

СЕКЦІЯ 1. ПРОБЛЕМИ І МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Бааджи О.Б.

Развитие туристических направлений в Украине

В современных условиях глобализации международный туризм приобрел не просто массовый характер, а стал по праву одной из ведущих, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства.

На долю туризма приходится около 10% всего валового продукта, примерно 30% мировой торговли услугами и около 7% мировых капиталовложений [1]. В экономике многих стран доходы от туризма и сейчас имеют огромное значение. Так, поступления Испании от международного туристического обмена превышают затраты на него почти в 7 раз, Турции – в 6 раз, Португалии – в 4,8 раза, Греции – 3,5, Италии – в 2 раза. Нетрудно заметить, однако, что все эти страны являются приморскими государствами, и значит, вполне уместно проводить аналогии с Украиной [2].

В Украине стабильно большим спросом пользуются экскурсионные туры по Киеву и поездки в Карпаты или Крым.

К перспективным направлениям оживления национального туризма следует отнести такие виды как: экскурсии, дайвинг, походы, экстремальный туризм, отдых на озерах, а так же религиозный туризм, тем более, что природная ресурсная база в стране располагает к этому.

Важнейшим на сегодняшний день является вопрос о проведении ЕВРО-2012 в Украине, поскольку качественные изменения в туристической отрасли входят в список обязательных вопросов, которые следует решить до проведения чемпионата. Футбольный чемпионат дает возможность для усовершенствования развития Украины и отечественного туристического рынка, которую необходимо использовать с максимальной эффективностью [2].

Стратегическая цель развития туризма в Украине заключается в создании продукта, конкурентоспособного на мировом рынке, который сможет максимально удовлетворить туристические потребности населения страны, обеспечить на этой основе комплексное развитие территорий и их социально-экономических интересов при сохранении экологического равновесия и историко-культурного наследия. Это касается, прежде всего, таких привлекательных туристическо-рекреационных зон, как Автономная Республика Крым, Волынская, Закарпатская, Ивано-Франковская, Львовская, Полтавская, Одесская Ровенская, Херсонская, Черновицкая области, город Киев [3].

Следовательно, следует отметить, что для формирования современной стратегии продвижения туристического продукта на внутреннем отечественном рынке необходимо:

- широкомасштабное проведение рекламно-информационной кампании в средствах массовой информации в Украине и за рубежом;
- развитие выставочно-ярмарочной деятельности в сфере туризма;
- организация презентаций туристических возможностей Украины в странах, направляющих туристов в Украину;
- формирование современной статистики туризма и т.п.

Таким образом, на сегодняшний день ресурсная база Украины имеет уникальный курортный и туристический потенциал, способный обеспечить дальнейшее развитие национального курортного и туристического продукта и выход его на международный рынок.

Литература:

1. Бовсуновская А. География туризма: Учеб. пособие / Донецкий ин-т туристического бизнеса. — Донецк : ДИТБ 2002. — 410с.
2. Герасименко В. Г. Основы туристического бизнеса. – Одесса : Черноморье. – 1997. – 160 с.
3. Обзор рынка туризма : [Электронный ресурс] — Режим доступа : http://www.bconsult.com.ua/articles/runok_turizma/

д.э.н. Бельтюков Е.А., Левицкая М.О.

Внутренние резервы как средства повышения инвестиционной привлекательности виноделия одесского региона

Одесская область уже многие годы является самым крупным в стране винодельческим регионом. Она выращивает 56 % всего отечественного урожая винограда и производит половину вина и коньяка в стране.

В настоящее время виноделие в Украине переживает не лучшие времена. Особенность отрасли в том, что у нее сравнительно длинный цикл производства. Пять лет требуется только на посадку виноградника и уход за ним. Поэтому вопрос привлечения в отрасль «длинных» денег и их стоимости стоит достаточно остро, тем более что нигде в мировой практике нет высокой рентабельности в виноградарстве и виноделии.

Актуальность темы заключается в том, что виноделие является одной из перспективных сфер в аграрном секторе Украины.

Сравнивая состояние украинского виноделия с его конкурентами из ведущих винодельческих стран Евросоюза, необходимо в первую очередь определиться: где и в чем мы выигрываем, а где проигрываем.

Таким образом, целью данной статьи является определение направлений и способов повышения инвестиционной привлекательности отечественного виноделия.

В настоящее время инвестиционная привлекательность данной отрасли сводится, пожалуй, лишь к климатической предрасположенности отдельных регионов Украины к выращиванию винограда.