

Пащенко В. К.
здобувач вищої освіти,
Науковий керівник:
д.е.н., професор кафедри туризму і ГРС Яценко В.М
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИДІВ ТУРИЗМУ В ЦЕНТРАЛЬНІЙ УКРАЇНІ

Розвиток певних видів туризму залежить від географічних, соціальних та економічних чинників. Становлення та поширення нових видів туризму також забезпечуються глобалізаційними процесами та науково-технічним прогресом. Адже інтернаціоналізація економік та запровадження новітніх наукових технологій сприяє виникненню та розвитку абсолютно нових напрямків в туризмі.

У вітчизняній науці представлена велика кількість класифікацій видів туризму за різними ознаками. Звичайно, що можна віддавати перевагу кожній з них, але будемо намагатись визначити найбільш оптимальну.

У Законі України "Про туризм" наведено наступну класифікацію видів туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний.

Звісно що ця класифікація не розкриває усіх видів та напрямів туризму. Більш того види туризму змішані за різними класифікаційними ознаками, наприклад: мета поїздки, спосіб пересування, вікова група та ін.

Класифікувати види туризму можна за різними ознаками, до найважливіших з яких належать: місце туризму, часові, територіальні характеристики, індивідуальні запити та фінансові можливості клієнтів.

В.Ф. Кифяк стверджує, що всі види туризму за метою поїздки тісно переплітаються між собою і виділити їх у чистому виді не завжди можливо. Наприклад, діловий туризм може поєднуватись з екскурсійним або спортивним, етнічний - з релігійним, екскурсійний - з рекреаційним і т.д..

У класифікації запропонованій авторами М.П. Мальською, В.В. Худо та В.І. Цибухом виділені різноманітні форми та види туризму і виявлено їх залежність від низки чинників.

В основі запропонованої класифікації Музиченко-Козловської лежить мета подорожі, мотиви, які викликають інтерес до певного виду туризму та туристичні ресурси, що використовуються при певних видах туризму. Як і кожен продукт на ринку, туристичні послуги повинні орієнтуватися на споживання. Розуміння мотивів потенційного туриста є визначальним при плануванні, формуванні і організації туристичної діяльності.

Узагальнюючи визначення вітчизняних науковців щодо класифікації видів туризму сформуємо найбільш оптимальну її структуру (Табл. 1).

Таблиця 1. - Класифікація видів туризму за різними ознаками

1. Географічний принцип	1.1. Внутрішній 1.2. Міжнародний
2. Напрямок туристичного потоку	2.1. В'їзний 2.2. Виїзний
3. Мета поїздки	3.1. Рекреаційний 3.2. Оздоровчий відпочинок 3.3. Пізнавальний відпочинок 3.4. Професійно-діловий туризм 3.5. Науковий (конгресовий) 3.6. Спортивний відпочинок 3.7. Шоп-тури 3.8. Пригоди 3.9. Паломницький 3.10. Ностальгічний 3.11. Екотуризм 3.12. Екзотичний 3.13. Елітарний 3.14. Курортний
4. Джерело фінансування	4.1. Соціальний 4.2. Комерційний
5. Спосіб пересування	5.1. Пішохідний 5.2. Авіаційний 5.3. Морський 5.4. Річковий 5.5. Автотуризм 5.6. Залізничний 5.7. Велосипедний 5.8. Змішаний
6. Засоби розміщення	6.1. Готелі 6.2. Мотелі 6.3. Пансіонати 6.4. Кемпінги 6.5. Намети
7. Кількість учасників	7.1. Індивідуальний 7.2. Сімейний 7.3. Груповий
8. Тривалість перебування	8.1. Короткочасний 8.2. Довготривалий

9. Розташування туристичного місця	9.1. Гірський 9.2. Водний 9.3. Сільський 9.4. Приміський
10. Інтенсивність туристичного потоку	10.1. Постійний 10.2. Сезонний
11. Організаційна форма	11.1. Організований 11.2. Неорганізований
12. Ступень підготовки	12.1. Запланований 12.2. Спонтанний

Разом з тим, на нашу думку, доцільним було б доповнити запропоновану таблицю класифікаційною ознакою (за ступенем підготовки), адже сучасний ритм життя зростає та транспортні можливості удосконалюються.

Розділимо цю ознаку на запланований та спонтанний туризм. Запланований туризм характеризується заздалегідь організаційним підходом. Це переважно стосується виїзного туризму, адже туристична поїздка за кордон вимагає певної підготовки (наявність необхідної суми коштів, збір документів, отримання візи, бронювання проживання, транспортних квитків та ін.)

В свою чергу, спонтанний туризм можна розглядати як організацію подорожі без серйозного планування. Такий вид туризму передбачає прийняття рішення про подорож не більше ніж за 1 тиждень до самої подорожі. Цей вид туризму реалізується переважно в рамках споживання внутрішнього туристичного продукту і стає дуже популярним серед молодшої частини населення, адже молодь характеризується більшою мобільністю та вільним часом. [3]

Також спостерігається процес розширення вікової групи туристів, зокрема популярність подорожування на пенсії. Що стосується літніх пенсіонерів-подорожувальників, вони, як правило, консервативні й обирають культурно-пізнавальний, екскурсійний туризм. Крім того, піклування про здоров'я у літньому віці зумовило популярність оздоровчого та медичного видів туризму. Щодо характеристик статі, у світі набуває популярності жіночий одиночний туризм. На сьогодні близько 80% рішень про здійснення подорожі приймається саме жінками. І якщо раніше жінка приймала рішення та мотивувала поїхати у подорож свого супутника або сім'ю, зараз усе більше зростає кількість випадків одиночних жіночих подорожей. За даними досліджень, 72% американок здійснили одиночні подорожі у 2014 році.

Поширеним стає запит на екологічне туристичне споживання. Екологічний туризм, за прогнозами Всесвітньої туристської організації (ВТО), є одним з перспективних видів туристичної діяльності та входить до п'яти основних стратегічних напрямів розвитку туризму до 2030 року. Екологічний туризм

належить до тих форм туризму, при яких робиться свідомо спроба звести до мінімуму негативний вплив на навколишнє середовище, надати допомогу у фінансуванні охоронюваних природних територій, створити джерела доходу для місцевого населення. У міжнародній практиці реалізація екологічного туризму здійснюється на охоронюваних природних територіях.

Культ здорового способу життя, тренд здоров'я та довголіття зумовлює масову популярність оздоровчого туризму. У 2015 році кількість у світі туристів з цією метою перевищила 30 млн осіб, вони витратили на лікувально-медичні послуги за кордоном більше 500 млрд дол. США. За прогнозами, обсяг цих витрат зросте до 1 трлн дол. США до 2024 року. Отже медичний туризм став різновидом глобальної лікувально-оздоровчої індустрії.

Найважливіша проблема будь-якого регіону України – це проблема його сучасного стану і забезпечення безупинного стратегічного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні та реалізації туристичних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі розробленої стратегії розвитку туризму, як важливої складової його економіки. Адже формування стратегії – це системний шлях до управління змінами й досягнення консенсусу в регіоні.

На території центральної України і, зокрема, Черкаської області наявні природні ландшафти та історико-культурні пам'ятки, заповідні території, бальнеологічні ресурси, що створює усі передумови для формування в області високорозвинутого індустріального рекреаційно-туристичного комплексу, який повинен являти собою сукупність пов'язаних між собою видів туризму, галузей і підприємств господарського комплексу, об'єднаних загальною метою – створення конкурентоспроможних туристичних послуг та рекреаційно-туристичних продуктів.

Аналізуючи сучасний стан туристичної галузі регіону, слід звернути увагу на два аспекти – наявні та перспективні туристичні ресурси і тенденцію туристичних потоків. Сьогодні у межах Черкаського регіону налічується 531 об'єкт природоохоронних територій загальною площею понад 75,1 тис. га, що становить 2,9% загальної площі території області. Також у регіоні функціонують 222 заказники, 192 пам'ятки природи, 59 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 52 заповідних урочища. Рекреаційними об'єктами виступають і водойми, які використовуються для таких видів діяльності, як купально-пляжна, лікувально-оздоровча, спортивно-оздоровча рекреація, водний туризм, рибальство. У цьому напрямі слід виділити акваторію Дніпра та Кременчуцького водосховища, Буцький каньйон та Черкаський бір.

На території області розташована значна кількість об'єктів історико-культурної спадщини. Згідно з реєстром нерухомих об'єктів культурної спадщини України, на території Черкаської області розташовано 1547 історико-культурних пам'яток, серед яких 77 національного і 1470 місцевого значення. Кожен з історико-культурних заповідників Черкащини має свої специфічні проблеми, пов'язані з

використанням об'єктів культурної спадщини як туристично-екскурсійного ресурсу . [2]

Аналіз туристичного потоку дає змогу простежити значні резерви галузі (табл. 2). [1]

Таблиця 2 - Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму в Черкаській області, (осіб)

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2012	12260	34	8556	3670
2013	15984	11	10451	5522
2014	9694	12	7504	2178
2015	8520	–	6742	1778
2016	11684	–	10015	1669
2017	20953	–	17618	3335
2018	26383	24	22995	3364
2019	39145	85	32929	6131
2020	15761	–	12370	3391

Дані таблиці демонструють значні зміни у структурі туристичного потоку, причинами яких стала низька якість національного туристичного продукту; відсутність сприятливих умов для розвитку туристичної галузі, в тому числі державної інвестиційної політики у сфері туризму; відсутність цілісної та комплексної системи управління і контролю за використанням туристично-рекреаційних ресурсів країни, різне відомче підпорядкування туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів..

Сучасна тенденція розвитку туризму полягає у тому, що потенційного туриста важко зацікавити одноманітним відпочинком, подоланням значних відстаней заради одного-двох, навіть цікавих, об'єктів. Черкаська область в силу свого географічного розташування дуже цікава для вітчизняного туриста з точки зору пізнавального туризму. Розташування області у центрі країни сприяє відвіданню її мешканцями усіх областей, тому що вони виступають переважно екскурсантами, а не туристами, тобто не користуються послугами закладів розміщення. Облаштування відпочинкових зон та закладів розміщення у рекреаційних зонах, насамперед на берегах водосховищ, річок і озер, може затримати внутрішніх туристів на території області, відповідно забезпечивши додаткові грошові надходження.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики у Черкаській області. URL: <http://www.ck.ukrstat.gov.ua/?p=respondent> (Дата звернення 01.05.2023 року).
2. Жмуденко В.О., Полянська А.В. Формування стратегії розвитку туризму Черкаської області. Економіка і суспільство. 2018. №17. С. 426-28.
3. Коржилов Л.І. Туризм в Україні: класифікація та види. Ефективна економіка. 2014. №9. С. 2-3.
4. Романов А.А. Види туризму та їх класифікація у контексті сучасних тенденцій розвитку туризму. Економіка та управління національним господарством. 2017.

Пісецький М. М.
аспірант

Науковий керівник:
д.е.н., професор Пасєка С.Р.
*Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького*

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ З ВРАХУВАННЯМ НАСЛІДКІВ ВІЙНИ

Туристична дестинація постає як географічна одиниця, як локалізований об'єкт території, маршруту чи туристичного інтересу («туристична дестинація»), інші компоненти, наприклад елементи туристичної інфраструктури, слід розглядати як «надбудову», поступово розкривати суть туристичного місця. Туристичні напрямки знаходяться в процесі еволюції [2]. Незалежно від розміру дестинації, її ключовою характеристикою виступає наявність багатофункціонального простору з достатньою кількістю компонентів для забезпечення потреб туристів[3].

Туристичні дестинації суттєво диференціюються між собою, але все ж мають спільні риси, а саме:

- атракція, тобто чинник, що спонукає туриста до подорожі. При цьому важлива доступність до пам'ятки та зручності (розміщення, харчування та інше) в цій локації;
- культурна цінність дестинації;
- неподільність дестинації, тобто туристичний продукт виробляється і споживається в даній локації;
- орієнтація дестинації не тільки на туристів, а й на місцеве населення і персонал об'єктів локації [8].