

The article investigates the prospects of developing the castle tourism on the territory of the Ternopol region that can boast significant touristic value especially in terms of fortress architecture. The problems of improving the economic situation in the region through the prism of the tourism industry.

Key words: castle tourism, functions of tourism, touristic product, tour.

Надійшла 23.10.2010р.

УДК 338.242

Надія КАЧУРІВСЬКА Богдан КАМІНСЬКИЙ

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто основні теоретико-методологічні аспекти дослідження ринку туристичних послуг Тернопільської області. Визначено основну класифікацію туристичних послуг у зв'язку із роллю кожної послуги у формуванні туристичного продукту регіону. Проведено аналіз туристичного потенціалу Тернопільської області. Визначено роль загальних і регіональних чинників у формуванні ринку туристичних послуг. Здійснено аналіз компонентних та територіальних сегментів ринку туристичних послуг Тернопільської області. Проведено туристичне районування Тернопільської області та здійснено аналіз сучасної та перспективної спеціалізації туристичних районів за особливостями туристичних попиту і пропозиції, рівнем сучасного та можливого споживання туристичних послуг, наявністю туристичних ресурсів.

Ключові слова: туристична послуга, туристичний потенціал, ринок туристичних послуг, туристичний продукт, туристичний потік.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Функціонування ринку туристичних послуг відбувається в умовах різноманітних територіальних спільностей, що накладає відбиток на структуру цього ринку, його внутрішні та зовнішні зв'язки. Територіальна сегментація виробництва і споживання туристичних послуг є основою формування регіональних ринків цих послуг. Такі ринки являють собою географічні та економічні системи, перехрещення ареалів виробничої активності туристичних підприємств та не туристичних підприємств, соціальної активності туристів та довкілля, на основі врівноваження туристичного попиту і пропозиції.

Формулювання цілей статті. Основним товаром на ринку туристичних послуг є туристичний продукт. За рівнем залучення послуг у формування туристичного продукту їх поділяють на основні, допоміжні і супутні. Основні туристичні послуги є попередньо замовленими та оплаченими, а супутні – додатково сприяють задоволенню мети подорожі. Формування регіональних ринків туристичних послуг і їх функціонування відбувається під впливом загальних і регіональних чинників. Загальні чинники визначають особливості державної політики у галузі туристичної діяльності, а регіональні – специфіку формування попиту і пропозиції туристичних послуг у регіоні. Доведено, що найвигіднішими для організації видами туризму у регіоні є сільський зелений, екологічний, паломницький, водний, спелеологічний, лікувально-оздоровчий та екскурсійний. Такі види здатні задовольняти потреби населення в оздоровленні та відпочинку, формуванні ринку конкурентоспроможних на міжнародному рівні туристичних послуг на основі ефективного використання наявних природних та культурно-історичних ресурсів із збереженням чистоти довкілля та забезпечення комплексного розвитку території.

Завдяки вдалому географічному положенню, унікальній флорі та фауні, сприятливим кліматичним умовам, грандіозно великій кількості історико-культурних та природних пам'яток Тернопільська область належить до тих куточків України, які створені для розвитку туристичної галузі. Велика кількість історичних, культурних пам'яток, музеїв відомих діячів кожного року відвідуються все більшою кількістю туристів, яка постійно зростає. Історико-культурний потенціал області має великий, то ж є усі шанси, що туризм тут зазнає найбільшого свого піку.

Виклад основного матеріалу. Регіональний ринок туристичних послуг складається з сукупності територіальних туристичних систем, які об'єднують виробників та споживачів спільною інфраструктурою і туристичними потоками. У Тернопільській області спостерігається значна територіальна диференціація ринку туристичних послуг, що зумовило виділення чотирьох туристичних районів (Північного, Центрального, Західного та Південного). Встановлено, що Північний туристичний район має частково виражену паломницьку та екскурсійну спеціалізацію, перспективними є сільський зелений туризм, лікувально-оздоровчий, сентиментальний, релігійний та екологічний. Західний туристичний район має слабо виражену спеціалізацію на екскурсійному

туризмі внаслідок недостатнього забезпечення об'єктами туристичної інфраструктури. Перспективними є релігійний, сільський зелений, етнографічний та сентиментальний туризм. Південний туристичний район має чітко виражену спеціалізацію на спелеологічному та водному туризмі та частково виражену – на сільському зеленому, лікувально-оздоровчому та рекреаційному, перспективні напрямки розвитку туризму в районі: пізнавальний, екологічний, автомобільний, історичний та науковий. Центральний туристичний район має доволі виражену спеціалізацію на паломницькому, сільському зеленому, лікувально-оздоровчому та рекреаційному, екскурсійному туризмі, перспективними для району є водний, релігійний, сентиментальний, екологічний, автомобільний види туризму. Ринок туристичних послуг Тернопільської області обслуговує потреби внутрішніх та іноземних туристів.

Готельне господарство Тернопільщини представлене різними видами засобів тимчасово розміщених туристів. Хоча готельна інфраструктура бажає бути набагато кращою, проте тут можна зустріти як приватні квартири та садиби, що здаються для розміщення туристів, а також готелі-люкс та готелі певної категорійності. Готельне господарство регіону також представлене приватними садибами для туристів, які нерівномірно поширені на території області.

Ресторанне господарство регіону займає середні місця по оцінці якості послуг та даного обслуговування. До ресторанного господарства Тернопільської області належать: ресторани, бари, кафе, їдальні, піцерії, об'єкти постачання готової їжі. Всього в Тернопільській області станом на 2009 рік зареєстровано 1345 підприємств громадського харчування. Серед них: ресторанів – 60, кафе – 498, барів – 431, їдалень – 356. Загалом одночасно вони можуть обслужити 61388 осіб. Ознайомившись з інфраструктурою туристичного обслуговування Тернопільської області варто сказати, що попри велику кількість об'єктів показу, історико-культурних та природних пам'яток влада Тернопільщини забуває про розвиток супроводжуючих галузей, без яких туризм розвиватися не може. Тому попри розвиток туризму, розробку туристичних маршрутів та екскурсійних програм, особливу увагу варто приділити розвитку та покращенню матеріальної бази, дорожніх шляхів.

Незважаючи на певні досягнення, ситуація в туристичній галузі Тернопільщини не може вважатися задовільною. Найбільшим негативом, який стримує збільшення потоку туристів у регіон, є недостатній розвиток туристичної інфраструктури, включаючи питання реконструкції та будівництва закладів розміщення, ремонту автошляхів, облаштування місць короткочасного відпочинку туристів. Найбільша проблема розвитку туристичного бізнесу на Тернопільщині – відсутність належних закладів комплексного обслуговування туристів: готелів, мотелів, кемпінгів тощо. На дорогах області немає достатньої кількості вказівників, рекламних щитів, які б інформували туристів про туристичні об'єкти. Відсутність належної сервісної інфраструктури не дозволяє туристам перебувати в області довгий час. Особливо це стосується Почаєва. Щодня в це містечко прибуває 40-50 автобусних екскурсійних груп, а в бюджет області від того потрапляють лише незначні кошти. Натомість, руйнуються міські комунікації, дороги, залишається сміття. На Почаєві заробляють туристичні фірми інших регіонів України, а також Росії, Білорусії, Молдови. Прибутки місцевих фірм, порівняно з їхніми, крихітні.

Задля створення готельних комплексів, управління туризму та курортів підтримує будь-яку ініціативу в питаннях відводу земельних ділянок, оформленні дозвільних документів. Такі заклади повинні бути біля усіх туристичних об'єктів, які користуються попитом серед відвідувачів, передусім, біля печер Борівського району. Також гостро стоїть питання і санаторно-курортної галузі. Санаторій "Збруч" у Гусятині не використовує у повній мірі потенціал цієї території. А санаторій "Медобори" через неврегульованість питання власності відштовхує потенційних інвесторів, стоїть недобудованим і поступово руйнується. Ці заклади потребують висококваліфікованих менеджерів, здатних використовувати інноваційні технології, використовувати досвід роботи таких потужних організацій, як ТОВ "Трускавецькурорт". Щоб створити на Тернопільщині сучасну високоприбуткову туристично-рекреаційну індустрію, потрібні чітка стратегія, чимало часу, скоординовані зусилля влади і бізнесу, гігантські капітальні вкладення, енергія місцевих громад. Лише спільними зусиллями усіх гілок влади можна перетворити туристично-рекреаційну галузь області у справді процвітаючу.

Складним залишається питання з утворенням структурних підрозділів з питань туризму у складі райдержадміністрацій. Тільки у трьох районах області при відділах культури є працівник що займається питаннями туризму, у інших районах обов'язки цієї сфери діяльності покладені на відділи культури без надання додаткових штатних одиниць. Фактично у таких районах питання розвитку туристичної галузі залишаються без належної уваги з боку райдержадміністрацій, тут не

забезпечується проведення необхідних аналітичних досліджень потенціалу туристичних можливостей, залишаються безконтрольними туристичні потоки. Діагностика регіональних ринкових процесів має забезпечуватись значним масивом статистичної інформації, отримання якої нині серйозно ускладнене недоліками у системі ведення туристичної статистики та забезпечення відповідними матеріалами потенційних користувачів. Шляхом вирішення цієї проблеми є, на наш погляд, створення системи ринкового моніторингу з елементами економічної діагностики - регіональної туристичної аналітичної системи (РТАС) на таких принципах: взаємозалежності та взаємозумовленості інформаційних потоків з усіх рівнів управління туристичною сферою; періодичності оновлення інформаційного наповнення; цілеспрямованості; сумісності програмного забезпечення; диференційованого доступу до інформаційних ресурсів; наявності єдиного організаційно-технологічного циклу збору, обробки, накопичення, аналізу та розподілу первинної та вторинної інформації та інформаційних потоків. Визначено структуру РТАС, що сприятиме реалізації поставленої мети, включаючи базу узагальнених даних (законодавча та нормативна база, ресурсний паспорт, фактори впливу на ринок, індикатори туристичного та суміжних з ним ринків, тематичні бази даних, інвестиційні проекти), прогноз всіх основних параметрів кон'юнктури та виконані на його основі короткострокові й довгострокові маркетингові плани, архівні файли та розрахунковий блок (рис. 1).

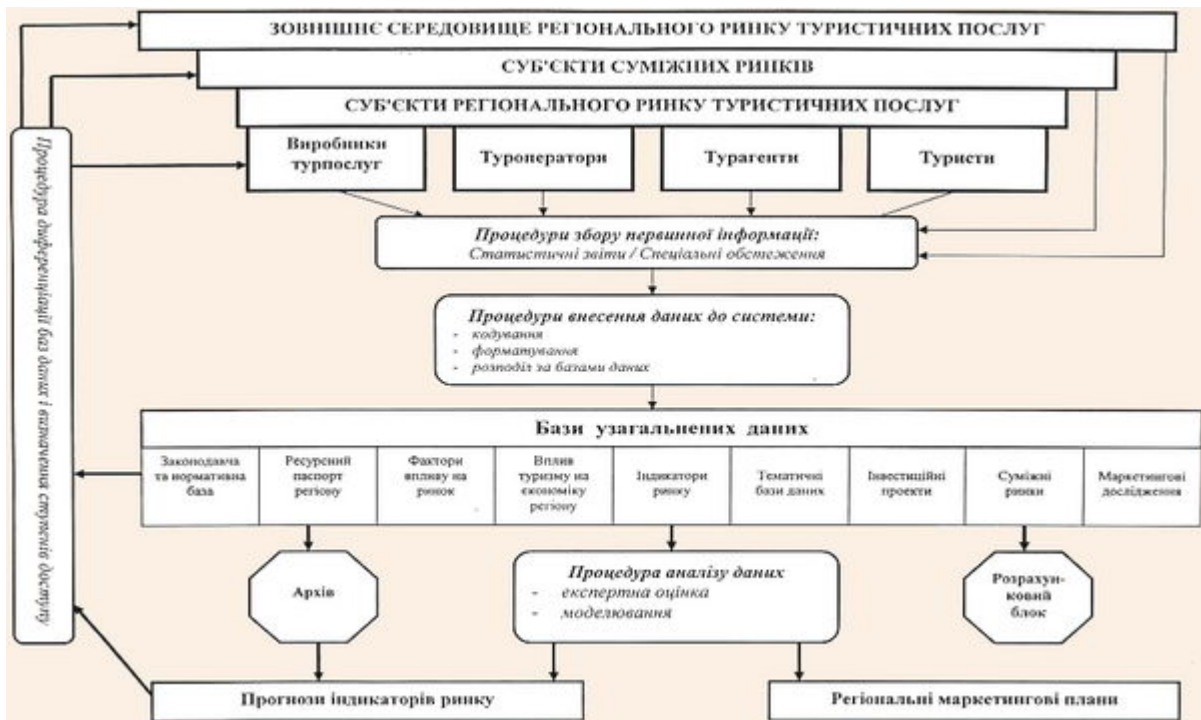


Рис. 1. Схема функціонування регіональної туристичної аналітичної системи (РТАС).

Впровадження РТАС сприятиме зростанню інноваційного потенціалу регіону, активізації конкурентного середовища та, відповідно, ефективності регіонального виробництва, дозволить визначати стратегічні пріоритети як для туристичної сфери регіону в цілому, так і для окремих секторів туристичного бізнесу. Крім того, інформаційна система має сприяти вирішенню таких задач як прогнозування розвитку ринкових процесів у туристичній сфері регіону та регулювання ними через розробку стратегій виходу на конкретні ринки, сценаріїв регіонального туристичного розвитку; створення, вдосконалення та просування місцевого туристичного продукту; попередження структурних і територіальних деформацій регіонального ринку туристичних послуг; розробку прогнозів ринкових процесів на території регіону.

Щоби добитися хоча б такого становлення цієї галузі, як це є вже сьогодні, скажімо, в Івано-Франківській, Закарпатській, Чернівецькій та інших областях, потрібно, щоб всі, починаючи від голови сільської ради і закінчуючи найвищим обласним керівництвом, усвідомили, що треба творити привабливість світові своєю цивілізованістю, діловитістю, сучасним підходом до вирішення проблем. Досвід цих областей показує, що в першу чергу розвиваються ті села і території, де є пряма

зацікавленість голів сільських і селищних рад. Саме вони повинні виступати ініціаторами створення проектів програм розвитку своїх територій, згуртування населення на їх вирішення. Щоб стати успішним туристичним регіоном, область повинна вирізнятися диференційованою пропозицією туристичних продуктів на екологічно чистих територіях, серед яких переважають такі види туризму, як релігійний, водний, пригодницький, екстремальний, культурно-пізнавальний та екскурсійний, лікувально-оздоровчий, сільський зелений, екологічний та діловий туризм. Реалізація наміченого створить умови для перетворення Тернопільщини у край із сучасною туристичною та транспортною інфраструктурою, аеропортом, транзитною територією для туристів, які подорожують західними теренами України.

У зв'язку з багатою ресурсною базою, у всіх районах області можуть розвиватись різноманітні види туризму. Розвиток ринку туристичних послуг Тернопільської області має бути спрямований на збільшення обсягів продаж туристичних послуг за межами м. Тернополя. Необхідне додаткове рекламування та популяризація туристичних об'єктів, формування позитивного іміджу регіону на туристичному ринку держави і Європи. Значним поштовхом для розвитку туризму стане впровадження в роботу туристичних підприємств проектування, будівництво готелів та інших закладів короткотермінового проживання (особливо вздовж автомобільних шляхів), поширення мережі розважальних установ, покращання шляхів, реконструкція історико-культурних об'єктів, музеєфікація замкових споруд та розширення набору туристичних послуг для формування туристичного продукту.

Література:

1. *Забалдіна Ю. Б.* Аналіз процесів регіоналізації ринку туристичних послуг України / *Ю.Б.Забалдіна* // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 197: У 5 т.- Том III. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007.
2. *Рунців О. І.* Соціально-економічні чинники розвитку ринку туристичних послуг Тернопільської області // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки / ред. кол.: *Мельник В.М., Долішній М.І., Жупанський Я.І.* та ін. – сер. геогр. – Луцьк, 2008.

Резюме:

Надежда Качуривская, Богдан Каминский. ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ТЕРНОПОЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ.

В статье рассмотрены основные теоретико-методологические аспекты исследования рынка туристических услуг Тернопольской области. Определена основная классификация туристических услуг в связи с ролью каждой услуги в формировании туристского продукта региона. Проведен анализ туристического потенциала Тернопольской области. Определенно роль общих и региональных факторов в формировании рынка туристических услуг. Осуществлен анализ компонентных и территориальных сегментов рынка туристических услуг Тернопольской области. Проведено туристическое районирование Тернопольской области и осуществлен анализ современной и перспективной специализации туристических районов за особенностями туристических спроса и предложению, уровнем современного и возможного потребления туристических услуг, наличием туристических ресурсов.

Ключевые слова: туристическая услуга, туристический потенциал, рынок туристических услуг, туристический продукт, туристический поток.

Summary:

Nadia Kachurivskaya, Bogdan Kaminski. PROBLEMS OF ORGANIZATION THE TOURIST MARKET IN TERNOPIL REGION.

The article examines the main theoretical aspects of research methodological tourism market in Ternopil region. The basic classification of tourist services in connection with each service's role in shaping the region's tourism product. The analysis of the tourism potential of the Ternopil region. Certainly role of general and regional factors in forming of market tourist services. The analysis of component and territorial segments market tourist services of the Ternopil area is carried out. The tourist districting of the Ternopil area is conducted and the analysis of modern and perspective specialization of tourist districts is carried out after the features tourist demand and supply, level of modern and possible consumption tourist services, presence of tourist resources.

Key words: tourist services, tourist potential, the market of tourist services, tourist product, the tourist flow.

Надійшла 23.10.2010р.