http://uadocs.exdat.com/. 5. Все о туризме – туристическая библиотека. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/. 6. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/.

Summary

H.S. Reznikova, A.S. Vladymyrova, Yu.O. Aleksieienko. **The Place of Ukraine in the Structure of World Tourist Market.**

The development of tourism industry in Ukraine is a priority of the national economy and culture, an important factor in raising the international prestige of the country. The prospects of tourism industry in Ukraine and its place in the world are investigated. The paper conclusions on the development of both external and domestic tourism in our country.

Keywords: *tourism, tourism market, tourist flows, development of foreign tourism.*

УДК 911.3

С.І. Сюткін

ФОРМУВАННЯ НОВИХ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОТРЕБ НАСЕЛЕННЯ

В статті розглядаються актуальні проблеми методики досліджень сучасної рекреаційної географії та її міждисциплінарних зв'язків; зіставляються різні підходи до оцінки рекреаційних потреб населення тощо. Особлива увага приділяється соціально-економічній оцінці ролі рекреації як форми споживання товарів і послуг, що веде до формування цілої сфери господарської діяльності, яка збільшує асортимент продукції традиційних галузей промисловості і сільського господарства.

Ключові слова: *рекреаційна географія, рекреаційні потреби, рекреаційні послуги, виробничий туризм.*

Постановка проблеми. Внаслідок підвищення життєвих стандартів і збільшення часу для відпочинку працюючого населення, простежується тенденція зростання туристичної активності. Ця активність спонукає до пошуку нових місць та видів туризму.

Одним із найважливіших питань суспільно-географічної оцінки рекреаційних потреб є визначення ступеню задоволення потреб населення у рекреаційних послугах. Ця проблема залишається невирішеною. Більш вивченим є комплекс потреб у продуктах харчування, житлі та інших матеріальних благах. При цьому мова йде не стільки про платоспроможний попит, який характеризує фактичне споживання рекреаційних послуг, скільки про *потреби*.

Метою дослідження є обґрунтування об'єктивності диверсифікації рекреаційних потреб людства і відповідного розгалуження (ускладнення) внутрішньої структури рекреаційної географії.

Виклад основного матеріалу. Рекреаційні потреби є суспільно-історичним продуктом, оскільки вони змінні в часі. Їх просторово-часова динаміка відбивається на територіальних формах організації рекреаційної діяльнос-

ті. Тому вивчення рекреаційних потреб вважається необхідним для дослідження форм територіальної організації рекреаційних районів всіх рангів – як тих, що вже склалися, так і перспективних [1]. Вивчення обсягів і структури рекреаційних потреб є завданням не тільки географії. В умовах міждисциплінарної взаємодії та синтезу знань географія змушена не тільки використовувати досягнення інших наук, але й формулювати свої вимоги до них [2].

Обираючи вид рекреації і географічний район відпочинку, людина або група людей керуються певними цілями та установками. При цьому потреби індивідів і груп людей диференціюються за різноманітними ознаками, у тому числі й регіональними [3].

Соціально-економічна оцінка рекреаційних потреб опосередковує інші аспекти оцінок (медико-біологічний, соціологічний, соціально-психологічний), тому що в ній знаходять своє відбиття економічні можливості суспільства та його членів, тобто враховуються кошти, які суспільство або його окремі члени можуть затратити на задоволення рекреаційних потреб. Розміри цих затрат залежать у першу чергу від обсягів валового національного продукту на душу населення та пропорцій його розподілу. Останні визначаються головними економічними завданнями суспільства на кожному конкретному етапі його розвитку.

Критерії організації рекреаційного простору, а також вплив простору на поведінку рекреанта мають значною мірою соціологічний та соціально-психологічний характер. Тому дуже важливою є роль соціології та соціальної психології у вивченні рекреаційної діяльності. Соціологія відпочинку вивчає рекреаційні потреби соціальних груп, встановлюючи їх зв’язок з потребами суспільства в цілому. Соціальна психологія вивчає психічні вимоги до рекреаційного середовища, властиві соціальним групам та індивідам. При цьому географію найбільше цікавлять ціннісні орієнтації соціально-територіальних спільностей людей (соціумів), які утворюються на базі спільного відношення до території, на якій вони проживають, та стосунків, що витікають з факту проживання на спільній території.

Різні соціальні та вікові групи людей мають специфічні вимоги до рекреаційної діяльності. Безумовно, все розмаїття вимог врахувати неможливо. Але наукове обґрунтування класифікації вибірковості різних груп відпочиваючих до природних і культурно-історичних рекреаційних ресурсів, до певних типів рекреаційних районів, до набору рекреаційних занять, до особливостей архітектурно-планувальної структури місць відпочинку, до ступеню активності проведення рекреації, до тісноти соціальних і вікових контактів має велике значення для територіальної організації рекреаційної діяльності.

Значній частині рекреаційних занять властиві пізнавальні аспекти, пов'язані з інформаційним «споживанням» культурних та інших цінностей, тобто оглядом культурно-історичних пам'ятників, архітектурних ансамблів, а також з ознайомленням із новими районами або країнами з їх специфічними етнографією, фольклором, феноменальними природними явищами та унікальними господарськими об'єктами.

Отже, рекреація і туризм – це не тільки поїздки до моря, прогулянки по замкам або, в екстремальних випадках, подорожі у джунглі Амазонії чи на сафарі в африканську савану. Виявляється, що з екскурсією можна відправитися і на промислові підприємства, до того ж не тільки з практичною або профорієнтаційною метою, але й виключно заради розваг.

У багатьох розвинутих країнах відвідування практично будь-якого виробництва не є проблемою. Достатньо зателефонувати у сервісний центр або відділ маркетингу. Сучасні підприємці чудово розуміють, що без такого ***виробничого туризму*** їм в умовах жорсткої конкуренції на ринку товарів і послуг вижити буде складно. Наприклад, більшість автовиробників навіть грошей з екскурсантів не беруть. Навпаки, вони намагаються максимально розважити відвідувачів та заставити їх полюбити свій бренд.

Власне, в кінці XX століття у світі практично не залишилося ані історичних, ані культурних місць, якими можна було б здивувати. Ось тоді й виник новий різновид туризму – виробничий (інколи вживаються менш влучні терміни *промисловий* або *індустріальний*). Виникла навіть своєрідна «мода» на занедбані або покинуті виробництва. Особливо на ті, що пов'язані з певними відомими подіями. В Україні серед іноземних туристів значним попитом користуються поїздки на Чорнобильську АЕС. У програму туру, крім відвідин самої ЧАЕС, входить екскурсія по місту Прип'ять та заїзди в села, де місцеві мешканці-«самопоселенці» частують відвідувачів екзотичними для них українським борщем і бутербродами з салом.

Цікаво, що півстоліття тому ідеї виробничого туризму особливого успіху не мали, хоча окремі підприємства вже давно водили по своїм цехам екскурсії. Наприклад, компанія «Пежо» впустила на свій завод в Сошо перших туристів ще у 1930 році, а «Кроненбург» відкрила свої страсбурзькі пивоварні одразу після Другої світової війни. Але тоді туристи ще віддавали перевагу єгипетським пірамідам й турецьким мечетям.

Злам у туристській та підприємницькій свідомості відбувся зовсім недавно, наприкінці XX століття. Саме тоді більшість західних підприємств відкрила свої прохідні для простих громадян. Справа тут не тільки у банальній цікавості

з боку відвідувачів та бажанні отримати додаткові прибутки з боку виробників. Це – природний хід розвитку людської цивілізації. Це – новий спосіб завоювати довіру споживачів.

Зрозуміло, що при інших рівних умовах споживач у супермаркеті з двох-трьох десятків торгових марок обере саме ту, на виробництві якої побував особисто. Завдяки виробничим екскурсіям люди дізнаються про технології виробництва улюблених товарів, а діти отримують уяву про можливі професії.

Якщо ви збираєтеся придбати «Фольксваген», фірма готова оплатити вам поїздку на завод-виробник. Ви зможете замовити певну комплектацію автомобіля, «провести» *свій* автомобіль по конвеєру, спостерігаючи за його народженням. А яка реклама потрібна такому авіаційно-ракетно-космічному монстру, як «Боїнг»? Але і ця корпорація відкриває свої двері практично для кожного, демонструючи свою безпечність, надійність та мирну спрямованість. За символічну плату відвідувачі «літають» на справжніх авіаційних і космічних тренажерах, власноруч збирають діючі моделі літаків, можуть посидіти у кріслі пілота та навіть пообідати у «космічній столовій». У Японії та США шаленою популярністю користуються сімейні тури на іграшкові фабрики. Кількість прикладів легко можна збільшити.

Висновки. Задоволення рекреаційних потреб населення уможливлюється лише завдяки створенню певної сфери прикладання праці. Рекреаційне обслуговування відноситься до нематеріальної (невиробничої) сфери, яка об’єднує всі види діяльності, що мають справу з розподілом, обміном і споживанням матеріальних благ. Отже, рекреацію цілком можна розглядати як сформовану галузь національної економіки.

Визначається рекреаційна діяльність трьома чинниками: рекреаційними потребами, рекреаційними ресурсами і наявними фінансовими можливостями. Вивчення рекреаційних потреб є лише першою сходинкою на шляху до виявлення закономірностей формування, функціонування та розвитку територіальних рекреаційних систем. Результати соціологічних досліджень необхідно доповнювати рекомендаціями курортологів, гігієністів, медиків, економістів, екологів та інших фахівців, тому що не всі бажання людей збігаються з науково обґрунтованими вимогами медичної науки, природоохоронними завданнями або економічними можливостями держави.

Література

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : підручник. / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с. 2. Масляк П.О. Рекреаційна географія: підручник. / П.О. Масляк. – К.: Знання, 2008. – 343с. 3. Сюткін С.І. Рекреаційна географія : навч. посібник. / С.І. Сюткін, Г.Г. Леонтьєва. – Суми: СумДПУ, 2007. – 64 с.

Summary

S.I. Siutkin. **Formation of New Recreational Needs of the Population.**

The topical problems of research methodology of modern recreational geography and its interdisciplinary connections are considered; different approaches to assessment of the recreational needs of the population etc. are compared in the article. Particular attention is paid to the socio-economic assessment of the role of recreation as a form of goods and services consumption, leading to the formation of a whole sphere of economic activity, increasing the range of products of traditional industries and agriculture.

Key words: *recreational geography, recreational needs, recreational services, industrial tourism.*

УДК 911.3 : 796.5 (477.52)

Л.М. Колесник

РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ У КРАСНОПІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ

У статті розглядаються актуальні питання та перспективи розвитку екологічного туризму з використанням природно-заповідного фонду. Охарактеризовано новий вид туристичної діяльності – екотуризм. Стаття містить корисну інформацію про об'єкти природно-заповідного фонду Краснопільського району.

Ключові слова: *природно-заповідний фонд, Краснопільський район, екотуризм.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі соціально-економічного розвитку України з'являється новий вид туристичної діяльності – екотуризм. Це ідеальний варіант для тих, хто хоче відпочити на природі, в затишному мальовничому куточку та зануритися в атмосферу українського села. Численні опитування туристів свідчать, що серед провідних мотивів туристських подорожей на першому плані – прагнення людей до спілкування з природою. Сьогодні в багатьох країнах, а особливо в економічно розвинутих, екологічному туризму приділяється все більше уваги. Запровадження екотуризму сприяє збереженню природної, культурної спадщини (як ресурсного потенціалу розвитку туризму) та формуванню екологічної культури безпосередніх учасників екотурів (особливо молоді) і місцевого населення, що залучається до сфери обслуговування екотуристів.

Краснопільський район – це унікальний у природному відношенні куточок України. Район має величезний невикористаний історико-культурний потенціал для розвитку туризму. Необмежені рекреаційні можливості Краснопільщини, враховуючи її екологічну незабрудненість, мальовничість пейзажів, сприятливі кліматичні умови, лісові масиви, здатні задовольнити будь-які смаки туристів, а природні заповідники, заказники, урочища, створюють умови для

Сюткін С.І. Формування нових рекреаційних потреб населення // Наукові записки СумДПУ імені А. С. Макаренка. Географічні науки / Ред. кол.: Б. М. Нешатаєв, А. О. Корнус та ін. – Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. – Вип. 7. – С. 140-144.