

Алешугіна Н.О.

## До питання актуальності розвитку елітного туризму в Україні

У науковій літературі та засобах масової інформації наразі велику увагу приділяють розвиткові соціального туризму, який дозволяє залучати до туристичної діяльності найбільш незахищені верстви населення. Тому твердження про актуальність розвитку елітного туризму в країні, де рівень бідності становить 24,1% може здатися парадоксальною. Але це дійсно так. Лакшері-сегмент (від англ. Luxury - розкіш) ринку послуг, у тому числі й туристичних, в Україні практично нерозвинений. Свої потреби у VIP-послугах заможні люди задовольняють за кордоном не лише тому, що це модно, престижно, але й тому, що в Україні цього майже неможливо зробити. Кількість дуже забезпечених людей в Україні незначна. Але навіть ґрунтуючись на тих даних, які щорічно публікує журнал "Фокус", оцінюємо, що сумарні статки 200 найбагатших людей в Україні лише у 3 -4 рази менші за доходи державного бюджету. Але ж кількість користувачів VIP-послугами не обмежується цим списком: їх набагато більше. До них можна віднести представників політичної, адміністративної, релігійної, економічної, військової, культурної, спортивної та наукової еліти.

Про актуальність розвитку в Україні елітного туризму свідчать наступні суспільно значущі функції, які він здатен виконувати.

**Політична** Полягає у зміцненні престижу держави, налагодженню добросусідських відносин, зв'язків між представниками політичної еліти.

**Економічна.** Еліта належить до найбільш забезпечених верств населення і концентрує в своїх руках значні статки. Кожна з країн прагне розвивати елітний туризм, щоб збільшити доходи від туристичної діяльності, яка, як відомо, здійснює мультиплікативний ефект на інші галузі і сфери економіки, підвищує загальний рівень добробуту населення. Україна повинна прагнути розвивати внутрішній елітний туризм. Це допоможе скороченню вивозу валюти за кордон та сприятиме наповненню бюджету і використанню витрачених коштів на благо українського народу. Зрозуміло, що у зв'язку з цим повинна бути зацікавленість у розвитку і в'їзного елітного туризму. Окрім того, значну частину поїздок економічної та бізнесової еліти становлять ділові поїздки, які мають на меті налагодження бізнесових контактів, укладання договорів, презентацію продукції фірми за кордоном і т.п., що теж сприяє зростанню добробуту, як особистого, так і країни, в якій даний бізнес розвивається.

**Індуктивна.** Розвиток елітного туризму здатен сприяти розвиткові інших галузей та сфер економіки. Він може дати імпульс розвитку депресивних та неперспективних територій. Дає життя новим видам і формам туризму. Залучає до рекреаційно-туристичного ресурсокористування нові, під час несподівані, об'єкти природного і антропогенного походження.

**Розвиваюча.** З одного боку, ця функція є продовженням економічної та індуктивної функцій, оскільки впливає на розвиток сфери обслуговування, рекреаційно-туристичної інфраструктури, нових видів туризму тощо. З іншого

боку, вона пов'язана зі значенням туризму для самих подорожуючих. Подорожуючи по різних країнах, обираючи різноманітні способи і засоби задоволення своїх потреб у відпочинку, спілкуванні, самовдосконаленні та самовираженні, туристи розвиваються як особистості, розширюють свій світогляд, поглиблюють освіту, набувають нових знань та вражень.

**Вдосконалююча.** Обслуговування VIP-персон вимагає відпрацювання професійної майстерності обслуговуючого персоналу, передачі досвіду молодим поколінням, підвищення якості послуг, що розповсюджується й на масовий туризм. Багато знахідок, зроблених з метою удосконалення обслуговування, стали з успіхом використовуватись і щодо задоволення потреб інших верств населення. Наприклад, в курортних готелях шаленим успіхом користується система "all inclusive", що нагадує клубне обслуговування, попитом користуються послуги індустрії краси і т.п.

**Комунікативна.** Географія поїздок еліти є більш широкою, ніж у масовому туризмі. Це сприяє встановленню контактів між представниками різних націй, виникненню інтересу до інших народів та їх культур, робить країни більш відомими у світі. Тому комунікативна функція, яка притаманна туризму взагалі, в елітному туризмі проявляється більш глибоко.

**Репрезентативна.** Ця функція тісно пов'язана з попередньою. Подорожуючи в інші країни, VIP-туристи в більшій мірі, ніж звичайні репрезентують свою країну, її культуру, цінності. Спосіб та місце відпочинку служать представницьким цілям, свідчать про статус, становище особи, її престиж.

**Просвітницька.** Подорожуючи, представники еліти можуть читати лекції, давати концерти, вистави, організовувати майстер-класи, творчі зустрічі, несучи культуру в маси. Спілкування з людьми, які отримали елітарну освіту та виховання, є надзвичайно корисним у виховному плані.

**Трендоформуюча.** Смаки представників еліти характеризуються досконалістю, різноманітністю. Вони мають доступ до кращих ресурсів. Вони завжди на видноті, до них прикуті погляди багатьох людей, що прагнуть їм наслідувати. Тож представники еліти є законодавцями мод у багатьох галузях суспільного буття. Це стосується й туризму. Багато з видів відпочинку, започаткованих VIP-персонами, стали модними серед широких верств населення.

**Патріотична.** Стосується як внутрішнього, так і виїзного туризму. Відпочиваючи в рідній країні, представники еліти вчаться любити й цінувати її та свій народ, бачать проблеми його існування та прагнуть допомогти їх вирішити. Відпочиваючи за кордоном, відчувають себе представниками свого народу, спостерігають за різними сторонами життя іноземних держав, набувають нового досвіду, прагнуть запровадити його на Батьківщині.

*Опубліковано: Матеріали доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції "Сучасні проблеми природничих наук та методики*

*викладання” Ніжин, 24-25 жовтня 2013 р.. – Ніжин: Вид-во НДУ, 2013. – 244 с. – С.78-80.*