

укріплення (табори), сторожеві вежі, оборонні дзвіниці тощо. На території України взято на облік близько 5 тис. таких об'єктів [3,с.45].

Замкові та монастирські комплекси України, що збереглися до наших днів, розташовані в регіонах Волині, Галичини, Поділля, Карпат, Буковини, Лівобережжя, Придніпров'я та Криму. В силу історичних причин багато замків і монастирів XI-XVIII ст. краще збереглися у Західній Україні.

Враховуючи темпи розвитку туристичних краєзнавчих комплексів, слід зазначити, що інвестування коштів у відновлення фортифікаційних споруд є невід'ємною складовою утримання історичної спадщини, що слугує залученню прямих потоків туристів.

Список використаних джерел

1. Возницький Б. *Про замки України*. – Київ, 2011. – 575 с.
2. Рутинський М.Й. *Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження: Навчальний посібник*. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 432 с.
3. Петранівський В. Л. *Туристичне краєзнавство: [навч. посіб. за ред. проф. Ф.Д. Заставного] / В. Л. Петранівський, М. Й. Рутинський*. – К.: Знання, 2009. – 575 с.

Юрій ГУМЕНЮК

д. екон. наук кафедри
міжнародного бізнесу і туризму
Тернопільський національний
економічний університети

ТУРИСТСЬКА РЕФЛЕКСІЯ ТРЕНДІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України у 2017 р. має намір при входженні на зовнішні ринки надати допомогу сімом секторам національної економіки. Зокрема за кошти державного бюджету активно просуватимуть продукцію сільського господарства, машинобудування, запчастини і комплектуючі для авіа- й аерокосмічної промисловості, послуги сфери інформаційних і комунікативних технологій, туризму, техобслуговування і ремонт повітряних суден та креативні послуги.

Так для активного залучення інвесторів і туристів з-за кордону, в управлінні туризму і курортів МЕРТ зобов'язалися регулярно брати участь у міжнародних ярмарках і виставках та підготувати каталог інвестиційних проектів вітчизняних курортів. З метою поліпшення пізнаваності українського туристичного продукту у відомстві планують розробити маркетингову стратегію бренду «Україна», сформувати регіональні турбренди і запустити кількома мовами портал «Завітай в Україну». Для цього у державному бюджеті на 2017 р. передбачено 31 млн.грн., для порівняння на аналогічні цілі в Грузії щорічно виділяють 20-25 млн. дол. [1]. Також туристичну галузь планують розділити на сектори та займатися розвитком найбільш пріоритетних. Зокрема, міського, зеленого, сільського, етнічного, культурно-пізнавального, подієвого, медичного, гастрономічного, релігійного, гірського, пригодницького, наукового, круїзного туризму тощо .

Для Тернопільщини прийнятним є розвиток практично всіх зазначених видів туризму, окрім хіба що круїзного. Проте, наш регіон має унікальні туристичні ресурси, залучення яких в туристичний обіг вже поширило серед зацікавлених сторін ідентифікацію так званого «замкового туризму». Замки з часів виникнення були місцем, де мандрівнику насамперед гарантували безпеку за плату надавали дах над головою, харчування, розваги, тощо. Вони слугували за антураж авантюрних романів і кінофільмів, що заклало їх надзвичайно стійку привабливість для сучасних туристів. Так в Румунії легенди про князя Дракулу сприяли формуванню цілого туристичного напрямку, а в Угорщині з цією метою намагаються експлуатувати містичний образ графині Баторі.

Збаражський замок також має славне і до того ж цілком достовірне минуле. Зокрема події Визвольної війни 1648-1657 рр. описані Г. Сенкевичем в романі «Вогнем і мечем» і екранізовані в однойменному польському кінофільмі розгортаються частково на околицях Збаража. Складно отримати кращий продакт-плейсмент за кошти іншої держави, проте ні державні інституції, ні вітчизняний бізнес з цього не скористалися. Разом із тим, нерідко контроверсійне сприйняття історичних подій робить надзвичайно складним маркетингове просування таких імпрез.

Іншим викликом часу стало поширення в ЗМІ оксиморону – трудовий туризм [2], коли заклади, що надають туристські послуги приваблюють сезонних працівників можливістю поєднати відпочинок в рекреаційних зонах з можливістю заробити. Проте, це не є інновацією, так відома програма молодіжного обміну WorkandTravel надає студентам з різних країн світу можливість протягом так званого «канікулярного періоду» працювати і подорожувати територією США. Адекватне сприйняття нових реалій ставить перед дослідниками завдання уточнення дефініції «міжнародний туризм», оскільки ми мусимо констатувати часткове його ототожнення з міжнародною трудовою міграцією. Таким чином, на часі є перегляд такої умови подорожі бути туристичною, як заперечення можливості під час неї отримання доходу.

Кабінет міністрів України затвердив стратегію розвитку туризму і курортів до 2026 р. Зокрема є наміри поліпшити безпеку туристів, нормативно-правову базу, туристичну інфраструктуру, забезпечити підготовку людських ресурсів та провести маркетинг туризму. Нині рекреаційно-туристична індустрія поєднує діяльність понад 50 галузей національної економіки і прямо чи опосередковано акумулює кожне дев'яте робоче місце в країні. До 2019 р. планується збільшити в 1,5 рази чисельність іноземних туристів, туристичних закладів та робочих місць [1].

Водночас, подібна синхронність насторожує, оскільки виробнича функція сфери послуг не володіє постійною віддачою від масштабу. Збільшити експорт туристичного продукту, не маючи унікальних високоатракативних рекреаційних ресурсів, можна переважно знижуючи курс національної валюти. Власне рекреаційні ресурси також не є можливим надмірно експлуатувати і вони до того ж володіють різною регенеративною здатністю. Той факт, що очікується пропорційне збільшення чисельності туристичних закладів та робочих місць свідчить про задоволеність чиновників станом справ у сфері туризму загалом. Разом із тим, нині надзвичайно популярними серед туристів із середніми статками стали шерінгові послуги з поселення Airbnb, VRBO, HomeAway,

MUSHROOM, пасажирських перевезень Zimride, Carma, Ridejoy, BlaBlaCar тощо. Таким чином, цілком можливим є надання більшої кількості послуг іноземним туристам без збільшення чисельності туристичних закладів і робочих місць у них.

Все це ставить перед експертами і підприємцями туріндустрії завдання оперативної рефлексії перманентних викликів гнучким коректуванням організаційно-економічних механізмів стимулювання розвитку рекреаційно-туристської діяльності за умови, що до 2026 р. держава виконає п'ять пунктів власної стратегії розвитку туризму і курортів.

Список використаних джерел

1. *Чим залучатимуть туристів в Україну [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukr.segodnya.ua/economics/enews/chem-budut-privlekat-turistov-v-ukrainu-1008041.html>*

2. *Трудовий туризм: як заробити під час відпочинку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukr.segodnya.ua/ukraine/trudovoy-turizm-kak-zarabotat-vo-vremya-otdyha-1008430.html>*

Вікторія ДАНИЛЕНКО-КУЛЬЧИЦЬКА

к.е.н., доцент кафедри
міжнародного бізнесу і туризму
Тернопільський національний
економічний університет

РЕКЛАМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ

Якщо говорити про специфіку реклами у сфері туризму, то варто відзначити, що на сучасному ринку туристичних послуг перемагає у конкурентній боротьбі той, хто повністю враховує особливості рекламування на цьому ринку. Невідчутність туристичної послуги передбачає те, що її реклама повинна бути інформативною, предметною і переконливою. Оскільки споживач не може оцінити якість послуги до моменту її отримання, він змушений вірити рекламі цієї послуги. Така реклама повинна надати туристу якомога більше інформації, а також по можливості продемонструвати цю послугу: процес її надання, одержаний результат або ж задоволеність від її отримання. Саме тому характерною ознакою реклами туристичних послуг є наглядність, що передбачає широке використання елементів візуалізації [1].

Рекламування туристичних можливостей регіону можливо за кількома напрямками:

Просування замкового туризму

Понад 30 замків і їх руїн збереглися у Тернопільській області. В одних проводять екскурсії, а в інших можна хіба помилуватися природою. До національного заповідника Замки Тернопілля належать одинадцять замків і замково-палацових комплексів, до Бережанського і Кременецько-Почаївського державних історико-архітектурних заповідників – по одному. До складу «Замків Тернопілля» входять Збараський, Вишневецький, Скалатський, Теребовлянський, Микулинецький, Підзамоцький, Золотопотоцький, Язловецький, Скала-подільський, Кривчанський та Чортківський [2].