та рівня розвитку туристичної інфраструктури, але й від стану природного середовища, доброзичливості мешканців, кваліфікації туристичних кадрів, рівня безпеки, загального іміджу держави і т.ін. Величезне значення має також величина фондів, призначених на формування туристичних продуктів, рекламу і маркетинг у широкому розумінні. Спираючись на аналіз різних чинників, що впливають на формування туристичних функцій, з метою ефективного використання туристичних ресурсів та регіонального планування, виконано туристичну регіоналізацію України. Запропоновано також класифікацію туристичної привабливості територій і місцевостей для потреб іноземного туризму. На підставі результатів анкетних досліджень (які дозволили окреслити сильні та слабкі сторони українського сектору туризму) сформульовано концепцію розвитку та стратегію вдосконалення туристичного продукту. Враховуючи напрямки розвитку сучасного туризму приедставлено стратегію розвитку іноземного туризму.

**Ключові слова**: туристичні ресурси, туристична привабливість, іноземний туризм, туристично-географічне районування, туристичні потоки, чинники формування туристичних потоків, туристична інфраструктура, стратегія розвитку туристичного продукту.

# АННОТАЦИЯ

**Мокляк А.В. Туристические ресурсы для потребностей иностранного туризма в Украине (в контексте украинско-польских туристических связей). – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата географических наук по специальности 11.00.02 – экономическая и социальная география. - Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, 2004.

В диссертации проанализированы факторы, которые имеют решающее влияние на туристическую привлекательность Украины. Представлены главные туристические ресурсы и оценена степень их использования для потребностей иностранного туризма. Показано, что объем туристического потока, зависит не только от ранга ценностей и уровня туристической инфраструктуры, но и от состояния окружающей среды, доброжелательности жителей, квалификации кадров, работающих в сфере туризма, уровня безопасности, общего имиджа государства и т.д. Огромное значение имеет также величина фондов, выделенных на формирование туристических продуктов, рекламу и маркетинг в широком понимании. Опираясь на анализ различных факторов, которые влияют на формирование туристических функций, с целью эффективного использования туристических ресурсов и регионального планирования, выполнено туристическое районирование Украины. Предложена классификация туристической привлекательности территорий и местностей для потребностей международного туризма прибытия. На основании результатов анкетных исследований, которые позволили очертить сильные и слабые стороны украинского сектора туризма, сформулированы концепция развития и стратегия усовершенствования туристического продукта. Учитывая направления развития современного туризма, представлена стратегия развития иностранного туризма.

**Ключевые слова**: туристические ресурсы, туристическая привлекательность, иностранный туризм, туристическо-географическое районирование, туристические потоки, факторы формирования туристических потоков, туристическая инфраструктура, стратегия развития туристического продукта.

# SUMMARY

## Moklak A.V. Tourist attractions international arrival tourism in Ukraine (in the context of Ukrainian and Polish tourist contacts). – Manuscript.

The thesis on the scientific degree of the candidate of geographical sciences on speciality 11.00.02 - economic and social geography, Kyiv national university named by Taras Shevchenko, Kyiv, 2004.

This thesis is an analysis of factors determining the tourist attractiveness and discusses the degree in which the are beneficial in international tourism. Furthermore, this paper tries to prove that the amount of tourist traffics in Ukraine depends not only on the singularity of the country's tourist attractions, but equally on the condition of the natural environment, friendliness of the inhabitants, qualified staff on tourist agencies, degree of personal safety, general image of the country, etc. Amount of funds intended for shaping tourist production, promotion and marketing with its scope of related areas are also of vital importance. Showing the effective ways of the advantageous use of various Ukrainian tourist attractions and intended for region planning, this paper presents also tourist region divisions of Ukraine based on an analysis of various factors affecting tourist functions. The outcome of a field inquire (which allowed to determine strong weak points of the Ukrainian tourist sectors) has helped to create a conception of development of strategy of improving tourist products. Making use of trends in the contemporary there has been also suggested a strategy encouraging international interest in visiting Ukraine with its numerous tourist attractions.

**Key words**: tourist attractions, tourist attractiveness, international arrival tourism, tourist region divisions, tourist traffic, factors shaping tourist traffic, tourist infrastructure, strategy of product development.

воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>