

*Цупер Є.В.
магістрант факультету туризму та міжнародних комунікацій
Ужгородського національного університету
м.Ужгород, Україна
Кіш Г.В.
к.е.н., доцент кафедри туристичної інфраструктури та сервісу
факультету туризму та міжнародних комунікацій
Ужгородського національного університету
м.Ужгород, Україна*

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

Входження України у світове співтовариство визначає всі перспективні функціональні аспекти політико-економічної і соціально-культурної взаємодії з зарубіжними демократичними інституціями, як головний фактор міжнародного співробітництва в сфері туризму.

Принципова структура такої взаємодії будується на поєднанні неоглобальних перспектив розвитку світових господарських інструментаріїв і збереження культурних традицій корінних народів. Однією з найважливіших пізнавальних форм розвитку етнічних зв'язків слугує туризм в усіх його домінуючих видах прояву.

Гармонійне поєднання різноманітних видів туризму з різними і багаторівневими економічними і культурними зв'язками надає йому особливу вагу в епоху нових дискурсивних відношень, робить його найважливішим елементом крос культурних комунікацій. Адже відкриття різних сторін людської суті дає можливість краще зрозуміти і оцінити всю самотність і різноманітність традиційних способів життя. При цьому відповідальне розуміння і збереження культурної спадщини народів, поряд з економічними складовими, виступають в якості найбільш важливих завдань світового співтовариства і глобальної самосвідомості.

Якість туризму як міжособистої діяльності напряму залежить від якості наданих послуг, тому відповідне інформування широкої громадськості найбільш важливі для туристської індустрії і розвитку туризму.

Перспективи ефективного розвитку туристичної індустрії, а також пов'язані з ними перспективи раціонального природокористування в регіонах України пов'язані з формуванням відповідної інформаційної підтримки в цій сфері.

Україна сприяє розширенню і зміцненню інформаційної діяльності на світовому туристичному ринку, а також бере участь в діяльності міжнародних туристичних організацій на правах повного або асоційованого члена або спостерігача [1, ст.31]. Так, з 20 жовтня 1997 року Україна була прийнята в дійсні члени ВТО, а 25 вересня 1999 року Україна була обрана до складу Виконавчого комітету ВТО [2]. Це є безумовно ознакою довіри до України засвідченої їй 133-ма державами-членами ВТО і визнанням України як країни з великим туристським потенціалом.

Вітчизняна туристична індустрія є невід'ємною складовою світового туристичного процесу. Впродовж останніх років в Україні змінюється на краще ставлення до туризму як з боку державних владних структур, так і суспільства в цілому. У туризмі починають вбачати дієвий засіб формування ринкових механізмів поповнення державного та місцевих бюджетів, забезпечення зайнятості населення, одну із форм раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля, оздоровлення людей, залучення широких верств українства до пізнання власної історії, вивчення історико-культурної спадщини, зростання національної свідомості громадян Української держави [3].

За своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати туристичною державою світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків відкриває великі можливості для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, а також залучення до українського інформаційного простору світового передового досвіду організації туристичної діяльності. Україна відкрита для міжнародного співробітництва. Цілеспрямована та системна діяльність щодо розвитку міжнародних туристичних зв'язків є чинником інтеграції нашої країни до європейської спільноти, розвитку національної економіки та культури,

ефективного використання туристичних ресурсів, розбудови транскордонної інфраструктурної мережі.

Рекламно-інформаційна діяльність визначена одним із основних напрямів реалізації державної політики в галузі туризму.

Розвиток виставкової діяльності, планомірна та систематична участь Держкомтуризму, українських туристичних підприємств у міжнародних виставках, організація туристичних салонів, ярмарків, бірж в Україні є важливим засобом підвищення економічної ефективності індустрії туризму, проведення широкомасштабної та комплексної реклами туристичного потенціалу України, просування українського туристичного продукту на міжнародному ринку, входження нашої країни до світової туристичної спільноти.

Практичний досвід країн з розвиненим туризмом доводить необхідність створення єдиної загальнодержавної інформаційно-рекламної і маркетингової системи, що передбачає належну організацію виставково-ярмаркової справи та є передумовою розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, створення високоякісного та конкурентоспроможного туристичного продукту.

Виставки, ярмарки, салони, біржі є засобами встановлення цивілізованих договірних відносин між туристичними бізнес-партнерами, вивчення та освоєння туристичних ринків, визначення перспектив розвитку туристської пропозиції, збільшення обсягів туристських обмінів, валютних надходжень до державних бюджетів, соціально-економічного розвитку країн. Протягом останніх років в Україні склалася система туристичних виставок, салонів і ярмарків, що активно впливає на стан туристичної індустрії, розширює ділові зв'язки між українськими та за рубіжними туроператорами, сприяє залученню іноземних туристів, розвитку внутрішнього туризму. Традиційним став Міжнародний туристичний салон «Україна», що проводиться щосені у м. Києві. З року в рік зростає його міжнародний авторитет і популярність, розширюється географія учасників. Щорічно проводиться весняна міжнародна туристична виставка «Україна: туризм і відпочинок UITT» у м. Києві. Розвиваються регіональні туристичні ярмарки, зокрема в Криму, на

Закарпатті, у містах Львові, Одесі, Харкові, Бердянську, Донецьку, Запоріжжі, Ужгороді.

Таким чином, забезпечується комплексний підхід щодо формування попиту та пропозиції на туристичному ринку України на зимовий та літній туристичні сезони, реалізації національного та регіонального туристичного продукту, запобігання впливу сезонності, максимального задоволення потреб вітчизняних та іноземних туристів.

Потреби подальшого розвитку індустрії туризму України вимагають створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту, організації ефективної системи його просування на внутрішньому та міжнародному туристичному ринках, забезпечення з цією метою якісно нового рівня виставково-ярмаркової діяльності, зосередження її на двох основних напрямках:

- підвищення ефективності рекламно-інформаційних туристичних заходів усіх рівнів, що проводяться в Україні;
- активізація участі у міжнародних туристичних заходах, що проводяться в зарубіжних країнах.

Список літератури:

1. Про туризм: закон України від 15 вересня 1995 р. // Відомості Верховної Ради України. - 1995.-№32.- ст.241.
2. Про прийняття України в дійсні члени ВТО: рішення XII сесії Генеральної асамблеї ВТО від 20 жовтня 1997 р.
3. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник,- К.: Атіка, 2006.- 264 с.
4. Козловський Є. Основні напрями розвитку міждержавної політики та управлінських засад у галузі туризму країн СНД //Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. - 2004. - № 4. - С. 398-403.