

Недоступен ни однин перевод.

I. МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО І ОСВІТА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Горобець О.М. Механізми регулювання міжнародної туристичної діяльності

У даній публікації розглянуто питання розвитку туризму і міжнародного туристичного співробітництва в Україні, проаналізовано зміст організаційно-правових форм туризму та механізми регулювання міжнародної туристичної діяльності у сучасних умовах, доведено, що останніми роками особливого значення набули національні програми розвитку туризму та підтримки міжнародного туристичного співробітництва а також заходи щодо координації і регулювання міжнародної туристичної діяльності.

Бобер Н.М. Правові засади співробітництва України та Італії у галузі туризму

В даній статті приділяється увага законодавчого регулювання у співробітництві між Україною та Республікою Італія в галузі туризму . Зокрема розглянуто основні напрямки програми та діяльності ENIT, співпраця України та Республіки Італія в галузі туризму. Також представлено три типи моделей участь держави в регулювання національної економіки, а туризм як галузь економіки запроваджує їх для розвитку національного турпродукту.

Бордун О.Ю., Гамкало М.З. Використання ресурсів Львівського туристичного центру в контексті україно-італійського співробітництва

В статті розкриваються невідомі для італійців ресурси Львівського туристичного центру. Санаторно-оздоровчі заклади Львівщини: Великий Любінь, Моршин, Немирів, Східниця, Трускавець, Шкло володіють цінними мінеральними водами, що виліковують систему травлення, шкірні, гінекологічні захворювання та мають загальну покращуючу дію на організм. Цікавими для італійців є історико-архітектурні ресурси Львівського туристичного центру, що занесені до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, а також можливості спортивно-оздоровчого і сільського туризму в Українських Карпатах та на Розточчі.

Карфанья Е. Еногасторномія і туризм у світлі реформи професійного навчання в Італії

У шкільній реформі середньої загальноосвітньої професійної школи, прийнятої в Італії 4 лютого 2010 р., сектор туризму і виробництва продуктів харчування та вин реорганізовано відповідно до запиту операторів туристичного ринку, з урахуванням професійної підготовки та культурного рівня, необхідних для сприяння розвитку території, реклами типових продуктів та мистецтва. Школа також повинна враховувати у структурі навчального процесу розвиток туризму, як феномену, шляхом чергування у навчальному процесі навчання та виробничої діяльності для підготовки спеціалістів в галузі, яка характеризується взаємодоповнюваністю економічної системи, культури та суспільства.

[Дітковська С.О. Методика туристського вивчення країн](#)

У статті зроблена спроба теоретичної розробки методики туристського вивчення країн світу, що застосовується в процесі професійної підготовки майбутніх працівників сфери туризму. Для цього визначені основні компоненти країнознавчо-туристських характеристик та з'ясований їх вплив на розвиток туризму.

[Кіптенко В.К. Типологія країн Європи за рівнем туристичної конкурентоспроможності](#)

Розглянуто типологію країн Європи щодо рівня туристичної конкурентоспроможності.

[Карась О.С. Напрями розвитку транспортної інфраструктури України в умовах міжнародного туризму](#)

Виявлено характерні риси і тенденції сучасного регулювання світового ринку транспортних послуг. Розглянуто перспективи та завдання України щодо ефективної інтеграції національної транспортної галузі в міжнародну транспортну систему та її вплив на інфраструктуру туризму.

II. НАЦІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ТА ІМІДЖЕВА ПОЛІТИКА КРАЇНИ

Ткешелашвілі М.Л. Аспекти формування маркетингової стратегії в контексті розвитку національного туристичного продукту

Визначена необхідність у системному підході щодо формування маркетингових стратегій в управлінні туристичними підприємствами з урахуванням особливостей національного туристичного продукту. Обґрунтовано доцільність застосування туристичними підприємствами певних маркетингових стратегій, а також взаємозалежність між маркетинговими стратегіями, принципами, цілями і завданнями діяльності туристичних підприємств.

Уліганець С.І. Імідж як складова маркетингової політики в туризмі

В статті сформульовано і обґрунтовано сутність поняття туристський імідж регіону, його

важливість у сучасному житті. Проаналізовані методи та механізми формування іміджу та їх можливість застосування в процесі корекції туристського іміджу регіону.

Олійник Я.Б., Кононенко О.Ю, Мельничук А.Л. Роль екомережі у системі формування та просування національного туристичного продукту

Розкрито напрями залучення екомережі України до розвитку екотуристичної діяльності. Запропоновано підходи до інформаційного забезпечення залучення ядер екомережі до процесу просування національного туристичного продукту.

Божук Т.І. Сакральнo-туристичний продукт: потреба створення

В статті розглянуто технологічні та функціональні аспекти сакральнo-туристичного продукту. Визначено і обґрунтовано специфіку розробки, просування і реалізації релігійних турів на сучасному туристичному ринку.

Монтекьярі А., Мотузенко О. Культура – туризм - еногастрономія: триєдність для розвитку італійського туризму

Незважаючи на те, що в Італії знаходиться 70% пам'яток світової культурної спадщини, останні дослідження показують, що для повернення туризму на позиції провідного сектора італійської економіки, він має розвиватись як триєдність культурної пропозиції, кулінарних традицій та ландшафтною привабливості. Сучасний турист сьогодні проявляє все більшу зацікавленість типовими італійськими продуктами, поряд із іншими елементами привабливості країни. І це є відмінною рисою такої взаємодоповнюваності, спрямованої на об'єднання цінності природного, культурного, мистецького надбання, народної творчості та виноробних і гастрономічних традицій, на які повинна орієнтуватися підготовка молодих фахівців туристичної галузі.

Россіт В. Особливості італійської кухні у формуванні туристської пропозиції в Україні

Італійська кухня, представлена в Україні, розглядається як складова національного туристичного продукту. В статті описані особливості італійської гастрономії з характеристикою її типових продуктів; вірність традиційним смакам; вплив іноземної кухні на нашому столі. Особливості середземноморської дієти та її вплив на здоровий образ життя та довголіття.

Мальчикова Д.С., Машкова О.В. Оптимізація використання суспільно-історичних рекреаційно-туристичних ресурсів Херсонської області

У статті визначено роль суспільно-історичних рекреаційно-туристичних ресурсів Херсонщини в розвитку рекреаційного комплексу регіону. Здійснено аналіз заходів з оптимізації використання даної групи туристичних ресурсів.

Смирнов І.Г. Італійська «паста» та логістика: досвід компанії «Barilla»

Представлено теоретично-розрахункові підстави явища «бичачого батога», пов'язаного з інформаційними потоками в логістичному ланцюгу та заходами з його обмеження. Наведено відповідний практичний приклад – кейс з діяльності італійської компанії «Barilla» - найбільшого в Європі виробника макаронної продукції.

Попович І.С. Фізико-географічні та естетичні аспекти туристичної привабливості ландшафтів Закарпаття (на прикладі басейну р.Теребля)

Розглянуто ландшафти басейну річки Тересля Закарпатської області з точки зору їх природної та естетичної привабливості, обґрунтовано їхню унікальність та цінність для розвитку туристичної галузі в регіоні.

[Шандор Ф.Ф. Міжрегіональне співробітництво на прикладі туристичного бренду "Карпати"](#)

Бренд з точки зору стратегів – засіб управління взаємовідносинами між організаціями та її цільовими групами, направлений на усунення апіорі існуючого конфлікту. Тому формування нового геотуристичного бренду Карпати який поєднує у собі гірську систему на сході Центральної Європи, на території України, Угорщини, Чехії, Польщі, Словаччини, Румунії, Сербії та Австрії, сприятиме створенню нового іміджу Карпат та реалізація програм направлених на підвищення інвестиційної діяльності, зокрема формування довіри до національних виробників та створення програм залучення туристів на найбільш дохідні туристичні напрями.

[Бойко І.Д., Король О.Д., Бичкова В.М. Окремі положення розробки бренду туристичної дестинації на прикладі м. Чернівці](#)

У статті проаналізовано процес брендингу туристичних дестинацій та зміст поняття «бренд міста», як спеціально сформованого образу для просування дестинації на туристичних ринках. Розглянуто поняття «логотип», яке є найбільш поширеним

елементом візуалізації бренду та стратегії його розробки. Запропоновано авторський логотип та слоган туристичного бренду Чернівців.

Василевська Я.В. Просторовий аналіз забезпеченості території Херсонської області історико-культурними ресурсами

Розглянуті просторові закономірності для оцінки історико-культурних ресурсів Херсонщини з метою використання як туристичного продукту.

Бондар А.І. Зелений туризм як важлива складова національного туристичного продукту

Визначена необхідність у створенні іміджу національного туристичного продукту, що відповідає сучасним очікуванням споживачів. Охарактеризовано основні аспекти еко-орієнтованих видів туризму. Проведено аналіз основних різновидів зеленого туризму.

Скавронська І.В. Міжнародні спортивні заходи як диверсифікований туристичний продукт в основі іміджевої політики країни

Дослідження присвячено проблемі формування іміджевої політики країни на основі міжнародних спортивних заходів. Проаналізовано досвід різних країн стосовно організації міжнародних спортивних заходів. Здійснено оцінку передбачуваним результатам проведення спортивних заходів міжнародного значення в Україні.

[Граціозі В. Центр Всесвіту](#)

Історія, краєвиди які від гір та пагорбів і до моря пропонують глядачеві різноманітність відтінків, ароматів, чарівну атмосферу, перетворюючи землі Марке на джерело надхнення для багатьох художників. Добре ілюструють цю землю вірші Леопарді, що закликають туристів заблукати у горизонтах Марке, які пропонують не тільки красу природи, але й велику історичну та культурну спадщину.

[Смирнов І.Г., Сировець С.Ю. Дорожня система Давньоримської держави та її залишки в Україні як об'єкти туристичного показу](#)

Досліджено дорожню та "логістичну" систему Стародавнього Риму, зокрема її формування та дислокацію головних доріг як у межах Італії, так і в Європі, на Близькому Сході та в Північній Африці (як, наприклад, Via Ignatia, Ігнатієва дорога, яка через Аппієву дорогу з'єднувала стародавній Рим з Костянтинополем), особливості проектування та будівництва доріг, їхню інфраструктуру та управління. Зазначено наявність решток давньоримських "військових доріг" в Україні, зокрема в Криму,

Закарпатті та на Поділлі.

III. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ І ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

[Мотузенко О.О., Морозова Л.В. Особливості реалізації маркетингової стратегії оптимізації діяльності туристичного підприємства в період світової фінансової кризи](#)

В статті розглядаються особливості заходів по запровадженню маркетингової стратегії оптимізації діяльності туристичного підприємства в період фінансової кризи. Досліджено зміст знань і навичок персоналу при реалізації нововведень на туристичному підприємстві; представлені проблеми, які виникають при застосуванні маркетингової стратегії оптимізації діяльності туристичного підприємства.

[Аріон О.В., Федорова К.В. Особливості функціонально-планувальної організації приморських рекреаційних районів](#)

Стаття присвячена основним завданням та особливостям планувальної організації приморських рекреаційних районів. Розглянуто основні планувальні системи таких територій, особлива увага приділена глибинно-кущовій системі планування як найбільш оптимальній. Проаналізовано доцільність функціонального зонування приморських міст як засобу оптимізації їх розвитку та виконання курортних функцій.

[Дмитрук О.Ю., Олішевська Ю.А., Купач Т.Г., Дем'яненко С.О. Функціональний аналіз зеленої зони міста Києва](#)

У статті розглядається проблема забезпеченості міста Києва зеленими насадженнями, як ресурсами для відпочинку і відновлення фізичних і духовних сил городян. Узагальнюються результати аналізу функцій різних категорій зелених насаджень і розглядаються можливості їх використання як засобів рекреації.

[Соколова О.І. Перспективи використання територій природо-заповідного фонду для розвитку рекреаційно-туристичної діяльності](#)

[Поплавська І.В. Діяльність транснаціональних готельних мереж в Україні](#)

Розглядаються питання діяльності міжнародних готельних «ланцюгів» на ринку готельних послуг України в територіальному та організаційному аспектах та їх вплив на стан справ в готельному бізнесі країни.

[Корчук О. С., Купач Т. Г. Екологічний туризм на природно-заповідних територіях України](#)

Сьогодні дуже популярним напрямом туризму в світі вважається екологічний туризм. Екологічний туризм можна розвивати як в національних парках, в територіях, що перебувають під охороною, так і на інших територіях. Об'єктами власне цього виду туризму можуть бути як природні, так і культурні визначні пам'ятки, природні і природно-антропогенні ландшафти, де традиційна культура складає єдине ціле з навколишнім середовищем. В Україні існують об'єктивні обставини у формуванні системи екотуризму, в першу чергу на основі розвинутої мережі природоохоронних територій.

[Петрина Н.В. Рекреація та туризм у межах прибережно-морських природоохоронних зон Італії](#)

У статті розглядаються особливості рекреації та туризму у межах морських охоронних зон Італії, що організовуються з метою збереження природного різноманіття та пам'яток історії та культури.

[Чамор К.Г., Купач Т.Г. Обласна комплексна історико-культурологічна програма «Золота підкова Черкащини»](#)

Туризм на Черкащині поступово стає однією з тих сфер, що найбільш динамічно розвивається і все більше і більше привертає увагу туристів та інвесторів. Він надає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, з духовними та релігійними цінностями і дає дохід до місцевого бюджету. Для відродження та розвитку історичних та культурних центрів Черкащини створена обласна комплексна історико-культурологічна програма «Золота підкова Черкащини». Серед основних завдань програми: збереження культурної спадщини, відновлення історичних та культурних об'єктів, модернізація культурної інфраструктури.

Вашенко О.В., Купач Т.Г. Туристичні центри на території Бразилії

В даній статті розкриваються поняття про туристичні центри, методи їх вивчення та принципи формування. На основі факторного аналізу бази даних туристичних центрів сформовано три генералізованих типи-фактори туристичних центрів Бразилії з описом основних їх складових. Стаття може бути використана для підготовки студентів з спеціалізації географія.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

1. Аріон О.В. – доцент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук, доцент.
2. Бондар А.І. – аспірантка Київського національного торговельно-економічного університету.
3. Бойко І.Д. – викладач кафедри географії та менеджменту туризму Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.
4. Бичкова В.М. – магістр, кафедра соціальної географії та рекреаційного природокористування Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.
5. Божук Т.І. – доцент кафедри менеджменту Львівського державного інституту новітніх технологій та управління імені В'ячеслава Чорновола, кандидат технічних наук.
6. Бобер Н.М. – магістр, факультет міжнародної економіки Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
7. Бордун О.Ю. – доцент кафедри туризму Львівського національного університету імені Івана Франка, кандидат географічних наук, доцент.
8. Василевська Я.В. – викладач кафедри екології та географії Херсонського державного університету.

9. Ващенко О.В. – студентка кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка

10. Гамкало М.З. – доцент кафедри туризму Львівського національного університету імені Івана Франка, кандидат географічних наук, доцент.

11. Горобець О.М. – доцент кафедри географії України і туризму Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка, кандидат економічних наук.

12. Граціозі В. – Державний професійний інститут готельного господарства, ресторанної справи та туризму «Джироламо Варнеллі» (м. Чінголі, Італія), доктор, письменник.

13. Дем'яненко С.О. – студент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка

14. Дмитрук О.Ю. – завідувач кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор географічних наук, професор.

15. Дітковська С.О. – доцент кафедри туризму та готельного господарства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат педагогічних наук, доцент.

16. Карась О.С. – аспірантка кафедри міжнародної економіки Тернопільського національного економічного університету.

17. Карфанья Е. – проф., директор Державного професійного інституту готельного господарства, ресторанної справи та туризму «Джироламо Варнеллі» (м. Чінголі, Італія). Член організаційного комітету національної мережі інститутів туризму, координатор мережі регіону Марке. Координатор робочої групи міністерства туризму Італії.

18. Кіптенко В.К. – доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук, доцент.

19. Кононенко О.Ю. – завідувач НДЛ “Регіональних проблем економіки і політики” Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник.

20. Король О.Д. – викладач кафедри географії та менеджменту туризму Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, кандидат географічних наук, доцент.

21. Корчук О.С. – студентка кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

22. Купач Т.Г. – асистент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук.

23. Мальчикова Д.С. – доцент кафедри соціально-економічної географії Херсонського державного університету (Інститут Природознавства), кандидат географічних наук, доцент.

24. Машкова О.В. – доцент кафедри соціально-економічної географії Херсонського державного університету (Інститут Природознавства), кандидат географічних наук.

25. Мельничук А.Л. – науковий співробітник НДЛ “Регіональних проблем економіки і політики” Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат

географічних наук, старший науковий співробітник.

26. Монтекьярі А. – викладач Державного професійного інституту готельного господарства, ресторанної справи та туризму «Джироламо Варнеллі», м. Чінголі, Італія.

27. Мотузенко О.О. – доцент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук, доцент.

28. Морозова Л.В. – студентка кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

29. Олійник Я.Б. – декан географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор економічних наук, професор.

30. Олішевська Ю.А – асистент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук.

31. Поплавська І.В. – аспірант Тернопільського національного педагогічного університету ім.В.Гнатюка.

32. Попович І.С. – провідний спеціаліст, старший викладач кафедри фізичної географії Ужгородського національного університету, аспірантка.

33. Петрина Н.В. – доцент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук.

34. Россіт В. – віце-президент Асоціації підприємців Італії в Україні.

35. Смирнов І.Г. – професор кафедри міжнародного туризму та країнознавства Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор географічних наук, професор.

36. Скавронська І.В. – аспірантка кафедри міжнародної економіки Тернопільського національного економічного університету.

37. Соколова О.І. – директор наукового центру розвитку туризму Міністерства культури і туризму України

38. Сировець С.Ю. – здобувач, кафедра міжнародного туризму та країнознавства Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

39. Ткешелашвілі М.Л. – здобувач, Київський національний торговельно-економічний університет.

40. Уліганець С.І. – доцент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук.

41. Федорова К.В. – студентка кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

42. Чамор К.Г. – студентка кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

43. Шандор Ф.Ф. – завідувач кафедрою туризму Ужгородського національного університету, кандидат соціологічних наук, доцент.

КОЛОНКА РЕЦЕНЗЕНТА

21 квітня 2010 р. на географічному факультеті Київського національного університету

імені Тараса Шевченка відбулася *Міжнародна науково-практична конференція «Україна – Італія: співробітництво у галузі туризму»*.

Організаторами конференції виступив Центр географічних та культурних досліджень Італії при географічному факультеті університету та кафедра географії України, при сприянні кафедри країнознавства та туризму.

В конференції приймали участь викладачі, аспіранти та студенти провідних вузів України, зокрема Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Львівського національного університету імені Івана Франка, Ужгородського національного університету, Херсонського державного університету, Львівського державного інституту новітніх технологій та управління імені В'ячеслава Чорновола, Київського національного торговельно-економічного університету, Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка та інш. Італійська делегація була представлена викладачами та студентами Державного інституту готельного господарства, ресторанної справи та туризму „Джероламо Варнеллі” міста Чінголі, регіон Марке (Італія), зокрема були присутні проф. Антонелла Монтекк'ярі та відомий італійський письменник доктор Вікторіо Граціозі. В конференції також приймав участь віце-президент Асоціації підприємців Італії в Україні Вальтер Россіт. Окрім традиційних доповідей в рамках конференції відбулася виставка та відео презентація туристичних ресурсів регіону Марке (за участю українських та італійських студентів – учасників проекту), презентація гастрономічних традицій Італії і дегустація типових італійських продуктів. Крім того, з метою сприяння професійній підготовці італійських та українських студентів спеціалізації «туризм» з 19 по 22 квітня 2010 р. були проведені ознайомчі візити до провідних готелів міста Києва.

Конференція відбулася в рамках Днів інтеркультурного співробітництва „Україна – Італія: культурні діалоги без кордонів” (квітень – травень 2010 р.) організованих Центром географічних та культурних досліджень Італії при географічному факультеті. „Україна – Італія: культурні діалоги без кордонів” – це освітньо-культурний захід, який з 2005 р. щорічно проходить в межах проекту міжнародного співробітництва у сфері освіти та культури між Київським національним університетом імені Тараса Шевченка та навчальними закладами Італії за участю державних та громадських організацій України та Італії.

Бейдик О.О., доктор географічних наук, професор кафедри країнознавства та туризму

Київського національного університету імені Тараса Шевченка