

готельних цін, де ми знаходимося на 115-му місці. Проблема високої вартості цін на проживання в українських готелях та низької якості обслуговування досі залишається невирішеним питанням індустрії туризму.

III. Висновки. Не зважаючи на низьку оцінку конкурентоспроможності вітчизняної індустрії туризму експертами Всесвітнього економічного форуму, Україна має великий потенціал для розвитку цієї галузі народного господарства. Головною метою індустрії туризму в Україні є створення сприятливого організаційно-правового й економічного середовища для розвитку цієї галузі, формування конкурентоспроможного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту на основі використання природного та історико-культурного потенціалу України, забезпечення її соціально-економічних інтересів та екологічної безпеки. Розвитку конкурентоспроможної туристичної індустрії України сприятимуть заходи з диверсифікації туристичних послуг, підвищення завантаженості готелів та покращення туристичної активності у низький сезон, модернізація матеріально-технічної бази санаторіїв та готелів, дотримання екологічного імперативу в курортних місцевостях і на природоохоронних територіях, систематична підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації існуючих кадрів рекреації та туризму (навчання, тренінги, курси, семінари, стажування, учбово-рекламні поїздки тощо), удосконалення існуючої нормативно-правової бази туризму, спрощення візового режиму, процедур прикордонного і митного контролю туристів.

УДК 338.486(477)

Трілленберг Г. І.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ КЛАСТЕРУ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Розкривається сутність туристично-рекреаційного кластеру, його структура та функції, природно-рекреаційний потенціал, місце і роль у задоволенні потреб населення в контексті забезпечення сталого розвитку

Ключові слова: туристично-рекреаційний кластер, продукт, функції, сталий розвиток.

1. *Гаврилюк С. П.* Конкурентоспособность предприятий в сфере туристического бизнеса: [учебное пособие] С. П. Гаврилюк – К.: Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2006. – 180 с.

2. *Любицева О. О.* Рынок туристических услуг. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.

3. *Папирян Г. А.* Международные экономические отношения. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.

4. *Семенов В. Ф., Жигалина М. М.* Методи оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства // Науковий вісник ОДЕУ. – 2010. – № 42. – с. 45-51.

5. Менеджмент туристичної індустрії : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / І. М. Школа, Т. М. Ореховська, І. Д. Козменко, І. Р. Лошенко, Р. В. Кравчук. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 662 с.

6. *Котлер Ф.* Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: [ученик для вузов: пер. с англ.] / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. – М.: Юнити, 2007. – 1071 с.

7. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Managing in a Time of Turbulence. – World Economic Forum. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Competitiveness_Report_2011.pdf

9. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. Managing in a Time of Turbulence. – World Economic Forum. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Competitiveness_Report_2009.pdf

In the article the problem of the low level of competitiveness of the domestic tourism industry has been considered. The main factors, which influence the tourist image of the country, have been analyzed, and recommendations for improvement of the development of tourism in Ukraine have been provided.

I. Актуальність та дослідженість проблеми. Кризові явища, притаманні останнім часом економіці України, вимагають шукати ті напрями економічної діяльності, які можуть сприяти активізації економічного розвитку. Тут особлива роль відводиться туристично-рекреаційній сфері, яка являє собою свого роду кластер, на думку М. Партера. – це сконцентрована за географічним принципом група взаємо-

пов'язаних компаній спеціалізованих поставальників, у тому числі послуг, форм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій у певних областях, конкуруючих, однак, здійснюючих спільну роботу. До речі, до цього часу не існує єдиного, загально визначеного поняття. Скажімо, Янг Лоурен вважає, що кластер – це група компаній, розміщених рядом, чи група компаній, які належать одній і тій же галузі [11].

В. Третяк відмічає, що кластер – це квазіінтегрована структура, що складається із юридично незалежних малих підприємств, у яких відсутній контроль за власністю і зберігається контроль за управлінням активів [7].

Уцілому туристично-рекреаційну сферу економічної діяльності досліджує особливо останнім часом багато науковців. У їх числі – А. Будинівський, А. Івченко, В. Куценко, Т. Марченко, О. Мацюк, О. Пархоменко, М. Погребецький, М. Рудинський, Я. Тимчишин, С. Хвостенко та інші. Проте, не дивлячись на це, туристично-рекреаційний кластер в Україні ще не набув належного дослідження, і використання.

II. Постановка завдання. Тому метою нашого дослідження є пошук шляхів підвищення ролі туристично-рекреаційної сфери діяльності не лише у задоволенні потреб населення, але й у забезпеченні сталого розвитку.

III. Виклад основного матеріалу. Як свідчить статистика, туристично-рекреаційний кластер відноситься до найдинамічніше розвиваючих сфер економічної діяльності. Він включає: туризм, санаторно-курортну сферу, медицину, активний відпочинок, розважальні центри, побутове обслуговування, видавничу сферу для інформаційного забезпечення, центри здорового харчування, виробництво екологічно чистих продуктів, надання оздоровчих послуг, фінансові, будівельні компанії, освітні заклади; лікувально-профілактичні, оздоровчі та заклади і організації відпочинку дітей тощо. Структура туристично-рекреаційного кластера не є незмінною, розширюється обсяг і асортимент послуг, які він надає. Проте, пріоритетними серед них залишається відновлення життєвих сил населення, виховання, задоволення естетичних, історико-культурних, пізнавальних потреб населення.

У світі туристично-рекреаційна діяльність відноситься до найбільш прибуткових і швидко розвиваючих. Створюються нові підприємства для задоволення нових виникаючих рек-

реаційних потреб, відбувається процес ускладнення структури цього кластера у відповідності з диверсифікацією туристично-рекреаційних потреб. Лише туристичний сегмент цього кластера включає діяльність туристичних підприємств по наданню комплексу туристичних послуг і продажу туристичних товарів з метою задоволення потреб людини, що виїжджає у період її мандрів, поїздки тощо. У світі на нього припадає 11% світового валового національного продукту; 7% світових інвестицій, кожне 16-е робоче місце, 11% світових споживчих витрат, 5% податкових надходжень тощо.

В Україні туризм розвивається з 60 років минулого століття, однак до цього часу він не набув активного розвитку, не дивлячись на те, що у світі він визнаний важливим чинником поживлення економіки. На кожен долар витрат на розвиток цієї сфери у світі отримують 7-8 дол. прибутку, а кожне робоче місце тут потребує створення додатково 4 робочих місць у суміжних галузях. У більше, ніж 80% країнах світу туризм входить у першу п'ятірку провідних статей експорту, а у 40% – туризм є основним донором надходжень іноземної валюти. Скажімо, у США, Франції, Італії туризм щорічно приносить до 10% ВВП, інвестицій, всіх робочих місць і споживчих витрат.

В Україні, за даними офіційної статистики, на кожен долар, оплачений туристом фірми, припадає 7 дол., які він витрачає у місцях перебування додатково на придбання сувенірів, книг тощо. Таким чином, завдяки розвитку туристично-рекреаційного кластера в економіку країни „вливаються” додаткові послуги, а сам кластер набув дійсно масового соціального характеру.

Все це говорить про те, наскільки важливим чинником розвитку економіки в цілому є туристично-рекреаційний її сегмент. Разом із тим його розвиток веде до гармонізації відносин між різними країнами і народами, сприяє збереженню та оздоровленню навколишнього середовища. Головною ж метою розвитку туристично-рекреаційного кластера є задоволення потреби населення у матеріальних і нематеріальних послугах, забезпечення людини повноцінним і раціональним відпочинком, сприяння зміцненню здоров'я людини (фізичного, психічного та інтелектуального).

Туристично-рекреаційна діяльність тісно пов'язана з наявністю відповідних ресурсів. Україна як туристично-рекреаційна дистанція

володіє значними ресурсами і туристично-рекреаційним потенціалом. За даними офіційної статистики, курортні та рекреаційні території в нашій країні складають 15% території. Тут знаходиться багата й цікава історична спадщина. Лише під охороною держави в Україні перебуває більше 140 тис. нерухомих пам'яток історії та культури, зокрема: 64 тис. пам'яток археології, більше 54 тис. пам'яток історії; близько 7 тис. пам'яток монументального мистецтва; майже 16 тис. пам'яток містобудування та архітектури тощо.

Сприятливими в Україні є і кліматичні умови (достатньо тепле літо, порівняно м'яка зима). На Україні знаходиться оазис дикої природи – заповідник Асканія-Нова площею 33 тис. га, де живуть 18 видів ссавців і більше 270 видів птахів. Тобто наша країна володіє значними кліматичними, бальнеологічними, пляжними, фітолікувальними, ландшафтними, пізнавальними та іншими туристично-рекреаційними ресурсами, що дозволяє практично в кожному регіоні розвивати різні види туристично-рекреаційної діяльності. Тож не дивно, що через Україну проходить близько 500 планових туристичних маршрутів.

Туристично-рекреаційний потенціал є складовою частиною інвестиційного потенціалу. Він включає споживчу, трудову, інфраструктурну, природно-ресурсну складові. В Україні, на жаль, як туристично-рекреаційний потенціал у цілому, так і кожна із його складових використовується недостатньо. Не дивно, що проблеми, пов'язані з цим, стали предметом дослідження багатьох науковців, зокрема, кластеризація туристично-рекреаційних послуг, як свідчить світовий досвід, зумовлює:

- появу на ринку відповідних послуг поліпшеної якості;
- підвищення вимог до стандартів якості;
- появу інститутів, регулюючих використання активів юридично незалежних компаній;
- формування колективного бренду;
- нарощування експортних операцій тощо.

Основними складовими туристично-рекреаційного кластеру можуть бути: організації безпосередньо обслуговуючі (туристичні фірми, включаючи туроператорів, турагентів, готелі, транспортні підприємства, спеціалізуючи на перевезенні туристів і рекреантів; лікувально-оздоровчі комплекси, підприємства по виробництву і торгівлі сувенірної продукції, інформаційні, рекламні та страхові підприємства,

автопрокатні фірми, музейно-екскурсійний бізнес), навчальні заклади, що здійснюють підготовку кадрів для туристичної індустрії, науково-дослідні заклади, що займаються проблемами туризму.

Проблемам ефективного-використання туристично-рекреаційних ресурсів присвятили свої дослідження: Є. Байбакова, Л. Мухіна, М. Варламов, А. Усаченко, В. Азар, А. Мінц, А. Тарасова, І. Зоріна, М. Мальська, Д. Герасименко, В. Гуляєв, А. Дурович, М. Крачило, В. Куценко, Т. Чернова, І. Школа, С. Іллюменко, Є. Козловський, Т. Чернова та ін. Проте в Україні розвиток цієї сфери ще не є адекватним ресурсному потенціалу. На Всесвітньому економічному форумі (2011 р.) у рейтингу конкурентоспроможності туристичного ринку (оцінювались 139 країн) Україна порівняно з 2009 р. опустилась із 77 на 85 місце. Для обслуговування туристів і рекреантів в Україні функціонує більше 3 тис. закладів оздоровлення і відпочинку, майже 1,5 тис. готелів, мотелів, кемпінгів, різних форм власності, 3,5 тис. транспортних засобів. У цілому лише туристичною діяльністю займається 2,5 тис. підприємств, на яких працює понад 100 тис. осіб.

Туристично-рекреаційний кластер передбачає необхідність надання не лише туристичних, але і рекреаційних послуг – бальнеологічних, грязелікувальних, кліматотерапії, курортографії тощо, що забезпечують курорти*. Нині кращими вважаються курорти Франції, Німеччини, Австрії, Чехії, Угорщини, Болгарії, Румунії. Ізраїль, приміром, Мертве море перетворив у всесвітньо відомий центр курортної індустрії. В Україні одні з перших ще на початку ХІХ століття були відкриті Одеські грязеві курорти, на березі Сакського озера, численні кліматичні курорти на південному березі Криму. Покращення здоров'я з допомогою мінеральної води та мінеральної грязі відомо з давніх часів. Ще древні греки застосовували ванни (balneum – ванна) для того, щоб поправити здоров'я. А знамениті римські купальні – терми – появились ще задовго до нової ери. Уже багато століть в оздоровленні використовується турецька баня.

Оздоровчий вплив на організм має купання в морі, що у поєднанні з сонячними ваннами, прогулянками по берегу заспокоюють нервову систему. Особливо цінними є курорти, де поєднується мінеральна вода з мікрокліматом. Таким поєднанням характеризується Німеччи-

на, на території якої розміщено більше 300 курортів. Найвідоміший серед них – це Баден – Баден, розміщений в Шварцвальді („Чорному лісі”), де близько 200 років тому римляни відкрили тут лікувальні термальні води. Тож не дивно, що щорічно Німеччину відвідує понад 1 млн. рекреантів. В цілому санаторно-курортні комплекси надають послуги, що формують здорове тіло і здоровий дух, сприяють раціональному використанню вільного часу, реалізації права на відпочинок, гарантоване загальною декларацією прав людини Міжнародного пакту про економічні та культурні права.

Однак, як зазначалось вище, туристично-рекреаційний кластер в Україні до нині не використовує свій потенціал у повній мірі. Протягом багатьох років частка туристично-рекреаційних послуг в узагальненому обсязі платних послуг залишається низькою. За роки незалежності суттєво зменшилась і кількість оздоровлених (рис. 1).

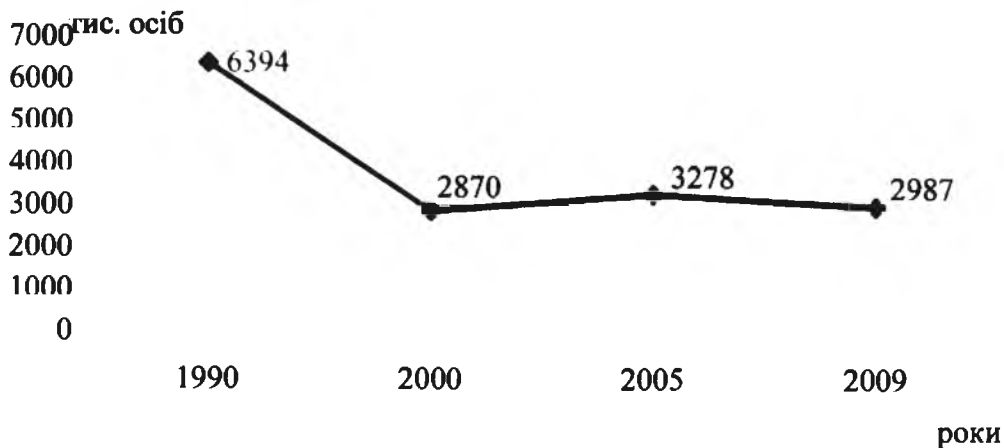


Рис. 1. Кількість оздоровлених, тис. осіб

А тому важливо державну політику у цій сфері побудувати таким чином, щоб створити умови для якісного відпочинку як вітчизняним, так і іноземним громадянам. Нині ж нерідко мають місце такі ситуації, коли ціни на відповідні послуги не є адекватними їх якості, низький рівень комфортності у порівнянні з тими, що надають іноземні фірми. Це є чи не найголовнішою причиною того, що кількість громадян України, які виїжджають за кордон, зростає (рис. 2).

Особливо зросла кількість туристів – громадян України, які виїжджали за кордон. Якщо у 2000 р. їх було 285 тис., то в 2010 р. – 1296 тис.*

Кількість іноземних туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності, останнім часом зменшилась (рис. 3).

Зарубіжні туристи серед причин цього називають: брак позитивної інформації про Україну, висока вартість харчів, житла, малорозвинена інфраструктура, відсутність фахових екскурсіводів. Саме це й зумовлює суттєве зменшення іноземних туристів, рекреантів. У цих умовах іноземний громадянин або їде відпочивати до іншої країни, або ж організовує власний відпочинок без допомоги туристичних фірм. Це підтверджує і частка іноземних туристів у числі тих іноземних громадян, які відвідали Україну. А за 2000-2010 рр. вона зменшилась утричі.

У світі кількість туристів зростає. У 2010 р. кількість прибулих туристів наблизилась до 1 млрд. Разом із тим відбуваються зміни на туристичному ринку, pojawiaються нові тренди в динамічно розвиваючому комплексі. Однією, з найважливіших особливостей є нерівномірність розподілу туристичних потоків, серед яких групові туристи складають 25-35% від

загальної кількості туристів, які виїжджають за межі своєї країни; індивідуальні туристи складають 65-75% (виїжджають в основному в сусідні країни). Спостерігається збільшення туристів з метою рекреації у порівнянні, приміром, із діловим туризмом.

Щоб подолати ці проблеми, необхідно мобілізувати всі наявні ресурси, забезпечивши формування туристично-рекреаційного продукту на інноваційній основі з урахуванням високих стандартів якості товарів і послуг, кооперації та співробітництва, що сприяє активізації пошуку нових, більш досконалих підприємницьких ідей і шляхів до реалізації.

Туристично-рекреаційна діяльність – це бізнес, на шляху розвитку якого стоять наступні проблеми:

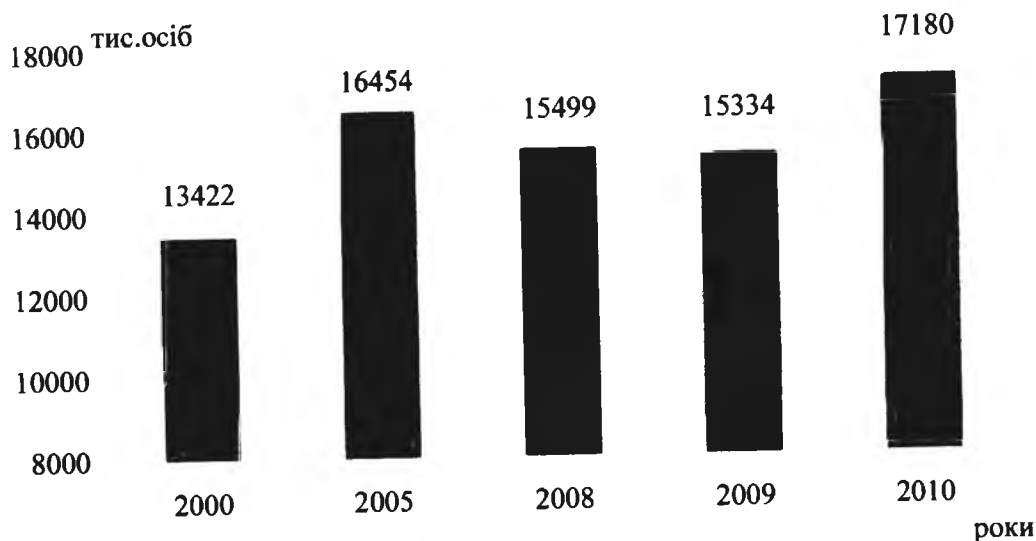


Рис. 2. Динаміка кількості громадян України, які виїжджали за кордон

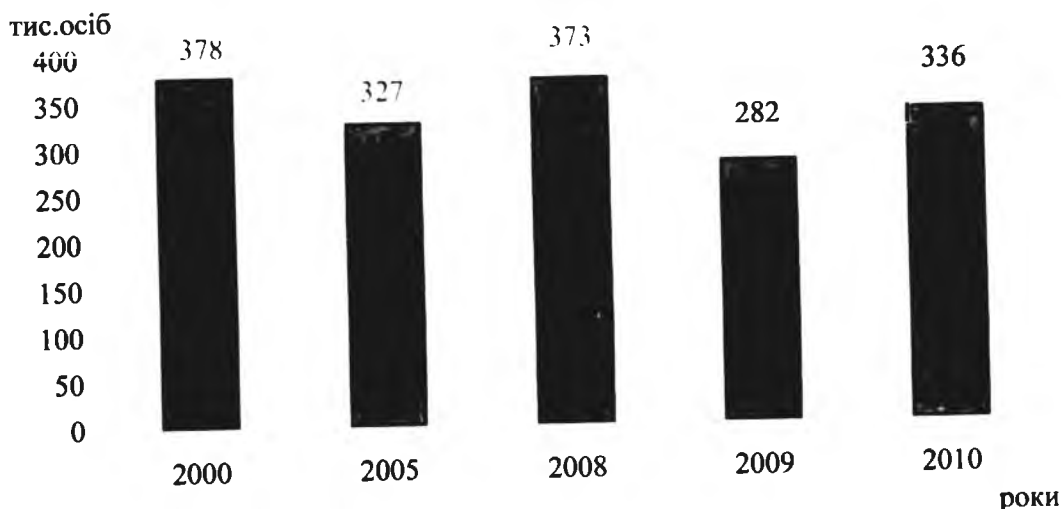


Рис. 3. Кількість іноземних туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України

- складність отримання довгострокових кредитів на відкриття підприємства;
- високі процентні ставки кредитів;
- недостатня мережа офісних приміщень та високі на них орендні ставки;
- відсутність вільного вибору системи оподаткування;
- великі податкові навантаження;
- недостатня кількість об'єктів індустрії розваг, що відповідають міжнародним вимогам;
- низький рівень транспортних послуг;
- відсутність реальної взаємодії туристичних і рекреаційних об'єктів, переважання малих підприємств, що створює складності для залучення відпочиваючих з інших країн. Адже більшість іноземних громадян довіряють потужним і відомим фірмам з великим досвідом роботи у сфері туристично-рекреаційної діяльності.

Туристи ж і рекреанти, відвідуючи країну, окремі її регіони, створюють платоспроможний попит на певні види товарів і послуг, мотивуючи місцеве населення до збільшення виробництва сільськогосподарської продукції в особистих підсобних господарствах, до створення власного бізнесу, до формування конкурентного середовища;

- відсутність досвідчених кваліфікованих кадрів, здатних самостійно на відповідному рівні виборювати відносини з клієнтом, споживачем туристично-рекреаційних послуг; комфортного інформаційного середовища; грамотно сформованої маркетингової політики, успішне вирішення якої потребує об'єднання зусиль держави, бізнесу і суспільства; високоякісної інфраструктури в місцях відпочинку, а також сучасних технологій, системи супут-

никового контролю за туристично-рекреаційними ресурсами, які знаходяться в тяжко доступних місцях;

недостатнє фінансування даної сфери. Організація туристичного бізнесу потребує великих фінансових витрат. Зрозуміло, що без допомоги держави розв'язати вищезазначені проблеми, покращити фінансову ситуацію практично не можливо;

неконкурентноздатність цін на туристично-рекреаційні послуги та ін.

Відомо, що туристично-рекреаційний продукт створюється фахівцями багатьох напрямів діяльності. І всі вони мають мати відповідну підготовку, щоб надавати послуги високої якості. І де цього досягають, там туристично-рекреаційний кластер в цілому і особливо перша його туристична складова успішно розвивається. Це підтверджує і прогноз окремих видів туризму у різних країнах світу* (табл. 1).

Як видно із табл. 1, Німеччина до 2020 року

залишатиметься лідером щодо виїзду туристів. В числі лідерів щодо прийому туристів будуть Китай (137,1 тис. осіб) і США, на яку припаде 6,4% світового потоку (табл. 2)

З вищенаведених даних можна зробити висновки, що туристично-рекреаційний кластер залишиться і в перспективі одним із пріоритетних секторів економіки. Розвиток туристично-рекреаційного сектора економіки має мультиплікативний ефект А тому і в перспективі він буде впливати на такі ключові сектори економіки, як транспорт і зв'язок, торгівля, будівельна галузь, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку та ін. Так, останнім часом в Україні збільшилась кількість магазинів, торгових центрів, що спеціалізуються на товарах для спорту, рибалки, туризму. Активізувалась діяльність по виготовленню сувенірів, туристичних каталогів, путівників довідників, будівництву дерев'яних туристичних будинків.

Таблиця 1

Прогноз виїзду туристів (дані ЮНВТО) до 2020 р.

Рейтинг	Країна	Виїзд туристів, млн. осіб	Частка країни у світовому потоці
1.	Німеччина	163,5	10,2
2.	Японія	141,5	8,8
3.	США	123,3	7,7
4.	Китай	100,0	6,2
5.	Великобританія	96,1	6,0
6.	Франція	37,6	2,3
7.	Нідерланди	35,4	2,2
8.	Канада	31,3	2,0
9.	Італія	29,7	1,7
	Усього	788,9	49,2

Джерело: [3; 12, с. 15].

Таблиця 2

Країни – лідери по прийому туристів до 2020 р. (прогноз ЮНВТО)

Рейтинг	Країна	Виїзд туристів, млн. осіб	Частка країни у світовому потоці	Середньорічний приріс (1995-2020 рр.)
1.	Китай	137,1	8,6	8,0
2.	США	102,4	6,4	3,5
3.	Франція	93,3	5,8	1,8
4.	Іспанія	71,0	4,4	2,4
5.	Гонконг	59,1	3,7	7,3
6.	Італія	52,9	3,3	2,2
7.	Великобританія	52,8	3,3	3,0
8.	Мексика	48,9	3,1	3,6
9.	Чехія	44,1	2,7	4,0
	Усього	708,8	44,2	-

Джерело: [3; 12, с. 15].

Як відомо, туристично-рекреаційна сфера відноситься до трудомістких видів економічної діяльності. А тому вона розглядається як один із шляхів розв'язання проблем безробіття, у тому числі у сільській місцевості. До речі, у багатьох країнах світу вона уже такою стала. Нині в Україні розвиваються наступні типи туризму – внутрішній – в межах державних кордонів власної держави; виїзний – туризм нерезидентів у межах державних кордонів будь-якої країни; в'їзний – туризм резидентів однієї країни у будь-яку іншу країну; та види туризму: рекреаційний (оздоровлювально-пізнавальний), що поєднує оздоровлення та пізнання; курортно-лікувальний, що сприяє поліпшенню стану здоров'я; спортивний.

Лікувально-пізнавальний туризм обумовлений потребою в лікуванні різного роду захворювань та оздоровленні організму після перенесених захворювань. У цьому контексті можна говорити про тури з виключно-лікувальною метою, для лікування будь-яких тяжких захворювань, реабілітації після травм, аварій, операцій і турах лікувально-оздоровчих, з метою підтримки молодості, краси і здоров'я, зняття стресу та втоми.

Серед видів спортивного туризму досить поширеними в Україні є: пішохідний, гірський, водний (на плотах, байдарках), гірськолижний, велосипедний, автомобільний (Україна як господаря Євро-2012 має різке збільшення туристів – прихильників цього виду туризму)*, туризм вихідного дня – перебування кілька днів за межами міст, а також у спеціалізованих зонах відпочинку; транзитний, круїзний, спелеотуризм, дегустаційний, діловий – відвідування туристичних об'єктів за професійними інтересами, освітній, етнічний, який ще називають ностальгічний (*nostalgie tour*) і пов'язаний з відвідування місць народження чи поховання сім'ї. Останнім часом досить поширеним став освітній туризм, що передбачає тури тривалістю від 15 днів до 3 місяців з метою підвищення кваліфікації чи поглиблення знань з певної дисципліни. Найпопулярніші є освітні тури з метою вивчення іноземних мов чи поглиблення знань з іноземної мови. У світі цей вид туризму вважається найефективнішим. Скажімо, близько 50% доходів авіакомпаній, 60% готелів складає обслуговування саме цієї категорії туристів – бізнесменів, інженерів, лікарів, освітян, спеціалістів сільського господарства; пляжний, мисливський, науковий; паломниць-

кий, направлений на залучення до православної культури, відвідування монастирів, участь у богослужінні, хресних ходах, трапезах, купання у святих джерелах тощо.

Найпоширенішим є рекреаційний та пізнавальний туризм, який відзначається великим різноманіттям і може включати розважальні програми: мисливство, рибалку, музичну і художню творчість, відвідування спортивних закладів у якості глядача. В останні роки спостерігається тенденція зниження попиту на групові поїздки. Водночас активізується індивідуальний туризм, зростає частка серед туристів людей старших вікових груп, а радіус поїздки зменшується. Однак із погіршенням екологічної обстановки, забрудненням пляжів у прибережних зонах все більше місцевих жителів вимушені освоювати нові зони відпочинку. Саме з цим пов'язаний екологічний туризм, який здійснюється в особливо охоронних зонах, у місцях розміщення культурних об'єктів, національних парках, природних парках, музеях-заповідниках Частина грошей, отриманих від туристичного бізнесу, йде на відновлення ресурсної бази, вдосконалення технологій виробництва послуг.

Близький до останнього сільський зелений туризм, тобто такий вид туризму, який пов'язаний з відпочинком і проживанням у сільській місцевості, отриманням туристичних послуг. Його розвиток зумовлений: можливістю скорочення витрат на відпочинок у порівнянні зі спеціалізованими місцями відпочинку, реальною можливістю долучитись до сільськогосподарських робіт, культури, звичаїв, взяти участь у святах, розвагах тощо. Розвиток сільського туризму не потребує значних капітальних вкладень (він передбачає використання наявної інфраструктури сільських населених пунктів, помешкань місцевих жителів). Водночас він запобігає безробіттю на селі, а господарю допомагає отримати певний прибуток; сприяє підвищенню рівня комунальних і побутових умов проживання.

Відпочинок на селі є більш ефективним, якщо до нього долучаються екскурсійні маршрути, що розкривають джерела народної культури (туристи відвідують центри народних промыслів, вишивки, ткацтва, гончарства, лозоплетіння, різьблення по дереву тощо).

Сільський туризм пов'язаний перш за все з наявністю відповідних природних ресурсів і умов. У якості критеріїв оцінки традиційних факторів фахівці виділяють наступні:

- кліматична комфортність території;
- екзотичність та унікальність природи;
- мальовничість місцевості;
- ландшафтна комфортність;
- освоєність територій;
- натуральність ландшафту;
- можливість займатись мисливством і рибальством.

Сільський туризм з проживанням і харчуванням у сільських сім'ях широко поширений у Канаді та США. Люди приїхавши в сільську місцевість, відвідують поля та плантації, збирають необхідну кількість фруктів і овочів. Цей вид туризму є своєрідним відпочинком і розвагою для людей із міста. Водночас він сприяє економії фінансових ресурсів.

У якості критеріїв оцінки специфічних факторів, які впливають на його розвиток, можна виділити наступні: населеність місцевості; важкопрохідність – можливість перевірки фізичної підготовки; небезпечність; дискомфортність природного середовища – можливості тимчасових перевезень і протипоставлень їм свого вміння підготовки, технічного оснащення; віддаленість населеного пункту, пізнавальна та виховна цінність пам'яток, матеріальної культури; атрактивність; унікальність, типовість серед об'єктів даного виду; ступінь фізичної збереженості об'єктів, пропускання здатність, кількість експонатів для показу.

Прискоренню розвитку туристично-рекреаційного комплексу та підвищенню його ефективності має сприяти перш за все системний підхід до розвитку цього комплексу. Класифікацію туристичної діяльності в Україні необхідно привести у відповідність з міжнародною класифікацією. Для забезпечення, щоб в'їзний туризм став пріоритетним, необхідно суттєво зміцнити його матеріально-технічну базу, а пункти послуг привести у відповідність з наданим обсягом та їх якістю.

На сьогодні існує три моделі державної участі держави в регулюванні розвитку туристично-рекреаційного комплексу:

– перша модель базується на відсутності центральних державних адміністрацій, самоорганізації. Це така модель, коли туристично-рекреаційна сфера для держави не є актуальною, а суб'єкти можуть самі вирішувати свої проблеми без участі держави;

– друга модель передбачає наявність авторитетного і сильного центрального органу, який контролює діяльність усіх підприємств, які

надають туристично-рекреаційні послуги. Вона потребує значних фінансових ресурсів;

– європейська модель. коли розвиток туристично-рекреаційного комплексу розглядається у рамках багатогалузевого комплексу на рівні галузевих підрозділів.

Вибираючи одну із моделей розвитку цього комплексу, необхідно суттєво розширити рекламу стосовно наявного в країні туристично-рекреаційного потенціалу. Важливим чинником популяризації останнього є видання рекламної друкованої продукції; активація процесу формування привабливого туристичного іміджу України; регулярне проведення навчальних семінарів тощо.

В цих умовах державне регулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу полягає у забезпеченні підтримки його розвитку не за рахунок бюджетного вливання, а за рахунок створення необхідних умов, у т. ч. за рахунок забезпечення кластерного підходу, тобто такого, коли на одній території розміщені всі компанії.

В цих умовах важливо забезпечити раціональне розміщення рекреаційних об'єктів і збереження навколишнього середовища; забезпечити оптимальні пропорції між галузями туристично-рекреаційного кластеру та супутніми галузями, яким чином розвивати транспорт та інфраструктуру регіону для найкращого розвитку туристично-рекреаційної сфери, яким чином забезпечити зайнятість населення тощо.

Туристично-рекреаційний продукт, який виробляється туристично-рекреаційними організаціями, відповідними інфраструктурними організаціями і регулюючими дану сферу органів влади, конкурентноздатність та ефективність діяльності кожного із яких залежить від результатів діяльності всіх інших суб'єктів цього об'єднання, підвищення ефективності діяльності та конкурентноздатності відповідних товарів і послуг, а також розв'язання системних проблем.

Водночас потребує забезпечення правильного вибору виду туристично-рекреаційної діяльності. При цьому слід мати на увазі, що розвиток цього виду діяльності суттєво не збільшує антропогенне навантаження та екологічне забруднення екосистем. Однак при розробці функціональних стратегій розвитку туристично-рекреаційного кластеру важливо вибрати пріоритетні напрями не лише розвитку, а й ресурсного забезпечення (організаційних, матеріаль-

них, фінансових ресурсів тощо). Це, в свою чергу, передбачає необхідність:

- створення системи підготовки кадрів;
- формування сучасної маркетингової стратегії просування туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринках;
- створення умов для відпочинку осіб з обмеженими можливостями;
- розвитку туристичної інфраструктури на основі створення умов для залучення державних і приватних капіталовкладень;
- вдосконалення системи ефективного управління цим комплексом.

Стратегія розвитку туристично-рекреаційного кластеру має бути направлена на формування сучасного високоефективного і конкурентоздатного сегменту економіки, забезпечуючого значний вклад в розвиток національної економіки в цілому. Такий підхід забезпечить перш за все сталий розвиток самого туристично-рекреаційного комплексу, який має бути екологічно прийнятним в довгостроковій перспективі, економічно життєздатним, етнічно та соціально збалансованим як для України в цілому, так і окремих її суб'єктів. Водночас його розвиток сприяє збереженню „дикої” природи, пам'ятників історико-культурної спадщини для майбутніх поколінь, оздоровленню духовно-морального і культурного клімату, що, в свою чергу, сприяє підвищенню інвестиційної привабливості та престижності території.

За даними експертів, у перспективі очікується посилення тенденцій до мандрів у більш віддалені, менш відомі і малодоступні місця, з екстремальними умовами. А це потребуватиме створення там відповідної інфраструктури. Останнім часом у розвинутих країнах у тому числі у Німеччині, великим попитом користується авіаційний туризм. Туристи – екстремали отримують задоволення від того, що літають практично на всіх видах літаків і вертольотів. Скажімо, німецька туристична фірма „Alpha Trevel” пропонує туристам дуже цікаву програму. Все починається з підготовки на тренажерах, які використовуються компанією „Luftgansa” для підготовки своїх пілотів. Після тренажерів „туристам-курсантам” дають можливість політати на літаках полеглоного типу. В кінці програми надається можливість здійснити політ на легендарному „Юнкерсі”, яких у цьому світі залилось всього лише 5 літаків, які знаходяться у прекрасному робочому стані. Щоправда, такий туризм не з де-

шевих і, не дивлячись, на це бажаючих політати багато. Програма польотів включає раніш узгоджений маршрут і місце.

Санаторії і будинки відпочинку трансформуються в культурно-оздоровчі заклади. Сюди приїжджають для того, щоб підлікуватися і культурно відпочити. Сьогодні відпочиваючі все більш активну участь беруть у формуванні культурної програми. Тобто рекреант все більше стає туристом, який хоче отримати більше хороших вражень, якісні послуги, побувати в екологічно чистому середовищі. Ця потреба зростає з розвитком науково-технічного прогресу, урбанізації, технократизації життя для людини. Саме в цей час людину все більш приваблює природний ландшафт, чисті річки, озера, що можна зустріти у сільській місцевості. Водночас слід мати на увазі, що перевищення нормативної концентрації туристів у дистанції може негативно вплинути на стан довкілля. Тому кількість туристів має регулюватись.

Туристично-рекреаційний комплекс у перспективі слід ширше використати для підняття іміджу проживання в сільській місцевості. Тому має набути активний розвиток агротуризму, що передбачає тимчасове перебування відпочиваючих у сільській місцевості з метою не лише для відпочинку, а й для участі в сільськогосподарській роботі. Він включає: екскурсії та туристичні поїздки, знайомство з сільським побутом, із традиційними ремеслами; участь у проведенні днів відкритих дверей на кращих сільськогосподарських підприємствах. Для активізації цього виду діяльності необхідно забезпечити: розширення сфери діяльності сільського населення, включаючи несільськогосподарські види діяльності (мисливство, рибальство), збереження природного середовища, стимулювання підтримки традиційного способу життя населення периферійних територій, збереження соціогуманітарної сфери.

Забезпечити прискорений розвиток цього виду туристично-рекреаційної діяльності спонукає високоурбанізована цивілізація багатьох територій; сільський спосіб життя, необхідність забезпечення сталого розвитку як агротуризму, так і сільських територій в цілому, який передбачає зростання ефективності сільського господарства, його диверсифікацію, поліпшення екологічної ситуації в сільській місцевості, соціальний контроль за історично освоєними територіями, зростання добробуту та тривалості життя сільських жителів тощо.

Адже саме цей вид туризму дає можливість кожному відпочиваючому відчути запах чебрецю та м'яти, побачити чарівний танець лелеки на сході сонця, вишневий цвіт у саду, забезпечити єднання з навколишнім світом, пережити почуття, які спонукають кожного з нас до гармонії з природою, бути милосердним.

Важливим чинником підвищення ефективності як агротуризму, так і інших видів, на наш погляд, є маркетинг, формування інтеграційно-інноваційного бізнесу партнерства, що дозволяє повніше використати весь спектр маркетингових інструментів для забезпечення конкурентних переваг. Із розвитком ринкових відносин у всіх сферах економічної діяльності і в Україні активізується розвиток конгрес-виставкового туризму, під яким розуміється діяльність, пов'язана з організацією конгресів, виставок, ярмарок, конференцій та інших заходів. У світі він уже складає 10-12% загального обсягу ділового туризму. В ньому активну участь беруть науковці, бізнесмени, діячі культури, тут вони отримують свіжу інформацію, необхідну для роботи, долучитись до пропонованої культурної програми. Вся туристична політика направлена на захист і збереження для майбутніх поколінь культурних надбань. При цьому кошти, отримувані завдяки відвідувань об'єктів культури і пам'ятників культури, необхідно хоча б частково направляти на підтримку та охорону останніх. В цей час відбувається усвідомлення необхідності використання маркетингу. Тобто розвиток нових видів діяльності має супроводжуватись активним маркетингом, просуванням нових видів продуктів на ринок туристично-рекреаційних послуг. Скажімо, на Заході готелі (Hyatt Regency) поєднують у собі функції готельного та ділового центрів завдяки добре оснащеним приміщенням для проведення наукових конференцій, виставок, зборів, круглих столів та інших бізнес-заходів. Приміром, у Німеччині "Nikko", у Фінляндії "Iki Tunni – Congress Centre" об'єднують готель, студентський гуртожиток, конгрес-центр.

IV. Висновки. Таким чином, туристично-рекреаційний комплекс є важливим чинником сталого розвитку. Всі його учасники покликані охороняти природне середовище, природно-рекреаційні ресурси, сприяти забезпеченню здорового, поступального і стійкого економіч-

ного зростання. Таким чином, подальший розвиток туристично-рекреаційного кластеру потребує:

- неухильного зміцнення його матеріально-технічної бази;
- формування інформаційно-аналітичної бази даних щодо наявності в Україні, її регіонах туристично-рекреаційного потенціалу;
- активного залучення інвестицій для розвитку туристично-рекреаційного кластеру;
- створення сприятливих умов для просування туристично-рекреаційного продукту і проєктів на вітчизняний і зарубіжний ринки;
- вдосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для туристично-рекреаційної сфери. Прогнозуючи розвиток туристично-рекреаційних кластерів, необхідно враховувати попит на його послуги як іноземного споживача, так і громадян своєї країни.

У якості механізмів, що мають забезпечити реалізацію зазначених напрямів, можна виділити наступні: відповідні соціальні норми та санкції, розроблені з урахуванням традицій, культурні зразки, на основі яких здійснюється дія механізмів і які можуть бути представлені у вербальній і невербальній формі шляхом наукових проєктів, новаторських соціальних практик економічної діяльності.

1. *Александрова А. Ю.* Экономика и территориальная организация международного туризма / Александрова А. Ю. // М., - 1996. - 244 с.

2. *Волков Ю. Ф.* Введение в гостиничный и туристический бизнес / Волков Ю.Ф. // Ростов Н/Д. Феникс, 2003. - 244 с.

3. Дані Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО);

4. Как бренд «Украина» сделать более привлекательным: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://Korrespondent.net>.

5. *Марченко Т.* Зона стейкерів / Марченко Т. // Український тиждень.

6. Развитие туризма в Украине: проблемы и перспективы. К.: 1995. - 214 с.

7. *Третьяк В. М.* Кластеры предприятий / Третьяк В. М. // Иркутск: Изд-во Байкальского университета экономики и права. 2006. - 347 с.

8. Туристично-краєзнавчі дослідження. К., 1998., вип. 1. - 422 с.

9. Экономика и организация туризма: международный туризм /Под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева; Е. Л. Драчевой. М.: КНОРУС, 2005. - 368 с.

10. *Яковлев Г. А.* Экономика и статистика туризма / Яковлев Г. А. // М.: Изд-во РДЛ. 2007. - С. 15.