

Палац юстиції); 2) споруди, які мають архітектурну цінність і туристичну привабливість, у яких навчалися або працювали відомі особистості (наприклад, Чернівецький університет); 3) будинки, в яких мешкали видатні особистості і на фасадах, як правило, встановлені меморіальні дошки з барельєфами, портретами і текстами про них (наприклад, Р.Ф. Кайндль, Г. Дроздовський); 4) костьоли, храми (наприклад, костел Серця Ісуса); 5) пам'ятники (наприклад, австрійському цісарю Францу Йозефу I); 6) соціальні заклади: а) гімназії, училища, інші навчальні заклади, б) німецька бурса, в) лікарні, г) театри, філармонія, д) готелі тощо (наприклад колишня німецька гімназія); 7) знак австрійському місту-побратиму Чернівців – Клагенфурт; 8) Німецькі Народні Доми; 9) вулиці з відповідними назвами (ім. Й. Гете, Ф. Шиллера); 10) музеї (Г.Дроздовського); 11) будинки, в яких розміщувалися: а) німецьке консульство, б) австрійське консульство, в) німецька переселенська комісія тощо.

**Список використаних джерел:**

1. Буковина: історичний нарис [Редкол.: С.С.Костишин (голова) та ін.]. – Чернівці: Зелена Буковина, 1998. – 416 с.
2. Буковина: спільна культурна спадщина / [Ж.Стельмацук, М.Кушнір, М.Шкрібляк, Н.Філатова]. – Чернівці: Місто, 2009. – 198 с.
- 3.Добржанський О. В. Нації та народності Буковини у фондах Державного архіву Чернівецької області (1775 – 1940) / О.В.Добржанський, Н.Б.Масян, М.Д.Никирса. – Чернівці: Золоті литаври, 2003. – 172 с.
- 4.Кайндль Р. Ф. Історія Чернівців / Р.Ф.Кайндль. – Чернівці: Зелена Буковина, 2005. – 300 с.
5. Никирса М. Чернівці. Документальні нариси з історії вулиць і площ / М. Никирса. – Чернівці: Золоті литаври, 2008. – 452 с.
- 6.Скорейко Г.М. Населення Буковини за австрійськими урядовими переписами другої половини XIX – початку XX ст. / Г.М. Скорейко. – Чернівці: Прут, 2002. – 220 с.
7. Старик В. П. Чернівці мультикультурні / В.П.Старик. – Чернівці: Золоті литаври, 2012. – 18 с.

УДК 911.3

**УКРАЇНА НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

**О. В. Заставецька**

Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка,  
м. Тернопіль, Україна

**К. Д. Дударчук**

katka\_tkach@mail.ru

Україна є країною світу з вигідним географічним розташуванням, унікальними природно-рекреаційними ресурсами, багатими історико-культурними пам'ятками, що створюють можливості для розвитку різноманітних видів туризму. Ця галузь є пріоритетною у всіх районах країни і завдяки ефекту мультиплікатора стимулює розвиток понад 30 галузей економіки (легкої і харчової промисловості, будівництва, торгівлі, транспорту, сільського господарства та ін.). Вона також сприяє зайнятості населення, як свідчать дані UNTWTO, перебування 1 іноземного туриста в країні регенерує близько 9 робочих місць.

Україна відноситься до держав світу із ще невисоким рівнем розвитку туризму і несформованим ринком туристичних послуг, ця галузь виробляє близько 2% ВВП, в ній зайнято на постійній основі понад 200 тис. осіб (сезонно – близько 1 млн. осіб). Це є свідченням неналежного використання туристичного потенціалу, неефективного функціонування ринку туристичних послуг, значної потреби у розвитку різних видів внутрішнього і зовнішнього туризму. Причинами такого становища є такі:

- 1) невисокий рівень соціально-економічного розвитку країни, що зумовлює низький рівень і якість життя населення, а це, в свою чергу, невисокий попит на туристичні послуги;
- 2) відсутність економічних механізмів стимулювання розвитку туризму, як самодіяльного, так і індустрії туризму;
- 3) невисокий рівень розвитку сфери гостинності і туристичної інфраструктури загалом;
- 4) відсутність системи моніторингу стану туристичного ринку;
- 5) відсутність обґрунтованої стратегії формування туристичного іміджу країни;
- 6) відсутність системи просування туристичного бренду та комплексного тур продукту на всеукраїнському і міжнародному ринках;
- 7) обмеженість інвестиційної підтримки регіонів та туристичних дестинацій;
- 8) недосконалість оцінки стану туристичних ресурсів та вироблення напрямків їх ефективного використання;

9) відсутність системи наукового прогнозування, напрямків розвитку іноземного туризму з метою закріплення позицій на міжнародному ринку туристичних послуг.

Україна – це країна виїзного туризму. У структурі зарубіжного туризму переважає експорт турпослуг, у ньому бере участь понад 41% від загальної кількості туристів. Більшість туристів у країні – це внутрішні туристи, вони переважно дитячого і молодого віку. Це – наслідок, передусім, впровадження у шкільні програми навчальних екскурсій рідним краєм і Україною загалом. Серед туристів є більшість тих, хто здійснює подорожі з навчально-освітньою метою (пізнавальний туризм). Цьому сприяють наявність майже 10 старовинних містечок, понад 120 оборонних споруд, понад 150 тис. пам'яток історії і культури, заповідних об'єктів, мальовничі ландшафти гірських і рівнинних територій, морських узбереж, густа мережа рік і озер та ін. Ці об'єкти ще недостатньо залучені до міжнародних туристичних процесів через недосконалість законодавчої і нормативно-правової бази, невисокий рівень розвитку туристичної інфраструктури (в т.ч. сфери гостинності і транспорту), незадовільний стан сучасних форм організації ринку (франчайзинг, лізинг тощо), невисоку кількість тур послуг та ін. необхідна розробка обґрунтованої стратегії формування туристично-привабливого іміджу країни, яка б враховувала всі чинники розвитку туристичного ринку. Схему такої стратегії для регіонів України представлено на рис. 1.

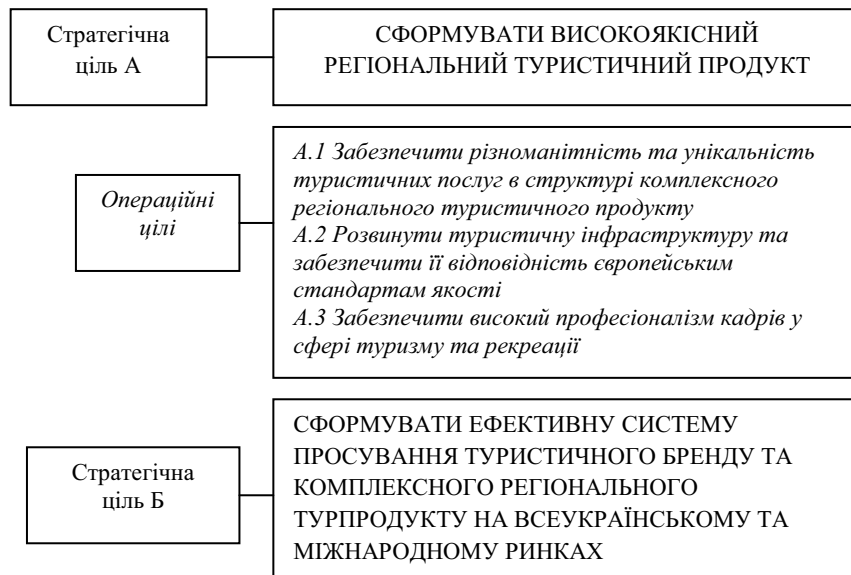
Для кожного регіону вона має бути конкретизована відповідно до його географічного положення, наявності природних, історико-культурних та соціально-економічних туристичних ресурсів, рівня і якості життя населення. Має бути сформований комплексний туристичний продукт регіону на основі власного туристичного потенціалу з врахуванням транспортної інфраструктури та сфери гостинності.

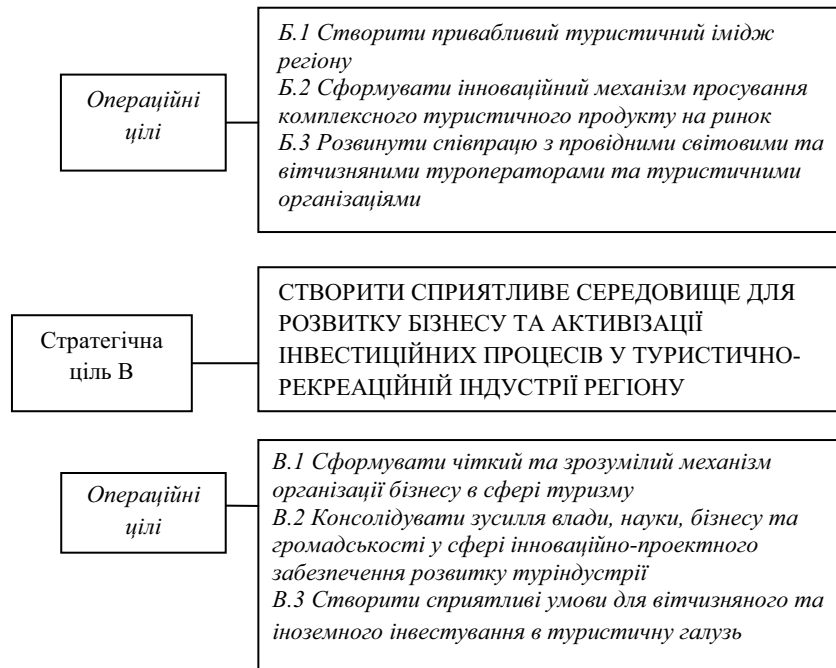
Для Подільського регіону, який має зручне туристично-географічне положення і знаходиться між Карпатами і Придніпров'ям, Поліссям і Причорномор'ям, важливим є створення тур продукту на основі використання природних і історико-культурних ресурсів. Його формують галузі оздоровчого туризму на базі мінеральних ресурсів смт. Сатанів, м. Хмільник, смт. Микулинці, м. Немирів та ін., пізнавальних об'єктів, зокрема ландшафтів Придністер'я, гранітно-степового Побужжя, Кременецького горбогір'я, Медоборів, карстових печер Придністер'я, замкових споруд Поділля та ін. Такий продукт

може бути унікальним і використовуватись як вітчизняними, так і світовими тур операторами за умови розвитку туристичної інфраструктури та забезпечення її відповідності європейським стандартам якості.

На всеукраїнському ринку тур послуг Подільський регіон ще може виділятися ще такими видами туризму, як: сільський зелений (аграрний та екологічний), ностальгійний (сентиментальний), подієвий, спортивний (водний, спелеологічний, пішохідний, велосипедний, кінний), сакральний та ін. Цьому сприяють як сприятливі погодні умови, так і невисокий рівень зайнятості населення, відносна "чистота" довкілля. Наявний в регіоні потенціал навчальних і культурних закладів може бути базою для проведення наукових і освітніх форумів, лідерських та інших програм, тобто для розвитку ділового туризму.

Необхідним є формування економічних механізмів стимулювання розвитку туризму, інвестиційна підтримка туристичних дестинацій та виважена кадрова політика.





**Рис. 1. Стратегічні цілі розвитку туризму у регіонах України**

Важливу роль при цьому повинна відігравати держава, яка попри декларування пріоритету туризму, має здійснювати цілеспрямовану державну підтримку галузі.

Для формування стабільного ринку тур послуг важливо підвищувати якість послуг, що надаються суб'єктами туристичної діяльності, забезпечувати відповідність їх якості і ціни, посилити просування національного турпродукту на ринку туристичних послуг. Тільки ефективне використання туристичного потенціалу та належна реалізація тур послуг сприятиме перетворенню України у туристичну державу. При цьому ще необхідно припинити воєнні дії, які є гальмуючим чинником туристичної діяльності в країні.

УДК 911.3:30/33:338.47(477.81)

### **ТРАНСПОРТНА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ТРАНЗИТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**