

надмірну конкуренцію. Вона загострюється за рахунок присутності на ринку турфірм з інших країн, зокрема Росії, Білорусі, Туреччини, Єгипту, Чехії.

Проблема номер два для туристичної галузі – інфраструктура. У нашій країні майже не зводиться нових готелів, темпи їх будівництва вельми незначні через малу інвестиційну привабливість багатьох потенційних і реальних туристичних проектів, тоді як на зарубіжних ринках вкладення засобів в туристичну галузь вигідне і має довгострокову перспективу. Не просунулася Україна і в рішенні проблеми сервісу. Готелів, що мають етичну кількість «зірочок», як і раніше небагато, а деякі регіони таких об'єктів не мають взагалі; стан більшості об'єктів готельного сервісу залишається на далекому від світових стандартів рівні. Загальний рівень завантаження готелів в цілому по країні складає 30%.

В умовах розвитку української держави туризм стає діючим засобом формування ринкового механізму господарювання, надходження значних коштів до державного бюджету, однієї з форм раціонального використання вільного часу, проведення дозвілля, залучення широких прошарків населення до вивчення історико-культурного спадку. Сфера туризму підтримує майже 40 суміжних областей і створює додаткові робочі місця. Вже сьогодні на долю туризму доводиться 19,6% зовнішньоторговельного обороту України і 8% ВВП [4]. Обсяг туристичних послуг, що надаються суб'єктами туристичної діяльності, в 2007 році виріс на 44% і склав 5,5 млрд. гривень. Всього турпідприємствами було обслуговано 2,9 млн. туристів і 2,4 млн. екскурсантів. В цілому можна констатувати той факт, що Україна останніми роками перетворюється з постачальника туристів для зарубіжних країн в країну в'їзного і внутрішнього туризму.

Формування національного туристичного продукту повинне спиратися на об'єктивні передумови розвитку, наявні туристсько-рекреаційні ресурси, використання класичного поєднання природних і культурно-історичних ресурсів, етнорелігійну самобутність регіонів країни. Важливим, на нашу думку, є сприяння розвитку туризму і його інфраструктури на основі врахування регіональних особливостей України. Пріоритетними напрямками для урізноманітнення туристичних пропозицій України на міжнародному ринку є розвиток культурно-пізнавального, екскурсійного, релігійного, екологічного, спортивного, а також сільського туризму.

Джерела та література

1. Довідка про динаміку туристичних потоків в Україні, 2007 рік// *Новости турбізнесу*. – 2008. – №3–4. – С.6–7.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2005. – 436 с.
3. www.tourism.gov.ua.
4. www.ukrstat.gov.ua.

Шмагельська М.О.

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Вигідне геополітичне положення, значний рекреаційний потенціал, сприятливі кліматичні умови створюють можливість розвитку багатьох видів внутрішнього туризму. Особливістю сучасної ситуації щодо розвитку сільського зеленого туризму є вплив на нього соціально-економічних, демографічних, історико-політичних факторів, необхідність вирішення гострих соціально-економічних проблем в період трансформації суспільно-економічних відносин.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Поняття сільський зелений туризм, агротуризм, фермерський туризм розкриті у наукових публікаціях та літературних джерелах і виділяються як підвиди екологічного туризму, пов'язаного з пошуком екологічно чистих зон та їх збереженням [1, 4]. Деякі автори розрізняють всі перераховані вище поняття, як окремі види туризму, що відрізняються основними цілями використання вільного часу [2]. Організацію та розвиток сільського зеленого туризму у світі та Україні висвітлено в публікаціях як вітчизняних так і зарубіжних вчених [1–3,5]. В Україні з новітніми досягненнями у сфері сільського зеленого туризму знайомить журнал “Туризм сільський зелений”. З 2003 року Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні щорічно проводиться всеукраїнська виставка-ярмарок сільського туризму “Українське село запрошує” на якій можна побачити рівень розвитку агротуристичних послуг в Україні, Польщі та інших країнах. Створюються нормативно-правові, економічні та екологічні передумови для сталого розвитку сільського зеленого туризму в країні.

Мета дослідження. Через свої функції туризм активно впливає на життєдіяльність суспільства і в той же час залежить від нього, стану розвитку його продуктивних сил і виробничих відносин, об'єктивних умов. Мета дослідження – характеристика факторів, що визначають розвиток в Україні сільського зеленого туризму.

Основні результати досліджень. Сільський туризм або агротуризм останнім часом набуває поширення і продовжує активно розвиватися на Україні. Доповнення визначення “сільський туризм” означенням “зелений” підкреслює його екологічну орієнтацію. В розвинених країнах світу такий вид відпочинку користується попитом не лише у людей середнього достатку, а й у заможної частини населення [4]. Агротуризм дає можливість міським жителям відпочити в сільській місцевості на природі, позбутися стресів, відвідати місцеві пам'ятки, ознайомитися з побутом сучасних сільських мешканців та народними традиціями, які вони зберігають. Цей вид туризму, сприяючи розвитку малого бізнесу, дає можливість

міським мешканцям активно відпочивати в приватних сільських господарствах, а сільським господарям поліпшити своє фінансове становище.

Головна мета сільського туризму – це новий агротуристичний продукт – сукупність послуг з організації перевезення, розміщення, харчування туристів, який би виходив за рамки традиційного уявлення про туристичну пропозицію України, і, неодмінно, враховував би природну, історико-культурну специфіку регіонів та гостинність сільського населення.

Сільський туризм є важливим соціально-економічним явищем сучасності. Головну роль у його розвитку відіграють природно-географічні, історико-політичні, соціально-економічні та демографічні фактори. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні відбувається досить спонтанно. Він тісно пов'язаний з розвитком суспільства та підпорядковується його об'єктивним законам. На 1 січня 2009 року, за даними статистики членів Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, діє 950 садіб та 19 обласних відділень, які ведуть облік сільських господарів, що готові приймати відпочиваючих, проводять інформаційну та освітньо-правову роботу, допомагають у просуванні турпродукту сільських господарів на туристський ринок.

Умовно фактори розвитку сільського зеленого туризму можна поділити на зовнішні та внутрішні. До *зовнішніх факторів* розвитку туризму можна віднести географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний розподіл праці, рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнах, співвідношення валют тощо. Такі демографічні фактори, як зростання населення, його нерівномірна щільність і концентрація у великих містах (урбанізація) призводять до збільшення туристичного потенціалу, намагання опинитись у менш людних місцях. Велику роль відіграють такі фактори, як близькість до транзитних шляхів і країн, які поставляють туристів, віддаленість від "гарячих" точок планети. На формування світових туристичних потоків активно впливає співвідношення рівнів соціально-економічного розвитку різних країн.

Визначальними є *внутрішні фактори* розвитку сільського зеленого туризму. Природно-географічні особливості й кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання; економічна ситуація в країні; внутрішня політика країни, політична стабільність; суспільний лад, рівень розвитку продуктивних сил, структура і рівень добробуту населення є вирішальним серед факторів розвитку сільського туризму.

З точки зору впливу на туристичну діяльність усі фактори поділяються на *фактори залучення*, що спонукають до подорожі чи відпочинку та *фактори розподілу*, або *диференціації попиту*, що впливають на вибір місця подорожі чи відпочинку [4]. Сільський туризм – вид туризму, який відбувається у сільській місцевості і використовує його цінності: сільський спосіб життя, природне середовище, місцева культура, традиційна архітектура, участь у місцевих культурних подіях. Тому до факторів розвитку сільського зеленого туризму можна віднести:

- безперечну чарівність сільської території та її цінностей для мешканців міст, для яких село – це втеча від натовпу та промисловості;
- появу моди на відпочинок у натуральному середовищі;
- розвиток транспорту, що дає можливість швидкого та легкого доступу туристів у віддалені території з чистим середовищем;
- більшу доступність цього виду відпочинку для осіб з невеликими доходами;
- традиції сільської гостинності, декоративні елементи, місцева кухня з типовими, сільськими стравами, запахами та смаками.

В сучасних умовах сільський туризм є одним з найбільш перспективних і ефективних напрямків сталого розвитку українського села. Бар'єром у розвитку агротуризму є недостатня сформованість комплексу агротуристичних послуг, не завжди якісний агротуристичний продукт, слабкорозвинуті елементи туристичної інфраструктури.

Сільський туризм є специфічною частиною економічної діяльності на будь-якій території завдяки сильному впливу громадської сфери і конкурентному тиску споживачів. До *негативних факторів* розвитку сільського зеленого туризму належать: відсутність поєднання нового житлового будівництва з традиційною архітектурою; недостатній рівень знань серед сільського населення, недовіра та відсутність бажання мешканців села приймати туристів – суспільний бар'єр; низький рівень розвитку побутових умов. Суттєвими недоліками сільського туризму є: невизначеність ринкової ситуації; сезонна нестабільність попиту на турпослуги; висока конкурентність на регіональному ринку турпослуг із закладами інших організаційних форм масової рекреації; обмеженість фінансових ресурсів; мінливість попиту (запитів) споживачів турпослуг; соціально-економічна ситуація в країні тощо.

Висновки. В Україні агротуризм поступово набуває значення важливого соціально-економічного чинника, що активно проявляє свої функції. Він створює робочі місця у сільській місцевості, сприяє використанню туристичних ресурсів, збільшує можливості відпочинку для малозабезпечених верств населення. З точки зору механізму впливу на розвиток сільського зеленого туризму можна визначити фактори об'єктивні, що вже сформовані історичним розвитком суспільства, і такі, що цілеспрямовано регулюють саме туристичну діяльність. Якщо враховувати всі фактори – сільський зелений туризм має значні можливості для розвитку, а полем його реалізації є сільська місцевість та довкілля, що її оточує.

Джерела та література:

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник / М.Б. Биржаков. – Изд 8-е. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2006. – 512 с.
2. Рутинський М.Й. Сільський туризм: Навч. посіб. / М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. – К., Знання, 2006. – 271с.
3. Саух І. Проблеми та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні / І.Саух, І. Першко // Красзнавство. Географія. Туризм. – 2009. – №12. – С. 3–5.
4. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підр. / Т.Г. Сокол. – К.: Грамота, 2006. – 264с.
5. Butler R.W. Tourism and Recreation in Rural Areas. N.–y.: John Wiley & Sons, Inc. 1998. – 261p.

Соловьев А.А.**УДК 338.482(477.75)****ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОДНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ В КРЫМУ**

Индустрия круизов вошла в полную силу на мировом туристском рынке в начале 70-х годов XX века и продолжает развиваться в настоящее время. Однако, это одно из наиболее привлекательных туристических направлений, Крым затронуло лишь слегка, не смотря на те ресурсы, которые имеет полуостров и прилегающую к нему береговую линию, да и географическое и, соответственно, историческое положение тоже.

В настоящее время строятся круизные лайнеры–гиганты, превышающие 300–350 метров в длину и 50–60 метров в ширину и в высоту (например, круизный лайнер «Independence of the Seas», 2008 г., 339 м – длина, 56 м – высота, 15 палуб). Специально для таких «громадин» оборудуется портовое хозяйство, развиваются разнообразные морские туристические продукты, удовлетворяющие потребности любого туриста.

Но для Крыма, на сегодняшний день, вопрос о развитии водных путешествий является **актуальным** и открытым, потому как их влияние на экономике региона практически не отражается. Есть проблемы, есть недоработки, а, следовательно, есть, над чем работать и к чему стремиться. Поэтому в данной статье поставлена **цель** – обозначить основные направления развития водных путешествий в Крыму.

Достижение данной цели может быть осуществлено посредством постановки следующих **задач**:

1. рассмотреть особенности развития круизных путешествий на мировом рынке туристических услуг;
2. определить современное состояние водных путешествий в Черноморско–Азовском бассейне и в Крыму;
3. сделать предложения по внедрению новых для Крыма видов водных путешествий;

В круизной индустрии после спада, вызванного трагическими событиями 11 сентября 2001 года, начался период «выздоровления» примерно с конца 2003 года. А в 2004 и 2005 годах можно было говорить уже и о буме круизных перевозок.

Хорошими были и экономические показатели индустрии в 2006 году, однако в 2007 и 2008 годах рынок начал испытывать существенные трудности в связи с возросшими ценами на топливо и вызванными финансовым кризисом кредитными ограничениями.

Как и следовало ожидать, наибольшим в 2007 году был спрос на круизы в Северной Америке, где путешествие на борту лайнера совершили 10640 тыс. пассажиров, или на 3 % больше, чем годом ранее. На втором месте оказались жители Великобритании: 1336 тыс. пассажиров и плюс 11 % соответственно. Среди жителей Европы и остального мира спрос на круизы также вырос. В континентальной Европе путешествие совершили 2592 тыс. человек, или на 18 % больше, чем в 2006 году. Наибольший интерес к морским путешествиям проявили жители Скандинавии, где количество проданных круизов увеличилось за названный период на 52 %.

Количество проданных в 2007 году круизов (по регионам) было следующим:

- Северная Америка – 10640000 пассажиров, (+3 %);
- Великобритания – 1336000 пассажиров, (+11 %);
- Континентальная Европа – 2592000 пассажиров, (+18 %);
- Германия – 763000 пассажиров, (+8 %);
- Италия – 636000 пассажиров, (+16 %);
- Испания – 441000 пассажиров, (+11 %);
- Франция – 272000 пассажиров, (+12 %);
- Скандинавия – 94000 пассажиров, (+52 %)
- Весь остальной мир – 1369000 пассажиров, (+6 %).

Таким образом, всего в мире круизные путешествия совершили в 2007 году 15 млн 937 тыс. человек.

Как отметил президент компании MSC Cruises **Рик Сассо**, несмотря на все прежние кризисные явления, круизная индустрия стабильно росла последние десятилетия. По его словам, в нынешнем 2009 году ожидается 13,5 млн круизных пассажиров по всему миру, по сравнению с 13,01 млн в 2008 году, то есть на 3,8% больше.

По существующим прогнозам, за 10 лет, с 2007 по 2017 годы, количество круизных пассажиров вырастет до 22,54 млн, из которых 14,87 млн – жители Северной Америки, 5,50 млн – европейцы. В целом перспектива кажется позитивной.