

ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ В ОБЛАСТЯХ ЗАХІДНОЇ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. Для України туризм є одним із показників її іміджу у світі. Проте для виявлення справжньої картини функціонування галузі потрібно проводити аналіз туристичних потоків, що допоможе вивчити реальну картину попиту та пропозиції туристичних послуг, дасть змогу побачити сучасні особливості регіонів України з погляду туристичної привабливості.

Західна Україна відзначається вигідним географічним положенням, близькістю до кордону з європейськими державами та розмаїтим туристичним потенціалом, що в достатній мірі представлений в усіх областях регіону.

Даному питанню присвячені наукові праці вітчизняних і зарубіжних науковців: Уокер Дж., Квартальнова В.А., Зориної Г.І., Кабушкина Н.І., Школи І.М., Любіцевої О.О., Мальської М.П., Рутинського М.Й., Стецюк О.В., Кузишина А.В.

Перш ніж перейти власне до оцінки передумов формування туристичних потоків, принциповим є визначення просторових меж дослідження. За класифікацією О.О. Бейдика (2001) зупинимось на трьох районах Західноукраїнського регіону: 1. Галицькому (Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська області); 2. Буковинському (Чернівецька область); 3. Закарпатському (Закарпатська область).

Отже, в територіальних межах розглядатимемо 5 областей, які найчастіше відносять до регіону Західна Україна: Львівську, Івано-Франківську, Тернопільську, Закарпатську та Чернівецьку.

В нашій державі туризм характеризується як галузь, яка динамічно розвивається і прагне більш активно включитися в суспільно-економічні процеси сучасного світу. Сучасного туриста приваблюють історико-архітектурні пам'ятки, театри, музеї, курорти, що пропонують певні атракції. Розвитку туризму сприяє реклама, політика влади, загальні економічні умови, курси валют, конкурентоздатність турпродукту, безпека і репутація місця подорожі, та інші чинники. Яким чином можна впливати на туристичні потоки, власне з таких позицій дана проблематика є актуальною.

Виклад основного матеріалу. У Законі України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»» немає визначення туристичного потоку, а дослідники туристичного бізнесу трактують його по-різному [1].

Турпотік - сукупність подорожувальників, що мандрують поодиночі, сім'ями чи групами по своїй країні або до інших країн з незабороненою метою від 24 годин до 1 року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності [4, с.338].

Формування туристичних потоків не відбувається автоматично чи спонтанно, а вимагає скоординованої діяльності на всіх етапах руху і перебування туристів. Для ефективного управління потоками туристів потрібно їх класифікувати. На жаль, цьому питанню поки що приділяється недостатньо уваги, на відміну від класифікації туризму і туристів. Тому розподіл потоків відбувається залежно від форм і видів туризму. В чинному Законі України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»» розкрито сутність кожної форми туризму, а також визначено види туризму [1].

Зважаючи на це, можна виділити потоки туристів за: періодом виникнення; організацією (внутрішні потоки, міжнародні); способом побудови маршруту; тривалістю подорожей; віком туристів; транспортними засобами; сезонними та іншими ознаками. Очевидним є те, що подорожі формують туристичні потоки, а класифікаційні ознаки за формами і видами є основою розробки механізмів їхнього розвитку та обслуговування.

Основними передумовами формування туристичних потоків в областях Західної України фактори (чинники) розвитку туризму. Автори енциклопедичного словника-довідника термін “фактор” (чинник) у туризмі трактують так: момент, суттєва обставина туристської практики. Розрізняють чинники зовнішні та внутрішні. Зовнішні (екзогенні) чинники впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку; змін політичного та правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури і безпеки подорожей. Внутрішні (ендогенні) чинники – це, насамперед, чинники ринку: процеси попиту, пропозиції і розповсюдження; сегментація ринку; простір, в якому розвивається туристський продукт; власне маркетинг; туристський приватний сектор і людський чинник.

Процес взаємодії зовнішніх та внутрішніх чинників сприяє розвитку конкуренції на ринку туристичних послуг, сприяє розвитку суб'єктів туристичного бізнесу та формуванню туристичних потоків [3].

Отже, важливим зовнішнім чинником формування туристичних потоків можна вважати політичну стабільність держави, а також фінансово-

економічну підтримку туристичної галузі, що для нашої держави з 2014 року є проблематичним.

Науковці виділяють п'ять груп чинників, які впливають на формування туристичних потреб, а отже, і на успішне функціонування туристичного центру і туристичного підприємництва.

1. Природні чинники – природні багатства, доступні для туристів (географічні позитивні місця відпочинку, клімат, флора, фауна, комфортабельні та привабливі, гарні природні об'єкти та ін.).

2. Соціально-економічні чинники – розвинуті місця відпочинку (мова, економічний і культурний рівень країни).

3. Матеріальна база туристичної індустрії – основні будівлі для задоволення потреб туристів з точки зору зручностей і естетичного сприйняття.

4. Інфраструктура місць відпочинку – комунікації, дороги, стоянки та ін.

5. Туристична пропозиція – ресурси гостинності [2, с.123].

Західноукраїнські землі, які виступають об'єктом дослідження, славляться унікальною історико-культурною спадщиною, мистецтвом, 195 лікувально-оздоровчими, водними і ландшафтними ресурсами, самобутніми традиціями та звичаями в поєднанні з вигідним географічним положенням є чудовою базою для розвитку найрізноманітніших видів і форм туризму та відпочинку.

Оцінюючи привабливість та туристичну активність Західного регіону до формування потужних туристичних потоків, можна об'єктивно вважати, що регіон має всі передумови для інтенсивного розвитку як міжнародного так і внутрішнього туризму.

Чинники туристичної привабливості Західного регіону України:

1. Закарпатська – наявність історико-архітектурних заповідників, старовинних замків; мінеральних та бальнеологічних курортів; історичних пам'яток культури, природних ландшафтів Українських Карпат та заповідників

2. Львівська – наявність історико-архітектурних заповідників, старовинних замків, об'єктів в фольклору, духовних центрів, монастирів, об'єктів світової культурної спадщини ЮНЕСКО, природних ландшафтів Українських Карпат, мінеральних та гірсько-лижних курортів, лікувальних грязей

3. Івано-Франківська – унікальні та естетично привабливі природні гірські ландшафти Українських Карпат, заповідники, об'єкти фольклору, етнографічні туристичні центри, своєрідна культура і побут гуцулів, гірсько-лижні курорти

4. Чернівецька – наявність заказників, наявність історичних та архітектурних пам'ятників, об'єктів світової культурної спадщини ЮНЕСКО, старовинних фортець, релігійних споруд, природних гірських ландшафтів Українських Карпат та рівнинних Хотинської височини

5. Тернопільська – наявність старовинних замків, печер, центрів релігійного (паломницького) туризму, природних ландшафтів, каньйоноподібних долин річок, рівнинних ландшафтів Подільської височини

Висновки. Західні області посідають перші місця щодо наявності унікальних туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів акумулюючи на своїй території понад 9 тис. пам'яток історії та 196 культури. За оцінками туристичних експертів, основними мотивами для туристичних мандрівок в Західну Україну є її культура, можливість оздоровлення, краси природи, спорт і відпочинок. Регіон відкритий для внутрішнього й іноземного туриста, особливо з боку держав-сусідів. Області Західної України мають добре розвинену транспортну інфраструктуру та виступають головним транзитним коридором у мережі Європейський Союз – Україна – Росія та країни Кавказу, Центральної і Східної Азії. Об'єктивно оцінюючи туристично-рекреаційні можливості цього регіону дослідження, стає очевидним те, що він має передумови для перспективного розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, гірськолижного, природничо-пізнавального, науково-освітнього, релігійного (паломницького), мисливського, сільського (зеленого), екологічного, водного, етнічного, спортивно-оздоровчого, ділового, відпочинково-розважального, активного та екскурсійного туризму.

Список використаних джерел:

1. Про туризм: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – 15 жовт. – № 324/95. – С.160.
2. Мунін Г.Б. Маркетинг туризму: навчальний посібник / Г.Б. Мунін, З.І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, А.О. Змійов. – Ч.І. – К.: Європейський ун-т, 2006. – 324.
3. Отряжа М. А. Дослідження туристичних потоків: методика і аналіз / М. А. Отряжа // Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту. – 2007. – Вип. 13. – С. 124–129.
4. Смолій В.А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух: передм. В.М. Литвина. – К.: Слово, 2006. – 372 с.