

Попит на готельний продукт нестійкий і легко змінюється залежно від багатьох позаекономічних факторів, наприклад, моди, суб'єктивних факторів, особистих пропозицій, реклами, настрою під час вибору напрямку подорожі та ін.

Узагальнюючи вище викладене, можна сказати, що готельний продукт є сукупністю споживчої вартості з рекреаційним ефектом, що виражається у конкретних готельних і курортних продуктах, які зроблені й наявні в даний період для споживання певним природним і суспільним середовищем. Усі наведені особливості готельного продукту та його економічної суті створюють уявлення про особливості діяльності в готелі та рекреації.

1. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О. В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2017. – Вип. 1(2). – С. 331–338.

2. Мацеха Д. С. Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / Д. С. Мацеха, С. А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 5. – Т. 2. – 43–47.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ**

*Пасько Г.М.*

*Науковий керівник – Влащенко Н.М., канд. екон. наук, доцент*

Ринок послуг в Україні має велике значення для національної економіки. І сьогодні туристичний бізнес розглядається як найбільш перспективний напрям розвитку цього ринку. Україна посідає одне з помітних місць у світі щодо наявності унікальних туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів. Потенційний турист під час вибору тієї чи іншої країни для поїздки бере до уваги такі чинники, як політична та економічна стабільність, ціни, рівень сервісного обслуговування, наявність туристично-рекреаційного потенціалу, характер транспортних зв'язків, реклама, географічні, природні, кліматичні, культурні й релігійні характеристики території. За оцінками експертів, основними мотивами для туристичних мандрівок в Україну є її культура, можливість оздоровлення, красоти природи, спорт і відпочинок. Отже, ці чинники є найбільш вагомими складовими туристичного продукту нашої країни, які потребують особливої уваги з боку фахівців туристичного бізнесу.

Країна, маючи вигідне геополітичне розташування, має значний туристсько-рекреаційний потенціал – сприятливі кліматичними умови, рівнинний та гірський ландшафти, багату флору і фауну, розвинуту мережу транспортного сполучення, велику кількість історичних

пам'яток культури й архітектури. На її державному обліку перебуває понад 130 тис. пам'яток. Функціонує 61 історико-культурний заповідник [1, с. 65].

Туризм як вид діяльності розвивається під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, властивих лише туристичній індустрії, і характеризується динамічністю туристичних послуг. Він являє собою тимчасове переміщення людей (туристів) з місць постійного проживання в місця відпочинку (або місця туристичного призначення).

Автори енциклопедичного словника-довідника термін «фактор» (чинник) у туризмі трактують так: момент, суттєва обставина туристської практики. Розрізняють чинники зовнішні та внутрішні. Зовнішні (екзогенні) чинники впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку; змін політичного та правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури і безпеки подорожей. Внутрішні (ендогенні) чинники – це, насамперед, чинники ринку: процеси попиту, пропозиції і розповсюдження; сегментація ринку; простір, в якому розвивається туристський продукт; власне маркетинг; туристський приватний сектор і людський чинник. Особливості сучасних чинників: попит стає постійним запитом, а не привілеями; більше уваги приділяється індивідуальному туризму; зростає частка канікул, особливо в закордонних відвідуваннях [2, с.137].

Можна виділити наступні чинники, які розвивають туризм і формують спрямованість туристичних потоків, це:

- демографічні та соціальні зміни;
- економічна та фінансові зміни;
- стан транспортної інфраструктури і сфери інформаційного забезпечення;
- безпека подорожі тощо.

Демографічні і соціальні зміни проявляються в тому, що все більше людей намагаються виділити гроші й час на подорож. До цих змін можна віднести: вік населення, збільшення кількості працюючих жінок; тенденція до більш пізнього шлюбу; зростання частки самотніх людей; збільшення сімейного доходу; збільшення оплачувальних відпусток; зростання усвідомлення можливостей туризму; зменшення імміграційних обмежень.

Економічні та фінансові зміни. Туризм відчуває, на якій стадії розвитку чи спаду знаходиться економіка. Зміни валютних курсів, фінансова нестабільність також впливають на туристичну активність.

Стан транспортної інфраструктури і сфери інформаційного забезпечення. Використання більш сучасних видів транспорту, засобів

інформаційного забезпечення, а також формування турів через комп'ютер спрощують організацію поїздок і подорож туристів до місця.

Таким чином, туристичні мотиви, як суттєвий компонент попиту і вибору туристичного продукту, є об'єктом цілої низки впливів, до яких відносять зовнішні чинники, не пов'язані безпосередньо з туризмом.

1. Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія / Г.О. Горіна. – Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д.О., 2016. – 305с.

2. Козубова Н. В. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні / Н. В. Козубова // Інноваційна економіка. – 2014. – № 2. – С. 137–143.

## **ПРИОРИТЕТНІСТЬ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

*Даутова А.В.*

*Науковий керівник – Брикова Т.М., ст. викладач*

Зелений туризм – це відносно новий для України тип відпочинку в сільській місцевості. Однак сьогодні він швидко розвивається та набирає прихильності серед міських жителів та є одним з найперспективніших видів відпочинку у Карпатському, Поліському, Подільському та в інших регіонах.

Сільський зелений туризм – це вид туризму, що передбачає відпочинок у сільських або курортних місцевостях з використанням належно облаштованих садиб та інших закладів розміщення. Для сільських мешканців України цей вид туризму є стимулом для започаткування підприємницької діяльності, що дасть прибуток та підвищить рівень зайнятості населення цього регіону. А також, соціально-економічне значення розвитку сільського зеленого туризму полягає в тому, що він: стимулює розвиток тих господарств, які займаються цим туризмом як видом підсобної діяльності, активізує розвиток місцевої інфраструктури, активізує ринок праці, затримує молодь в селі, зменшуючи потребу у закордонному заробітку, служить охороні туристичних ресурсів, збереженню етнокультурної самобутності. Перспективність розвитку зеленого туризму залежить від туристичних ресурсів країни. Цими ресурсами Україна володіє в достатній мірі.

Слід відмітити, що розвиток цієї індустрії гальмується деякими обставинами, наприклад: політичною та економічною нестабільністю в Україні, невідповідністю деяких туристичних закладів міжнародним стандартам, недостатністю організаційної, матеріальної підтримки суб'єктів підприємства з боку держави та ін. Завдяки багатому приро-