

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет природоохоронний
Кафедра економіки природокористування

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Передумови та аналіз розвитку рекреаційно-туристичної галузі

Виконала студентка 4 року навчання
групи СТ-43
спеціальності 242 – Туризм
(ОПП «Сталий туризм»)
Максименко Катерина Сергіївна

Керівник к.геогр.н., доцент
Бунякова Юлія Ярославна

Рецензент к.геогр.н., доцент
Бургаз Олексій Анатолійович

Одеса 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет природоохоронний

Кафедра економіки природокористування

Рівень вищої освіти бакалавр

Спеціальність 242 – Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки природокористування

Губанова О.Р.

«16» червня 2020 року

ЗАВДАННЯ
НА БАКАЛАВРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Максименко Катерині Сергіївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Передумови та аналіз розвитку рекреаційно-туристичної галузі

Керівник роботи Бунякова Юлія Ярославна, к.геогр.н.,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти №45-С від «27» квітня 2020 року

2. Строк подання студентом роботи 20 червня 2020 року

3. Вихідні дані до роботи наукові публікації: статті, тези та монографії стосовно проблем та напрямів розвитку рекреаційно-туристичної галузі в Україні та світі, нормативно-правова база, статистична інформація

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки

1) Характеристика рекреаційно-туристичної галузі

2) Сучасний стан рекреаційно-туристичної галузі в Україні

3) Основні проблеми галузі та шляхи їх подолання

5. Перелік графічного матеріалу

Туристичні потоки України за період 2000 – 2018рр.

Динаміка туристичних потоків за період 2011 – 2018рр.

Чинники формування ринку рекреаційних послуг

Роль ринкового ПРП в ринково-рекреаційній системі території

План туру «Перлина Миколаївщини»

Таблиці з розрахунками собівартості туру «Перлина Миколаївщини»

6. Консультанти розділів роботи

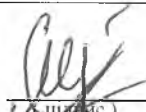
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
	немає		

7. Дата видачі завдання 11 травня 2020 р.

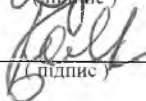
КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1	Огляд літературних джерел	11.05.20 – 12.05.20	90	Відмінно (А)
2	Написання першого розділу роботи	13.05.20 – 15.05.20	85	Добре (В)
3	Написання другого розділу роботи	16.05.20 – 18.05.20	95	Відмінно (А)
4	Написання третього розділу	19.05.20– 22.05.20	90	Відмінно (А)
5	Рубіжна атестація	23.05.20– 30.05.20	90	Відмінно (А)
6	Здача на кафедрі	12.06.20		
7	Перевірка на плагіат	13–14.05.20		
8	Рецензування	14.05.20		
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		90	Відмінно (А)

Студент


Максименко К. С.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


Бунякова Ю. Я.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Максименко К.С. Передумови та аналіз розвитку рекреаційно-туристичної галузі.

Останні десятиліття ознаменувалися інтенсивним розвитком у Світі рекреаційно-туристичної індустрії, яка на сьогодні є однією з найбільш прибуткових і динамічних галузей світового господарства. Стрімкий розвиток рекреаційно-туристичної сфери обумовлений низкою економічних, екологічних і соціальних чинників.

Метою виконаної бакалаврської кваліфікаційної роботи є характеристика рекреаційно-туристичної галузі, аналіз передумов формування ринку рекреаційних послуг і факторів, що сприяють розвитку рекреації в Україні, а також дослідження основних проблем галузі та шляхів їх подолання.

Об'єктом дослідження є рекреаційно-туристична галузь, предметом дослідження – фактори формування ринку рекреаційно-туристичних послуг.

В якості вихідних даних в роботі використані матеріали наукових публікацій стосовно проблем та напрямів розвитку рекреаційно-туристичної галузі в Україні та світі, нормативно-правова база, статистична інформація Державної служби статистики та регіональних звітів за період 2000 – 2018 рр.

Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довкілля.

Робота складається зі вступу, 3 основних розділів, висновку, переліку посилань та додатку. Обсяг роботи складає 71 с., в т.ч. 3 рис., 7 табл. та 28 літературних джерел.

Ключові слова: рекреаційно-туристична галузь, туристична діяльність, ринок рекреаційних послуг, фактори туристичної привабливості.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1 ХАРАКТЕРИСТИКА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	9
1.1 Поняття, організаційні форми та види туризму.....	9
1.2 Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності.....	16
1.3 Формування туристичної привабливості території.....	19
2 СУЧАСНИЙ СТАН РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ.....	26
2.1 Передумови формування ринку рекреаційних послуг.....	29
2.2 Фактори, що сприяють розвитку рекреації в Україні.....	42
2.3 Розробка туру «Перлина Миколаївщини».....	46
3 ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ГАЛУЗІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДАЛАННЯ.....	62
ВИСНОВКИ.....	68
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	70

ВСТУП

Сталий соціально-економічний розвиток будь-якої країни означає таке функціонування її господарського комплексу, коли одночасно задовольняються зростаючі матеріальні і духовні потреби населення, забезпечується раціональне та екологічно безпечне господарювання і високоефективне збалансоване використання природних ресурсів, створюються сприятливі умови для здоров'я людини, збереження і відтворення навколишнього природного середовища та природно-ресурсного потенціалу суспільного виробництва.

Актуальність роботи. Рекреація і туризм перетворились сьогодні на найбільш прибуткові галузі світової економіки і розвиваються випереджальними темпами. Особливо стрімко туризм розвивається на територіях, які володіють значним туристично-рекреаційним потенціалом. Таким чином, ефективність економіки регіонів багато в чому залежить від правильного використання всього комплексу природних ресурсів у межах певної території.

Україна займає одне з провідних місць в Європі за забезпеченістю рекреаційно-туристичними ресурсами, має розвинуту мережу курортних закладів, та, при цьому, природний потенціал її рекреаційно-туристичних територій використовується лише на 50% від реальних можливостей.

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Метою даної роботи є характеристика рекреаційно-туристичної галузі, аналіз передумов формування ринку рекреаційних послуг і факторів, що сприяють розвитку рекреації в Україні, а також дослідження основних проблем галузі та шляхів їх подолання.

Для досягнення поставленої мети сформульовані та вирішені наступні задачі, а саме:

- вивчені поняття, організаційні форми та види туризму;
- визначені учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності;
- проаналізовано фактори, що формують туристичну привабливість території;
- досліджено сучасний стан рекреаційно-туристичної галузі в Україні;
- визначено основні проблеми галузі і запропоновані шляхи їх подолання.

Також в рамках роботи в якості практичної частини було розроблено програму туру в селі Мигія Миколаївської області. В основу туру покладена ідея ознайомлення туристів з Миколаївською областю з найбільш відомими та нещодавно відкритими туристичними атракціями. Рекреаційно-туристичний потенціал і природно-заповідний фонд Миколаївщини можуть здивувати туристів і відпочивальників. Завдяки унікальному рельєфу та клімату сьогодні тут розвивається понад 15 різних видів туризму.

Село Мигія – це одне з найвизначніших туристичних місць області і навіть усієї країни. Тут збереглися унікальні природні комплекси та об'єкти, які ваблять туристів не лише з України, а й з-за кордону. На Мигійських порогах проводяться міжнародні змагання з плавання на байдарках та рафтах, адже тутешня байдарочна траса посідає друге місце в Україні за складністю сплаву. Мигійські пороги є частиною Національного природного парку «Бузький Гард», що займає територію понад 6 тисяч гектарів. Це вузький скелястий каньйон на річці Південний Буг.

Матеріали та методи дослідження. Робота базується на опублікованих матеріалах щодо аналізу рекреаційно-туристичної галузі та оцінки перспектив цієї галузі.

Структура і обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (28 найменувань). Робота містить 7 таблиць, 3 рисунка. Загальний обсяг – 72 сторінки.

1 ХАРАКТЕРИСТИКА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

1.1 Поняття, організаційні форми та види туризму

У сучасному світі туризм – це багатогранне явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, екологією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак жодна з них не може повністю і вичерпно схарактеризувати його як об'єкт власних досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самотійно розв'язати комплекс його проблем. Існує багато поглядів на туризм як на галузь господарства, так і на міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичне підприємство з продукції різних галузей формує туристичний продукт.

Туризм постає важливим чинником як для розвинутих країн, так і для тих, які мають значно нижчий економічний потенціал. Він є найбільш прибутковою і популярною сферою світової економіки. Туристична індустрія посилює діяльність близько 20 суміжних галузей економіки [1].

Можна виділити три основні напрямки впливу туризму на життя суспільства: економічний, соціальний, гуманітарний [2].

Економічне значення туризму:

- джерело доходу для місцевого населення і туристичних центрів;
- впливає на розвиток галузей, що випускають предмети споживання, торгівлі, будівництва, сільського господарства;
- сприяє розвитку транспортного комплексу, служб зв'язку;
- сприяє розвитку розважального та пізнавального бізнесу;
- зумовлює зростання попиту на вироби місцевої промисловості і сувеніри;
- сприяє припливу грошових коштів, у тому числі іноземної валюти.

Але вплив туризму на економіку регіону має свої проблемні сторони, а саме: туристичний рух носить сезонний характер, що позначається на попиті і виробництві та впливає на рентабельність туристичних підприємств і підприємств інших виробництв, орієнтованих на обслуговування туристів і вносить зміни в міграційні потоки населення.

Соціальне значення туризму:

- відновлення психофізіологічних ресурсів суспільства, працездатності людини і соціуму в цілому;
- раціональне використання робочого часу;
- забезпечення зайнятості населення;
- зростання доходів трудящих;
- екологічно безпечний туризм і спрямованість його на підтримку, і відновлення рекреації.

Гуманітарне значення туризму:

- сприяння розвитку інтелекту людини, розширенню його кругозору через знайомства з побутом, історією, культурою різних країн і народів;
- сприяння розвитку мирних, дружніх відносин між народами, робить значний внесок у сферу культурних обмінів;
- відіграє значну роль у вихованні підростаючого покоління.

Загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму визначаються Законом України «Про туризм» від 8 листопада 2003 року № 1282-VI. Він спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України [3].

В Україні значну частину природного потенціалу складають: рекреаційні ландшафти (лісові, приморські, гірські), оздоровчі ресурси (мінеральні води та лікувальні грязі), природно-заповідні об'єкти (національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо), території історико-культурного призначення (пам'ятки архітектури та містобудування, історико-архітектурні заповідники та ін.). Це рідкісні та виняткові ресурси для перспективного розвитку рекреаційно-туристичної діяльності та найбільш збережена частина природної системи [4].

Класифікація та оцінка туристичних ресурсів України, режим їх охорони, порядок використання з обліком гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля, порядок збереження цілісності туристичних ресурсів України, заходи для їх відновлення визначаються відповідно до закону [3].

Унікальні туристичні ресурси можуть знаходитися на особливому режимі охорони, що обмежує доступ до них. Обмеження доступу до туристичних ресурсів визначається їх реальною пропускною спроможністю, рівнем припустимого антропогенного навантаження, сезонними та іншими умовами.

Для практики туризму велике значення має його класифікація – виявлення окремих видів і форм туризму в залежності від основного показника – критерію. Вона допомагає більш ґрунтовно вивчити розвиток туризму, його видозміни і основні тенденції.

В світі немає єдиної класифікації туризму. Ті, що існують, мають деякі розбіжності, але в цілому між собою узгоджуються.

Наведемо класифікації туризму за різними критеріями.

1. За мети поїздки.

Цей критерій має вирішальне значення, тому що саме мета поїздки найбільше впливає на формування туру і організацію туристичного обслуговування. Подорожуючи, турист може ставити перед собою кілька цілей, але тільки одна з них буде домінуючою [5].

Залежно від мети відрізняють наступні види туризму:

- пізнавальний або культурно-розважальний;
- діловий;
- етнічний;
- релігійний;
- спортивний;
- рекреаційний;
- навчальний;
- екзотичний;
- екологічний.

Пізнавальний або культурно-розважальний. Включає поїздки людей з метою ознайомлення з природними, історико-культурними пам'ятками, музеями, театрами, суспільним ладом, життям і традиціями народів у відвідуваною країні. Пізнавальні цілі можуть поєднуватися з метою відпочинку.

В основі ділового виду туризму лежить необхідність виконання службових або професійних завдань. Поїздки з діловими цілями розглядаються як одна з найважливіших складових частин сучасного туристичного обміну. Ділові поїздки вкрай важливі з економічної точки зору, так як вони не залежать від сезонних чинників [5].

До ділового туризму відносяться поїздки делегацій чи окремих осіб для участі в міжнародних переговорах, нарадах, святах, коронаціях, церемоніях вступу на посаду глав держави і урядів. Але до числа туристів не включаються дипломатичні працівники посольств і консульств, співробітники торгових представництв та інших організацій, які працюють за кордоном. До різновиду ділового туризму відносяться поїздки для участі або відвідування національних і міжнародних виставок і ярмарків, поїздки у складі спеціалізованих груп по професіях. Розвиток ділового туризму в першу чергу пов'язаний з інтернаціоналізацією бізнесу, який останнім часом захоплює найбільші компанії світу.

Мета етнічного туризму – відвідання родичів, місця народження свого або батьків. Особливе значення даний вид туризму має для країн, частина населення яких проживає за кордоном. Зокрема цей вид туризму є актуальним для нашої країни.

Релігійний туризм (паломництво) є одним із самих старих видів туризму і являє собою пересування людей до «святих місць» з метою відвідування храмів і монастирів у дні релігійних свят або для замолювання гріхів.

Спортивний туризм – це поїздки для участі в різних спортивних змаганнях. Спортивний туризм поділяється на два різновиди: активний поїздка та перебування в відвідуваному місці для безпосередньої участі у спортивних змаганнях і пасивний – коли поїздка та перебування здійснюються для участі у спортивних змаганнях у якості глядача. Він включає ряд різновидів (залежно від способу руху): гірський, водний, лижний, велосипедний.

Рекреаційний туризм – це пересування людей у вільний час з метою відпочинку, необхідного для відновлення фізичних і духовних сил людини. Для багатьох країн світу цей вид туризму є найбільш поширеним і масовим.

Під навчальним туризмом розуміють поїздки з метою отримання або поліпшення своїх знань. Найбільш поширені – вивчення іноземної мови, так зване «занурення» та безпосереднє спілкування з носіями мови.

Екзотичний туризм пов'язаний з бажанням побачити, пізнати і відчутися щось незвичайне, не притаманне повсякденному житті. Це кліматичні умови, незвичайна флора і фауна, кухня різних народів, архітектура, національні звичаї та ін.

Екологічний туризм отримав найбільш широке поширення й визнання в наш час, оскільки екологія з кожним днем набуває все більшого значення. Дбайливе ставлення до природи і навколишнього середовища є одним з привабливих елементів туризму [5].

2. За тривалістю поїздки.

Подорож по країні проживання або ж поза країни проживання може тривати від 24 годин до року за міжнародним законодавством. Тривалість

перебування або поїздки є важливим статистичним показником, який відіграє роль при визначенні максимальної межі, після якої відвідини не вважаються більше туристичними. За тривалістю перебування поїздки поділяються на тривалі, короткострокові та тури вихідного дня [5].

3. За інтенсивністю туристичних потоків.

Активний туристичний сезон характеризується великим потоком туристів. Виділяють два основних туристичних періоду:

- літній (з кінця травня по середину вересня в період літніх відпусток і шкільних канікул);
- зимовий (з середини грудня до кінця лютого – період гірськолижного сезону, різдвяних і новорічних свят).

Постійний туризм характеризується відносно рівномірним відвіданням туристичних районів і населених пунктів протягом усього року. У нашій країні восени і навесні кількість туристів значно зменшується в порівнянні з активним сезоном. Не сезон характерний для тих районів, які відвідуються туристами в певну пору року і є одно-сезонними [5].

4. За рівнем організації.

Індивідуальний тур – незалежна подорож одного або декількох осіб. Об'єднання туристів в одну групу обумовлюється спільністю інтересів і цілей поїздки, а також порівняно більш низькими цінами в порівнянні з індивідуальними турами у зв'язку з наданням групових знижок [5].

Характер організації подорожі може бути організований і самодіяльний. Подорож одного туриста чи групи туристів за попередньо розробленої туристичною фірмою програмі називається організованим. Організовані туристи забезпечуються необхідним туристичним сервісом, яка оговорюється в заздалегідь придбаних турах.

Самодіяльний або так званий альтернативний туризм, де в якості організатора подорожі виступає не туроператор, а сам турист, мандрівник, використовуючи рекламні матеріали, за допомогою інформаційних мереж. Іншими словами, турист сам визначає тривалість поїздки, маршрут, відвідувані

об'єкти, сам бронює готель і т.д., він не пов'язаний жодними зобов'язаннями з туристичною фірмою [5].

5. За демографічним і соціальним складом учасників поїздки. У залежності від місця проживання туриста (міський житель чи сільський), від соціального становища в суспільстві (дитячий, шкільний, молодіжний, сімейний, з професійного складу та ін.). Грає роль і вік туриста. Останнім часом значно збільшилася кількість туристів похилого (пенсійного) віку [5].

6. За спрямованістю туристичних потоків:

- в'їзний – подорожі по країні осіб, які постійно проживають в інших країнах.
- виїзний – подорож осіб, що постійно проживають в країні, в іншу країну.
- внутрішній – подорож по країні осіб, які постійно в ній проживають.

7. За принципом оплати:

- комерційний туризм – це стандартний варіант, коли туристична фірма реалізує свій турпродукт покупцеві і відповідно отримує прибуток;

- соціальний туризм – це подорожі, субсидовані з коштів, що виділяються державою на соціальні потреби, при цьому окремим категоріям туристів держава, у порядку встановленому законодавством, надає пільги соціального характеру. Зміцнити свої позиції соціальний туризм може лише за наявності довгострокової продуманої соціальної політики в галузі туризму на національному, регіональному та міжнародному рівнях.

- інтенсив-туризм – являє собою заохочувальну поїздку за рахунок фірми, організовану підприємством для своїх працівників за досягнення у праці (наприклад, за підвищення загального обсягу продажів, ефективну рекламу, допомогу в навчанні персоналу тощо) [5].

Класифікація в туризмі має важливе значення для його практики. Вона дозволяє вирішувати проблеми його територіальної організації, планувати

розвиток матеріальної бази, виявляти попит і формувати ринок туризму, виробляти і реалізувати туристичний продукт.

1.2 Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності

Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність [3].

Суб'єктами, що здійснюють або забезпечують туристичну діяльність є:

- туристичні оператори (туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і, які в установленому порядку, отримали ліцензію на туроператорську діяльність;
- туристичні агенти (турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність;

- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;
- гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;
- фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо [3].

Туристичні послуги характерні певними особливостями. Вони насамперед створюються та споживаються на місці зосередження туристичних ресурсів, наприклад, у районах відповідного клімату, зосередження мальовничого ландшафту або унікальних пам'яток історії та культури. Така особливість туризму сприяє формуванню туристичних потоків у певні регіони, райони і туристичні центри, а водночас - створенню відповідних активів, що впливають на підвищення зайнятості місцевого населення та зростання їхнього добробуту [6].

Послуги в свою чергу можна згрупувати на обов'язкові, специфічні й додаткові. До обов'язкових належать транспортні послуги, послуги готельного господарства (засоби розміщення туристів), послуги закладів харчування. Специфічні послуги надаються переважно під час подорожі туристичним маршрутом або у процесі відпочинку чи оздоровлення (показ унікальних пам'яток, що сприяють отриманню особливих вражень, оздоровчо-лікувальні процедури і под.). Потреба у додаткових послугах найчастіше виникає на місці перебування туристів, тобто в період, вільний від передбачених рекреаційних занять (відвідування театрів, спортивних об'єктів, закладів розваг тощо).

Туризму притаманна специфіка, яка відрізняє його не лише від торгівлі товарами, а й послугами. Туристичні послуги мають особливий характер споживання, адже здебільшого їх споживають на місці виробництва і за певної ситуації. Тому туристичний продукт пропонують як «пакет благ» (готельні, транспорті, екскурсійні, побутові, комунальні, послуги перекладачів, гідів та ін.), що задовольняє найрізноманітніші потреби туристів. Основним туристичним продуктом вважають комплексне обслуговування, тобто стандартний набір послуг, наданий туристу туристично-екскурсійним закладом в одному «пакеті благ» (послуг).

Туристичний продукт характерний певними особливостями. По-перше, попит на туристичні послуги надзвичайно еластичний стосовно рівня доходів і цін, він також залежить від політичних і соціальних умов. По-друге, попиту властиве сезонне коливання. По-третє, туристичний продукт не пристосований до зміни попиту у просторі та в часі. По-четверте, його створюють зусиллями багатьох закладів, підприємств. По-п'яте, навіть незначні недоліки у туристичних послугах не можуть забезпечити високу якість туристичного продукту. Він є реальною економічною категорією, і його пропонують на туристичному ринку в трьох основних видах: тур, туристично-екскурсійні послуги і товари [6].

Важливою умовою створення туристичного продукту постає наявність туристичних ресурсів. Для організації ефективної економічної діяльності та залучення широкого кола потенційних споживачів туристичних послуг необхідне поєднання всіх складових ресурсу – природних, історико-культурних й інфраструктурних.

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму. Вони мають на меті реалізацію

довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі [3].

1.3 Формування туристичної привабливості території

Туристична привабливість території формується передусім за наявності природних або історико-культурних туристичних ресурсів, а ще краще – за їх поєднання. Водночас такі ресурси ще не встановлюють рівень привабливості цієї чи іншої території. Туристична привабливість часто мінлива і може змінюватися залежно від багатьох чинників, котрі впливають на привабливість туристичної території. Саме до них належить наявність сучасної матеріально-технічної бази туризму, зокрема новітніх готельних комплексів, спеціалізованих закладів із відповідним асортиментом послуг, які вони продукують та ін. [6].

Дуже важливою складовою привабливості в сучасних умовах постає якість довкілля. У ринкових умовах господарювання вагомим значенням в організації навколишнього середовища набуває використання маркетингу, що сприятиме зміцненню конкурентоздатності певної території і може визначально впливати на її привабливість.

Загалом туристично-привабливою вважається територія, яка користується популярністю у туристів і перетворюється на відповідне територіальне туристичне поєднання у вигляді туристичного пункту, центру, вузла, району, регіону.

Природні туристичні ресурси є важливими елементами туристичної привабливості території. До його складу належать: клімат, водні ресурси, прибережні зони водойм, мінеральні джерела, лікувальні грязі, рельєф, рослинний і тваринний світ, національні парки та заповідники, мисливсько-риболовецькі угіддя, мальовничі краєвиди, унікальні природні об'єкти тощо.

Природну привабливість певної території для туристів визначають наявністю таких чинників:

- красою ландшафту і природних об'єктів;
- м'якістю клімату і комфортністю погодних умов;
- чистотою природних водойм;
- сприятливою екологічною ситуацією.

За таких умов, що більше насичена територія складовими елементами природних ресурсів, то вище задоволення певних потреб туристів і різноманітніший спектр організації різних видів туризму [6].

Розвиток певних видів туризму неможливий без виявлення, вивчення й оцінки туристичних ресурсів. Якщо виявлення й опис туристичних ресурсів є первинною стадією дослідження, то оцінка природних туристичних ресурсів території – її завершальний етап.

Існує декілька підходів оцінки природних туристичних ресурсів.

Окрім традиційних методів оцінки (вартісного та бального), здійснюють і медично-біологічний. Так, за результатами такої оцінки можна встановити залежність фізіологічного стану людини від впливу метеорологічних чинників, виявити наявність сприятливих медично-біологічних умов для організації відпочинку, туризму, оздоровлення [6].

Привабливість природних туристичних ресурсів певної території підвищується за наявності екзотичних, неповторних та унікальних форм ландшафту, що по-особливому впливає на психологічний стан людини. Тому виявлення психологічно-естетичної привабливості таких територій - важливий засіб визначення емоційного впливу природного ландшафту на духовну сферу життя людини.

Для визначення привабливості конкретної території дуже важливо вивчити можливість розвитку певних видів туризму та стан їх інженерно-будівельного освоєння. Це досягають за допомогою технічної оцінки природних туристичних ресурсів території.

Історико-культурні туристичні ресурси, зокрема унікальні пам'ятки, можуть бути визначальними в організації туристичної подорожі. В Європі завдяки наявності таких об'єктів найбільші доходи від їх відвідування отримують Іспанія, Франція, Італія, Велика Британія й Австрія, в інших країнах світу – Єгипет, Китай, Мексика тощо. Як засвідчує міжнародна статистика, їх розміри становлять близько 50 млрд. доларів на рік [6].

Україна володіє значним історико-культурним спадком. У державному реєстрі налічується 130 тис визначних пам'яток, функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 мають статус національних. За часткою найвідоміших архітектурно-історичних туристичних ресурсів від загальної кількості пам'яток вирізняються в Україні Волинська –17,3 %, Закарпатська – 13,4, Львівська –12,9, Тернопільська –10,4 і Чернівецька –8,9 %. Привабливість історико-культурних туристичних ресурсів визначають рівнем художньої й історико-культурної цінності, навіть модою. Найпопулярнішим критерієм оцінювання історико-культурних об'єктів є їх привабливість та кількість часу для екскурсійного огляду.

Більшість методик оцінювання туристичної привабливості ґрунтується на експертних бальних оцінках, хоча існують й економічні оцінки історико-культурної спадщини території. За основу таких оцінок береться прямий ефект від експлуатації об'єктів у вигляді плати за вхід, екскурсійне обслуговування, а також диференційна рента за землю, де розташовані пам'ятки історії, культури. Тут важливо також виявити стан готовності матеріально-технічної бази галузі, зокрема готелів для прийому туристів, історико-культурних об'єктів (архітектурних ансамблів, замків, оборонних споруд) для огляду туристами і введення їх у пізнавально-туристичні маршрути [6].

Важливим засобом підвищення привабливості території є створення туристичного кластера як прогресивної форми територіально-виробничого об'єднання. На думку англійського дослідника М. Портера, кластер - це об'єднані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, котрі не

конкурують між собою, характеризуються спільною діяльністю та взаємодоповнюють одна одну. Відтак туристичний кластер – це добровільне територіальне об'єднання взаємопов'язаних туристичних підприємств і закладів, причому вони мають право на самостійну господарську діяльність. Такі інтегровані територіально-галузеві об'єднання, - зазначає О. Музиченко-Козловська, - мають змогу краще розповсюджувати. Технології, інформацію, сприяють узгодженості дій між замовником та постачальником. За допомогою туристичного кластера можна підвищити продуктивність праці, скоротити витрати на маркетингові дослідження при визначенні напрямків та місць організації нових видів туризму, а також сприяти впровадженню інновацій. Більшість учасників кластера не конкурують між собою, маючи спільні інтереси та можливості [6].

Зауважимо, що туристичний кластер може інтегрувати і суміжні галузі, які разом із головною галуззю об'єднані спільною метою - задоволенням потреб населення у туристичних послугах. Усе це поліпшуватиме використання туристично-рекреаційних ресурсів, удосконалюватиме організаційну структуру управління підприємствами та закладами, підвищуватиме ефективність обслуговування, що позитивно впливатиме на підвищення привабливості відповідного туристичного поєднання.

Вагомим чинником привабливості території в сучасних умовах життєдіяльності є стан навколишнього середовища (рівень екологічного забруднення, санітарно-гігієнічний стан водойм, повітря, ґрунтів). Неврахування цієї обставини може спричинити відчутні економічні втрати та зниження конкурентоздатності території на ринку туристичних послуг.

Туризм, порівнюючи з іншими галузями економіки, має суттєву перевагу: він може стати альтернативою підприємствам із екологічно небезпечними викидами. У такому випадку пріоритетний розвиток туризму забезпечуватиме сталий розвиток територій, зберігаючи їх природне та культурне середовище, а відтак - екологічну рівновагу, яка теж є важливим чинником підвищення його привабливості [6].

До актуальних заходів, спрямованих на охорону природного довкілля та підвищення привабливості туристичних територій, належить створення мережі заповідників і національних парків, де виробнича діяльність або обмежується, або забороняється. Приклад екологічно безпечного використання території та підвищення її привабливості - розвиток сільського зеленого туризму, де міський житель, відпочиваючи серед незайманої природи, стає її шанувальником і безпосереднім учасником традиційних свят, обрядовості тощо. Цей вид туризму особливо бажаний для віддалених гірських територій, бо він сприятиме їх розвитку та підвищенню популярності.

На якість навколишнього середовища впливають найрізноманітніші чинники. Для їх урахування та визначення рівня впливу кожного з них учені пропонують чимало показників. О. Музиченко-Козловська, наприклад, використовує таку систему показників [6]:

- площа природних туристичних ресурсів;
- кількість антропогенних туристичних ресурсів;
- кількість засобів розміщення туристів;
- інвестиції в основний капітал готелів і ресторанів;
- середній рівень цін на послуги у туристичних підприємствах;
- якість рекламно-інформаційних послуг;
- атрактивність історико-культурних пам'яток регіону;
- якість навколишнього середовища;
- економічна привабливість регіону;
- політична стабільність регіону.

Статистичні показники, за якими оцінюється кожен чинник інтегрального показника рівня туристичної привабливості, мають різні одиниці вимірювання. Для того щоб їх можна було використовувати в один інтегральний показник, необхідно кожний статистичний показник перевести у стандартизований (відносний), який нівелюватиме різницю в одиницях вимірювання. За елемент порівняння приймають середнє значення кожного показника, де

стандартизовані показники визначають як відношення значення фактичного показника до середнього його значення.

Отже, інтегральний показник рівня туристичної привабливості території визначають як відношення суми всіх часткових індексів-показників до загальної суми цих показників за досліджуваними регіонами.

Інтегральну оцінку рівня туристичної привабливості О. Музиченко-Козловська пропонує проводити за шкалою [6]:

- < 0,4 – незадовільний рівень;
- 0,4-0,6 – задовільний рівень;
- 0,6-0,8 – високий рівень;
- 0,8-1,0 – дуже високий рівень.

Підвищенню рівня привабливості території та стимулюванню розвитку туризму в регіоні повинен слугувати територіальний маркетинг. Під маркетингом території варто розуміти діяльність у регіоні, яку здійснюють з метою привертання інвестицій, орієнтації на потреби споживача та створення конкурентних переваг на користь відпочиваючого.

Територіальний маркетинг туризму має певні особливості. Він пов'язаний із розробкою рішень, котрі сприяли б не лише розвитку туристичного бізнесу, а й притяганню у регіон туристів і регулюванню їх потоків із урахуванням туристично-рекреаційного навантаження та стосунків із місцевим населенням задля досягнення такого рівня туристичної привабливості території, що забезпечуватиме збільшення і притоку туристів, і необхідних інвестицій.

Туристично-рекреаційне навантаження - це допустима кількість туристів та відпочиваючих на одиницю площі, які одночасно можуть перебувати на тій чи іншій території і не впливатимуть згубно на природне середовище. Норми туристично-рекреаційних навантажень найсуттєвіше залежать від виду природних комплексів та сезону їхньої експлуатації. Найбільшою стійкістю вирізняються приморські природні комплекси, а найменшою - низовинні [6].

У процесі розрахунку туристично-рекреаційної лінійності доцільно враховувати і норму психологічного навантаження, порушення якої обумовлює зниження оздоровчого ефекту та привабливості території.

Вагомим чинником, який впливає на привабливість території, залишається політична стабільність. Вона може посилювати або послаблювати загальний імідж регіону й унаслідок цього впливати на економічну стабільність чи економічну привабливість конкретної території.

Отже, туристична привабливість – це наявність такого туристичного потенціалу території, за експлуатації якого забезпечують оптимальне туристично-рекреаційне навантаження і повне збереження туристичних ресурсів та можливість отримання відповідного соціально-економічного ефекту без порушення екологічної рівноваги довкілля [6].

2 СУЧАСНИЙ СТАН РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Рекреаційно-туристична галузь є найперспективнішою сферою соціально-економічного розвитку України. Рекреаційна сфера, що виготовляє послуги, пов'язані зі зміною місця перебування, лікуванням і відпочинку, за підрахунками спеціалістів стає двигуном національних і світової економіки в XXI столітті; уже на сьогодні на цю сферу припадає десята частина валового світового продукту [7].

Для розвитку туристичної сфери в Україні існують усі передумови. Так, маючи вигідне геополітичне розташування, Україна володіє значним рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, різноманітним рельєфом, мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною. Крім цього, в Україні дедалі частіше розробляються нові маршрути, розвивається готельна інфраструктура, підвищується рівень обслуговування туристів і зростає відвідуваність туристичних об'єктів. У сукупності ці передумови сприяють динамічному розвитку туристичного бізнесу в Україні, про що свідчать туристичні потоки, наведені у табл.2.1 [8].

Аналіз динаміки розвитку туризму у світі свідчить про те, що успішність туристичної галузі в одних країнах та невдачі – в інших, залежить від наявності чи відсутності аттрактивних туристичних ресурсів, чистоти довкілля, розвиненості інфраструктури та сфери розваг, високого рівня сервісу. Згідно з даними таблиці 2.1, упродовж 2011–2013 років в Україні спостерігався динамічний розвиток в'їзного туризму, відносно збільшувався розвиток виїзного туризму та стабільна динаміка внутрішніх потоків, які могли свідчити про підвищення рівня конкурентоспроможності України на міжнародній арені. У 2014 році відбулося зменшення кількості туристів за всіма категоріями, причому більшою мірою знизилася кількість іноземних громадян, які

відвідували Україну (порівняно з 2013 роком їх кількість зменшилася майже на 12 мільйонів осіб).

Таблиця 2.1 – Туристичні потоки України за період 2000 – 2018 рр.

(осіб)

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього ²	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну – усього ²	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього ³	У тому числі		
				іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2000	13422320	6430940	2013998	377871	285353	1350774
2001	14849033	9174166	2175090	416186	271281	1487623
2002	14729444	10516665	2265317	417729	302632	1544956
2003	14794932	12513883	2856983	590641	344 332	1922010
2004	15487571	15629213	1890370	436311	441798	1012261
2005	16453704	17630760	1825649	326389	566942	932318
2006	16875256	18935775	2206498	299125	868228	1039145
2007	17334653	23122157	2863820	372455	336049	2155316
2008	15498567	25449078	3041655	372752	1282023	1386880
2009	15333949	20798342	2290097	282287	913640	1094170
2010	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299
2011	19773143	21415296	2199977	234271	1250068	715638
2012	21432836	23012823	3000696	270064	1956662	773970
2013	23761287	24671227	3454316	232311	2519390	702615
2014¹	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746
2015¹	23141646	12428286	2019576	15159	1647390	357027
2016¹	24668233	13333096	2549606	35071	2060974	453561
2017¹	26437413	14229642	2403987	38563	1972028	393396
2018¹	27810850	14207050	3957623	72941	3508113	376569

¹Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

²Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)

³2000-2010 роки – за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 року – за даними Держстату [28].

Зниження кількості туристів відбулося внаслідок нестабільної економічної та політичної ситуації в країні, яка значно вплинула на динаміку в'їзних потоків. Разом з цим, це відобразилося і на кількості громадян України, які виїжджали за кордон (порівняно з 2013 роком їх кількість зменшилася з 23,76 мільйона до 22,43 мільйона осіб у 2014 році). Зниження виїзних потоків українських туристів у цей період пов'язане з тим, що громадяни України більшою мірою надавали перевагу виїздам до сусідніх країн, які не вимагали суттєвих матеріальних затрат [8].

Вказану динаміку туристичних потоків можна також простежити і на графіку (рис.2.1), де вказані окремі групи громадян з характерними особливостями переміщення.

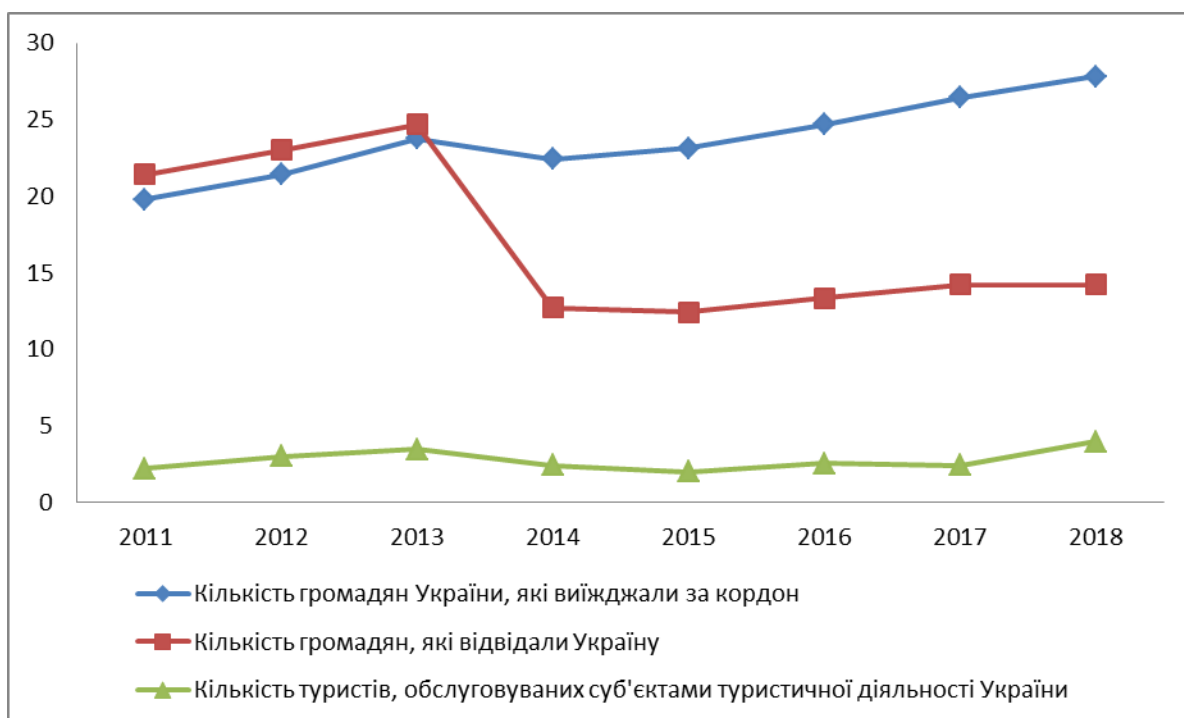


Рис. 2.1 Динаміка туристичних потоків за період 2011 – 2018 рр.

2.1. Передумови формування ринку рекреаційних послуг

Загалом передумови та чинники формування і розвитку ринку рекреаційних послуг на територіальному рівні можна зобразити у вигляді схеми (рис. 2.2), в основу побудови якої було покладено принципи, викладені в роботах І. Т. Балабанова, Ф. Котлера, І. В. Серебряникова [9– 11].



Рис. 2.2 Чинники формування ринку рекреаційних послуг

Згідно із принципами «концепції ринків», які з урахуванням специфіки рекреаційної діяльності можуть бути покладені в основу даного дослідження, ринок рекреаційних послуг утворюють всі реальні та потенційні споживачі з рекреаційними потребами, для задоволення яких вони бажають або готові взяти участь в обміні [10].

Роль ринкового підходу до природно-ресурсного потенціалу території полягає у балансуванні інтересів рекреаційної галузі (групи рекреаційних підприємств, розташованих на даній території) та власне ринку (групи покупців-рекреантів). При цьому слід враховувати, що розширене трактування рекреаційного ринку (згідно із поглядами на множинність ринків сучасної економіки) дозволяє поряд із ринком споживачів рекреаційного продукту окремо розглядати ринок рекреаційних ресурсів (теоретично, окремо можна розглядати також ринок природних ресурсів, які перетворюються на рекреаційні), ринок виробників рекреаційного продукту, ринок посередників (наприклад, турагентська і частково туроператорська діяльність), ринок держави (територіальні органи та уряд використовують кошти, отримані у формі податків, зборів і штрафів і спрямовують їх за цільовим призначенням для задоволення суспільних потреб) [12].

Говорити про врівноважуючу роль потенціалу дозволяє аналіз його змісту, згідно з яким ринковий природно-рекреаційний потенціал території – це максимальний обсяг продажів рекреаційного продукту, якого можуть досягти всі підприємства рекреаційної галузі в межах даного регіону на основі використання природних ресурсів, протягом певного періоду часу при даному рівні маркетингових зусиль і умов зовнішнього середовища; і одночасно це межа, якої прагне попит у міру нарощування маркетингових витрат у даному рекреаційному ринковому середовищі(рис.2.3) [12].

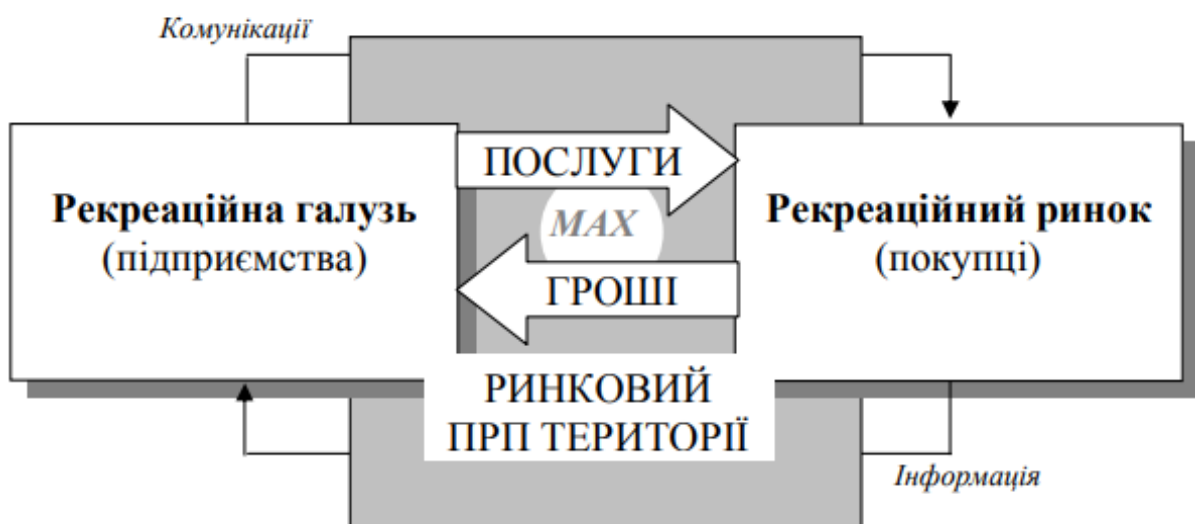


Рис.2.3 Роль ринкового ПРП в ринково-рекреаційній системі території

Ринковий потенціал на рівні території є формою її економічного потенціалу, що визначається характером взаємозв'язків «попит-пропозиція» між підприємствами та споживачами, в нашому випадку – рекреаційних послуг у межах певного регіону. При цьому здатність рекреаційних підприємств ефективно розпоряджатися ресурсами даної території за допомогою дієвого ринкового механізму дозволяє приводити у відповідність їх внутрішні можливості та зовнішні умови їх функціонування [12].

Слід зазначити, що зростання ринкового потенціалу рекреаційної галузі території повністю залежить від розвитку інших галузей господарства. Взагалі за рівнем розвиненості рекреації регіону (країни) можна судити про його загальноекономічний розвиток. Зокрема, йдеться про двоциклічність туристського ринку країни: «...економіка, що розвивається, не має можливостей задовольнити всі потреби й бажання туристів. Різноманітність туристських ресурсів передбачає створення досить складної матеріально-технічної бази туризму. При збільшенні економічної віддачі від туристської індустрії одна частина доходів використовується для задоволення нових туристських потреб, а інша може бути спрямована на розвиток інших галузей економіки, зокрема промисловості» [9]. Аналіз процесу вироблення рекреаційного продукту, враховуючи циклічний характер цього процесу,

починається із формування рекреаційних потреб. Про визначальну роль останніх йдеться у роботі Нудельман М.С.: «...формування системи рекреаційного природокористування є об'єктивним наслідком зростаючих потреб суспільства в рекреації» [13].

Потреби в рекреації є складовою частиною системи суспільних потреб і розвиваються за загальними законами, дія яких аналізувалася в роботах Л.П. Євстигнєєва, А.І. Левіна, А.П. Яркіна [14, 15]. Слід зазначити, що рекреаційні потреби тільки умовно можна розглядати як самостійну підсистему, оскільки різні потреби внутрішньо пов'язані між собою в одну природну систему. Вивчаючи динаміку суспільних потреб, необхідно розглядати їх в єдиному соціально-економічному процесі виробництва і споживання [13].

На формування і розвиток рекреаційних потреб впливають збільшення тривалості вільного часу, якісна зміна його структури та істотна зміна характеру життєдіяльності людини в умовах науково-технічної революції [16].

Задоволення рекреаційних потреб залежить від можливостей виробництва рекреаційних послуг, обумовлених рядом чинників. Матеріальним чинником, що впливає на рекреаційний процес, є рекреаційні ресурси – компоненти географічного середовища та об'єкти антропогенної діяльності, які завдяки таким властивостям, як унікальність, історична або художня цінність, естетична привабливість і цілющо-оздоровча значущість, можуть бути використані для організації різних видів і форм задоволення рекреаційних потреб [17].

Вплив рекреаційних ресурсів на формування рекреаційних потреб, як зазначалося вище, носить не прямий характер, та обумовлений усією сукупністю взаємозв'язків у системі рекреаційної діяльності. Тож ринок рекреаційних послуг у сучасних суспільних умовах можна назвати основною передумовою зміни індивідуальних рекреаційних потреб. На рівні виробництва це пояснюється взаємооберненістю впливів у системі «рекреаційні потреби – рекреаційний продукт»: потреби формують продукт, і, навпаки, на основі створеного продукту виникають нові або продовжують існувати чи трансформуються вже існуючі потреби [12].

Таким чином, аналіз сутності та змісту рекреаційних потреб дозволяє стверджувати, що останні є об'єктивною категорією і визначаються рівнем витрат фізичної та психічної енергії у процесі життєдіяльності людини насамперед під час виробничої діяльності, а отже, і необхідністю компенсації цих витрат. Окрім того, на рекреаційні потреби впливають економіко-географічні і соціально-психологічні умови. Потреби не можуть реалізовуватися за відсутності необхідних умов і виступати як попит на рекреаційні послуги, якщо немає пропозиції цих послуг.

На основі рекреаційних потреб формується попит рекреантів, що виражається не стільки в їх бажанні, скільки у здатності отримувати рекреаційні послуги. Потреби перетворюються на попит, коли за ними – купівельна здатність людини [10].

Тому на сучасному етапі розвитку вітчизняної рекреаційної галузі задача підприємств полягає, з одного боку, в стратегічному спрямуванні своїх зусиль на інноваційне та якісне вироблення рекреаційних послуг у відповідності до загальносвітових стандартів, а з іншого – у здійсненні реального впливу на попит, шляхом пропозиції необхідних, привабливих і одночасно доступних для більшості громадян рекреаційних послуг [12].

Отже, на основі взаємодії попиту та пропозиції на рекреаційні послуги виникає рекреаційний продукт. Рекреаційний продукт орієнтований безпосередньо на споживача і врахування його індивідуальних потреб. Тому рекреація як сектор економіки виконує активну роль у формуванні ринкового простору, що охоплює сфери і галузі, які прямо або опосередковано беруть участь у створенні рекреаційного продукту.

Як відомо, рекреаційний попит має комплексний характер, оскільки продукт, на який він пред'являється, включає гетерогенну сукупність базових (основних) і додаткових послуг і товарів. Їх відносно короткочасне споживання доповнює повсякденне споживання основної, більш численної групи товарів першої життєвої необхідності в місцях постійного мешкання людей. Тому природа рекреаційного попиту має доповнюючий характер і задовольняється в

основному в період відпусток і лише там, де є відповідні рекреаційні ресурси і підприємства: санаторії, пансіонати, будинки відпочинку тощо.

Аналіз чинників, що формують попит населення на рекреаційні послуги, дозволяє класифікувати їх на специфічні, універсальні та внутрішні [11].

До специфічних належать чинники, які здатні сформувати якісно новий характер попиту, змінити, щонайменше, його структуру. Як правило, специфічні чинники даються взнаки, коли відбуваються істотні зміни в життєдіяльності людей. На сучасному етапі розвитку суспільства праця, як і відпочинок, все більш інтенсифікується та індивідуалізується. Це не може не позначитися на характері рекреаційного попиту, який виявляється у прагненні окремої людини чи сім'ї задовольнити свої специфічні запити відносно термінів відпочинку, його виду, вартості та іншого, пов'язаного з рекреацією.

Інша група чинників, універсальна, формує рекреаційний попит населення незалежно від того, яка економіка розглядається і на якому рівні розвитку вона перебуває. Їх можна розподілити на економічні, соціально-політичні, психологічні, природно-кліматичні, національні та професійні чинники.

Слід зазначити, що впровадження ринкових відносин порушило традиційну модель (схему) дії універсальних чинників на обсяг і структуру попиту. На перший план висуваються чинники регіонального значення, характеристика яких диференціюється за адміністративними територіями, виробничими комплексами і підприємствами, сферами і галузями діяльності, за прибутковими групами населення. Наприклад, істотне розшарування по доходах зробило значний вплив на формування рекреаційного попиту, в якому переважають потреби працівників найбільш платоспроможних секторів і галузей економіки, підприємств і регіонів (територій) [12].

Третю групу утворюють чинники, породжені внутрішнім середовищем підприємств. Вони, як і універсальні чинники, досить різноманітні та численні. У зв'язку з тим, що ці чинники іманентні щодо внутрішнього середовища підприємств (рекреаційних технологій), сила їх дії на попит може регулюватися

самими підприємствами. Наприклад, сукупність чинників, властивих внутрішньому середовищу конкретного санаторію, формує попит на його послуги, а загальна дія чинників усіх підприємств – попит на регіональний рекреаційний продукт в цілому [11].

До чинників внутрішнього середовища підприємств можна віднести такі:

- профіль установи: кардіологічний, неврологічний, змішаний та ін.;
- кількість ліжок у здравницях: середньорічна, в період максимального розгортання;
- оснащеність лікувально-профілактичними підрозділами;
- терміни лікування, вартість путівки;
- кількість лікарів та інших категорій працівників;
- організацію харчування (кратність, змінність, добова вартість раціону, наявність дієтичних блюд);
- санітарно-технічну характеристику підприємств (кількість будівель, наявність каналізації, водопроводу, гарячої води, вентиляція);
- характеристику території (загальна площа, зокрема під зеленими насадженнями);
- перспективи розвитку установи тощо [12].

Перелічені чинники характеризуються відповідними кількісними та якісними параметрами. Число чинників, які реально впливають на формування рекреаційного попиту, збільшується, що спричиняє його різку диференціацію, високу вибірковість і підвищення вимогливості до якості послуг з боку нових високодохідних груп і верств населення. Новий якісний стан попиту почав позначатися на рекреаційних технологіях, а отже, і на обсязі та структурі товарної пропозиції послуг на ринку.

Оцінка і аналіз фактичного стану і шляхів збільшення рекреаційного потенціалу регіону має виключне значення для підвищення конкурентоспроможності його послуг на ринку. У роботі А. Лиманського та Я. Ружковського [18] названо такі чинники підвищення рекреаційного потенціалу:

- збільшення обсягу ресурсів, що використовуються (екстенсивний чинник);
- підвищення якості ресурсів, тобто їх здатності задовольняти рекреаційні потреби;
- підвищення ефективності ресурсів, що використовуються, тобто збільшення кінцевого результату, одержуваного з одиниці кожного ресурсу;
- підвищення збалансованості всієї сукупності ресурсів[18].

Наявність рекреаційних ресурсів стимулює рекреаційну діяльність, вона ж, у свою чергу, сприяє господарському освоєнню територій та їх охороні. З іншого боку, зростання рекреаційної діяльності населення обмежується екологічними можливостями певних територій у зв'язку з об'єктивно існуючою межею рекреаційного навантаження. Перевищення рівня оптимального рекреаційного навантаження на окремі території може призвести до порушення екологічної рівноваги і непоправних втрат рекреаційних ресурсів. Виникає задача виявлення оптимальних співвідношень (балансу) рекреаційного попиту і можливої пропозиції рекреаційних послуг і регулювання рекреаційних потоків (перерозподіл їх в масштабі країни) [19].

Концептуальні визначення змісту рекреаційного продукту з погляду їх ретроспективного аналізу характеризуються трьома основними загальними рисами: по-перше, в них виявляється увага до природи продукту і особливо послуг, які його створюють; по-друге, наголошується на складній, багаторівневій структурі послуг; по-третє, визнається, що споживач пов'язаний із процесом створення послуги [12].

Згідно з аналізом робіт І.Т. Балабанова, В.Г. Герасменко та І.В. Серебряникова [9, 20, 11] у концептуальній моделі рекреаційного продукту можна виділити такі елементи і процеси їх взаємодії:

- матеріальна основа, яка включає природні ресурси та умови, основні фонди;

- послуги;
- гостинність (якщо послуги – це технічна форма виконання замовлення (в рекреаційній діяльності), то гостинність – це ступінь його виконання);
- свобода вибору;
- залучення споживача до процесу створення продукту.

Рекреаційний продукт – результат складного процесу виробництва, який містить чотири стадії:

- стадія первинних витрат (ресурсів): земля, праця, вода, ліси, сільське господарство, паливо, будматеріали, капітал;
- стадія проміжних витрат (засобів, обладнання): парки, курорти, транспортні засоби, музеї, магазини, готелі, ресторани;
- стадія проміжних результатів (послуг): послуги гідів, сувеніри, розміщення, ресторанне господарство, фестивалі та інші культурні події;
- стадія кінцевих результатів (досвід або сприйняття споживача): відпочинок, освіта, спогади, особисті та ділові контакти тощо.

Вибір рекреантом способу задоволення своїх потреб пов'язаний насамперед із відповідними витратами, що поряд із власне задоволенням, що отримується ним у процесі відтворення його фізичних і духовних сил, і цінністю рекреаційних послуг (оцінкою відпочиваючим здатності послуг загалом задовольнити його рекреаційні потреби) є третьою важливою складовою рекреаційного продукту. При цьому взаємозв'язок елементів “цінність”, “задоволення”, “витрати” можна пояснити так: цінність рекреаційного продукту проявляється у ступені задоволення потреб відпочиваючого, що досягається при мінімальних витратах на отримання рекреаційних послуг. При цьому мінімальність розглядається з погляду

альтернативності цих витрат, тобто вони оцінюються відносно інших витрат, від яких відмовився рекреант на користь відпочинку [12].

Необхідно відзначити, що в даний час в Україні все більше уваги приділяється питанням забезпечення якості рекреаційного продукту, що розглядається як найважливіший чинник у конкурентній боротьбі на ринку рекреаційних послуг, яка виражається не стільки у конкуренції між підприємствами, що беруть участь у створенні рекреаційного продукту як такого, скільки у конкуренції їх професіоналізму. Відбувається жорстка сегментація ринку, конкуренція розгортається всередині кожного сегмента.

Високий ступінь невизначеності при наданні рекреаційних послуг, особливо у сфері туризму, ставить клієнта у вкрай не вигідне положення, може викликати відчуття образи, настороженості, підозрливості. Нерідко клієнт прагне працювати з одним і тим самим продавцем - страховим агентом, туристською фірмою тощо. Ця інерція працює на продавця, оскільки вона у даному випадку є головним чинником повторюваності трансакцій [21].

Специфіка рекреаційної сфери бізнесу полягає в тому, що кінцевий продукт повністю або частково невідчутний, а ефект сервісу оцінюється споживачем в умовах певного емоційного стану залежного від великої кількості чинників, до яких входять такі суб'єктивні характеристики рекреанта, як: особливості виховання, вік, культурні традиції народу, представником якого є гість, поняття про комфорт, звички, самопочуття або психологічний стан на момент отримання послуги, фізіологічні особливості організму та ін. Все це робить сприйняття якості рекреаційного продукту багато в чому суб'єктивним, залежним від індивідуальних характеристик кожного рекреанта [22].

Враховуючи аналіз результатів, наведених у роботах О.В. Лихоманової, О.А. Нориганової, І.В. Серебренникова [23, 21, 11], передумовами створення якісного рекреаційного продукту є такі:

- дотримання основних і найбільш важливих для рекреаційної діяльності принципів сучасного сервісу: максимальна відповідність послуг вимогам споживачів і характеру споживання; нерозривний зв'язок

рекреаційного сервісу з маркетингом, його основними принципами і задачами; гнучкість рекреаційного сервісу, його спрямованість на комплексне врахування змінних вимог ринку;

– робота персоналу, задіяного в рекреаційному бізнесі: ергономічність робочих місць; чітке формулювання правил, обов'язкових для виконання кожним співробітником; чітка система оцінки якості роботи кожного співробітника, що дозволяє об'єктивно вимірювати кількісно та якісно ефективність рекреаційного сервісу, особливо таких його елементів, що важко піддаються обліку, як доброзичливість і ввічливість; мотивація персоналу, його зацікавленість у досягненні загально-організаційних цілей, бажання й уміння робити всю роботу максимально ефективно; готовність до самовдосконалення; система підвищення кваліфікації персоналу;

– оптимізація організаційної структури управління рекреаційних підприємств. Чим довший ланцюжок проходження замовлення, тим більша вірогідність здійснення помилки: оптимальною є така організаційна структура управління, де число елементів гранично мале (але без збитку для якості обслуговування). Необхідною умовою забезпечення безперервності технологічного процесу з однаковим рівнем якості обслуговування є також ефективність взаємодії всіх елементів структури, що дозволяє негайно виправляти помилки і виключати можливість їх повторення;

– усесторонній, повний, об'єктивний і безперервний контроль за якістю рекреаційного сервісу, що припускає: участь рекреантів в оцінці якості і контролю за нею; створення методик і критеріїв, що дозволяють співвіднести вимоги стандартів з фактичним положенням справ; створення систем самоконтролю персоналу; постійна робота з групами якості; застосування чітко сформульованих кількісних критеріїв оцінки якості послуг, що надаються; участь персоналу в створенні систем і

критеріїв якості; застосування технічних засобів контролю за якістю; створення служб контролю, куди б входили представники різних служб;

– екологізація процесу рекреаційної діяльності на всіх його етапах: від розроблення програми із започаткування рекреаційного бізнесу на певній території – до реалізації на ринку рекреаційного продукту. При цьому екологізація в широкому розумінні означає врахування екологічних аспектів (охорона, підтримання та покращання якості навколишнього середовища) у вивченні або управлінні певним об'єктом, явищем або процесом відповідно до прийнятих чи встановлених у суспільстві норм і стандартів [12].

Під екологічним рекреаційним продуктом, що розглядається в рамках екологізації всієї рекреаційно-територіальної системи та окремих її складових, пропонується розуміти кінцевий результат рекреаційної діяльності в межах заданої території з урахуванням її екологічної місткості та відтворення якості природно-рекреаційних ресурсів.

Перейдемо до розгляду завершальних етапів формування ринку рекреаційних послуг в Україні: процес обміну і трансакцій; налагодження відносин між партнерами та система взаємодії в рекреаційній сфері господарювання.

Відомо, що людина може відпочивати або самотійно (так званий “дикий відпочинок”), або організовано в обмін на гроші. Для того щоб відбувся ринковий рекреаційний обмін, необхідне дотримання таких умов: по-перше, кожна з щонайменше двох сторін повинна мати щось цінне для іншої сторони; по-друге, кожна сторона вважає пропозицію про співробітництво можливою або вигідною. На жаль, для значної кількості населення нашої країни одночасне виконання цих умов стосовно відпочинку часто є практично недосяжним [12].

Коли обмін починає розглядатись як процес, а не одноразові акти, можна говорити про здійснення так званих трансакцій, що передбачають у сфері відпочинку, зокрема, такі виміри рекреаційних послуг, як умови, час і місце угоди. За умови існування ринку юридична система наполягає на укладанні

сторонами угоди про обмін, в якій для підвищення ефективності обміну суб'єкти ринку повинні проаналізувати: що конкретно кожна із сторін пропонує віддати і що отримати натомість у результаті трансакції. У вітчизняних умовах укладання подібних угод часто відбувається з юридичними порушеннями, що мають негативні наслідки, як правило, для людей, що бажають гарантовано отримувати якісний рекреаційний продукт.

Більш розвиненими, порівняно з трансакційними, на ринку рекреаційних послуг є довгострокові взаємовигідні відносини з ключовими партнерами, що взаємодіють на ринку: рекреантами, рекреаційними підприємствами та організаціями, дистриб'юторами з метою встановлення тривалих привілейованих відносин. Дана тенденція пояснюється насамперед тим, що на світовому ринку рекреаційних послуг відбувається жорстка конкуренція. Попит явно нижчий за пропозицію, і за клієнтів йде запекла боротьба [12].

Рекреаційні компанії, що вміють ефективно, швидко працювати, намагаються сформувати довгострокові довірчі відносини з найбільш цінними споживачами, постачальниками та посередниками. Конкурентні переваги здобуваються насамперед високим рівнем обслуговування та розумними цінами на рекреаційні послуги. Організація таких відносин спрямована на встановлення тісних економічних, технічних і соціальних зв'язків з партнерами, які дозволяють знизити трансакційні витрати та зекономити час. Кінцевий результат – формування унікального активу рекреаційного підприємства – його системи взаємодії.

Територіальна система взаємодії у сфері рекреації включає в себе рекреаційні підприємства і всі зацікавлені в їх роботі групи: відпочиваючих, найманих працівників, постачальників, дистриб'юторів, рекламні агентства, університетських вчених, представників регіональної влади і всіх, з ким ці підприємства встановили взаємовигідні ділові відносини. Отже, конкурують уже не стільки рекреаційні території, скільки відповідні системи взаємодії в цілому: виграє той регіон, якому вдалося побудувати найбільш ефективну систему взаємовідносин між суб'єктами ринкових рекреаційних відносин.

Отже, аналіз передумов формування ринку рекреаційних послуг в Україні дозволяє зробити наступний узагальнюючий висновок. На основі формування та необхідної реалізації рекреаційних потреб утворюється попит на рекреаційний продукт, який виникає внаслідок пропозиції рекреаційних послуг спеціалізованими підприємствами та організаціями певної території. Фактором, що підтримує та максимізує взаємозв'язок між попитом і пропозицією на рекреаційний продукт, є ринковий природно-рекреаційний потенціал. Створення ефективної системи взаємодії та партнерських відносин між суб'єктами рекреаційної діяльності, що наразі є питанням формування та розвитку, дозволить говорити про ринок рекреаційних послуг в Україні [12].

2.2 Фактори, що сприяють розвитку рекреації в Україні

Можна виділити сім сфер життя, що завдають свій вплив на рекреацію і на які впливає рекреація:

- якість життя;
- суспільство;
- освіта й інформація;
- економіка;
- захист навколишнього середовища;
- навантаження на навколишнє середовище;
- політика [24].

Якість життя. Ключова сфера і тим самим ціль усіх наших зусиль. Вона означає здоров'я, безпеку, добробут як громадян країни, так і гостей; роботу, якість житла, можливості для проведення дозвілля, відпочинок недалеко від будинку, соціальні контакти, мистецтво і культура, спорт, ігри, приватне життя. Усі ці фактори повноцінно впливають на розвиток туризму та рекреації як і в масштабах країни, так і в світових масштабах.

Суспільство. Мається на увазі розвиток населення, що піддається обчисленню, його склад і запити; щільність населення, віковий склад, кількість працездатного населення, соціальна структура; можливість для прийому й обслуговування гостей, соціально обумовлений туризм.

Освіта й інформація. Доступ до інформації через ЗМІ; шкільне виховання, навчання і підвищення кваліфікації (у тому числі) у туризмі; просвітня робота в напрямку здорового способу життя, планування родини, усвідомлення себе як частини навколишнього середовища, здійснення особистих планів; розширення обрії; «активна» толерантність.

Економіка. Загальні положення: виробництво і ріст промисловості, сільського господарства, прикладних ремесел, сфери послуг. Економічними факторами, які позитивно впливають на туризм, є зростання реального доходу, рівномірний розподіл доходів, стабільний курс валют, вигідна кон'юнктурна ситуація тощо. Негативно впливають на туризм економічні кризові явища, зниження темпів розвитку промисловості, нестабільна ситуація на валютному ринку, несприятливі конкурентні умови. Основні економічні функції туризму: виробничо-обслуговуюча, забезпечення зайнятості населення, накопичення доходу, зменшення територіальних відмінностей розвитку, гармонізація платіжного балансу.

Захист навколишнього середовища. Упровадження екологічних методів і продуктів у промисловість і сільське господарство, вторинна переробка і екологічні види енергії, гуманізація ринку праці, створення екологічних замкнутих циклів, екологічно відповідальний туризм. Туризм може мати як позитивний, так і негативний вплив на систему захисту навколишнього середовища. Під позитивним впливом мається на увазі сприяння охороні, створенню та реставрації національних природних парків, заповідників, збереження флори та фауни. Негативний вплив наразі більший, це вплив на якість водних ресурсів та атмосфери. Такі види рекреації, як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають немалої шкоди природному середовищу і призводять до зменшення чисельності або до повного зникнення флори і

фауни. Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, в свою чергу, збільшує навантаження на природу середовище.

Навантаження на навколишнє середовище. Узагальнення всіх необдуманих наслідків нашої діяльності: вихлопні гази, стічні води, надлишкове тепло, шум, хижацьке відношення до природи, руйнування ландшафтів, знищення лісів, розрив природних замкнених циклів, транспортний хаос, розпад міст, масовий туризм. Швидкозростаюча туристична галузь наносить серйозний антропогенний вплив на навколишнє природне середовище і саме тому потребує вчасного попередження цього впливу та дієвих шляхів його мінімізації. Найбільшого антропогенного навантаження зазнають курортні, оздоровчо-лікувальні та рекреаційні території, що породжує перелік екологічних проблем пов'язаних з забрудненням та виснаженням ресурсів.

Політика. Здатність і можливості уряду; його авторитет і популярність, авторитетність прийнятих рішень і далекоглядність, велика мета і направляюча лінія, розсудливість, проникливість урядових програм, ступінь кооперації між урядом і приватним підприємництвом та туризмом. Політичними факторами, що позитивно впливають на туризм, є: зростання доходу населення; більш рівномірний розподіл доходу; стабільне положення валюти; вигідна кон'юнктурна ситуація. До політичних факторів, які несуть негативний вплив на туризм належать: економічні кризові явища; спад промисловості; зростання безробіття; скорочення заробітної плати; нестабільна ситуація з валютою; невідповідна кон'юнктурна ситуація.

Фактори, що роблять найбільш істотний вплив на розвиток рекреації, можна розділити на чотири основні групи:

- соціальні;
- демографічні;
- економічні;

- політичні [25].

Розглянемо їх докладніше.

Демографічні і соціальні фактори. Зміни демографічної структури і соціальної моделі народонаселення в Україні, обумовлені:

- збільшенням числа працюючих жінок;
- зростанням кількості самотніх людей похилого віку;
- появою тенденції до більш пізніх шлюбів;
- швидким ростом числа бездітних сімейних пар у порівнянні з ростом населення;
- збільшенням тривалості оплачуваних відпусток;
- більш раннім виходом на пенсію і усвідомленням туристських можливостей, що збільшується, ведуть до того, що усе більше людей має в розпорядженні вільний час і доходи, які використовуються для подорожей.

Основними причинами поліпшення показників рекреаційної галузі, є зміна способу життя людини, від статичного до динамічного, його прагнення познайомитися з культурою, побутом, історією інших країн і народів [25].

У результаті росту народонаселення планети збільшується світовий туристичний потенціал. У туристичну діяльність задіюються нові людські ресурси, і в той же час збільшується кількість людей подорожуючих. Помітним є зростаючий приплив молоді в туризм, і в зв'язку з цим бурхливий розвиток юнацького туризму.

Економічні фактори. Існує чіткий зв'язок між тенденціями розвитку туризму, рекреації і загальним економічним розвитком. Туристичний ріст дуже чутливий до будь-якої економічної зміни. При рості споживання на 2,5% витрати на туризм зростають на 4% .У випадку, якщо споживання зменшується на 1%, то в туризмі відчувається спад. Але в кожній окремій країні така реакція на економічні зміни виявляється за своїм відхиленням від середнього показника, який також виступає в різних формах [25].

Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, прагнення до використання передового досвіду інших країн у створенні матеріальних і духовних цінностей виявляється в розширенні наукових і ділових контактів. Це приводить до появи таких видів туризму, таких як наукового (конгресового) і ділового туризму.

Політичні фактори. Важливим політичним фактором є внутрішньополітичної стабільності країни, відсутність військових конфліктів і наявність добросусідських відносин між державами. Такий фактор, як наявність міждержавних і міжурядових угод по співробітництву в сфері економіки, торгівлі і культури, також впливають на розвиток рекреації [25].

2.3 Розробка туру «Перлина Миколаївщини»

Формування турів, екскурсійних програм, надання основних, додаткових і супутніх послуг складають технологію туристичного обслуговування, тобто це формування конкретного туристичного продукту для задоволення потреб у туристській послугі.

Тур – це первинна одиниця туристичного продукту, реалізована клієнту як єдине ціле, продукти праці тур оператора на певний маршрут і в конкретний термін.

Розробка туру – це складна багатоступінчата процедура, що вимагає досить високої кваліфікації і є основним елементом технології туристичного обслуговування.

На сьогоднішні туризм став невід'ємною галуззю кожної країни світу, тому що він є одним з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світової економіки, сприяє зміцненню і поширенню економічних, соціальних і культурних зв'язків.

Світова практика демонструє позитивний вплив туризму на більшість секторів економіки, захист природно-рекреаційних багатств, збереженню та розвитку історико-культурної спадщини.

Туризм в Україні розвивається і має великі перспективи. Він суттєво впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання і є одним із найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки. Використання у повному обсязі туристичного потенціалу дасть можливість нашій країні стати однією з провідних країн світу. А це позитивно вплине на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулюватиме ряд важливих галузей економіки, сприятиме зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

Активний туризм в Україні розвивається як невід'ємна складова туристичної галузі і спрямований на зміцнення здоров'я, розвиток фізичних, морально-вольових та інтелектуальних здібностей людини шляхом залучення її до участі у спортивних походах різної складності та змаганнях з техніки спортивного туризму, самодіяльних туристичних подорожах, мандрівних туристичних подорожах активного туризму. Разом з тим, спортивний та активний туризм є невід'ємною складовою вітчизняної туристичної галузі, сприяє розвитку та поширенню активних форм відпочинку, а отже, має ще й рекреаційні, пізнавальні, виховні, економічні та інші функції.

Миколаївська область має невикористані рекреаційні та туристичні ресурси, тому є однією з перспективних для розвитку туризму в Україні. Його потенціал та можливості формують морське побережжя, чисте навколишнє середовище, багато культурна та історична спадщина.

У регіоні налічується 205 санаторно-курортних та оздоровчих закладів, серед яких є санаторії і пансіонати відпочинку. В містах області функціонують поряд 50 готельних установ. Кількість оздоровлених осіб в області щорічно зростає.

В Миколаївській області багато недоторканих природних об'єктів, які змогли б залучати відвідувачів. Позитивний імпульс розвитку туризму може дати проект «Туристичне Приінгулля», маршрут якого «Миколаїв - Мар'ївка - Пелагеївка - Софіївка - Баратівка - Миколаїв». Крім цього проекту в області

існують садиба «Острівець» (Вознесенський район), гостьовий дім - Страусина ферма «Кременівський страус» (Веселинівський район), музейний комплекс козацької слави та воєнної техніки (Южноукраїнськ), поріжки(Вознесенськ), Мигія (Первомайський район) та інші об'єкти. Вірне використання цих місць може сприяти розвитку туризму та залучення іноземних інвестицій.

Також перспективним для області є зелений туризм. Він дає поштовх для відродження й розвитку традиційної культури: народної архітектури, мистецтва, промислів - усього, що складає місцевий колорит. Сільський відпочинок за рахунок збереження етнографічної самобутності репрезентує Україну світові й приваблює іноземних туристів.

Як передумову успішного розвитку відпочинку в сільських етнографічних районах треба розглядати формування ідеології відродження й розвитку всього спектра традиційної культури, починаючи від форм господарських занять до надбань духовної сфери, що діятимуть як сприятливі чинники для індивідуального відпочинку в етнографічних районах України. І тим самим за рахунок зеленого туризму відбуватиметься процвітання економіки.

Тому потрібно розвивати наявні туристичні ресурси області, залучати інвестиції для розвитку об'єктів відвідування та проводити рекламну кампанію як на рівні України, так і на міжнародному ринку туристичних послуг.

В основу туру лягла ідея ознайомлення туристів з Миколаївською областю з найбільш відомими та нещодавно відкритими туристичними атракціями.

Рекреаційно-туристичний потенціал і природно-заповідний фонд Миколаївщини можуть здивувати туристів і відпочивальників. Завдяки унікальному рельєфу та клімату сьогодні тут розвивається понад 15 різних видів туризму.

Окрім відпочинку на піщаних пляжах Чорноморського узбережжя тут можна займатися яхтингом, рафтингом, кайтингом, віндсерфінгом, велосипедними та пішими прогулянками, ходити на екскурсії до парків,

заповідників, знайомитися з неймовірно красивими куточками природи, вдихати цілющі аромати безкрайніх степів, і, при цьому, розширювати свій кругозір і розвивати ерудицію.

Село Мигія Первомайського району, яке розташоване на північному заході області. Його називають столицею «українського рафтингу» та «маленькою Швейцарією» за велику кількість скелястих островів посеред Південного Бугу, річкових порогів, багату флору та фауну і мальовничу природу. До речі, воно потрапило до десятки фіналістів Всеукраїнського конкурсу «Неймовірні села України 2017».

Але Мигія – це не лише мальовниче село, де мешкає трохи більше двох тисяч жителів. Це одне з найвизначніших туристичних місць області і навіть усієї країни. Тут збереглися унікальні природні комплекси та об'єкти, які ваблять туристів не лише з України, а й з-за кордону. На Мигійських порогах проводяться міжнародні змагання з плавання на байдарках та рафтах, адже тутешня байдарочна траса посідає друге місце в Україні за складністю сплаву.

Мигійські пороги є частиною Національного природного парку «Бузький Гард», що займає територію понад 6 тисяч гектарів. Це вузький скелястий каньйон на річці Південний Буг.

Саме через цю особливість він популярний серед любителів екстремальних водних видів спорту – рафтингу, слалому. Для них це одне з найкращих місць відпочинку в Україні. Каньйон є найбільшим у степовій Україні, поділяється на верхній поріг – «Млиновий» і нижній, що отримав назву «Інтеграл» або «Червоні ворота».

У даному випадку тур є груповим – це спільна поїздка декількох осіб (не менше 10 осіб) по єдиному маршруту й на однакових умовах. Кількість чоловік у групі становить 14. Кількість днів – 3. Об'єднання туристів в одну групу обумовлюється спільними інтересами та цілями поїздки, а також порівняно низькими цінами в порівнянні з індивідуальними турами у зв'язку з наданням групових знижок.

Даний тип маршруту є тематичним, тому що тут переважає екскурсійне обслуговування й пізнавальна спрямованість. По сезонності дії тур є сезонний і більше підійде для весняно-літнього періоду.

«Перлина Миколаївщини»

Маршрут тура: Одеса – с. Мигія, Миколаївська область – Одеса.

Транспорт: міні автобус.

Розміщення в готелі: «Маєток», двомісні номери.

Система харчування: Сніданок в готелі; Обід на території комплексу «Маєток».

Перелік послуг: трансфер, екскурсії.

Готельно-ресторанний комплекс «Маєток» розташований на березі річки Південний Буг, однієї з небагатьох річок в Європі, на якій ще збереглись пороги, які формують цілі каскади в старовинному козацькому селі на півночі Миколаївської області – Мигія.

Ресторан: на території готельно-ресторанного комплексу «Маєток» працює однойменний ресторан з відкритою літньою терасою, звідки відкривається вид на природний заповідник та річку Південний Буг.

Програма туру розроблена для туристів, різноманітність екскурсій та розваг робить тур насиченим і привабливим, перевагою туру є поєднання екскурсійного обслуговування та вільного часу туристів. Унікальність туру полягає в його різноманітності та насиченості пропонованих послуг та розваг. Конкурентоспроможність туру досягається за рахунок порівняно невисокої вартості при максимальній насиченості екскурсіями і якісним сервісом.

Програма перебування. Маршрут розрахований на три дні. Група туристів зустрічається на залізничному вокзалі міста Одеси о 08:00, звідки почнеться поїздка. Першою зупинкою у туристів буде сніданок в ресторані «Авто-Гриль Мисливець» поблизу села Старі Маяки в Одеській області.

По прибуттю до міста Мигія туристів заселять в готель «Маєток», який знаходиться на території однойменного готельно-ресторанного комплексу.

Готельно-ресторанний комплекс «Маєток» розташований на березі річки Південний Буг, однієї з небагатьох річок в Європі, на якій ще збереглися пороги, які утворюють цілі каскади в старовинному козацькому селі на півночі Миколаївської області - Мигія. Її називають маленькою Швейцарією в Україні. Вона знаходиться на території заповідника «Гранітно-степове Побужжя», один з переможців конкурсу «Сім природних чудес України».

Територія і природа. Екологія і чистота. Гастрономія і чуттєве задоволення. Відпочинок і обслуговування. Розваги і умиротворення. Цей комплекс зібрав в собі перелік послуг, який без всяких сумнівів здатний задовольнити будь-які смаки та уподобання в кращому відпочинку.

На території готельно-ресторанного комплексу «Маєток» знаходяться 17 комфортабельних номерів, розташованих в двох будівлях: Основна будівля та Вілла. Номери обладнані всім необхідним для комфортного відпочинку: холодильник, кондиціонер, LCD-телевізор з міжнародними каналами, високошвидкісне бездротове з'єднання з Інтернет, затишна ванна кімната, набір рушників, набір дрібниць для гігієни, халат і капці (VIP-номери).

На території готельно-ресторанного комплексу «Маєток» працює однойменний ресторан з відкритою літньою терасою, звідки відкривається вид на природний заповідник і річку Південний Буг. Атмосфера витриманої класики і дикої природи в поєднанні з вишуканими стравами ресторану не залишить туристів байдужими. Шеф-кухар ресторану ретельно підходить до підбору найсвіжіших продуктів і рецептури, додаючи авторську нотку в кожен страву. Хорошим початком дня стануть смачні сніданки, які туристи можуть спробувати з 8:30 до 12 ранку.

Мигія – це справжня гірська країна серед степів. На Мигійських порогах проводяться міжнародні змагання з плавання на байдарках та рафтах, адже байдарочна траса займає 2 місце в Україні по складності спливу.

Мигія стала переможцем міжнародного інтерактивного конкурсу «Дива земель святого Миколая». Конкурс проходив протягом трьох місяців. Завдяки йому було названо 12 чудес Миколаївщини – найпривабливіші куточки

природи, найцінніші історико-культурні пам'ятники. Не слід забувати, що 12 миколаївських чудес – це 12 потенційних туристичних маршрутів.

Символічно, підсумки були оголошені в День Святого Миколая. За результатами конкурсу найбільшим чудом Миколаївщини став регіонально-ландшафтний парк «Гранітно-степове Побужжя».

Далі туристи групою відправляться в Національний природний парк «Бузький Гард» на ознайомчу екскурсію, що має назву «Гранітно-степове Побужжя» (15 грн./чол.).

Створення національного природного парку на базі РЛП «Гранітно-степове Побужжя» розпочалось в 2004 році в рамках впровадження проекту Всесвітнього екологічного фонду – Міжнародного банку реконструкції та розвитку «Збереження біорозмаїття в Азово-Чорноморському коридорі». Протягом 2008-2009 років проект створення національного природного парку пройшов процедуру доопрацювання і повторного погодження. Крім того, назва майбутнього НПП – «Гранітно-степове Побужжя» була визнана робочою, а натомість визначена назва «Бузький Гард». Нині національний природний парк «Бузький Гард» займає територію 6138,13 га і знаходиться в межах Арбузинського, Братського, Вознесенського, Доманівського та Первомайського районів Миколаївської області.

В 2008 році Гранітно-степове Побужжя увійшло до переможців загальнонаціональної акції «7 чудес України». При проведенні аналогічного конкурсу в Миколаївській області на території парку визначені чотири з семи природних чудес Миколаївщини.

На другий день запланована програма перебування в рафтинг-таборі куди туристи прибувають о 11:00. Там вони пробудуть весь день та повернуться до готелю «Маєток» лише наступного дня. Їх очікує розміщення наметовому містечку, інструктаж та навчання основним прийомам греблі, багаторазове проходження порогів на рафтах, байдарках (проходження порогів Компанійського, Запорозького, Інтеграл, Червоні Ворота, оглядова екскурсія

Радонового озера, купання, стрибки зі скель різної висоти, по бажанню бодірафтинг).

Радонове озеро затишно розташувалося поблизу села Мигія, та має рукотворне походження. Свого часу, на місці озера працював кар'єр, де добивали граніт. Згодом всі роботи були призупинені. В результаті, природа внесла свої корективи, заповнивши порожнечу підземними джерелами. Таким чином і виникло Радонове озеро, глибиною в 40 метрів з кришталево чистою і ніжно-блакитний відтінком води.

У озера облаштували чудовий оглядовий майданчик, де можна насолодитися чудовим краєвидом околиці. Для комфортного проведення часу туристів тут встановили затишні альтанки, лавочки, інформаційні стенди, а також паркінг. Кожен охочий може розкласти намет, викупатися в озері, покататися на конях, прогулятися околицею і насолодитися дивовижною природою або зайнятися скелелазінням.

Над самим озером натягнули тролей, є самий швидкісним і високим на території України. Його довжина сягає майже 454 метрів. Подолати дану відстань можна менше ніж за 30 секунд, зі швидкістю 60 км на годину. Вартість – 300 грн. Туристам нудьгувати не доведеться.

Перебування в рафтинг-таборі передбачає в перший день ситний обід (сирний суп, шашлик, соус, салат «Весняний», хліб, узвар) та смачну вечерю (картопля з м'ясом на диску, овочева нарізка, хліб, узвар), і в другий день – сніданок (млинці з сиром, чай або кава).

Вартість туру для однієї людини складає 800 грн.

В неї входить:

- Харчування по програмі туру (Харчування може бути змінено за Вашим бажанням);
- Проходження всіх водних маршрутів в супроводі кваліфікованих інструкторів;
- Прокат плавзасобів (рафти, байдарки, катамарани, весла до них) ;

- Прокат індивідуального сплавного спорядження (рятувальний жилет, каска) ;
- Необхідне за програмою транспортування плавзасобів і груп (УАЗінг) ;
- Проживання в Рафтинг-таборі (Місце в наметі + спальний мішок, килимок, подушка + дозвіл на перебування в НПП "Бузький Гард")
- Оглядова екскурсія Радонового озера;
- Дрова для вечірнього багаття.

В вартість туру не входить:

- Спеціальний одяг і взуття для сплаву (водонепроникні штани, куртка, гідрокостюм, взуття і т.д.);
- Прохолодні і спиртні напої;
- Страхівка на час туру.

Для комфортного відпочинку під час туру туристам потрібно мати:

- Засоби особистої гігієни;
- індивідуальні ліки;
- Засоби від комарів і засмаги;
- 2 комплекти для сплаву;
- Комплект теплих речей на вечір;
- Все те, що туристи вважають за необхідне.

Після повернення з рафтинг-табору туристи матимуть час відпочити, пообідати та підготуватись до виселення та поїздки до Одеси.

Табл. 2.1 План туру «Перлина Миколаївщини»

	Час	Опис
1-й день.	08:00	Зустріч групи на залізничному вокзалі міста Одеси. Виїзд з Одеси.
	09:30	Зупинка на сніданок в ресторані «Авто-Гриль Мисливець» (Старі Маяки, Одеська область).
	12:30	Прибуття до готелю «Маєток». Заселення. Обід. Відпочинок на території готелю.
	14:00	Відвідування Національного Природного парку «Бугзький Гард». Ознайомча екскурсія «Гранітно-степове Побужжя» (15 грн./чол.). Вільний час на території парку.
	18:00	Повернення в готель «Маєток». Вечера. Вільний час. Ночівля.
2-й день.	До 10:00	Сніданок в готелі
	11:00	Прибуття груп, переправа в Рафтинг-табір на Острів, знайомство, розміщення в наметовому містечку, ознайомлення с правилами поведінки в Національному Природному Парку «Бузький Гард».
	12:00	Ситний та смачний обід (сирний суп, шашлик, соус, салат «Весняний», хліб, узвар).
	13:00	Визначення та формування груп, підготовка спорядження до сплаву, інструктаж.
	13:30	Навчання основних прийомів греблі на гладкій воді, багаторазове проходження порогів по маршруту на рафтах, байдарках (проходження порогів Компанійського, Запорозького, Інтеграл, Червоні Ворота, оглядова екскурсія Радонового озера, купання, стрибки зі скель різної висоти, по бажанню бодірафтинг).
	16:30	Вільний час (пляжний волейбол, настільний теніс, слеклайн, прокат саб-борду і т.п.)
	19:00	Довгоочікувана вечеря (картопля з м'ясом на диску, овочева нарізка, хліб, узвар).
	20:30	Вечірня програма. Посиденьки біля вогнища. Відбій в будь-який час, але з урахуванням раннього підйому.

3-й день.	08:00	Підйом.
	09:00	Сніданок (Млинці з сиром, чай або кава).
	09:30	Вільний час на острові (пляжний волейбол, настільний теніс, настільний футбол і т.п.)
	11:30	Повернення до готелю. Обід в готелі. Вільний час.
	14:30	Підготовка до повернення в Одесу. Виселення з готелю.
	15:00	Виїзд до Одеси.

Розрахунок собівартості туру «Перлина Миколаївщини»

1. Розрахунок вартості проживання.

Таблиця 2.2 Вартість мешкання в готелі «Маєток»

Місто	Назва готелю	Вартість двомісного номеру, грн.
с. Мигія, Миколаївська обл..	«Маєток»	600

Усі туристи будуть проживати в двомісних номерах по даному туру вартість мешкання на одного туриста в межах даного туру буде складати:

Таблиця 2.3

Місто, готель	Кількість ночей	Сума з одної особи, грн.
с. Мигія, готель «Маєток»	2	600

2. Розрахунок вартості харчування

По даному маршруту тільки сніданок входить у вартість мешкання, тому інші види харчування оплачуються додатково особисто туристами.

3. Провести розрахунки витрат на проїзд

Для перевезення туристів використовується міні автобус. Вартість оренди 1000 грн. на добу. Вартість оренди трансферу на 3 доби 3000 грн. Розрахунок витрат на транспорт з одної особи: $3000 \text{ грн.} / 14 \text{ осіб} = 215 \text{ грн.}$

4. Визначити витрати на додаткове обслуговування по маршруту

Екскурсійне обслуговування, вхідні квитки в музеї та на майстер-класи, анімаційні програми, відвідування інших заходів – це все відноситься до додаткових туристсько-екскурсійних послуг.

Для розрахунку вартості екскурсійного обслуговування складемо список усіх екскурсій по маршруту «Перлина Миколаївщини» та їх вартості. Витрати на екскурсійне обслуговування зведені у таблицю 2.4.

Таблиця 2.4. Розрахунок витрат на екскурсійне обслуговування

№ п/п	Види екскурсій	Сума з одної особи грн.,
1.	Ознайомча екскурсія «Гранітно-степове Побужжя» на території Національного Природного парку «Бугзький Гард».	15 грн.
2.	Одноденний тур з ночівлею в рафтинг-таборі	800грн
Всього:		815грн.

Всі види витрат по маршруту «Перлина Миколаївщини» зведені в загальну таблицю 2.5.

Таблиця 2.5 – Розрахунок собівартості туру на одного туриста.

№п/п	Стаття витрат	Сума грн.
1.	Проживання (+ сніданок)	600
2.	Транспортне обслуговування	215
3.	Екскурсійне обслуговування + перебування на території рафтинг-табору	815
4.	Страхування	10
5.	Витрати на керівника	50
6.	Оплата комісійних тур агентам (7% від собівартості)	118,30

Всього:	1808,30
---------	---------

Витрати на керівника приймаються умовно. Оплата комісійних тур агентам складає 7% від вартості туру.

Ринкова ціна встановлюється з огляду на дані маркетингових досліджень, розрахунку собівартості продукту, величину постійних витрат фірми за рік, бажаний рівень прибутку на одну послугу і загальний обсяг реалізації тур продукту в плановому періоді або за рік з урахуванням сезонності. В умовах ринкової економіки потужним регулятором цін є сам ринок, де ціна визначається в результаті поєднання попиту і пропозиції. Для спрощення розрахунку ціни розробленого туру використовують метод «витрати + прибуток». Таким чином ціна туру буде визначатися по формулі :

$$C_{од} = C_{од} + П_{дод.од.} \quad (2.1)$$

де $C_{од}$ – установлена підприємством ціна на послугу;

$C_{од}$ – собівартість одиниці продукції, послуги (турпродукту);

$П_{дод.од.}$ – припустимий для даної галузі прибуток, що доводиться на одиницю продукції становить 20%.

$$C_{од} = 1808,30 + 361,66 = 2169,96 \text{ грн.}$$

Згідно з маркетинговими дослідженнями на рік заплановано реалізацію даного туру (табл. 2.6):

З урахуванням особливостей даного туру зимовий період не буде враховуватися.

Таблиця 2.6 Кількість турів, яка планується реалізуватись за рік

Місяці	Кількість реалізованих турів по місяцях
Квітень	4
Травень	5

Червень	5
Липень	4
Серпень	5
Вересень	4
Жовтень	5
Разом	32

Тобто за рік планується здійснити 32 турів по 14 осіб, у цілому за рік таким чином буде продано 448 турів.

$$M_p = P_{\text{дод.од.}} \times N_{\text{тур}} = 361,66 \times 448 = 162023,68 \text{ грн.}$$

Вартість турпродукту для кінцевих споживачів визначається згідно з чинним податковим законодавством України, що передбачає збільшення ціни на ставку ПДВ.

Ставка ПДВ дорівнює 20%. Таким чином вартість турпродукту для споживачів складатиме 2170 грн.

Крім врахованих у собівартості тура прямих витрат, фірма несе й постійні витрати по організації й реалізації даного й інших турів. Сума постійних витрат на даний тур складатиме 200 грн.

Знаючи величину річного маржинального доходу (M_p) і суму постійних витрат за рік ($V_{\text{пост}}$), визначають річний валовий прибуток ($\Pi_{\text{вал}}$), одержуваний фірмою по даному турпродукту:

$$\Pi_{\text{вал}} = M_p - V_{\text{пост}} = 162023,68 - 200 \times 7 = 160623,68 \text{ грн.}$$

Для визначення чистого прибутку необхідно відняти із валового прибутку податок на прибуток, що в Україні станом на 27.12.2019 р. становить 18%.

$$\Pi_{\text{ч}} = 160623,68 - 18\% = 132859,42 \text{ грн.}$$

Оцінити економічну ефективність нового продукту можна за допомогою показників рентабельності й прибутковості продукції.

Показник прибутковості розраховується по формулі :

$$P_{\text{пр}} = \frac{P_{\text{вал}}}{S_{\text{пр}}} \times 100\% \quad (2.2)$$

де $P_{\text{пр}}$ – прибутковість нового продукту, послуги;

$P_{\text{вал}}$ – валовий прибуток компанії, одержуваний від продажів нового продукту, послуги, дол. або грн;

$S_{\text{пр}}$ – сума продажів нового продукту, послуги дол. або грн.

$$P_{\text{пр}} = 160623,68 / 972142,08 * 100\% = 16,52\%$$

Коефіцієнт рентабельності розраховується по формулі:

$$R_{\text{пр}} = \frac{P_{\text{чист}}}{S_{\text{пр}}} \times 100\% \quad (2.3)$$

де $R_{\text{пр}}$ – коефіцієнт рентабельності нового продукту, послуги за методиками компаній США, %

$P_{\text{чист}}$ – чистий прибуток компанії, одержуваний від продажу нового продукту, послуги, грн.

$$R_{\text{пр}} = 132859,42 / 972142,08 * 100\% = 13,66\%$$

Тобто відповідно до маркетингу даного турпродукту, туроператор встановлює норму рентабельності (%) і чим вона вища, тим більша сума прибутку. Норма рентабельності коливається в широких межах (від 5% до 100 і

більше) і залежить від кон'юнктури попиту та стану конкурентного середовища на ринку даного цільового сегмента.

Рентабельність використовують для оцінки діяльності підприємства і як інструмент в інвестиційній політиці та ціноутворенні. Він показує, скільки підприємство має прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції. В такому випадку підприємство має 13,66% прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції. А коефіцієнт прибутковості – характеризує досягнутий керівництвом підприємства рівень віддачі на вкладені кошти. Він становить 16,52%.

Таким чином, рентабельність розробленого туру складає 13,66%, що є позитивною і перспективною тенденцією при впровадженні розробленого туру «Перлина Миколаївщини».

3 ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ГАЛУЗІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Аналізуючи перспективи розвитку рекреаційно-туристичної індустрії в Україні, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені [26].

Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довкілля [27].

Нарощування темпів та підвищення ефективності роботи підприємств сфери туризму, становлення туристичної галузі як однієї з провідних галузей вітчизняної економіки стримується невирішеністю низки питань, розв'язання яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади.

Для стимулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу необхідно поєднати державні й регіональні дії щодо подолання існуючих проблем і підвищення ефективності його використання.

Напрямами вирішення проблем і підвищення ефективності використання туристично-рекреаційного комплексу є такі:

1. Органи регіональної влади всіх рівнів серед базових пріоритетів соціально-економічного розвитку мають офіційно визнати розвиток туристично-рекреаційного комплексу, унормувати це положення при доопрацюванні чинних стратегій соціально-економічного розвитку регіонів України. Держава має реальний наявний ресурсний потенціал для розвитку та позиціонування (зокрема, на світових ринках туристичних послуг) за напрямками оздоровчий, промисловий, діловий туризм, етнотуризм, паломництво та інші.

Як приклад етнотуризму слід розглядати етнографічні музеї, історико-культурні пам'ятки, організацію щорічних фольклорних свят та фестивалів. Етнотуризм є основним способом пізнання Батьківщини, ознайомлення з її побутом, культурою, гастрономічним різноманіттям та традиціями. Найвідомішими міжнародними фестивалями на Україні є: «Поліське літо з фольклором» (проводиться щорічно з 1994р. в м. Луцьк); «Калинове літо на Дніпрі» (щорічно з 2000р. в м. Горішні Плавні на Полтавщині); «Етновир» (щорічно з 2008р. в м. Львів).

Щодо оздоровчого туризму, Україна теж не пасе задніх та має колосальний потенціал в цій сфері. Кожна область нашої країни може похвалитись наявністю оздоровчих ресурсів. Найбільш популярними в цьому секторі туризму є : Закарпатська (мінеральні води); Львівська (мінеральні води); Івано-Франківська (лікувальні грязі); Одеська, Миколаївська та Херсонська (приморські регіони, лікувальні грязі та лимани).

2. З огляду на необхідність стимулювання розвитку сільських (периферійних) територій, потребує розвитку «зелений» туризм, що тісно пов'язано з удосконаленням інфраструктури цього виду туризму (у т. ч. готельного бізнесу, сфери громадського харчування, дорожнього будівництва тощо). «Зелений» туризм дає змогу створити нові робочі місця, відіграє роль інструмента підтримки сільських територій, частково вирішує проблеми сезонної зайнятості в сільській місцевості.

Західний регіон України займає провідне місце в розвитку «зеленого» туризму. Відпочинок в сільських територіях з елементами «зеленого» туризму можна зустріти в містах Яремча, Верховина, Косів, Рахів та інших. В Чернівецькій області на Буковині розташовані 75 сільських садиб, які орієнтовані на екологічний туризм. В Київській області в с. Кодаки еко-садиба «Villa Gogol» позиціонує себе як місце для «зеленого» туризму. Там же, в Київській області, в с. Бузова є етнографічний комплекс «Українське село». В Любашівському районі Одеської області знаходяться осередки сільського «зеленого» туризму садибного типу на березі річки Кодима. Також в Одеській області існує міні-готель «Куба-Далеко» розташований на фермі по виробництву бринзи в с. Приморське, Кілійського району. Окрім цього звідти влаштовуються екскурсії до м. Вилкове, на «0 км» та дельту Дунаю, пропонуються послуги фотополювання та рибальництва.

3. Розвиток туристично-рекреаційного комплексу на регіональному рівні потребує відповідного рівня та якості готельного бізнесу, транспортної інфраструктури та розвитку сфери обслуговування в цілому.

В березні 2011р. в готелі Radisson Blu в Києві пройшла презентація міжнародної програми екологічної сертифікації готелів та курортів Green Key («Зелений Ключ»). Оцінка екологічної діяльності готелю базується на 12 критеріях, розроблених міжнародним комітетом і включає в себе екологічний менеджмент організації, моніторинг використання води та енергії, поводження з відходами, освітню роботу серед персоналу та з гостями, співпраця з спільнотою, в якому знаходиться організація. Сьогодні у програмі бере участь понад 2500 закладів у 53 країнах. В Україні програма працює майже 10 років. Серед українських закладів, що отримали цю відзнаку готелі таких міст як Київ, Львів, Миколаїв, Запоріжжя, Дніпро, Харків, Закарпатська область.

4. Для ефективного використання наявних на місцевому (регіональному) рівні рекреаційних ресурсів доцільно задіяти потенціал міжрегіонального співробітництва (це одночасно сприятиме залученню інвестиційних ресурсів у сферу рекреації й туризму).

5. Стимулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу потребує механізмів державно-приватного партнерства (у т. ч. використання потенціалу концесії, оренди, угод про розподіл продукції, створення спільних товариств тощо), має реальні важелі щодо залучення приватних інвестицій в означені сфери регіональної економіки; підвищить рівень соціальної відповідальності бізнесу, створить інституційні гарантії з боку держави щодо безпеки довгострокового приватного інвестування у сферу послуг.

6. На регіональному та загальнодержавному рівнях необхідно організувати інформаційні центри, що займатимуться пропагандою туристично-рекреаційних послуг в Україні, запропонують інформаційну допомогу туристам і рекреантам, наприклад, у поширенні туристичних (рекреаційних) карт і путівників на іноземних мовах. На регіональному рівні доцільно налагодити тісне співробітництво місцевої влади з приватним сектором, а також з регіональними туристичними організаціями та рекреаційними закладами щодо спільного впровадження заходів, необхідних для здійснення ефективного маркетингу, позиціонування туристично-рекреаційних послуг регіону на внутрішньому й світовому ринках. Слід максимально використати потенціал Інтернет-реклами, збільшити асигнування на соціальну рекламу туристично-рекреаційних об'єктів у регіонах України.

Таким чином, для вирішення системних проблем розвитку природного туристично-рекреаційного комплексу на загальнонаціональному рівні необхідно:

- 1) удосконалити нормативно-правову базу розвитку туристичної сфери в Україні, у т. ч. ініціювати внесення змін до Закону України «Про туризм», унормувавши визначення промислового, ділового, «зеленого» та інших видів туризму; чітко визначити зміст й особливості організації передбачених різновидів туризму;
- 2) ініціювати внесення змін до Податкового кодексу України з метою сприяння діяльності підприємців у галузі туризму, покращення оподаткування туристичних послуг, зокрема: введення

диференційованих ставок ПДВ на пріоритетні для регіонів види туристичних послуг; звільнення інвестиційних проектів із розбудови туристичної інфраструктури від сплати місцевих зборів;

- 3) розробити методику та налагодити регулярний моніторинг й оперативно-статистичну звітність у сфері аналізу ринку туристичних та рекреаційних послуг на регіональному й загальнодержавному рівні; створити чітку систему вимірювання економічних показників діяльності туристичної галузі для визначення ефективності її роботи в межах регіону і держави в цілому;
- 4) оновити механізми державної підтримки в рамках Стратегії розвитку туризму та курортів України до 2026 року з чітким визначенням пріоритетних напрямів піднесення туристичної та рекреаційної сфер, удосконалення туристично-рекреаційної інфраструктури на регіональному та загальнодержавному рівні;
- 5) створити загальноукраїнський інформаційний сайт, на якому представляти повну інформацію про рекреаційний і туристичний потенціал регіонів держави, задіяти рекламно-інформаційну діяльність для формування іміджу України туристичної.

Для вирішення локальних проблем розвитку туристично-рекреаційного комплексу на регіональному рівні доцільно:

- 1) передбачити розробку Стратегії розвитку туристично-рекреаційної сфери з визначенням пріоритетних напрямів кожної області України, заходів маркетингу і реклами туристичної галузі;
- 2) сприяти задіянню потенціалу державно-приватного партнерства, міжрегіонального і транскордонного співробітництва у процесі стимулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу на регіональному рівні;
- 3) розробити туристично-інвестиційні карти територій з наведенням розрахунків щодо можливостей реалізації інвестиційних проектів у сфері модернізації інфраструктури туристичного бізнесу.

У свою чергу, реалізація цих заходів дасть змогу:

- стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу, підвищити самозайнятість населення;
- зменшити рівень безробіття в Україні;
- системно задіяти наявний у регіоні туристичний та рекреаційний потенціал для реалізації прогресивних структурних зрушень на рівні регіональної економіки;
- стимулювати інвестиційну активність у регіоні (залучити внутрішні та зовнішні інвестиції);
- сприяти розвитку міжрегіонального співробітництва (як у сфері залучення інвестиційних ресурсів, так і розвитку спільних міжрегіональних рекреаційно-туристичних маршрутів, спільної промоції регіонального потенціалу на зовнішніх ринках);
- пом'якшити еколого-економічні проблеми регіонів, сприяти становленню «зеленої» економіки (у т. ч. шляхом поступового збільшення використання альтернативної енергетики, запровадження систем енергозаощадження та ефективного енергоспоживання).

ВИСНОВКИ

Україна займає одне з провідних місць в Європі за забезпеченістю рекреаційно-туристичними ресурсами, має розвинуту мережу курортних закладів, та, при цьому, природний потенціал її рекреаційно-туристичних територій використовується лише на 50% від реальних можливостей.

Перспективи розвитку рекреації та туризму в Україні обумовлюються дією широкого спектра природних, історико-культурних, соціальних, економічних та політичних факторів, які мають чітко виражену регіональну специфіку.

Загальна необхідність пріоритетного розвитку в сучасних умовах сфери послуг пов'язана з підвищенням значення стабілізуючого фактору вирівнювання платіжного балансу держави та важливою умовою для економічної безпеки. Крім цього, особливості сучасної ситуації полягають у тому, що формування високорозвиненої національної індустрії рекреації та туризму та її інтеграція в світовий ринок туристично-рекреаційних послуг пов'язані з необхідністю розв'язання гострих соціально-економічних проблем. Зокрема, при плануванні подальшого розвитку рекреаційного комплексу, в основу повинна бути покладена ідея природно-історично-етнографічної рекреації, що базується на найбільш раціональному використанні територіального поєднання природних умов, ресурсів та історичних, архітектурних пам'яток краю.

Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довкілля.

Необхідність пошуку раціональних шляхів активізації використання рекреаційно-туристичного потенціалу диктується перспективами економічних результатів та соціальних наслідків розвитку цього сектору національної економіки, який може і має стати реальним засобом її оздоровлення, відновлення культурного, духовного та трудового потенціалу народу України.

Виконання перерахованих заходів і безумовне врахування існуючих перспектив розвитку рекреаційно-туристичної сфери України є необхідною умовою переходу на принципи сталого рекреаційно-туристичного природокористування, а як слідство, приведе до модернізації наявного рекреаційного й туристичного потенціалу України, динамічного розвитку рекреаційно-туристичної сфери, забезпечення її сталої конкурентоспроможності серед стратегічно пріоритетних секторів національної економіки й, у цілому, у міжнародному вимірі.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Івашина Л. П. Розвиток можливостей туристично-рекреаційних послуг на регіональному рівні / Л. П. Івашина. // Державне будівництво. - 2009. - №1
2. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г.І. Михайличенко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.
3. Закон України «Про туризм» від 8 листопада 2003 року №1282-IV
4. Організація рекреаційних послуг: навч. посібник / В. В. Величко; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х.: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. – 202 с.
5. Л.П. Шматько. Туризм і готельне господарство: Навчальний посібник. 2-е изд-е. М: ІКЦ «МарТ»; Ростов н / Д: Видавничий центр «МарТ». - 352 с., 2005
6. Кузик С.П. Географія туризму: навчальний посібник / С.П. Кузик. – К. : Знання, 2011. – 271 с.
7. Henryk F. Handszuh. Prognosis of tourist development // Symposium on Tourism Services. - Geneva, 2001. - P.12-14.
8. Шамара І. М. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Випуск 8, 2018.
9. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 176 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер Ком, 1999. - 896 с.
11. Серебренников И.В. Маркетинг услуг санаторно-курортного комплекса на рынке туристических продуктов в России // Тезисы научно-практической конференции “Интеграция экономики в систему мирохозяйственных

- связей”. - СПб.: Санкт-петербургский государственный технический университет, 1998. - С.13-18.
- 12.Ліманський А., Ружковський Я. Міжнародний туризм в епоху глобалізації // Журнал європейської економіки. - 2005. - Т.4 (№3). - С.295-305.
- 13.Нудельман М.С. социально-экономические проблемы рекреационного природопользования / М.С. Нудельман. – К.: Наукова думка. 1987.
- 14.Евстигнеев Л.П. Формирование потребностей в развитом социалистическом обществе. - М.: Мысль, 1975. - 254 с.
- 15.Левин А.И., Яркин А.П. Экономика потребления: Вопр. теории, упр., прогнозирования. - М.: Наука, 1984. - 315 с.
- 16.Шевченко Г. М. Організаційно-економічний механізм формування та використання природно-рекреаційного потенціалу території: дис. канд. економ. наук: 08.00.06 – економіка природокористування та охорони навколишнього середовища// Сумський державний університет, 2008р.
- 17.Шабардіна Ю.В. Раціональність використання потенціалу природно-рекреаційних ресурсів та їх вплив на економіку регіону / Ю.В. Шабардіна // Вісник Чернігівського державного технологічного університету: зб. – Чернігів: ЧДТУ, 2010. – № 44. – С.210 – 216. – (Серія „Економічні науки”).
- 18.Ліманський А., Ружковський Я. Міжнародний туризм в епоху глобалізації // Журнал європейської економіки. - 2005. - Т.4 (№3). - С.295-305.
- 19.Ліманський А., Ружковський Я. Міжнародний туризм в епоху глобалізації // Журнал європейської економіки. - 2005. - Т.4 (№3). - С.295-305.
- 20.Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса. - Одесса, 1996. - 217 с.
- 21.Нориганова О.А. Методология оценки туристической услуги, как рыночной категории // Культура народов Причерноморья. - 2002. - №36. - С.37-42.
- 22.Величко В.В. Організація рекреаційних послуг / Навчальний посібник
- 23.Лихоманова О.В. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в Україні // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - №6(36). - С.149-155.

24. Мельник П.В., Старостенко Г.Г. Напрями удосконалення оподаткування туристично-рекреаційної діяльності // Формування ринкових відносин в Україні. 2010. №1. с. 102-109.
25. Сіренко К.В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки. Актуальні проблеми економіки: Наук. економічний журнал. 2010. №12. с. 70-74.
26. Світова економіка: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / [А. С. Філіпенко, О. І. Рогач, О. І. Шнирков, О. О. Веклич та ін.]. – К. : Либідь, 2001. – 582 с.
27. Малик Л.О. Економіка і організація формування маркетингової індустрії в Україні. Монографія. //Л. Малик. – Дрогобич, Коло, 2011. – 394 с
28. Сайт Державної служби статистики України: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.