

УДК 338.48(477.73)

Павло РОМАНІВ

Львівський національний університет імені Івана Франка

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Хоча туризм не є найважливішим сектором економіки Хмельниччини, область має значний потенціал у сфері відпочинкового, активного та історико-культурного туризму.

Для задоволення потреб та очікувань цільових груп туристів інноваційна політика (за багатьма регіональними стратегічними імперативами) передбачає розвиток туризму за двома напрямками. Перший із них передбачає утримання туристів у регіоні шляхом відпочинкового туризму на базі природного потенціалу регіону завдяки озерам, лісам та рельєфу регіону. Другим напрямком збільшення доходів від туризму є традиційна гостинність населення регіону, особливо в сільській місцевості, що дає змогу поєднувати розміщення туристів із вивченням сільських звичаїв та традицій безпосередньо в селах. Туризм у Хмельницькій області буде привабливим для всіх туристів, які хочуть їсти здорову їжу, перебувати на свіжому повітрі й насолоджуватися красою регіону. Звичайно, стратегія інноваційної політики не має на меті обмежувати туристів у відвідуванні Кам'янця-Подільського – мова лише про розвиток інших напрямків та ознайомлення туристів з іншими принадами Хмельниччини, використовуючи певною мірою позитивний бренд Кам'янця-Подільського. Усі три потенційні напрямки розвитку туризму (історичний туризм у Кам'янці-Подільському, відпочинковий туризм на річках, озерах і в лісах, а також сільський туризм) можуть бути поєднані в межах глобального просування природної компоненти та традицій регіону. На особливу увагу актуально та потенційно заслуговує південна частина області як полікомпонентна, поліструктурна туристична дестинація. Ріка Дністер та її притоки є зручною артерією для розвитку водного туризму. Окрім того, із будівництвом Дністровської ГЕС виник новий ландшафт, основним елементом якого стало водосхо-

вище, його акваторія в межах цього району становить близько 15 тис. га. Установлено, що береги Дністровського водосховища із прилеглими джерелами мінеральних вод мають велику бальнеологічну цінність, де геліотерапія може використовуватися майже цілорічно (з лютого по листопад), але з цією метою жодного відповідного закладу не створено. Усі крутосхилі береги заліснено, що сприяє їх кращому рекреаційному освоєнню. Середнє Придністров'я займає вигідне місце серед потенційних курортних районів країни за наявністю та різноманітністю джерел мінеральних вод, а також передумов для широкого розвитку бальнеологічного лікування. У цьому районі є надзвичайно красиві місця, які відрізняються унікальністю природних ландшафтів, серед яких особливо потрібно відзначити Товтри – прекрасна та неповторна ландшафтна природна пам'ятка.

Область має низьке еколого-антропогенне навантаження, 269 територій та об'єктів природно-заповідного фонду: 39 заказників, у тому числі 15 державного значення, 198 пам'яток природи, з них 4 державного значення, Кам'янець-Подільський ботанічний сад, 7 заповідних урочищ, 24 парки – пам'ятки садово-паркового мистецтва, у тому числі 8 державного значення, одна пам'ятка ЮНЕСКО – дуга Струве, три з чотирьох об'єктів якої в Україні розміщені у Хмельницькій області [1].

За прогнозами «традиційні» туристичні центри Європейського Союзу в середньостроковій перспективі втратять частину своїх туристів на користь нових міст у Центральній та Східній Європі. Ці передумови дають змогу стверджувати, що окремі місця концентрації туристичного потенціалу на Хмельниччині мають підстави позмагатися за нових клієнтів-туристів. При цьому слід розуміти, що область у цій сфері конкуруватиме з іншими (передусім сусідніми) областями, які також мають чималий туристичний потенціал. І перемога в цій конкурентній боротьбі значною мірою залежатиме від ефективності взаємодії всіх «гравців» – обласної, районної та місцевої влади, приватного бізнесу, громадського сектору, наукових інституцій. Тут потрібен чіткий узгоджений план розвитку, повна взаємодія всіх зацікавлених сторін, взаємна підтримка. Лише за таких умов Хмельниччина може перемогти сусідні області у змаганні за туристичні потоки.

Проаналізувавши порівняльні переваги області, можна визначити такі види діяльності, які потребують першочергової уваги:

- туристична промоція Хмельниччини та просування її продукту;
- формування образу, бренду та позитивного іміджу області;
- розвиток сільського, зеленого екотуризму;
- відновлення (реконструкція, реставрація, консервація) історичних пам'яток;
- розбудова туристичної інфраструктури (транспортної, селитебної, інформаційної);
- збереження сталого екологічного стану.

Очікувані результати від такої першочергової уваги очевидні:

- диверсифікована економічна діяльність області;
- створення нових робочих місць з достойним рівнем прибутків, а саме:
 - збільшення різноджерелових інвестицій;
 - збереження та примноження історико-культурної спадщини;
 - збереження сталого екологічного середовища;
 - розвиток малого та середнього бізнесу;
 - поліпшення якості життя на селі та збереження традиційного села.

Такі пріоритети визначають базу для розвитку туризму на основі поєднання пам'яток історії та культури з відпочинковим та спортивним потенціалом на основі наявних та нових можливостей сільського й зеленого туризму. Ця база ґрунтується на інституційній підтримці, розбудові потенціалу та просуванні, а також інструментах мікрофінансової підтримки. До цієї стратегічної мети веде досягнення зазначених заходів.

Для підвищення ефективності туристичної політики на Хмельниччині необхідно посилити її маркетинговий компонент, що можна зробити шляхом поширення таких маркетингових заходів:

- проведення маркетингового дослідження туристичного ринку Хмельниччини з метою оцінювання її рекреаційно-туристичного потенціалу і визначення найпривабливіших для вітчизняних та іноземних туристів туристично-рекреаційних пропозицій;
- створення або відновлення технічних, інформаційних та сервісних умов для реалізації визначених туристично-рекреаційних пропозицій на рівні міжнародних стандартів;
- розроблення нових туристичних маршрутів міжнародного значення територією Хмельниччини з урахуванням потреб та інтересів

- гостей і потенціалу туристичних ресурсів області із подальшим представленням нових турів на міжнародних туристичних виставках і поданням комерційних пропозицій провідним туроператорам України, Європи і світу;
- створення регіональної інформаційної інфраструктури туристичного бізнесу, яка б органічно доповнювала загальнонаціональну й надавала гостям Хмельниччини, а також зацікавленим особам більші можливості щодо пошуку інформації, бронювання та резервування туристичних послуг, збору та оброблення статистичної інформації про розвиток туристичного бізнесу у регіоні;
 - створення, підтримання діючого і постійне поновлення веб-сайту з туристичними пропозиціями Хмельниччини;
 - створення електронних інформаційних довідників з переліком наявних туристичних фірм у регіоні, туристичних маршрутів, їхнім транспортним забезпеченням і вартістю;
 - розроблення і проведення регулярних рекламних кампаній у ЗМІ для поширення інформації та популяризації найпривабливіших туристично-рекреаційних пропозицій регіону із застосуванням національних і місцевих каналів телебачення, а також каналів, де розміщується реклама країн та найцікавіших туристичних маршрутів: національні телеканали travel channel, CNN, Eurosport та ін.;
 - заохочення туристичних фірм та курортно-оздоровчих закладів області до розроблення тематичних стендів, присвячених найпривабливішим туристично-рекреаційним пропозиціям і туристичним маршрутам, для їх подальшого представлення у національних і міжнародних туристичних виставках;
 - проведення регіональних ярмарків, конференцій, семінарів, презентацій, присвячених проблемам розвитку туристичного бізнесу;
 - розроблення різноманітних інформаційно-реklamних матеріалів про туристичні маршрути та поширення їх на вітчизняному і міжнародному туристичному ринку (на вітчизняному ринку – через провідні туристичні фірми; на міжнародному ринку – через туристичні представництва України за кордоном, які вже відкриті чи незабаром будуть відкриті при консульствах у різних країнах Європи і світу.

Список використаних джерел

1. Соціально-культурна сфера [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://investcenter.km.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=418:2015-05-29-13-00-20&catid=45:2015-04-23-13-38-51&Itemid=87&lang=en