

Розвиток гірськолижного туризму в Україні.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗОН ТУРИСТИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ.....	5
1.1 Причини і шляхи розвитку рекреаційних зон туристичного призначення, їх характер та цілі.....	5
1.2 Моделі розвитку місць туристичного призначення (міри призначення нових місць).....	14
1.3. Мотиваційні аспекти вибору місць туристичного призначення	23
РОЗДІЛ 2. ГІРСЬКОЛИЖНІ КУРОРТИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ.....	30
2.1 Аналіз підходів до розвитку лижного туризму в Україні	30
2.2 Гірськолижні курорти України	37
2.3 Дослідження соціально-економічної та екологічної ситуації в гірських районах Українських Карпат	41
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	45
3.1 Стратегія сталого розвитку гірських територій в Україні.....	45
3.2 Перспективи розвитку гірськолижного туризму в Україні.....	50
ВИСНОВОК.....	56
Список використаної літератури	58

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Перехід до ринкових відносин викликав глибокі перетворення в сфері туризму. В результаті скасована централізована система управління туризмом, державна фінансова підтримка розвитку регіональних туристських центрів, порушені основи взаємодії різних регіонів у створенні і просуванні на споживчий ринок туристського продукту. Разом з тим кожен регіон володіє значними туристськими ресурсами, унікальність та істотна привабливість яких створює передумови для формування внутрішньорегіонального і міжрегіонального туристського продукту. Різноманіття природних, кліматичних, ресурсних, історичних умов, що сприяють формуванню туристського продукту, стали основою для створення нових рекреаційних зон туристичного призначення. Однак вирішення всіх питань, пов'язаних з відкриттям нових туристичних комплексів, є досить складним процесом, незабезпеченим ні концептуально, ні стратегічно, ні програмно.

Усе це визначає необхідність створення соціально-економічного моніторингу сфери туризму, єдиного інформаційного простору, скоординованої державної та регіональної політики з розвитку сфери туризму, організаційно-правового забезпечення реалізації туристських процесів, економіко-фінансової стратегії розвитку регіонального туризму.

В даний час туризм - одна з наймогутніших галузей що, динамічно розвивається, високоприбуткова галузь світової економіки, виступає в числі найважливіших факторів соціально-культурного розвитку територій. Це сприяє підвищенню рівня і якості життя населення. Розвиток туризму, що виявляється в його багатогалузевому характері і тісній факторній взаємозалежності практично з усіма сферами життєдіяльності, дозволяє використовувати туризм як діючий інструмент стимулювання соціально-економічного росту на національному і місцевому рівнях. Державною програмою розвитку туризму на 2002-2010 роки визначено стратегію

розвитку галузі, обґрунтовано основні напрями розвитку туризму, серед яких: підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини. Виходячи із стратегічних завдань розвитку галузі, актуальною і практично значущою проблемою є теоретичне осмислення стратегії розвитку рекреаційних зон туристського призначення. Вивчення можливих стратегій створення нових місць туристичного призначення на сьогодні є однією з найактуальніших проблем в галузі туризму.

Ступінь розробленості проблеми. В останні роки вітчизняними та зарубіжними вченими в цьому напрямку проведений цілий ряд досліджень. Серед науковців, що займаються дослідженнями з даної проблеми можна відзначити: Блохін Ю.І., Богданов Ю.В., Волков В.С. які розробили принципи розвитку сфери туризму в ринковій економіці; вчені Біржаков М.Б., Дрогов І.А., Марінін М.М. - запропонували оригінальні технології розвитку автотурів, дитячо-юнацького туризму, виїзного туризму; науковці Галенська О.М., Корнеєв С.Є., Тайнович Н.В. - розвили уявлення про механізми регуляції організаційно-правових відносин у сфері туризму; дослідники Карлова Г. А., Казанкіна Т.В., Потьомкін В.К., Яковлева Н.В. - сформулювали основи формування ринкової стратегії туристського обслуговування населення; учені Балабанів А.І., Гуденко Н.Б., Шагінов Ю. А., Файбусович Є.Л. - запропонували систему заходів для інвестування сфери туризму і формування цінової політики.

Мета дослідження - обґрунтування принципів і методів розробки стратегії розвитку гірськолижного туризму в Україні. Відповідно до поставленої мети в дипломній роботі вирішуються наступні *задачі*:

- дослідження методів розробки стратегії створення нових рекреаційних зон туристичного призначення;
- обґрунтування моделей розвитку місць туристичного призначення;
- визначення факторів і умов створення нових рекреаційних зон туристичного призначення.

Об'єктом дослідження є гірськолижні курорти України.

Предметом дослідження моделі розвитку зон гірськолижного туристичного призначення України.

Методологічною і теоретичною основою дослідження є положення економічної теорії, теорії управління, системного і соціологічного аналізу, ідеї та положення, викладені у державних нормативно-правових документах України з проблем розвитку туристичної галузі (Закон України „Про туризм”, Державна програма розвитку туризму в Україні на 2002 – 2010 рр., Програма розвитку туризму м. Києва. Широко використані праці вітчизняних і закордонних учених і фахівців в області менеджменту сфери туризму.

Методи дослідження. Для розв'язання визначених завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження: методи системного аналізу, методи причинно-наслідкового аналізу, методи порівняльного аналізу, методи прямого структурного аналізу, моделювання.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що розроблені моделі розвитку рекреаційних зон гірськолижного туристичного призначення можуть бути використані на регіональному рівні.

Структура роботи. Дипломна робота складається із вступу, основної частини та висновків. У вступі обґрунтовується актуальність теми, визначається мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження. Окреслюється методологічна та теоретична база дослідження, методи дослідження. Наводиться практичне значення отриманих результатів. Основна частина присвячена дослідженню поставленої проблеми. Загальні висновки по дослідженню сформульовано у відповідному розділі роботи.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗОН ТУРИСТИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

1.1 Причини і шляхи розвитку рекреаційних зон туристичного призначення, їх характер та цілі

Перш за все, для того щоб визначити першопричини появи нових місць туристичного призначення, розглянемо який вплив завдає розвиток туризму на населення і економіку окремо взятої країни, зважимо всі переваги і недоліки туризму і на основі цієї інформації зробимо висновок щодо причин появи нових туристичних місць.

Туризм як вид діяльності являє собою тимчасове переміщення людей (туристів) з місць постійного проживання в місця відпочинку (або місця туристичного призначення) [1]. У результаті туризм впливає на дві групи: це туристи і місцеві жителі. Під час свого перебування в іншій країні туристи спілкуються з місцевими жителями й у результаті цього спілкування відбуваються якісні зміни в стилі життя місцевого співтовариства, підпадає під вплив також система цінностей, поділ праці, відносини усередині родини, відносини між індивідами, традиції і т.д. Поряд з цим, міняється спосіб життя і самих туристів.

Чим більше розходження між туристами і місцевим співтовариством, тим більше очевидні ці зміни. Найбільш істотний вплив на стиль життя місцевих співтовариств і туристів роблять два фактори - це взаємини місцевого співтовариства з туристами і навпаки, а також розвиток туристичної інфраструктури.

Можна виділити сім сфер життя, що завдають свій вплив на туризм і на який впливає туризм:

1. *Якість життя* - це ключова сфера і тим самим ціль усіх наших зусиль. Вона означає здоров'я, безпеку, добробут як громадян країни, так і гостей; роботу, якість житла, можливості для проведення дозвілля,

- відпочинок недалеко від будинку, соціальні контакти, мистецтво і культура, спорт, ігри, приватне життя.
2. *Суспільство*. Мається на увазі розвиток населення, що піддається обчисленню, його склад і запити; щільність населення, віковий склад, кількість працездатного населення, соціальна структура; можливість для прийому й обслуговування гостей, соціально обумовлений туризм.
 3. *Освіта й інформація*. Доступ до інформації через ЗМІ; шкільне виховання, навчання і підвищення кваліфікації (у тому числі) у туризмі; просвітня робота в напрямку здорового способу життя, планування родини, усвідомлення себе як частини навколишнього середовища, здійснення особистих планів; розширення обріїв; "активна" толерантність.
 4. *Економіка*. Загальні положення: виробництво і ріст промисловості, сільського господарства, прикладних ремесел, сфери послуг.
 5. *Захист навколишнього середовища*. Упровадження екологічних методів і продуктів у промисловість і сільське господарство, вторинна переробка і екологічні види енергії, гуманізація ринку праці, створення екологічних замкнутих циклів, екологічно відповідальний туризм.
 6. *Навантаження на навколишнє середовище*. Узагальнення всіх необдуманих наслідків нашої діяльності: вихлопні гази, стічні води, надлишкове тепло, шум, хижацьке відношення до природи, руйнування ландшафтів, знищення лісів, розрив природних замкнутих циклів, транспортний хаос, розпад міст, масовий туризм.
 7. *Політика*. Здатність і можливості уряду; його авторитет і популярність, авторитетність прийнятих рішень і далекоглядність, велика мета і направляюча лінія, розсудливість, проникливість урядових програм, ступінь кооперації між урядом і приватним підприємництвом та туризмом [25, с.278].

Вплив на соціокультурне середовище виникає в результаті соціальних і економічних розходжень між місцевими жителями і туристами, поза залежністю від того, чи належать вони до однієї чи різних культур.

У зв'язку з загальними процесами модернізації унікальний культурний характер регіону може бути втрачений частково чи цілком, якщо туризм не забезпечить визначену підтримку для його збереження. Як позитивний соціальний вплив, у цьому випадку розглядається збереження культурної спадщини тієї чи іншої країни. Туризм допомагає утримувати музеї, театри, пам'ятники природи і культурні установи. Культурна самосвідомість місцевих жителів, що щодня спостерігають непідроблений інтерес до своєї культури, зростає, і бажання прилучитися до її досягнень збільшується. Відбувається культурне взаємне збагачення туристів і місцевих жителів.

Розвиток туризму, особливо в регіонах з поганою інфраструктурою, приводить до розвитку цієї інфраструктури, поліпшуються дороги, будуються нові житлові будинки, з'являються культурні і медичні установи. У результаті місцеве населення користується вигодами від поліпшення інфраструктури поряд з туристами.

Міжнародний туризм робить також позитивний вплив на міжнародну політику. Він може розглядатися як одна із найголовніших головних миротворчих сил. Число поїздок туристів з розвинутих країн у країни, що розвиваються, і навпаки, зростає з кожним роком і допомагає встановленню прямих контактів між людьми з різним образом і рівнем життя. Це сприяє кращому розумінню між народами, з іншого боку, внутрішній туризм також стимулює почуття національної гідності.

При правильному плануванні туризм може також впливати на навколишнє середовище. На сьогоднішній день багато національних парків розвивають туризм для того, щоб одержувати доходи на своє утримання. Це, з одного боку, допомагає туристам побачити унікальні природні визначні пам'ятки, з іншого боку, допомагає акумулювати фінансові засоби на їхнє утримання.

Однак, як зазначають дослідники, негативні процеси впливу на культуру можуть виникнути в результаті надмірної комерціалізації і втрати справжньої самобутності в сфері традиційного мистецтва, ремесел і способу життя [26, 22, 27, 28]. Проблеми, особливо в молодіжному середовищі, може породити так називаний "демонстраційний ефект" [27]. Непорозуміння і конфлікти можуть виникнути між місцевими жителями і туристами через розходження в мові, звичаях, релігійних цінностях і характері поведінки. Місцеві жителі цілком обґрунтовано можуть критикувати усе, що зв'язано з туризмом, якщо в результаті його розвитку вони втрачають доступ до своїх власних місць відпочинку й об'єктам інфраструктури. Туризм може сприяти загостренню таких соціальних проблем, як наркоманія, алкоголізм, злочинність і проституція, однак він не є першопричиною цих лих.

Туризм може викликати серйозні диспропорції в економіці і зайнятості, якщо концентрація туристських об'єктів спостерігається лише в окремих місцях, і відбувається відтік працівників із інших галузей економіки (наприклад, сільського господарства) у сферу туризму.

Надмірна залежність від туризму в окремо узятому регіоні може призвести до спаду в інших галузях і загальному розбалансуванні економіки. Безконтрольний розвиток туризму може викликати перенаселення і позбавити місцевих жителів елементарних зручностей.

Дуже сильний негативний вплив туризм, насамперед може робити на навколишнє середовище. Дуже часто саме туристи винні в забрудненні навколишнього середовища і руйнуванні дикої природи.

Однак усі вище перераховані негативні впливи можна уникнути за допомогою розумного планування і відповідальним веденням справи.

Таким чином, можна зробити висновок, що туризм має як позитивні, так і негативні впливи на розвиток окремого регіону, держави. Аналіз літератури дозволяє визначити ключові поняття дослідження: рекреаційна зона; рекреаційні зони туристичного призначення. Рекреаційна зона це – місце яке використовується для відновлення здоров'я і працездатності шляхом

відпочинку поза житлом на лоні природи; рекреаційна зона туристичного призначення це – місце для відновлення здоров'я і працездатності шляхом відпочинку під час туристичної подорожі, яка пов'язана з відвідуванням цікавих для оглядання місць, у тому числі національних парків, архітектурних і історичних пам'яток тощо.

Визначимо шляхи появи нових рекреаційних зон туристичного призначення. Шляхів появи нових рекреаційних зон туристичного призначення є декілька, і вони напряду залежать від виду туризму на якому спеціалізується країна чи окремий регіон. Розглянемо більш докладніше які існують види туризму на сьогодні.

Основною зміною, що відбувається в туризмі можна назвати перехід туризму від *масового* (твердого) до так названого *екотуризму* (м'якого) [26, с.115]. У таблиці 1.1 представлені порівняльні характеристики "твердого" і "м'якого" туризму.

Таблиця 1.1

Порівняльні характеристики двох видів туризму

„Твердий” туризм	„М’який” туризм
Агресивні дії	М’які дії
Орієнтування на сектор	Орієнтування на нішу
Швидкий процес розвитку	Повільний процес розвитку
Задоволення індивідуальних інтересів	Задоволення громадських інтересів
Зростання кількості	Зростання якості
Короткостроковий прибуток	Довгостроковий прибуток

За статистичними показниками турпакети, характерні для масового туризму останніх років, починають виходити з моди [23]. Вони були розраховані на масового споживача, як правило, містили в собі відпочинок на пляжах як основне заняття.

Однак, на сьогоднішній день усе більше туристів прагнуть до самовираження, до отримання нових знань, а також до активних і динамічних форм проведення часу. Водночас з цим, підсилюється рух у напрямі

захисту навколишнього середовища, й все більше уваги приділяється стійкому розвитку туризму і суспільства в цілому. На думку дослідників, сучасний світовий туризм характеризується наступними основними мегатенденціями: [26, с.118]

- Глобалізація > < Локалізація;
- Панування електронних технологій;
- Диктувати умови будуть споживачі;
- Поляризація туристських переваг;
- Туристичний напрям як "Модний аксесуар";
- Компанії з забезпечення стійкого розвитку туризму і "справедливої торгівлі";
- Протиріччя між зростаючою соціально-екологічною свідомістю споживачів і прагненням активно споживати туристичні продукти.

Туризм визнається як ефективний інструмент, що дозволяє впливати на поліпшення економічної, соціальної й екологічної ситуації. Однак його розвиток пов'язаний із низкою проблем. Тому при плануванні розвитку туризму повинні прийматися в увагу економічні, соціальні, культурні потреби населення і туристів, а також потреби навколишнього середовища, що є основною базою для туризму.

Фактори, що роблять найбільш істотний вплив на розвиток туризму, можна розділити на чотири основні групи:

- соціальні;
- демографічні;
- економічні;
- політичні.

Розглянемо їх докладніше.

Демографічні і соціальні фактори. Зміни демографічної структури і соціальної моделі народонаселення в розвинутих індустріальних країнах, обумовлені:

- збільшенням числа працюючих жінок;

- зростанням кількості самотніх людей похилого віку;
- появою тенденції до більш пізніх шлюбів;
- швидким ростом числа бездітних сімейних пар у порівнянні з ростом населення;
- збільшенням тривалості оплачуваних відпусток;
- більш раннім виходом на пенсію і усвідомленням туристських можливостей, що збільшується, ведуть до того, що усе більше людей має в розпорядженні вільний час і доходи, які використовуються для подорожей.

Основними причинами поліпшення показників туристичної галузі, є зміна способу життя людини, від статичного до динамічного, його прагнення познайомитися з культурою, побутом, історією інших країн і народів.

У результаті росту народонаселення планети збільшується світовий туристичний потенціал. У туристичну діяльність задіюються нові людські ресурси, і в той же час збільшується кількість людей подорожуючих. Помітним є зростаючий приплив молоді в туризм, і в зв'язку з цим бурхливий розвиток юнацького туризму.

Економічні фактори. Існує чіткий зв'язок між тенденціями розвитку туризму і загальним економічним розвитком. Туристичний ріст дуже чуттєвий до будь-якої економічної зміни. При рості споживання на 2,5 % витрати на туризм зростають на 4% [22, с.201]. У випадку, якщо споживання зменшується на 1%, то в туризмі відчувається спад. Але в кожній окремій країні така реакція на економічні зміни виявляється за своїм відхиленням від середнього показника, який також виступає в різних формах.

Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, прагнення до використання передового досвіду інших країн у створенні матеріальних і духовних цінностей виявляється в розширенні наукових і ділових контактів. Це приводить до появи таких видів туризму, таких як наукового (конгресового) і ділового туризму.

Політичні фактори. Важливим політичним фактором є внутрішньополітичної стабільності країни, відсутність військових конфліктів і наявність добросусідських відносин між державами. Такий фактор, як наявність міждержавних і міжурядових угод по співробітництву в сфері економіки, торгівлі і культури, також впливають на розвиток туризму.

Таким чином серед шляхів появи нових місць туристичного призначення можна виокремити шляхи, що обумовлені видом туризму („твердий” та „м’який” туризм) та факторами, що на нього впливають. Для прикладу розглянемо ситуацію в галузі туризму і можливості появи нових місць туристичного призначення в Україні.

Необхідно відзначити, що туристична індустрія у нас перебуває у зародковому стані. Наявні туристичні фірми працюють у абсолютній більшості на вивіз туристів, а отже і капіталу. Навіть такі туристично привабливі міста як Львів, Ужгород, Чернівці, Мукачеве не мають необхідної інфраструктури для прийому груп зарубіжних туристів. Туристична індустрія потребує відповідного рівня товарів і послуг. Таким чином, сільський район має забезпечити якісними продуктами харчування та створити умови для розвитку зеленого сільського туризму. Міста потребують необхідної кількості відповідного рівня готелів, а їхня інфраструктура вимагає складної техніки та якісних комунальних послуг. Необхідно мати розвинені інформаційну та транспортну системи, які забезпечать обмін інформацією і пересування туристів. Туристичні оператори та менеджери туристичних фірм мають розробити привабливі туристичні маршрути і забезпечити необхідний рівень дозвілля й екскурсій. Найкращим варіантом є комбінація усіх видів туризму. Ділова людина, яка приїхала на конференцію, семінар або симпозіум, повинна мати можливість у стислі терміни отримати набір туристично-пізнавальних та розважальних послуг. На часі - створення ділових центрів, де належним чином були б представлені туристичні можливості України та відповідного регіону.

Майже нерозвинений в Україні сільський туризм. На цьому рівні необхідна просвітницька робота щодо створення умов для туристів. Одночасно на рівні регіонів бажано мати туристичні агенції, які будуть займатися організацією і транспортуванням відповідних груп, оскільки без попередньої підготовки такий туризм розвивається дуже повільно. Необхідно мати транспортні засоби для переміщення туристів, оскільки ця категорія людей відчуває потребу рухатись і рідко погоджується сидіти на одному місці тривалий термін.

На сьогодні мало використовуються кільцеві туристичні маршрути та нетрадиційні напрямки, які приваблюють туристів. Розвиток таких маршрутів потребує кооперації у регіонах та між ними. Додатковими видами можуть стати кінний та піший туризм у Карпатах, водний туризм ріками тощо. Активніше має розвиватися туризм в екологічно чистих районах, де вода, повітря та їжа лікують і сприяють моральному відпочинку. При занепаді колгоспного господарства і потребі його реструктуризації цей напрямок може стати важливим елементом у формуванні економічної інфраструктури сільського району.

Таким чином можна зробити висновок, що оптимальним варіантом розвитку туристичної індустрії України та появи нових місць туристичного призначення міг би бути комплексний підхід, який передбачає формування необхідної інфраструктури. Останню можна сформувати лише на засадах кооперації і ділового партнерства. Практично це є шлях до формування регіональних програм економічного розвитку на основі пріоритету, яким є туризм.

1.2 Моделі розвитку місць туристичного призначення (міри призначення нових місць)

Світова практика виробила низку моделей, які використовуються для забезпечення процесу розвитку нових місць туристичного призначення. Кожна з них пристосована для потреб окремої країни, проте останнім часом ряд провідних західних консалтингових фірм проводять дослідження щодо уніфікації світового досвіду і напрацювання дієвих моделей, які можна було б застосовувати у практичній роботі не тільки в окремих країнах, а й в цілих регіонах. Результатом такої роботи стала модельна система „Євростиль”, за її допомогою можна створити модель розвитку практично будь-якого нового туристичного місця (принаймні в європейському регіоні, включаючи Україну) [18, с.205]. Вона дозволяє спрогнозувати туристичний потік і, відповідно, напрацювати маркетингову стратегію розвитку туристичного місця. Ця модель увібрала в себе досвід провідних європейських країн в галузі туризму. Розглянемо більш детально суть даної стратегії.

У залежності від конкретної країни система "Євростиль" може складатися із шістнадцяти різних стилів життя, отриманих у результаті дослідження серій різноманітних аналізів, зокрема , кластерного, факторного й іншого аналізів. У додатку 1 наведена карта системи „Євростиль”, складена її основоположником - французькою фірмою "Сентр Де Коммунікасьїн Аванс" групи "Гавас-Євроком". Карта поділена на чотири сектори.

- Сектор "Рух" характеризується такими факторами, як перевага окремої особистості, скептичне відношення до законів, соціальним нормам і авторитетам, воля критики і, нарешті, динамізм.
- Навпаки, сектор "Устрій" має на увазі захист соціального статусу, пріоритет захищеності і переживань окремої особистості, захист за допомогою груп і протекції, підпорядкування правилам гуртожитку і прихильність звичаям і традиціям.

- Сектор "Значимі блага" визначається за допомогою наступних характеристик: ціна насолоди, чуттєвість і гедонізм, що пов'язані з показниками іншого сектора "Цінності", такими, як гроші, відчутні і невловимі блага, витрати і марнотратство.

Діаметр кружків на рисунку показує частку кожного із шістнадцяти стилів життя в п'ятнадцятьох європейських країнах. Відповідно найпоширенішим стилем життя в Європі є так названий образ "Роккі" (13,5%), далі йдуть "Дефенс" (8,5%) і "Романтик" (7,8%). Розмір кожного кружка різний для різних країн. Наприклад, стиль "Роккі" особливо розповсюджений у Великобританії, Нідерландах, Франції і Швейцарії. Інші два образи - "Дефенс" і "Романтик" поширені в Австрії, Бельгії, Великобританії, Німеччині, Данії, Італії, Франції і Швейцарії.

Типологію системи „Євростиль” звичайно застосовують двома способами: прийняттям стилю життя як уже готового сегмента ринку (пряме застосування) чи з використанням способу життя як додаткового критерію для повної характеристики уже визначеного сегмента (непряме використання). Однак перш ніж застосовувати цю типологію в туризмі, треба упевнитися, чи є спосіб життя гомогенним зсередини і гетерогенним між видами, що характеризують поведження туристів.

Система "Євростиль" кваліфікується як готовий сегмент за умови, що його члени значно відрізняються від членів інших стилів життя наступними ознаками:

- число відвідувань;
- використання туристських послуг;
- мотиви подорожей;
- витрати і їхня структура;
- задоволеність і лояльність [18, с.207].

Для того, щоб доповнити картину поведження туристів, необхідно, щоб різні стилі ввійшли у визначені соціоцілі відповідно до їх подібності.

Розміщення 16 оригінальних стилів життя на карті системи "Євростиль" є одним з аспектів такого входження.

Основний спосіб віднесення різних стилів до соціоцілей ґрунтується на їхній диференціації по мотиваціях, діям чи поведженню. Саме таким способом 16 євростилей агреговані в соціоцілі і виступають у ролі об'єкта. Аналіз за допомогою кластерів припускає 11 мотивів (рекреація, задоволення, нові враження, культурний інтерес і ін.) і 10 дій (гра в теніс і гольф, водяні ігри, відпочинок, шопінг, відвідування музеїв, концертів, театрів і т.д.) у якості перемінних.

Сегментування європейського туристського ринку на базі п'яти соціокультур здійснювалося переважно для Австрії, що була найбільш популярним туристським центром на початку 90-х років. Виділені ділянки на графіку показують процес з'єднання кожного стилю з однієї з п'яти соціоцілей, визначених за мотивацією до подорожей і активного способу життя.

Сама велика соціоціль поєднує шість стилів, до мотивацій яких відносяться порожнє проведення часу, відновлення здоров'я і піші прогулянки. Її частка складає 47% гостей. У наступний сегмент входять три стилі з мотиваціями одержання задоволення і насолоди, спорт і розумовий розвиток, його частка складає 21%. Третій сегмент складає 16% гостей і поєднує два стилі з основними мотиваціями: робити прогулянки верхи і на велосипеді, плавати і приймати сонячні ванни. Четвертий сегмент включає дві ділянки на соціокультурній карті - один у її західній частині, іншій в північно-східній, із загальною часткою 14%. Тут основними мотивами подорожей є спорт, фізичні навантаження, а також пізнавальні і культурні аспекти. І остання ділянка, що складає тільки 2% гостей, поєднує захопливих спортом і культурою туристів, а також багатих людей, що люблять робити покупки.

Інші приведені вище соціодемографічні і поведінкові фактори можуть більш істотно підкреслити розходження між зазначеними п'ятьма соціоцілями.

Непряме використання типології системи "Євростиль" за допомогою визначення потенційних можливостей лояльного до даного туристського центра клієнта є могутнім засобом при розробці стратегії маркетингу. Тут аналіз також починається зі збору інформації про гостя. Далі для наочності і посилення контрасту складають тільки дві групи євростилей по п'ять у кожній групі. Одна з них поєднує стилі з високим рівнем повторних відвідувань країни, а саме "Прудент", "Вігіланте", "Олвідадос", "Сітізен" і "Мораліст". Разом вони складають 31% загальної кількості гостей. Інша група поєднує стилі з низьким рівнем, такі, як "Роккі", "Денді", "Протест", "Піонер" і "Скаут", що складають разом 26% загальної кількості гостей. Стилі із середнім рівнем не розглядаються. Дослідження показують, що в цих двох групах між гістьми існують наступні розходження:

- у першій групі вік складає в середньому 52 року проти 40 років у другий;
- частка міських мандрівників - 8% проти 15%;
- частка пенсіонерів - 33% проти 13%;
- середня тривалість подорожі - 13 ночей проти 10;
- щоденні витрати на людину складають 74 дол. проти 82 дол. [18, с.210].

На наступному етапі за допомогою цих двох груп, що відбивають різні рівні лояльності гостей, поєднуються генеруючи країни і різні євростилі в одну загальну діаграму. У результаті цього, генеруюча країна може скласти комбінацію стилів, що мають визначений рівень споріднення з приймаючою країною в кожній комбінації. Порівнюючи частки всіх лояльних до приймаючої країні стилів у генеруючої країні, з часткою гостей у даній приймаючій країні саме з цієї генеруючої країни, можна одержати наступні чотири комбінації:

- 1) високий середній рівень у генеруючій країні і високий середній рівень у приймаючій країні;
- 2) низький середній рівень у генеруючій країні, і високий середній рівень у приймаючій країні;
- 3) низький середній рівень у генеруючій країні і низький середній рівень у приймаючій країні;
- 4) високий середній рівень у генеруючій країні, і низький середній рівень у приймаючій країні.

Відповідно генеруючі країни розділяються на чотири групи: успішний ринок, порожній ринок, ринок ризику і насичений ринок.

Дослідження, проведені групою "Європанель" у генеруючих країнах туристів для Австрії, показали, що маркетинговий клімат більш сприятливий у Німеччині, Швейцарії й у самій Австрії і менш сприятливий у Бельгії, Данії, Італії, Нідерландах і Франції.

Надалі європейські менеджери в сфері туризму експортували систему "Євростиль" у Сполучені Штати Америки для визначення і планування туристського ринку однієї з найважливіших для Європи генеруючих країн світу. За допомогою опитування, проведеного в американських Великих міжнародних аеропортах, і сучасних методик математичного моделювання для США сформовані 16 власних стилів, що називають "американським стилем". Кількісне порівняння стилів життя в Європі і США показує, що в останніх домінують стилі "Бізнес" і "Скаут". Люди, що дотримують цих стилів, прагнуть одержати освіту, придбати новий досвід, відвідати музеї й інші культурні центри. Серед американців, що подорожують у Європу, як це ні дивно, превалює і стиль "Роккі", коли мотивація до розваг охоплює людей у віці 40 - 50 років. Найчастіше зустрічаються в Європі стилі, такі як "Дефенс", "Романтик", "Сквадра", "Піонер", "Гентрі" і "Стрикт", тут рідкі [18, с.212].

В обох регіонах однакові стилі. Наприклад, "Роккі" мають подібний психографічний профіль, однак зовнішні визначники можуть істотно розрізнятися.

Слід також відмітити, що фахівцями групи "Гавас-Євроком" розроблена також математична модель, яка дозволяє спрогнозувати попит у галузі туризму. Дана модель досить часто використовується у комплексі з системою „Євро стиль”. Дану модель можна представити у наступному вигляді:

$$\ln (Tijt / Nit) = a_0 + a_1 \ln (Iit / Nit) + a_2 \ln PSit + a_4 \ln PXijt + a_5 \ln PAijt + a_6 \ln PASijt + a_7 \ln PSijt + a_8 \ln PSSijt + a_9 Ukt + a_{10} t + a_{11} \ln (Tij (t-1) / Nj (t-1)) + Bijt,$$

де t - кількість років;

$a_0, a_1, a_2, \dots, a_{11}$ - параметри (невідомі);

$Tijt$ - кількість прибуттів туристів із країни походження i у місце призначення (туристський центр)] у t -м року;

Nit , - чисельність населення країни походження туристів i в t -м року;

Iit - доходи на душу населення в країні походження i у t -м року;

Pjt - ціна проживання в туристському центрі j у t -м року;

$PSit$ - середньозважена ціна проживання туристів у туристському центрі замінику для жителів країни походження i у t -м року;

$PASiit$ - середньозважений тариф авіаперельоту з країни походження i у туристський центр заміник у t -м року;

$PSijt$ - середньозважений тариф переїзду на наземному транспорті з країни походження i у туристський центр у t -м року;

PS/j , - середньозважений тариф переїзду на наземному транспорті з країни походження i у туристський центр заміник у t -м року;

Uk , - перемінна події k , у t -м року;

$a_{10}t$ - перемінна, що показує прихильність до туристського центра, що включається в модель для тих пар країн походження і місць призначення, для яких необхідність їхнього включення була визначена попередніми емпіричними результатами;

B_i - випадкова величина помилки [28, с.15].

У деяких випадках оцінювані коефіцієнти рівняння можуть бути інтерпретовані як показники еластичності, що вимірюють відгук попиту на малі зміни визначальних факторів. Що стосується перемінних подій, то залежність між ними і залежними перемінними не зовсім логарифмічна і відповідно їхні коефіцієнти не ідентичні показникам еластичності.

Модель розраховують для кожної пари країн походження - місця призначення для ретроспективного періоду. Далі вибирають найкращу модель для різних пар на основі таких критеріїв, як відносно високий рівень коефіцієнта кореляції R^2 , відсутність автокореляції, відносно велика кількість статистично значимих коефіцієнтів, коректні знаки параметрів. На закінчення проводять прогнозування для бажаного періоду.

Дана модель у свій час була апробована при вивченні впливів змін різних економічних факторів на попит міжнародного виїзного туризму для різних країн. Для деяких з них були отримані наступні результати.

Процес прогнозування попиту в туризмі за допомогою регресійного аналізу включає наступні етапи:

- добір перемінних, котрі впливають на прогнозовану перемінну попиту, і встановлення математичної форми взаємин між ними;
- збір інформації, що відноситься до моделі;
- використання бази даних для встановлення заходу впливу впливаючих перемінних на прогнозовані перемінні в минулому (оцінка коефіцієнтів математичного рівняння);
- проведення іспитів на встановленій на попередньому етапі моделі для з'ясування рівня її реалістичності;
- використання моделі для прогнозування, якщо іспити моделі будуть задовільними [34, с.245].

Дуже важливо проводити оцінку параметрів (їхнього знака і величини), одержуваних за допомогою регресійної моделі, для визначення коректних (припустимих) теоретично (відповідних вимогам економічної теорії). В

основному некоректні параметри з'являються через недосконалість самої моделі. Наприклад, відпочинок за рубежом являє собою стиль гарного життя і відповідно очікується позитивна еластичність попиту по доходах. Аналогічно власна еластичність попиту за ціною повинна бути негативною, а перехресна еластичність попиту за ціною для продуктів замінників - позитивною. При зміні смаків споживачів може відбутися перерозподіл і, отже, коефіцієнт показника тренда може поміняти свій знак. Коефіцієнти, витрати на просування туристського продукту, перемінні прихильності до туристського центра повинні бути позитивними.

Математична модель прогнозування попиту на відпочинок в визначених місцях туристичного призначення має логарифмічно лінійну форму:

Великобританія

- Британці відносять подорожі по повітрю, морю і сухіше до розкоші.
- Попит чуттєвий до ціни.
- Обмінний курс відіграє визначальну роль.
- Туристські центри і види транспорту є факторами, що впливають на туризм.
- Психологічний вплив криз відчутний.
- Падіння курсу національної валюти вплинуло на поїздки, особливо в дорогі туристські центри.
- Відносно Франції й Італії тренд має похилість униз, а стосовно Німеччини - вгору.

Німеччина

- Збільшення доходу викликає ріст туристського попиту, однак ефект відрізняється від країни до країни, наприклад, особливо сильний вплив попиту на Іспанію і Швейцарію.
- При збільшенні цін Австрія, Іспанія, Франція, Швейцарія втрачають попит, однак останні дві країни, зокрема, мають еластичність за ціною, абсолютне значення якої перевищує одиницю.

Німці інформовані про ціни подорожей. Вони не тільки цікавляться абсолютними цінами, але і цінами, пов'язаними з іншими туристськими центрами. Вони також готові переключатися на альтернативні види транспорту.

Однієї з деяких країн, тренд стосовно якої нахилений униз, є Швейцарія.

Франція

- Збільшення доходів приводить до значного росту попиту.
- Абсолютні і відносні значення цін відпочинку дуже важливі, зокрема, при відправленні у Швейцарію й Італію.
- Психологічний вплив криз на потенційних мандрівників через сприйняття ціни наземної подорожі дуже значимо.
- Тренди для таких країн, як Італія, Іспанія і Швейцарія, спрямовані вниз.

Таким чином, в даному параграфі ми розглянули досвід провідних європейських країн у напрацюванні дієвих моделей, які використовуються для розвитку нових місць туристичного призначення. Але саме цікаве, на наш погляд, в цих моделях те, що вони дозволяють спрогнозувати можливий попит на те чи інше туристичне місце, що дозволяє, в свою чергу, прийняти рішення про економічну доцільність його розвитку. Також позитивним моментом цих моделей є те, що їх можна застосовувати в Україні при розробці попередніх бізнес – планів щодо відкриття нових місць туристичного призначення.

1.3. Мотиваційні аспекти вибору місць туристичного призначення

Мотиваційні аспекти вибору місця туристичного призначення напряду залежать від виду туризму (масовий чи екотуризм). Так, при масовому туризмі серед основних мотивацій можна виділити (наведено згідно ступеня важливості для споживача):

- можливість відпочити за невисоку плату;
- орієнтація в основному на пасивний відпочинок (пляж);
- можливість разом з основним видом відпочинку (пляж, екскурсії) самостійно відвідати ті чи інші визначні місця.

Проте, як зазначалось вище, останнім часом все більше переважає так званий природний туризм або екотуризм. Розглянемо більш докладніше які ми ж мотиваційними аспектами керуються туристи при виборі саме цього виду туризму.

Екотуризм, з одного боку, - це ніша на туристичному ринку, що має високі темпи росту, а з іншої, концепція, положення якої ширше поняття сумісності (мається на увазі позитивний вплив людини на природу). Екотуризм є складовою частиною природного туризму, вплив якого може бути дуже різним (від явно негативного до нейтрального і позитивного). До речі, поняття „екотуризм” широко використовується в сучасній діяльності заповідних зон і природних парків. Бурхливий ріст цього виду подорожей у світі протягом останніх десятиліть пояснюється не тільки погіршенням стану навколишнього середовища, але й усе більшим „окультуренням” популярних районів відпочинку - гірських курортів, узбереж теплих морів, використання для сільських потреб рівнин і полісь.

Усі різноманіття видів екотуризму можна розділити на два його основних типи:

- екотуризм у границях особливо охоронюваних природних територій і акваторій, розробка і проведення таких турів - це класичний напрямок у природному туризмі; потрібно відмітити, що відповідні тури

відносяться до подорожей у вузькому значенні даного терміна, їх можна віднести до "австралійського" моделі екологічного туризму;

- екотуризм поза границями особливо охоронюваних природних територій і акваторій, до цього типу турів можна віднести дуже широкий спектр природно-орієнтованого туризму, починаючи від агротуризму й аж до круїзу на комфортабельному лайнері, цю групу екотурів можна віднести до "німецької" чи до "західноєвропейського" моделі.

Основні мотивації туристів, що виявляють до природного та екологічного туризму досліджено і представлено у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Мотивація туристів, що виявляють інтерес до природного й екологічного туризму

Тип	Основні мотивації	Потенціал попиту
Ентузіаст природного туризму	Пізнання природи, спеціальні інтереси	Невеликий
Турист, що цікавиться природним туризмом	Пізнання природи, екологічні взаємозв'язки	Середній
Турист, який з нагоди цікавиться природним туризмом	Легко досяжні/ "очевидні" природні визначні пам'ятки	Високий
Турист, що цікавиться спортом/ пригодами	У центрі уваги - активний відпочинок	Від середнього до високого
Турист-мисливець/ рибалка	У центрі уваги - активний відпочинок	Невеликий
Турист, що цікавиться природою і культурою	Пізнання природи і культури	Середній

Особливо слід відмітити такий вид туризму як рекреаційний туризм. Основним мотиваційним аспектом тут виступає потреба в оздоровленні.

Можливості щодо надання всіх видів туризму в Україні є достатньо великими, так майже в усіх областях України є рекреаційні ресурси, які обов'язково зацікавлять потенційного туриста. Серед них домінують санаторно-курортні. Відомий на весь світ своїми санаторно-курортними умовами Південь України (Одеська, Херсонська, Миколаївська, Донецька області і Автономна Республіка Крим). Треба відзначити, що крім кліматичних ресурсів, Південний берег Криму багатий на ресурси грязей для організації лікувальних закладів.

Ще один за важливістю рекреаційних ресурсів є район Карпат, що вирізняється добрими умовами для організації як літнього, так і зимового туризму. Широко відомі своїми цілющими мінеральними водами Прикарпаття та Полтавська область.

Кожен регіон має визначену структуру свого туристсько-рекреаційного комплексу. На прикладі Прикарпатського та Закарпатського регіонів розглянемо структуру рекреаційного комплексу українських Карпат.

Для виявлення сучасного стану, перспектив розвитку і територіальної організації українських Карпат у головних рисах розглянемо історію її формування під кутом зору виникнення і становлення галузевих компонентів ядра системи, тобто галузей курортного, туристичного господарства, сфери відпочинку.

Становлення деяких галузевих елементів туристично-рекреаційної системи Карпат відбувалося ще в період XIX - поч. XX ст., однак процес формування системи відбувався цілком у радянський період. На початку XX ст. уже склалися і отримали популярність такі широко відомі нині бальнеологічні центри, як Трускавець, Моршин, Любень Великий, Черче, Немирів, Шкло і т.д., відомі були також лікувально-оздоровчі місцевості в

долинах рік Пруту, Опора, Дністра й ін. невеликі водолікарні починають функціонувати в Закарпатті: Ужгороді, Галявині, Квасах і т.д.

Приблизно в цей же час починає розвиватися в Карпатах туризм, утворюються туристські суспільства, клуби, уперше був виданий путівник по Чорногорі. У цілому туристське господарство почало розвиватися в післявоєнні роки.

Сьогодні структура туристично-рекреаційного комплексу регіону складається із санаторно-курортного лікування (39%), безпосередньо туризму (38%) і оздоровчого відпочинку (23%). З огляду на нерівномірність природно-ресурсних баз, у регіоні можна виділити три райони: Передкарпатський і Закарпатський курортно-оздоровчі райони і Гірничо-Карпатський туристсько-оздоровчий район [26, с.153].

По сьогоднішнім даним у регіоні існує 62 санаторію, 17 лікувальних пансіонатів, у яких нараховується близько 25 тис. місць. Курорти ефективно використовуються для лікування захворювань кровообігу, легенів, опорно-рухової системи і нервової системи.

Найвідомішим курортом є Трускавець, що спеціалізується на лікуванні нервової системи, обміну речовин, різного роду отруєнь. Тут щорічно обслуговується більш 300 тис. чол. Другим по потужності і популярності є курорт Моршин, що у рік обслуговує більш 75 тис. чол. Так само відомі: Сходнинське, Келечин, Гірська Тиса і т.д.

Крім безпосереднього використання мінеральних вод, на курортах у лікувальних і оздоровчо-профілактичних цілях, здійснюється так само промисловий розлив мінеральних вод: "Нафтуса", "Олеська", "Бориславська", "Трускавецька" і ін.

Важливе значення для оздоровлення місцевого населення мають санаторії-профілакторії (їх у регіоні 70), бази відпочинку (120), табору відпочинку для дітей (більш 1300). У 10 будинках відпочинку на 2,5 тис. місць приходить близько 50 тис. оздоровлюючихся щорічно [10, с.15].

Тут розміщено 53 туристичних баз, готелів, кемпінгів. Можна виділити такі як "Буковина", "Черемош", "Чернівці", "Джерела Карпат" і багато ін.

У Карпатському рекреаційному регіоні освоєно більш 10 гірськолижних територій, у яких діє кілька десятків гірськолижних підйомників. До них відносяться: Ясена, Рахов, Славське, Подобовец, Ворохта й ін.

У регіоні утворилося кілька найважливіших туристсько-екскурсійних вузлів. Це такі міста як Львів, Ужгород, Мукачеве, Яремча, Коломия, Вижниця й ін. Через регіон проходить кілька міжнародних маршрутів.

Таким чином, серед основних мотивів здійснення туристичних подорожей можна виділити наступні:

- можливість отримання нових вражень;
- пізнання природи;
- пізнавальні мотиви (побачити „на власні очі” видатні пам’ятки культури і історії, побувати у загально відомих місцях світу);
- модні тенденції (мода на подорожі в ті чи інші туристичні місця);
- потреба в оздоровленні.

Перелічені вище мотиви характерні як для вітчизняної галузі туризму, так і для світової галузі туризму. Єдина відмінність тут – платоспроможний попит.

Отже, спираючись на наведений у розділі матеріал, можна виокремити фактори, що будуть визначати загальні напрямки розвитку міжнародного туризму на найближчі 10 років.

Політичний аспект. Зміна політичної карти світу, що відбулося наприкінці 80-х - початку 90-х років, істотно вплинуло на розвиток туризму і буде впливати надалі. Відкриття границь і перехід до ринкової економіки країн СНД і Східної Європи визначили збільшення туристських потоків з цих країн на Захід. У свою чергу, багато країн Східної Європи стали провідними по прийому гостей, наприклад Угорщина і Чехія.

Створення Європейського союзу без внутрішніх границь з вільним пересуванням товарів, послуг і людей, з уніфікацією податкової політики і дерегулюванням транспорту створює умови для усе більшого розвитку туризму в цьому районі земної кулі.

Технологічний аспект. Глобалізація - один з основних трендів в індустрії міжнародного туризму, супроводжується концентрацією частки ринку і впливу в руках великих компаній. Ці компанії, крім економії у великих масштабах, можливості розподіляти ризик між різними ринками, застосування сучасних маркетингових схем і доступу на міжнародний ринок праці, також виграють від активного застосування нових технологій.

Екологічний аспект. Екологічні питання в майбутньому будуть хвилювати людей ще більше, ніж сьогодні. Зростаюча чутливість навколишнього середовища зі своєї сторони стимулює значні зусилля по захисту й охороні природних ресурсів. У наступні 10 років ринок заповниться новими, більш "м'якими" видами туристських продуктів, а саме екотуризмом, націленим на дослідження навколишнього середовища, особливо флори і фауни в заповідних районах. Однак розвиток цього виду продукту може обмежитися по двох причинах. По-перше, продукт не зможе завоювати занадто великий сегмент ринку, тому що він стане занадто дорогим і елітним. По-друге, може виникнути проблема, коли продукт екотуризму стане процвітаючим і велике число туристів зможе зруйнувати екосистему.

Освіта і підготовка кадрів. Освіта і підготовка кадрів у майбутньому туризму займуть більш важливе місце хоча б тому, що туризм є і стає усе більш високотехнологічною, дуже контактною сферою, у якій кадри повинні бути добре освічені, комунікабельні, професійно підготовлені, повинні володіти декількома мовами і добре уявляти собі природу туризму. Застосовувані раніше політика і практика стосовно трудових ресурсів базувалися на підходах управління кадрами, що уже виходять з моди. У туристський сектор проникають ідеї, підходи, пріоритети управлінської

діяльності, розроблені в інших секторах економіки, наприклад, такі, як регулярна оцінка, ефективні методи комунікації й ін.

Таким чином, можна зробити висновок, що Україна має величезний туристичний потенціал і, від того, наскільки зуміє країна скористатися своїми природними перевагами будуть залежати не тільки перспективи розвитку туристичної галузі, а й такі, на перший погляд далекі від туризму речі, як забезпечення робочими місцями населення та наповнення бюджетів усіх рівнів.

РОЗДІЛ 2. ГІРСЬКОЛИЖНІ КУРОРТИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

2.1 Аналіз підходів до розвитку лижного туризму в Україні

Лижний туризм в Україні має вже більш ніж сторічну історію. Саме в ті часи сягають перші лижні подорожі по Карпатах. Організаційно він зміг сформуватися у 50-ті роки ХХ століття – коли з'явилися перші осередки (секції) лижного туризму в містах України. Найбільшого свого розвитку і масовості в Україні лижний туризм досягнув на початку 90-х років ХХ століття, коли у спортивні лижні походи щорічно ходило кілька тисяч чоловік, а комісії з лижного туризму існували практично при всіх обласних федераціях туризму. У порівнянні з радянським періодом свого розвитку лижний туризм в Україні на сучасному етапі знаходиться у стані занепаду. Якщо за радянських часів кількість туристів-лижників в Україні можна було оцінити кількома тисячами і культивувався він у 15-17 регіонах нашої країни, то зараз ним займаються 100-200 чоловік і представництво регіонів становить 8-10 територій. Зараз лижний туристсько-спортивний загал України можна оцінити у 200-300 чоловік, що є надзвичайно низьким показником і говорить про кризу в цьому виді туризму [14, с.72].

Спортивний туризм на сучасному етапі розвивається у двох напрямках: *маршрутний туризм* (проходження маршрутів туристсько-спортивних походів) та *змагальний туризм* (підготовка та участь в змаганнях із техніки спортивного туризму). В історії розвитку спортивного туризму в Україні ці два напрямки завжди були нероздільні. Але якщо походи були основною формою туристсько-спортивної діяльності і давно запроваджені у спортивну класифікацію (уперше у 1949 році), то туристські змагання і зльоти носили характер допоміжний, другорядний. Нерідко вони використовувалися для перевірки готовності туристських груп для виходу на категорійні маршрути.

В *маршрутному туризмі* до середини 90-х років основна кількість лижних категорійних походів здійснювалася за межами України. Основні райони таких походів – Кольський п-ів, Приполярний та Полярний Урал, Саяни, Хамар-Дабан та інші. Зараз за інформацією ЦМКК максимальні повноваження з лижного туризму мають лише Одеська ОМКК, Запорізька ОМКК та МКК м. Києва. Такі ж повноваження має Харківська ОМКК, однак Харківська федерація спортивного туризму не увійшла до складу ФСТУ (справедливим є твердження, що Харків був і зараз залишився визнаним центром лижного туризму в Україні – щорічно тут випускається кілька лижних “п’ятірок”). І ситуація тут мабуть покращуватися у найближчі роки не буде.

Поступово ми втрачаємо висококваліфіковані кадри керівників складних лижних походів. І хоча собівартість походів у найближчі до нас “п’ятирічні” райони – Кольський п-ів та Приполярний Урал – коливається в межах 150-200 у.о., кількість груп, що подорожують цими районами, є незначною.

З огляду на ці обставини, на нашу думку, слід звернути серйозну увагу на наш лижний район – Українські Карпати. В останьому радянському “Переліку класифікованих туристських спортивних маршрутів на 1989-1992 роки” приведені лише 2 маршрути II та III категорії складності. Карпати завжди вважалися “не серйозним” з точки зору лижного туризму регіоном, придатним лише для походів I-II категорії складності. Однак вже в “Переліку класифікованих туристських спортивних маршрутів України” з’явився як експериментальний маршрут IV категорії складності, який проходить по Горганах, Свидовцю та Чорногорі. За моєю інформацією цей маршрут ще ні ким не пройдено і ще значний час буде чекати своїх підкорювачів. Власний досвід карпатських походів автора (лижні походи по Горганах та в районі Чорногори), досвід волинських туристів-лижників, досвід альпіністів, що здійснюють зимові сходження на вершини Чорногори свідчать про те, що такий маршрут під силу лише дуже досвідченим групам з

невисокою ймовірністю його повного проходження. Причини: складні погодні умови взимку в Карпатах (від відлиги до штормових вітрів на хребтах), висока лавинна небезпека, необхідність володіння альпіністською технікою (рух в “кошках”, будівництво снігових стінок, організація ночівель на відкритій місцевості) та інші. Тому мабуть слід змінити відношення до Карпат. На нашу думку, в Українських Карпатах можна здійснювати лижні туристські походи V к.с. І таких маршрутів тут кілька. Перспективними регіонами для таких маршрутів крім вищеназваних є Мармароський масив, Чивчини, Полонинський хребет (Руна, Боржава, Красна), Гринява та інші [14, с.73-74].

Відсутня інформація про проходження категорійних лижних маршрутів в Гірському Криму. А завчасний випуск групи на маршрут (за всіма канонами МКК) взагалі робить такі походи проблематичними.

Певною проблемою вбачається дефіцит спеціального туристського спорядження для лижних походів. Адже лижі “Бескід” вже багато років не випускають, намети “Зима”, титанові пічки стали дефіцитними. Сучасне спорядження туриста-лижника (лижі “Скі-тур”, термобілизна, каркасні намети, газові примуси, пухове та альпіністське спорядження тощо) коштує не одну сотню доларів.

Тому для розвитку *маршрутного лижного туризму* пропонується:

- відновити практику проведення початкової та середньої туристської підготовки із заліковими походами I-II категорії складності в Карпатському регіоні. Конкретно пропонується у найближчі роки здійснювати це на базі Глибоцького районного центру дитячо-юнацького туризму та екскурсій Чернівецької області. Центр має досвід організації подібних заходів з дітьми, розроблені цікаві маршрути різних категорій складності, є досвідчені керівники походів – знавці Карпат. Такі заходи слід проводити на комерційній основі. Інформація про такі заходи повинна доходити до всіх осередків ФСТУ завчасно;

- провести у найближчий час (орієнтовно – у вересні 2006 року) із залученням найкваліфікованих туристів-лижників України похід-експедицію V к.с. по Українських Карпатах з проходженням найвищих хребтів – Черногори, Свидовця, Мармароського, Горган тощо;
- запровадити практику проведення складних лижних туристських експедицій (“Спорт найвищих досягнень”) у визнаних лижних регіонах світу – Шпіцбергені, островах Арктики, Гренландії, Алясці, Канадському архіпелазі, Антарктиді та інших;
- запровадити практику обміну досвідом щодо новинок у спорядженні туристів-лижників через WEB-сторінку ФСТУ, проведення окремих семінарів-практикумів, залучення фірм-виробників туристського спорядження у якості спонсорів.

У *змагальному туризмі* також накопичився ряд проблем, які потребують нагального вирішення. І хоч туристські змагання і зльоти залишилися відносно доступними, їх кількість також помітно зменшилась. Запровадження спортивного туристського багатоборства у 1998 році до Єдиної спортивної класифікації України як самостійного розділу спортивного туризму поряд зі спортивними походами стало значним поштовхом для розвитку цього напрямку спортивного туризму, незважаючи на значні вади прийнятої класифікації.

В змагальних видах спорту дуже важливе значення має календар змагань. В лижному туризмі у календарі змагань ФСТУ лише одні змагання – Чемпіонат України з техніки лижного туризму. І хоча навіть цей чемпіонат відродився лише 3 роки назад (до цього він більше 10 років не проводився), що є безумовно позитивним моментом – мати у будь-якому виді спорту лише одні офіційні змагання неприпустимо мало. Тому розширення кола змагань є наступним кроком у цьому напрямі. Так, туристи-пішохідники мають вже 5-6 офіційних стартів на рік. Тому нагальним є проведення Кубку

України з лижного туризму, який у подальшому може складатися з кількох етапів.

Важливо створити ланцюг змагань від дитячого спорту до спорту майстрів. Тому необхідно проводити дитячо-юнацьку першість України, першість України серед студентів і відповідну дорослу першість України. Відсутність у цьому ланцюгу якоїсь ланки призведе до втрати потенційних туристів-спортсменів у нашому виді спорту. На жаль різна відомча приналежність цих змагань робить цю справу складною.

Ще однією проблемою, яка відрізняє організацію змагань з техніки лижного туризму від змагань з інших видів туризму, це та, що туристам-лижникам необхідне розміщення в стаціонарних умовах. При тій ситуації, коли всім видам туризму виділяють однакову суму на проведення чемпіонатів України (а зараз вона становить аж 2 тис. грн.), то якісне проведення лижного чемпіонату є великою проблемою. В Карпатах розміщення навіть в приватному секторі вже досягає 50 грн. з особи за добу, тому розміщення команди у 8-10 спортсменів протягом 4-5 днів чемпіонату є серйозною сумою, а якщо додати сюди необхідність проведення тренувальних зборів, то це вже значні витрати на команду [14, 11].

Проблемою підтримання туристами-лижниками спортивної форми є той факт, що сніговий сезон в більшості регіонів України і навіть в Карпатах триває 2-3 місяці. Так туристи-пішоходники вже започаткували проведення особисто-командної першості України взимку в закритих приміщеннях. Тому лижникам необхідно удосконалювати свою технічну майстерність протягом нелижного сезону в інших видах туризму – гірському, пішохідному тощо.

Правила проведення туристських змагань є зараз стримуючим фактором в більшості видів туризму. Складність трактування, неоднозначність підходів до постановки дистанцій, відсутність видовищності, значна кількість протестів на дії суддівської колегії – все це не додає популярності і масовості техніці лижного туризму. Все це потребує

перегляду діючих Правил і внесення в них докорінних, навіть революційних змін.

На жаль, наш вид спорту не є олімпійським, як, наприклад, близькі нам лижний та гірськолижний спорт, що в умовах нашої країни обмежує державну підтримку і відповідне фінансування. Це пояснюється багатьма факторами, які, в першу чергу, не відповідають вимогам, що висуваються до олімпійських видів спорту:

- видовищність - наприклад, змагання на дистанції “Лижний маршрут” відбуваються переважно у закритій місцевості;
- короткотривалість - наприклад, лижний маршрут на двох останніх чемпіонатах України тривав два дні;
- складність телетрансляцій;
- неможливість отримання економічної вигоди від змагань;
- технічна складність, надмірна для сприймання глядачами складність правил змагань, наприклад, Правила туристських змагань невиправдано ускладнені не тільки для глядачів, а й для самих учасників, мають неоднозначність трактувань, багато умовностей тощо.

Тому необхідно прагнути до виконання цих вимог, щоб розраховувати на якусь перспективу. При цьому необхідно зберегти специфічну особливість лижного туризму, щоб він не нагадував паралельні види спорту – лижні гонки, гірськолижний спорт. У нас же лижний маршрут – це довга лижна гонка, на яку учасники виходять на бігових лижах, а штрафи за технічні етапи складають близько 5 % від загального результату і практично не впливають на загальний біговий результат. Мабуть учасники повинні долати дистанцію з контрольним грузом, який імітує туристське спорядження. Адже з контрольним грузом гірськолижна техніка вже зовсім інша.

Треба експериментувати, проводити нові види змагань – особисті, естафети, зв'язки, дистанції за вибором, рятувальні роботи, екстремальні гонки тощо. ФСТУ повинна бути відкритою до таких речей і оперативно

реагувати на нові віяння (зміни до Правил, проведення експериментальних змагань під своєю егідою тощо). Щодо олімпійських ігор, то якщо у літніх видів туризму практично не має такої перспективи, то програма зимових Олімпійських ігор є відкритою до нових видовищних видів спорту. А те, що короткі туристські дистанції можна зробити видовищними і цікавими, у мене особисто не викликає жодного сумніву. Тільки результат виступу повинен бути відразу після фінішу учасника чи команди, а не добу його рахувати і ще добу розглядати протести [11].

Тому для розвитку *змагального лижного туризму* пропонується:

- розпочати роботу над новою редакцією Правил туристських змагань з техніки лижного туризму, створивши творчу групу, і закінчити цю роботу до початку 2007 року, щоб вже на черговому Чемпіонаті України опробувати нові Правила, нові дистанції;
- приділити особливу увагу календарю змагань з техніки лижного туризму (розширення кількості змагань – вже в календар 2006 року внесені крім Чемпіонату змагання юнацькі та Кубку України), при обов'язковій умові їх проведення без зривів;
- для проведення змагань будь-якого рівні напрацювати технічні вимоги до спорядження, створити в перспективі при лижній комісії технічну комісію, яка б формувала ці вимоги;
- створити або за підсумками минулого Чемпіонату України, або наступного чемпіонату збірну команду України з усіма необхідними для збірної атрибутами – головним тренером, спортивними зборами, формою, символікою тощо.
- для майбутньої збірної обов'язково планувати участь в міжнародних змаганнях – чемпіонатах Росії, Білорусі, лижних змаганнях “Європа-Азія” тощо. Обов'язково повинна бути більш висока мета ніж перемога у внутрішньому чемпіонаті. Цю практику необхідно запровадити вже з сезону 2006 року;

- ініціювати разом федераціями інших країн (Росії, Білорусі та ін.) проведення у майбутньому чемпіонатів Європи, світу і вже зараз поставити в Програму діяльності ФСТУ мету – включення до програми зимових Олімпійських ігор змагань з техніки лижного туризму [11].

2.2 Гірськолижні курорти України

Гори розташовані на території 4 областей України: Львівської, Закарпатської, Івано-Франківської і Чернівецької. Регіон також умовно поділяється на 2 частини - Прикарпаття і Закарпаття. Прикарпаття - це Івано-Франківська і Чернівецька області, Закарпаття - Закарпатська область. Частина Львівської області також розташована на території гір (південна частина). Гори невисокі, вулканічного походження, середньою висотою близько 1200-1400 метрів. Найвища точка знаходиться в районі села Ясиня і Яблуниця - гора Говерла - 2061 м. Поруч розташовані всі двухтисячники Українських Карпат - Петрос, Хом'як, Поп-Іван.

Гірські вершини покриті снігом близько 5 місяців протягом року. Практично в будь-якому регіоні є місця для катання на лижах - лижні бази, санаторії звичайно розташовані в місцях, придатних для катання на лижах і сноубордах.

В Україні, на сьогодні, функціонують чотири основні гірськолижні курорти, це – Буковель, Яблуниця, Славсько та Драгобарт.

Буковель. У 30 км від Яремче й у 100 км від Івано-Франківська, на висоті 900 м над рівнем моря, у селі Поляниця Закарпатської області знаходиться туристичний комплекс "Буковель". Саме тут, більш ніж будь-де, збереглися первозданна краса, природна гармонія і багатства землі. Назва його походить від однойменної гори висотою 1129 м., у підніжжя якої і розташувався цей гірськолижний курорт.

Сніг тут випадає рано й у великій кількості. На території комплексу діють бугельні і крісельні підйомники. До послуг відпочиваючих пункти прокату гірськолижного устаткування (гірські лижі, бігові лижі, сноуборди), лижна школа, де висококваліфіковані інструктори розробляють індивідуальну програму навчання, працює дитяча лижна школа й інструктори по сноубордингу.

Завдяки вдалому розташуванню й унікальним кліматичним умовам, сніг у Буковелі випадає рано й у великій кількості, що в сполученні з раціональною й ефективною роботою по снігонапиленню і підготовці трас забезпечує прекрасне сніжне покриття, що зберігається з листопада до середини травня. Висвітлення схилів дозволяє кататися у вечірній час. Лижні траси проходять на спеціально підготовлених схилах із трав'яною основою.

Стан погоди і сніжного покриття на трасах "Буковеля" можна побачити в режимі on-line за допомогою веб-камер, установлених на схилах.

Перепад висот - 488 м, довжина трас - 20 км. (95% трас зі снігогенеруючим устаткуванням). Усі траси доглянуті і пов'язані між собою, сама довга траса - 4500 м;

Кількість підйомників - 7 канатних доріг (два бугелі, один 2-крісельний, три 4-крісельних, один 3-крісельний) і 5 мультиліфтів.

На території ТК "Буковель" працює бригада висококваліфікованих рятувальників. При першій необхідності вони нададуть доврачебну допомогу, а в критичних випадках зможуть транспортувати потерпілого в медпункт. Усі відпочиваючі застраховані від нещасливих випадків страховою компанією "АСКА".

Відпочинок на гірськолижному курорті "Буковель" корисний для людей будь-якого віку. Клімат Українських Карпат, чисте повітря, джерельна вода, пейзажі, що радують око в будь-який час року, позитивно впливають на всі системи організму.

Яблуниця. Яблуниця - знаходиться практично на границі Івано-Франківської і Закарпатської областей, недалеко від знаменитого

Яблунецького перевалу. Відстань до районного центра м. Яремче - близько 30 км.

Яблуниця - найвідоміший гірськолижний центр Івано-Франківської області. Там знаходиться 10 бугельних підйомників, довжиною від 100 до 1100 м. (з них 2 у самому селі і 2 безпосередньо на перевалі). Траси різного рівня складності. Дуже зручний під'їзд до трас.

Славське. Перша письмова згадка про Славське датується 1483 роком. Назву селища пов'язують з річкою Славкою, або «славни-ми» дружинниками князя Святослава, вбитим у 1015 р. братом Святополком. Могила Святослава знаходиться поруч зі Славським, над річкою Опір. Ця річка отримала назву після героїчного опору дружинників Захара Беркута татаро-монгольській орді Батия в 1241 р. Могила Захара Беркута знаходиться на вершині гори в с. Тухля близько Славського.

Історія розвитку відпочинкового туризму та гірських видів лижного спорту в районі Славських Карпат почалася досить давно, ще в XVIII ст., коли Галичина входила до складу Австро-Угорської Імперії. Продані графом Потоцьким іншому графові Євгену Кінському - сколівські землі разом з усією Тухольщиною перейшли тоді до рук нових підприємців - Гределя І Шмідта. Спритні ділки влаштували тут пансіонати: мальовничі місця, лагідний клімат скликали сюди на забави вельможне панство. Зубожілі верховинці у пошуках кращої долі виїжджали за океан, а фірми гределів наживали тисячі римських за обслуговування багатих туристів тут будуються готелі, кліматотерапевтична станція, трамплін...

Сьогоднішнє Славсько має курортний статус. На його території площею 64 кв. км мешкає 3,7 тис. населення, розташовано 25 туристичних баз та баз відпочинку. Взимку Славсько - це просто рай для лижників Славсько - один із самих популярних гірськолижних курортів українських Карпат. У Славському прокладено кілька гірськолижних трас європейського значення, функціонують крісельні і бугельні підйомники.

Для гірськолижного відпочинку використовуються гори Тростян, Погар, Менчул і Політехнік. Гора Тростян, висотою близько 1236 м, по складності гірськолижних трас цілком може суперничати з відомими Альпійськими горами. Гора Тростян знаходиться на відстані 2 км від центра села Славско. До нижньої станції крісельної дороги, довжиною 2750 м., туристи можуть доїхати на таксі.

Гора Політехнік розташована при в'їзді в Славско. Ухил гори, довжиною від 600 до 1000 м., шириною - 100-150 м., з перепадом висот - 150-200 м., досить пологістий, без різких перепадів. До послуг аматорів-гірськолижників - два бугельних підйомники довжиною 600 і 1000 м. чеського виробництва.

Драгобрат. Сама високогірна лижна база Українських Карпат, розташована на висоті 1400 м над рівнем моря, на стику хвойних лісів і альпійської зони, у підніжжя гори Стіг (1707 м над рівнем моря) і гірського масиву Близнеця (1883 м над рівнем моря). Підковоподібне розташування гір Свідивецького Хребта створює унікальний природний феномен садиби "Драгобрат" - наявність стабільного сніжного покриву з листопада по травень місяць. Протягом останніх 30 років відсутність снігу, навіть теплими малосніжними зимами, у садибі Драгобрат не спостерігалася.

Відпочинок на Драгобраті - це сучасний готель (74 місця) і два котеджі (по 29 місць) прямо на схилі, поруч з якими знаходяться два ресторани, фінська сауна, відкрите кафе "Курятня".

На Драгобрате буде цікаво лижнику з будь-яким рівнем кваліфікації. Наявність цілини і великого сніжного покриву (до 5 метрів) роблять Драгобрат райським місцем для сноубордистів. До послуг відпочиваючих три підйомники з трасами від 500 м (дитяча) до 2500 м. Загальна довжина трас - більш 9 км. У червні і першій половині липня можливе катання на сніжниках довжиною до 500 метрів. Траси готуються ратраками. Працюють освітлені траси.

На базі є прокат гірськолижного спорядження і сноубордів, камера схову, інструктора, ігровий зал, дискотека-кінозал, сауна, ресторани і колыба, польоти на пароплані.

Курорт постійно розвивається. У найближчих планах інвесторів - будівля отельно-рекреаційного комплексу на 100-150 місць, розвиток мережі сервісного обслуговування, спорудження підвісної канатно-крісельної чи каabinної дороги.

Комплекс розташований: Закарпатська область, Раховський район, сел. Ясиня, Урочище "Драгобрат".

2.3 Дослідження соціально-економічної та екологічної ситуації в гірських районах Українських Карпат

В процесі дослідження встановлено, що при надзвичайному багатстві та різноманітності природно-ресурсного потенціалу гірських територій Карпатського регіону, його використання далеко не раціональне. Процес використання природних ресурсів гір внаслідок значної вразливості гірських екосистем досить специфічний, що нерідко ігнорується землекористувачами, фахівцями та управлінцями. Крім того, важливою причиною нераціонального використання природно-ресурсного потенціалу є складний економічний стан в державі та трансформація системи управління на всіх рівнях влади, які негативно позначилися на фінансуванні робіт щодо збереження довкілля, виконавчій дисципліні, дотриманні норм та правил господарювання.

Складні природні умови в гірській місцевості обмежують вибір видів господарської діяльності для місцевого населення і зумовлюють особливі умови господарювання. Негативний вплив на якісні показники господарювання в гірських районах справляють високі транспортні витрати, відсутність інформації та вузький вибір потенційних партнерів з торговельно-економічної діяльності, обмежені можливості для реалізації ринкових ініціатив. Проведений аналіз показав, що зниження обсягів виробництва переробних галузей компенсується необгрунтовано великими

масштабами експлуатації природних ресурсів та їх експортом без подальшої переробки на вітчизняних підприємствах. Так, у 2006 р. порівняно з 1998 р. обсяги експортованої продукції зросли у Старосамбірському районі Львівської області у 4,0 рази, Сколівському – в 5,5 рази, Турківському – у 8,7 рази, Дрогобицькому – у 12,6 рази, тоді як в середньому по області цей показник виріс лише у 2,6 рази. Подібні деформації спостерігаються і в інших гірських районах. Поступаючись продуктивністю праці, гірські території переорієнтовуються на конкурентний товар (таким є ліс), який з мінімальними витратами майже у готовому вигляді можна одержати від природи. А це призводить до знищення карпатських лісів та занепаду лісопереробної галузі.

У значно складніших умовах, порівняно з іншими регіонами, у гірській зоні Карпат розвивається сільськогосподарське виробництво, яке має свою специфіку, обумовлену ґрунтово-кліматичними умовами, рельєфом місцевості, структурою земельних угідь, земельно-правовими відносинами, існуючими місцевими традиціями тощо. Аналіз розвитку сільського господарства гірських районів Львівської області свідчить про те, що за останні п'ять років низький рівень врожайності багатьох сільськогосподарських культур призвів до зниження їх середньорічного виробництва. Залишається низьким рівень ефективності виробництва сільськогосподарської продукції в громадському секторі в порівнянні з індивідуальним.

В процесі аналізу встановлено, що ціла низка негативних екологічних та економічних наслідків обумовлена інтенсивно-техногенними системами ведення сільськогосподарського виробництва на гірських територіях. Надмірне розорювання гірських схилів, перевипас худоби, безсистемне прокладання доріг, масове використання агрохімікатів призвели до масштабних ерозійних процесів, забрудненості та деградації гірських ландшафтів, втрати родючості ґрунтів, зниження саморегулюючої здатності агросистеми, а відповідно – її екологічної стійкості.

Традиційна для гірської місцевості рекреаційна діяльність, для розвитку якої в Українських Карпатах є сприятливі умови, сьогодні має меншу інвестиційну привабливість для потенційних інвесторів порівняно з іншими сферами вкладання капіталу в гірській місцевості (наприклад, лісозаготівлею).

Аналіз соціальних проблем свідчить, що слаборозвинені економічно, гірські райони в силу природних, географічних, історичних та ряду інших факторів мають незадовільну соціальну інфраструктуру, що формує відповідне середовище життєдіяльності людей та значно гірші соціально-економічні умови життя і розвитку, ніж у рівнинних районах. Це призвело до появи таких негативних явищ як зменшення чисельності населення, скорочення народжуваності, висока смертність, міграційний відтік населення, погіршення якості життя (табл. 2.1).

В роботі зазначено, що вихід гірських районів Українських Карпат з депресивного стану можливий лише за умови трансформації господарства регіону у напрямку підвищення рівня економічної ефективності та екологічної безпеки.

Таблиця 2.1

Показники розвитку соціальної сфери гірських районів Львівської області у 2006 році

Райони	Кількість народжених в розрахунку на 1000 осіб населення	Кількість померлих в розрахунку на 1000 осіб населення	Природний приріст, скорочення населення (-), осіб	Рівень зареєстрованого безробіття, %	Середньомісячна зарплата, грн.
Всього по Львівській області	9,6	13,4	-3,8	4,01	419,14
в т. ч. по гірських районах:					
Дрогобицький	9,9	16,0	-6,1	3,55	274,34
Сколівський	11,4	14,9	-3,5	6,9	399,20
Старосамбірський	9,4	16,1	-6,7	7,73	237,89
Турківський	12,6	13,6	-1,0	8,49	296,27
м. Борислав	9,2	13,5	-4,3	8,41	466,31

Джерело: Статистичний щорічник Львівської області за 2006 рік. Част. II. Державний комітет статистики України, Львівське обл. упр. статистики. – Львів, 2007. – 370 с.

Важливою передумовою соціально-економічного розвитку регіону є зміна структури господарства: зменшення частки природоексплуатуючих галузей матеріального виробництва і прискорений розвиток сфери послуг (особливо рекреаційних) та інфраструктури. Як і всі проблемні регіони, гірські райони Українських Карпат – це території, які самостійно не зможуть вирішити численні соціально-економічні та екологічні проблеми та реалізувати свій природно-ресурсний потенціал і тому вимагають активної підтримки з боку держави.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1 Стратегія сталого розвитку гірських територій в Україні

Найважливішою передумовою переведення регіонів України на модель сталого розвитку є всебічна зрівноваженість та збалансованість інтересів соціального прогресу, екології та економіки за максимально можливою кількістю демографічних, соціальних, економічних, екологічних та інших показників.

Розроблена в дисертації методика оцінки рівня розвитку гірських територій побудована на комплексності відображення процесу розвитку, врахуванні специфіки розвитку гірських територій з використанням системи показників, які найбільш повно відображають їх еколого-економічний та соціальний стан. Суть запропонованої методики полягає у порівнянні умов та результатів розвитку окремих гірських районів за комплексом обраних ознак на фоні відповідних середніх показників по області. Узагальнена інтегральна оцінка рівня розвитку гірських територій здійснюється на основі інтегральних індексів соціального й економічного розвитку та екологічного стану, які розраховуються за допомогою інформативних показників базового рівня.

Слід зазначити, що серед показників, які характеризують рівень розвитку гірських районів є такі, зростання яких його підвищує, і такі, зростання яких негативно впливає на стан регіону.

Враховуючи це, розрахунок часткових індексів на основі відповідних значень обраних показників за певний період здійснюється за формулою:

- для j -тих показників, кількісне зростання яких позитивно впливає на розвиток регіону:

$$i_{jk} = p_{jk} / p_{j \text{ сеп}}, \quad (1)$$

де i_{jk} – частковий індекс розвитку k -того району;

p_{jk} – значення j -того показника для k -того району;

$p_{j \text{ сер}}$ – середнє по області значення j -того показника.

- для m -тих показників, кількісне зростання яких негативно впливає на розвиток регіону:

$$i_{mk} = p_{m \text{ сер}} / p_{mk}, \quad (2)$$

де i_{mk} – частковий індекс розвитку k -того району за певний період;

p_{mk} – значення m -того показника для k -того району;

$p_{m \text{ сер}}$ – середнє по області значення m -того показника.

В цілому по комплексу показників, наприклад, соціального розвитку, відповідний інтегральний індекс визначається як середнє арифметичне від часткових індексів за окремими показниками.

$$I_{k \text{ соц.}} = \sum_{k=1}^n i_k / n, \quad (3)$$

де $I_{k \text{ соц.}}$ – інтегральний індекс соціального розвитку k -го району;

n – кількість аналізованих показників соціального розвитку району.

В такий же спосіб визначаються інтегральні індекси економічного розвитку та екологічного стану районів.

Розрахунки інтегральних індексів соціального, економічного розвитку та екологічного стану гірських територій, проведені на прикладі 4-х гірських районів Львівської області, підтверджують дані попереднього аналізу про досить низький рівень соціально-економічного розвитку більшості гірських районів (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Інтегральні індекси розвитку гірських районів Львівської області

	Інтегральний індекс економічного розвитку	Інтегральний індекс соціального розвитку	Інтегральний індекс екологічного стану
Дрогобицький	0,36	0,71	5,95
Сколівський	0,25	0,78	19,43
Старосамбірський	0,16	0,71	19,27
Турківський	0,15	0,73	21,92

Значення інтегральних індексів економічного розвитку гірських районів Львівської області засвідчують особливо несприятливу економічну ситуацію у Турківському та Старосамбірському районах (відповідно 0,15 та 0,16). Розрахунки інтегральних індексів соціального розвитку показують, що рівень розвитку соціальної сфери у всіх чотирьох гірських районах Львівщини становить 70-80% від середньообласного.

Щодо оцінки якості навколишнього середовища, то, як свідчать дані табл. 2, екологічний стан гірських районів Львівської області є значно кращим, ніж в середньому в області. Особливо сприятливими в екологічному відношенні є Сколівський, Старосамбірський та Турківський райони (індекси 19,43, 19,27 та 21,92 відповідно). І, навіть, Дрогобицький район, який суттєво відстає у цьому відношенні від інших гірських районів, є майже у 6 разів благополучнішим, ніж область в цілому (значення індексу 5,95). Висока якість довкілля є для цих територій конкурентною перевагою, яку необхідно використовувати для покращення соціально-економічної ситуації. Проте ці результати, отримані на основі існуючих статистичних даних, не відображають специфічних екологічних проблем, що стоять перед гірськими територіями. Серед найважливіших з них є: нераціональне використання природно-ресурсного потенціалу Карпат та проблема руйнівних паводків та повеней, які майже кожен рік завдають значних економічних збитків та призводять до загибелі людей. В роботі зазначено, що показники стану довкілля, які базуються на обсягах забруднення повітря, води і ґрунтів, та інших фізичних проявах деградації навколишнього середовища є недосконалими індикаторами в умовах руху до збалансованого сталого розвитку. В дисертації наведено комплекс якісних індикаторів економічного прояву деградації довкілля, однак зазначається, що економічна оцінка їх на регіональному рівні через певні показники – проблема складна і потребує додаткових досліджень.

В роботі зроблено висновок про необхідність відображення стратегічних цілей економічного та соціального розвитку країни на регіональному рівні з урахуванням специфічних природно-географічних, історичних, економічних факторів і реальної територіальної диференціації рівня економічного розвитку, соціального становища та екологічної ситуації в регіонах.

Запропоновану в роботі концептуальну модель формування та реалізації стратегії сталого розвитку гірських територій наведено у Додатку А. Реалізацію стратегії сталого розвитку гірських територій Українських Карпат автор пропонує здійснювати поетапно. На першому етапі передбачається створення передумов для реалізації принципів соціальної справедливості, призупинення зубожіння та забезпечення умов для макроекономічного зростання. Покращення ситуації в регіоні на цьому етапі очікується за рахунок двох джерел:

- державної допомоги безпосередньо населенню та місцевим бюджетам (державні інвестиції повинні насамперед спрямовуватися у розвиток інфраструктури);
- росту підприємницької активності у традиційних сферах господарського розвитку: туризмі, лісовому господарстві, тваринництві, а також у тих сферах, які забезпечують поповнення місцевих бюджетів за рахунок акумуляції коштів з інших територій та з-за кордону (туризм, відпочинок, лікування).

Визнано за необхідне на протязі першого етапу реалізації стратегії запровадити спеціальний інвестиційний режим у межах гірських територій та різноманітні механізми оптимального управління розвитком гірських територій.

Другий етап передбачає структурну перебудову економіки, збалансоване використання природно-ресурсного потенціалу, забезпечення якості життя, яка відповідає стандартам європейських країн, надання широких прав територіальним громадам. Результативність господарської діяльності зробить можливим до кінця другого етапу реалізації стратегії соціально-економічного

розвитку відмовитися від державної допомоги місцевим бюджетам (або скоротити її до мінімуму) і перетворити цей регіон із депресивного у такий, що стабільно розвивається.

Принципи формування регіональної політики розвитку підприємництва повинні кардинально змінитись в напрямках поглиблення процесів лібералізації і демократизації, на базі яких мають бути сформовані нові механізми прийняття рішень з урахуванням інтересів всіх основних суб'єктів економіки.

В подальшому передбачається створення глобальної системи екологічної безпеки, широке впровадження високоефективних екологічно безпечних технологій, гармонізація відносин людини і природи.

При побудові соціально-економічного механізму формування та реалізації стратегії сталого розвитку гірських територій ми виходили з необхідності створення умов для використання синергетичного ефекту дії державних і ринкових інституцій, які б доповнювали одна одну та сприяли якнайшвидшому виходу гірських територій з кризового стану та їх переходу до сталого розвитку. Основними складовими соціально-економічного механізму реалізації принципів сталого розвитку гірських територій є:

- ринкові механізми управління;
- державна політика підтримки гірських територій;
- повноцінна інтеграція у європейські структури реалізації гірської політики;
- вирішення проблем розвитку на місцевому рівні;
- формування та реалізація галузевих та регіональних програм розвитку.

Виходячи із завдань реалізації принципів сталого розвитку гірських територій, в дисертації обґрунтовано зміст та механізми дії кожної з вказаних складових. В роботі зроблено висновок про те, що успіх реалізації стратегії сталого розвитку гірських районів в значній мірі залежить від освіченості, обізнаності, моральних засад, ментальності, естетичних потреб та

громадської позиції гірських мешканців, а також від формування постійного прямого та зворотного зв'язку між органами влади і керованою ними системою.

3.2 Перспективи розвитку гірськолижного туризму в Україні

З огляду на неупинне зростання популярності й моди на гірськолижний спорт, а також беручи до уваги виняткові особливості (наявні унікальні природні ресурси і значну освоєність), розвиток гірськолижного туризму в Карпатському регіоні надзвичайно перспективний та економічно доцільний. Безперечно також, що активний розвиток цього виду туризму в Карпатах сприятиме й підвищенню міжнародного авторитету Української держави.

Незважаючи на природну привабливість, легку транспортну доступність, умовно помірні ціни, відсутність мовного бар'єра та інші принади «зелених легенів Європи», більшість українців, залюблених у гірськолижний спорт, все ж таки віддають перевагу подорожам за кордон — до сусідніх Словаччини, Польщі та більш віддалених Туреччини й Австрії. На природне запитання, чому ж вони не обирають Українські Карпати, наші співвітчизники, а також сусіди-росіяни резонно відповідають: замало інформації про курорти та реклами їх, нерозвинена інфраструктура, низький рівень сервісу, зумовлений майже повною відсутністю конкуренції. Та й, зрештою, елементарна інерція подорожей за кордон, укорінена в думці «там краще», яка, своєю чергою, ґрунтується на масовій рекламі вітчизняних туроператорів.

Зауважимо однак, що останні роки позначені-таки певними кроками в розвитку карпатського туризму. Відновлюються наявні бази та готелі, розбудовуються нові туристичні комплекси тощо. Проте дякувати за ці малопомітні на загальнодержавному тлі зміни місцеве населення має передовсім своїм підприємливим землякам, і аж ніяк не київським або ж регіонального розливу владним структурам.

Тож чому карпатські гірськолижні курорти розвиваються не так швидко, як хотілося б, хоч потенційні інвестори (і не лише вітчизняних) вкладають кошти в гірськолижні центри Українських Карпат?

Однією з головних проблем є незрозуміла й нестабільна ситуація навколо системи оподаткування. Попри численні й регулярні обіцянки та запевнення вітчизняних чиновників. Ще один камінь спотикання — те, що у структур, які забезпечують побут туристів, належний стан гірськолижних спусків та ін., немає одного господаря. Їх, цих маленьких власників, досить багато: лісгоспи, відомства, комунальні заклади тощо. Комерційні структури беруть гроші за послуги, але не відомо, як сплачують податки. А, наприклад, сільська рада Славського мусить позичати значні кошти на побудову сучасного водогону, яким згодом користуватимуться всі охочі [4].

Аналогічну проблему мали наші західні сусіди словаки. Розв'язали ж вони її шляхом створення акціонерних товариств, де кожна із зацікавлених у розвитку курорту сторін мала свою частку. Причому інвестиції окупились доволі швидко (протягом трьох-чотирьох років). Навіть послуги дорогих вертолітних бригад, які займаються евакуацією гірськолижників, виправдовують себе за рахунок погашення страховки. І хоча навряд чи найближчим часом до нас повалять туристи з Європи, проте повернути в Карпати росіян, які раніше становили чверть від загальної кількості відпочивальників у цьому регіоні, цілком реально.

Технічні стандарти облаштування схилів на гірськолижних курортах України абсолютно не відповідають сучасним вимогам. У 2003—2004 рр. у країні існувала лише одна система генерації штучного снігу. Ратраків (машини для вирівнювання та ущільнення снігових схилів) — лише декілька. Підйомники старі. Навіть якщо йдеться про недавно змонтовані витяги, то придбане за кордоном обладнання має вік не менше 20 років [4].

Особливе занепокоєння викликає безпека канатних доріг. Багато туристів отримують травми, практично всі відвідувачі гірськолижних центрів стають свідками аварій. За неофіційними даними, в минулому сезоні на

одному з вітчизняних гірськолижних курортів трапилась аварія на канатній дорозі, яка забрала життя чотирьох осіб. На думку експертів, діючі системи безпеки, передбачені виробником, вийшли з ладу практично на всіх (!) підйомниках і просто відключені. Якщо технічний контроль за станом канатних доріг і передбачений, то він здійснюється формально. Такий стан справ пояснюється тим, що сервісне обслуговування технічного обладнання не виділене в окрему галузь і перебуває у віданні гірськолижних центрів.

Цікавий і, вочевидь, корисний відповідний досвід наших західних сусідів — Польщі та Словаччини, а також зачорноморської Туреччини.

Польсько-Словацькі Татри — приклад двосторонньої моделі розвитку гірськолижного туризму. Так, у Польщі (зокрема курорт Закопане) йому дала поштовх продумана державна політика, яка була зорієнтована на зовнішній попит. Держава надала колосальну підтримку малому і середньому бізнесу, вручивши їм розбудову матеріальної та спеціалізованої транспортної інфраструктури. Словаччина, чії традиції розвитку гірськолижного туризму сягають ще часів соцтабору, втратила свої позиції з розпадом країни і, не маючи централізованої підтримки держави, орієнтується у своєму розвитку на приватну ініціативу, віддавши готелі та підйомники до рук акціонерним товариствам. Гірськолижний туризм розвивається тут значно повільнішими темпами, ніж у сусідній Польщі, хоча країна має більший природно-ресурсний потенціал [4, 8].

Яскравий приклад активної підтримки розвитку туризму державою — Туреччина. Турецька модель — приклад ринкової орієнтації, де, з одного боку, внутрішній попит дав поштовх розбудові гірськолижних центрів місцевого значення, а з іншого — зростання зовнішнього попиту на відповідний вид туризму стало каталізатором створення нових альтернативних гірськолижних курортів, орієнтованих на міжнародний ринок. Усі готелі в гірськолижних центрах побудовані за кошти приватних підприємців. При цьому з часу побудови нового готелю держава звільняє

господарів від податків на термін від п'яти років і надає значну підтримку в рекламі вітчизняного турпродукту на міжнародному ринку.

Експерти зазначають: вихід України на світовий ринок з конкурентоспроможним «гірськолижним» продуктом значною мірою визначатиметься перспективністю політики соціально-економічної реконструкції регіону. Практична реалізація такої грамотної політики забезпечила б необхідні соціально та екологічно орієнтовані зміни у всіх галузях господарства вітчизняного Карпатського регіону.

Серед міжнародних програм особливе місце посідає Карпатська конвенція 2003 р., основна мета якої — бути інструментом сприяння стійкому розвитку регіону шляхом узгодження місцевого розвитку з природоохоронними інтересами. Зокрема через стабільний розвиток туризму. Реалізація відповідних програм також сприятиме, на думку фахівців, покращанню «туристичного» інвестиційного клімату в Карпатському регіоні, а це — використання кредитних ліній та залучення кредитів, грантів міжнародних фінансових організацій; використання міжнародних програм для малого та середнього бізнесу.

Прикро тільки, що на ці проблеми й перспективи (зрозумілі не лише фахівцям, а й нашим підприємливим співвітчизникам, які прагнуть вкладати власні кошти і працювати прозоро, створюючи принагідно й нові робочі місця) аж ніяк не наважаться звернути увагу урядовці. Власне, сказати, що можновладців ця тема не хвилює, не можна. Проте їхні кроки в зазначеній царині викликають аж ніяк не захоплення. Необхідна розробка відповідних загальнонаціональних та регіональних програм розвитку вітчизняної тургалузі. Як і участь у їх створенні вітчизняних та закордонних фахівців.

До пріоритетних напрямів державної політики в галузі туризму і рекреації належать наступні: удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму; забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих

місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського (зеленого), екологічного туризму; розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристському ринку; створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання; забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб. Забезпечувати збереження, відновлення та раціональне використання рекреаційно-туристських ресурсів України, які є чинником реалізації цих напрямів, покликані регіональні та інші програми розвитку туризму та рекреації. Нижче наводяться основні напрями національної туристсько-рекреаційної політики, подані згідно з державною програмою розвитку туризму на 2002–2010 рр. і власною позицією автора у розрізі 5 ресурсно-рекреаційних районів.

Причорноморський ресурсно-рекреаційний район (АР Крим, Миколаївська, Одеська, Херсонська області). Зважаючи на приморське розташування, подальшого розвитку набуватимуть круїзний морський туризм, яхтинг, інтенсифікація використання “актуальної смуги” – її забудова закладами розміщення, а наявність гірських, передгірських (Крим) та річкових (Нижній Дніпро, Південний Буг, Нижній Дунай) ландшафтів сприятиме розширенню мережі маршрутів екотуризму. Завдяки наявності ряду унікальних спелеоб'єктів та значній закарстованості території (її площа становить 41 тис. км²) розвиватиметься спелеотуризм.

Карпатсько-Подільський ресурсно-рекреаційний район (Вінницька, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька). Враховуючи гірське та передгірське розташування, особливості гідрографічної мережі району, наявність спелеоб'єктів світового значення (печера Оптимістична) та значну закарстованість території (її площа становить 27,4 тис. км²), подальшого розвитку набуватимуть пішохідний,

спелеотуризм і водні види туризму у літній сезон та гірськолижний – у зимовий, інтенсифікація використання орографічних рекреаційних ресурсів (спорудження підйомників, бугельних трас, закладів розміщення).

Полісько-Столичний ресурсно-рекреаційний район (Волинська, Житомирська, Київська, Полтавська, Рівненська, Черкаська, Чернігівська області). Зважаючи на прирічкове розташування, подальшого розвитку набуватимуть круїзи по Дніпру, яхтинг, водний туризм, реконструкція закладів розміщення та інтенсифікація берегової забудови.

Придніпровсько-Донецький ресурсно-рекреаційний район (Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Кіровоградська, Луганська області). Зважаючи на приморське та прирічкове розташування, подальшого розвитку набуватимуть круїзне освоєння Дніпровського “рекреаційного коридору”, яхтинг, реконструкція та інтенсифікація берегової забудови (особливо це стосується приморських курортів).

Харківський ресурсно-рекреаційний район. (Харківська, Сумська області). Враховуючи незначне забезпечення району рекреаційно-туристськими ресурсами, прогнозується розвиток оздоровчої рекреації на берегах водосховищ Харківської обл., а також помітна міграція рекреантів в інші, більш привабливі в ресурсно-туристському відношенні, райони.

Таким чином, основні положення обласних програм розвитку туризму і рекреації віддзеркалюють ресурсно-рекреаційні можливості тієї чи іншої території, які при їх реалізації можуть призвести до суттєвого пожвавлення регіональної економічної діяльності.

ВИСНОВОК

Туризм упродовж усієї історії свого економічного існування переконливо утримує репутацію специфічної сфери, яка динамічно розвивається у складі галузей обслуговування і посідає все більш помітне місце в світовій економіці за показником швидкості обігу капіталу, кількістю зайнятих, обсягом експорту послуг, в якості джерела доходів для національних бюджетів. Рівень споживання туристичних послуг є одним з важливих індикаторів якості життя.

Розвиток рекреаційно-туристичного комплексу України є пріоритетним напрямком національної економіки і культури, важливим фактором підвищення міжнародного престижу країни, джерелом соціально-економічного розвитку регіонів, важливою умовою збереження історико-культурної спадщини.

Україна для формування ринку туристичної діяльності має всі об'єктивні передумови: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів.

Лижний туризм в Україні має вже більш ніж сторічну історію. Саме в ті часи сягають перші лижні подорожі по Карпатах. Організаційно він зміг сформуватися у 50-ті роки ХХ століття – коли з'явилися перші осередки (секції) лижного туризму в містах України. Найбільшого свого розвитку і масовості в Україні лижний туризм досягнув на початку 90-х років ХХ століття, коли у спортивні лижні походи щорічно ходило кілька тисяч чоловік, а комісії з лижного туризму існували практично при всіх обласних федераціях туризму.

В Україні, на сьогодні, функціонують чотири основні гірськолижні курорти, це – Буковель, Яблуниця, Славсько та Драгобарт.

Гори розташовані на території 4 областей України: Львівської, Закарпатської, Івано-Франківської і Чернівецький. Регіон також умовно

поділяється на 2 частині - Прикарпаття і Закарпаття. Прикарпаття - це Івано-Франківська і Чернівецька області, Закарпаття - Закарпатська область. Частина Львівської області також розташована на території гір (південна частина).

Експерти зазначають: вихід України на світовий ринок з конкурентоспроможним «гірськолижним» продуктом значною мірою визначатиметься перспективністю політики соціально-економічної реконструкції регіону. Практична реалізація такої грамотної політики забезпечила б необхідні соціально та екологічно орієнтовані зміни у всіх галузях господарства вітчизняного Карпатського регіону.

До пріоритетних напрямів державної політики в галузі туризму і рекреації належать наступні: удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму; забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського (зеленого), екологічного туризму; розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристському ринку; створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання; забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Список використаної літератури

1. Азар В. Туризм - еще один феномен XX века // Туризм: практика, проблемы, перспективы, №5, 2003, с.15-17
2. Андропов О.М. Стан рекреаційного комплексу України // Економіка і Екологія, 2005, № 24.
3. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2001. – 395 с.
4. Бейдик О.О., Ляхова Т.О., Уманчик В.А. Рекреаційне освоєння і рекреаційно-ландшафтне районування Середнього Подніпров’я. // Вісн. Київ. ун-ту. Географія. – 1987. – Вип. 29. – С.19–24.
5. Гаспарян А.А. Розвиток гірського туризму в Україні. //Бізнес, 2005, №5
6. Гнатів О.К. Проблеми розвитку вітчизняного туризму // Економіка України, №5, 2005, с.23-25.
7. Гонгало П.Ф. Проблеми відтворення ресурсного комплексу України. // Економіка і Екологія, 2004, №15
8. Горобець Н.П. Нові технології в галузі туризму // Економіка і інформатизація, №7, 2004, с. 27-28.
9. Горобець Н.П. Нові технології в галузі туризму // Економіка і інформатизація, №7, 2003, с. 27-28.
10. Гулич О., Самольотов П. Розвиток рекреаційно-туристичного комплексу як напрямок екологоорієнтованої структурної перебудови господарства Карпатського регіону. В зб.: Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Механізми реалізації регіональної політики (Збірник наукових праць). Випуск 2 (XL). – Львів: ІРД НАН України, 2003. – С. 80-87
11. Дурович А. П. Маркетинг в туризме., Минск., Новое знание, 1998; с.205-217

- 12.Дурович А. П. Маркетинг в туризме., Минск., Новое знание, 2003; с.205-217
- 13.Заїкина О.О Внесок туристичної галузі в подолання економічної кризи, <http://www.niss.gov.ua>;
- 14.Заїкина О.О Внесок туристичної галузі в подолання економічної кризи, <http://www.niss.gov.ua>;
- 15.Заставний Ф.Д. Географія України. – Львів, Екотехніка, 1994.
- 16.Зіновчук Т.С. Вплив екологічних факторів на туризм // Екологічний вісник, №9, 2003, с.7-10.
- 17.Зіновчук Т.С. Вплив екологічних факторів на туризм // Екологічний вісник, №9, 2002, с.7-10.
- 18.Иванов В.М, Красильников В.П. Менеджмент в туризме.- М.: Финансы и статистика, 2002.- 345с.
- 19.Иванов В.М, Красильников В.П. Менеджмент в туризме.- М.: Финансы и статистика, 2002.- 345с.
- 20.Інформаційно-статистичний бюлетень „Туризм в Києві” за 2001-2006рр.
- 21.Інформація Держкомстату України
- 22.Калиновский С.С., Гончаренко П.А и др. Стратегический менеджмент туризма. - С-Пб.: Оркестр, 2003.- 561с.
- 23.Качанівський В.С. Концепція розвитку туризму в Україні. – Л.: Брама, 2003. – 317с.
- 24.Квартальнов В.А. Иностранный туризм., Москва, Финансы и статистика, 1999; с.91-101
- 25.Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика., Москва., Финансы и статистика, 2004; 157с.
- 26.Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика., Москва., Финансы и статистика, 1999; с.15-17
- 27.Кішко П.К. Деревообробна промисловість України: проблеми та перспективи розвитку // Бізнес, 2003, №3.

28. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: ИМА-Кросс, 1997.- 471с.
29. Кравців П.В., Самольотов П.В. Проблеми регіональної модифікації концепції сталого розвитку та особливості її реалізації в гірських районах. В зб.: Стратегія сталого розвитку Закарпаття: еколого-економічні та соціальні моделі. – Матер. регіональної науково-практичної конференції. - Ужгород: Патент, 2001. – С. 69-75
30. Куроїдов О.Н. Навколишнє середовище та розвиток рекреаційного комплексу України // Україна Молода, 7 листопада 2000.
31. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 2-е вид., перероб. та доп. - К: Альтерпрес , 2003. - 436 с.
32. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посібник. - К: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.
33. Михайлов В.А. Антропогенний вплив на навколишнє середовище. // Економіка і Екологія, 2001, №15
34. Мішогло Г.О. Економічна географія України з основами виробництва. – К., Поступ, 1997.
35. Папирян Г.А. Маркетинг в туризмі, М.: Финансы и статистика, 1997.- 457с.
36. Папирян Г.А. Экономика туризма, М.: Финансы и статистика, 2000. – 435с.
37. Потемкін О.С. Київ туристичний // Галицькі контракти №5, 2003, с.17-20;
38. Розміщення продуктивних сил / Під ред. Є.П. Качана. – К., Діло, 1997.
39. Самольотов П.В. Засади сталого господарювання в умовах гірських територій. В зб.: Гори і люди (у контексті сталого розвитку). – Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Т. І. Рахів, 2002. – С. 171-175
40. Самольотов П.В. Проблеми розвитку гірських територій Українських Карпат та європейська гірська політика. В зб.: Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Регіональна політика: досвід

- Європейського Союзу (Збірник наукових праць). Випуск 5 (XLIII) част 3. – Львів: ІРД НАН України, 2003. – С. 108-113
41. Статистичний бюлетень ДТА України за 2001-2003 рр.
42. Тимчук О. Перспективи розвитку гірського туризму в Україні // Збірник наукових праць НДФІ, №7, 2002, с.31-34.
43. Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матер . II-ої Міжнар . наук, практ . конф . (10 -11 жовтня, 2005 р.) / Редкол .: Цибух В.І. (голова) та ін. - К: Знання України, 2006. - 560 с.
44. Харрис Г., Кац К. Стимулирование международного туризма.- М.: Финансы и статистика, 1992.- 578с.