

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет магістерської та
аспірантської підготовки
Кафедра економіки
природокористування

Магістерська кваліфікаційна робота

на тему: «Екологізація інфраструктури туристичного бізнесу в
Одеському регіоні»

Виконала студентка 2 курсу
групи МЕД- 61
спеціальності 051 – Економіка
спеціалізації "Економіка довкілля та
природних ресурсів"
Овчар Катерина Євгенівна

Керівник к.е.н., доцент
Дем'яненко Світлана Георгіївна

Рецензент к.е.н., с.н.с.
ІПРЕЕД НАН У
Золотов Віктор Іванович.

Одеса 2018

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Магістерської та аспірантської підготовки

Кафедра Економіки природокористування

Рівень вищої освіти магістр

Спеціальність 051 – Економіка

Спеціалізація "Економіка довкілля та природних ресурсів"

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Д.е.н., проф.. Губанова О.Р

“ _____ ” _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ
НА МАГІСТЕРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Овчар Катерині Євгенівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Екологізація інфраструктури туристичного бізнесу в Одеському регіоні» керівник роботи Демяненко Світлана Георгіївна, к.е.н.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “22” листопада 2017 року №321- с

2. Строк подання студентом роботи 06.02.2018

3. Вихідні дані до роботи законодавчі та нормативні акти , дані статистичної звітності , дані наукової та спеціальної літератури, періодичних наукових видань, інтернет-джерела.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

Роль та місце туристичної інфраструктури у розвитку туризму в Україні

Аналіз стану туристичної інфраструктури

Пропозиції щодо напрямів екологізації туристичної інфраструктури

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Стратегії подолання наявного сучасного кризового стану розвитку регіонів

Інфраструктура територіально-туристичного поєднання

Структура туристичного потоку іноземних громадян, які в'їжджали в Україну

Середньорічна завантаженість готелів України за період з 2013 по 2015 р., %

Структура підприємств готельного господарства в 2013 р. за областями України, %

Підприємства готельного господарства України за місткістю номерного фонду, %.

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|--------|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| | | | |

7. Дата видачі завдання

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів магістерської роботи | Термін виконання етапів роботи | Оцінка виконання етапу | |
|-------|--|--------------------------------|------------------------|-----------------------|
| | | | у % | за 4-х бальною шкалою |
| 1 | Робота з літературними джерелами | 20.11.17-24.11.17 | | |
| 2 | Написання першого розділу роботи «Роль та місце туристичної інфраструктури у розвитку туризму в Україні» | 26.11.17-02.12.17 | | |
| 3 | Написання другого розділу роботи «Аналіз стану туристичної інфраструктури» | 03.11.17-06.12.17 | | |
| 4 | Рубіжна атестація | 07.12.17-10.12.17 | | |
| 5 | Написання третього розділу роботи «Пропозиції щодо напрямів екологізації туристичної інфраструктури» | 11.12.17-11.01.18 | | |
| 6 | Написання вступу та висновків, оформлення списку використаних джерел | 12.01.18-14.01.18 | | |
| 7 | Оформлення роботи | 15.01.18-31.01.18 | | |
| | Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам) | | | |

Студент _____ Овчар К.Є.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Дем'яненко С.Г.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

На магістерську роботу: Екологізація інфраструктури туристичного бізнесу в Одеському регіоні

Метою дослідження є визначення тенденцій розвитку об'єктів туристичної інфраструктури та напрямів їх екологізації.

Об'єктом дослідження є інфраструктура туристичного бізнесу.

Предмет дослідження – заходи щодо екологізації туристичної інфраструктури .

У першому розділі роботи розглянуто стан туристичної галузі в Україні та визначено місце інфраструктури у її розвитку. У другому розділі проаналізовано стан об'єктів туристичної інфраструктури: стан транспортної та придорожньої інфраструктури, готельно-ресторанного бізнесу. У третьому розділі розроблено пропозиції щодо напрямів екологізації об'єктів туристичної інфраструктури, зокрема підприємств готельно-ресторанного обслуговування.

Ключові слова: туристична інфраструктура, транспортна інфраструктура, придорожна інфраструктура, готельний бізнес, ресторанний бізнес.

Звіт про ДМР: 114 с., 11 рис., 14 табл., 57 джерел.

ANNOTATION

On the master's work «Ecologization of the infrastructure of tourism business in the Odessa region»

The purpose of the study is to determine trends in the development of objects of tourism infrastructure and directions of their ecologization.

The object of research is the tourism business infrastructure.

The subject of the study - was on the environmentalization of tourism infrastructure.

The first section of the paper deals with the state of the tourism industry in Ukraine and defines the place of infrastructure in its development. The second section analyzes the status of tourist infrastructure objects: the state of transport and road infrastructure, hotel and restaurant business. In the third section, proposals were made regarding the directions of ecologization of tourist infrastructure objects, in particular, enterprises of hotel and restaurant services.

Key words: tourism infrastructure, transport infrastructure, road infrastructure, hotel business, restaurant business.

The report about thesis: 114 with., 11 fig., 14 tab., 57 s.

ЗМІСТ

ВСТУП

1. РОЛЬ ТА МІСЦЕ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

- 1.1. Сучасний стан і проблеми розвитку туризму в Україні
- 1.2. Територіальні умови і стратегії розвитку туризму в регіонах
- 1.3. Взаємовплив підприємств туристичної інфраструктури і національного туризму в Україні

2. АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

- 2.1. Поняття, об'єкти та роль туристичної інфраструктури
- 2.2. Транспортна інфраструктура як складова туристичної інфраструктури
- 2.3. Сучасний стан та проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні

3. НАПРЯМКИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

- 3.1. Проблема екологізації рекреаційно-туристичної діяльності в Україні
- 3.2. Основні шляхи проведення екологізації в туризмі
- 3.3. Можливості екологізації підприємств готельно-ресторанного господарства
- 3.4. Розробка бізнес-плану «Організація комплексного туристичного обслуговування в сфері сільського (агро) туризму»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Нині визнається, що туризм здатний активно впливати на економіку регіону, в якому він розвивається, на його господарську, соціальну і гуманітарну детермінанти й тому важливим напрямом диверсифікації соціально-економічної діяльності регіонів виступає саме розвиток туризму. Туризм є найважливішим каталізатором економічного зростання багатьох регіонів і через це туристичну діяльність маємо розглядати як окрему галузь господарства регіону, яка здатна приносити високий прибуток, залучати до регіону значні валютні надходження. З точки зору фундаментальної економіки туризм є економічним комплексом, для розвитку якого потрібні відповідні територіальні умови, стратегія розвитку і ефективне управління на національному регіональному і локальному рівнях. Стратегічне управління туристичною сферою, ринком туризму багато в чому обумовлене загальними трендами розвитку нової економіки, інноваційної системи та ІТ-технологій, інформатизацією, і, в цілому, пануванням знань в сучасному суспільстві. Саме знання у сучасному світі визначають конкурентоспроможність туризму, як галузі економіки. Дослідження шляхів розробки й імплементації стратегії регіонального розвитку індустрії туризму, особливо в контексті розбудови нової економіки є надзвичайно актуальним завданням.

Важливою умовою розвитку туризму як визначального фактора модернізації економіки й стабілізації соціальної обстановки є участь держави у формуванні сприятливої атмосфери для розвитку туризму, патруванні розвитку базових галузей, участі в інвестиційній діяльності і розвитку матеріально-технічної бази. Для формування позитивного сприйняття України вітчизняними туристами необхідно стимулювати розвиток інфраструктури туризму шляхом залучення вітчизняних та іноземних інвестицій для реконструкції, будівництва туристичних об'єктів

До ресурсів туристичної інфраструктури відносять сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту. Як правило, їх наявність визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні. Саме туристичні ресурси туристичної інфраструктури займають особливе місце у розвитку всієї туристичної галузі

Метою дослідження є визначення тенденцій розвитку об'єктів туристичної інфраструктури та напрямів їх екологізації.

Об'єктом дослідження є інфраструктура туристичного бізнесу.

Предмет дослідження – заходи щодо екологізації туристичної інфраструктури .

Матеріали дослідження. У роботі використовувалася інформаційна база щодо розвитку туристичного бізнесу в Україні, стану об'єктів туристичної інфраструктури. Інформаційну базу дослідження склали праці вітчизняних і зарубіжних вчених, фахівців з проблем та перспектив розвитку туристичного бізнесу, чинне законодавство, дані державної служби статистики України, результати власних досліджень.

Методами дослідження є загальнонаукові методи, а саме: діалектичний, абстрактно-логічний, системно-структурного аналізу і синтезу, системного та процесного підходу.

Результати роботи були апробовані на конференції Молодих вчених ОДЕКУ 3-13 травня 2017 року: доклад на тему «Розвиток туристичної інфраструктури в Україні» та на Міжнародній науковій конференції молодих вчених «Економіко-екологічні проблеми сучасності у дослідженнях молодих науковців» (29-30 червня 2017 року, Одеса): доповідь на тему «Роль рекреаційно-туристичної інфраструктури в Україні».

1. РОЛЬ ТА МІСЦЕ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.

1.1. Сучасний стан і проблеми розвитку туризму в Україні

Завдяки стрімким темпам зростання туризм як галузь уже у першому десятилітті ХХІ сторіччя, навіть незважаючи на світову кризу, ряд природних катаклізмів та загострення політичних конфліктів, за економічною ефективністю вийшов на перше місце у світі, залишивши далеко позаду такі галузі, як автомобільна та нафтодобування.

Сьогодні завдяки своїй глобалістичній сутності туристична галузь, на яку зараз припадає 5 % світового ВВП, починає новий етап стрімкого розвитку. Частка туризму сягає 30 % у структурі світової торгівлі послугами, що за прибутковістю вивело його на друге місце, після видобутку та переробки нафти. Після невеликого спаду у 2009 р., викликаного світовою економічною кризою, у 2010 р. галузь не тільки повернулася на попередні позиції, але й продовжила зростання: кількість міжнародних подорожей у 2010 р. досягла цифри у 939 млн, а надходження від міжнародного туризму становили майже 920 млрд дол. У 2011 р. кількість закордонних туристичних подорожей зросла ще на 4 %, а за прогнозами експертів у 2012 р. перевищить 1 млрд [1].

Також варто зазначити, що за останні півстоліття світовий прибуток, отриманий від туристичної галузі, виріс у 300 разів. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, до 2020 р. сума доходів від туризму перевищить \$2 млрд.

Європа посідає провідне місце на туристичному ринку і є найбільш відвідуваним регіоном світу, приймаючи 51 % від загального числа міжнародних подорожей і більше ніж у 2 рази перевищуючи показники

найближчих конкурентів. Також показово, що серед 10 країн світу, які мають найбільші обсяги міжнародного туризму та отримують від нього найбільші надходження, 6 – це країни Європи (Іспанія, Франція, Італія, Німеччина, Велика Британія та Туреччина) [1].

Україна завдяки ефективному використанню свого великого туристично-рекреаційного потенціалу може увійти до числа найбільш розвинених щодо туризму країн світу. Проте, маючи значні обсяги туристичного обміну, які дають змогу Україні посідати за цими показниками чільні місця в Європі, наша держава має мізерні (навіть порівняно з нашими сусідами) надходження від туризму.

На сьогодні внесок України в загальносвітові показники виглядає вкрай скромно. Згідно з всеукраїнським опитуванням дослідницької компанії Research & Branding Group, проведеного в квітні 2012 р. (вибірка складала 2 077 респондентів), понад половину населення України (59,7 %) не вкладають у загальну туристичну скарбничку, бо не мають витрат, пов'язаних із відпочинком, і тільки близько 10 % витрачають на туризм і відпочинок більше 600 доларів на рік. Проте настільки низькі цифри не лякають операторів туристичної індустрії. Їх число в Україні щорічно зростає на 10-15%.

Разом з тим туристичну галузь України не можна назвати процвітаючою. Станом на 2011 р. у структурі туристичних потоків, які обслуговували суб'єкти туристичної діяльності України, 59 % склали громадяни України, які виїжджали за кордон, 26 % – внутрішні туристи і тільки 15 % – іноземні туристи. Причому, якщо виїзний туристичний потік із України зростає, наприклад, за десять років, у період із 2001 по 2011 рр. він збільшився на 78 %, то частка в'їзного туризму залишається практично на стабільному рівні уже протягом десятиліття. Внутрішній туристичний потік також має тенденцію до зниження [2].

Негативні тенденції щодо переорієнтації внутрішніх туристичних потоків на виїзні, які почали формуватися у 2010 р., повною мірою

проявилися у 2011 р. Число українців, що подорожували за кордон у 2011 р. (близько 19,8 млн осіб), є рекордним для України, але результатом стало те, що за даними НБУ у минулому році вперше після 2000 р. Україна мала негативний торгово-економічний баланс за статтею подорожів. І це відбулося саме через значне зростання обсягів виїзного туризму, що є імпортом туристичних послуг [3].

Аналіз динаміки обсягів в'їзду іноземних туристів в Україну впродовж 15 років наочно демонструє залежність обсягів їх потоків від певних чинників: найчастіше політичної ситуації в Україні та ставлення до цих подій у світі. Так, стрімкі збільшення кількості іноземців, що подорожували до України, пов'язані з певними подіями в країні, які викликали інтерес як безпосередньо до самих подій, так і до країни, у якій ця подія відбувалася: у 1997 і 1998 рр. та 2008 р. – це проведення у Києві засідання Європейського банку реконструкції та розвитку, у 2004 і 2005 рр. – "Помаранчева революція" та конкурс "Євробачення", у 2012 р. – проведення чемпіонату Європи з футболу [2].

Загальновідомим є факт, що на розвиток туризму в будь-якій країні впливають такі фактори, як: наявність нормативно-правової бази та механізмів реалізації відповідної державної політики, інфраструктура, сприятливе соціальне та бізнес-середовище, а також доступна інформація про вказані чинники.

На сьогодні, попри певні проблеми економічного розвитку, Україна має для діяльності туризму необхідну нормативно-правову базу, активно розвиває і поліпшує якість інфраструктури. Держава здійснює певні кроки щодо вирішення соціальних проблем та покращення природного середовища, тоді як заходи щодо презентації нашої країни за кордоном, часто здійснюються на низькому професійному рівні.

Варто зазначити, що за розрахунками Всесвітнього економічного форуму, Україна за індексом туристичної конкурентоспроможності (обраховується для 130 країн) у 2007 р. посідала 78-ме місце, а у 2011 р. її

рейтинг понизився до 85-го місця. Зазначений індекс формується зі складових (субіндексів), розрахунки яких для нашої країни дали такі результати: законодавство – 64-те місце, бізнес-середовище та інфраструктура – 77-ме місце, а за наявністю людських, природних та культурних ресурсів – 118-те місце. Таке низьке місце України – це результат як занедбаності більшості історико-культурних об'єктів і проблем з екологією, так і відсутності інформації про різноманіття наших природних ресурсів і багатство історико-культурної спадщини [1].

Особливо неприємною для туристичної галузі України є мала обізнаність широких закордонних кіл туристичного бізнесу про потенціал українського туризму. Як результат, у пересічних громадян за кордоном уявлення про Україну формується в основному завдяки оцінкам їх власних державних діячів і міжнародних організацій та найбільше завдяки кон'юнктурним публікаціям у закордонних мас-медіа, які переважно є негативними, оскільки присвячуються резонансним чи скандальним подіям. Але у більшості іноземців, що відвідали Україну, враження від нашої країни були кращими, ніж образ, який формували їм удома власні ЗМІ.

За оцінками експертів, навіть під час підготовки до чемпіонату Європи з футболу 2012 р. Україна практично не використала цей іміджевий козир, мляво реагуючи на скептичні публікації закордонної преси щодо підготовки українських об'єктів до Євро-2012 та, по суті, віддавши УЄФА ініціативу з просування України як країни – господарки турніру [4].

Звичайно, після проведення чемпіонату Європи з футболу значно активізувалося питання брендингу України, а представники туристичної галузі України ініціювали розроблення планів дій щодо створення іміджу України (чи окремих її регіонів) як привабливої туристичної території.

Практично повна бездіяльність центрального органу виконавчої влади в галузі туризму протягом 2009 – 2011 рр. у частині підтримки внутрішнього туризму та рекламування туристичного потенціалу за кордоном, хоч і не була ключовим фактором, але відіграла негативну роль у формуванні напрямів

туристичних потоків. За вказаний період Україна майже не брала участі у міжнародних туристичних виставках і форумах, а якщо і була представлена, то переважно зусиллями самих туристичних підприємств. Нечасті спроби держави щодо підтримки українського туризму не дали очікуваного ефекту, оскільки через мізерність виділених державою коштів обиралися малоефективні (а іноді просто дивні) шляхи і методи донесення інформації до потенційного закордонного споживача [5].

У світлі підготовки до Євро-2012 така позиція викликала нерозуміння й осуд європейських партнерів, які неодноразово пропонували використати набутий ними досвід. Наприклад, Німеччина, яка повною мірою використала чемпіонат світу з футболу, що проводився на її території у 2006 р., як поштовх для розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, завдяки цьому перетворилася із країни виїзного туризму в одного зі світових лідерів із прийому й обслуговування туристів.

Крім того, у світі є безліч позитивних прикладів дій державних і недержавних організацій із державного брендингу та ребрендингу. Так, цікавим для України є досвід Великобританії 2002 – 2003 рр. У результаті кризи 2001 р., викликаній терактами у США та епідемією коров'ячого сказу в Англії, туристична індустрія Великобританії зазнала значних втрат. З метою подолання кризи та повернення втраченої частки ринку міжнародних туристичних подорожей уряд Великобританії разом із представниками туристичного бізнесу узгодили перелік термінових потреб галузі та розробили план загальнодержавної кампанії. З січня по квітень 2002 р. було проведено активну рекламну кампанію під гаслом "UK OK!", вартість якої склала 5 млн фунтів. Головним завданням кампанії було запевнити потенційних туристів до Британії, що подорож до цієї країни є безпечною, і сфокусувати їхню увагу на туристичні сайти країни. Упродовж 2003/2004 фінансового року на міжнародний маркетинг британського турпродукту державою було виділено 49,6 млн фунтів і менше ніж за 2 роки кризу було подолано [1].

Проте, як правило, процес створення брэнда є процесом більш тривалим і займає кілька років. Наприклад, розпочата ще у 2000 р. рекламна кампанія туристичних принад Малайзії (визнана тоді найуспішнішою, а гасло "Малайзія – справжня Азія" використовується донині) почала давати відчутні результати лише через 3 роки. Починаючи з 2008 р., ця держава вже входить у 10 найбільш відвідуваних туристами країн світу.

1. 2. Територіальні умови і стратегії розвитку туризму в регіонах

Нині визнається, що туризм здатний активно впливати на економіку регіону, в якому він розвивається, на його господарську, соціальну і гуманітарну детермінанти й тому важливим напрямом диверсифікації соціально-економічної діяльності регіонів виступає саме розвиток туризму. Туризм є найважливішим каталізатором економічного зростання багатьох регіонів і через це туристичну діяльність маємо розглядати як окрему галузь господарства регіону, яка здатна приносити високий прибуток, залучати до регіону значні валютні надходження. З точки зору фундаментальної економіки туризм є економічним комплексом, для розвитку якого потрібні відповідні територіальні умови, стратегія розвитку і ефективне управління - на національному регіональному і локальному рівнях. Стратегічне управління туристичною сферою, ринком туризму багато в чому обумовлене загальними трендами розвитку нової економіки, інноваційної системи та ІТ-технологій, інформатизацією, і, в цілому, пануванням знань в сучасному суспільстві. Саме знання у сучасному світі визначають конкурентоспроможність туризму, як галузі економіки. Дослідження шляхів розробки й імплементації стратегії регіонального розвитку індустрії туризму,

особливо в контексті розбудови нової економіки є надзвичайно актуальним завданням.

Науковці сходяться на думці про те, що підвищення ефективності управління туризмом в регіонах може бути забезпечене у разі узгодження процесів формування туристичних потоків з їх організаційно-інформаційним, технологічним, фінансовим, правовим, просторово-часовим, сервісним та іншим забезпеченням, тобто коли наявний «свідомий вплив на формування туристичних потоків і коли центром ефективного управління туризмом на всіх його ієрархічних рівнях виступає інноваційний підхід» [6, с. 150]. На відсутність цілісної регіональних стратегій розвитку туризму, що гальмує розвиток цієї сфери господарювання в регіонах України, вказує Державна програма розвитку туризму [7].

За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), у 2012 році туристи, ділові люди та інші мандрівники витратили 1,35 трлн дол. США, що склало 6% доходів від світового експорту і 9% світового ВВП. Якщо враховувати лише послуги, то надходження від туризму складають 30 % від загального об'єму світового експорту товарів і послуг. За підсумками 2012 року туризм і індустрія гостинності визнані одними з найдинамічніших галузей світової економіки. За даними Всесвітньої туристичної організації кожне 12-е робоче місце у світі створене саме в сфері туризму, а кількість осіб, зайнятих у цій галузі, вже досягла 249 млн. і за прогнозами до 2021 року сягне 323 млн. Внесок туристичної галузі до ВВП європейських держав становить від 5 до 10 відсотків. А загальне число туристів, що подорожували за кордон в 2012 році перевищувало 1 млрд. осіб. Ще приблизно 5-6 мільярдів туристів подорожують усередині своїх країн. Тобто, ми бачимо, що популярність туризму у світі просто приголомшлива. Очікується, що число туристів далі буде тільки зростати. За прогнозами ВТО до 2030 р., число міжнародних туристів досягне 1,8 млрд.

Україна теж має чим зацікавити європейських туристів і згодом може ввійти до числа лідерів міжнародного туризму за кількістю відвідувань. Нині

у рекреаційно–туристичній сфері України загалом працює ледь 350 тисяч осіб. У сфері обслуговування і готельному бізнесі – 100 тисяч осіб, в галузі культури, спорту, відпочинку та розваг – не повних 250 тисяч. Сектор, який міг би давати десятки тисяч нових робочих місць і реально збагачувати державний бюджет, зараз демонструє невисокі фінансові результати. Слабкий розвиток туризму пояснюється тим, що досі ця галузь не була пріоритетною для держави. Найвразливішим місцем внутрішнього туризму в Україні є безпека іноземних туристів.

У стратегіях досягнення конкурентоспроможності українського туризму на міжнародному ринку, ми повинні запропонувати потенційним зарубіжним туристам нашу привабливість. За даними, Державного агентства з туризму і курортів у 2012 році Україну відвідали 24,5 млн. зарубіжних гостей – на 3% більше, ніж у 2011 році. Як наслідок – прямий внесок сфери туризму у ВВП країни склав 28,8 млрд. грн. або 2,2 % ВВП. Проте не слід пов'язувати наведені цифри тільки з підтримкою державою туристичної галузі - це і заслуга чемпіонату Європи з футболу, проведеного в Україні. Реальна ж кількість мандрівників, що відвідали Україну у власне туристичних цілях, становила у 2012 році 5 млн. осіб. Це ті люди, котрі справді відпочивають та залишають тут значні кошти. Найбільше туристи їдуть у Крим, Київ, Львів. Найбільше гостей прибуває з Туреччини, Польщі та Росії. На практиці в багатьох українських регіонах населенню, попри його схильність до туристичної рефлексії, дуже складно залучатися до активного туристичного життя - регіональна інфраструктура безнадійно слабка, маршрути внутрішнього туризму або дорогі, або не відповідають сучасним вимогам. Українці найчастіше теж обирають тури вихідного дня, головним чином у столицю, Карпати і Крим. Минулого літа українці проміняли дорогі морські курорти на люксовий і недорогий відпочинок у селі.

Оскільки процвітання туризму в окремих регіонах країни має поки що віртуальний характер, потрібний перехід його в реальний наступ і реальне зростання, організацію дій, процедур і критеріїв, що дозволяють будь-якому

регіону і локальній місцевості у межах перманентно виникаючих зразків глобального туризму направляти, оцінювати і розвивати свій туристичний потенціал. Зокрема, для покращення туристичної привабливості країни необхідно проводити активну піар-кампанію. Без серйозної піар-кампанії, якої в Україні не проводять, говорити про якийсь масштабний прорив у галузі в'їзного туризму не доводиться. Україна рекламується головним чином за рахунок туроператорів, внутрішніх резервів і таких подій, як Євро-2012 та Євробаскет-2015. Туристична рефлексія торкається не лише окремих людей і їх життєвих можливостей, але цілої низки систематичних дій, що регулюються оцінюючими процедурами, які дозволяють кожному регіону вивчати, модифікувати і максимізувати своє положення у стрімкій світовій ході, що змінюється [8].

Водночас, на шляху формування сучасної галузі туризму в регіонах виникає багато проблем, які пов'язані як із загальною економічною кризою в державі, так і з існуючою інфраструктурою сфери туризму, кількісні і якісні характеристики якої не відповідають світовим вимогам і сучасним потребам не лише іноземних споживачів, але і вітчизняних. Мотивація туристичних поїздок визначається багато в чому економічними чинниками, пов'язаними безпосередньо з низкою соціальних чинників, які мають тенденцію до певних змін. Власне, туризм є, за влучним виразом З. Баумана, гонкою за новими бажаннями: «У безперервно діючому суспільстві споживання споживачі активно прагнуть до того, щоб їх спокусили. Їх діди жили від одного кроку конвеєра до іншого. Самі ж вони живуть інакше: від приманки до приманки, від спокуси до спокуси, від опанування одного ласого шматочка до пошуків іншого; проковтнувши одну наживку, вони спрямовуються до наступної, - причому кожного разу це нова, відмінна від попередньої і привабливіша приманка, спокуса, шматочок і наживка» [9]. Бажання туристів мінливі, але перемагає загальне прагнення отримати відпочинок максимально високої якості. Туристи - це двигун прогресу й тому потрібний постійний пошук нових ідей, інновацій, при грамотному підході до створення і реалізації яких,

можливі чималий дохід і чимала користь. Оскільки сучасний розвиток йде через інновації, то потрібно було б більше уваги приділи аналізу реальної ситуації інноваційної діяльності в сучасному туризмі. Туристичний бізнес використовує два види інновацій: кризову інновацію і інновацію розвитку. Кризова інновація - це рішення про врятування існуючого товару від зникнення з ринку шляхом позиціонування нововведення (інновації) в стислі терміни. Завдяки введенню інновації товар на ринку виживає. Інновація розвитку впроваджується повільно і продумано, виводиться на ринок не спонтанно, а поступово, є підтримувальною інновацією, здатною попередити старіння існуючого товару. Оскільки туристичний ринок - ринок нестабільний, що піддається впливу різних подій у своєму оточенні і суміжних областях, турфірми повинні не лише створювати новий продукт, але уміти своєчасно реагувати на нові зміни в різних областях діяльності, суміжних з туризмом, мати здатність до створення нових методів роботи і поліпшення результатів діяльності, що дасть можливість забезпечити своєму турпродукту цілком стабільне існування на ринку. В нашій країні, за умови правильної політики, повинна скластися сприятлива ситуація для інноватизації туристичної діяльності в порівнянні з ситуацією, яка спостерігалася в кінці минулого століття. Сьогодні сформувалися наступні напрями розвитку інформаційних технологій в туризмі:

- локальна автоматизація туристичного офісу;
- впровадження прикладних програм автоматизації формування,
- просування і реалізації туристичного продукту;
- використання систем управління базами даних;
- впровадження телекомунікаційних систем резервування місць в готелях і бронювання квитків;
- впровадження мультимедійних маркетингових систем;
- використання Інтернету.

Розробка і впровадження нових досягнень науково-технічного прогресу в області інформаційних технологій в туризмі відбуваються з урахуванням наступних основних принципів:

1) Найбільш сучасні розробки виконані (чи проектуються) в режимі online за принципом «безпаперового офісу».

2) Основною ідеологією систем є замкнутий технологічний цикл «клієнт - турагент - туроператор - послуга – аналіз».

3) На ринку інформаційних технологій пропонувані офісні програми розробляються як для широкого споживача, так і для конкретної фірми по її замовленню - спеціальні системи.

4) Усі пропонувані технології для автоматизації туристичного офісу забезпечені сервісним обслуговуванням, включаючи оновлення, консалтинг, навчання персоналу, гарантійне обслуговування.

5) Іntenсивно оновлюються програмні продукти для роботи в середовищі Windows.

6) Локальні прикладні програми і локальні системи бронювання і резервування об'єднуються в національних і потім інтегруються в міжнародні мережі.

Найбільш швидкими темпами йде використання Інтернету для формування, просування і реалізації туристичного продукту.

При великому напливі туристів в певний регіон разом з позитивним, слід враховувати можливі негативні наслідки. Так, якщо в регіоні немає надлишку робочої сили, то її переміщення в індустрію туризму, наприклад, з сільського господарства може привести до певного застою в останньому. Міграція населення з сільських районів в міські збільшить навантаження на такі невиробничі галузі, як охорону здоров'я і освіту. Інвестиційні ресурси, витрачені на додаткові вкладення в туристичне господарство, не зможуть бути спрямовані в ті галузі, де вони потрібні. Подальший розвиток туристичної експансії регіонів треба, по-перше, підкріплювати розвитком в'їзного туризму і туризму усередині регіонів країни. По-друге, необхідно

акцентувати увагу наших турфірм не лише на організаційні і економічні аспекти їх діяльності, але і на соціальний аспект зарубіжного туризму, на ненав'язливу виховну роботу в туристичних групах, які виїжджають за кордон. По-третє, необхідно враховувати прагнення жителів України до туристичних поїздок за рубіж.

Таким чином, найважливіші організаційно-економічні проблеми регіонального розвитку туризму в Україні можна звести до двох основних. З одного боку, зі зростанням добробуту українського суспільства збільшиться об'єм виїзного туризму, що, безумовно підвищить вимогливість українського споживача турпослуг до їх якості. Вже зараз йде усвідомлення необхідності нівеляції як стандарту послуг, так і рівня цін на туристичні послуги. З іншого боку, в'їзний туризм є важливим джерелом валютних надходжень. Падіння об'ємів в'їзного туризму вимагає від вітчизняних фірм, які приймають туристів, проаналізувати причини відсутності інтересу до нашої країни у західного туриста [6]

Ґрунтуючись на викладених підходах ми пропонуємо власне бачення урахування рівнів рекреаційно-туристичного розвитку регіонів для впровадження стратегій подолання наявного сучасного кризового стану розвитку регіонів за такою схемою послідовних етапів (Рис.1.1)

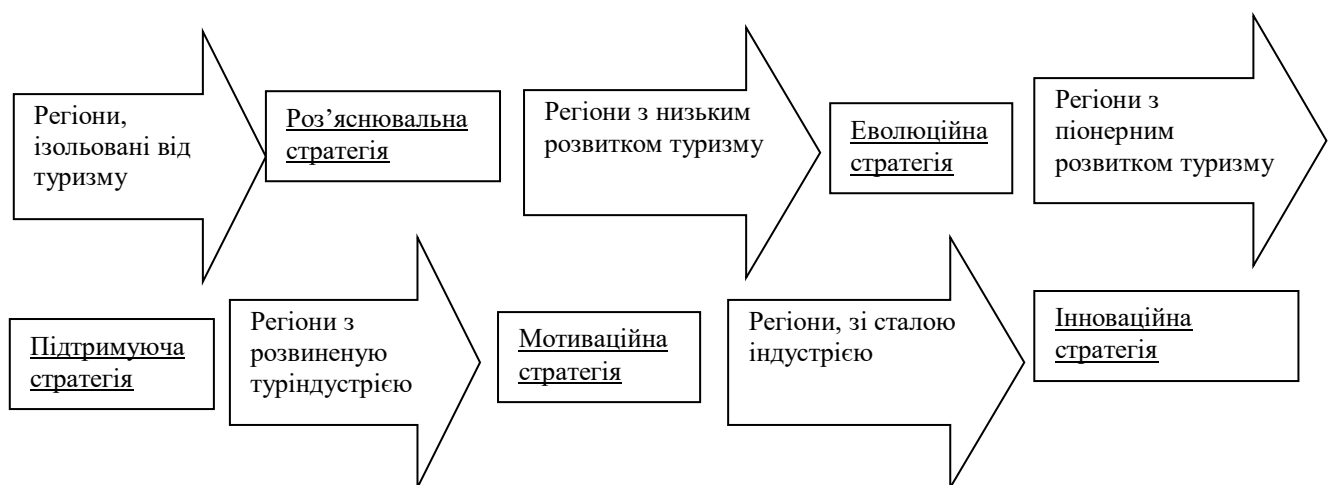


Рис. 1.1. Стратегії подолання наявного сучасного кризового стану розвитку регіонів

Розвиток рекреації та туризму як стратегічний напрям довгострокової регіональної політики держави, зафіксовано у переліку пріоритетних напрямів розвитку 16 регіонів України: Вінницької, Волинської, Закарпатської, Запорізької, Івано-Франківської, Київської, Львівської, Миколаївської, Одеської, Тернопільської, Херсонської, Хмельницької, Чернівецької та Чернігівської областей, міста Києва.

Перелічені регіони знаходяться на різних рівнях приведеної схеми, але спільними для них є стимулювання розвитку підприємництва в туристичній сфері, сприяння розбудові та модернізації туристичної та рекреаційної інфраструктури, реконструкція і модернізація існуючої готельної бази, подальше розширення номенклатури курортно-рекреаційних послуг за рахунок медичних послуг (діагностика, профілактика та лікування захворювань) із широким використанням рекреаційних та лікувально-оздоровчих ресурсів, збільшення кількості санаторно-курортних закладів, підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних пропозицій на світовому ринку туристичних послуг. Особливість природно-ресурсного потенціалу Одеської області полягає в наявності великого і різноманітного рекреаційного і курортного потенціалів: приємного клімату, моря, лікувальних грязей і рапи лиманів, піщаних пляжів, мінеральних вод, історико-культурних цінностей. Так на території Одеської області, окрім м. Одеси існують окремі рекреаційні райони, центри і туристичні зони, окремі пам'ятки, але і транспортна інфраструктура, і обізнаність туристів, що приїжджають в область, і політика тих, хто приймає рішення відносно туризму - усе дозволяє ідентифікувати тільки перехід від другої до третьої фази. За останні двадцять років фактично зруйнована або істотно трансформована інфраструктура місцевого туризму.

Концепція як нормативний документ покликана забезпечити поворот розвитку туризму в Одеській області від виїзного до в'їзного, що дозволило б розвивати обласну інфраструктуру відпочинку і туризму, створювати власну

індустрію гостинності, і, отже, розвивати економіку Одеської області. У концепції були враховані інтереси жителів області, що розраховують відвідати і побачити кращі куточки і пам'ятники історії, природи і археології Одеської області. На сьогодні абсолютно очевидно, що прийняття концепції насправді не спричинило ніяких змін відносно розвитку індустрії туризму і гостинності в Одеській області. На нашу думку, це сталося унаслідок того, що необхідні для цього ресурси розосереджені по різних структурах, зусилля учасників туристично-рекреаційного сектора регіонального управління не консолідовані і немає сили, зацікавленої в такій консолідації, Концепція мало пов'язана зі стратегією розвитку області і міста, а швидше виступає як приватна ініціатива відповідного управління. Більше того, в цьому документі, як і в багатьох інших, не досить акцентуються відношення до туризму як прибуткової сфери економіки, відсутність суб'єктів, здатних зробити концепцію життєздатною, перевести її на рівень соціального проекту і готових нести відповідальність за розробку і реалізацію концепції.

Первинною функцією стратегічного туристського планування є формування національної туристської політики. Це обумовлено тим, що ця політика грає ключову роль у визначенні напрямку туристського розвитку і приведенні його у відповідність з потребами і інтересами населення країни. Створення системи управління туристською політикою також є найважливішим аспектом планування туризму на національному рівні.

Широко поширений в сучасній зарубіжній туристській практиці термін «планування дестинацій» часто використовується для визначення планування в масштабах географічного регіону, який має необхідні послуги, пам'ятки, інфраструктуру і потенціал для залучення туристів. Дестинація, залежно від природи і характеру туристичного розвитку і територіальних аспектів, може бути регіональною (включає декілька рекреаційних територій і міст), або локальною (одна рекреаційна територія). Синонімом терміну «дестинація» є термін «територія туристичного розвитку». Наприклад, дестинацією, або територією туристичного розвитку, є Шарм-ель-шейх в Єгипті, Анталія в

Туреччині, Сочі в Росії, Одеса в Україні. Незалежно від територіального розміру дестинації ключовою характеристикою є те, що вона є комплексним простором, що включає достатню кількість засобів розміщення і туристських пам'яток, туристську інфраструктуру, а також туристську спільноту, здатну забезпечити необхідну зайнятість населення у сфері туризму і необхідні транспортні зв'язки усередині дестинації.

1.3. Взаємовплив підприємств туристичної інфраструктури і національного туризму в Україні

Стрімкий розвиток економіки багатьох регіонів України неможливий без туризму, адже в сучасній світовій економіці він завойовує вирішальні позиції, сприяє демократизації суспільства, підвищенню культурного рівня, поліпшенню здоров'я населення, соціально-економічному розвитку регіонів і країни в цілому; збільшуються надходження фінансових ресурсів, зростає попит на товари і послуги, зокрема на вироби місцевої промисловості. Збільшення об'єктів туризму, оновлення готельного, ресторанного господарств позитивно впливають на стан кон'юнктури у будівництві та інфраструктурі, дає змогу вирішити проблеми зайнятості та екології областей.

Витрати населення на туристичному ринку України останніми роками спрямовані на подорожі в межах країни, а також на придбання турів за межі країни з використанням послуг вітчизняних турагентів і туроператорів. Ці два напрями витрат забезпечують національний туризм. *Національний туризм* охоплює внутрішній та виїзний туризм і співвідноситься з категорією національного виробництва (валового національного продукту).

Поєднання ландшафтних та історико-культурних ресурсів на території України створює необхідні передумови для активізації розвитку

національного туризму. Крім цього, низка регіонів України характеризуються відносно невисокою концентрацією промисловості, порівняно сприятливою екологічною ситуацією і значним потенціалом рекреаційних ресурсів. [12]

Для формування позитивного сприйняття України вітчизняними туристами необхідно стимулювати розвиток інфраструктури туризму шляхом залучення вітчизняних та іноземних інвестицій для реконструкції, будівництва туристичних об'єктів.

Відповідно до визначення О.О. Любіцевої, під *індустрією туризму* розуміють міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні туристичного продукту, здатного задовольняти специфічні потреби населення у проведенні дозвілля в подорожі, шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення [11]. Основою туристичної індустрії є передусім інфраструктура і туристичні послуги.

Під *інфраструктурою туризму* розуміється комплекс споруд, інженерних і комунікаційних мереж, у тому числі телекомунікаційного зв'язку, доріг, суміжні індустрії туризму підприємства, що забезпечують нормальний доступ туристів до туристських ресурсів, і їхнє належне використання з метою туризму, а також забезпечення життєдіяльності підприємств індустрії туризму. Це автомобільні шляхи і залізниці, вокзали і термінали, системи регулювання дорожнього, повітряного, річкового і морського руху, системи теплопостачання, електричні і телефонні мережі та ін. Розвиток інфраструктури туризму – важливий етап планування процесу використання туристських ресурсів. Окрім того, масовий турист вимагає і дуже комфортних умов свого перебування в місці тимчасового відвідування. Інфраструктуру окремого територіально-туристичного поєднання дослідники М. Рутинський і О. Стецюк розглядають у такому поєднанні послуг (рис. 1.2)

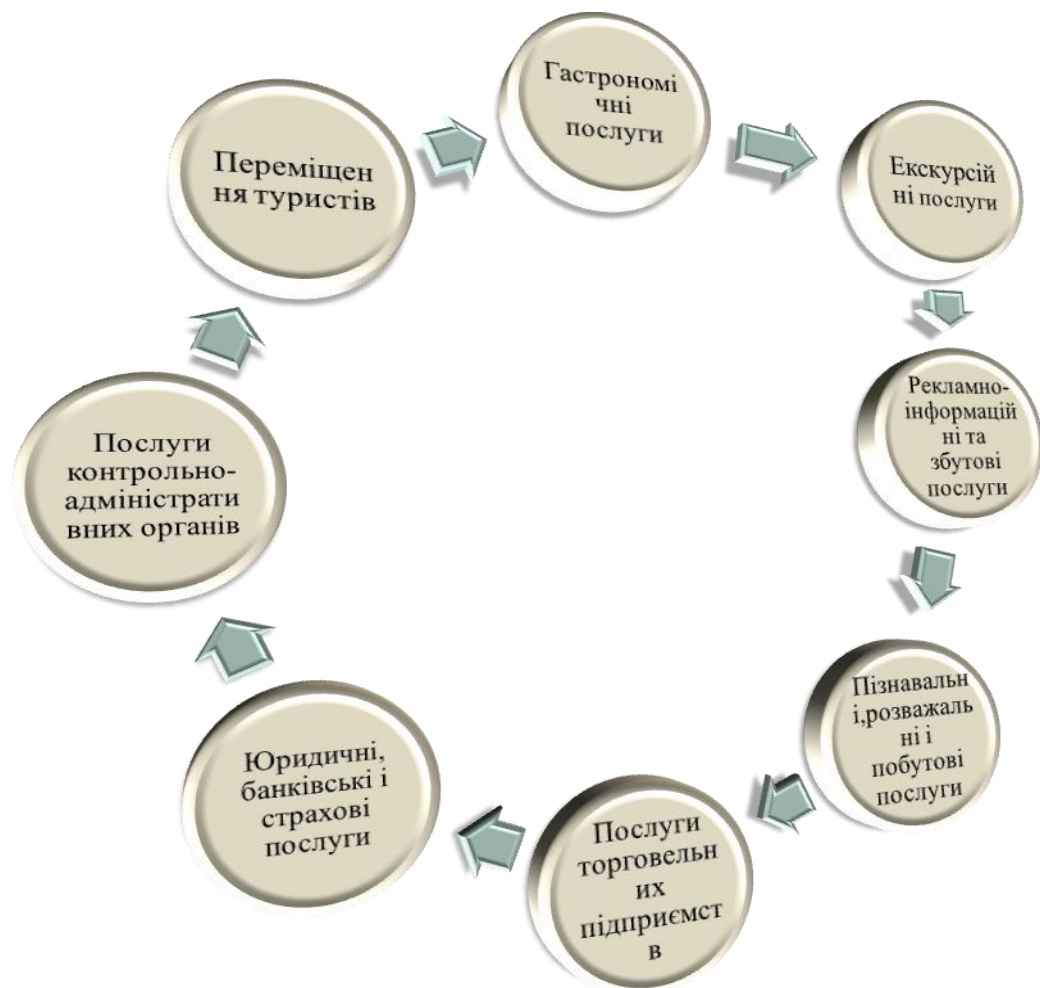


Рис. 1.2. Інфраструктура територіально-туристичного поєднання

Туризм як явище обов'язково передбачає подорож (переміщення) з рекреаційною метою, тому до першого блоку належать шляхи сполучення, залізничні, морські та річкові вокзали, аеропорти. Здійснення туристичної подорожі, особливо у сфері міжнародного туризму, неможливе без проходження так званих туристичних формальностей, які поділяють на паспортно-візові, митні, медико-санітарні та страхові.

До товарів туристичного попиту належать туристичні сувеніри, які обов'язково повинні нести у своєму декоративному оформленні знакову

інформацію, викликати стійкі асоціації з місцем, де ці предмети були придбані, з певною народністю, народом або країною, з якоюсь пам'ятною подією. Вироби народних художніх промислів є своєрідними еталонами сувенірів.

За досліджуваний період щороку дорожчали послуги відпочинку і культури, ресторанів і готелів та транспорту (індексні показники відносно попереднього року перевищували 100%), винятком стали лише споживчі ціни на послуги відпочинку та культури в 2013 р. У 2014–2015 рр. відчутним стало те, що швидкість подорожчання послуг підприємств туристичної інфраструктури вища за швидкість зростання доходів населення. Наслідками такої тенденції неодмінно стане тяжіння українців до самодіяльного дозвілля, подорожей на власних транспортних засобах тощо. Відмова національного туриста від послуг вітчизняних суб'єктів господарювання в туристичній сфері може завдати їм непоправних збитків, тому цінову політику підприємства туристичної інфраструктури повинні переглянути.

Подальший розвиток туристичної інфраструктури і подолання несприятливих прогнозів можливі за умов урахування таких *рекомендацій*:

- 1) оптимізація індексів споживчих цін на послуги відпочинку, культури, транспорту, розміщення та харчування;
- 2) підвищення реальних доходів населення;
- 3) стимулювання кінцевих споживчих витрат домогосподарств України;
- 4) створення сучасної геоінформаційної системи «Туризм регіону» та маркетингової і PR-служб у сфері туристичного бізнесу при обласній, районних та міських радах кожного регіону;
- 5) вирішення проблем використання наявної туристичної інфраструктури шляхом:
 - модернізації застарілої матеріально-технічної бази (більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку та туристичних баз будувались за проектами, що сьогодні не відповідають міжнародним стандартам);

- підвищення фінансування державних закладів культури;
- залучення приватного сектора, особливо в сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та сільського зеленого туризму;
- організація приміських зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон загальнодержавного та місцевого значення;
- підвищення кількості підприємств та персоналу в туризмі, якості обслуговування;
- відповідності транспортних шляхів України міжнародним вимогам;
- здійснення перевезень швидко, безпечно, надійно, комфортно;
- розвитку системи зв'язку і комунікацій, функціонування служб сервісу громадського харчування, побутового, культурно-розважального обслуговування.

Для формування позитивного сприйняття України як сукупності привабливих туристичних регіонів потрібні значні маркетингові зусилля, які необхідно спрямувати на поглиблення маркетингових досліджень у сфері туризму, стимулювання розвитку інфраструктури туризму шляхом залучення вітчизняних та іноземних інвестицій для реконструкції, вдосконалення системи інформаційного забезпечення, будівництва туристичних об'єктів.

2. АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

2.1. Поняття, об'єкти та роль туристичної інфраструктури

Головним чинником ефективного використання рекреаційних ресурсів є наявність в межах туристичних дестинацій туристичної інфраструктури. Незважаючи на значну кількість праць, пов'язаних з розвитком туристичної інфраструктури, на сьогодні не існує єдиного прийнятого для науковців та практиків туристичної галузі її визначення. Термін інфраструктура і перша самостійна теорія інфраструктури вперше постали у працях А. Маршала та Д. Кларка в першій половині 20 ст. Загалом, інфраструктура – це сукупність галузей і видів діяльності, які обслуговують виробництво (виробнича інфраструктура – транспорт, зв'язок, шляхи, лінії електропередач і т. п.) і населення – (соціальна інфраструктура – комплекс закладів охорони здоров'я, торгівлі, тощо [10]. Згідно Закону України «Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про туризм» туристична інфраструктура – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів [12]. Таким чином, це будівлі і споруди, засоби комунікації, транспортна система, які задіяні в наданні туристичних послуг.

Туристична інфраструктура – це сукупність штучно створених рекреаційних закладів (санаторії, бази відпочинку, готелі, ресторани та ін.) та супутніх об'єктів, побудованих для загального користування за рахунок державного інвестування (автомобільні та залізничні дороги (шляхи), пункти пропуску, аеропорти, лікарні, школи тощо). Послуги інфраструктури відіграють свого роду роль, яка зв'язує різні сектори туристичної галузі, включаючи кінцевого споживача та початкове визначені процесом

становлення індустріального, а згодом – постіндустріального суспільства, адже таке суспільство не може обходитись без них [13].

Туристична інфраструктура – це сукупність підприємств й інституцій, які є територіальним, матеріальним і організаційним підґрунтям розвитку туризму. Вона охоплює чотири основні елементи: об'єкти розміщення, харчування, супутню та комунікаційну сферу [14]. Туристична інфраструктура представлена сукупністю матеріально-речових об'єктів, діяльність яких спрямована на задоволення туристичних потреб населення. Вона включає матеріально-технічну базу функціонально-господарських структур, які входять до складу ТРС різного порядку. Деякі дослідники до туристичної інфраструктури відносять також і туристичні об'єкти природного походження, пам'ятки, музеї, тощо. Саме туристичні ресурси туристичної інфраструктури займають особливе місце у розвитку всієї туристичної галузі. До ресурсів туристичної інфраструктури відносять сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту. Як правило, їх наявність визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні. Об'єкти, що представляють історичне та культурне минуле країни (музеї, пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти). Об'єкти, що демонструють сучасні досягнення країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці, культурі, медицині та спорті [15].

На наш погляд, інфраструктура саме у туристичній сфері представлена будинками та спорудами, елементами транспортної інфраструктури, закладами культури, ін. закладами, які задіяні в наданні туристичних послуг. Таке визначення в повній мірі відповідає законодавству України. Як і кожна система, туристична інфраструктура має також свою структуру, що потребує постійного розвитку та модернізації. До елементів основної (виробничої)

інфраструктури належать об'єкти розміщення, харчування та транспортування туристів.

До супутньої інфраструктури належать заклади культури, розважальні заклади, спортивні заклади, заклади охорони здоров'я, в межах яких надаються додаткові послуги туристу.

Останні роки в Україні спостерігається швидкий розвиток елементів туристичної інфраструктури. Основою такого розвитку є ефективні інвестиції. Прикладом застосування державних інвестицій на виконання програми туристичного розвитку є муніципалітети у Бразилії, коли уряд за 4 роки інвестував 8 млрд. дол. у туристичні ресурси на відновлення екології, історичних територій, архітектурних пам'яток. У результаті Бразилія стала країною, привабливою для інвесторів, приватні інвестиції тільки за один рік досягли 6 млрд. дол., а доходи від туристичної галузі в цій країні склали 31,9 млрд. дол. [16]. Як правило, приватний сектор інвестує в невеликі проекти (зклади розміщення, заклади харчування, надання додаткових послуг). На наш погляд, інвестування держави повинно відбуватися в рамках великих інвестиційних проектів, наприклад формування транспортної інфраструктури, будівництво крупних об'єктів та споруд, підготовка інфраструктури систем життєзабезпечення для реалізації проектів освоєння нових рекреаційних територій, тощо. Державно – приватне партнерство може реалізовуватись у концесійних проектах, що дозволяє залучати приватні інвестиції у великі проекти та вирішує ряд законодавчих неузгоджень (наприклад, реалізація проектів на землях державної власності, які не підлягають приватизації). У зв'язку із зростаючим значенням розвитку туристичної інфраструктури багато закордонних та вітчизняних дослідників почали приділяти увагу даному питанню. Так, наприклад, В.С. Пацюк відмічає, що «інфраструктура – це комплекс взаємопов'язаних обслуговуючих структур або об'єктів, складових, які забезпечують основу функціонування системи» [10]. У той самий час О.Д. Чудновський зазначає, що саме правильно сформована інфраструктура туристичних підприємств

дасть можливість максимально розвинути територію цієї чи іншої країни [12]. Дослідник В.Ф. Данильчук наголошує, що інфраструктурна туристична база України ще не відповідає сучасному світовому рівню. Проте в останні роки намітилася тенденція з створення сучасних висококласних готелів, корпусів і номерів у базах відпочинку [13].

Термін “інфраструктура” походить від латинського *infra* – нижче, під; *structura* – розміщення, устрій. Існують різні трактовки інфраструктури. Розглянемо деякі з них.

1. Термін «*інфраструктура*» з'явився в економічній літературі в кінці 40-х рр. ХХ ст. для позначення комплексу галузей господарства, що обслуговують промислове і сільсько-господарче виробництво (будівництво шосейних доріг, каналів, портів, мостів, аеродромів, складів, енергетичне господарство, залізничний транспорт, зв'язок, водопостачання та каналізація, загальна і професійна освіта, витрати на науку, охорону здоров'я і т.ін.) [15].

2. Дане поняття – це сукупність галузей і видів діяльності, що обслуговують виробництво та господарство в цілому, створюють для них “фундамент”, «опору» [16].

3. *Інфраструктура* – сукупність галузей, підприємств і організацій, що входять до них з спрямованою діяльністю, покликаних створювати умови для нормального функціонування виробництва й обігу товарів, а також життєдіяльності людей [14].

До виробничої інфраструктури підприємства належать підрозділи, що не беруть безпосередньої участі у створенні профільної продукції, але завдяки власній діяльності створюють умови, необхідні для роботи основних виробничих цехів. Соціальна інфраструктура забезпечує задоволення соціально-побутових і культурних потреб працівників підприємства. Таким чином, туристична галузь має виробничу та соціальну інфраструктури.

Як і кожна система, туристична інфраструктура має також свої об'єкти, що потребують постійного розвитку та модернізації. Саме об'єкти забезпечують формування туристичної інфраструктури в цілому

Ресурси туристичної інфраструктури можна розділити на три групи:

Інфраструктура туризму(1 рівень,2 рівень,3 рівень).

-інфраструктура туropolерейтингу

- індустрія гостинності

- транспортна інфраструктура

- навчальна інфраструктура

- інформаційна інфраструктура

- наукова інфраструктура

- інфраструктура організацій, що в змозі існувати без туристів, але їх діяльність розширюється під час знаходженні в місцях перебування туристів

- виробнича інфраструктура

Об'єкти туристичної інфраструктури (готелі, транспорт, спортивні та розважальні споруди, об'єкти харчування та інше, музеї, монументи, пам'ятки природи та інше).

Рекреаційні (природні) – унікальні явища природи, печери, водоспади, скелі, заповідники, гори, річки, моря, лікувальні води, кліматичні та бальнеологічні можливості; об'єкти, що представляють історичне та культурне минуле країни (музеї, пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти); об'єкти, що демонструють сучасні досягнення країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці, культурі, медицині та спорті.

До ресурсів туристичної інфраструктури відносять сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту. Як правило, їх наявність визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні.

Саме туристичні ресурси туристичної інфраструктури займають особливе місце у розвитку всієї туристичної галузі.

Ефективне використання рекреаційних ресурсів туристичної інфраструктури є засадою для її постійного розвитку. Це будівництво та реконструкція готелей, мотелей, будинків відпочинку, пансіонатів, санаторіїв, закладів харчування, транспортних засобів, розважальних закладів та інше.

Стисло характеризуючи матеріальну базу туризму можна відзначити, що на початок 2010 р. в Україні налічувалося 1 306 підприємств готельного господарства загальною кількістю 111,67 тис. місць. За формою власності вони розподіляються так: 40% перебувають у державній та комунальній власності, 57 – у колективному і 3% – у приватній [12].

Для сучасного стану інфраструктури, призначеної для туризму, нині недостатньо. Її необхідно розглядати у широкому сенсі: основні елементи інфраструктури повинні виконувати не тільки виключно рекреаційну функцію, а й бути провідним чинником поліпшення всього соціально-економічного життя країни. Це повинна бути інфраструктура загального користування, що відповідає світовим стандартам і орієнтована на жителів України і її гостей. Україна має багаті природно-кліматичні, культурно-історичні та національно-етнографічні ресурси, що створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму. У більшості регіонів України є туристичні ресурси, що належать до всіх трьох груп, а це дає можливість виходу на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями. У свою чергу туристичні підприємства – це самостійно господарюючі суб'єкти з правами юридичної особи, які на основі використання майна трудовим колективом проводять і реалізують туристичну продукцію, виконують роботи, надають послуги [15]. У туристській галузі функціонують різні туристичні підприємства. Одні з них надають клієнтам виключно туристичні послуги, а для інших туризм – це один з декількох другорядних напрямів їх комерційної діяльності. Підприємства, які існують тільки за рахунок туризму, називаються туристичними підприємствами сфери

первинних послуг, а ті, що одержуючи доходи не тільки від туристичної діяльності, – туристичними підприємствами сфери *вторинних послуг* [10].

Слід зважати на те, що деякі туристичні підприємства та їх інфраструктури, залежно від виконуваних ними функцій, одночасно належать і до однієї, і до іншої категорії. Наприклад, туристичні готелі і туристичні бюро завжди надають тільки первинні туристичні послуги, ресторан або кафе в санаторії, в будинку відпочинку – це також підприємства первинних послуг, але такі ж ресторани і кафе в місті вже не є безпосередньо туристськими підприємствами, оскільки виконують вторинну туристичну функцію.

Туристична галузь розвивається у всьому світі, тому дослідження туристичних ресурсів підприємств цієї сфери діяльності та їх інфраструктури, як джерела залучення туристів, стає необхідним. Інфраструктура є обов'язковою складовою для залучення туристичних потоків до дестинації. Як показує досвід, під час створення сучасних туристичних центрів, готелі будуються не нижче за категорію 3 зірки, а в більшості – 4- і 5-зіркові, до того ж створюється приваблива цінова політика. Наприклад, як вже зазначалося, популярність курортів Іспанії пояснюється дешевшим відпочинком на узбережжі Середземного моря, де комфортність і рівень розваг не поступається Лазурному узбережжю Франції чи Італії. Саме це можна сказати і про цінову політику Єгипту та Туреччини в нових туристичних центрах.

Для забезпечення цими послугами необхідні відповідні інвестиції в інфраструктуру, особливо на початковому етапі – для формування і реалізації державних програм. Інвестиції – довгострокові вкладення капіталу в економіку з метою отримання доходу, вони є невід'ємною частиною сучасної економіки. Від кредитів інвестиції відрізняються ступенем ризику для інвестора (кредитора), бо кредит та відсотки необхідно повертати у визначений термін незалежно від прибутковості проекту, інвестиції

повертаються і приносять дохід тільки у прибуткових проектах. Якщо проект збитковий, то інвестиції можуть бути втрачені

2.2.Траспортна та придорожна інфраструктура як складові туристичної інфраструктури

Транспорт, як інфраструктурна галузь, відіграє суттєву роль у посткризовому розвитку національної економіки, забезпечуючи своєчасні та ефективні вантажні й пасажирські перевезення, сприяючи інтеграції економіки України у європейську та світову економічні системи. Однак, існуючий незадовільний стан рухомого складу різних видів транспорту в Україні обумовлює низький рівень використання потенціалу України як транзитної держави. Транспортна система України представлена практично усіма видами наземного, водного, повітряного та трубопровідного видами транспорту, однак, вона суттєво відстає у розвитку від Європейської системи. Таке гальмування пов'язане з великими витратами на утримання транспортної мережі на одну особу порівняно з європейськими країнами через відносно невелику густоту населення (78 осіб на 1 кв. кілометр), а також через низьку купівельну спроможність громадян (1/5 купівельної спроможності громадян Євросони) [17].

Транспортний і рекреаційний комплекс взаємопов'язані між собою, особливо в регіонах, де туризм і відпочинок є пріоритетними напрямками соціального та економічного розвитку. Тісні зв'язки між туризмом і транспортом ґрунтуються на необхідності формування комплексної інфраструктури, яка б задовольняла потреби функціонування та розвитку економіки й забезпечувала потреби туристичних потоків для відпочинку.

Розвиток транспорту сприяє розширенню розбудові шляхів сполучення, формуванню транспортної інфраструктури в цілому, підвищує

попит на відпочинок. Розвиток транспортних засобів вимагає від менеджерів задовольняти різноманітні потреби туристів щодо транспортного обслуговування різних вікових, соціальних, мотиваційних груп. Оцінювання взаємозв'язків транспортної і туристичної сфери з врахуванням їх проблем розвитку визначили актуальність теми дослідження.

Безперервний процес функціонування економіки забезпечується належно розвинутою інфраструктурою. Перспективи розвитку регіону в туристичній та інших галузях залежать від розвитку всіх елементів інфраструктури, зокрема, транспортної. Основою інфраструктури є транспорт, який є загальною умовою матеріального виробництва. Інфраструктура транспорту забезпечує перевезення вантажів і пасажирів, включає комунікації різних видів транспорту - залізниці, автомобільні дороги, внутрішні судноплавні шляхи, морські і повітряні шляхи сполучення, трубопроводи для перекачування нафти, нафтопродуктів і газу. Транспортна інфраструктура включає сукупність об'єктів, які займаються ремонтом, будівництвом, реконструкцією та експлуатаційним утриманням доріг, мостів та інших дорожніх об'єктів. Без її матеріальної бази транспортування вантажів і пасажирів є неможливим, або економічно недоцільним. О.Фастовець визначає транспорту інфраструктуру як сукупність шляхів сполучення, засобів перевезення, управління та зв'язку, а також комплекс технічних споруд та пристроїв, здатних забезпечити їх функціонування [18].

О. Пікулик висловлює думку, що транспортна інфраструктура – це сукупність транспортних комунікацій, об'єктів з обслуговування пасажирських і вантажних перевезень, об'єктів технічного обслуговування та ремонту, які забезпечують умови для надання транспортних послуг, тобто переміщення вантажів і пасажирів [19]. Н. Ю.Ткаченко зазначає, що поняття “транспортна інфраструктура” [20] розглядається як частина загальної інфраструктури, невід'ємний її елемент, головною функцією якого є переміщення вантажів і людей, який тісно взаємопов'язаний з економічними процесами, що сприяє їх здійсненню та протіканню; транспортна

інфраструктура - це елементи загальної інфраструктури (будівлі, споруду, пристрої), що забезпечують функціонування та експлуатацію різних видів транспорту (транспортних засобів).

Транспортна інфраструктура включає в себе транспортну систему всіх видів транспорту, з їх складовими частинами та ланками, шляхи сполучення, рухомий склад транспорту, об'єкти транспортного сервісу та транспортно-логістичні підприємства, що працюють у сфері переміщення людей та вантажів. Вона приймає участь у формуванні організаційної структури транспортного комплексу, забезпечуючи ефективне використання транспортних засобів. Головним завданням транспортної інфраструктури в туристичному сервісі є створення комплексних умов для вільного пересування туристів - споживачів послуг та їх доступу до рекреаційних ресурсів і об'єктів.

Транспортну інфраструктуру можна розглядати і як самостійний суб'єкт туристичної діяльності, який надає туристично-екскурсійні послуги. За рахунок транспортної інфраструктури туризм щільно пов'язаний з транспортним комплексом. Транспортна інфраструктура туризму - це комплекс, який охоплює транспортні засоби, об'єкти, шляхи і маршрути, транспортні послуги, об'єкти сервісу і туризму на транспортних об'єктах і засобах, засоби інформації. Важливим фінансовим механізмом реформування транспортної галузі України є допомога з боку ЄС, а також іноземних банків та провідних фінансових інституцій, яка здійснюється у формі надання бюджетної підтримки, виділення позик на реалізацію проектів, спрямованих на модернізацію транспортної галузі України. Нині допомогу Україні для впровадження структурних трансформацій у сфері транспорту та дорожнього господарства надає Європейський Союз шляхом секторальної бюджетної підтримки за програмою "Підтримка впровадження транспортної стратегії України" на підставі Угоди про фінансування [21]. Програма спрямована на впровадження інституційних реформ у транспортному секторі в Україні, сприяння покращенню розвитку транспортної інфраструктури в країні,

приведення законодавства України у відповідність до міжнародних норм та стандартів. Застосування механізмів державно-приватного партнерства в транспортній сфері в Україні передбачає, насамперед, створення відповідних правових та організаційних передумов його реалізації. До ознак державно-приватного партнерства належать [22]

- забезпечення вищих техніко-економічних показників ефективності діяльності, ніж у разі здійснення такої діяльності державним партнером беззалучення приватного партнера;
- довготривалість відносин (від 5 до 50 років);
- передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;
- внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством.

У Законі України “Про державно-приватне партнерство” [22] передбачено аналіз ефективності реалізації державно-приватного партнерства та виявлення можливих ризиків, які пов'язані з його реалізацією, проводяться шляхом:

- детального обґрунтування соціально-економічних та екологічних наслідків здійснення державно-приватного партнерства;
- порівняння основних показників реалізації проекту (рентабельності, рівня витрат, якості послуг тощо) із залученням приватного партнера та без такого залучення;
- виявлення видів ризиків здійснення державно-приватного партнерства, їх оцінки та визначення форми управління ризиками, що здійснюється відповідно до методики, затвердженої Кабінетом Міністрів України;
- визначення форми реалізації державно-приватного партнерства.

Державна підтримка здійснення державно-приватного партнерства може надаватися: шляхом надання гарантій державою та гарантій Автономної Республіки Крим та органами місцевого самоврядування; шляхом

фінансування за рахунок коштів державного чи місцевих бюджетів та інших джерел згідно із загальнодержавними та місцевими програмами; в інших формах, які передбачені законодавством. Для іноземних приватних партнерів, які здійснюють в Україні державно-приватне партнерство, встановлюється національний правовий режим інвестиційної та іншої господарської діяльності, крім випадків, які передбачені законами та міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України. Мета партнерства держави та приватного бізнесу полягає в тому, щоб використовувати переваги обох форм власності без соціальних потрясінь. Досвід створення різноманітних форм таких партнерств дає змогу при безумовному збереженні важливіших національних об'єктів в державній власності передавати правомочності власника приватному бізнесу. Це стосується таких функцій, як спорудження, експлуатація, утримання та управління об'єктами виробничої та соціальної інфраструктури. Інтереси державного і приватного партнера можуть не тільки не співпадати, а й суперечити одні одним. З метою усунення конфліктності сторін, укладанню угоди про партнерство повинні передувати перемовини сторін, які збалансують інтереси та цілі учасників. Держава може запропонувати відповідну компенсацію приватному партнеру у вигляді податкових та інших пільг, надання певних гарантій, у тому числі фінансових. У Розпорядженні Кабінету Міністрів України “Про схвалення Транспортної стратегії України” на період до 2020 року” [17] визначено основні напрями інтеграції вітчизняної транспортної системи до європейської та міжнародної транспортних систем. Зокрема: забезпечення ефективного використання транзитного потенціалу; приєднання і забезпечення виконання міжнародних транспортних конвенцій та угод; гармонізації вітчизняного законодавства з транспортним законодавством ЄС; розроблення та упровадження відповідно до міжнародних вимог технічних та технологічних регламентів і стандартів; уніфікації вимог до перевізників; забезпечення співробітництва з ЄС з метою розвитку міжнародних

транспортних коридорів та осей. У главі 7 “Транспорт” Угоди про асоціацію з ЄС [23] визначено, що Сторони: розширюють і зміцнюють співробітництво в галузі транспорту з метою сприяння розвитку стабільних транспортних систем; сприяють здійсненню ефективних і безпечних транспортних перевезень, а також інтермодальності й оперативної сумісності транспортних систем; докладають зусиль для посилення основних транспортних зв’язків між територіями Сторін. Співробітництво між Сторонами має на меті сприяння реструктуризації та оновленню транспортного сектору України і поступовій гармонізації діючих стандартів та політики з існуючими в ЄС, зокрема шляхом впровадження заходів, викладених в Угоді, без шкоди для зобов’язань, що випливають з окремих транспортних угод, укладених між Сторонами. Реалізація зазначених заходів не суперечить правам та обов’язкам Сторін відповідно до міжнародних угод, учасницями яких вони є, або участі Сторін в міжнародних організаціях. Співробітництво також спрямовується на покращення руху пасажирів та вантажів, зростання плинності транспортних потоків між Україною, ЄС і третіми країнами регіону за рахунок усунення адміністративних, технічних, прикордонних та інших перешкод, покращення транспортної мережі та модернізації інфраструктури, зокрема на головних транспортних осях.

Роль придорожньої інфраструктури у сегменті туристичного обслуговування часто недооцінюють та неналежно досліджують експерти й науковці з цієї галузі. Незважаючи на це, значна частка внутрішніх та іноземних туристів щоденно користується послугами таких закладів, збільшуючи прибутки кожного окремого закладу та створюючи попит на таке обслуговування, що надалі може означати розбудову туристичної інфраструктури та створення нових робочих місць. Туристичну та готельну інфраструктуру і їхній вплив на розвиток туристичного бізнесу в державі розглянуто в наукових працях зарубіжних і вітчизняних авторів:

Переважає частина іноземних туристів, які відвідують Україну, прибуває з держав, що мають із нею спільний кордон. Традиційно провідні

місця в експорті-імпорті туристичних послуг посідають Російська Федерація (перше-друге місце в рейтингу країн за кількістю іноземних туристів, що в'їжджають в Україну та за кількістю вітчизняних виїзних туристів), Молдова (друге місце), Білорусь (третє місце), Польща (четверте-п'яте місце). Прикордонні країни забезпечують прибуття до України понад 90 % іноземних туристів. Удосконалення транспортної інфраструктури, особливо прикордонної зони, а також облаштування транспортних коридорів усіма необхідними об'єктами, впровадження сучасних технологій обслуговування є дуже важливим питанням, над вирішенням якого працюють фахівці у сфері туризму.[25]

Важливу роль для подальшого розвитку ринку туристичних послуг в Україні відіграють транспортні шляхи. Вони повинні відповідати міжнародним вимогам, забезпечувати швидкі, безпечні та комфортні умови перевезення туристів. Саме вони є першою ланкою ланцюга в успішному залученні туристичного потоку іноземних громадян до країни [14].

Чимало приватних підприємців, чий придорожні готельні та ресторани заклади розміщені в межах міст, що приймали єврочемпіонат (Львів, Київ, Харків та Донецьк), задовго до початку футбольного турніру проводили рекламні кампанії, поширюючи серед клієнтів рекламні пропозиції, оновлюючи матеріально-технічну базу, обладнання та розширюючи посадкові місця. Такі заходи були зумовлені прогнозом, що завдяки проведенню "Євро-2012" збільшиться кількість автомобільних переїздів по країні, особливо між зазначеними містами [10].

Сьогодні придорожня інфраструктура (мотелі, кафе, майданчики для зупинки і відпочинку) є мало розвинутою в Україні. Однак невисокий поріг входження у бізнес і практично повна відсутність конкуренції роблять цей бізнес привабливим для підприємців. Пік відкриття придорожніх закладів припав на докризовий період 2004–2008 рр. Незважаючи на це, сьогодні придорожні кафе і ресторани трапляються на дорогах України в середньому кожні 15–20 км, готелі – кожні 70 км. Очікували, що питання об'єктів

придорожнього сервісу буде вирішено під час підготовки до “Євро-2012”. Однак насправді значних змін не відбулося, і підприємці наразі не поспішають вкладати кошти в такий бізнес. Тому є всі підстави стверджувати, що ця ринкова ніша все ще незаповнена.

Рівень придорожніх закладів в Україні сьогодні дуже різний: їдальні, ресторани, кафе-бари, стилізовані багатофункціональні заклади під різні цільові групи споживачів. Загалом усі придорожні заклади можна розділити на дві групи:

- заклади, що розміщені в передмісті великих обласних центрів, районних центрів;
- заклади, розташовані поряд з великими магістралями, міжнародними трасами.

Кафе і ресторани, розміщені поблизу великих міст, більше розраховані на його жителів, які у вихідні дні виїжджають за відпочинок, ніж на транзитних автотуристів, хоча вони теж є цільовою аудиторією таких закладів. Однак якщо ресторан розташований більше, ніж за 30 км від міста, то його цільовою аудиторією якраз і є автотуристи.

Основні клієнти таких придорожніх закладів, зазвичай, – індивідуальні туристи з України, Росії, Білорусі, а також організовані екскурсійні групи. Туристи із країн Західної Європи становлять лише 15 % від загальної кількості відвідувачів. [30].

Експерти стверджують, що ринкова ніша придорожнього сервісу в Україні зайнята максимум на 30 %, однак у Київській області конкуренція таких закладів значно вища – тут ринок заповнений приблизно на 70 % [13].

Інша ситуація простежується з мотелями. Більшість ресторанних комплексів пропонує відвідувачам ночівлю, тоді як окремих придорожніх готелів усе ще не вистачає: мотелі без ресторанів наразі є рідкісним явищем в українському придорожньому сервісі. Однак сьогодні можна стверджувати, що в Україні створюють усі передумови для розвитку мотельного бізнесу та мереж мотельних закладів, оскільки протягом останніх років зафіксовано

стабільний попит на недороге житло в містах-туристичних центрах та їхніх передмістях. Частково цей попит задовольняються пропозиціями з сільського зеленого туризму (м. Львів, м. Одеса), частково – через стрімке зростання кількості хостелів, однак такі заклади не є альтернативою для мотелів [13].

Тенденція розвитку закладів мотельного типу стала характерною для придорожньої інфраструктури українських доріг з середини 1990-х–початку 2000-х років.

У 1990-х роках для придорожньої інфраструктури українських туристичних центрів та регіонів (Карпатський регіон, АР Крим) простежувалось збільшення кількості закладів ресторанного типу – кафе, барів, літніх майданчиків. І якщо готельний фонд (як спадок радянського періоду) більш-менш задовольняв попит туристів на ночівлю, то закладів харчування катастрофічно не вистачало. Цей попит сприяв розвитку придорожньої інфраструктури у всіх областях України – мотелів, готелів, ресторанів із літніми майданчиками, готельно-ресторанних комплексів із банкетними залами, конференцзалами тощо. Така тенденція була характерною до 2008 р., поки банки та банківські установи давали змогу приватним підприємцям брати кредити на будівництво. Проте з початком світової фінансово-економічної кризи цей ринок завмер. Незважаючи на це, сьогодні відкриття багатофункціональних готельно-відпочинкових комплексів є вигідним бізнесом з огляду на диференціацію послуг, і відповідно, залучення більшої кількості клієнтів, що дає змогу задовольнити попит на ринку послуг у різних соціальних груп населення. Крім традиційних послуг харчування і проживання, у більшості таких закладів також діють сауна, більярд, боулінг. Дуже популярними є оренда великих банкетних залів для проведення анімаційних програм великими компаніями (корпоративні заходи – святкування весіль, ювілеїв, свят) та оренда конференцзалів для проведення ділових зустрічей, семінарів, конференцій. Із наближенням чемпіонату з футболу “Євро-2012” стали помітними позитивні зміни в сервісному обслуговуванні придорожніх транзитних готельно-ресторанних

закладів міст Київ, Львів, Донецьк, Харків: облаштування кас терміналами для безготівкової оплати, наявність точок безкоштовного доступу Wi-Fi, наявність меню кількома іноземними мовами тощо. Інфраструктура дорожнього сервісу на маршрутах «Євро-2012» є найбільш розвинутою на трасах між Львовом, Києвом і Харковом. Зокрема, від Львова до Києва придорожні заклади різної цінової категорії регулярно трапляються на всьому шляху; як виняток, ділянка дороги від Новоград-Волинського до Житомира, на якій практично немає ні мотелів, ні ресторанних закладів. Найбільше недорогих закладів для споживачів середнього класу навколо м. Рівне. На Харківській трасі аналогічна ситуація: найбільше зосередження мотелів та ресторанів є в районі Хорола, на півшляху між Києвом та Харковом. Між Харковом і Донецьком ситуація дещо гірша. На маршруті Донецьк–Кіровоград–Львів багатофункціональні заклади розміщення трапляються дуже нерівномірно. Якщо між Донецьком і Кіровоградом таких закладів є декілька, то на ділянці від Кіровограда до Умані їх немає [15].

З огляду на низьку конкуренцію в цьому ринковому сегменті чимало власників придорожніх транзитних закладів контролюють якість послуг та рівень обслуговування, проводячи усні опитування клієнтів, створюючи короткі анонімні анкети. Зазвичай, результатом такої діяльності стають запровадження в меню нових страв, облаштування літніх майданчиків, місць для відпочинку з дітьми, зону бездротового доступу до Інтернету Wi-Fi тощо.

Наприклад, у США обслуговування автотуристів трансформувалося в окрему індустрію, у якій задіяно тисячі кафе, мотелів, АЗС і станцій технічного обслуговування. Крім сервісних зон, на трасах Сполучених Штатів функціонують так звані rest areas – зони відпочинку, де за визначену плату можна скористатись паркувальним місцем, телефоном і туалетом; також такі місця обладнані столиками та автоматами з напоями. Однак такі місця не призначені для ночівлі – для того, щоб переночувати в дорозі, є мотелі, де водій у середньому за 30 доларів отримує місце на паркінгу та номер, обладнаний ліжком, душем, туалетом, телевізором і кондиціонером;

дорожче коштують номери в мотелях з басейнами на території та включеним у вартість сніданком. На деяких автозаправках та придорожніх кафе продають спеціальні купони, що надають знижки при заселенні у мотель; в окремих випадках автомобілісти отримують знижки в разі заселення в мотель після 23-ї години.

Одним із прикладів організації придорожнього обслуговування в світі є індустрія сервісу автотуристів у Франції – аналогічні зони відпочинку тут називають «Aires» вони пропонують приблизно такий же набір послуг, що й у США: паркінг, туалети, телефон, столики для пікніків. У Франції, як і в багатьох інших європейських країнах, діє придорожня готельна мережа «Formula 1». У мотелях цієї мережі дуже простий інтер'єр, який більше нагадує купе поїзда, ніж готельний номер – дво- та однарусні ліжка, умивальник, телевізор. Такі вигоди є цілком прийнятими для доходів середнього європейця – у межах 30 євро за номер. Забронювати такий номер можна телефоном, через Інтернет, попередньо обравши на сайті мережі «Formula 1» бажану кімнату.

Зазначимо, що жодна зі світових мереж готелів і ресторанів швидкого обслуговування (фаст-фудів, кав'ярень), які планували вийти на український ринок перед проведенням чемпіонату з футболу “Євро-2012”, так і не відкрила свої представництва в Україні. Це пояснюють тим, що здебільшого їм так і не вдалося домовитися з органами державної влади щодо прийнятних умов співпраці: міжнародні компанії не хочуть приймати перелік ризиків, а місцеві гастрономічні та готельні мережі не можуть гарантувати високі темпи розвитку та підтримувати високий рівень обслуговування.

Незважаючи на це, зацікавленість у такій ринковій ніші сьогодні не втрачає актуальності, і протягом найближчих декількох років його учасники очікують появи іноземних компаній в Україні. Про свої плани щодо освоєння українського ринку у 2011–2012 рр. заявила велика кількість міжнародних мереж швидкого харчування та кав'ярень.

У першому кварталі 2013 р. планували відкриття першого закладу «Subway» – однієї з найбільших у світі мереж ресторанів (понад 35 тис. закладів), а також перший заклад компанії «KFC» (третьої у світі мережі фаст-фудів, що налічує понад 25 тис. закладів). Також переговори з місцевими партнерами вели мережі «Starbucks», «Burger King», «Dunkin Donuts» і «Vogue-cafe» [11].

З огляду на популярність придорожніх готельно-ресторанних закладів, будівництво таких кафе, ресторанів, готелів можливе тільки за наявності оформленого права користування земельною ділянкою відповідно до цільового призначення. Для отримання такого права у підприємців є кілька варіантів дій:

- звернутися в органи місцевого управління (органи місцевої виконавчої влади) для виведення земельної ділянки із земель комунальної (державної) власності з подальшим оформленням права оренди;
- укласти інвестиційний договір з особою, яка володіє правом на землю (правом оренди, власності або постійного використання);
- придбати частку в статутному капіталі компанії, яка володіє правом на земельну ділянку;
- придбати право власності на земельну ділянку в приватної особи;
- придбати нерухомість з метою її подальшої реконструкції для розміщення рекреаційного об'єкта.

Перший варіант є найскладнішим і затратним з огляду на час. Він пов'язаний із необхідністю розробки проекту відведення земельної ділянки, її погодження й експертизою, ухваленням позитивного рішення сесією місцевої ради про надання права користування, а також подальшої процедури погодження та підписання договору оренди. На практиці ж проходження цієї процедури може розтягнутися на тривалий період – від декількох місяців до року, що стане чинником затримки початку будівництва. До того ж, вимога статті 124 Земельного кодексу про обов'язкове проведення земельних торгів для надання права оренди такої землі за фактичної неможливості їхнього

проведення внаслідок не визначеного законом порядку створює додаткові ризики для інвестора.

Сьогодні органи державної статистики не достатньо повно висвітлюють об'єктивні статистичні дані стосовно кількості об'єктів придорожньої інфраструктури по всій Україні. Зважаючи на те, що ніша придорожнього сервісу ще не заповнена, за таких умов вигідно відкривати як невелике кафе з невеликим набором послуг, так і комплексний заклад із готелем на 15–20 номерів – усе залежить від обсягів допустимих інвестиційних вкладень у такий бізнес-проект та майбутнього місцезнаходження закладу. Капіталовкладення в придорожній заклад харчування (кафе, ресторан тощо) приблизно становитиме від 200 тис. до 0,5 млн доларів – великий багатофункціональний заклад з великою територією від 1–2 млн доларів. Термін окупності придорожнього ресторану приблизно три роки, тоді як термін окупності мотелю удвічі більший – до шести років; це пояснюють тим, що ціни на готельне обслуговування є невисокими, а тих, хто бажає скористатись послугами розміщення, завжди буде менше, ніж тих, хто бажає скористатись послугами місцевої гастрономії. Незважаючи на це, споживачів завжди більше приваблює готельний комплекс, ніж звичайний заклад харчування: у разі потреби це наперед дає гарантію додаткового обслуговування.

Тому підприємці, які планують розвивати бізнес у цьому напрямі, можуть піти двома шляхами: або одразу вкладати кошти в будівництво ресторану (а також мотелю, автомийки тощо), або вибрати інтенсивний довготерміновий шлях, протягом якого бізнес розширюватиметься від невеликого закладу до багатофункціонального відпочинкового комплексу.

Отже, можна зробити такі висновки стосовно ролі придорожньої інфраструктури в сегменті туристичного обслуговування. Сьогодні відкриття багатофункціональних готельно-відпочинкових комплексів поза межами міст є вигідним бізнесом з огляду на диференціацію послуг, і відповідно, залучення більшої кількості клієнтів. Зростання популярності анімаційних

послуг у населення, святкування корпоративних свят та розвиток ділового туризму у великих обласних центрах України сприяє попиту на такі заклади.

Для ринку придорожньої інфраструктури характерна низька конкуренція, що дає переваги вже на початку відкриття такого бізнесу: достатньо продумати чітку стратегію розвитку закладу, набрати кваліфікований персонал, сформувати набір необхідних послуг та дотримуватись високої якості їх надання. Незважаючи на те, що в Україні активно розвивається ніша придорожнього сервісу, існує низка чинників, які суттєво стримують його розвиток (складна процедура отримання кредиту, оформлення права користування земельною ділянкою під заплановане будівництво, наявність високих ризиків з боку інвестора). Спрощення таких юридичних процедур та ліквідація законодавчих прогалин у Земельному кодексі України тільки сприятиме розвитку цього малого бізнесу.

Зростання кількості закладів придорожньої інфраструктури, які надаватимуть пакет якісних туристичних послуг, зумовить збільшення інтенсивності туристичних потоків на цих автомагістралях. Зокрема, будівництво та облаштування таких туристичних комплексів поблизу відомих туристичних атракцій, архітектурних, історичних пам'яток, національних природних парків сприятиме зосередженню більшої кількості туристів та додатковій рекламі туристичного об'єкта.

У разі організації сервісного придорожнього обслуговування в Україні варто орієнтуватись на досвід західноєвропейських країн та США, влада яких ініціювала об'єднання приватних мотелів і ресторанів, запровадила обов'язкові сертифікацію й контроль за якістю надаваних послуг.

2.3. Сучасний стан та проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні

Важливою складовою частиною туристичної індустрії є готельне господарство. Поширення асортименту додаткових послуг у засобах розміщення приводить до збагачення змісту поняття «готельне господарство», що сприяє об'єднанню між собою елементів не лише готельного бізнесу, а й інших господарських галузей. Готельне господарство на даному етапі розвитку представляє собою комплекс заходів із задоволення потреб споживачів, ці послуги становлять своєрідні послуги «гостинності». Гостинність із фундаментального поняття людської цивілізації в останні часи перетворилася на могутню індустрію, що об'єднує підприємства, які надають різні послуги з прийому, розміщення та обслуговування гостей.

Головна мета діяльності підприємств готельного господарства – надавати бездоганне обслуговування, перевершуючи очікування споживачів; бути визнаним лідером в своєму сегменті на своєму ринку [58]. Нині туристична інфраструктура України набула певного розвитку, сервіс стає більш якісним, що зумовлює більшу привабливість не тільки для вітчизняного туриста, але й іноземного, однак окупація Автономної Республіки Крим, війна на сході країни та якість наших доріг цю привабливість значно нівелюють. Через це кількість туристів зменшується. На зменшення туристичного потоку з інших країн також впливає його структура (рис. 2.1).

Як бачимо, більше 45% становили туристи з Російської Федерації. До 2012 р. багато готелів було орієнтовано саме на російського споживача. Це проявлялося в такому: у специфіці просування послуг у готелях майже не було англomовного персоналу, розважальні заходи були орієнтовані саме на цих споживачів, окрім того, конкурентною перевагою таких готелів була не висока якість послуг, а низькі витрати, що було основою для низьких цін на

проживання – важливий аргумент для російського споживача. Проведення Євро-2012 поставило перед такими готелями нові вимоги до якості послуг та стратегії просування, а анексія Криму та війна на сході України змусили їх переорієнтовуватися на інших споживачів. Через нестабільну економічну і політичну ситуацію в Україні та напружені відносини з РФ туристи з Росії, які раніше становили значну частину туристичного потоку, звели кількість ділових і туристичних поїздок до нашої країни до мінімуму. Водночас істотно скоротилася кількість відвідувачів готелів як з інших країн, так і з інших регіонів України.

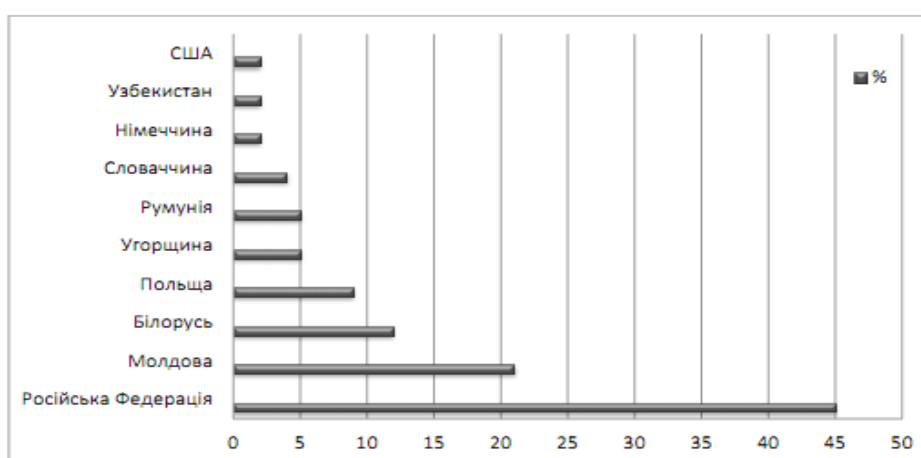


Рис. 2.1. Структура туристичного потоку іноземних громадян, які в'їжджали в Україну

Джерело: побудовано за даними з 2009 по 2013 р. [56]

Розвиток і функціонування готельного господарства ускладнюються цілою низкою проблем. Для подальшого аналізу доцільно представити динаміку основних показників розвитку готельного господарства України за 2005–2015 рр. [56].

Передусім розглянемо динаміку кількості підприємств готельного типу в Україні (табл. 2.1). До підприємств готельного господарства – суб'єктів підприємницької діяльності належать такі типи підприємств: готелі, готельно-офісні центри, мотелі, кемпінги, молодіжні турбази та гірські притулки, приміщення, пристосовані під готелі, гуртожитки та інші об'єкти для тимчасового проживання.

Динаміка кількості підприємств готельного типу
в Україні за 2005–2015 рр. [5]

| Рік | Кількість підприємств готельного типу | Рік | Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування |
|------|---------------------------------------|-------------------|---|
| 2005 | 1232 | 2011 | 3162 |
| 2006 | 1269 | 2012 | 3144 |
| 2007 | 1420 | 2013 | 3582 |
| 2008 | 1595 | 2014 ¹ | 2644 |
| 2009 | 1684 | 2015 ¹ | 2478 |
| 2010 | 1731 | - | - |

Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

До готелів та аналогічних засобів розміщування належать: готель, мотель, хостел, кемпінг, агроготель, гуртожиток для приїжджих, туристська база, гірський притулок, студентський літній табір, інші місця для тимчасового розміщування.

Судячи з даних, наведених у табл. 1, кількість підприємств готельного типу за період з 2005 по 2015 р. збільшилася більше ніж у два рази. Номерний фонд за період з 2005 по 2015 р. виріс більш ніж у два рази. Найвища кількість цих показників була в 2013 р., це пов'язано з проведенням Євро-2012, не всі об'єкти були здані вчасно, тому пік був в наступному після заходу році. У 2014 р. через складну ситуацію на сході країни доводилося закривати підприємства готельного типу. Таким чином, якщо в 2013 р. функціонувало 3 582 готелі, то в 2015 р. цей показник становив лише 2 478 закладів.

Основна проблема, яка з'явилася після Євро-2012, – недостатній потік туристів та низький рівень завантаженості готелів та інших закладів розміщення. Кількість закладів розміщення, яка вводилася в експлуатацію до

Євро-2012, є значно більшою, ніж потребує український туристичний ринок на даному етапі розвитку.

Підтвердженням указаної проблеми є показники завантаженості готельних підприємств України. Згідно з даними ВТО, середня завантаженість у готелях світу становить 65–75%. В Україні цей показник коливається від 13% у Херсонській області до 65% у Києві (рис. 2.2)

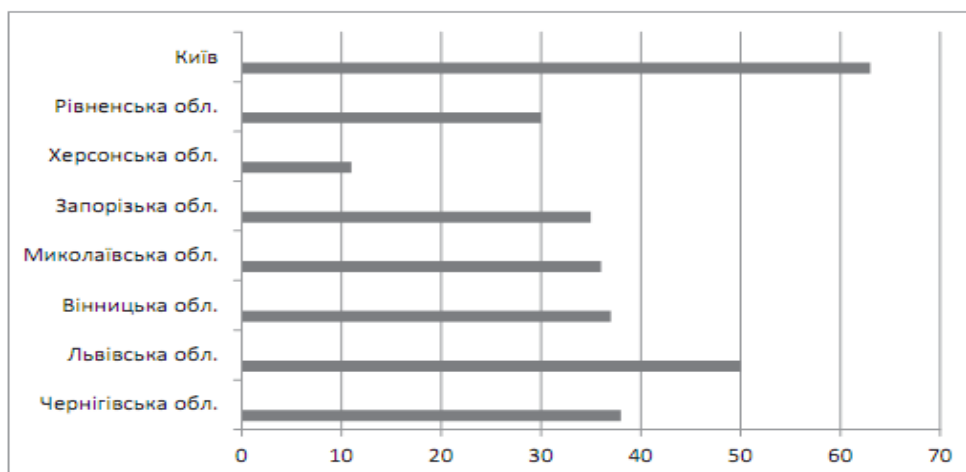


Рис. 2.2. Середньорічна завантаженість готелів України за період з 2013 по 2015 р., % [55]

Однак про розвиток ринку готельних послуг свідчить кількість готельних місць на одну тисячу населення. Враховуючи кількість населення України, кількість готельних місць повинна становити 440–450 тис. У 2015 р. в Україні функціонувало близько 110 тис. номерів, що в чотири рази нижче від міжнародного нормативу.

Незважаючи на те що в Україні кількість готельних підприємств порівняно з минулим п'ятиріччям значно збільшилася, поряд із провідними країнами Європи їх кількість залишається недостатньою. Для підтвердження цього факту на рис. 1 представлено показники насиченості готельного ринку європейських столиць, лідерами серед яких є Барселона та Прага. Київ займає останнє місце, його показник у майже у п'ять разів менший від показників лідерів (рис. 2.3) [56]. Таким чином, ми можемо говорити про недостатній розвиток сфери туризму в Україні.

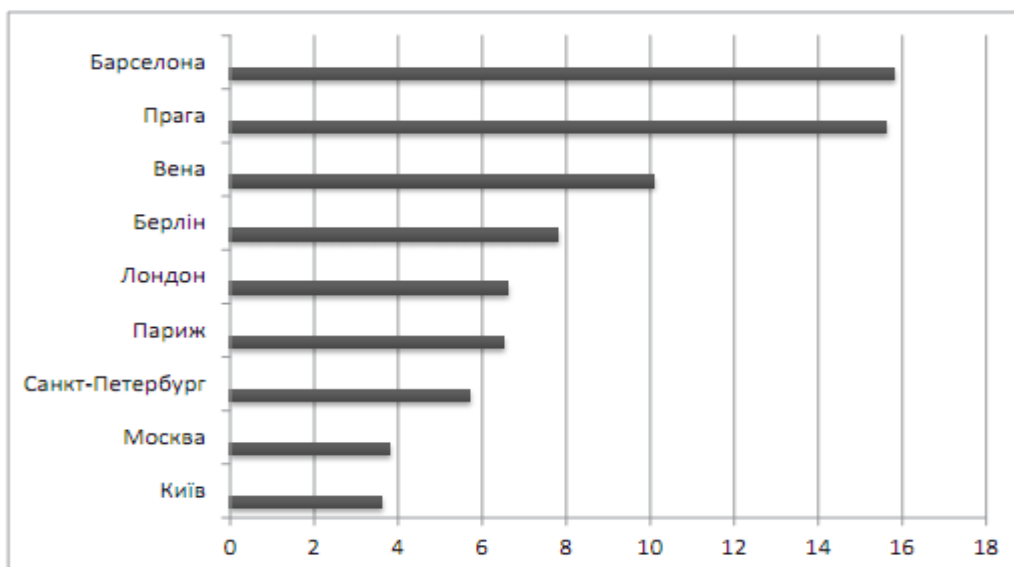


Рис. 2.3. Насиченість готельного ринку столиць Європи (кількість номерів на 1 000 жителів).

За даними експертів українського підрозділу консалтингової компанії Colliers International [59], у 2014 р. готелі всіх категорій в Україні відчували зниження туристичної та бізнес-активності, що негативно позначилося на показниках їх операційної діяльності.

Найбільша кількість підприємств готельного господарства розміщена в Києві (9,2% від загальної кількості), Дніпропетровській і Львівській областях (рис. 2.4) [56]

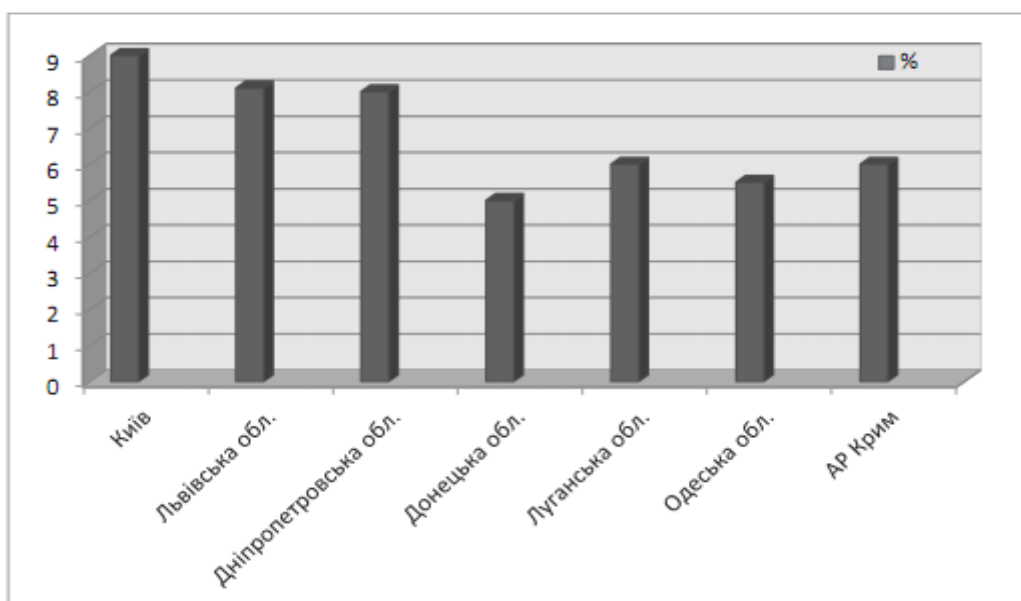


Рис.2. 4. Структура підприємств готельного господарства в 2013 р. за областями України, %.

За даними Державної служби статистики України, на ринку готельних послуг України переважають малі готельні підприємства (до 100 місць) (рис. 2.5) [55].



Рис.2. 5. Підприємства готельного господарства України за місткістю номерного фонду, %.

Останнім часом у зв'язку зі значним зростанням туризму та економічних передумов відзначається світова тенденція до збільшення місткості деяких нових готелів. Будівництво більш крупних готелів зумовлене передусім економічними міркуваннями. Зі збільшенням місткості з'являється доцільність застосування більш потужного і сучасного технологічного та інженерного обладнання, підвищується відношення робочої площі до загальної, скорочується допоміжна площа, а також площа коридорів, холів, проходів щодо площі, наданої безпосередньо у розпорядження гостей, що призводить до скорочення питомих будівельних витрат. У великих готелях раціональніше використовується праця обслуговуючого персоналу, скорочується в питомому відношенні кількість адміністрації, клієнтам можна надати більший набір послуг зі зменшенням витрат готелю на них.

Сьогодні існує проблема щодо невідповідності цін рівню якості готельних послуг. Вартість проживання в українських готелях у два-три рази

перевищує вартість проживання в готелях аналогічного рівня країн Європи, що зумовлено неналежним державним регулюванням цієї сфери і низьким рівнем диференціації готельних послуг (слаборозвинена мережа хостелів, мотелів, кемпінгів та ін.) [57].

Найбільш виграшна позиція у готелів економ-класу європейського стандарту та якісних підприємств готельного господарства бюджетного типу, які змогли покращити свої економічні показники. Загалом вартість номеру «стандарт» у крупних обласних центрах коливається від 250 грн. у готелях класу 1* до майже 3 500 грн. у готелях класу 5*.

У цих складних умовах готельєри зосередили увагу на оптимізації своїх операційних витрат. За даними Colliers [59], найбільш стійкими у фінансовому плані готелями виявилися ті, вартість номерів в яких прив'язана до іноземної валюти (долару або євро). До них належать п'яти- та чотиризіркові готелі. При цьому дохідність безпосередньо готелів знизилася на 40% і торкнулася всіх категорій.

За інформацією, наданою Державною службою статистики, у 2015 р. через воєнні дії на сході країни дохідність номерів в українських готелях знизилася майже вдвічі порівняно з 2012 р. (рис. 2.6).

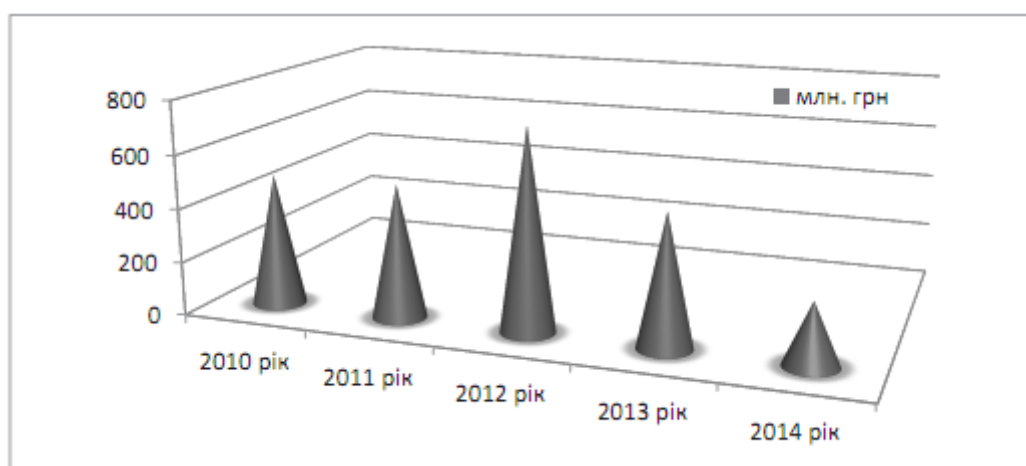


Рис. 2.6. Фінансовий результат діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства (млн. грн.) [55].

Водночас, за інформацією Colliers International [59], фактична середня вартість номерів була нижче заявленої вартості приблизно в два-три рази за

рахунок дії знижок і різних програм лояльності, що свідчить про проведення різноманітних заходів із просування.

Не останнє місце у формуванні ринку готельних послуг відіграє структура туристичних потоків в Україні. За даними Державної служби статистики, структура в'їзного туризму має різноманітні показники з різною метою приїзду, що зумовлює потребу у варіативності категорій підприємств готельного господарства з різною місткістю та ціновою політикою (рис. 2.7) [55].

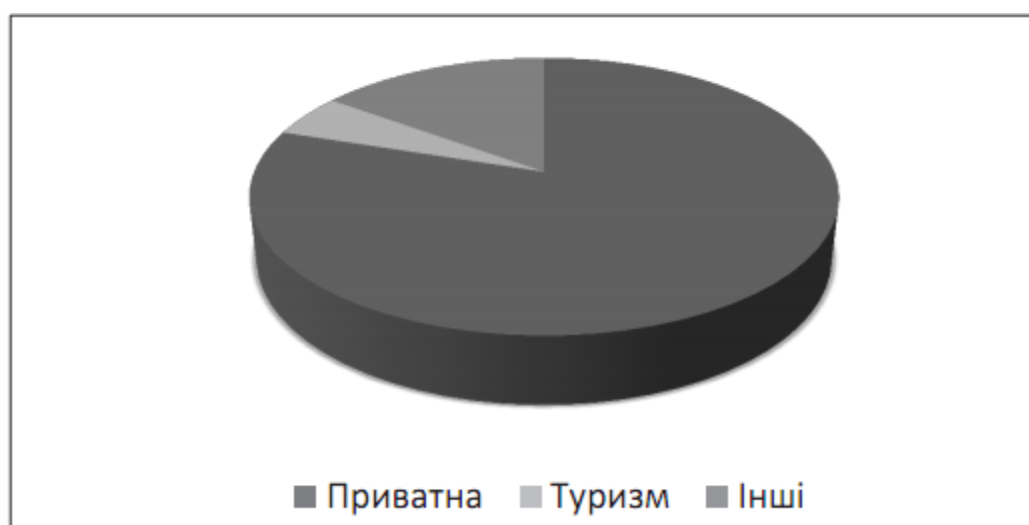


Рис. 2.7. Мета приїзду до України іноземних відвідувачів

Судячи з діаграми, представленої на рис. 7, можна зробити висновок, що більшість іноземних відвідувачів приїжджають до України у приватних справах і не потребують готелів VIP-класу. Аналізуючи мету подорожей українців (рис. 8) (внутрішній туризм), можна зазначити, що 50% становлять ділові поїздки, близько 40% доводиться на поїздки з метою відпочинку і 10% – на подорожі з іншою метою. Різноманітність інтересів споживачів готельних послуг України визначає сучасну сегментацію готельного ринку і різноманітність готелів.



Рис. 2.8. Мета подорожей українців [56]

В даний час сфера розвитку готельного бізнесу в Одеській області викликає величезний інтерес, як в Україні, так і за кордоном. Незважаючи на зниження потоків інвестицій в готельний сектор, цей бізнес як і раніше залишається перспективним і досить привабливим. Спостерігається збільшення кількості українських та міжнародних компаній, які намагаються диверсифікувати свій бізнес. Основною причиною такого підвищеного інтересу до Одеського регіону є його багатий рекреаційний потенціал внаслідок унікальних для України природно-кліматичних умов.

Одеса є одним з найпривабливіших інвестиційних регіонів України. Два роки поспіль місто займає четверте місце в країні по залученню інвестицій і входить до шістки міст з найбільш динамічним розвитком підприємництва [61].

Розвиток туристичної та курортної галузей впродовж останніх декількох років характеризується позитивною стабільною динамікою. Створення нового іміджу українського туристичного продукту, конкурентоспроможного в нашій державі та за кордоном, так само, як і загальний економічний підйом зумовили збільшення кількості туристів та обсягів наданих їм послуг.

За кількістю готелів у 2015 р. Одеська область займала 3 місце (119 готелів – юридичні та фізичні разом) та поступалась Львівській і Закарпатській областям (див. табл. 1). Якщо розглядати окремо кожен організаційно-правову форму, то побачимо, що м. Київ є лідером у категорії готелі юридичні особи, але у столиці невелика кількість готелів, що були відкриті як фізичні особи-підприємці.

За місткістю готелів Одеська область займала у 2015 р. 3 місце, надаючи 9,41 тис. місць. Майже в 2 рази більше місць пропонує м. Київ – 17525. На другому місці Львівська область з показником 13567.

За показником кількості номерів у готелях з організаційно-правовою формою юридичні особи та фізичні особи разом Одеська область займала у 2015 р. 3 місце, надаючи 5057 номерів. На першому місці був м. Київ – 10583. На другому місці Львівська область з показником 6726.

Одеська область за показниками кількості обслугованих приїжджих, що проживали у готелях з організаційно-правовою формою юридична особа у 2015 році займала 5 місце, поступаючись м. Києві, Львівській, Дніпропетровській та Харківській областям.

Як відомо, якість надання готельних послуг залежить від системності інфраструктури, якою володіє готель. Для аналізу різноманіття додаткових послуг використовується кількісний показник структурних підрозділів. Одеська область займає 2 місце, поступаючись тільки Львівській і випереджує м. Київ.

За обсягом доходу від надання послуг готелями Одеська область у 2015 р. займала 4 місце, поступаючись м. Києву, Львівській та Івано-Франківській областям.

У Одеській області за 2013-2015 рр. спостерігається збільшення готелів у загальній кількості (на 15,5%), а кількість місць збільшилась на 33,9%.

За період 2013-2015 рр. спостерігалось загальне зменшення кількості приїжджих, що супроводжувалось перерозподілом рейтингових позицій серед регіонів України. Тобто, не зважаючи на зменшення кількісного

показника у Одеській області за 2013-2015 рр. (на 23748 особи), її рейтингова оцінка піднялася з 6 місця у 2013 р. На одну позицію у 2015 р. Структура приїжджих, що розміщувались у готелях Одеської області змінювалась з 2013 по 2015 рр. у бік зменшення питомої ваги іноземців (з 31,48% у 2013 р. до 17,10% у 2015 р.), що є результатом негативного іміджу області за кордоном.

Аналізуючи розподіл іноземців, які проживали у готелях Одеської області з організаційно-правовою формою юридичні та фізичні особи-підприємці можемо констатувати негативні зрушення з тенденцією до стабілізації. Послугами готелів Одеської області скористалися 26,37 тис. іноземних туристів із 108 країн світу.

Кількість структурних підрозділів у Одеській області збільшилась за останні 3 роки у 1,4 рази. До переліку підрозділів відносять: перукарня, пункт прокату, пральня, сауна, плавальний басейн, тенісний корт, тренажерний зал, автостоянка, заклади громадського харчування, заклади торгівлі. З вищенаведених у Одеській області існує нестача пунктів прокату автомобілів. Можемо розглядати це як потенційний ресурс розвитку.

Загальний доход у 2015 р. склав 227653,2 млн. грн, що на 817,2 млн. грн. менше ніж у 2013 р. Якщо порівняти доход Одеської області та м. Києва отримаємо різницю у 10 разів, що на наш погляд є дуже великим відставанням.

За інформацією, наданою Адміністрацією Державної прикордонної служби України, протягом 2015 року Одещину відвідало понад 26370 іноземних туристів. У порівнянні з аналогічним періодом 2014 року кількість туристів зросла на 0,5%. Найбільші потоки туристів до України у вказаному періоді спостерігалася з країн, серед яких: Туреччина – 3109 осіб, США – 2559 осіб, Молдова – 1956 осіб та Німеччина – 1638 осіб (див. табл. 3).

Треба відзначити стрімке падіння попиту на проживання у Одеській області з таких країн, як Російська Федерація (зменшення з 21596 у 2013 р. до 1480 у 2015 р.), Німеччина (у 2013 р. – 3277 туристів проти 1638 туристів, що

проживали у 2015 р.), Франція (у 2013 р. – 1359 туристів проти 978 туристів у 2015 р.). Навпроти спостерігається зростання кількості туристів з нижченаведених країн: Туреччина (у 2013 р. – 2236, а у 2015 р. – 3109 туристів), США (у 2013 р. – 2380 туристів, у 2015 р. – 2559), Грузія (у 2013 р. – 671 турист, у 2015 р. – 999), Канада (у 2013 році – 409 турист, у 2015 р. – 864).

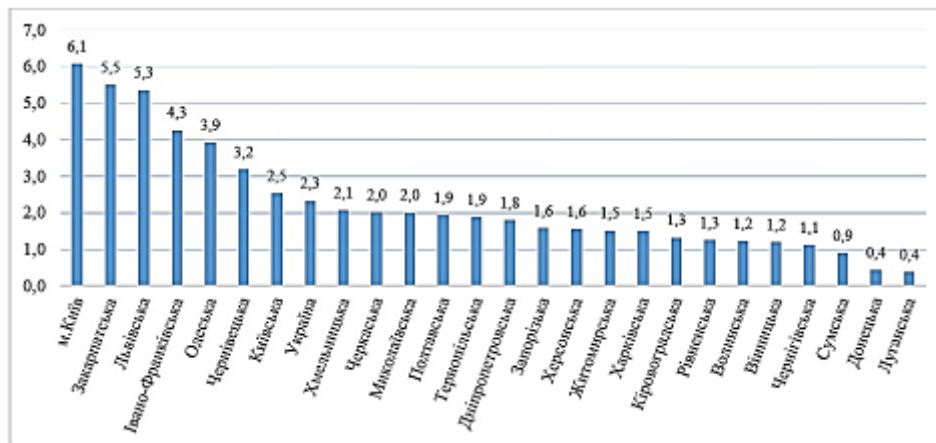


Рис. 2.9. Показник кількості готельних місць (юридичні та фізичні особи-підприємці разом) у розрахунку на 1 тисячу місцевого населення у 2015 р. [60]

Кількість місць у розрахунку на 1 тисячу місцевого населення – це показник, який використовують для визначення ступеню достатності ємкості готельного господарства. Одеська область займає 5 місце з показником 3,9 місць на 1 тисячу населення, що у порівнянні з європейськими об'ємами є недостатнім (див. рис. 1). Але у порівнянні з середнім за Україною показником у 2,3 місця – це вище середнього.

Ресторанне господарство України на сучасному етапі налічує 21619 тис. об'єктів ресторанного господарства майже на 1,521 млн. місць (див. таблицю 2), [62]. Слід зазначити, що протягом останніх трьох років (з 2010 по 2012рр.) спостерігалася тенденція до скорочення кількості об'єктів ресторанного господарства з 23369 одиниць в 2010 році до 21619 одиниць на кінець 2012 року. При цьому відзначається наявність негативної тенденції щодо зростання темпів скорочення кількості цих об'єктів: якщо в 2011 році мало місце незначне скорочення чисельності закладів ресторанного

господарства (лише на 1,9%) , то в 2012 році це скорочення досягло 5,7% (див. табл. 2). В цілому за період з 2010 по 2012 роки кількість об'єктів ресторанного господарства зменшилась на 4%. При цьому більш високими темпами зменшувалась кількість об'єктів ресторанного господарства саме в міських поселеннях.

Така ситуація була обумовлена в основному скороченням чисельності таких об'єктів як кафе та закусочні (в середньому на 7%), бари (на 3,5%) та їдальні (в середньому на 1,5% за три роки), темпи зміни яких наведені в таблиці 3 [63]. Кількість же ресторанів навпаки в 2011 році в порівнянні з 2010 роком зроста на 3,7% і становила 1460 одиниць, а в 2012 в порівнні з 2011 незначно зменшилась (лише на 7 об'єктів) і становила 1453 одиниці.

| Період | 2010 | | 2011 | | 2012 | | Темпи зміни в 2011 до 2010 | Темпи зміни в 2012 до 2011 |
|--|-------|-----------------|-------|-----------------|-------|-----------------|----------------------------|----------------------------|
| | од. | у % до підсумку | од. | у % до підсумку | од. | у % до підсумку | од. | у % до підсумку |
| В міських поселеннях | 15869 | 67,9% | 15869 | 67,9% | 14582 | 67,4% | 98,9% | 92,9% |
| В сільській місцевості | 7500 | 32,1% | 7500 | 32,1% | 7037 | 32,6% | 96,2% | 97,5% |
| Всього кількість об'єктів (од.) | 23369 | 100,0% | 23369 | 100,0% | 21619 | 100,0% | 98,1% | 94,3% |
| Кількість посадкових місць (тис.) | 1595 | | 1595 | | 1517 | | 98,5% | 96,6% |
| Кількість місць в розрахунку на 1 об'єкт | 68 | | 68 | | 70 | | 101,5% | 101,4% |

Таблиця 3 - Кількість об'єктів ресторанного господарства в розрізі їх видів (на кінець року) [63]

| Види об'єктів | Кількість об'єктів,од. | | | Ланцюгові темпи зміни, % | | Кількість посадкових місць,од. | | | Ланцюгові темпи зміни, % | |
|---|------------------------|-------|-------|--------------------------|------|--------------------------------|---------|---------|--------------------------|------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2010 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 |
| Ресторани | 1408 | 1460 | 1453 | 104% | 100% | 155409 | 161095 | 169492 | 104% | 105% |
| Кафе, заусочні та буфети | 9454 | 9049 | 8108 | 96% | 90% | 411798 | 406317 | 378540 | 99% | 93% |
| Бари | 2453 | 2448 | 2266 | 100% | 93% | 112535 | 111782 | 102724 | 99% | 92% |
| Ідальні та об'єкти постачання готової їжі | 9990 | 9891 | 9665 | 99% | 98% | 912885 | 889800 | 866150 | 97% | 97% |
| Всього об'єктів | 23369 | 22918 | 21492 | 98% | 94% | 1592627 | 1568994 | 1516906 | 99% | 97% |

Українські споживачі готові залишати в закладах громадського харчування мінімум \$4,5 млрд в рік. Кажучи про рівень насиченості ринку, перш за все, оперують таким показником, як кількість місць на споживача послуг закладів громадського харчування. Так, в середньому по Європі одне місце в ресторані (кафе, барі, фаст-фуді і т.п.) доводиться на 8 жителів, в Києві - на 35 жителів, в Дніпропетровську - на 40, в Донецьку - на 35, у Львові - на 25 жителів.

Виходячи з цих даних, можна зробити висновок, що перспективи ресторанного ринку в Україні просто величезні:-за підрахунками рестораторів, ринок громадського харчування насичений не більше ніж на 50%, [64] .

Саме недостатня насиченість ринку в сфері готельно-ресторанного бізнесу обумовлює достатньо високі обсяги та темпи інвестиційних вкладень протягом останніх років (див. таблицю 5), [62]. Як свідчать дані спостерігається загальна тенденція до зростання обсягів інвестицій в основний капітал готелів та ресторанів: загальний їх обсяг зріс за 5 років на 3425 млн.грн. Але при цьому слід відзначити нерівномірну тенденцію зміни обсягів інвестиційних вкладень в основний капітал готелів та ресторанів всередині аналітичного періоду, про що свідчить інформація рисунку 2:індекси свідчать про зниження обсягів інвестиційних вкладень в розвиток

готелів та ресторанів. Це пояснюється тим, що є кризові явища в цій галузі та зниження ділової активності.

Така ситуація є підтвердженням висновку про те, що готельно-ресторанний бізнес в Україні все ще знаходиться на стадії становлення і має значну низку проблем.

Основними з цих проблем є наступні:

1. Недосконалість законодавчої бази, яка регулює діяльність підприємств в сфері готельного, ресторанного та туристичного бізнесу. З метою вирішення цієї проблеми, з нашої точки зору, необхідно формування пакету законодавчих документів, які мають визначити правові, економічні та організаційні засади створення і подальшого розвитку конкурентних відносин на ринку готельних та ресторанних послуг.

2. Невідповідність матеріально-технічної бази більшості готелів вимогам міжнародних стандартів та недосконалість складу номерного фонду. Саме тому пріоритетним напрямом зміцнення матеріальної бази підприємств на теперішній час є, на нашу думку, проведення реконструкції, модернізації та будівництва об'єктів туристської сфери за рахунок власних коштів підприємств і за допомогою інвестицій, у тому числі іноземних.

3. Незбалансованість складу та структури наявних готелів за рівнем комфорту, зокрема:

- Надмірно висока частка готелів без категорії .- так на початок 2013 року з більш ніж 3,7 тис. українських засобів розміщення лише 200 мали офіційну категорію [65]. Така ситуація пояснюється декількома причинами. По-перше, більшість закладів розміщення не відповідає комплексу вимог щодо матеріально-технічної бази, номенклатури та якості послуг. По-друге, ряд готелів здійснюють поточний або капітальний ремонт, реконструкцію або знаходяться на стадії ліквідації. По-третє, нові готелі ще не встигли пройти процедуру категоризації і отримати відповідну категорію. По-четверте, значна кількість готелів перейшла у власність приватних осіб, для яких процедура категоризації є недоступною в зв'язку з неможливістю її

фінансування. По-четверте, наявність вад у вітчизняній системі оцінювання готельних підприємств в зв'язку з відсутністю єдиної методології оцінки.

- Висока частка 1-2-3 зіркового сегменту готелів, що обумовлює зниження потенційно можливого рівня рентабельності всієї галузі, оскільки цей сегмент характеризується низьким рівнем рентабельності (3-15%), що обумовлюється їх низькою привабливістю для інвесторів.

4. Недосконалість функціональної структури підприємств готельного господарства, яка полягає в тому, що занадто високою є частка саме підприємств готельного типу і мізерна частка (лише 2,2%) мотелів, кемпінгів, молодіжних баз, які надзвичайно поширені в інших країнах.

5. Відсутність продуманої цінової політики на деяких готельних і ресторанных підприємствах. Ця проблема несе потенційну загрозу для української туріндустрії в цілому та тих готельних і ресторанных закладів, які професійно та відповідально ведуть свій бізнес відповідно до принципів ділової етики, оскільки дана ситуація сприяє втраті потенційного завантаження та доходів.

6. Низький рівень рентабельності діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, що обумовлений повною відсутністю або недосконалістю систем управління результативністю їх діяльності. Високий рівень ефективності та конкурентоспроможності даної категорії підприємств обумовлюється, в першу чергу, адекватністю систем та методів управління діяльністю підприємств, які, в свою чергу, впливають на обсяги формування фінансових результатів та ефективність їх функціонування. Саме тому доцільним, на нашу думку, є запровадження адекватних зовнішнім та внутрішнім умовам функціонування підприємств готельного та ресторанного бізнесу комплексних контролінгових системи управління.

7. Невисокий рівень якості послуг, який в значній мірі обумовлюється проблемами підготовки висококваліфікованого персоналу для готелів та ресторанів. Вирішення цієї проблеми потребує підготовки фахівців для

готельного та ресторанного бізнесу в провідних навчальних закладах країни, бажано зі стажуванням за кордоном.

8. Відсутність інфраструктурних елементів ринку готельно-ресторанних послуг постачальників інформації про стан готельно-ресторанного ринку, яка має стати базою для аналізу зовнішнього середовища. Вирішення цієї проблеми, на нашу думку, лежить в площині запровадження спеціальних моніторингових систем взаємного інформування учасників даного ринку.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

3.1. Проблема екологізації рекреаційно-туристичної діяльності в Україні

Відомо, що рекреація і туризм є важливими складовими економіки багатьох країн, але при рекреаційно-туристичній діяльності неминуче відбувається зміння навколишнього природного середовища (НПС). При цьому негативні зміни переважають, завдаючи йому значні і все зростаючі збитки. Вплив РТД на НПС може бути прямим, непрямим і спонукальним, а також за умови управління розвитком РТД і чіткого планування можливо зменшити негативний вплив і збільшити позитивний. Негативна складова РТД позначається, насамперед, на природних багатствах країн або районів масового відпочинку і подорожей. Особливу привабливість для туристів мають незаймані природні ландшафти, куточки дикої природи. Ось чому важливе значення має розвиток РТД на особливо охоронюваних природних територіях (ООПТ) [31].

Екологізація РТД – це процес, що базується на засадах впровадження ідей по збереженню природного та історико-культурного середовища. Основна мета екологізації РТД полягає у зведенні до мінімуму негативного впливу туристичної діяльності на процеси кругообігу речовин і енергії в природі, зменшенні рекреаційного навантаження на туристичні об'єкти [33].

Екологічний туризм (ЕТ) – це різновид природного туризму, що об'єднує людей, які подорожують з науково-пізнавальними цілями [34]. Всесвітня туристична організація дає наступне визначення ЕТ: «екологічний туризм – це туризм в незаймані куточки природи». Більш влучним є визначення, зроблене Суспільством екотуризму США: «екотуризм – це будь-

які види туризму та рекреації в природі, які не завдають шкоди природним комплексам, сприяють охороні природи і поліпшенню добробуту місцевого населення». ЕТ передбачає подорожі, головний сенс яких – знайомство з живою природою, з місцевими звичаями і культурою; зведення до мінімуму негативних наслідків екологічного та соціально-культурного характеру, підтримання екологічної сталості середовища; сприяння охороні природи та місцевого соціокультурного осередку; сприяння екологічній освіті та просвітницькій роботі; участь місцевих жителів в отриманні доходів від туристської діяльності, що створює для них економічні стимули до збереження природи; зростання економічної ефективності і внесок у стійкий розвиток відвідуваних регіонів. Концепція ЕТ може складатися із таких базових принципів [35]:

мінімізації негативного впливу (природна і соціокультурна сумісність як фундаментальна умова, контроль та участь з боку місцевих громад, рівноправний доступ до природних ресурсів, дотримання гранично допустимих рекреаційних навантажень);

посилення і широкого охоплення (створення фінансових, економічних і соціально-культурних переваг для територій, що охороняються, і місцевого населення);

підвищення природоохоронної, екологічної і культурної свідомості, поширення екологічної просвітницької роботи, культивування поваги до звичаїв і традиційного укладу місцевих спільнот, обміну досвідом.

Турбота про безпеку людей і охорону довкілля є, на сьогоднішній день, невід'ємною частиною політики у сфері туризму. З кожним роком кількість туристів, які обирають більш безпечний для природного середовища відпочинок, зростає. При цьому фахівці туристської і готельної індустрії відзначають, що туристи стали в цьому питанні більш відповідальними. Згідно з дослідженням туристської асоціації АВТА (Великобританія) кожний третій турист вважає, що готелі, крім наявності традиційних «зірок», повинні також мати екологічний рейтинг. У порівнянні з 2010 р. показник

відповідальності туристів, які віддають перевагу екологічно орієнтованій рекреації, зріс з 29% до 33%.

У міжнародному туризмі популяризацією «зелених» технологій займається міжнародна організація Travelife Sustainability System (TSS), яка заохочує туроператорів і готелі, що займаються природоохоронною діяльністю та просувають ідеї охорони навколишнього середовища серед своїх гостей. TSS має спеціально розроблену систему екологічного аудиту, який передбачає нагороди підприємствам залежно від їх досягнень. Така ініціатива підтримується багатьма провідними підприємствами туризму та рекреації. На сьогоднішній день система TSS зареєструвала 17 тис. готелів, з яких 1500 підприємств пройшли повну екологічну експертизу, а понад 500 – отримали заслужені нагороди у сфері екологізації РТД.

Процеси екологізації повинні охоплювати всі складові сфери індустрії туризму (рекреації): розміщення; перевезення; харчування; реалізацію послуг; дозвілля і розваги; лікування та оздоровлення [36].

Створення екологічних сертифікаційних схем і програм РТД може стати ефективним способом надання екологічної інформації туристам (рекреантам) і бути прогресивним напрямком для стимулювання розробки нових, екологічно орієнтованих, якісних турпродуктів і послуг [37]. Робота щодо створення і розвитку екологічних сертифікаційних схем і програм повинна базуватись на системі екологічного менеджменту.

Невід'ємною складовою екологічного менеджменту в сфері РТД є стандарт управління природокористуванням ISO 14001 (EMS), створений в 1991 р. Міжнародною асоціацією зі стандартизації. Для того щоб йому відповідати, організація зобов'язана підтвердити, що вона проводить політику з охорони навколишнього середовища. У ряді країн, на додаток до ISO 14001, були створені власні стандарти (наприклад, в Європейському союзі – EMAS). Крім того, в світі існує ряд організацій, що займаються розробкою і впровадженням систем екологічного менеджменту.

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, на нинішній момент діє понад 60 міжнародних програм, спрямованих на створення та підтвердження стандартів у галузі екологічної сертифікації. При цьому на кожну програму припадає, в середньому, близько 50 сертифікованих компаній в галузі туризму. Всього ж у світі існує понад 100 екологічних лейблів і нагород для об'єктів туризму, екологічного туризму та сфери гостинності [32].

Однією з найбільш відомих міжнародних програм сертифікації в області екотуризму є програма «Green Globe 21» [38]. Вона розроблена британською компанією, що працює в більш ніж 50 країнах. Програма має міжнародний статус і на сучасному етапі охоплює, крім ряду складових інфраструктури масового туризму (готелів, виставкових залів, аеропортів, авіаліній, гаваней, круїзних кораблів, залізниць, ресторанів і т. д.), всілякі туристські місця призначення, включаючи місцеві спільноти та території, що перебувають під охороною. Стандарти системи Green Globe 21 охоплюють шість сфер:

- 1) зменшення утворення відходів, їх багаторазове використання і переробка;
- 2) ефективність використання енергії;
- 3) управління використанням прісної води;
- 4) управління стічними водами;
- 5) екологічно чутлива торгова політика;
- 6) соціокультурний розвиток.

Виділяється декілька рівнів виконання критеріїв стандарту Green Globe 21, відповідно до якого, підприємства отримують різні логотипи з екологічним маркуванням: «affiliate» – відповідність мінімальному набору критеріїв, «bench-marked» – відповідність основним критеріям, «certified» – відповідність усім вимогам стандарту, що підтверджено аудитом цього аудитом, проведеним третьою стороною безпосередньо на об'єкті. За допомогою подібної градації споживачі, що зацікавлені в отриманні

якісних туристичних послуг, можуть пересвідчитись в ступені екологічної відповідальності сертифікованого об'єкту [39]. Згідно з Положенням ЄС 1893/93 «Щодо добровільної участі компаній в системі екологічного менеджменту і ревізії», турфірма (готель) може здійснювати або замовляти об'єктивні екоревізії з метою поліпшення управління екологічними аспектами РТД [40]. Наприклад, система екологічного менеджменту Фінляндії під час проведення екоревізії туристських підприємств розглядає такі питання: вимоги екологічно свідомих туристів до умов проведення подорожей; перелік заходів, що сприяють економії сировини, води і електро та теплоенергії туристичними підприємствами; управління та поводження з відходами; особливі характеристики туристських підприємств при наданні ними специфічних послуг. Результати впливу на довкілля оцінюються за такими напрямками: 1) повітря – запах (виробництво і споживання електро- і теплоенергії, приготування їжі, робота транспорту, який використовується туристами і персоналом); 2) вода – постачання, споживання води (на кухні, для прибирання, в сауні, в номерах, при наданні туристичних послуг); 3) ґрунт і ґрунтові води – їх охорона (при наданні туристичних послуг, утилізації відходів); 4) шум – його рівень (в місцях відпочинку, при наданні туристичних послуг); 5) візуальний вплив – упорядкованість території, оточуюча місцевість, ландшафт, будівлі, маркетинг, відходи, туристичні послуги. Екологічні проблеми займають провідне місце в діяльності Міжнародної готельної асоціації. В рамках цієї асоціації створений фонд, головним завданням якого є збір і поширення інформації з екологічних питань, що пов'язані з готельним господарством. Понад 11 найбільших міжнародних готельних мереж, що належать до фонду, вже заощадили значні кошти в результаті проведених заходів. Так, «Інтерконтиненталь» за останнє десятиріччя заощадив 10 млн. фунтів стерлінгів; мережа готелів «Скандік готель» встановила в номерах меблі і аксесуари з біологічних матеріалів, які можуть бути у подальшому перероблені і використані знову. Готелям,

які дотримуються екологічних вимог природоохоронного стандарту ISO 14001, присвоюються відповідні знаки.

Всесвітньою радою з подорожей і туризму функціонує з 1994 р. і є ініціатором присвоєння нагород «Зелена планета» за досягнення в екологізації РТД. Наприклад, мережа готелів «Інтерконтиненталь хотелз» використовує «гуманний» туалетний асортимент речей, такий що не випробуваний на піддослідних тваринах; деякі гавайські готелі, для зменшення невиправданих витрат води, встановили регулятори напору на кранах умивальників та душових кабін; практика збільшення терміну користування рушниками є не тільки кроком до зменшення витрат води на прання, але й мінімізує утворення побутових стічних вод; британська компанія «Сентер паркс» у зонах рекреації, куди заборонений в'їзд автомобілів, пропонує відвідувачам використовувати велосипеди; мережа невеликих англійських готелів «Блумфілд Хаус» надає 10% знижку тим гостям, які прибули громадським транспортом тощо. Британський туроператор «Кокс і Кінгс» обіцяє кожному клієнту «екологічного туру» придбати один акр (приблизно 0,4 га) тропічного лісу в Бразилії з тим, аби прийняти участь у збереженні цих унікальних природних екосистем. Мета цієї ініціативи – надати іншим туроператорам приклад збільшення вартості послуг з метою підтримки відповідального туризму [41].

Зазвичай готельний та ресторанний бізнес в РТД тісно пов'язані між собою. Екологізація місць розміщення туристів передбачає не тільки використання екологічно чистих продуктів (тут у продажу принципово відсутні «хімічні напої», а практикується реалізація натуральних молока, соків, напоїв), але й економію ресурсів через регулювання подачі тепла, електроенергії тощо. Деякі готелі, наприклад, готель «Alpenrose» (Німеччина) розрахований лише на категорію туристів, хто не палить; він має всього 120 місць, коефіцієнт його завантаження становить 80%. Не завжди екологізація потребує прийняття радикальних рішень – важливі будь-які дрібниці: автоматична сантехніка на інфрачервоних променях,

електричні мильниці. При цьому, «екологічна програма» може не досягти своєї мети, якщо паралельно не використати письмове «виховання» гостей. Так, наприклад, прохання до клієнтів «не кидати на підлогу рушник, якщо він ще придатний до використання», допомагає заощадити не лише воду та електроенергію, а й подовжити термін «життя» третини рушників, що мали змінюватися і пратися щодня [42].

Вимоги до закладів, які надають послуги з тимчасового розміщення, встановлює екологічний стандарт СОУ ОЕМ 08.002.30.059 «Послуги з тимчасового розміщення (проживання). Екологічні критерії». Даний стандарт є добровільним до виконання і дозволяє визначити екологічні переваги послуг, що надаються готелем. Він розроблений в рамках української програми екологічного маркування відповідно до міжнародного стандарту ISO 14024 «Екологічні маркування та декларації. Екологічні маркування I типу». СОУ ОЕМ 08.002.30.059 передбачає: зменшення рівня негативного впливу на навколишнє середовище і здоров'я людини в процесі надання послуг; зниження споживання енергетичних і водних ресурсів, раціональне управління відходами та матеріальними ресурсами; поступове збільшення кількості якісних послуг з використанням екологічно сертифікованих продуктів, товарів, виробів і матеріалів. Крім того, цей стандарт встановлює вимоги до таких аспектів виробництва, як застосування хімічних засобів для прання і чистки, закупівлі товарів і надання послуг, транспортування, інформування (клієнта, персоналу). До кожного аспекту діяльності висуваються обов'язкові та додаткові вимоги, враховується специфіка інфраструктури готелю: ресторан, SPA, приміщення для заняття спортом і басейни, зона рекреації і т. п.

В Україні екологічні сертифікати були видані лише кільком готелям. Як приклад, можна навести готель «Ковчег» (Чернівецька область), розташований на найвищій точці Покутсько-Буковинських Карпат – вершині гори Мегура (1313 м). Для забезпечення життєдіяльності, вся енергія у готелі добувається з поновлюваних джерел: вітрогенераторів, сонячних

панелей і колекторів, котла на дровах, дизеля-генератора. Тут використовується виключно джерельна вода. Опалення в готелі – повітряне та водяне. Будівля готеля виконана із натурального дерева і має вигляд перевернутого човна. Все дерево (і зовні, і всередині) оброблене натуральним бджолиним воском, який зберігає природний вигляд деревини. У готелі використовуються лише енергозберігаючі лампи, тут встановлені крани з водозберігаючими насадками, змішувачі в душових кабінах оснащені дрібними дифузорами, а також налагоджена система теплоізоляції. Каналізація тут є автономною. Стічні води надходять в септик з полями фільтрації класичного типу, який гідравлічно не пов'язаний з ґрунтовими водами. Біологічне розкладання відбувається за допомогою концентрованого ензимного препарату, який за короткий час забезпечує якісні процеси розкладання стоків. До раціонального використання природних ресурсів в готелі закликають і постояльців: в кожному номері є пам'ятка про необхідність економного використання води та електроенергії, спонукання до сортування відходів. При закупівлі перевага віддається лише продуктам місцевого виробництва, меню триразового харчування складене виключно із страв домашнього приготування. Для дозвілля, в залежності від пори року, відпочиваючим пропонуються різноманітні пішохідні маршрути і прогулянки на конях. Постільна білизна в готелі переважно має екологічне маркування Oeko-Tex Standard. РТД є одним із істотних факторів забруднення довкілля, значною мірою через використання практично всіх видів наземного, водного та повітряного транспорту. За даними Міжурядової комісії зі змінення клімату, викиди авіаційного транспорту в 2004 р. містили 3,5% світових викидів парникових газів, а за прогнозами до 2050 р. ця величина має зрости до 15%. Дослідження, що проведене в 2004 р. під егідою ЄС, свідчить, що повітряні подорожі спричиняють за 9% глобального потепління, а до 2050 р. повітряний транспорт стане відповідальним за дві третини всіх парникових газів лише у Великобританії [41]. Є

приклади негативного впливу на стан довкілля і водного транспорту (круїзи на Аляску, Венеція тощо). Помітним результатом збільшення кількості транспортних засобів в популярних туристичних напрямках є затори. У «високий сезон» до мільйонів приватних автомобілів додаються автомобілі, орендовані на час відпусток. Значні концентрації відпрацьованих газів у місцях активної РТД вкрай негативно позначаються на здоров'ї туристів (рекреантів) і місцевого населення. Деякі популярні гірські курорти в багатьох країнах Європи ввели заборону на в'їзд приватного транспорту, що не належить місцевим жителям, змушуючи цим туристів (рекреантів) користуватися послугами паркінгу і діставатися до місця призначення залізничним транспортом. Ось чому такі гірські курорти славляться чистим повітрям і мальовничими ландшафтами. Популярні в наш час всюдиходи, квадроцикли та мотоцикли завдають істотної шкоди найбільш вразливим місцям природи (деградується ґрунтово-рослинний покрив, розлякуються дикі тварини, спричиняється шумове забруднення тощо). Екологізація перевезень передбачає заборону транспортних засобів з дизельними і бензиновими двигунами, використання автомобілів з водневими двигунами внутрішнього згорання, електромобілі, велосипеди, гужовий транспорт тощо. Екологізація міського транспорту полягає в підвищенні конкурентоспроможності різних немоторизованих способів пересування – пішки, велосипедом, на рикші, легким метро (сучасним трамваєм), поїздом, а також зменшенні потреби в частому переміщенні містом – наприклад, таким чином, аби люди могли мешкати недалеко від місця своєї роботи.

Для подальшої екологізації РТД в Україні пропонуються такі кроки: паспортизація туристсько-рекреаційних ресурсів з обов'язковим визначенням антропогенного навантаження на природну екосистему; становлення ресурсозберігаючих і екологічних стандартів для новозбудованих та реконструйованих закладів розміщення туристів (рекреантів); впровадження системи екологічної сертифікації об'єктів

туризму; пріоритетне та пільгове фінансування еколого-орієнтовних інвестиційних проектів у туризмі; розширення мережі національних і регіональних ландшафтних парків із суворим додержанням режимів діяльності відповідно до чинного законодавства; всебічна інформаційна підтримка ідеї збалансованого розвитку туризму серед усіх зацікавлених сторін процесу (туристів, виробників послуг, органів влади, громадських інституцій та ін.) [43].

3. 2. Основні напрями екологізації туристичної інфраструктури

На основі проведеного ряду аналітичних досліджень нами визначено основні шляхи екологізації туристичної діяльності в Україні, які сприятимуть зниженню існуючих і потенційних антропогенних навантажень на природні комплекси та об'єкти, збереженню історико-культурних, архітектурних об'єктів, а також дозволять реалізувати рекомендації щодо розвитку еколого-орієнтованих видів туризму.

Для цього розроблено схему сучасної туристичної діяльності, яка являє собою сукупність критеріїв, за якими можна виділити й класифікувати існуючі на сьогоднішній день види туристичної діяльності. Основними з них є: способи пересування, цілі туризму та рівні екологічності. Основний акцент при розробці даної схеми був зроблений саме на екологічну складову. Це зумовлено тим, що саме рівень екологічності кожного з видів туризму впливатиме на стан довкілля, визначатиме екологічну привабливість регіону, рівень економічної дохідності та туристичної популярності. Нами проведено розподіл існуючих видів туризму у такій послідовності: «екологічно небезпечні», «частково екологічно безпечні» та «екологічно безпечні».

Види туристичної діяльності:

1) за цілями туризму:

- релігійна: (паломництво, релігійно-архітектурний);
- пізнавальний відпочинок: (історико-культурний, археологічний, музейний, геолого-географічний);
 - науковий;
 - діловий;
 - етнічний;
 - пригодницький;
 - міський;
 - екологічний;
 - сільський;
 - елітарний;
 - заповідний;
 - промисловий;
 - гастрономічний;
 - навчальний;
 - спортивний;
 - військовий;
 - хоббі-туризм;
 - екскурсійний;
 - соціальний;
 - розважальний;
 - екстримальний;
 - весільний;
 - космічний;
 - пізнавальна: (натуралістична, культурно-історична).

2) за рекреацією:

- лікувальна:
 - бальнеологічна: (кліматолікування, грязелікування, морелікування)

-оздоровча та спортивна: (маршрутна, купально-пляжна, водно-спортивна, гірськолижна)

- пізнавальна: (натуралістична, культурно-історична).

3)за способом переміщення:

- морський транспорт;
- річковий транспорт;
- автомобільний транспорт;
- авіаційний транспорт;
- повітряний безмоторний транспорт;
- залізничний транспорт;
- моторизований транспорт;
- велосипедний транспорт;
- пішохідний;
- кінний;
- комбінований;

Види туристичної діяльності за рівнем екологічності:

1)Екологічно небезпечні.

Автомобільний туризм: (звичайний автомобіль, авторалі, мотоциклетний, караванінг)

Водний туризм: (надводний (аквабайк, водні мотоцикли, катерний) , підводний (підводна археологія))

Залізничний туризм

Неконтрольовані мисливство та рибальство

Екзотичний туризм: (космічний туризм, туризм на Пн. та Пд. полюси, джайлоотуризм, подорожі в джунглі, маунтбайкінг, лазіння по льодовим скелям, підкорення вулканів та спуски до кратеру, гірський туризм по небезпечним маршрутам, багатоденна їзда верхи по складному маршруту, треккінг (подорож пішки по горам).

2)Частково екологічні безпечні.

Сільський туризм : (активний (риболовля, кінні прогулянки), пасивний (культурно-етнічний))

Зелений туризм : (активний (збиральництво, кінний, річковий, велосипедний), пасивний (вивчення флори та фауни, знайомство з місцевими звичаями))

Водний туризм : (надводний (риболовля, яхтенний), підводний (підводне мисливство))

Повітряний туризм : (дельтапланеризм, паратрайк)

Гірський туризм : (маунтін-бордінг, санний спорт, скелелазіння, сноубордінг, гірські лижі, сендбордінг)

Міський туризм : (цвинтарний, музейний ,релігійний)

Спелеотуризм

Лісовий туризм

3)Екологічно безпечні.

Екологічний туризм : (пішохідний оглядовий, фотозйомка, кінозйомка)

Водний туризм : (надводний (рафтинг, кайтсерфінг, вітрильний, каякінг, серфінг, віндсерфінг, байдарочник, вейкбордінг), підводний (фото та кінозйомка, дайвінг))

Заповідний туризм : (орнітологічний, екологічні стежки, фітологічний, зоологічний, фотомисливство)

Повітряний туризм : (повітряні кулі, бейсджампінг, парабалунінг, планеризм, роупдджампінг, парашутизм, фрістайл)

Лісовий туризм : (оглядово-пізнавальний, спортивне орієнтування)

Етнокультурний туризм

Медичний туризм

Беручи за основу дані розподілення можливо чітко визначати впливи кожного з видів туризму на довкілля, передбачати відповідні заходи щодо їх усунення, екологізації та збалансованого природокористування. Схема слугує основою для розроблення регіональних програм з розвитку

еколого-орієнтованого туризму, наприклад: екологічний, сільський, зелений та агротуризм.

Бачимо, що більшість сучасних видів туризму є екологічно небезпечними для довкілля, викликаючи ряд незворотних змін у природних екосистемах. Поєднуючи інформацію про впливи різних видів туризму на навколишнє середовище, розроблено узагальнюючу схему, яка чітко визначає для кожного з них відповідні шляхи екологізації туристичної діяльності.

Загальні шляхи екологізації туристичної діяльності:

- здійснення заходів по зниженню хімічного забруднення;
- проведення контролю за шумовим забрудненням, визначення допустимих рівнів шумів на ООПТ;
- модернізація транспортних засобів;
- використання екологічно чистих видів транспорту;
- регулювання та організація збору та вивезення сміття;
- організація екоосвітніх програм;
- проведення моніторингу за станом компонентів НС;
- здійснення консультацій з екологічної естетики та поведінки для туристів;
- встановлення відповідальності за порушення законодавства;
- контроль за концентрацією туристичних потоків;
- підготовка кваліфікованих фахівців – гідів з екологічною освітою;
- розробка екологічного паспорту території;
- організація ефективного екологічного менеджменту і управління.

В Україні державне регулювання екологізацією туризму повинно реалізуватись шляхом економічного, правового й адміністративного впливу через нормативно-правові акти; державні та міждержавні стандарти; ліцензування окремих видів діяльності; державні цільові програми й плани; фінансово-податкове, грошово-кредитне, тарифне регулювання; інвестиційну, антимонопольну, соціальну, екологічну політику тощо.

Екологізація туристичної діяльності є пріоритетним завданням на державному й регіональному рівнях, а тому повинна забезпечуватись виконанням ряду завдань, до яких належать:

1. Організація еколого-орієнтованих видів туристичної діяльності, а саме:

а) екологічного туризму.

Екологічний туризм є комплексним, міждисциплінарним феноменом, який поширений у більшості країн світу і є одним із найперспективніших напрямків на шляху до сталого розвитку туристичної галузі в цілому. Вперше термін «екологічний туризм» було запропоновано Гектором Ласкуріаном у 1987 році, під яким він розумів подорож у відносно непорушені і незабруднені зони, з конкретною навчальною метою, а також з метою спостережень за дикими тваринами, рослинами чи за будь-якими культурними проявами[44]. Подібного трактування і на сьогоднішній день дотримуються деякі фахівці Австралії, США, Канади. Модель екологічного туризму, прийнята в цих і низці інших країн, отримала назву «австралійської» через своє значне поширення і популярність на австралійському континенті. Австралійська модель трактує екотуризм як подорож в мало змінений, слабо пошкодженій природі, на територіях, що особливо охороняються, з метою пізнання незайманої природи.

У Західній же Європі на основі концепції «м'якого туризму» сформувалася інша, «західноєвропейська» модель екотуризму, що ґрунтується на розвитку форм туризму в культурному ландшафті і робить акцент на принципах еколого-безпечного туризму, збереженні тих природних ресурсів, які ще залишилися в Європі. Дана концепція особливо приділяє увагу таким властивостям екотуризму, як турбота про соціальне, культурне і економічне благополуччя. Серед науковців існує багато підходів до визначення поняття «екологічний туризм», основними з яких є:

- туризм, що включає подорожі в місця з відносно недоторканою природою з метою отримання уявлень про культурно-етнографічні особливості місцевості, який не порушує при цьому цілісності екосистем і створює такі економічні умови, при яких охорона природи і природних ресурсів стає вигідною для місцевого населення[44].

- стійкий, природно-орієнтований туризм і рекреація [51].

- подорож з відповідальністю перед довкіллям на відносно непорушених природних територіях з метою вивчення і насолоди природою, культурними пам'ятками, яка сприяє охороні природи, забезпечує соціально-економічну вигоду місцевому населенню [44].

- природний туризм, сприяючий охороні природи[45].

- цілеспрямовані подорожі на природні території з метою глибшого розуміння місцевої культури і природного середовища, які не порушують цілісності екосистем, при цьому роблять охорону природних ресурсів вигідною для місцевих жителів [46].

- туризм, що включає всі форми природного туризму, при яких основною мотивацією туристів є спостереження і залучення до вивчення й охорони природи [47].

- туризм, сумісний з сучасними екологічними і соціальними вимогами, відповідальний перед природою, сприяючий її захисту, такий, що підвищує культуру мандрівників, виконує просвітницьку функцію, сприяє дбайливому відношенню до традиційних культур і місцевих співтовариств [48].

- відвідування унікальних природних територій, що мало змінені господарською діяльністю, зберегли традиційний устрій життя місцевого населення; підвищення рівня екологічної культури всіх учасників туристського процесу і підвищення життєвого рівня місцевого населення, дотримання природоохоронних норм і технологій при реалізації екологічних турів і програм [49].

- здійснення самодіяльних або організованих (регламентованих) подорожей з метою відвідування природних ландшафтів для ознайомлення

з геологічними і водними об'єктами, з рослинним і тваринним світом, з пам'ятками природи, історії і національної культури, характерними для даної території, включаючи пізнавальну і природоохоронну діяльність, враховуючи інтереси місцевого населення[50].

- активна форма невиснажливої для довкілля рекреації, заснована на використанні природних благ [51].

- вид туризму, який використовує доступні екологічні технології з тим, аби максимально зменшити негативну антропогенну дію на екосистеми [52].

Проаналізуємо також визначення екотуризму, наведені вітчизняними авторами:

- форма активного відпочинку з екологічно значущим наповненням. Це особлива форма життєдіяльності людей, що будують свої взаємовідносини з природою на основі взаємної вигоди. Людина отримує від такого спілкування певний фізичний, психологічний, інтелектуальний, емоційний запас міцності та здоров'я, а природа при цьому зазнає мінімальних впливів або втрат [53].

- інтегруючий напрям у туристичній діяльності. Екологічним може бути будь-який вид туризму, що реалізується в умовах активного перебування людини у природному середовищі не тільки з використанням його рекреаційних, пізнавальних та інших можливостей, а й з урахуванням можливості їх відновлення, зберігання, відтворення як на рівні спостереження, так і на практичному рівні [53].

- подорож з обмеженою кількістю учасників у природні зони з можливим відвідуванням місць, що представляють культурну цінність та з метою реалізації різних проектів охорони й раціонального використання природних ресурсів [54].

Однак, вище наведені визначення не повною мірою характеризують всю сутність та принципи даного виду туризму, тому нами запропоновано власне визначення, згідно якого «екологічний туризм» - це активний (або пасивний – отримання лише екологічної інформації та знань) вид

туристичної діяльності, спрямований на охорону навколишнього середовища, раціональне використання природних ресурсів, відновлення раніше змінених (пошкоджених) природних комплексів й екосистем, під час якого у туристів формується екологічна свідомість і культура, підвищується рівень екологічних знань та навиків їх практичного застосування, а також активно виконуються заходи збереження природно-ресурсних цінностей конкретної місцевості.

Перші кроки на шляху організації екологічного туризму в Україні пов'язані з розвитком сільського (зеленого) туризму, а також з розвитком туристичної діяльності в межах об'єктів природно-заповідного фонду.

Основними принципами для України, на яких повинен базуватись подальший розвиток екологічного туризму мають стати:

- 1) збереження біологічного та ландшафтного різноманіття природно-туристичних територій;
- 2) підвищення рівня економічної стійкості регіонів, задіяних в сфері екологічного туризму;
- 3) підвищення екологічної культури всіх учасників екологічної туристичної діяльності;
- 4) збереження етнографічного статусу природно-туристичних територій;
- 5) екологічна освіта й просвітництво.

Концепція екологічного туризму в Україні повинна стати провідною на шляху проведення комплексної екологізації. До основних функцій, які покладені на даний вид туризму можна віднести:

- 1) природо-пізнавальну (головна мета – вивчення красот і особливостей конкретного ландшафту, його географічних, геологічних, біологічних цінностей);

2) природоохоронну (пізнання форм і заходів природоохоронної діяльності в межах об'єкту та шляхів її вдосконалення, визначення екологічної ємкості території);

3) еколого-освітньо-виховну (підвищення рівня екологічної культури й свідомості як туристів, так і місцевих жителів з використанням лекцій, семінарів, фотовиставок, екологічних тематичних фільмів тощо);

4) рекреаційно-оздоровчу (покращення здоров'я туристів за рахунок здорового активного способу життя, позитивних емоцій від спілкування, виконання добродійних акцій й отримання цінних знань та інформації);

5) соціально-економічну (виконання соціально-екологічного моніторингу з метою виявлення причин екологічних негараздів регіону, анкетування населення, допомога у розробленні програм, планів покращення екологічних і соціально-економічних умов регіону).

Екологічний туризм в Україні може включати всі види пішохідного, кінного, велосипедного, гірського, сільського, водного й спелеотуризму; зоологічні, орнітологічні, ботанічні, палеонтологічні та інші тури і виступати в таких формах:

- пасивній, коли туристи отримують лише екологічну інформацію та освіту;

- пасивній благодійній, при якій туристи отримують екологічну інформацію, екологічну освіту і надають деяку допомогу (фінансову, матеріальну) для вирішення проблем об'єкта екскурсії;

- активній, коли туристи приймають безпосередню участь в екологічних заходах в якості допоміжної сили;

- активній науковій, при якій туристи приймають безпосередню участь в екологічних наукових дослідженнях в якості наукового персоналу;

- активній аварійній (екстремальним), при якій туристи приймають безпосередню участь в рятувальних екологічних операціях.

Розвиток екотуризму вже знаходить своє практичне запровадження у вигляді спеціально створених екологічних стежок.

Для того, аби вони ефективно виконували покладені на них еколого-освітні та природоохоронні завдання, їх слід оснащати дерев'яними меблями й атрактивними аншлагами, в яких буде міститись інформація про екологічний стан туристичної території, відомості про місцеву флору і фауну, а також правила раціонального природокористування.

Б) сільський та агротуризм.

Дані види туризму можна сміливо віднести до екологічно безпечних, так як вони орієнтовані на охорону й збереження довкілля, раціональне ведення сільського господарства й органічне землеробство. На нашу думку сільський туризм – це активна (прогулянки, екскурсії, спортивні ігри, мисливство, рибальство тощо) чи пасивна (культурно-етнічна) туристична діяльність, яка безпосередньо організовується в межах сільської території, пов'язана з сільськогосподарською діяльністю особистих (фермерських) господарств, проживанням екскурсантів в сільських (агро) садибах, знайомством з наявними природними ресурсами, звичаями, побутом, національною кухнею, фольклором, культурою та унікальними традиціями відповідного регіону.

Сільський туризм дуже тісно пов'язаний із аграрним, який являється дещо вузким поняттям та є його різновидом. У процесі екологізації сільського та агротуризму необхідно проводити політику щодо заохочення населення до розвитку туристичної діяльності на селі, що дозволить вирішити, в першу чергу, існуючі соціально-економічні проблеми, модернізувати інфраструктуру, а також покращити благоустрій як окремих садіб та присадибних ділянок, так і сіл в цілому.

В) водний туризм.

З використанням екологічно безпечних видів водного транспорту – безмоторні човни, катамарани, байдарки тощо. Використання саме таких видів водного транспорту зазначено у правилах користування

територіями національних парків та в межах інших природно-заповідних територій.

г) пішохідний туризм.

Його розвиток повинен супроводжуватись екологічно-освітніми програмами (розміщення інформаційних, екологічно-наповнених стендів, створення еколого-пізнавальних стежок, проведення науково-пізнавальних екскурсій в процесі туристичної подорожі тощо).

д) велосипедний туризм.

Для екологізації турів на велосипедах, необхідним є розробка та прокладання спеціальних вело-маршрутів в межах найпривабливіших природних комплексів і територій, а також спеціально створити вело-гаражі.

ж) науковий туризм .

Проведення семінарів, конференцій, засідань екологічного спрямування, а також науково-дослідницьких турів науковців та польових практик студентів тощо.

2. Підвищення рівня екологічної освіти.

Екологічна освіта є важливою складовою екологізації туристичної діяльності і повинна бути направлена на підвищення рівня екологічних знань та свідомості як місцевих жителів (особливо працівників туристичної сфери та молоді), так і самих туристів.

В процесі туристичної подорожі основна роль екологічної освіти спрямовується на формування природоохоронного світогляду, дбайливого ставлення до вже існуючих природних ресурсів, а також дає змогу усвідомити важливість вирішення екологічних проблем, які виникають внаслідок нераціонального (споживацького) використання природних багатств. Однак, впровадження дієвої системи екологічної освіти потребує залучення значних коштів та підготовки кваліфікованих фахівців (бажано з екологічною освітою). Тому доцільним на початковому етапі запровадження системи екологічної освіти, буде проведення екологічних семінарів,

тренінгів, лекцій та розповідей під час туристичних екскурсій; поширення серед туристів буклетів, листівок, брошур і книжок, що міститимуть детальну інформацію про основні туристичні об'єкти відповідної території, їх екологічні проблеми та перспективні шляхи їх вирішення. Кожен відвідувач, турист, екскурсант має усвідомити важливість дбайливого, екологічно-спрямованого відношення до існуючих природних ресурсів.

3. Ведення статистичного обліку туристів, розрахунок максимальних кількостей туристопотоків в межах окремого об'єкта чи території .

Нормування навантажень на основі кількісних показників є одним з методів еколого-орієнтованого управління розвитком туристичної діяльності. За допомогою цього методу можливим є вирішення проблем, що виникають (або можуть виникнути) при відвідуванні того чи іншого туристичного об'єкта неорганізованими туристичними потоками. Це пов'язано з тим, що між туристичним використанням території та впливом на природне середовище регіону існує пряма й очевидна залежність: чим більша кількість відвідувачів (туристів та відпочиваючих), тим сильніший вплив на природне середовище, що викликає зміни. Саме тому ведення статистичного обліку туристів і регулювання їх чисельності на певній території дасть змогу контролювати туристичні потоки та запобігати посиленню антропогенних навантажень.

4. Моніторинг за станом туристичних територій.

Основна мета моніторингу - спостереження за станом компонентів навколишнього природного середовища для оцінки та прогнозу їх змін під впливом туристичної діяльності. Завдання моніторингу:

-збір та аналіз еколого-економічної інформації про стан території, що є об'єктом туристичної зацікавленості;

-складання картографічної геоекологічної основи моніторингу-виділення об'єктів та ключових ділянок для проведення моніторингових спостережень;

-систематичний збір первинної екологічної інформації, що характеризує стан об'єктів;

-формування інформаційної бази даних, отриманої на основі регулярних спостережень.

В програму моніторингу обов'язково мають входити спостереження за станом основних компонентів природного комплексу відвідуваної території, що зазнає впливу від надмірних туристичних потоків, а саме:

а) ґрунти (ущільнення ґрунтів, розвиток ерозійних процесів втрата родючості, вивітрювання тощо);

б) водні ресурси (забруднення джерел питної води, цвітіння, зниження видового різноманіття);

в) атмосферне повітря (контроль за забрудненням від пересувних та стаціонарних джерел);

г) рослинність (зниження видового різноманіття флори, механічні пошкодження дерев та чагарників);

д) тваринний світ (зниження видового різноманіття фауни та скорочення розмірів популяції) тощо.

На основі результатів моніторингу та загальних екологічних оцінок в кінці кожного туристичного сезону адміністрацією регіону і керівництвом туристичних об'єктів повинні прийматись відповідні управлінські рішення, що мають включати:

- регулювання, стабілізацію або підвищення допустимого туристичного навантаження, його розподіл по сезонам, місяцям протягом року;

- коригування строків туристичного сезону;

- планування заходів з профілактики або усунення порушень, ліквідації негативних наслідків туристичної діяльності, покращення санітарного стану території, відновлення природних ресурсів;

- внесення змін в програму туристично-екскурсійної діяльності (у випадку її значного впливу на НПС).

5. Залучення еколого-орієнтованих інвестицій (як з боку держави так і від іноземних інвесторів).

Організацією заходу повинні займатися спеціально обрані (призначені) кваліфіковані особи з штату місцевих адміністрацій і туристичних об'єктів. Отримані кошти дозволять більш ефективно проводити природоохоронні заходи, розширювати спектр надання еколого-туристичних послуг. На основі цього можливим буде проведення розрахунків стосовно терміну окупності від отриманих інвестицій (коштів) та величину економічного прибутку, який з часом може отримати відповідний туристичний регіон.

6. Дотримання та введення в практику основних стандартів в сфері туристичної діяльності.

Дотримання стандартів у сфері туристичних послуг повинно підвищити рівень якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів; забезпечити безпеку об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф або інших надзвичайних ситуацій. Тому для виконання вище поставлених вимог, необхідно дотримуватись наступних стандартів, прийнятих в Україні у сфері туризму:

- Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1-95 “Проектування туристичних послуг”, який встановлює порядок розробки документації при проектуванні туристичних послуг і призначений для підприємств, установ різних організаційно-правових форм і громадян-підприємців, котрі надають туристичні послуги. Він надає можливість якісно спроектувати туристичну екскурсію, як пізнавальну одноденну (без ночівлі) форму відпочинку.

- Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 “Загальні вимоги до туристично-екскурсійного обслуговування”. Ним встановлені обов'язкові і рекомендаційні вимоги до якості туристичних послуг, які надають

туристичні підприємства незалежно від їх відомчої приналежності і організаційно-правової форми.

- Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.3-95 “Вимоги щодо забезпечення безпеки туристів і екскурсантів”. Цим стандартом установлені вимоги до туристичних та екскурсійних послуг, які забезпечують безпеку життя і здоров’я туристів, методи їх контролю. Він потрібний для виконання цілей обов’язкової сертифікації туристичних послуг.

- Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.4-95 “Класифікація готелів”. Даний стандарт встановлює класифікацію готелів (мотелів) різних організаційно-правових форм з кількістю номерів не менше 10.

- Міжнародні стандарти ISO14000 в сфері екологічного менеджменту. На відмін від багатьох інших природоохоронних стандартів, вони орієнтовані не на кількісні параметри (об’єми викидів, скидів, концентрації речовин тощо) і не на технології. Основним предметом серії стандартів ISO14000 є система екологічного менеджменту, яку доцільно застосовувати в туристичній сфері також.

- ДСТУ ISO 14004:2006. Системи екологічного управління. Загальні настанови щодо принципів, систем та засобів забезпечення (ISO 14004:2004, IDT).

- ДСТУ ISO 14020:2003. Екологічні маркування та декларації. Загальні принципи (ISO 14020:2000, IDT).

7. Використання ресурсозберігаючих технологій в закладах обслуговування та розміщення туристів.

Відомо, що створення туристичного продукту потребує використання значних об’ємів як природних, так і енергетичних ресурсів. Саме тому і постає питання щодо раціонального споживання останніх, мінімізації впливів енергетичного комплексу на довкілля за рахунок переходу до використання енерго та ресурсозберігаючих технологій, а також альтернативних джерел енергії (енергії сонця, вітру, потенційної енергії Землі тощо) в туристичній галузі.

Застосування на практиці енерго- та ресурсозберігаючих технологій дозволить поліпшити екологічний стан регіону, зменшити впливи на природні об'єкти та мінімізувати споживання традиційних(нерідко невідновних) джерел енергії. Саме за рахунок даних технологій, Україна може зменшити свою енергетичну залежність, забезпечити охорону навколишнього середовища та створити необхідні умови для входження до європейської спільноти.

8.Розробка екологічних паспортів територій та об'єктів туристичної зацікавленості.

Важливий захід, який значно підвищить рівень екологічного контролю і безпеки. За рахунок цього можливим стане проведення дієвих природоохоронних заходів по виявленню потенційних та наявних джерел впливів; здійсненню постійних спостережень за станом довкілля та його змінами; встановленню відповідних правових норм і правил раціонального користування природними ресурсами та видів відповідальності за їх порушення.

3.3. Можливості екологізації підприємств готельно-ресторанного господарства

На сьогодні у світі склалася потужна система засобів розміщення, яка сформувала матеріально-технічну основу індустрії туризму – готельне господарство. Це тисячі підприємств по всьому світу, об'єднаних спільною метою – забезпечити туристів необхідними та бажаними послугами. У цих умовах нагально постає проблема пошуку нових шляхів розвитку ринку готельних послуг, що й підтверджує актуальність досліджуваної теми.

Однією з інноваційних тенденцій розвитку готельного господарства як в Україні, так і в усьому світі є орієнтація на екологічність. Сьогодні дедалі

більшої популярності набуває рух за охорону навколишнього середовища. Піклуючись про екологічну рівновагу, люди дедалі частіше змінюють свої звички й уподобання. Готелі теж залучені в цей процес і намагаються в міру можливостей відповідати поняттю "еко-готель". Еко-готелі – заклади гостинності, які функціонують за принципом гармонійного сусідства з природою, не забруднюючи навколишнього середовища. Упровадження в готелях інноваційних екологічних технологій має на меті збереження часу, грошей та енергії. Не дивно, що шлях до них лежить через використання природної енергії. Програма "екологія в готелі" не завжди потребує прийняття радикальних рішень – важливі будь-які дрібниці: автоматична сантехніка на інфрачервоних променях, електричні мильниці. При цьому "екологічна програма" не досягне своєї мети, якщо не буде організоване письмове "виховання" гостей. Наприклад, заклик до клієнтів "не кидати на підлогу рушник, якщо він ще використовуватиметься" допомагає заощадити не тільки воду й електроенергію, а й третину рушників, які перуть щодня, продовжуючи термін їхнього "життя".[67]

Сьогодні у світі нараховується близько 4 тис. готелів, які в той чи інший спосіб намагаються знизити рівень шкоди довкіллю. Для деяких готелів екологія перетворилася на концепцію їх діяльності. Останні кілька років готельний ринок України активно розвивається. Багато готелів було побудовано та відреставровано під час підготовки до Євро-2012, але незважаючи на це, еко-готелів в Україні не вистачає. Проте, на жаль, в Україні недостатньо готелів, побудованих за екологічними стандартами. Навіть серед номінантів першої національної професійної премії у сфері гостинності України Hospitality Awards не було жодного, хто будував свої об'єкти повністю за екологічними стандартами.[68]

Екологічна діяльність готелю ґрунтується на 12 основних критеріях, розроблених міжнародним комітетом. Також до міжнародної системи оцінки національним представником у кожній країні додаються національні

критерії, які враховують місцеві особливості, але не повинні суперечити міжнародним стандартам.

До основних показників, які характеризують екологічність підприємств готельного господарства, відносять: споживання води; споживання енергії; атмосферні викиди, спричинені споживанням енергії; використання природних ресурсів (вплив на довкілля, спричинений обсягом спожитого паперу, канцелярського приладдя, мийних засобів, обладнання та інших матеріалів; структура використання відновлюваних/невідновлюваних ресурсів, використанням сировини); вплив хімічних засобів на довкілля та здоров'я; викиди до атмосфери; викиди у воду; обсяг відходів; пожежі, аварії та інші надзвичайні ситуації; вплив транспорту на довкілля.

За кордоном існують й додаткові показники екологізації засобів розміщення: використання нетоксичних мийних засобів та прального порошку; виготовлення на 100 % з бавовни рушників і напирників; обмеження паління на території підприємства готельного господарства; використання відновлюваних джерел енергії; устаткування із перероблення відходів; можливість гостей відмовитись від заміни використаних рушників для економії споживання води; енергоощадне освітлення; надання еко-автомобілів для перевезення гостей з місця прибуття чи в інших цілях; використання власне вирощених або місцевих продуктів для організації харчування відвідувачів; можливість використання одноразового посуду; повторне використання води з кухонь, номерів та інших приміщень для саду та ландшафтного дизайну.[67]

15 березня 2011 р. відбулася презентація міжнародної програми екологічної сертифікації готелів і курортів Green Key ("Зелений Ключ"), під час якої нагородили перший в Україні еко-сертифікований готель – Radisson Blu у Києві. Програма Green Key є одним із п'яти проектів міжнародної недержавної, незалежної організації Foundation for Environmental Education, яка розміщена в Данії. Сьогодні саме Green Key займається найактивніше екологічною сертифікацією підприємств готельного господарства в Україні.

Green Key є міжнародною екологічною сертифікацією готелів та туристичних об'єктів, яка відзначає їх відповідальне та дбайливе ставлення до навколишнього середовища та активну участь у соціальному житті. Одними з переваг еко-сертифікації Green Key ("Зелений Ключ") є її непричетність до професійних або ділових структур, яка гарантує готелю неупереджене та незалежне оцінювання третьою стороною. Для отримання "Зеленого Ключа" готель повинен дотримуватися низки вимог щодо питань екологічного менеджменту, моніторингу та зменшення використання електроенергії, економного споживання водних ресурсів, сортування, перероблення та утилізації відходів, участь у соціальному житті міста. Значною перевагою саме еко-сертифікації Green Key є наявність критеріїв, спрямованих на екологічне навчання, формування дружньої до довкілля свідомості гостей, працівників і постачальників готелю.[68] Станом на кінець 2013 р., 12 українських готелів отримали еко-сертифікат (табл.).

Табл. Засоби розміщення України, які отримали еко-сертифікат Green Key

| Місто | Підприємство готельного господарства |
|-----------------|---|
| Київ | Radisson Blu Hotel; Maison Blanche; Maison Blanche (Mytnitsa); Rus Accord Hotel; Баккара Арт-готель |
| Львів | Reikartz Dworzec Lviv; Reikartz Medievale Lviv; |
| Дністер | Прем'єр Готель |
| Миколаїв | Reikartz Рівер Миколаїв |
| Запоріжжя | Reikartz Запоріжжя |
| Дніпропетровськ | Reikartz Дніпропетровськ |
| Харків | Reikartz Харків |

Проаналізувавши табл., бачимо, що рівно половина із сертифікованих еко-готелів належить українській мережі REIKARTZ HOTEL GROUP, з чого можемо зробити висновок, що готельна мережа використовує інноваційні

підходи ведення бізнесу. Загалом, відповідно до програми сертифікації Green Key, найбільша кількість еко-готелів у світі нараховується у Франції – 226, на другому місці – Данія, на третьому – Німеччина. Україна випереджає Грецію, Італію, Латвію і посідає четверте місце за кількістю еко-готелів.

Результати проведеного аналізу дають змогу зробити висновок, що на сьогодні екологізація готельної індустрії стрімко розвивається у світі та в Україні зокрема. Дедалі більше готелів намагаються використовувати екологічно безпечні матеріали в інтер'єрі та обладнанні, застосовувати "безвідходні" технології, екологічно чисті продукти і напої у ресторані. Для деяких готелів екологія перетворилася на концепцію їх діяльності, позитивними наслідками якої є скорочення собівартості готельних послуг, підвищення туристичної привабливості готелю, надає конкурентні переваги на туристичному ринку, підприємства готельного господарства України наближаються до європейського рівня.

За умов чинного законодавства підприємства України повинні так організувати свою діяльність, щоб вона відповідала основним принципам охорони навколишнього природного середовища, визначених статтею 3 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища»: пріоритетність вимог екологічної безпеки, обов'язковість додержання екологічних стандартів, нормативів та лімітів використання природних ресурсів при здійсненні господарської, управлінської та іншої діяльності; гарантування екологічно безпечного середовища для життя і здоров'я людей; запобіжний характер заходів щодо охорони навколишнього природного середовища; екологізація матеріального виробництва на основі комплексності рішень з питань охорони навколишнього природного середовища, використання та відтворення відновлюваних природних ресурсів, широкого впровадження новітніх технологій; збереження просторової та видової різноманітності і цілісності природних об'єктів і комплексів; науково обґрунтоване узгодження екологічних, економічних та соціальних інтересів суспільства на основі поєднання міждисциплінарних

знань екологічних, соціальних, природничих і технічних наук та прогнозування стану навколишнього природного середовища; обов'язковість екологічної експертизи; гласність і демократизм при прийнятті рішень, реалізація яких впливає на стан навколишнього природного середовища; науково обґрунтоване нормування впливу господарської та іншої діяльності на навколишнє природне середовище; безплатність загального та платність спеціального використання природних ресурсів для господарської діяльності; стягнення збору за забруднення навколишнього природного середовища та погіршення якості природних ресурсів, компенсація шкоди, заподіяної порушенням законодавства про охорону навколишнього природного середовища.

Екологічний контроль завжди здійснюється з урахуванням наявності відповідної нормативно-технічної документації, відсутність якої є порушенням екологічного законодавства, та несе за собою адміністративну або кримінальну відповідальність. Екологічний контроль за підприємствами ресторанного бізнесу здійснюється представниками екологічного нагляду, у відповідності до закону «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності.» При проведенні перевірки враховується наявність на підприємстві відповідних дозвільних документів з екологічних питань (викиди в атмосферу, розміщення твердих побутових відходів та відходів виробництва, скиду стічних вод в міські мережі каналізації). При візуальному огляді виробничих підрозділів встановлюється відповідність ведення технологічного процесу вимогам проектно-кошторисної документації та статистичній звітності по використаним природним ресурсам. В разі виявлення порушень будь-якої із норм передбачених законодавством, до керівника застосовуються адміністративно-запобіжні заходи та надаються відповідні рекомендації по усуненню виявлених порушень.

Основними напрямками екологічного контролю є:

- 1) контроль дотримання підприємством чинного законодавства в екологічній сфері;
- 2) оцінювання екологічних зобов'язань підприємства та контроль повноти їх відображення у звітності;
- 3) контроль правильності визначення підприємством платежів за лімітне та понадлімітне забруднення навколишнього середовища;
- 4) перевірка наявності та сплати екологічних штрафів та інших санкцій;
- 5) контроль повноти та достатності фінансування заходів для підтримання екологічної безпеки підприємства на необхідному рівні фактичних витрат на охорону навколишнього середовища;
- 6) перевірка розрахунку витрат щодо зниження рівня екологічної небезпеки;
- 7) оцінювання впливу екологічних проблем на безперервність діяльності підприємства та можливість його подальшого функціонування у найближчому майбутньому;
- 8) отримання інформації від юриста про наявність претензій та судових позовів, пов'язаних з екологічними питаннями;
- 9) перевірка правильності розрахунку та повноти сплати збору за забруднення навколишнього природного середовища та інших обов'язкових екоплатежів;
- 10) перевірка наявності в підприємства екологічних ліцензій (дозволів) на ті види діяльності, які визначені чинним законодавством;
- 11) контроль повноти розкриття необхідної інформації з екологічних питань у Примітках до фінансової звітності.

Екологічний контроль підприємства в першу чергу включає в себе екологічний огляд закладу. Огляд враховує всі основні й допоміжні види діяльності підприємства та, в разі необхідності, його продукцію і послуги. Особлива увага має приділятися тим видам діяльності, які мають суттєвий вплив на довкілля. Ґрунтуючись на результатах екологічного огляду, працівники, в обов'язки котрих входять екологічні питання, визначають

сфери, що потребують першочергового втручання. При цьому увага має бути сфокусована на тих сферах діяльності, які можуть забезпечити найбільше збереження ресурсів та скорочення впливу підприємства на довкілля. Збереження ресурсів сприяє покращенню як екологічних, так і економічних показників діяльності підприємства, а також поліпшує його репутацію. Чим більш деталізованим є облік споживання та витрат, тим більше можливостей для збереження ресурсів. Наприклад, якщо підприємство має кілька окремих лічильників для води замість одного головного, то легше можна визначити ті сегменти, де є надмірне споживання. Як правило, інформацію про використання ресурсів можна отримати у бухгалтерії. Бухгалтерія зазвичай має дані про споживання електроенергії та води, про використання споживчих матеріалів (таких, як миючі засоби тощо), про управління відходами. Суттєвою частиною екологічного огляду є виявлення областей де бізнес може скоротити споживання ресурсів.

Екологічний огляд виявляє стан відповідних екологічних складових та визначає навантаження на навколишнє середовище, що призводять до значних впливів на довкілля. Навантаження на навколишнє середовище можуть знаходитися на вході (споживання енергії або води) та на виході (відходи, шум) діяльності підприємства, що впливає на навколишнє середовище. Фактично кожен вид діяльності має певний вплив на довкілля, буде це миття рук чи надання послуг. Досвід показує, що значна частина екологічних аспектів діяльності готелів та ресторанів прямо пов'язана із статтями витрат бізнесу: споживання електроенергії, споживання тепла, споживання води, відходи.

Крім того, питання репутації підприємства (відгуки клієнтів, думка партнерів по бізнесу або місцевої громади) також є важливими. Результати екологічного огляду стають основою для розробки екологічної політики: підприємство формулює свої екологічні принципи та наміри, описує основні екологічні цілі й задачі. Екологічна політика є основою для всіх видів екологічної діяльності підприємства, впливає на його сучасний та

запланований розвиток. Вона зазвичай передбачає зобов'язання по скороченню впливу на довкілля відповідно до вимог чинного законодавства й нормативних актів.

Екологічними цілями підприємства є специфічні задачі, котрі мають бути вирішені у конкретній області та у конкретні терміни для того, щоб покращити екологічну ситуацію. Наприклад, підприємство, яке розглядає використання хімічних речовин (таких, як миючі засоби) як аспект, що спричиняє значний вплив на довкілля, може мати за ціль покращення хімічних характеристик стічної води. Методи досягнення такої мети можуть включати обмеження використання хімічних засобів, заміну їх на більш екологічно дружні хімічні засоби, встановлення або вдосконалення очисного обладнання тощо. Приклад конкретних та вимірних екологічних цілей: після проведення екологічного огляду ресторан вирішив скоротити вміст жирів та миючих засобів у стічних водах, які скидаються в міську мережу каналізації. Для виконання поставленої цілі, заклад закупив сучасні фільтри для очищення стічних вод.

Ресторан з концепцією «все тільки виключно за правилами екології».

Наприклад, екологічний ресторан Gather заснований на цій концепції. Знаходиться в серці Каліфорнії — в місті Берклі (Berkeley). Ідея екологічного ресторану належить Ніколь Сіллапер. Ресторан знаходиться в одному з найбільш екологічних будівель — TheDavidBrowerCenter. В якому сенсі екологічних? У всіх сенсах. Починаючи з будматеріалів і закінчуючи пропонованим меню.

Відомо, що виробництво тих чи інших харчових продуктів — це цілий процес, який включає в себе їх транспортування. А це значить, що під час доставки продуктів, засіб пересування буде забруднювати повітря. Так ось, в екологічному ресторані Gather для приготування страв використовують лише продукти харчування з місцевих ферм. Таким чином, вбито відразу два зайці — повітря не забруднюється, плюс підтримка місцевого сільського господарства, а значить економіки штату.

Також всі меблі в екологічному ресторані виготовлені з перероблених матеріалів, що підлягають подальшій переробці. Наприклад, плетені дерев'яні стільці, обтягнуті шкірою з старого одягу, або столи, зроблені зі старих шкільних парт. Старі речі в цьому екологічному ресторані отримують нове життя. І створюють вони дуже приємну, затишну і теплу атмосферу. Між іншим, досить-таки незвичну і цікаву. Вельми цікаво розгадувати, а з чого був зроблений той або інший предмет інтер'єру в цьому ресторані. І, звичайно ж, подібного роду екологічний ресторан приверне не тільки цінителів і любителів затишних закладів, а й затятих захисників нашої планети.

3.4. Розробка бізнес-плану «Організація комплексного туристичного обслуговування в сфері сільського (агро) туризму»

Організаційно-правова форма: ПП (приватний підприємець).

Вартість проекту: 75 тисяч гривень (сума необхідна для організації підприємницької діяльності).

1. Сутність майбутнього проекту. Сільський та агротуризм –одні із напрямків відпочинку та організації дозвілля в сільській місцевості, під час якого туристи обов'язково проживають в сільській агросадибі, ведуть сільський спосіб життя, допомагають господарям у веденні сільськогосподарських робіт та догляді за тваринами, знайомляться з традиціями та обрядами тощо. Туристи мають змогу відчутти смак сільського життя, насолодитись відпочинком у тиші та спокої.

Продукція – заплановані обсяги виробництва та реалізації.

Метою проекту є розвиток сільського й аграрного туризму, створення в регіоні сільської агросадиби для організації відпочинку та дозвілля туристів, гостей регіону на комерційній основі.

Розвиток туризму планується реалізувати на базі двокімнатного сільського будиночку, в якому створені всі необхідні умови для прийому та проживання туристів. Також є місце для паркування машин, гарний під'їзд до будинку. Садиба ізольована від самого села, знаходиться поблизу лісу та невеличкого озера.

Для забезпечення різноманітного відпочинку відпочиваючих, проектом передбачається створення єдиного комплексу послуг, які включають в себе:

- купання та риболовля в озері;
- екскурсійні пішохідні та кінні прогулянки лісом, навколо озера (одноденні та багатоденні з ночівлею);
- організація збору грибів, лісових ягід, рослин та польових квітів;
- послуги сауни та бані;
- організація пікніку на природі;
- участь в сільськогосподарських роботах (доїння та годівля корови заготівля сіна, догляд за городом, кормління курей, збір яєць тощо);
- знайомство з місцевими обрядами та звичаями.

2. Промисловий план.

Опис промислового процесу.

Організація прийому туристів, їх розміщення та харчування в агросадибі. Проведення з відпочиваючими розважальних та інформативних заходів. Забезпечення харчування лише власноруч вирощеними, екологічно чистими продуктами.

З метою організації знайомства з регіоном планується організація екскурсії по місцевим пам'яткам історії та культури.

3. Фінансовий план .

Джерело фінансування та їх використання на підприємницьку діяльність.

Для започаткування бізнесу необхідні затрати на будівництво сауни та бані, купівлю необхідного інвентарю, обладнання та рекламу. Джерелами фінансування для відкриття даного бізнесу мають бути:

- субсидії від держави у розмірі 58 800 гривень;
- особисті кошти у розмірі 16 200 гривень.

В таблиці детально показані затрати на реалізацію даного проекту у гривнях, також показано на що конкретно будуть витрачені кошти, отримані від держави.

Таблиця 3.

Затрати на реалізацію проекту

| Найменування сировини/обладнання | Кількість | Ціна за одиниц | Оплата за рахунок субсидії | Оплата за рахунок власних кошті |
|----------------------------------|--------------------|----------------|----------------------------|---------------------------------|
| Брус | 6,5 м ³ | 5800 | 36800 | 900 |
| Пиломатеріал | 4 м ³ | 5500 | 2200 | - |
| Шифер | 10 листів | 240 | - | 2400 |
| Цемент | 4 мішки | 250 | - | 1000 |
| Фарба | 10 кг | 140 | - | 1400 |
| Фарба | 2 кг | 250 | - | 500 |
| Посуд | комплект | 2000 | - | 2000 |
| М'який інвентар | комплект | 2000 | - | 2000 |
| Реклама | - | - | - | 6000 |
| Всього | - | - | 58800 | 16200 |
| | 75 000 гривень | | | |

ВИСНОВКИ

Подальший розвиток туристичної інфраструктури і подолання несприятливих прогнозів можливі за умов урахування таких рекомендацій:

1) оптимізація індексів споживчих цін на послуги відпочинку, культури, транспорту, розміщення та харчування;

2) підвищення реальних доходів населення;

3) стимулювання кінцевих споживчих витрат домогосподарств України;

4) створення сучасної геоінформаційної системи «Туризм регіону» та маркетингової і PR-служб у сфері туристичного бізнесу при обласній, районних та міських радах кожного регіону;

5) вирішення проблем використання наявної туристичної інфраструктури шляхом:

– модернізації застарілої матеріально-технічної бази (більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку та туристичних баз будувались за проектами, що сьогодні не відповідають міжнародним стандартам);

– підвищення фінансування державних закладів культури;

– залучення приватного сектора, особливо в сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та сільського зеленого туризму;

– організація приміських зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон загальнодержавного та місцевого значення;

– підвищення кількості підприємств та персоналу в туризмі, якості обслуговування;

– відповідності транспортних шляхів України міжнародним вимогам;

– здійснення перевезень швидко, безпечно, надійно, комфортно;

– розвитку системи зв'язку і комунікацій, функціонування служб сервісу громадського харчування, побутового, культурно-розважального обслуговування.

Для формування позитивного сприйняття України як сукупності привабливих туристичних регіонів потрібні значні маркетингові зусилля, які необхідно спрямувати на поглиблення маркетингових досліджень у сфері туризму, стимулювання розвитку інфраструктури туризму шляхом залучення вітчизняних та іноземних інвестицій для реконструкції, вдосконалення системи інформаційного забезпечення, будівництва туристичних об'єктів.

Однією з інноваційних тенденцій розвитку як туристичного бізнесу так і його інфраструктури як в Україні, так і в усьому світі є орієнтація на екологічність. Сьогодні дедалі більшої популярності набуває рух за охорону навколишнього середовища. Піклуючись про екологічну рівновагу, люди дедалі частіше змінюють свої звички й уподобання.

Більшість сучасних видів туризму є екологічно небезпечними для довкілля, викликаючи ряд незворотних змін у природних екосистемах. Поєднуючи інформацію про впливи різних видів туризму на навколишнє середовище, розроблено узагальнюючу схему, яка чітко визначає для кожного з них відповідні шляхи екологізації туристичної діяльності.

Загальні шляхи екологізації туристичної діяльності:

- здійснення заходів по зниженню хімічного забруднення;
- проведення контролю за шумовим забрудненням, визначення допустимих рівнів шумів;
- модернізація транспортних засобів;
- використання екологічно чистих видів транспорту;
- регулювання та організація збору та вивезення сміття;
- організація екоосвітніх програм;
- проведення моніторингу за станом компонентів навколишнього середовища;
- здійснення консультацій з екологічної естетики та поведінки для туристів;
- встановлення відповідальності за порушення законодавства;
- контроль за концентрацією туристичних потоків;

- підготовка кваліфікованих фахівців – гідів з екологічною освітою;
- розробка екологічного паспорту території;
- організація ефективного екологічного менеджменту і управління.

В Україні державне регулювання екологізацією туризму повинно реалізуватись шляхом економічного, правового й адміністративного впливу через нормативно-правові акти; державні та міждержавні стандарти; ліцензування окремих видів діяльності; державні цільові програми й плани; фінансово-податкове, грошово-кредитне, тарифне регулювання; інвестиційну, антимонопольну, соціальну, екологічну політику тощо.

Екологізація туристичної діяльності та туристичної інфраструктури повинні стати пріоритетним завданням на державному й регіональному рівнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Онисько М. Б. Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії [Електронний ресурс] / М. Б. Онисько. – Режим доступу : <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html>
2. Туризм и отдых в Украине-2012: мечты и реальность [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://rb.com.ua/rus/marketing/tendency/8538/>.
3. Державне агенство України з туризму і курортів. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/>.
4. Зубик О. Імідж України: погляд із-за меж [Електронний ресурс] / Ольга Зубик. – Режим доступу : <http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php>.
5. Міжнародний імідж України: міфи та реалії [Електронний ресурс] / Український центр економічних та політичних досліджень імені О. Разумкова. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/ukr/journal_pos.php?y=2000&cat=3&pos=5.
6. Управління регіональним розвитком туризму: навч посібник/за ред. В.Ф.Семенова.– Одеса-Сімферополь:ВД»: Аріал, 2012.-340с.
7. Програма розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області на 2011-2015 роки. Сайт Управління культури і туризму, національностей та релігій Одеської обласної державної адміністрації [Электронный ресурс]. – режим доступа <http://culture.odessa.gov.ua/turizm-rekreasya/turistichnij-potencal-oblast/>.
8. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация// Массовая культура: современные западные исследования.- М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры». 2005. С. 137.
9. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества.- М.: Весь мир. 2004. – 188 с.

10. Туристична діяльність в Україні у 2014 році : Стат. Бюлетень / Відп. за випуск О.О. Карамзіна. – К. : Державна служба статистики України, 2015. – 76

11. Пацюк В.С. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні [Електронний ресурс] / В.С. Пацюк – Режим доступу до ресурсу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrialnuu%20tyruzum.pdf.

12. Чудновский А.Д. Туризм и компьютерные системы бронирования: учебн. пособие // А.Д. Чудновский. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». 2007. – 400 с.

13. Данильчук В.Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий: монографія / В.Ф. Данильчук. – НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2006. – 240 с.

14. Иванова В.М. Туризм: основы, направления, структура / В.М. Иванова. – М.: ИД «Феникс», 2008. – 265 с.

15. Афанасьев О.Є. Промисловий туризм на Дніпропетровщині: напрями, перспективи та досвід використання: матеріали обласної відкритої туристсько-краєзнавчої конференції / О.Є. Афанасьев // Минуле, сучасне та майбутнє туризму Дніпропетровщини. – Дніпропетровськ: ДДЮЦМС, 2006. – С. 88-90.

16. Чередниченко О.Ю. Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у східному регіоні України [Електронний ресурс] / О.Ю. Чередниченко. – Режим доступу до ресурсу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Natural/Vetp/2009_28/09cousmp.pdf.

17. Тютюнник Ю.Г. Охрана и заповедание индустриальных ландшафтов / Ю.Г. Тютюнник // География и природные ресурсы. – 2006. – № 2.

18. Визгалов Д.В. Совмещение несовместимого. Промышленный туризм может эффективно работать на благо городов и территорий

[Электронный ресурс] / Д.В. Визгалов. – Режим доступ: http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html.__

19. Кифяк В. Ф. Стратегія розвитку територіальних рекреаційних систем: теорія, методологія, практика : монографія / В. Ф. Кифяк. - Київ; Чернівці : Книги - XXI, 2010.- С. 215-217.

20. Фастовець О. О. Розвиток транспортної системи з найдавніших часів до початку ХХ ст. як чинник виникнення туристичної галузі / О.О.Фастовець // Туристично-краєзнавчі дослідження. - Випуск 4 - К. : Державне підприємство “Національна туристична організація”, 2002. - С. 418-443.

21. Пікулик О. Б. Пріоритетні напрями розвитку транспортної системи Західного регіону України в умовах європейської інтеграції / О. Б. Пікулик О. Б. // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. - 2008. - № 7. - С. 284-291. (Серія : Економічні науки).

22. Ткаченко Н. Ю. Транспортна інфраструктура: сутність, функції та роль у забезпеченні економічних процесів/ Н. Ю. Ткаченко // Вісник ДонДУЕТ. Сер. Екон. науки. - 2006. - №4 (32). - С.56-61.

23. Собкевич О.В., Ємельянова О.Ю. Інвестиційні механізми структурних трансформацій у транспортній галузі. Аналітична записка. [Електронний ресурс] / О.В. Собкевич, О.Ю.Ємельянова // Національний інститут стратегічних досліджень. - Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/995/>.

24. Закон України № 2404-VI “Про державно-приватне партнерство” [Електронний ресурс] : від 1 липня 2010 року. - Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/12134.html>.

25. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Сайт Кабінету Міністрів України. Глава 7. Транспорт [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/publish/article?art_id=246581344.

26. Вишнева Н. Готовность № 1 / Наталья Вишнева, Ростислав Шаправский; [под ред. И. Федоришин и др.] // Статус. Экономические известия. – Киев, 2012. – № 18–20 (240–242). – С. 18–24.

27. Кутецкая Д. Номера не удались / Дарья Кутецкая; [под ред. А. Блинова и др.] //

28. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку : зб. наук. праць / [наук. ред. І. Шевчук та ін.]. – Тернопіль : Тернограф, 2008. – С. 226–227.

29. Шаправский Р. Придорожники / Ростислав Шаправский; [под ред. И. Федоришин и др.] // Статус. Экономические известия. – Киев, 2012. – № 18–20 (240–242). – С. 36–40.

30. [Ю. Масюк ISSN 2078-6441. Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. Випуск 42] 31. Дедовских Е. О., Дроздов А. В., Чижова В. П. Экологический туризм как современная идеология путешествий в природу. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ecodelo.org/329012_что_такое_ekotuzm_sovremennaya_kontseptsiya_ekoturizmaekologicheskii_turizm_kak_sovremen

32. Tourism in vesting in energy and resource efficiency. United Nations Environment Programme. – 2010. [Электронный ресурс]. URL: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biodiv.unwto.org/en>.

33. Білявський Г.О., Падун М.М. Сучасні проблеми ноосферного мислення // Наукові записки КІТЕП. – К., 2010. – С. 67-73.

34. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – Спб.: Герда, 2004. – 192 с.

35. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. Монография. // Ред.-сост. Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева, А. В. Дроздов. – Тула: Гриф и К, 2002. – 284 с.

36. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посібник. К.: Атіка, 2006. – 264 с.

37. Григорьева В. Экологическая сертификации в туризме: примеры из зарубежного опыта // Журнал «Волна». – №45. – 2007. – С. 27-31.
38. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://greenglobe21.com>
39. Нездойминов С. Г. Экологизация туризма как фактор устойчивого развития туристических регионов // Региональные исследования. – №1(43), 2014
40. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mydocx.ru/5-34842.html>
41. Холловой Дж. К. , Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ.изд.К.:Знання, 2007. – 798 с.
42. Круль Г. Я. Основы готельної справи: навч. Посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. - 368 с.
43. Ніколаєв К.Д., Ісаєнко В. М. . Екологізація туристичної галузі, її роль у зменшенні впливу на біорізноманіття та навколишнє середовище // Агроєкологічний журнал, спецвипуск. – К., 2009. -С. 22–23.
44. Ceballos-Lascurain H. The Future of Ecotourism // Mexico journal. 1988. 17 January. P. 13–14.
45. Boo E. Ecotourism Boom: Planning for Development in Management. - Wildlands and Human Needs Technical Paper Series (Paper #2). Washington D.C., U.S.A.: World Wildlife Fund. 1994.
46. Ecotourism Society, 1994. Western D. Defining Ecotourism. In: Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. The Ecotourism Society, North Bennington, USA, 1993.
47. Экотуристский рынок Германии. Специальный доклад ВТО № 10, Мадрид, 2001.
48. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. Монография.//Ред.-сост. Е.Ю. Ледовских, Н.В. Моралева, А.В. Дроздов. Тула, 2002.
49. Сергеева Т.К. Экологический туризм. Учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2004.

50. Севастьянов Д.В. Экологический туризм на Северо-Запад России как фактор устойчивого развития региона.//Туризм и региональное развитие: Сб. науч. тр. Вып. 3. Смоленск, 2004.

51. Мазуров Ю.Л. Экотуризм в России: глобальный контекст и национальные особенности.//Региональные исследования, Смоленск, 2004. № 1 (3).

52. Дроздов А.В. Основы экологического туризма: Учебное пособие / А.В. Дроздов. – М. : Гардарики, 2005. – 271 с.

53. Дмитрук О.Ю. Урбанізація та екологічний туризм: Теорія і практика конструктивно-географічного дослідження: Навчальний посібник. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет» 202. – 76 с.

54. В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / передмова В.М. Литвина. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2006. – 372с.

55. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

56. Департамент туризму в Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=4268f55c-fec7-4d63-b4d3-1a0311a7297b&tag=Turizm>.

57. Корнева Д.А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні / Д.А. Корнева // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 174–180.

58. Герасименко В.Ц. Основи туристичного бізнесу / В.Ц. Герасименко. – Одеса : Черноморье, 1997. – 160 с.

59. Colliers International: с начала года в Киеве выросла стоимость гостиничных номеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.colliers.com/ruua/ukraine/insights/marketnews/2015/2015_04_29_press-release_hotels_rus.

60. Колективні засоби розміщування в Україні у 2015 році: статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2016. – 200 с.

61. Шикіна О. В. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу одеської області / О. В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки – Редакція електронного наукового фахового видання. – Миколаїв, 2016. –

62. Статистичний щорічник України за 2011р [Електроний ресурс]: Держ. служби статистики.- Режим доступу: www. URL: <http://ukrstat.org>.

63. Статистичний бюлетень «Мережа підприємств роздрібної торгівлі та ресторанного господарства» [Електроний ресурс]: Держ. служби статистики.- Режим доступу: www. URL: <http://ukrstat.org>. 6

64. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу України. Іванік О.Л. [Електроний ресурс]: Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського Режим доступу: www. URL: http://www.rusnauka.com/14_APSN_2008/Economics/32215.doc.htm. 7

65. Украинские гостиницы ждет новый порядок присвоения "звезд" [Електроний ресурс]: Ж-л «Компаньон» 11 марта 2013г.- Режим доступу: www. URL: <http://www.companion.ua/articles/content?id=23283>].

67. Кравченко А.І. Особливості організації обслуговування в еко-готелях / А.І. Кравченко, Д.І. Басюк // Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрями розвитку : матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 25-27 березня 2015 р. – К. : Вид-во НУХТ, 2015. – С. 212-213.

67. Гостиничный бизнес. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://prohotelia.com.ua/2013/01/12-events-and-trends-of-2012/>.

68. Green Key. [Electronic resource. – Mode of access <http://www.greenkey.org/Menu/Criteria/>