

К. Г. Бриль,  
к. е. н., доцент кафедри туризму,  
Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів

## ЕКОЛОГІЧНО-ОРИЄНТОВАНІ ВИДИ ТУРИЗМУ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

К. Bryl,  
PhD in Economics Associate Professor, Chernihiv National Technological University

### ECOLOGICALLY ORIENTED KINDS OF TOURISM AS THE STRATEGIC DIRECTION OF THE BRANCH'S DEVELOPMENT IN CONTEMPORARY CONDITIONS

---

*Однією з проблем туристичного бізнесу є недостатнє врахування потенціалу екологічних видів туризму.*

*Зростання ринку туристичної галузі можливе за рахунок чотирьох основних напрямів: збільшення кількості зарубіжних туристів, зростання кількості внутрішніх туристів, переорієнтація виїзного туристопотоку на внутрішній ринок та збільшення тривалості перебування туристів у подорожі територією України. В сучасних умовах, коли унаслідок стрімких інфляційних процесів швидко знижується платоспроможний попит на закордонні тури, необхідно шукати ті види туризму, ресурси для яких розташовані на більшості території країни. Це, на нашу думку, є стратегічним напрямом, здатним забезпечити розвиток туризму.*

*Важливим завданням у діяльності вітчизняних туристичних підприємств повинне бути забезпечення унікальності та впізнаваності їх продукту. Ми також пропонуємо, по можливості, поєднувати обов'язки малих туристичних підприємств сільського, зеленого та агротуризму по безпосередньому обслуговуванню туристів з обов'язками туроператорів та турагентів.*

*Однією з важливих проблем розвитку туризму в Україні є узгодження обсягів припустимого екологічного навантаження на рекреаційні території з їх відновлювальною здатністю. Необхідно узгодження вимог щодо економічної доцільності та екологічної безпеки. Ми вважаємо, що в північноукраїнських регіонах, наприклад, має сенс створювати туристичні центри, "розпорошені" по території. Вони мають орієнтуватися на більшу кількість малих туристичних підприємств, розташованих біля рекреаційних об'єктів.*

*Будь-який туристичний проект повинен плануватися так, щоб зберігати і навіть, якщо це можливо, покращувати стан навколишнього середовища. Це розуміння буде також мати інформаційне та світоглядно-виховне значення, оскільки туристи будуть знайомитися з принципами і практикою таких нових напрямів, як екоетика та екоестетика, а також глибше розуміти та цінувати природу рідної країни і світу в цілому.*

*У цілому, екологічний туризм має величезний потенціал, котрий, за умови розумного його використання, дозволить отримувати значний ефект.*

*One of the problems of tourist industry is the insufficient use of the ecological tourism's potential.*

*The increase of the touristic market can be provided by four main ways: rising the quantity of the foreign tourists, rising the quantity of the domestic tourists, turning the stream of out-going tourists to Ukrainian market and lengthening the time of travels in Ukraine. In contemporary situation when as the result of the inflation processes the demand for the foreign tours is rapidly decreasing, it is necessary to find the kinds of tourism that can make use of the resources present on the most part of Ukraine's territory. This is the strategic way of developing tourism.*

*Ukrainian touristic enterprises should aim at providing the uniqueness and recognizability of their product. We also suggest, where it is possible, for the rural, green and agro touristic enterprises to combine the functions of both providers of the immediate services and touristic operators and agents.*

*One of the important problems of Ukrainian tourism development is the providing correlation between the maximal possible ecological strain on the recreational territories and the ecosystem's ability of self-perpetuation. It demands the theoretical foundation of demands of economic gain and ecologic sustainability. We consider that, for example, in North Ukrainian regions it is advisable to create touristic centers "dispersed" through the territory. They should be connected to the larger number of small touristic enterprises, situated near the recreational objects.*

*Any touristic project must be planned to sustain, and, if possible, better the environment. The understanding of this would also have informational and educational value, as the tourists would become acquainted with the principles and practice of such new trends as eco-ethics and eco-aesthetics. It leads to the better understanding and appreciation of nature of the country and of the world.*

*That is why ecological tourism has a great potential that, on condition of its adequate use, would allow achieving considerable effect.*

*Ключові слова: туризм, екологія, стратегія, інновації, стратегічний пріоритет, фактори, розвиток.*  
*Key words: tourism, ecology, strategy, innovation, strategic priority, factors, development.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Однією з проблем туристичного бізнесу є недо-статне врахування потенціалу екологічних видів туризму. В сучасних умовах, коли унаслідок стрімких інфляційних процесів швидко знижується платоспроможний попит на закордонні тури, необхідно шукати ті види туризму, ресурси для яких розташовані на більшості території країни. До таких видів туризму відносяться екологічний, біологічний, підтримуючий, природний, м'який, аграрний, сільський, зелений, які можна узагальнено означити терміном "екологічно-орієнтований туризм". Концентрація зусиль держави і приватного сектору на розвитку саме цього виду туризму здатна забезпечити стабілізацію, а згодом — і підйом галузі в Україні. Вона, на нашу думку, є стратегічним напрямом, здатним забезпечити розвиток внутрішнього туризму, включення широких верств населення в туризм, підвищення соціальної ролі галузі.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Використовуючи майже незадіяний потенціал тих видів туризму, основу яких складає спілкування відпочивальників з природою, використання продуктів харчування, вироблених у селянських господарствах, є можливість спрямувати розвиток галузі у соціально орієнтоване русло, включити численні маси громадян у відпочинок на території України. На таку можливість вказують дослідження Баумгартена А.В. [2], Гринькевич О.С. [3], Гулич О.І. [4], Данильчука В.Ф. [5].

Аналіз праць дослідників екологічно орієнтованих видів туризму Івениної А.В. [6], Киреевої Ю.В. [7], Коваля П.Ф. [8], Костриці М.М. [9], Любіцевої О.О. [10] дає можливість вибудувати стратегічний напрям розвитку туристичної сфери, використовуючи переваги цих видів туризму, зокрема, невеликі початкові капітальні вкладення, доступність і розповсюдженість ресурсів, рекреаційну ефективність, невисоку ціну (у порівнянні із відпочинком за кордоном). Для реалізації цієї стратегії необхідною умовою є надання туристичних, розважальних, оздоровчих послуг на теренах природи з одночасним відновленням природно-рекреаційного потенціалу територій на засадах диверсифікації з високо-технологічними підприємствами.

## ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Незважаючи на велику кількість наукових робіт з теми, досі залишаються невирішеними проблеми координації зусиль приватного сектору і держави в процесі створення засад для розвитку туристичних підприємств, які будуть широко використовувати екологічні принципи розробки всіх складових туристичного продукту. Крім того, такий продукт має містити інвестиційно-інно-

ваційні компоненти, враховувати соціальні пріоритети та умови збереження екологічних систем і рекреаційного потенціалу на всій території країни.

## МЕТА СТАТТІ

Вплив стратегічного планування на розвиток туристичної галузі здебільшого залишається поза увагою керівництва підприємств, установ, організацій, здатних вплинути на покращення його стану. Однією з умов реалізації програми розвитку туризму є врахування позитивних факторів розвитку екологічно орієнтованих видів туризму.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Зростання ринку туристичної галузі можливе за рахунок чотирьох основних напрямів: збільшення кількості зарубіжних туристів, зростання кількості внутрішніх туристів, переорієнтація виїзного туристопотоку на внутрішній ринок та збільшення тривалості перебування туристів у подорожі територією України. Реалізація перелічених резервів зростання попиту можлива за рахунок поширення інформації про туристичні об'єкти та споживчі переваги українського турпродукту як серед населення країни, так і за кордоном. Зважаючи на важливість галузі для економіки, необхідною умовою її розвитку має стати підвищення відповідальності за поширення інформації про українські туристичні бренди державними установами. Маючи розгалужену систему засобів масової інформації як усередині країни, так і за кордоном, контролюючи медійний простір, утримуючи спеціалістів, обізнаних із культурою та мовою інших країн, саме держава володіє найбільшими можливостями щодо поширення інформації.

Важливим завданням у діяльності вітчизняних туристичних підприємств повинне бути забезпечення унікальності та впізнаваності їх продукту. Різноманітні процеси, які відбуваються протягом всього життєвого циклу туристичних підприємств, не завжди забезпечують надходження якісних зовнішніх ресурсів та своєчасний вихід якісного турпродукту. На жаль, часто має місце дисбаланс між цими потоками: туристичні підприємства використовують неповторні, якісні, а іноді й дивовижні за своїми характеристиками ресурси, але не можуть раціонально вибудувати з них турпродукти з притаманними їм унікальними споживчими властивостями. Іноді відбувається протилежний процес, коли окремим туристичним підприємствам вдається створити якісний ексклюзивний турпродукт навіть із тривіальних ресурсів. Перша ситуація є неприпустимою, оскільки необхідно чітко знати можливості створення ексклюзивних турпродуктів. Від цього залежатиме впізнаваність того чи іншого туристичного підприємства на відповідному ринку, його здатність асоціюватися з при-

таманним лише йому набором розваг. Інакше образ туризму України перетвориться на одноманітне кліше "пам'яток барокової архітектури" чи "короткотривалого екскурсійного".

Крім того, короткотривалість перебування туристів не дозволяє акумулювати кошти в обсягах, достатніх для інвестування у власний розвиток, що, в свою чергу, не дає можливості включати в обіг додаткові туристичні дестинації, використовувати ресурси лісостепових зон, надавати нові види розваг, розвивати ефективну систему менеджменту. Розірвати це порочне коло слід за допомогою ефективного маркетингу для вузьких сегментів споживачів, який сформує вимоги до оснащення туристичних об'єктів відповідними технічними, транспортними, розважальними засобами, здатними задовольнити потребу в отриманні різноманітних вражень та розваг для всіх сегментів туристичного ринку.

Позитивний світовий досвід співпраці туристичних підприємств з державними органами, промисловими, будівельними та іншими галузями заради розбудови туризму свідчить про доцільність створення туристичних підприємств саме як організаційного елемента туристичної галузі, який повинен безпосередньо забезпечувати контроль, використання, розвиток компонентів туристичної інфраструктури, введення в обіг туристичних ресурсів, експлуатацію наявних дестинацій. Для того, щоб туристичні підприємства стали ефективними в розбудові галузі, їх необхідно зорієнтувати на: виконання функцій поширення інформації про туристичні переваги, продукти та підприємства відповідної території; розробку загальних проектів розвитку туристичної індустрії для території та залучення інвестиційних ресурсів до їх здійснення; розвиток інфраструктури; сприяння розвитку туристичних підприємств; збір та поширення інформації про інновації в туризмі; контроль за навантаженням на туристичні об'єкти при їхньому використанні та за їх відновленням; контроль за якістю туристичних послуг, рівнем обслуговування відпочивальників тощо.

Для рекреації і контакту з природою міському жителю необхідно майже на порядок більше території, ніж для того, щоб забезпечити його харчуванням, і на два порядки більше, ніж для проживання в місті. Ці характеристики можуть слугувати певною теоретичною основою для розрахунку техніко-економічних показників екологічно-орієнтованих туристичних підприємств. Як зазначає І.В. Безуглий [1], специфіка українських рекреаційних ресурсів, зокрема, лісів, озер, річок, трав'яного покриву природно-заповідних територій полягає в їхній чутливості до забруднення тривалих термінах відтворення. Тому варто визначати кількість сконцентрованих навколо однієї дестинації місць проживання з одночасною розробкою і дотриманням норм екологічної безпеки для даної території. Необхідно узгодження вимог щодо економічної доцільності та екологічної безпеки. Ми вважаємо, що в північноукраїнських регіонах, наприклад, має сенс створювати туристичні центри, "розпорошені" по території. Вони мають орієнтуватися на більшу кількість малих туристичних підприємств, розташованих біля рекреаційних об'єктів. Не менш важливим питанням є планування коштів, необхідних для створення туристичного центру.

Загалом, існує значна кількість факторів, які необхідно враховувати при розробці стратегії екологічно-орієнтованого туризму:

- велика площа рекреаційних територій надає потенційну можливість рівномірно розподілити по території України туристичні підприємства різноманітного спрямування, що вирівняє дисбаланс розвитку туристичної галузі між територіями країни;

- наявність значного туристичного потенціалу, яка дає можливість починати створення нових туристичних центрів на територіях з найвищими показниками рівня концентрації природно-рекреаційного потенціалу на одного рекреанта;

- розгалуженість мережі дестинацій дозволяє розвивати туристичні маршрути як на регіональному рівні, так і на загальнодержавному, що дозволяє через них поєднувати взаємодію між туристичними утвореннями;

- можливість використання коштів місцевих бюджетів призводить до необхідності включення до процесу розвитку туризму фінансових установ (банків, страхових, інвестиційних, венчурних) для розробки взаємовигідних схем самоінвестування.

- сприятливе співвідношення факторів виробництва туристичного продукту є запорукою сталого розвитку її туристичної галузі;

- заходи, які розробляються для розвитку туристичної галузі, мають стати поштовхом для розвитку позитивних і нівелювання негативних факторів.

Ми також пропонуємо, по можливості, поєднувати обов'язки малих туристичних підприємств сільського, зеленого та агротуризму по безпосередньому обслуговуванню туристів з обов'язками туроператорів та турагентів. Об'єднуючись у більш крупні асоціації, вони одержуватимуть уже готову збутову мережу туристичних пакетів, яка буде поєднувати як вертикальну, так і горизонтальну збутову інтеграцію. Для реалізації туристичних продуктів туристичні підприємства зможуть використовувати власні системи збуту або послуги турагентів, які вони створять або придбають з метою поширення обсягів продаж з мінімальними витратами. Таку систему можна розглядати як вертикальну збутову інтеграцію. Горизонтальна інтеграція також матиме місце на туристичному ринку через укладання угод про взаємопродаж партій повних туристичних пакетів як між туристичними центрами, так і між окремими підприємствами в їхньому складі.

Однією з важливих проблем розвитку туризму в Україні ми вважаємо узгодження обсягів припустимого екологічного навантаження на рекреаційні території з їх відновлювальною здатністю. Ці обсяги залежать від пропускних потужностей туристичних об'єктів, туристичної інфраструктури країни і її туристичних маршрутів. Основною вимогою до координаційно-інформаційних органів туристичної сфери в Україні має бути їхня здатність керувати діяльністю підприємств, співпрацюючих в туристичній галузі, щодо відтворення туристично-рекреаційного потенціалу. Ми пропонуємо вирішити цю проблему шляхом визначення зон відповідальності, а також надати повноваження контролювати виконання нормативів відновлення природно-рекреаційного потенціалу. Туристичні підприємства відповідатимуть за збереження на цих територіях екологічно сприятливого стану рекреаційних ресурсів, за підтримку в належному вигляді об'єктів культурно-історичної спадщини, а також застосовуватимуть логістичний підхід "точно в строк", при якому послідовно усувається усе зайве, що веде до подорожчання туристичного продукту, не підвищуючи його споживчої цінності.

Невід'ємною складовою досягнення рівня самокупності туристичних підприємств, які обрали в якості своєї місії інноваційний підхід до екологізації туристичної сфери, особливо тих, до складу яких входять території природно-заповідного фонду, є стимулювання розвитку їхньої діяльності з пріоритетною орієнтацією на екологічний, у тому числі сільський і зелений, туризм. Це надає можливість формування нового, уніфікованого визначення місії для всіх без винятку туристичних підприємств. Ми пропонуємо викласти місію як "надання туристичних, розважальних, оздоровчих послуг на теренах природи з одночасним відновленням природно-рекреаційного потенціалу підпорядкованих територій на засадах диверсифікації з високотехнологічними підприємствами". Це розуміння буде також мати інформаційне та світоглядно-виховне значення, оскільки туристи будуть знайомитися з принципами і практикою таких нових напрямів як екоетика та екоестетика, а також глибше розуміти та цінувати природу рідної країни і світу в цілому.



Відомо, що туристичний рух у широкому розумінні є одним з елементів руйнування природного середовища. Тому розвиток туризму вимагає постійних продуманих дій аби не збільшувати конфлікту з природою. Для цього ми пропонуємо на стадії проектування туристичних підприємств передбачати будівництво очисних споруд і систем видалення відходів. Заходи щодо підтримки рекреаційних властивостей території на потрібному рівні мають передбачати наявність в майбутніх туристичних підприємствах власних автономних очисних споруд, тепло- та енергозберігаючого обладнання, наприклад сонячних батарей та вітроенергостанцій. Доцільно використовувати електротранспорт для перевезення груп туристів під час відпочинку чи огляду, віртуальне полювання, продукти харчування із підсобних господарств. Крім того, варто приділити увагу розвагам, які не шкодять зовнішньому середовищу: повітряним кулям і дирижаблям, пейнтболу, верховій їзді та ін. В перспективі туристичні центри зможуть утримувати ставки для вирощування риби для рибалок.

Це, з одного боку, спричинить деяке перевищення обсягів первинних вкладень, але з іншого — подібні споруди в сучасному технічному та дизайнерському оформленні самі по собі зможуть стати елементами атракцій і виховання екологічного світогляду туристів.

Практичними результатами застосування екологічно-орієнтованих видів туризму в якості стратегічного напрямку розвитку галузі мають стати:

- раціональне формування інвестиційного портфеля туристичного підприємства та чітка визначеність напрямків інвестування;

- гнучкість прогнозування і можливість використання для цього існуючих, опрацьованих математичних методів та комп'ютерного забезпечення;

- можливість корегування цілей і завдань при переході до наступного етапу;

- забезпечення спадкоємності торгового бренду, іміджу, якості турпродукту та можливість створення спільної системи управління якістю туристичних послуг;

- полегшення управлінського обліку;

- взаємна зацікавленість учасників створення туристичних центрів;

- екссклюзивність туристичних послуг як захисту інновацій, коли технологія, розроблена для конкретних ресурсів, місцевості, дестинації, не зможе бути скопійована конкурентами;

- спільний захист інтересів.

Щоб Україна отримала реальну можливість розвивати туристичну галузь, необхідно здійснити комплекс заходів, що дозволять усунути перераховані вище негативні тенденції. Першим кроком тут могло б стати створення стратегії розвитку туристичної галузі, яка повинна ґрунтуватися на комплексі умов, сприятливих для залучення інвестицій, та запровадження реальних механізмів стимулювання будівництва і реконструкції об'єктів туристичної й курортно-рекреаційної інфраструктури. Окрім того, не менш важливими є також організація належних умов для розвитку іноземного та внутрішнього туризму (зокрема, через підвищення якості туристичних послуг, розвиток окремих туристичних центрів, стимулювання екологічних видів туризму), сприяння розвитку готельного бізнесу, забезпечення гармонізації національних стандартів, а також підвищення якості туристичних послуг. Наступними кроками мають стати створення загальнонаціонального реєстру туристичних ресурсів України, та забезпечення їх раціонального використання й охорони; ретельні дослідження туристичного ринку, що дозволить підготувати інформацію про Україну і її туристичні можливості та поширити її на міжнародному туристичному ринку й усередині держави. Тобто йдеться про туристичний імідж як країни в цілому, так і окремих регіонів.

Окрім того, рекреаційне планування матеріальної бази має стати частиною загального плану облаштуван-

ня території. Перед початком будівництва нового туристичного комплексу слід ретельно і повно вивчити його вплив на економіку і природу регіону. Це повинно стати частиною соціальної політики місцевих органів влади. Важлива умова реалізації такого проекту — отримання санітарного дозволу на утилізацію відходів і т.д. Адже його негативний вплив на оточуюче середовище — серйозна причина для відхилення проекту місцевою адміністрацією. Повітря, ґрунтові й наземні води, пляжі й ліси повинні залишатися чистими і захищеними. Тож, будь-який туристичний проект повинен плануватися так, щоб зберігати і навіть, якщо це можливо, покращувати стан навколишнього середовища.

Зрозуміло, що екологічно-орієнтований туризм не може змагатися з морськими курортами чи популярними туристичними центрами на кшталт Парижа, проте він устий зайняти власну нішу на ринку туристичних послуг. Так чи інакше екологічно-орієнтований туризм створює робочі місця в сільській місцевості, сприяє використанню місцевих ресурсів, розширює можливості відпочинку для малозабезпеченого контингенту.

В Україні ця ніша внаслідок законодавчих прогалин і фактичної байдужості держави освоєна досить слабо і поки що переважно тримається на ентузіазмі окремих людей. Є два основні види організації такого відпочинку: в сільській місцевості, сприяє використанню місцевих ресурсів, розширює можливості відпочинку для малозабезпеченого контингенту. В Україні ця ніша внаслідок законодавчих прогалин і фактичної байдужості держави освоєна досить слабо і поки що переважно тримається на ентузіазмі окремих людей. Є два основні види організації такого відпочинку: в сільській місцевості, сприяє використанню місцевих ресурсів, розширює можливості відпочинку для малозабезпеченого контингенту. В Україні ця ніша внаслідок законодавчих прогалин і фактичної байдужості держави освоєна досить слабо і поки що переважно тримається на ентузіазмі окремих людей. Є два основні види організації такого відпочинку: в сільській місцевості, сприяє використанню місцевих ресурсів, розширює можливості відпочинку для малозабезпеченого контингенту.

Постійно зростає зацікавлення людей визначними культурними, історичними та природними пам'ятками, якими багата Україна. А сучасне транспортне сполучення може зробити цей регіон доступним не лише для українців, а й для іноземців. Та перелік пропонованих для відвідин визначних пам'яток повинен розширюватися, до нього мають увійти усі культурні споруди, замки й інші об'єкти, здатні зацікавити мандрівників з усього світу.

Однією з найважливіших умов залучення туристів є підвищення комфортності готелів і якості обслуговування. Бажано в кожному номері встановлювати відеотелефон і комп'ютер, підключений до глобальної мережі, для відправки будь-якої інформації. Слід пам'ятати, що більшість організаторів конгресного туризму надають великого значення екології. Також зростає популярність готелів-музеїв, тобто старих приватних готелів, що одночасно відповідають світовим стандартам, і зберігають неповторну чарівність давнини. Окрім домашньої обстановки і помірних цін, вони дарують туристам і неповторну кухню. Меню ресторанів, барів, кафе теж повинне бути різноманітним і, враховуючи зростаючу популярність екзотичної кухні, мати власні родзинки.

Розвиток туризму на перспективу визначатиметься чинниками соціального, економічного, політичного та екологічного характеру. Великий вплив на розвиток екологічно-орієнтованого туризму виявлятиметься кон'юнктура світового туристичного ринку. Ці дві групи чинників включають екзогенні і структурні зміни. До екзогенних змінних можна віднести соціальні, політичні, екологічні, демографічні чинники, а також ступінь науково-технічного прогресу, торгівлі, транспорту, зв'язку й ін. До структурних — чинники, що визначають

структуру туристичного ринку: попит на послуги, їх пропозицію, розподіл самих ринків. Ці чинники мають різну динаміку зміни в часі й просторі і різний рівень впливу на розвиток туризму.

Основні напрями розвитку туризму в Україні на найближчу перспективу визначені у Законі України "Про туризм". Пріоритет розвитку вітчизняної туристичної індустрії буде за наступними видами туризму: внутрішнім, в'їзним, соціальним, самодіяльним. Враховуючи також світові тенденції, можна прогнозувати такі напрями розвитку регіонального туризму. Насамперед структура виїзду-в'їзду (наразі переважає виїзд) поступово змінюватиметься на користь в'їзду. Причому подальше збільшення долі в'їзного туристського потоку відбуватиметься за рахунок країн далекого зарубіжжя. Спостерігатиметься поступова переорієнтація внутрішнього туристського потоку в традиційні для українських громадян області: Рівненську, Київську, Чернігівську, Житомирську. Одночасно продовжуватиме розвиватися прикордонний туризм, підвищуватиметься питома вага внутрішнього туризму за рахунок збільшення молодіжних поїздок та рухливості літніх людей і осіб з середнім рівнем доходу, а дитячо-юнацький туризм розвиватиметься у межах самодіяльного, спортивного, похідного й пізнавального. Паралельно відроджуватимуться традиції туризму вихідного дня (так звані сімейні уїк-енди), що спостерігається уже зараз, зростатиме кількість екскурсій у програмах пізнавального внутрішнього туризму, збільшуватиметься популярність екологічного туризму і подорожей малими містами України.

## ВИСНОВОК

Зважаючи на те, що нові технології у всіх галузях діяльності людини забезпечать стрімкий ривок у розвитку міжнародного ринку туризму, можна зробити ряд важливих висновків щодо потенціалу зростання туристичного ринку в Україні. Політична, соціальна і фінансова інтеграція у світі сприятиме розвитку і вдосконаленню торгівлі, готельної і транспортної інфраструктури та інших ресурсів туристичного ринку, дбайливому використовуванню навколишнього середовища в цілях туризму, гарантуватиме безпеку туристів як в індустріально розвинутих, так і в країнах, що розвиваються. Це дозволяє стверджувати, що екологічний туризм має величезний потенціал, котрий, за умови розумного його використання, дозволить отримувати значні прибутки. І вітчизняний як частина загального потоку, складовою частиною котрого є екологічний туризм, — за умови приєднання до європейської спільноти, — теж не залишиться осторонь цього процесу.

## Література:

1. Безуглий І.В. Методологічні засади формування регіональної стратегії розвитку рекреаційно-туристичного природокористування / І.В. Безуглий // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. — Спец. вип. Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи: у 2-х ч. Ч. 1. — К.: КНЕУ, 2011. — С. 270—278.
2. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме / Л.В. Баумгартен. — М.: Аспект Пресс, 2006. — 176 с.
3. Гринькевич О.С. Про систему показників стратегічного аналізу середовища туристичної організації / О.С. Гринькевич, М.М. Біль, Б.Б. Уманців // Вісник ДІТБ. — 2008. — № 12. — С. 177—183.
4. Гулич О.І. Методика формування стратегій сталого соціально-економічного розвитку курортно-рекреаційних територій і туристичних центрів / О.І. Гулич, Л.С. Гринів, Н.М. Герасимчук. — НАН України, Інститут регіональних досліджень. — Львів, 2007. — 52 с.
5. Данильчук В.Ф. Пути использования и создания ландшафтных ресурсов в рекреационных целях / В.Ф. Данильчук, А.Я. Бовсуновская, С.Н. Голубичная // Социально-экономические, экологические и гуманитарные проблемы развития туристического бизнеса: сб. науч. тр. — Донецкий ин-т турист. бизнеса. — Донецк, 2003. — С. 20.

ные проблемы развития туристического бизнеса: сб. науч. тр. — Донецкий ин-т турист. бизнеса. — Донецк, 2003. — С. 20.

6. Ивенина А.В. Эффективность современных инновационных технологий в стратегическом управлении туристскими предприятиями / А.В. Ивенина // Экономика Крыма. — 2009. — № 29. — С. 77—79.
7. Киреева Ю.В. Анализ преимуществ и издержек, связанных с созданием и управлением заповедными территориями / Ю.В. Киреева // Социально-экономические, экологические и гуманитарные проблемы развития туристического бизнеса: сб. науч. тр. — Донецкий ин-т турист. бизнеса. — Донецк, 2003. — 53 с.
8. Коваль П.Ф., Бриль К.Г. Проблемы разработки новой концептуальной модели туристических центров как структурных элементов туристической галузі / П.Ф. Коваль, К.Г. Бриль // Науковий вісник ЧДІЕУ. Сер. 1 Економіка. — 2011. — Вип. 4. — С. 130—137.
9. Костриця М.М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер "Древлянська земля"): моногр. / М.М. Костриця. — Житомир: ЖДТУ, 2006. — 196 с.
10. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. — К.: Альтерпрес, 2003. — 463 с.

## References:

1. Bezuhlyj, I.V. (2011), "Methodological issues of the regional development strategy of tourism and recreation nature management", *Formuvannia rynkovoї ekonomiky*, pp. 270—278.
2. Baumgarten, L.V. (2006), *Strategicheskij menedzhment v turizme* [Strategic management in tourism], Aspekt Press, Moscow, Russia.
3. Hryn'kevych, O.S. (2008), "About the system of indicators of strategic analysis environment tourism organizations", *Visnyk DITB*, vol. 12, pp. 177—183.
4. Gulich, O.I. (2007), *Metodyka formuvannya strategiy stalogo social'no-ekonomichnogo rozvytku kurortno-rekreatsiynykh terytoriy i turistichnykh tsentriv* [Methodic of formation of strategy of stable social-economic development of resort-recreational territories and tourist centers], NAN Ukrainy, Instytut rehional'nykh doslidzhen', Lviv, Ukraine.
5. Danil'chuk, V.F. (2003), "Ways to use and creation of landscape resources for recreational purposes", *Social'no-jekonomicheskie, jekologicheskie i gumanitarnye problemy razvitija turisticheskogo biznesa*, pp. 20.
6. Ivenina, A.V. (2009), "The effectiveness of modern innovative technologies in the strategic management of tourist enterprises", *Jekonomika Kryma*, vol. 29, pp. 77—79.
7. Kireeva, Ju.V. (2003), "Analysis of benefits and costs related to the establishment and manage natural reserves areas", *Social'no-jekonomicheskie, jekologicheskie i gumanitarnye problemy razvitija turisticheskogo biznesa* [Socio-economic, environmental and humanitarian problems of the development of tourist business], *Donetskyj yn-t turyst. byznesa, Donetsk, Ukraine*.
8. Koval', P.F. and Bryl', K.H. (2011), "Problems of developing a new conceptual model of tourist centers as structural elements of the tourism industry", *Naukovyj visnyk ChDIEU. Ser. 1 Ekonomika*, vol. 4, pp. 130—137.
9. Kostrytsia, M.M. (2006), *Sil's'kyj turizm: teoriia, metodolohiia, praktyka (etnoistorychnyj turystychnyj klaster "Drevlians'ka zemlia")* [Rural tourism: theory, methodology, practice (etnoistorychnyy tourism cluster "Drevlyansky land")], *ZhDTU, Zhytomyr, Ukraine*.
10. Liubitseva, O.O. (2003), *Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty)* [Real tourist services (geospatial aspects)], *Al'terpres, Kyiv, Ukraine*.

Стаття надійшла до редакції 05.08.2015 р.