

2. Бережна А.Ю. Приватизація житлового фонду і формування ринку житлово-комунальних послуг // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып.87. – К.: Техніка, 2009. – С.109-115.
3. Полуянов В.П. Теория и практика реформирования предприятий в коммунальном хозяйстве. – Донецк: ІЗП НАН України, 2001. – 244 с.
4. Срибный В.И. Преодоление функциональной дифференциации жилищно-коммунального хозяйства региона. – Симферополь: ДИАИПИ, 2009. – 202 с.
5. Онищук Г.І. Соціально-економічні особливості житлово-комунальної сфери міського господарства // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып.37. – К.: Техніка, 2002. – С.65-71.
6. Хом'як О.П. Тарифна політика: нагальна необхідність. Як задовольнити житлово-комунальні потреби населення // Міське господарство України. – 2005. – №3 (169). – С.2-9.
7. Кальберг К. Бизнес-анализ с помощью EXCEL: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2002. – 170 с.
8. Блаттнер П. Использование Microsoft Excel / П. Блаттнер. – М.: Вильямс, 2002. – 864 с.

Отримано 05.09.2011

УДК 334.78 : 91

І.М.ПИСАРЕВСЬКИЙ, д-р екон. наук
Харківська національна академія міського господарства

ТУРИЗМ І МІСТО: БАЛАНС ІНТЕРЕСІВ

Наводиться докладний і розширений опис проблем та перспектив розвитку туризму в місті, окреслено коло питань, які потребують негайного вирішення для створення сприятливого туристського іміджу в місті.

Приводится подробное и расширенное описание проблем и перспектив развития туризма в городе, очерчен круг вопросов, которые требуют немедленного решения для создания благоприятного туристского имиджа в городе.

A detailed and extensive description of the problems and prospects of development of tourism in the city. Outline a range of issues that require immediate solutions for creating a positive image of tourism in the city.

Ключові слова: туризм, місто, баланс, система, структура, інтереси, аттрактори, аеропорт, освіта, розвиток.

«Розумне місто» як і «розумна людина» вміє працювати, і заробляти, його життя може ставати кращим за умов розумного управління. Питання управління містом для його економічного та соціального зростання цікавлять не тільки науковців, а й політичних діячів, управлінців різних рівнів і сфер економіки.

В світовій науковій думці питання розвитку туризму в місті серед інших питань цього напрямку займають перше місце, нового осмислення і бачення отримують зараз теорії управління туризмом у місті в усіх розвинених країнах Європи та світу. Питаннями взаємодії систем

туризму і міста займалися такі науковці, як К.Вобер, Й.Мазанец, Р.Митланд, В.Ричи, В.Е.Гордин, Л.В.Хорева, М.В.Матецька [1-5] та ін., однак в Україні ця тема є недостатньо розвинутою в науковій думці. Питаннями розвитку туризму й міста займаються здебільшого адміністративні управління, інтереси яких не завжди торкаються власно туризму.

Метою даної статті є акцентування уваги на основних проблемах та шляхах їх вирішення при взаєморозвитку двох систем – туризму і міста, пошуку точок перетину їх розвитку та співіснування, а також звертання уваги наукової думки на ширину кола цих проблем.

Туризм в місті є не лише однією з галузей економіки, яка може стати надприбутковою статтею міського бюджету, це ще й та галузь, яка відповідає за імідж міста, за його привабливість на регіональній, національній і світовій арені. З цих позицій є доцільним розглянути взаємовідносини між туризмом і містом. Наприклад, що стосується галузі освіти. Іноземні студенти денної і заочної форм навчання поповнюють бюджет міста більше ніж на 1,5 млрд. грн., за рахунок придбання товарів харчування, оренди житла та власно сплати за навчання.

Сучасний світ важко уявити без туризму. Можна стверджувати, що туризм сьогодні є не тільки практикою суспільного життя, а й чинником, що впливає на світовий розвиток, розвиток держави, регіону, міста. В цьому контексті є необхідним більш детально розглянути деякі питання.

По-перше, вплив туризму на місто. Як і будь-яка соціосистема, туризм прагне реалізувати свої інтереси через свої можливості, зайняти стійку нішу у вигляді необхідності. Соціум (в нашому випадку місто, регіон) в цілому прагне до збільшення поточного значення сум, ресурсів, залучених у місто, регіон за рахунок максимізації сектора виробництва товарів, послуг і їхньої кількості.

Тобто, будь-яка пропозиція, турпродукт – є вираженням інтересів об'єктів або підприємств туристичної індустрії. Їх стратегічною метою є збільшення припливу ресурсів і насамперед фінансових, що підвищує їх статус, живучість. Це позитивні аспекти, але інтереси системи «туризм» і його підприємств обмежені внутрішніми можливостями і насамперед фінансовими. Тоді турпродукт вимагає залучення додаткових зовнішніх ресурсів, як фінансових, так і управлінсько-координаційних, коли підключаються підсистеми прийняття рішень більш високих ступенів ієрархії (місто, регіон, держава). Саме тут і треба знайти баланс інтересів.

Що стосується пріоритетів, то їх декілька, основними з них мож-

на виділити наступні:

1. Прагнення наблизитися до Європи; м. Харків в силу свого потенціалу, бажання, наполегливості праці по праву отримав європейське визнання. Тому наступний крок – перехід на європейські стандарти не тільки життя його мешканців, але і гостей, їх прийом, дозвілля, туристське обслуговування. Це знаково, особливо в світі проведення у Харкові Євро-2012, з використання переваг, що дає його проведення.

2. За рекомендаціями ВТО, оптимальна пропозиція між потоками туристів повинна бути наступною: на одного виїзного туриста – один в'їзний та чотири внутрішніх туриста, тобто – 1:1:4. По Україні це співвідношення складає:

1 виїзний – 0,4-0,6 в'їзний та 1,5-1,8 внутрішній. По Харківській області ще менше: 1 виїзний – 0,15-0,2 в'їзний та 1,2-1,4 внутрішній. Тобто в'їзний та внутрішній туризм стає пріоритетом роботи.

3. Місто Харків – місто, де туриндустрія не виконує містоутворюючу функцію, але є невід'ємною частиною міської та регіональної економіки (приклади: міста – центри ділового, подієвого, культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого туризму, або їх симбіозу).

4. При організації туристських подорожей, вибір виду транспорту залежить від дальності перевезень, його вартості та швидкості. До 300 км перевага віддається автомобільному транспорту, від 300 до 600 км – залізничному, більше 600 км – авіаційному. Тобто якщо для в'їзних, транскордонних та внутрішніх туристів переважно потрібен автомобільний та залізничний транспорт, то для в'їзних туристів з дальнього зарубіжжя – авіатransпорт, а саме сучасний міжнародний аеропорт, авіапідприємство з достатнім парком літаків та розгалуженою добре прорахованою системою сполучень.

При цьому основними аспектами, які необхідно врахувати при приведенні до рівноваги системи „туризм: місто”, є наступні:

1. До теперішнього часу найбільша увага приділялась історико-культурному туризму, але необхідно розглядати всі види туризму, які необгрунтовно не розглядалися, але визначені законом України: дитячий, молодіжний, сімейний, для людей похилого віку, для інвалідів, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний (зелений), сільський, мисливський, діловий, самодіяльний тощо. Більш того, вони взаємопов'язані. Кожен з них має в регіоні, місті: матеріально-технічну базу; прогноз попиту, прогноз розвитку, можливості, кадровий потенціал, що стає підґрунтям для розрахунків вартості їх розвитку, фінансових результатів, часу проведення модернізації або створення об'єктів, а також черговості в системі координат «витрати - результати» в місті, регіоні.

2. На даний момент необхідного розвитку в м.Харкові набули:

- діловий туризм (є найбільш перспективним для міста). Діловий туризм включає: політичну компоненту (візити, з'їзди, форуми, конференції); наукову компоненту (конгреси, семінари, симпозиуми, експедиції, форуми, конференції); комерційну компоненту (виставки, ярмарки); професійну компоненту (відрядження, спортивні змагання, гастролі); суспільну компоненту (зустрічі, збори);

- історико-культурний туризм, що ґрунтується на екскурсійному інтересі до пам'ятників та пам'ятних місць, спадщини, музеїв та ін.);

- шопінг (торгівля);

- подієвий туризм (коли під час виступу групи «Квін» була завантажена переважна кількість готелів);

- лікувально-оздоровчий туризм, який обумовлений великою кількістю спеціалізованих медичних установ Академії наук України, укомплектованих висококваліфікованими фахівцями. При їх комплектації сучасним обладнанням та опанування світовими технологіями проведення спеціалізованих операцій та лікування. Приклад: центр серцево-судинної медицини у Вільнюсі, де операція, супровід родичів коштує десятки тисяч американських доларів, і вони стають прибутковою статтею міського бюджету.

3. Формування програми завантаження готелів міста на підставі узгодженого скоординованого як в часі, так і по об'єктах, підприємства, проведення сукупності масштабних заходів ділового туризму та подієвого туризму.

4. Впровадження на початку розвитку внутрішнього туризму так званого «жорстокого» туризму з поступовим у часі переходом до «м'якого» туризму, при чому за всіма видами туризму.

5. Розвиток туризму в Харківській області на основі просторової агломерації локальних (на рівні міста), регіональних та транскордонних туристських кластерів з формування аттракторів за видами туризму, їх ранжуванням за рівнем оснащеності матеріально-технічної бази, витрат та результатів, пріоритетами інвестування: 1-й рівень – об'єкти, які знаходяться на перетині інтересів трьох угруповань кластерів; 2-й рівень – об'єкти, які знаходяться на перетині інтересів двох угруповань кластерів; 3-й рівень – об'єкти, які представляють інтереси кожного окремого кластеру.

6. Розвиток виробництва сувенірної та друкованої продукції.

7. Формування образу, іміджу зі створенням бренду міста Харкова як привабливого міста для внутрішнього і виїзного туризму.

8. Створення туристсько-інформаційного центру міста з його осередками на залізничному вокзалі, аеропорту.

9. Розвиток програми просування міста Харкова, його турпродуктів як у масштабах внутрішнього ринку України, так і у масштабах зовнішніх ринків з використанням міжнародних зв'язків, дипломатичних каналів, міст-побратимів та ін. Докладніше ці аспекти відображено в роботах [6-8].

Ринкові відносини перетворюють державу, регіон, місто в суб'єкт ринкових відносин. В цій ролі вони виступають через свій апарат, який розпоряджається державною власністю, регулює і контролює фінансові ринки нерухомості, ресурси, мобілізує та розподіляє фінансові ресурси за допомогою податків, зборів, пільг, квот, субсидій, кредитів тощо. Виступає гарантом залучення кредитів, інвестицій та ін.

Грошових коштів, яких потребує об'єкт, підприємства, туризм в цілому по м.Харкову та Харківській області потрібно багато, їх завжди не вистачає, але їх потрібно залучати. Тобто потрібен підхід до визначення пріоритетів часу, координації зусиль, в тому числі по залученню коштів (на різних засадах: приватно-державного партнерства, приватних інвестицій, пільгових кредитів, коштів місцевих бюджетів та ін.). Потрібно методичне забезпечення формування та ранжування туристських проєктів у сумарній системі координат «витрати-результати» з урахуванням інтересів міста, регіону, держави, тобто визначення перш за все органами місцевого самоврядування пріоритетних напрямків розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, з максимальним використанням існуючої матеріально-технічної бази, видів туризму, з розбивкою на етапи, що мають споживацьку цінність. Необхідне створення структури управління ефективного функціонування та розвитку туризму в м. Харкові і регіоні в цілому, або розширити існуючу, і це доцільно зробити при Харківському міськвиконкомі за участю Харківської облдержадміністрації, оскільки переважна кількість питань акумулюється саме в місті Харкові.

Вказані вище проблеми не претендують на повноту охоплення всього спектру питань, пов'язаних з функціонуванням та розвитком туризму в місті і регіоні, але вони є найбільш гострими й такими, що потребують системного вирішення на рівні структури або структурного підрозділу, створеного в органах місцевого самоврядування. Для цього потрібна двостороння співпраця керівництва міста, області з одного боку та добре обґрунтоване, теоретико-практичне забезпечення його роботи з іншого боку. Це можливо за умови створення наукової бази на основі розробок Харківської національної академії міського господарства за участю всіх зацікавлених фахівців, ВНЗ, установ і підприємств міста.

Таким чином, стратегія розвитку міського туризму повинна роз-

глядатися як невід'ємний елемент стратегії розвитку сфери культури та інфраструктури міста. Рівень активності місцевого населення в споживанні культурних благ, у тому числі пов'язаних з туристичною активністю, є важливим чинником, що визначає туристичну привабливість місцевості. Ефективний менеджмент в сфері культурного туризму повинен сприяти зростанню споживання культурних благ не тільки серед туристів, але і серед місцевих жителів, адже саме жителі міста формують враження від культури і самобутності місця, створюють його атмосферу. Зростання зацікавленості місцевого населення в розвитку міста є необхідною умовою розвитку всієї інфраструктури туризму (у тому числі культурних індустрій). По мірі того як жителі міст будуть залучатися до споживання тих чи інших культурних благ, підвищиться привабливість всього міста як центру міського туризму.

1. City tourism: national capital perspectives/edited by Robert Maitland and Brent W. Ritchie. CAB International, 2009. – 280 p.

2. Mazanec, Josef; Wöber, Karl, Analysing International City Tourism, Originally published by PINTER. A Cassell Imprint, London, 2010. – 249 p.

3. Гордин В.Э., Хорева Л.В., Сиротюк Н.П. Культурный туризм и международная торговля услугами // Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. – СПб.: СПбГУЭФ, 2001. – С.124-129.

4. Кузнецова Е. Малый бизнес в «индустрии впечатлений» № 6 (521) / Мой бизнес – услуги, фев. 2008 Режим доступа: www.dns.spb.ru/author/152.

5. Матецкая М.В. Современные технологии менеджмента в сфере культуры // Материалы науч.-практ. конф. «Актуальные проблемы современного менеджмента в России: перспективы на будущее». – СПб.: СПбФ ГУ-ВШЭ, 2004. – С.111-119.

6. Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект: колективна / І.М. Писаревський; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків: ХНАМГ, 2010. – 309 с.

7. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи / За заг. ред. І.М.Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків: ХНАМГ, 2010. – 288 с.

8. Туризм як національний пріоритет: колективна монографія / І.М. Писаревський; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків: ХНАМГ, 2010. – 284 с.

Отримано 10.06.2011

УДК 334.7 : 339.544

Н.Б.ПЕТРОВА, Н.Ю.МУЩИНСЬКА, кандидати екон. наук
Харківська національна академія міського господарства

РОЛЬ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ФОРМУВАННІ ТУРИСТСЬКИХ КЛАСТЕРІВ

Наводиться докладний і розширений опис процесу формування туристських кластерів та розглядаються можливі варіанти їх інвестування. Особлива роль в формуванні туристських кластерів відводиться державному приватному партнерству. Розглянуті можливі варіанти оцінки ефективності створення туристських кластерів.

Приводится подробное и расширенное описание процесса формирования турист-