

Экономика Украины

Галина ТРИЛЛЕНБЕРГ

**ИННОВАЦИОННО-КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД  
К РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА УКРАИНЫ  
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ****Резюме**

Раскрывается сущность туризма как составляющей экономики страны в целом, как специфического средства духовного самообогащения личности. Характеризуется туристический потенциал Украины, выделяются объекты, внесенные в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, а также являющиеся привлекательными для туристов. Особое внимание уделено объектам историко-культурного наследия и музеям. Обосновываются причины нерационального использования и пути их преодоления. В числе последних выделяется инновационно-кластерный подход к развитию туристической деятельности. Достаточно широко показана сущность туристического кластера, его составляющие. Значительное внимание уделено роли указанного кластера в формировании инновационной среды территории. Намечены пути активизации развития туристического кластера на инновационной основе. Подчеркнуто, что для достижения этого важно обеспечить внедрение инноваций, новых технологий в каждую из составляющих туристического кластера.

---

© Галина Трилленберг, 2014.

Трилленберг Галина, канд. экон. наук, доцент, Тернопольский национальный экономический университет, Украина.

### **Ключевые слова**

Инновация, инновационная среда, туризм, кластер, глобализация, рынок туристических услуг, менеджмент, маркетинг.

**Классификация по JEL:** O31, L83, M31.

**Актуальность и исследованность темы.** Одним из важных видов деятельности в мире является туристическая, которую во многих странах исследователи рассматривают в качестве инструмента достижения устойчивого развития и диверсификации экономики. Туризм – это большой сектор. С развитием туризма специалисты связывают рост ВВП, удовлетворения потребностей населения. В то же время в мире он рассматривается как специфическое средство духовного самообогащения личности, эстетического наслаждения, экологического просвещения, патриотического воспитания поколений. Сам туризм стал нормой жизни современного человека.

В мире туризм обеспечивает до 8 % произведенного ВВП. В нем ежегодно создается 2,5 тыс. новых рабочих мест. Предоставление необходимых услуг на должном уровне лишь одному туристу предполагает создание 6–9 новых рабочих мест. Внедрение же новых технологий туристического обслуживания не приводит к сокращению персонала. А средства, вложенные в туризм, быстро окупаются.

Неудивительно, что многие страны мира, особенно в условиях кризисных ситуаций, улучшение социально-экономической ситуации связывают с активизацией развития туристической сферы деятельности на инновационной кластерной основе. А многие ученые посвятили свои исследования проблемам данного сегмента экономики. В этом контексте заслуживают внимания работы Дж. Харрисона, Р. Сабель, М. Портера, М. Грязева, М. Расина, А. Шахова, Ю. Сидельникова и других.

Однако в опубликованных трудах еще недостаточное внимание уделено развитию туристической сферы на кластерно-инновационной основе, формирование рынка туристических услуг в контексте устойчивого развития. Поэтому целью нашего исследования является поиск путей формирования кластерного подхода к развитию туристической сферы на инновационной основе в контексте устойчивого развития.

**Изложение основного материала.** Украина, как известно, обладает значительным туристическим потенциалом. В частности, она является одной из ведущих стран Европы по количеству объектов историко-культурного наследия. Только на государственном содержании находится 150 тыс. памятников истории и культуры, в частности 57206 памятников археологии, 51364 – истории, 16800 – архитектуры [5, с. 5]. В список всемирного наследия ЮНЕСКО входят:

- собор Святой Софии с ансамблем монастырских зданий (г. Киев);
- Киево-Печерская Лавра (г. Киев);
- исторический архитектурный комплекс центральной части Львова вместе с горой Высокий Замок, ансамблем собора Святого Юра;
- резиденция митрополитов Буковины – ныне главный корпус Черновицкого национального университета имени Юрия Федьковича (г. Черновцы).

Привлекательными для туристов являются и другие объекты, которыми наша страна предлагает расширить список объектов культурного и природного наследия. В числе последних:

- Бахчисарайский ханский дворец;
- заповедники «Аскания-Нова» и «Херсонес Таврический»;
- культурный ландшафт и каньон г. Каменец-Подольского;
- исторический центр г. Чернигова;
- парк «Софиевка» (г. Умань);
- Каневский заповедник «Могила Тараса Шевченко»;
- Национальный историко-археологический заповедник «Каменная Могила», являющийся одним из древнейших археологических памятников не только в Европе, но и в мире. Ведь здесь были найдены наскальные рисунки с изображением человека, диких и домашних животных, датированные начиная с эпохи каменного века (22–14 тысячелетия до нашей эры).

Правда, далеко не все составляющие историко-культурного наследия находятся в надлежащем состоянии для их использования в туристической деятельности. Скажем, из общего количества замков, которые могут быть использованы туристической сферой, только 75 находятся на государственном учете. Не обследовано, однако взято под охрану государства, кроме указанных, около 200 фортификационных сооружений или их развалин. Все они являются важным фактором для развития в Украине замкового туризма.

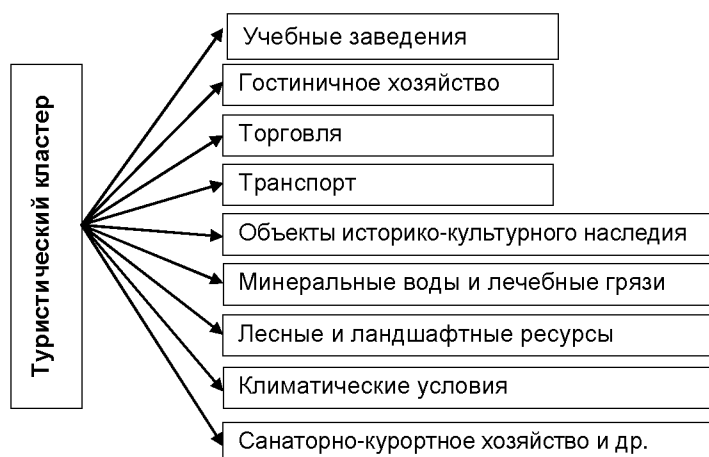
Такое положение характерно не только для этой составляющей историко-культурного наследия, но и, например, для музеев. Последние, вместе с замками, обеспечивают не только сохранение историко-культурного наследия, но и формирование исторической памяти, донесение до населения знаний о прошлом. В Украине действует около 5 тыс. музеев, из которых только 570 находятся в государственной и коммунальной собственности. Для сравнения отметим, что в Польше, например, таких насчитывается 1075, в Австрии – 1600, в Великобритании – 1811, в Канаде – 2500. За неимением экспозиционных площадей в основных экспозициях представлена незначительная часть фондов, безусловно, негативно сказывается и на туристической деятельности.

Среди причин последнего – хроническое недофинансирование музеев. Ведь из общего объема их финансирования 85 % идет на оплату труда, 15 – коммунальных услуг, тогда как в цивилизованных странах на оплату труда выделяется лишь 5–10 % общего бюджета. При таком финансовом обеспечении практически годами не обновляется материально-техническая база музеев, отсутствует возможность внедрять в их деятельность современные технологии, что отрицательно сказывается на уровне обслуживания посетителей и на количестве последних.

Как показывает мировой опыт, преодолению этих и других проблем способствует формирование туристических кластеров (рис. 1).

Рисунок 1

**Основные составляющие туристического кластера**



Мировой опыт подтверждает, что предприятия (организации), вошедшие в состав кластера, способны более адекватно и быстро реагировать на потребности потребителей туристических услуг, производить турпродукт более высокого качества. Ведь в кластере создаются условия для более эффективного совместного маркетинга, облегчается доступ к специализированным факторам производства (оборудованию, персоналу, услугам).

Весомый вклад в развитие туристических кластеров внесли В. Кифяк, В. Киптинко, В. Швецов, И. Школа, Г. Бондаренко, А. Курек, А. Панасюк, Г. Сергеева, А. Иляшенко и др. В работах этих авторов четко рассматривается региональный подход к формированию кластеров, наличие связи между способностью одного сектора развиваться и обеспечивать прогресс в другом секторе, в частности в экономическом.

Это подтверждает и тот факт, что все действующие региональные экономические комиссии ООН значительное внимание уделяют проблемам, связанным с развитием туризма. Статистические данные свидетельствуют, что на каждый доллар, оплаченный туристом фирме, приходится 7 долл., которые он (турист) тратит в местах пребывания дополнительно (на приобретение сувениров, книг и т. п.). Это обеспечивается именно благодаря кластерному подходу в развитии туризма. М. Портер рассматривает кластер как концентрированные по географическим признакам группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков и поставщиков услуг; фирм соответствующих отраслей, а также связанных с их деятельностью организаций (университетов, агентств по стандартизации, а также торговых объединений) в определенных отраслях, которые конкурируют, но, вместе с тем, ведут совместную работу. В настоящее время существует много определений кластера. Скажем, Д. Ядов рассматривает кластер в виде сети поставщиков, производств, потребителей, элементов промышленной инфраструктуры, исследовательских институтов, взаимосвязанных в процессе создания добавленной стоимости; А. Мигранян считает, что кластер – это сосредоточение наиболее эффективных и взаимодополняющих товаров совместными усилиями; Т. Цихан кластер рассматривает как совокупность фирм, тесно связанных отраслей, взаимно способствующих росту конкурентоспособности друг друга; А. Яковлева-Чернышева считает, что кластер – это совокупность географически локализованных отношений конкурентоспособных организаций, взаимодействующих между собой и с органами управления, образовательными, научными учреждениями в сфере предоставления рекреационных услуг на базе эффективного использования рекреационного потенциала и др.

Практически все авторы сходятся на том, что кластерный подход позволяет выявить, во-первых, потенциальных участников экономических кластеров, а во-вторых – наиболее целесообразные формы их взаимоотношений. То есть, объединение в кластер формирует не спонтанную концентрацию разнообразных научных и технологических изобретений, а определен-

ную систему распространения новых знаний и технологий. Важным условием формирования кластеров является обеспечение устойчивых связей между всеми участниками кластера. Кластерный подход в развитии туристической сферы позволяет:

- выявить новые возможности наращивания объема услуг и повышения их качества, а также производительности труда;
- обеспечить комбинацию гибкой организации производства услуг с высоким уровнем специализации;
- своевременно реагировать на меняющиеся запросы потребителей;
- способствовать координации совместных действий относительно возникновения положительных внешних эффектов от близкого размещения объектов, предоставляющих соответствующие услуги в туристической сфере, в том числе за счет интеграции учреждений культуры, науки, турбизнеса;
- снизить затраты на предоставление услуг, а предприятиям адекватно и быстро реагировать на потребности потребителей туристических услуг [6, с. 35–40; 7, с. 9–13].

Именно туристический кластер должен объединить элементы экономики, обеспечивающие эффективность форм интеграции производственного, финансового и интеллектуального капитала. Наличие кластера свидетельствует, что в нем создаются условия для инновационного и производственного роста, для повышения качества туристических услуг, а значит, и конкурентоспособности; для достижения синергетического эффекта, при котором доходы от совместного использования ресурсов растут более быстрыми темпами, чем сумма отдельно взятых.

Поэтому крайне важным является создание благоприятных условий для дальнейшего развития туристических кластеров. Этому должна способствовать дальнейшая активизация развития малого и среднего бизнеса в туристической сфере, диверсификация экономики на основе стимулирования развития секторальных кластеров. Иными словами, формирование туристического кластера позволяет создать благоприятную среду для инновационного развития в туристической деятельности, ускорить процесс диффузии инноваций.

Среди факторов, ускоряющих формирование инновационных туристических кластеров, стоит выделить следующие:

- активное взаимодействие в рамках кластера туристических видов услуг и других сегментов национальной экономики, способствующее росту основных показателей данной сферы;
- доступ к новым технологиям, используемым в различных отраслях, которые вошли в туристический кластер;

- участие в инновационном процессе как производителей соответствующих товаров и услуг, так и их потребителей.

То есть кластерный подход в развитии туристической деятельности – это своего рода новая управленческая технология, позволяющая существенно повышать эффективность не только туристической сферы, но и всех отраслей, входящих в состав этого кластера, как и экономики в целом. Сейчас же, к сожалению, Украина даже на постсоветском пространстве имеет низкий уровень рейтинга по конкурентоспособности (табл. 1).

Таблица 1

**Рейтинги международной конкурентоспособности  
постсоветского пространства\***

Страна	2005	2009	2013	2005–2013, +, –
Азербайджан	69	39	46	–20
Армения	79	97	82	+13
Казахстан	61	66	51	–10
Киргизия	116	127	127	+11
Молдова	82	95	97	+15
Россия	75	51	67	–8
Таджикистан	104	116	100	–4
Украина	84	72	73	–11
Латвия	44	54	55	+11
Литва	43	44	45	+2
Эстония	–	32	34	–

\* Рейтинг осуществлялся без учета Белоруси, Туркменистана и Узбекистана.

Источник: [11].

Основным назначением туристического кластера является эффективное использование рекреационных ресурсов. Ведь кластерный подход позволяет его участникам использовать единую транспортную, инженерно-коммунальную, рыночную инфраструктуру (консалтинг, логистика и т. д.), инфраструктуру поддержки бизнеса (технопарки, бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий, венчурные фонды). Участие в кластере обеспечивает преимущества координации в процессе создания прибавочной стоимости, что позволяет предлагать друг другу наиболее оптимальные модели взаимодействия (например, спецификация выпуска товаров, удобная логистика).

Иными словами, сами туристические кластеры формируют инновационную среду территории на долгосрочный период, определяют перспективы экономики, специализацию территории. Поэтому для активизации развития кластеров в сфере туризма необходимо шире использовать опыт других стран. Ведь знакомство с лучшей практикой, мировыми стандартами позволит в будущем сформировать целый пласт специалистов, способных создать в туристической сфере новый продукт с высокой прибавочной стоимостью. Партнерство с иностранными компаниями дает толчок к развитию малого инновационного предпринимательства в туристической среде, приводит к повышению производительности труда, удешевлению услуг, улучшению их доступности для населения.

Мировой опыт показывает, что активизации развития туристического кластера способствует и наличие здоровой конкуренции, которая является стимулом для развития любой сферы экономической деятельности. Конкуренция на рынке туристических услуг будет подталкивать предприятия, вошедшие в состав туристического кластера, создавать лучшие условия для специалистов, повышать заработную плату. Ставка же на дешевую рабочую силу не дает положительного эффекта. Высокая цена рабочей силы стимулирует работников к активному внедрению новых технологий, к улучшению обслуживания населения. Поэтому постоянная модернизация туристической сферы деятельности – это один из путей привлечения в данную сферу высококвалифицированных специалистов, способных превращать научные идеи в рыночный продукт, доступный потребителю. А это значит, что интеграция науки, образования и турбизнеса максимально эффективно может быть реализована в кластере (табл. 2).

В условиях, когда в действующем законодательстве не прописаны требования к туроператорам, кластерный и инновационный подходы к развитию туризма будут способствовать повышению качества соответствующих услуг, приведению их в соответствие с ныне действующими стандартами. [Стандарт определяет требования к информации о турах, содержит памятку для туриста, требования к офису туроператора (турагента), предоставляющего туристические услуги; определяет условия для договоров о выездном туризме в части ответственности принимающей стороны – иностранной туристической организации и перевозчика].

Как видно из табл. 2, функционирование кластера сказывается на всех аспектах социально-экономического и экологического состояния территорий, на которой размещен кластер. Кластерный подход положительно влияет и на уровень использования туристической инфраструктуры, имеющейся на той или иной территории. Однако, как свидетельствует официальная статистика, больше всего отелей и средств размещения туристов находится в АР Крым, где концентрируется наибольшее количество гостиничных номеров и мест в них.



Таблица 2

**Влияние туристического кластера на региональное развитие**

Субъекты	Влияние на сферу развития экономики		
	Экономическую	Социально-культурную	Эколого-естественную
Регион и предприятия	Диверсификация деятельности предприятий региона, расширение местных товаров и услуг	Предупреждение миграции, особенно в отдаленных сельских регионах	Создание предпосылок устойчивого развития региона на основе рационального природопользования
Экономика и социальная инфраструктура	Развитие инфраструктуры региональной экономики: страхование, банковский сектор, транспорт, сервис	Развитие культурной (концертно-театральной), выставочной и спортивной сфер региона	Развитие экологически чистых форм сельского хозяйства и перерабатывающих производителей
Наука и культура	Повышение инновационной активности предприятий, развитие науки и образования	Вклад в развитие национальной культуры, местных традиций, сохранение памятников культуры	Сохранение памятников природы и уникальных природных объектов
Специализация, народные промыслы, нетрадиционная медицина	Расширение участия в межрегиональном и международном разделении труда	Поддержка традиционных форм хозяйствования и народных промыслов	Развитие народной медицины, фитотерапии, акупунктуры и др.
Бюджет и охрана природы	Рост занятости местного населения и доходов в бюджеты всех уровней	Средовое развитие региона	Поддержка исследований по охране природы

Источник: [8, с. 15].

Однако данный регион не может похвастаться наибольшим количеством приезжих, которые обслуживаются им. Последний показатель в регионе в 2011 г. был в 2,7 раза меньше, чем, например, в Киеве. В АР Крым низким (значительно ниже среднеукраинского) остается коэффициент использова-

ния вместимости гостиниц и аналогичных средств размещения приезжих. Преодолению этих проблем должна способствовать активизация развития не только туристического бизнеса, но и других отраслей экономики, в частности гостиничного хозяйства, ресторанного, транспортного комплексов, народных промыслов, торговли, учреждений культуры, музеев, оживление инвестиционной деятельности.

В нынешнем глобализированном мире непосредственное влияние на развитие туристического комплекса имеют внутренняя и внешняя среда. Относительно первой можно выделить: реализацию Концепции государственной программы сохранения и использования замков на 2006–2011 годы, которая была утверждена Постановлением Кабинета Министров Украины еще в 2005 году; рост благосостояния населения; развитие средств массовой информации, в том числе Интернета (наши исследования свидетельствуют о наличии прямой зависимости между увеличением расходов на рекламу и последующими поступлениями от туризма. Американские исследователи установили, что увеличение расходов на рекламу на 1 долл. США обеспечивает поступление в государственный бюджет страны 493 долл. от расходов иностранных туристов и около 74 долл. – от налоговых поступлений); расширение внешнеэкономических и торговых связей между странами и континентами; поиск новых рынков сбыта продукции, приводящий к росту международных контактов (туризм с каждым годом приобретает все более массовый характер); хорошо развитая сеть путей сообщения и удобные транспортные связи Украины с другими странами мира; развитая рекреационная структура, высокий уровень развития фонда размещения рекреантов и тому подобное.

Влияние этих факторов заметно возрастает. К туризму приобщаются все более широкие слои населения, особенно растет спрос на экономические путешествия с полным обслуживанием, организуемые специальными туристическими фирмами. Путешествия становятся жизненной необходимостью для значительной части населения, а для отдельных – нормой жизни. Именно социально-экономические факторы определяют формирование у населения спроса на туристические услуги.

Последнему способствует и внедрение новых технологий в обслуживании туристов. Это подтверждают результаты обслуживания туристических потоков, посещающих музеи: Национальный художественный музей, музей искусств имени Богдана и Варвары Ханенко, где широко используются современные технологии, предоставляются услуги виртуальных экскурсий. Однако это пока единичные случаи, поэтому, чтобы повысить уровень инновационной деятельности в музейной сфере, необходимо:

- разработать механизмы оптимизации финансирования прежде всего музеев и памятников сферы;

- сформировать в Украине институт благотворительности, активно привлекая для этого средства меценатов и спонсоров. Ведь спонсорство и меценатство слабо проявляются даже в развитии социального туризма, практически осуществляясь через государственное регулирование, предусматривающее обеспечение общедоступности туризма внутри страны. Социальные туры для детей-сирот, детей из малообеспеченных семей, инвалидов и ветеранов осуществляются в Украине, как правило, за счет бюджетных средств;
- способствовать ускорению модернизации туристической сферы;
- обеспечивать повышение престижа труда музейных специалистов, в том числе за счет повышения оплаты труда.

Не менее важным, на наш взгляд, является и активное развитие рекламной деятельности, направленной на показ наиболее привлекательных для туризма мест в Украине. Кстати, по рекомендациям Всемирной туристической организации, а также Международного бюро социального туризма, в национальных интересах остается необходимость поддержания оптимального соотношения 4 : 1, то есть на одного путешественника за границу должно быть 4 путешественника, пользующихся услугами внутренних туристических маршрутов. Такое соотношение способствует притоку иностранных валютных поступлений. В Украине, как свидетельствуют результаты наших исследований, соотношение «въездной – выездной» туризм сложилось не в пользу нашего государства. Все это говорит о том, что нынешний рынок туристических услуг нуждается в совершенствовании. И здесь важную роль может сыграть повышение уровня государственного менеджмента, в том числе и в сфере охраны и сохранения культурного наследия (до 70 % объектов историко-культурного наследия требуют ремонтно-реставрационных работ), что будет способствовать расширению ассортимента услуг, повышению жизненного уровня населения.

В последнее время инновационные элементы входят в каждое звено туристического кластера. Неудивительно, что кластерный подход получает свое развитие путем модернизации каждого звена указанного кластера. Как результат этого, туристический кластер в целом формируется на инновационной основе и представляет собой сеть взаимодополняющих субъектов экономической деятельности, объединенных участием каждого субъекта в цепи образования стоимости. Благодаря более широкому распространению специфических технологий происходит наращивание объемов туристических услуг и повышение их качества. В то же время, следствием сетевого взаимодействия составляющих кластера является ускорение внедрения инноваций. Для достижения этого необходим механизм, обеспечивающий взаимодействие государства и частного бизнеса, способствующий выработке конкурентоспособных стандартов обслуживания, освоению новой ниши

на внутреннем туристическом рынке, формированию такого туристического продукта, который был бы ценным для максимального большинства населения, а также механизма, способного привлечь для этого массового потребителя, в том числе в контексте такой разновидности туризма, как экологический туризм, связанный с развитием природоохранной этики, сохранением природных и культурно-гуманистических ресурсов (экология природы и души созвучны), ориентированный на внутренние ценности.

Крайне важной задачей в настоящее время является формирование инновационно-туристического кластера в сельской местности, в центре которого – сельский (зеленый) туризм. Развитие последнего меняет образ жизни в сельской местности, ускоряет формирование частных интересов и рыночной конкуренции, способствует преодолению диспропорции в условиях жизни между селом и городом, что в современных условиях сопровождается углублением социальной, демографической деградации сельских территорий, ухудшением качества человеческого капитала, обострением социальных проблем сельских жителей и тому подобное. Туристический кластер на селе включает сферу торговли, строительство, агробизнес, предусматривает развитие институтов гражданского общества, местного самоуправления, от активности которого зависит, прежде всего, предоставление необходимой туристической информации, обозначение туристических объектов, маршрутов, способствует сотрудничеству туризма с другими субъектами хозяйствования (водоснабжение и водоотведение), которые должны играть первостепенную роль в усилении учебно-образовательной и культурно-просветительской работы с сельской молодежью. Все это должно ускорить создание в сельской местности бизнес-инкубаторов, технопарков, формирование социально ориентированного сельскохозяйственного производства. В то же время, это положительно скажется на рациональном использовании природных ресурсов, сохранении туристических ценностей, обычаях коренных жителей, их идентичности, гостеприимства, уменьшении миграции сельского населения в города; позволит возродить те отрасли, которые в последнее время в сельской местности практически утрачены, в частности сферу бытового обслуживания. Утвержденные Постановлением Кабинета Министров Украины «Правила бытового обслуживания населения» предусматривают равные возможности в удовлетворении необходимых потребностей для жителей всех территориальных единиц Украины [9]. Развитие сельского туризма приведет к открытию объектов бытового обслуживания, а также будет способствовать существенному улучшению медицинского обслуживания жителей сельских территорий.

Как известно, согласно постановлению Кабинета Министров Украины «Об утверждении программы предоставления гражданам гарантированной государственной бесплатной медицинской помощи» все жители Украины, независимо от места их проживания, имеют право на получение медицинской помощи во всех лечебно-профилактических учреждениях. Однако сельские жители не имеют возможности воспользоваться этим правом. А

отсюда и низкое состояние здоровья населения сельской местности, и высокий показатель смертности. По мнению экспертов, 65 % смертей в сельской местности можно было бы избежать только благодаря своевременному и квалифицированному обслуживанию населения [10].

Таким образом, ускорение темпов развития туристических кластеров на селе находится в прямой зависимости от обеспечения социально-бытовых условий жизнедеятельности сельских жителей. Ведь туристы (при всех прочих равных условиях) приедут туда, где им будет комфортнее.

**Выводы.** Таким образом, Украина для формирования туристического кластера на инновационной основе имеет все предпосылки (целебные минеральные воды, прекрасные пляжи, горные территории для организации зимнего спорта, благоприятные климатические условия, живописные ландшафты, широкая сеть учебных и научных заведений). Однако развитие его нуждается в дальнейшей активизации, в частности, инновационной составляющей, в том числе за счет более активного развития образовательного и научного туризма. В последнее время он усилился, прежде всего в связи с Болонским процессом, транснационализацией образования и науки, ускорению которых способствуют информационные технологии и компьютерные науки, расширением возможности доступа индивида к новой информации.

Европейские страны весьма привлекательны для транснациональной науки, в том числе в туристической сфере. Растет потребность в знаниях, соответствующих общепризнанным стандартам качества, международному уровню. Обеспечению этого будет способствовать и дальнейшее развитие молодежного туризма. В этом контексте заслуживает внимания опыт Германии, где существуют большие возможности для путешествий по странам Европы. Иностранцы студенты во время этих путешествий получают мультилингвистическое образование, имеют возможность ознакомиться с богатствами не только культуры, но и научно-технического прогресса других стран.

Как известно, в последнее время во многих странах мира (Австралия, страны Азии, Латинской Америки) востребованы такие виды медицинских услуг, как пластические операции, операции на сердце, трансплантация органов, стоматологические, диагностические и тому подобное. Украина предлагает медицинские услуги высокого качества в условиях низких цен. В частности, в мире высоким спросом пользуются стоматологические услуги, лечение стволовыми клетками и услуги, предоставляемые в репродуктивных клиниках, Украины. При этом организаторы медицинского туризма предлагают клиентам различные программы, предусматривающие комфортное проживание, здоровое питание, спортивный отдых, развлечения и тому подобное. Активизации въездного медицинского туризма в Украине должно способствовать и улучшение окружающей среды. Общеизвестно, что только один легковой автомобиль ежегодно поглощает 4 тыс. литров

кислорода, выбрасывает 800 кг оксида углерода, 40 кг оксидов азота, 200 кг углеводов. Кроме того, на окружающую среду плохо влияет шумовое загрязнение. Приспосабливаясь к шумовому загрязнению, организм человека теряет большое количество энергии, что вызывает нервные и психические расстройства. Все это плохо сказывается на развитии медицинского туризма, в частности въездного. Кстати, в целом Украина – важный регион международного туризма. Наше государство ежегодно посещает 21400000 иностранных граждан, то есть приходится 0,5 иностранного туриста на каждого украинского. Около 20 % иностранных туристов посещает нашу страну впервые. Поэтому для ускорения развития в Украине этого вида туризма следует придерживаться рекомендаций, прозвучавших в докладе Генерального секретаря ООН на сессии Комиссии по устойчивому развитию (Нью-Йорк, 1999 г.) «Туризм и устойчивое развитие». В ней отмечается, что задачей национальных правительств является уделение особого внимания негативным экологическим последствиям дорожного и воздушного движения и принятие мер по обеспечению того, чтобы развитие туризма опиралось на использование экологически рациональных видов транспорта.

### **Литература**

1. Амоша О. І. Людина та навколишнє середовище: економічні проблеми екологічної безпеки виробництва / О. І. Амоша. – К. : Наукова думка, 2002. – 306 с.
2. Маркова В. Д. Маркетинг услуг / В. Д. Маркова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 128 с.
3. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / К. Лавлок; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2005. – 1008 с.
4. Лебедик Т. М. Особливості формування ринку інноваційних послуг в Україні / Т. М. Лебедик // Формування ринкових відносин в Україні. – К. : НДЕІ, 2005. – Вип. 2 (45). – С. 13–17.
5. Титова О. Деякі актуальні питання збереження культурної спадщини України / О. Титова // Праці центру пам'яткознавства. – К., 2009. – С. 5.
6. Грязев М. В. Анализ синергетических эффектов в автотранспортных кластерах / Грязев М. В., Васин С. А., Шахов А. Ю., Седельников Ю. А. // Финансы и кредит. – 2012. – № 8. – С. 35–40.
7. Грязев М. В. Региональные кластеры автотранспортных предприятий: инновационность и синергизм / Грязев М. В., Васин С. А., Шахов А. Ю., Седельников Ю. А. // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – № 7. – С. 9–13.

8. Печерица Е. В. Основные направления развития туристического кластера в регионах Северо-Кавказского федерального округа / Е. В. Печерица // Региональная экономика. – 2013. – № 11 (290). – С. 15.
9. Про затвердження правил побутового обслуговування населення : Постанова Кабінету Міністрів України від 16 травня 1994 р. № 313 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://Zakon.rada.gov.ua>.
10. Медичне обслуговування на селі переживає процес реформування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.gov.ua/portal/soc\\_gim/Vpu/Ekon/2009\\_7/46.pdf](http://www.gov.ua/portal/soc_gim/Vpu/Ekon/2009_7/46.pdf).
11. The Global Competitiveness Report за соответствующие годы.

Статья поступила в редакцию 20 октября 2014 г.