

ролі негативної міжнародної репутації як обмежуючого фактору у розвитку туристичного ринку України, буде спільна координація учасників туристичного ринку, через організацію та фінансування спеціалізованих програм, націлених на подолання ідентифікованої проблеми, та створення механізмів мінімізації ризиків іноземних інвесторів.

1. *Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): Монографія.* — К., Альтерпрес, 2002. — 436с.

Грушак Б.Т.
студ. групи МЗД-41
Науковий керівник – ст. викл. О.Ю. Григор'єв

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ «ЄДИНОГО КВИТКА» НА ВІДВІДУВАННЯ ПАМ'ЯТОК АРХІТЕКТУРИ

Розвиток туристичної сфери відіграє важливу роль в розвитку економіки країни, в підвищення її рейтингу в світі та закріплення на міжнародній арені, а реклама являється одним з перших кроків для досягнення цієї мети.

Туризм є важливою галуззю економіки України. Щороку Україну відвідують понад 20 мільйонів туристів, насамперед з Росії та Східної Європи, а також Західної Європи та США. Структура в'їзного потоку за країною походження виглядає таким чином: країни СНД — 11,9 млн. осіб (63% загального в'їзного потоку), країни ЄС — 6,3 млн. осіб (33%), решта країн — 0,6 млн. осіб (4%).

Серед проблем туристичної сфери України можна назвати недостатню поінформованість населення та туристів про заклади відпочинку, тури по країні, туристичні послуги, а також безпосередньо про визначні пам'ятки архітектури.

Одним з варіантів вирішення даної проблеми є введення системи «єдиного квитка» для різних програм, тематик та регіонів, що в свою чергу буде хорошою рекламою для невідомих раніше музеїв та пам'яток архітектури. Таким чином, придбавши один квиток, туристи зможуть відвідувати ті визначні місця, що їх цікавлять, а також ті, що до того часу були їм невідомі. Це буде хорошою рекламою та дасть поштовх для розвитку туристичної галузі.

Одним з прикладів даної системи є акція «Ніч музеїв», котра являється міжнародною і проходить у 42 країнах Європи. Майже 2000 музеїв не сплять один раз у рік, відкриваючи свої двері для всіх, кому цікаво побачити їх в незвичайний час. Наприклад у Санкт-Петербурзі ця акція охоплює 70 музеїв, котрі в свою чергу неможливо оглянути за 12 відведених годин, проте на майбутнє реклама дає свій результат.

Також прикладом системи «єдиного квитка» є картка «Salzburg card» у місті Зальцбург, Австрія, котра в свою чергу дає можливість відвідувати

музеї, їздити на фунікулері, включає в себе прогулянку на кораблі по річці і навіть вхід на концерт, але в першу чергу дає можливість пересуватися в громадському транспорті. Ціна цієї картки становить 29 € і діє вона 48 годин.

Система «єдиного квитка» дасть змогу спростити обслуговування туристів водночас покращивши його, оскільки за менші гроші туристи будуть мати можливість ознайомитись з більшою кількістю туристичних об'єктів, а про решту об'єктів з котрими вони не встигнуть ознайомитись вони вже будуть проінформовані. Також ця система дасть змогу туристам витратити менше часу на пошук архітектурних пам'яток та оплату за їх відвідування. Це хороший рекламний хід, якого так бракує туристичній галузі в Україні.

1. *Розвиток туризму в Україні* – <http://www.marshruty.in.ua/index.php/rozvytok-turyzmu-v-ukraini.php> 2. «Ночь музеев» — об акции, фотографии, видео, архив программ – <http://www.artnight.ru/> 3. *Зальцбург. Путешествуем самостоятельно.* – <http://venagid.ru/1832-salzburg>

Жежуха О.Й.

студ. групи МЗДм-12

Науковий керівник – д.е.н., проф., зав. О.Г. Мельник

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА ХАРАКТЕРИСТИКА УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Невиконання стратегічних завдань підвищення рівня конкурентоспроможності, розірвання усталених зв'язків із колишніми країнами ЄСРП, втрата традиційних сегментів туристичного ринку, а також інші обставини зумовлюють необхідність в докорінних змінах у сфері вітчизняного туризму. У таких умовах одним із першочергових завдань вітчизняних туроператорів і турагенцій є впровадження туристичних технологій, які характеризуватимуться інноваційністю та уможливають надання конкурентоспроможних турпродуктів. Адже, як свідчить досвід економічно розвинутих країн та провідних туристичних організацій, саме інновації та інноваційна діяльність є тим каталізатором, який сприятиме виходу підприємств із кризи, а також дасть змогу покращити їхні конкурентні позиції на вітчизняних та закордонних туристичних ринках.

У цьому контексті актуалізується необхідність розширення інструментарію оцінювання діяльності туристичних організацій та технологій просування ними турпродуктів, передусім за критеріями, які характеризують їхні інноваційні властивості. Від того, наскільки туроператор чи турагенція будуть спроможними представити ринку інноваційний турпродукт, залежить економічний розвиток як окремої туристичної організації, так й економіки держави загалом.

У сучасних умовах врахування лише показників ефективності