

Ще одним негативним явищем і досі залишається байдужість населення до власної історії та сучасного стану туристичної інфраструктури. Як не парадоксально, але саме українське суспільство повинно стати рупором змін. На практиці пам'ятки історії руйнуються, а подекуди місцеве населення розбирає замки на будівельні матеріали – яскравий приклад руїни фортеці у с. Підзамочок.

Тому для збереження історико- архітектурних пам'яток та розвитку туристичної інфраструктури, насамперед, необхідно:

- повернення їм функцій первісного призначення;
- фінансувати розбудову готельної мережі: за рахунок коштів виділених з міського бюджету в районах, де це найбільш необхідно;
- залучення інвестиційних коштів у райони, які є найвигіднішими для інвестування і приваблюють можливістю швидкої окупності вкладень завдяки наявності відомих туристичних об'єктів;
- залучення і використання коштів підприємств у сфері туризму задля формування унікальних туристичних продуктів на територіях, що приваблюють іноземних туристів;
- залучення великий туристичних операторів для створення унікальних туристичних пакетів[1].

Отже, для розвитку туризму в Україні необхідна реалізація заходів з розвитку туристичної індустрії, які допоможуть створити сучасну туристичну інфраструктуру, збільшити частку в'їзного туризму, що позитивно вплине на розвиток транспорту, закладів розміщення та харчування, роздрібну торгівлю, будівництво, зв'язок, страхування. Реалізація даних заходів дозволить пожвавити місцеву економіку, створить додаткові постійні та сезонні робочі місця.

#### **Список використаних джерел**

1. Гуменюк Ю. П. *Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу (на прикладі Тернопільської області): [Електронний ресурс] / Ю. П. Гуменюк. – Львів, 2005. – Режим доступу : [www.lib.ua-ru.net/diss/cont/28702.html](http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/28702.html).*

2. Корнева Д.А. *Проблеми розвитку інфраструктури туризму [Електронний ресурс] / Д.А. Корнева. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/>.*

3. Kim W. Chan. *Blue ocean strategy: how to create uncontested market space and make competitors irrelevant/ W.Chan Kim, Renee Mauborgne. – Expanded edition. – Boston: Harvard Business School Publishing, 2015. – 32-33.*

**Ольга ТАРАДАЙ**

Науковий керівник

канд.екон.наук, ст.викл. Продан І. О.

Тернопільський національний

економічний університет

## **БЮДЖЕТНИЙ ТУРИЗМ ЯК МЕЙНСТРИМ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третин населення планети. Саме тому, його можна розглядати, як популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни. Знаючи мету подорожей, прихильність до різноманітних видів розміщення, розподіл туристичних потоків

за соціальним статусом, статтю та віком і ефективно використовуючи їх, можна наперед спланувати фінансові потоки, які істотно вплинуть на економіку тієї чи іншої країни [1,с.4].

У міжнародному туризмі зустрічаються люди із різним достатком. У туристичних потоках майже усіх країн переважають представники середнього класу: від 40% в Нідерландах до 59% в Італії, а також люди з невисоким достатком, що займають досить значне місце в туристичному потоці Франції – 36%, та Італії - 31%. Саме через цю статистику, широкого розголосу сьогодні набув так званий бюджетний, або економний туризм [2]. Поштовхом до популяризації бюджетного туризму серед українців стала резолюція Європарламенту про внесення України до переліку тих країн, громадянам яких скасовуються візові вимоги. Дану резолюцію підтримав 521 депутат, а остаточне рішення мають схвалити комітет постпредів ЄС і рада Євросоюзу вже в травні цього року [3].

Бюджетний (економний) туризм – це різновид туризму, в якому турист обирає потрібний напрям за прийнятною для себе ціною. Із введенням біометричних паспортів, отримання шенгенської туристичної візи втратить актуальність, а це означає, що єдиною складністю для самостійних подорожей є планування зручного і економічного маршруту.

Найвідомішими підвидами економного туризму є, звичайно, гарячі тури. Туроператори, не встигнувши вчасно продати куплені місця, виставляють їх на продаж за значно заниженою ціною. Та ж ситуація виникає при купівлі путівки за кілька днів до відправки групи - ціна буде нижчою майже в два рази.

Чи не найважливішу роль в розвитку бюджетного туризму відіграють інтернет-ресурси, що дозволяють наперед розпланувати і заощадити на подорожі, найбільш популярні: «Tripadvisor», «Foursquare», «Blablacar», «Airbnb», «EatWith». На даний момент великої популярності набули так звані «лоукости» - вони літають з другорядних аеропортів, багаж при такому перельоті є обмеженим, а за будь-які, додаткові послуги необхідно доплачувати. Дана послуга базується на тому, що чим раніше ви купуєте квитки, тим дешевше вони обійдуться. Наприклад, нещодавно великого ажіотажу набув вихід на український ринок угорського лоукостера «Wizz Air», що літає з Києва до 21 міста Європи. Ще один лоукостер, який функціонує на території України – це «Пегасус». «Пегасус» літає з України тільки до Анкари і Стамбула. З 29 жовтня до європейських міст починає курсувати лоукостер «Ryanair». Лоукости поширюються, не лише на літаки, але й на автобуси, що може зробити подорож ще більш економною [3].

Подорожуючи по місту, слід пам'ятати, що міський транспорт в Європі, є досить дорогим, тому задля економії варто купити проїзний, або ж перед поїздкою оформити міжнародний студентський квиток, що дозволить зекономити на проїзді в тролейбусах, трамваях, метро. У деяких містах за допомогою такого студентського квитка, можна отримати невеликі безкоштовні екскурсії, забронювати хостел за дешевшою ціною або отримати знижки при покупках. Окрім того, власникам студентського надається право участі в різних конкурсах, а багато семінарів і тренінгів можна відвідати безкоштовно.

Бюджетний туризм, передбачає не лише економний переїзд, але й економне проживання, зокрема великої популярності останнім часом набув – каучсерфінг, що дозволяє не лише зекономити на проживанні, але й

поспілкуватися з жителями тієї чи іншої країни, обмінятися звичаями та культурою. Для великих компаній найкращим варіантом проживання є – хостел. Завдяки спеціальним ресурсам, можна підібрати житло на, будь-який термін, та на, будь-який смак. Харчуватись у ресторанах та кафе закордоном, особливо в центрі, зазвичай дорого, тому для туристів існує безліч сервісів, що допоможуть зекономити на їжі, багато з них дозволяє навіть завітати на обід до місцевих жителів. Ще один хороший варіант бюджетного харчування – університетські їдальні. Якщо ви хочете відвідати кілька музеїв або історичних місць, вам знадобиться карта туриста. Вона допоможе заощадити на квитках до 50%. Деякі музеї пропонують вхід зі знижками або взагалі безкоштовний в певні дні з метою привернути аудиторію. Потрібно слідкувати за сайтами музеїв, адже саме там зосереджена уся необхідна інформація.

Таким чином, можна зробити висновки про те, що бюджетний туризм вже давно став частинкою повсякденного життя багатьох громадян нашої держави. Саме завдяки йому, ми можемо перетнути кордони тих країн, які буквально кілька років тому вважали недосяжними, що дозволить не лише збільшити частку виїзного туризму, але й зорієнтує іноземних лоукостерів на український ринок, що значно збільшить кількість міжнародних туристів.

#### **Список використаних джерел**

1. Кобжицький В. В. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму / В. В. Кобжицький. // *Інвестиції та досвід*. – 2014. – №9. – с. 4.
2. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.unwto.org](http://www.unwto.org).
3. Лоукости в Україні // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://news.finance.ua>.

#### **Анатолій ТИБІНЬ**

канд. екон. наук,  
доцент кафедри  
міжнародного бізнесу і туризму  
Тернопільський національний  
економічний університет

### **КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНУ**

Кластерна модель є ефективною формою ведення бізнесу і застосовується у практиці багатьох високорозвинених країн. Так, в ЄС сьогодні налічується більше 2 тис. кластерів, в яких працює 38% усієї європейської робочої сили [1, с. 32].

Туристичний кластер – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг, спрямованих на створення спільного туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність.