

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
Навчально-науковий інститут фізичної культури

*Присвячено 95-річчю  
Сумського державного педагогічного університету  
імені А.С. Макаренка*

## **ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

**Матеріали  
Міжнародної науково-практичної  
конференції**

18 – 19 квітня 2019 року

**Суми 2019**

УДК 379.85

I 60

*Рекомендовано до друку вченою радою Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка  
(протокол № 9 від 22 квітня 2019 року)*

**Редакційна колегія:**

**Лянной Ю.О.** – доктор педагогічних наук, професор;  
**Косяк В. А.** – доктор філософських наук, професор;  
**Кудріна О. Ю.** – доктор економічних наук, професор;  
**Семеніхіна О.М.** – доктор педагогічних наук, професор;  
**Лянной М. О.** – кандидат педагогічних наук, доцент;  
**Зігунов В. М.** – кандидат педагогічних наук, доцент;  
**Зігунова І. С.** – кандидат педагогічних наук, доцент;  
**Коваленко О. В.** – кандидат педагогічних наук;  
**Мозгова Д. Р.** – кандидат економічних наук;  
**Гордієнко В. В.** – кандидат економічних наук;  
**Клушина К.А.** – технічний редактор.

I 60 Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи» // Збірник наукових праць. – Суми: ФОП Цьома С.П., 2019. – 182 с.

У матеріалах конференції розглядаються питання географії туризму та краєзнавства; економіки, менеджменту та маркетингу туризму; теорії та методики професійної освіти фахівців з туризму; спортивного, рекреаційного, пригодницького та екстремального туризму; туристського країнознавства та кроскультурних взаємозв'язків країн світу; готельного та ресторанного господарства; геопросторової організації туристського бізнесу; безпеки в туризмі.

**УДК 379.85**

© Колектив авторів, 2019

© ФОП Цьома С.П., 2019

© СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2019

## ЗМІСТ

### РОЗДІЛ 1

#### ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

<b>О.В. Баєва, В.В. Баєв</b> ДОМІНАНТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В СФЕРІ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ.....	7
<b>А. С. Березова, В.В. Гордієнко</b> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	11
<b>А. В. Грибук</b> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	16
<b>Д.В. Зеленская</b> СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИЗРАИЛЯ.....	19
<b>Н. О. Каменських</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКСКУРСІЙНОЇ СПРАВИ У МУЗЕЯХ.....	22
<b>О.Д. Король</b> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ МАРШРУТУ ТА ПРОГРАМИ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРУ НА ПРИКЛАДІ БУКОВИНИ.....	25
<b>О.М. Котюкова</b> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ МЕТОДИКИ ЕКСКУРСІЙНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ: 20-ТІ РОКИ ХХ СТ. ....	30
<b>І. Ю. Кульченко</b> ПРИРОДНО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	34
<b>Л. М. Максименко</b> ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ФЛОРБОЛУ У РЕКРЕАЦІЙНОМУ ТУРИЗМІ ДЛЯ ДІТЕЙ 5-6 РОКІВ.....	37
<b>Міндріган Василе, О. В. Коваленко</b> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕСПУБЛІЦІ МОЛДОВА.....	41
<b>С. В. Носач</b> ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА СУМСЬКОГО РЕГІОНУ В СФЕРІ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	45
<b>Х. О. Павлюк, В.В. Гордієнко</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ.....	48
<b>Н.П. Перезва, І.С. Зігунова</b> СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО ПРОДУКТУ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	52

<b>Д. Г. Переяслова</b>	
ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ З НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ – СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ .....	55
<b>Л.Г. Рубис</b>	
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ .....	59
<b>К.І.Ситенька, Т.А.Гринюк</b>	
РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ДУХОВНА, ПАЛОМНИЦЬКА ТА ОБ'ЄДНАВЧА МІСІЯ .....	63
<b>А. Р. Федорківська</b>	
МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	68
<b>Ю. С. Шелепова</b>	
ВИМОГИ СЬОГОДЕННЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ .....	71
<b>В. О. Шульга</b>	
ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО СУПРОВОДУ .....	75
<b>Iu. I. Iuras, Ya. S. Korobeinykova</b>	
PROBLEM OF WASTE AMOUNT DETERMINATION WITHIN TOURIST DESTINATIONS .....	78

## РОЗДІЛ 2 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

<b>Л.А. Бездідько, В.М. Зігунов</b>	
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНУ ІНДУСТРІЮ.....	82
<b>Ю. В. Безрученков</b>	
ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ АДМІНІСТРАТИВНОГО СКЛАДУ СУЧАСНОГО РЕСТОРАНА..	84
<b>Н. Г. Босецька</b>	
НАЙПОШИРЕНІШІ СВІТОВІ КУХНІ ХХІ СТОЛІТТЯ .....	87
<b>А.С.Васеленко, О.О. Скринник</b>	
ОРГАНІЗАЦІЯ БАРНОЇ СПРАВИ В МІСТІ СУМИ .....	92
<b>Т. С. Дмитренко, В.М. Зігунов</b>	
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	96
<b>Ж. В. Левковська, І.С. Зігунова</b>	
СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА СУМИ.....	101
<b>А.В.Леонт'єва, Д.Р. Мозгова</b>	
СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ СТВОРЕННЯ БІЗНЕС-ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ХОСТЕЛУ У МІСТІ СУМИ ..	104

<b>А. В. Немчунова, Д.Р. Мозгова</b> БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ВІДКРИТТЯ РОК-КАФЕ У МІСТІ СУМИ .....	107
<b>А. С. Нога, І.С. Зігунова</b> МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗПЕКИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСАХ .....	112
<b>О.Г. Прокопченко</b> «КАРТОПЛЯ В ГОРЩИКУ» – ГАСТРОНОМІЧНА ПЕРЛИНА ПОСУЛЬСЬКОГО КРАЮ.....	116

### РОЗДІЛ 3

#### СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

<b>В.Р. Голуб, Я.В. Євтушенко</b> СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БАЗ ВІДПОЧИНКУ НА ТЕРИТОРІЇ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	119
<b>Є.О. Демиденко, Я.В. Євтушенко</b> РОЗВИТОК КОМЕРЦІЙНОГО АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	122
<b>Ю. Л. Дехтяр, С. В. Качала</b> ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ СЛАВСЬКЕ .....	126
<b>Я.В. Євтушенко</b> ОСОБЛИВОСТІ СПОРТИВНОГО МАРШРУТНОГО ТУРИЗМУ .....	130
<b>С. В. Качала, А.М. Мельник</b> ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	134
<b>В. В. Роговець, І.С. Зігунова</b> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	137
<b>А.Р. Федорківська, І.С. Зігунова</b> ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СПОЛУЧЕНИХ ШТАТТАХ АМЕРИКИ.....	141
<b>Ю. С. Шелєпова, І. С. Зігунова</b> ОСОБЛИВОСТІ УМОВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЧЕХІЇ .....	144

### РОЗДІЛ 4

#### ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

<b>С.С. Денежніков</b> ВІРТУАЛЬНИЙ МУЗЕЙ У ПРОСТОРИ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ .....	148
---	-----

<b>В.Н. Зигунов</b> ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА.....	151
<b>В.Н. Зигунов</b> СУЩНОСТЬ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА.....	154
<b>О. В. Коваленко</b> ІННОВАЦІЙНІ ВИДИ ТА ФОРМИ ЕКСКУРСІЙ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ .....	158
<b>В. А. Красномовець</b> ЕКОЛОГІЧНА СЕРТИФІКАЦІЯ В СИСТЕМІ МОНІТОРИНГУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ.....	162
<b>І.С. Разін, В.М. Зігунов</b> БІЗНЕС – ПЛАНУВАННЯ У СФЕРІ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ .....	166
<b>Ю. В. Сікірда, В. А. Соколовський</b> АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ РОБОТИ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ.....	169
<b>М.С. Харченко, В.М. Зігунов</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ.....	173
<b>В. В. Ципко</b> МЕТОДИЧНА МОДЕЛЬ ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ ДІЛОВИМ ВИДОМ ТУРИЗМУ» .....	177

# РОЗДІЛ 1

## ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

**О.В. Баєва**

*Доктор біологічних наук, професор  
Завідувач кафедри профілактичної і соціальної медицини,  
мікробіології та епідеміології,  
ПВНЗ «Київський медичний університет»  
м. Київ, Україна*

**В.В. Баєв**

*Кандидат економічних наук, доцент  
Доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу  
Національний університет харчових технологій  
м. Київ, Україна*

### ДОМІНАНТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В СФЕРІ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ

В умовах глобальної нестабільності сфера туризму є однією з небагатьох галузей народного господарства, в якій спостерігається позитивна динаміка. За оцінкою Всесвітньої Туристичної Організації, середні темпи розвитку туризму в 2-3 рази перевищують середньорічні темпи зростання національної економіки в цілому. Для багатьох країн в'їзний туризм перетворився на основне джерело доходів від експорту. Частка туризму в ВВП провідних країн світу становить 7-8%.

За прогнозами Всесвітньої асоціації охорони здоров'я медичний туризм має перспективи перетворитись в одну з найбільш перспективних галузей в світовій економіці та буде чинити значний вплив на рівень здоров'я населення. За оцінками різних міжнародних асоціацій, надходження від сфери медичного туризму становили від \$ 10,5 млрд. у 2012 році до \$ 32 млрд. у 2019 році і продовжать експоненціальне зростання до \$ 3 трлн. у 2025 році [1].

Індустрія медичного туризму має свою специфіку. Її розвиток обумовлений не тільки конкурентоспроможністю країни, проте й макродистанції туризму та подорожей, мережі акредитованих медичних та сертифікованих оздоровчих закладів, якістю надання послуг та їх вартістю.

Основним засобом досягнення конкурентоспроможності дестинації медичного туризму виступає якість комплексного туристичного продукту.

Оскільки сфера медичного туризму є одним з видів туризму, то бачиться за доцільно до неї використовувати основні концепції з якості туристичного продукту.

Якість туристичного продукту – це сукупність властивостей туристичних послуг, процесів і умов обслуговування з задоволення обумовлених або передбачуваних потреб споживачів послуг по всіх складових туристичного продукту. Основними критеріями якості комплексної туристичної послуги виступають: якість готельних послуг; якість послуг харчування; якість транспортних послуг; якість туристично-екскурсійного обслуговування; якість інформаційного забезпечення, якість та асортимент специфічних послуг [2].

В системі медичного туризму на перше місце виходить якість медичного обслуговування. З метою визначення єдиного критерію якості The International Healthcare Research Center проводить оцінку розвитку медичного туризму в різних країнах світу за багатокомпонентним Індексом медичного туризму (МТА). В концепцію цього показника покладено судження, що розвиток медичного туризму в країні можливий тільки за умови певного рівня зовнішнього оточення дестинації медичного туризму: загального стану економіки країни, безпеки перебування та іміджу, сприятливих культурних аспектів, в тому числі слухного мовного середовища для пацієнта, його представників та супроводжуючих осіб [3].

Структура МТІ включає три суб-індекси, які дають можливість оцінити розвиток медичного туризму в країні. Серед них провідне місце займає суб-індекс якості.

Складова МТІ – суб-індекс якості медичного туризму базується на загальній якості медичної допомоги та супроводжуючого медичного сервісу. Оцінка якості медичної допомоги включає досвід лікаря, рівень охорони здоров'я в країні, успіхи в лікуванні певних захворювань, сучасність медичних технологій, діагностичного та лікувального обладнання.

Система якості надання медичної допомоги є багатокомпонентною, яку можна класифікувати за двома рівнями: якість структури та якість процесу.

Якість структури – це складова якості медичної допомоги, що описує умови її надання та визначається на двох рівнях. Перший рівень якості – це рівень закладу охорони здоров'я в цілому: матеріально-



технічна база, кадрове забезпечення, організація роботи, медичний сервіс. Умови надання медичної допомоги в установі можуть оцінюватися самим лікувально-профілактичним закладом, органом управління охорони здоров'я, суб'єктами, що здійснюють оплату наданих медичних послуг. Найбільш повна оцінка здійснюється у процесі ліцензування й акредитації закладів охорони здоров'я.

При розрахунку суб-індексу якості медичного туризму, як правило враховується наявність у закладу охорони здоров'я міжнародного сертифікату з акредитації, виданих провідними організаціями: Joint Commission International (JCI), США; The Australian Council on Healthcare Standards, Австралія; Canadian Council on Health Services Accreditation, Канада; Australian General Practice Accreditation Limited, Австралія; Irish Health Services Accreditation Board now HIQA, Ірландія; Council for Health Service Accreditation of Southern Africa, ПАР; Taiwan Joint Commission on Healthcare Accreditation, Тайвань; Quality Improvement Council, Австралія; CHKS Healthcare Accreditation Quality Unit, Великобританія. В усьому світі акредитація JCI вважається «золотим стандартом» оцінки роботи медичних закладів. В основу програм акредитації покладено стандарти, які розробляються та постійно поновлюються міжнародною робочою групою.

Акредитаційні організації оцінюють діяльність закладу за такими основними групами стандартів: організація процесів самовдосконалення; управлінської діяльності; стандарти загальної та медичної етики; якість та професіоналізм медичного персоналу; організація документообігу; профілактика та реєстрація інфекційних ускладнень; система розгляду скарг пацієнтів та компенсації їх втрат. За JCI робота медичного закладу оцінюється по 197 основних стандартах, 368 – загальних стандартів та 1032 додаткових показниках[4].

Другий рівень системи якості надання медичної допомоги - це рівень кожного медичного працівника закладу, тобто проводиться оцінка професійна якості підготовки медика. Процедура оцінки зводиться до здачі іспитів і заліків після закінчення проходження відповідної форми післядипломної підготовки, а також атестації медичного персоналу.

Всесвітня організація охорони здоров'я зазначає, що при визначенні якості надання медичної допомоги конкретному пацієнту мають враховуватись чотири основних компоненти: кваліфікація лікаря, оптимальність використання ресурсів, ризик для пацієнтів, задоволеність пацієнта наданою медичною допомогою. Механізм

забезпечення якості медичного обслуговування об'єднує складові, які забезпечують якість медичної допомоги та обслуговування пацієнтів закладів охорони здоров'я, якості товарів та обладнання.

Система якості медичної допомоги включає за окремий напрям – якість технології. Якість технології — це складова якості медичної допомоги, що описує процес надання медичної допомоги. Якість технології визначає алгоритм надання медичної допомоги від моменту визначення діагнозу до закінчення лікування й характеризує, наскільки був оптимальний комплекс лікувально-діагностичних заходів конкретному хворому. При цьому передбачається, що обсяг виконаних маніпуляцій повинен бути не меншим, і не більшим за оптимальний, а послідовність їхнього виконання строго витримана. Якщо на лікування хворого було витрачено більше засобів, аніж це необхідно, така допомога не буде якісною, навіть досягнувши добрих результатів лікування.

Якість технології оцінюється тільки на одному рівні – щодо конкретного пацієнта з урахуванням клінічного діагнозу, видів супутньої патології, віку хворого й інших біологічних чинників. Саме якість технологій – є складовою якості туристичного продукту в сфері медичного туризму.

Таким чином, одним з основних чинників, що визначають якість туристичного продукту в сфері медичного туризму виступає якість надання медичної допомоги. Цей критерій є багатокомпонентним та класифікується на двох рівнях: якість структури та якість процесу. Якість структури характеризує умови надання медичної допомоги, а якість технології визначає процес надання медичної допомоги та виступає безпосередньою складовою якості туристичного продукту в сфері медичного туризму.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Florența L. Țigu G. *Medical tourism market trends - an exploratory research // International Conference on Business Excellence, 2017.- Bucharest, Volume: 11 [Online] Available: [tps://www.researchgate.net/publication/319328898\\_Medical\\_tourism\\_market\\_trends-an\\_exploratory\\_research](tps://www.researchgate.net/publication/319328898_Medical_tourism_market_trends-an_exploratory_research)*
2. Баєв В.В. *Економіко – організаційні засади впровадження системи управління якістю в сфері туризму / В.В.Баєв //Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Економіка» Випуск 12. – К., 2013. - С.37–44*
3. *MTI Construct [Online] Available: <https://www.medicaltourismindex.com/research-knowledge/mti-construct/>*
4. *Joint Commission International.- [Online] Available: [www.jointcommissioninternational.org/about/](http://www.jointcommissioninternational.org/about/)*

**А. С. Березова**

*Студентка 4 року навчання,  
Кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка,  
м. Суми, Україна*

**В.В. Гордієнко**

*кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,  
м. Суми, Україна*

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

За оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) у понад 40 держав світу туризм став основним джерелом наповнення бюджету та у 70 країнах – однією з трьох основних статей [ 1 ] .

Розвиток туризму стає одним із основних напрямів розвитку економіки в Україні, Кабінетом Міністрів України ухвалена Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [ 1 ] .

Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів.

Сумська область, маючи значний туристичний потенціал, ще мало представлена туристичними продуктами на туристичному ринку.

Для успішного розвитку туризму Всесвітня туристична організація виокремлює три головні маркетингові функції в туризмі: налагодження контактів зі споживачами, розвиток та контроль. Відділом туризму Сумської обласної державної адміністрації обрано маркетингово-орієнтований підхід до реалізації Програми сталого розвитку туризму в Сумській області на 2018 – 2022 роки.

Налагодження контактів – переконання потенційних клієнтів у тому, що запропоноване місце відпочинку та існуючі там служби сервісу, пам'ятки і очікувані вигоди повністю відповідають тому, чого бажають отримати самі клієнти.

Розвиток – проектування нововведень, які зможуть забезпечити нові можливості для збуту туристичного продукту [ 2 ] .

Контроль – аналіз результатів діяльності по просуванню послуг на ринок і перевірку того, наскільки ці результати відображають повне і успішне використання можливостей сфери туризму.

Проведено засідання в форматі «круглого столу» з туристичними операторами та з представниками активного туризму стосовно проблем та визначення перспективних напрямків розвитку туризму, організовано Форум «Google: «Цифрове перетворення Сумщини», який познайомив з новими інформаційними технологіями та звернув увагу на необхідності підвищення присутності територій Сумщини на цифровій карті як в Україні, так і світу. Результатом туристичного форуму «Туристичний кластер Сумщини – перспективи створення та он-лайн просування» стала зміна поглядів на туризм в області та формування ініціативної команди з числа громадських організацій та учасників туристичної сфери.

Відділом туризму ведеться системна робота з провадження концепції «потрійної спіралі» - синергії держави, науки і бізнесу [ 1 ] .

Визначені найбільш пріоритетні туристичні локації, на яких, в першу чергу, буде зосереджена основна увага: Путивльщина, Глухівщина, м. Тростянець, с. Пустовійтівка, с. Могриця.

Формується комунікаційний простір для проведення спільних заходів з управлінням молоді та спорту, департаментом освіти та науки, управлінням культури, департаментом екології та охорони природних ресурсів.

Вивчаються культурні події та інші заходи, які можуть стати у список туристично привабливих для нашої області та сформувати туристичний календарний план подій, цікавий для туристів.

Продовжується робота з формування загального реєстру туристичних об'єктів. Ведеться робота по наданню інформації до національного інноваційного туристичного ресурсу «Турист України» [3 ] .

Цей напрямок потребує особливої уваги, бо на сьогодні відсутня можливість працювати з якісною фото- та відеобазою, актуальним та науково-обґрунтованим контентом, який потребує перекладу не декілька мов, адаптовано до використання у рекламно-промоційних заходах, до публікацій в мережі Інтернет.

Створення сучасної інформаційної платформи «бази знань», в тому числі у вигляді інтегрованого мобільного інформаційного додатку, промосайту та простору безпосереднього спілкування з актуальною і цікавою інформацією для туристів з метою збільшення уваги та потоку туристів до туристичних об'єктів Сумської області

Участь у національній мережі туристичних продуктів потребує наявності сформованих та якісних обласних туристичних продуктів, які мають бути конкурентоспроможними та унікальними.

У Сумській області в туристичній галузі станом на початок 2017 року зареєстровано 6 туристичних операторів та туристичних агентів – 51. Сумськими туристичними операторами приділяється недостатня увага до внутрішнього туризму та створення нових туристичних продуктів, і основною сферою їх прибутку залишається напрямок виїзного туризму. Також жоден сумський туристичний оператор станом на листопад 2017 року не зміг виконати обов'язкову законодавчу вимогу щодо наявності фінансового забезпечення туроператора. Розроблені раніше туристичних маршрутів «Сумщина слобідська», «Золоте намисто Сумщини», «Слобожанські мандрівки» та «Рекреаційна водна подорож на байдарках по р. Псел» не забезпечують достатньої уваги туристів, тому вивчається туристичний потенціал, сформована команда однодумців та вже попередньо напрацьовані проекти нових туристичних маршрутів [ 2 ] .

Для стратегічного розвитку напрямку туризму в області обрано напрямок поєднання активного туризму з пізнавальною складовою. Даний висновок зроблено за результатами участі у конференціях, виставкових заходах, на яких була проведена робота зі збору інформації, консультацій та ділових зустрічей з основними гравцями туристичної індустрії України.

Стратегічні напрямки:

- активний туризм (сплави на байдарках та каяках);
- активний туризм (велосипедні маршрути);
- активний туризм (лижні траси);
- активний туризм (піші маршрути);
- активний туризм з етно-елементами;
- створення спільних туристичних маршрутів Чернігівська-Сумська-Полтавська-Харківська області;
- еко-стежки (науково-пізнавальний туризм).

Створення нових туристичних маршрутів буде відбуватися з урахуванням міжнародних норм, долученням локальних туристичних об'єктів цікавих для в'їзного туризму та наступним долучення їх у мережі національних та міжнародних туристичних маршрутів.

Це дозволить збільшити, в першу чергу, туристичний потік за внутрішнім туризмом, відпрацювати рівень та якість надання послуг, сформувані умов для активного долучення молоді до пізнання, збереження історичної спадщини та екологізації, зниження відтоку молоді за кордон [ 2 ] .

Окрему увагу варто приділити напрямку ділового туризму на Сумщині. Це найбільш прибутковий та інвестиційно привабливий. За даними експертів, в Україні декілька областей забезпечують якісний

рівень цього напрямку це Київська, Львівська, Одеська.

Маючи значний науковий та виробничий потенціал, високий рівень вищої освіти, перспективним високоприбутковим напрямком для області є діловий туризм. Для цього потрібні:

- сформований супровідний комплекс послуг для організації ділових зустрічей та дозвілля (активний відпочинок з елементами пізнавального туризму, доступ до туристичних об'єктів в належному стані, професійний гід-супровід, етнокультурні програми, квест-зони за туристичними маршрутами, сучасні місця для проживання та харчування, розвинута мережа агросадиб тощо);
- розвинута транспортна інфраструктура (аеропорт, знаковані та марковані туристичні маршрути, в тому числі автошляхи, санітарні зони, якісне покриття до туристичних локацій).

Розвиток ділового туризму базується на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, місцевому колориті й природно-рекреаційному ресурсі, чим багата Сумська область, і що є її унікальною пропозицією.

Для цього буде забезпечена пізнаваність туристичної пропозиції і планується брендування напрямку «Сумщина туристична». Пізнаваний візуальний образ туристичної Сумщини надасть споживачеві туристичного продукту розуміння іміджу якості та очікуваного рівня гостинності й комфорту, забезпечить ідентифікацію та зрозуміле розпізнавання серед інших пропозицій та забезпечить чільне місце в мережі національних туристичних брендів України та за кордоном [ 3 ] .

Сформовані умови для досягнення поставлених завдань:

- після проведення туристичного форуму сформована ініціативна група, ведеться опрацювання статутних документів із створенням регіонального представництва Національної туристичної асоціації (ПП) «Розова чайка», ПП «Престиж-Тревел», ГО «Сумський обласний осередок характерництва та бойових мистецтв», ГО «Стрілецько- практична Асоціація Сумщини», Федерація спортивного туризму в Сумській області, ГО «Спортклуб «СКІФ» м.Суми, ГО «Кластер «Посулля», ГО «Сумський обласний осередок Спільки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», ГО «Триторія», клуб «Відчайдухи», Ю. Швидкий та Р. Гвоздецький, фахівці з велотуризму та ін.) готується підписання угоди з Науково-дослідним центром історичного краєзнавства Сумського державного університету (доктор історичних наук Дегтярьов С.І.), готується підписання угоди з Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти (доктор історичних

наук Кудінов Д.В., Координатор краєзнавчо-освітніх програм, керівник лабораторії з питань національно-патріотичного виховання Пятаченко Ю.В.);

- досягнута угода щодо розробки випускних дипломних робіт під потреби туристичної сфери Сумської області та готується підписання угоди про співпрацю з Кафедрою туризму та готельно-ресторанного сервісу Сумського педагогічного університету ім. А.С.Макаренка
- готується підписання угоди з кафедрою маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету щодо співпраці в напрямку маркетингу туризму;
- досягнута угода щодо розробки пішого туру з елементами квесту та організації маркування туристичного маршруту (напрямок Суми – Миропілля) (експерт – Клуб СКІФ, спортивне орієнтування);
- досягнута угода щодо розробки велосипедного туру (експерт, сертифікований тренер Р. Гвоздецький);
- досягнута угода щодо пріоритетного навчання за грантові кошти групи гідів на території м. Суми (ГО «Всеукраїнська асоціація гідів»);
- досягнута угода щодо по методичній допомозі або створенню, згідно європейських норм, туристичних екошляхів - Green Ways (Українская ассоциация активного и экологического туризма);
- досягнута угода щодо по методичній допомозі або навчання по готельній справі, мотивації МСП до туристичної індустрії (Асоціація індустрії гостинності України);
- досягнута угода щодо методичної та маркетингової підтримки в розвитку сталого туризму (Національна туристична організація України);
- досягнута угода щодо консультативної та методичної допомоги з боку Poltava-SKI general information – проф компанії, що спеціалізується на створенні гірсько-лижних курортів);
- є домовленість по організації методичній та маркетинговій підтримці в напрямку участі у процесі розвитку аеропорту м Суми (АВІАПЛАН);
- готується підписання угоди щодо організації спільних заходів з Центром підтримки бізнесу м. Суми, щодо проведення двох туристичних заходів з розвитку туризму та навчання в сфері готельно-ресторанного бізнесу за кошти ЄБРР (ГО «Рада молодих вчених») [ 1 ].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>
2. Офіційне видання Всесвітньої туристичної організації: UNWTO World Tourism Barometer [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>. - 2011.
3. Антоненко І. Туристська рента в лісоресурсній сфері / І. Антоненко // Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку: матеріали Всеукраїнської НДЖ. - Львів, 2005. - С. 132-138.

**А. В. Грибук,**

*студентка 4 курсу спеціальності «Туризм»*

*Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького  
м. Черкаси, Україна*

**Науковий керівник – Красномоовець В. І.,**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму*

*та готельно-ресторанної справи «Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького».*

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сільський зелений туризм – це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону.

Пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в Україні зумовлюється необхідністю розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села. За роки незалежності України в сільській місцевості спостерігається зменшення населення, зростання безробіття, масова заробітчанська міграція.

Проблематика розвитку сільського зеленого туризму для вітчизняної науки хоч і є новою, проте вона перебуває в епіцентрі уваги багатьох науковців. Значний науковий інтерес становлять праці таких вчених: В. Г. Безсонюк, М. І. Волошина, Г. С. Ємець, Ю. О. Зінько, В. К. Євдокименко, О. Д. Король, Ю. Б. Кушнір, М. А. Лендел, О. О. Любцева, В. І. Мацол, Т. А. Пінчук, А. Д. Чудновський.

Сільський туризм можна розглядати як додатковий вид підприємницької діяльності, який дає селянам певні додаткові доходи, а також одним з способів підвищення зайнятості членів сільської родини.



Власник сільської садиби може отримувати реальні доходи у сфері сільського туризму від наступних видів діяльності [1, с. 4]. Розвиток туризму в сільській місцевості - це розвиток туристської індустрії даної території як складного комплексу міжгалузевих взаємовідносин.

Селянин-фермер в межах сільського туризму може організувати:

- активний туризм (збудувати на своїй території спортивний майданчик, підйомник, розробити маршрути для велотуристів, кінні прогулянки);
- екотуризм (відпочинок в екологічно чистій місцевості, вживання чистих продуктів); мисливський туризм;
- культурно-етнічний (екскурсії, розповіді про історію краю, національні обряди, побут) і т. д. [3, с. 76].

Основою сільського туризму є власне сам селянин та його побут. Селянин запрошує до своєї оселі:

- людину з міста подивитись на сільськогосподарське виробництво (як робиться цей особливий сир, масло, ковбаса тощо, як вирощуються ці свині, корови, коні);
- людину творчої, розумової праці подивитись на майстерність ремісника (як робиться дерев'яний посуд, як плететься ліжчик) [3, с. 78].
- іноземців подивитись на особливості національних традицій, культури.

Виділяють такі види сільського зеленого туризму:

- 1) короткотерміновий, у період вихідних днів. Найчастіше він має сезонний характер: рибальство, збирання грибів, полювання, ліжі, сані, а також маршрутний - заповідними місцями регіону (різні види пересування);
- 2) відпочинковий (на період відпусток). Його термін може змінюватися в межах 20-40 днів;
- 3) сезонний відпочинок. Він може бути сімейним, колективним чи окремих осіб (художники, краєзнавці, археологи);
- 4) відпочинок іноземців, зокрема діаспори – на предмет поглиблення знання мови, вивчення історичної і культурної спадщини краю [3, с. 154].

Український селянин (фермер чи працівник колективного господарства) в межах сільського туризму як виду підсобної діяльності може займатися:

- 1) активним туризмом (збудувати на своїй території спортивний майданчик, кінний манеж, гірський витяг, ставок для спортивного рибальства,

- розробити і пропонувати своїм гостям як гід-екскурсовод пішохідні, санні, вело – та кінні (бричкою чи верхи) маршрути і прогулянки);
- 2) екотуризмом (організовувати своїм гостям відпочинок в екологічно чистій місцевості, надати їм можливість споживати екологічно чисту продукцію, сприяти у заготівлі лікарських трав, лісових ягід і грибів);
  - 3) мисливським туризмом;
  - 4) культурно-етнічною діяльністю (кустарне вироблення й продаж відвідувачам сувенірної продукції ужиткових народних промыслів, залучення туристів до організації й участі у національних обрядах, традиційних ремеслах українського селянина та господарсько-польових роботах (сінокіс, бджільництво, випас худоби тощо) [4, с. 167].

До переваг сільського туризму можна віднести:

- гарантію охорони традиційної забудови;
- забезпечення туристам поселення там, де готельна промисловість не існує;
- надання роботи для місцевих ремісників;
- підтримування місцевих традицій;
- стимулювання безпосереднього збуту сільськогосподарської продукції;
- сприяння усвідомленню сільськими громадами значення місцевого середовища;
- підвищення стандарту та естетики сільських осель;
- налагодження порозуміння між людьми села і міста;
- поліпшення якості життя мешканців села [2, с. 160].

Таким чином, необхідною умовою ефективної організації сільського зеленого туризму є розробка пакета різнобічних пропозицій стосовно проведення дозвілля у сільському середовищі поза межами самої агрооселі. Це стає можливим після проведення господарем аналізу наявних у його розпорядженні потенційних ресурсів, які можна було б використати для розробки унікальної пропозиції. Пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в Україні зумовлюється нагальною необхідністю невідкладного розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села, що передбачає відновлення трудового потенціалу, припинення безробіття, міграційних процесів, підвищення матеріального достатку сільського населення тощо. У цьому контексті сільський зелений туризм слід розглядати як одне з важливих явищ сучасності, підпорядкованих дії об'єктивних законів розвитку суспільства, економічна сутність якого спрямована на підвищення зайнятості сільських мешканців, зростання їх доходів та підвищення життєвого рівня в цілому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Проект закону України «Про сільський зелений туризм» від 12.04.2007 № 3467.
2. Васильєв В. Сільський зелений туризм або відпочинок у селі / В. Васильєв, П. Горішевський, Н. Васильєва // Туризм сільський зелений: науково-популярний журнал. – 2006. – 160 с.
3. Зінько Ю.В. Інноваційні форми занять в сільському туризмі та агротуризмі / Ю.В. Зінько / Науковий вісник. Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». – К., 2011. – Вип. 163 ч. 1 – С. 76–154 с.
4. Рутинський М.Й. Зелений туризм / М. Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. – К.: Знання, 2008. – 167 с.

**Д.В. Зеленская,**  
менеджер по туризму, г. Реховот, Израиль

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИЗРАИЛЯ

Развитию индустрии туризма Израиля способствуют различные факторы: климатогеографический – выход к Средиземному и Красному морям, наличие уникального Мертвого моря; культурно-исторический фактор – в Израиле расположены «святые места» для христиан, мусульман, иудеев такие как Храм Гроба Господня, Стена плача, мечеть халифа Умара Аль-Акса на Храмовой Горе в Иерусалиме, золотой Купол Скалы; а также Библейские холмы в Мегиддо, Хазоре, Беэр-Шеве.

Ежегодно Израиль посещает свыше 3 млн. туристов; в 2017 году эта цифра составила 3, 613 млн. чел. [5]. Главным фактором роста туристического потока в Израиль послужило решение об отмене визового режима со странами СНГ (с Украиной с 2011 года).

Согласно данным статистической службы Израиля на долю туризма в структуре ВВП страны приходится 3 %. Ежегодно увеличивается количество туристов, посещающих страну в среднем на 30%. Традиционно наибольшее количество туристов приезжает в Израиль из США ( 780 тыс.чел.), Франции и России (по 300 тыс. чел) Германии (200 тыс чел). 70% турпотока составляют туристы, отправляющиеся с целью оздоровительного отдыха, экскурсионного туризма, а также «СПА», этнического туризма (посещение друзей и родственников); 20% – религиозный туризм и паломничество, 10% – медицинский и деловой туризм. Наиболее популярным туристским центром страны является Иерусалим, который посещают 75 % от общего числа приезжающих иностранных туристов [2].

В настоящее время возрастает роль Израиля как международного центра медицинского туризма, по оценкам правительства Израиля, ежегодно с целью лечения в Израиль приезжает от 30 тыс. человек, из которых около половины являются гражданами России, Украины, других стран СНГ и Восточной Европы. Доходы израильских государственных клиник от иностранных пациентов составляют около 62 млн. дол. США ежегодно, при этом средняя стоимость визита иностранного туриста с целью медицинского туризма составляет около 4,8 тыс. дол. США, тогда как для туристов с иными целями – более 1 тыс. дол. США [4].

Тель-Авив – финансовый центр Израиля, центр делового туризма, известен зданиями, построенными по проектам архитекторов немецкой школы «Баухаус», также известен своими средиземноморскими пляжами. Город Реховот, расположен в 20 км от Тель-Авива, популярен в сфере научного туризма. В Реховоте расположен всемирно известный институт естественных наук имени Вейцмана, а также сельскохозяйственный и ветеринарный факультеты Еврейского университета.

В туристической отрасли Израиля задействовано около 100 тыс. человек, что составляет примерно 1,3% от общей численности населения. Более одной трети из них заняты в гостиничном бизнесе. Но в той или иной форме для 195 тыс. израильских семей именно туризм является источником дохода; более 10% рабочих мест приходится на данный сектор экономики.

Из года в год растут доходы от туристической деятельности в Израиле. Важнейшие задачи, которые ставит перед собой Министерство по туризму Израиля, заключаются в развитии туристической инфраструктуры и активной помощи предпринимателям, стремящимся вложить средства в туристический бизнес. В настоящее время выделяются средства и на реконструкцию туристических достопримечательностей. Финансовая помощь от государства предпринимателям, занимающимся сферой развития достопримечательностей, в среднем ежегодно составляет до 10%. Так предприниматели, занимающиеся строительством в самом посещаемом городе Израиля Иерусалиме, имеют право на получение особого гранта на сумму, составляющую до 28% инвестиций. На развитие туристических достопримечательностей в Эйлате также выделены инвестиции для строительства торгового центра Айс Парк (8 млн. дол.) и строительства аквариума с акулами в аквапарке Астрал (5,2 млн. дол.).

Министерство туризма Израиля выделяет гранты для развития туристской индустрии страны. Также увеличился объем грантов отелям

на 25%. Большинство грантов направлено на строительство, расширение и реконструкцию 37 отелей в Иерусалиме, Хайфе, Акко, Назарете, Ашкелоне, Мицпе-Рамоне, Эйлате, Бейт-Шеане и Кирьят-Шмоне и других городах [1].

Гостиничную индустрию Израиля в настоящее время составляют 340 отелей, номерной фонд которых 47,9 тыс. номеров. Но все чаще туристы отдают предпочтение частным апартаментам либо молодежным гостиницам, по причине высокой стоимости израильских отелей.

Жесткие требования в сфере обслуживания туристов со стороны государства и высокие налоги являются одной из причин дороговизны израильских отелей. В Израиле стоимость отдыха для туристов – один из дорогих в мире. В рейтинге наиболее дорогостоящего отдыха Израиль занимает 133 место из 140 стран. Причина высоких цен для туристов кроется в том, что стоимость товаров и услуг формируется согласно налогам.

В настоящее время Министерство по туризму Израиля уже подготовило проект мер, которые должны способствовать снижению цен [3].

Также в целях снижения стоимости отдыха в марте 2012 г. Израиль подписал соглашение с Европейским Союзом об «открытом небе». Данное соглашение позволило снять ограничения полетов между Израилем и Европой. Основные приоритеты правительства Израиля по расширению индустрии туризма в настоящий момент связаны с развитием инфраструктуры рекреационной зоны Метрового моря. Инвестиции, которые будут затрачены на данный проект в течение 5 лет, могут составить 250 млн. евро. В списке приоритетов также находятся такие курорты Красного моря, как Эйлат. Его позиционируют как уникальный модернизированный город с современной туристской инфраструктурой, в котором можно совмещать проживание в комфортабельных условиях, пляжный отдых и участие в разнообразных культурных программах.

Совершенствование туристической отрасли способствует росту и других секторов экономики, таких как строительство, транспорт, торговля. Расширяется образовательный сектор с целью обучения персонала в сфере туризма, поскольку для иностранных туристов важным фактором при выборе для отдыха зарубежной страны является уровень сервиса в ней. Израиль – страна с высоким уровнем развития индустрии туризма, она является привлекательным объектом для крупных инвесторов, причем как для внутренних, так и зарубежных. Однако, для развития индустрии

туризма важное значение приобретают не только грамотная инвестиционная политика, но и межгосударственные решения, например, отмена туристических виз для стран Европы и СНГ, в результате чего значительно увеличился туристический поток в Израиль.

Возрастает роль использования IT-технологий в сфере туризма Израиля. Внедрение и совершенствование отечественного Интернет-ресурса, подобного Booking.com (автоматизированная система, в которой отражаются туристические направления всех регионов.), помогает иностранцам самостоятельно спланировать свое путешествие.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:**

1. *Израиль [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://colibris4.com/countries/israel/news/609/>*
2. *Израиль ждет туристов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/237286>*
3. *В Израиле хотят ввести НДС на туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zagrannik.org/v-izraile-xotyat-vvesti-nds-na-turizm>*
4. *Медицинский туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ratanews.ru/news/news\\_7112012\\_20.stm](http://ratanews.ru/news/news_7112012_20.stm)*
5. *Отчеты Всемирной туристской организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [tourlib.net/wto.htm](http://tourlib.net/wto.htm)*

**Н. О. Каменських**

*студентка 2 курсу спеціальності 242 «Туризм»,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

**Науковий керівник – Коваленко О. В.**

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи, Сумський державний педагогічний  
університет імені А. С. Макаренка*

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКСКУРСІЙНОЇ СПРАВИ У МУЗЕЯХ**

В будь-якому регіоні нашої держави культурний потенціал краєзнавчих музеїв реалізується за допомогою екскурсійної діяльності, яка формує пізнавальну активність і інтерес до вивчення рідного краю, виховує шанобливе і дбайливе ставлення до своєї історико-культурної спадщини, духовно збагачує, удосконалюючи знання людини про малу батьківщину.

Екскурсійна діяльність розкриває культурний ресурс краєзнавчих музеїв та забезпечує самореалізацію молоді людини в особистісних і соціальних питаннях, сприяє розвитку соціально-активної, культурно-освіченої, морально здорової особистості.

Особливу значущість в контексті модернізації нашого суспільства набуває актуалізація потенціалу краєзнавчої роботи, її затребуваність. Ефективність екскурсії як форми мережевої взаємодії в культурних комунікаціях визначається її важливим психолого-педагогічним змістом, що репрезентує «загальне поле» діяльності особистісно-орієнтованих освітніх установ [1, с. 27].

Екскурсія – специфічний вид музейної краєзнавчої діяльності, з одного боку, вирішує проблему музейної аудиторії, а з іншого, посилює варіативну складову установ освіти і культури. Екскурсійна діяльність – основний продукт індустрії історико-культурного туризму не тільки країни в цілому, а й важлива складова культури регіону. Унікальні умови природної та культурної спадщини будь-якого регіону виступають в якості необхідного параметра його культурного розвитку, а також рішення його соціально-економічних і культурних завдань [2, с. 82].

Особливість екскурсійної практики краєзнавчих музеїв різних регіонів нашої держави складається, по-перше, з взаємозв'язку екскурсійної роботи музею та освітніми установами, що визначила основну музейну аудиторію – дошкільний, молодший, середній і старший шкільний вік; по-друге, в диференційованому підході в розробці програм, заходів на основі діагностики і регулярних соціологічних досліджень. Екскурсійна практика деяких краєзнавчих музеїв, побудована з урахуванням індустрії історико-культурного туризму в промислових регіонах нашої держави, характеризується системністю методичного забезпечення екскурсійного процесу варіативними і продуманою підготовкою кваліфікованих кадрів екскурсоводів.

В сучасній науковій літературі деякі науковці зазначають, що екскурсійний процес в музеї – це особистісно-орієнтована парадигма, котра визначила практичний інноваційно-інтерактивний статус екскурсії, котрий проявляє себе, по-перше, в єдиній меті екскурсійної роботи освітніх установ і краєзнавчих музеїв – формування всебічно розвиненої, самостійної, креативної особистості; по-друге, в розробці проектів, що реалізують активність екскурсантів; по-третє, в вдосконаленні методичного арсеналу новими відділами експозицій і тематикою екскурсій [3, с. 41].

Особливість екскурсійної практики краєзнавчих музеїв різних регіонів нашої країни полягає в переважанні конструктивного і організаційного компонентів. Пізнавальна ефективність екскурсійної роботи музеїв, заснована на академічності музейних колекцій, та визначає продуктивність практиці екскурсовода, а саме: гнучкість і

різноманітність форм взаємодії «краєзнавчий музей – освітня установа», так і інноваційно-інтерактивну методику програм і заходів екскурсійної культурно-освітньої діяльності. Отже, досвід сучасної екскурсійної роботи краєзнавчих музеїв показує, що унікальність їх локального соціокультурного змісту дозволяє не тільки апробувати і впроваджувати в екскурсійну практику теоретико-методичні інновації, а й розкривати дидактико-евристичні можливості екскурсійного методу в розвитку креативного потенціалу учнівської молоді [1, с. 45].

Сьогодні, краєзнавчий музей виступає відкритою інформаційно-педагогічною системою, здійснюючи в сфері екскурсійної діяльності взаємодію з освітніми установами різного типу, але, нажаль, не завжди ефективно, як це вимагає концепція сучасної освіти.

Осмилення досвіду сучасної екскурсійної роботи позначило проблему необхідності взаємодії культурно-освітніх установ і ефективність екскурсії в якості засобу співпраці. В якості теоретичної основи системи культурно-освітніх установ розглядається теорія «комунікативної дії», яка акцентує увагу на процесі спілкування як ключовому факторі соціального розвитку. Комунікативна дія є круговим процесом соціалізації, який зберігає традиції і оновлює культурний потенціал через взаєморозуміння і згоду учасників комунікації [4].

Переданий, під час екскурсії, учасниками комунікації один одному зміст набуває характеру знання. У контексті теорії «комунікативної дії» деякі вчені у своїх дослідженнях розкривають функціональні можливості трьох елементів: 1) психолого-педагогічний потенціал екскурсії; 2) особистісно-орієнтована парадигма; 3) культуриний потенціал краєзнавчого музею [3, с. 84].

Таким чином, основним елементом в системі «краєзнавчий музей – заклад освіти» є психолого-педагогічний зміст екскурсії, яке включає в себе: по-перше, психічні процеси сприйняття екскурсійного матеріалу; по-друге, пізнавальне і виховне значення екскурсії; по-третє, дидактичне ядро (признаки, принципи, функції). Виняткова роль сучасної педагогічної концепції полягає, по-перше, в зміні змісту екскурсійної роботи, яка спрямована на реалізацію і самореалізацію закладеного в молодій людині особистісного потенціалу; по-друге, в активізації пізнавальної діяльності екскурсійних груп в культурно-освітньому просторі краєзнавчого музею, а екскурсант сприймається не як об'єкт впливу екскурсовода, а як рівноправний суб'єкт; по-третє, особистісно-орієнтована концепція забезпечує безперервність екскурсійно-краєзнавчого процесу в універсальній системі «краєзнавчий музей – заклад освіти».



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бакушинский А. В. *Музейно-эстетические экскурсии* / А. В. Бакушинский. – К. : Наука, 2009. – 288 с.
2. Галасюк С. С. *Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб.* / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 178 с.
3. Голубнича С. М. *Основи екскурсійної справи* / С. М. Голубнича. – Донецьк : ДІТБ, 2003. – 214 с.
4. Киселева М. А. *Экскурсия как наглядный метод обучения // Музееведение и историко-культурное наследие. Сб. статей. Кемерово: КемГУКИ, 2008. – Вып. 2. – С. 74-77.*

**О.Д. Король**

кандидат географічних наук, доцент,  
завідувач кафедри географії та менеджменту туризму,  
Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича  
м. Чернівці, Україна

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ МАРШРУТУ ТА ПРОГРАМИ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРУ НА ПРИКЛАДІ БУКОВИНИ

### **РОЗРОБКА МАРШРУТУ ТУРУ**

Екскурсійний тур – це туристична поїздка тривалістю більше одного дня, яка передбачає екскурсійне обслуговування. Її маршрут може пролягати через різні міста чи навіть країни, де туристи ознайомлюються з визначними пам'ятками. Крім того, під час цієї поїздки надається комплекс послуг: розміщення, харчування, транспортне обслуговування, супровід гіда та ін.

Розробка екскурсійного туру розпочинається з прокладання маршруту, що передбачає вибір дестинацій з урахуванням існуючої мережі шляхів сполучення та бажаної тривалості туру. При цьому обслуговуються такими критеріями, як наявність екскурсійних об'єктів та їхня пізнавальна цінність, транспортна доступність, забезпеченість туристичною інфраструктурою. Потім визначають порядок відвідування дестинацій, а також з'ясовують, які з них будуть екскурсійними, а які – туристичними. Екскурсійні дестинації відвідуються заради ознайомлення з визначними пам'ятками. Туристи перебувають тут від кількох годин до одного дня. Тому ці місця призначення повинні знаходитись у межах екскурсійного радіуса від туристичної дестинації або дорогою до неї. У туристичних дестинаціях група зупиняється на кілька днів, тобто тут здійснюється принаймні одна ночівля. Тому програма перебування в таких місцях потребує певної інфраструктури. Зокрема, в туристичних дестинаціях має бути хоча б готельно-

ресторанне підприємство. Тут також можуть проводитися екскурсії. Найголовнішим завданням, яке постає при розробці маршруту, є мінімізація витрат часу на переміщення та максимізація інформативно-пізнавальної цінності туру. Тобто варто охопити побільше цікавих місць і об'єктів, при цьому якомога менше перебувати в автобусі чи іншому транспортному засобі.

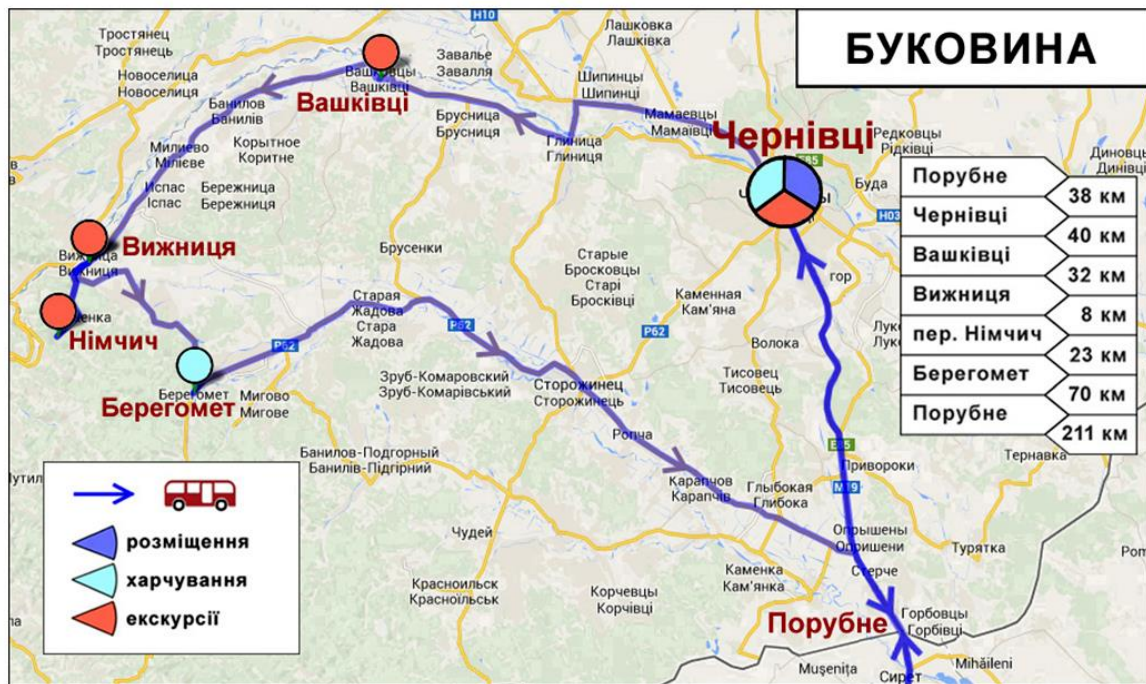


Рис. 1. Ділянка пізнавального маршруту міжнародного туру Буковиною.

Результатом розробки маршруту є його картосхема. На ній умовною лінією наноситься шлях руху туристичної групи із зазначенням напрямку та способу пресування – автобусом чи іншим видом транспорту. Цей шлях прокладається по існуючих транспортних артеріях через дестинації, які наносяться на карту пунсонами. Всередині кожного пунсону різнокольоровими секторами позначаються основні послуги, що надаються в тому чи іншому місці призначення. На схемі ще можуть зазначатися проміжні відстані та, навіть, швидкість руху автобуса на окремих ділянках. Прикладом може слугувати ділянка маршруту міжнародного туру Буковиною: Порубне → Чернівці → Вашківці → Вижниця → пер. Німчич → Берегомет → Порубне. Він розрахований на туристів із Румунії та може розглядатись як окремий вікенд-тур або українська ділянка транскордонного маршруту Чернівецькою областю та Сучавським повітом (див. рис. 1).

### **ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРУ**

Програма – щоденний розпорядок усіх заходів, що забезпечує туристичне підприємство та які включені у вартість поїздки. Вони,

насамперед, повинні задовольняти такі базові потреби подорожуючих, як сон та їжа. Тому до програми, насамперед, включаються послуги розміщення і харчування. Задоволення цих потреб має певний циклічний характер, який формує добовий режим туриста. Нічний час відводиться для сну, на що витрачається не менше 8-ми годин, а впродовж дня забезпечується триразове харчування. Це означає, що вночі туристи повинні перебувати в готелі, а нічні переїзди варто розглядати як виняток.

Забезпечуючи туристів послугами розміщення, потрібно зважати на розрахункову годину, що діє в готельному підприємстві. Найчастіше це 12:00. Щоб не була зарахована зайва доба, групу доцільно поселяти після розрахункової години, а виселяти до дванадцятої. При цьому враховуються нормативи часу на поселення в готелі (включаючи трансфер).

У години харчування туристи повинні знаходитися в ресторанных закладах. Сніданки та вечері, як правило, пропонуються в ресторані готелю. Обіди ж можуть організовуватися й на екскурсійних маршрутах, тому їх варто прокладати так, щоб в обідній час перебувати поблизу закладу харчування. Тобто обід доцільно замовляти там, де закінчується ранкова екскурсія й починається програма другої половини дня. Коли такої можливості немає, наприклад, десь у горах на природознавчих маршрутах, усіх туристів потрібно забезпечити сухим пайком.

Витрати часу на транспортне обслуговування також лімітуються. Варто пам'ятати, що метою туристів є екскурсії. Тому час проведений в автобусі не повинен перевищувати тривалість перебування в дестинації без врахування сну. Цей час залежить від відстаней, що долаються на маршруті. Для замських автобусних екскурсій загальна протяжність маршруту, як правило, не перевищує 250 км, тобто відстань до найвіддаленішого об'єкта не повинна бути більшою за 125 км – це так званий екскурсійний радіус. Переїзди між туристичними дестинаціями можуть бути протяжнішими. Значні відстані треба долати так, щоби день не перетворився на одну суцільну поїздку в автобусі. Зокрема, переїзд, що триває більше 4-5 годин, варто здійснювати у два етапи з проміжною зупинкою на перепочинок, де можна провести екскурсію. Тоді ця поїздка сприйматиметься туристами як екскурсійна – це так звані транзитні екскурсії. При організації транспортного обслуговування бажано уникати протяжних переїздів два дні поспіль. Цьому найкраще відповідає комбінований тип маршруту, в якому переїзди між туристичними дестинаціями чергуються з циклами замських екскурсій.

Іншою складовою програми обслуговування туристів є екскурсії. Екскурсійна програма має свої обмеження. Впродовж одного дня

доцільно проводити не більше двох екскурсій загальною тривалістю пізнавального процесу до 5 годин, а між ними варто робити перерву, зокрема на обід. Тому найпоширеніший варіант, коли зранку проводиться одна екскурсія, а після обіду – друга. Кількаденне перебування в DESTИНАЦІЇ передбачає проведення циклу екскурсій. Перший день, як правило, розпочинається з оглядової екскурсії містом, де зупинилися туристи, після чого настає черга тематичних екскурсій. Коли ж найцікавіші об'єкти в місті вичерпані, розпочинається цикл заміських екскурсій.

У програму обслуговування туристів також можуть включатися заходи, пов'язані з організацією дозвілля: відвідування розважальних закладів, перегляд театральних вистав, шопінг та ін. Вони не завжди входять у вартість туру, тобто пропонуються як додаткові заходи за окрему плату. Це так звана варіативна частина програми.

Програма туру складається у два етапи. Спочатку розробляється концептуальна програма, яка містить основну інформацію про маршрут і перелік заходів без розподілу по днях і годинах. Вона обговорюється з туроператором і гідями, які матимуть відношення до цього туру. Це зумовлено тим, що заздалегідь досить важко визначити конкретні графіки роботи музеїв, години проведення екскурсій, дати спектаклів і концертів тощо.

Наприклад, для дводенного вікенд-туру Північною Буковиною, маршрут якого розглядався раніше, концептуальна програма виглядатиме так:

- розміщення в 2-місних номерах готелю туристського класу (««««»»);
- харчування в ресторані готелю та на маршруті – напівпансіон (НВ);
- перевезення на маршруті туристичним автобусом (55 місць);
- трансфер автобусом по Чернівцях (за необхідності);
- супровід гіда зі знанням мови (румунської);
- екскурсії (румунською мовою):
  - 1) Чернівці – оглядова по місту (пішохідна);
  - 2) Чернівці – Резиденція митрополитів (пішохідна);
  - 3) Вашківці – монастир Св. Анни (заміська автобусна);
  - 4) Вижниця – оглядова з відвідуванням музею коледжу прикладного мистецтва (заміська автобусно-пішохідна);
  - 5) Буковинські Карпати – перевал Німчич (заміська автобусно-пішохідна);
- додаткові заходи – перегляд вистави театр-кафе «Голос» «Українські пісенні старожитності».

Після цього розробляється програма обслуговування туристів зі щоденним розпорядком усіх цих заходів і зазначенням конкретних підприємств (див. табл. 1).

Табл. 1.

Програма пізнавального туру Буковиною

I день – субота		II день – неділя	
12:00	Прибуття автобусом до Чернівців, поселення в готелі «Буковина».	8:00– 9:00	Сніданок у ресторані готелю та виселення.
13:00– 14:00	Обід у ресторані готелю.	9:00– 11:00	Автобусна екскурсія до Вашківців (монастир Святої Анни).
14:00– 17:00	Оглядова пішохідна екскурсія Чернівцями.	11:00– 12:30	Автобусно-пішохідна екскурсія до Вижниці (історичний центр і музей коледжу прикладного мистецтва).
17:00– 17:45	Екскурсія Резиденцією буковинських митрополитів.	12:30– 14:30	Автобусно-пішохідна екскурсія до Буковинських Карпат (перевал Німчич).
17:45– 19:00	Вільний час у старому місті.	14:30	Переїзд до Берегомета та обід у ресторані «Стіжок».
19:00	Вечеря в театр-кафе «Голос» з переглядом музичної вистави «Українські пісенні старожитності».	16:00	Від'їзд автобусом до Румунії.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Король О.Д. *Організація екскурсійних послуг у туризмі: навчально-метод. посібник.* – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2016. – 144 с.

**О.М. Котюкова**

*кандидат історичних наук, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи ННІ економіки і права Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького Черкаси, Україна*

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ МЕТОДИКИ ЕКСКУРСІЙНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ: 20-ТІ РОКИ ХХ СТ.**

В багатоплановій діяльності краєзнавчо-екскурсійних закладів у 20-х роках значне місце займала методична робота. Ґрунтуючись на засадах екскурсійної теорії, вона охоплювала широке коло питань, зокрема, збір та опрацювання тематичних матеріалів до текстів екскурсій, забезпечення постійного їх удосконалення, підготовку методичних рекомендацій з організації та проведення екскурсій, створення історико-революційних, суспільних, природничих, сільськогосподарських, виробничих екскурсійних циклів, застосування диференційного підходу в роботі з екскурсантами, видання довідкової літератури тощо.

Ці питання неодноразово обговорювалися на конференціях і нарадах працівників навчальних закладів шкільної та позашкільної освіти, краєзнавчих організацій, музеїв. Напрямки освітньої роботи вимагали якнайтіснішого зв'язку з життєвими процесами і екскурсії ставали важливим за формою засобом, з допомогою якого екскурсанта вводили в життєве оточення і надавали можливість безпосередньо з нього здобувати знання [5, С.17]. Б.Є. Райков в своїй праці «Методика і техніка проведення екскурсій», виданій в 1927 році, надавав слідує визначення екскурсій: «Під екскурсією ми розуміємо вивчення об'єктів в місцях їх природного знаходження (локальний принцип) і в зв'язку з пересуванням свого місця в просторі (моторний принцип). Ці два принципи тісно між собою пов'язані і складають сутність екскурсійного методу». Екскурсія визначалася, як особливий метод засвоєння знань шляхом наочного ознайомлення з конкретно визначеним об'єктом, за наперед визначеним планом. [3, С.36]. Екскурсійний метод своїм змістом охоплював все життя з його різноманітними сторонами. Як метод безпосереднього спостереження життєвих явищ, він починав все більше використовуватися і відтісняти лекційну систему політосвітроботи. Утверджувалася його велика ефективність в усіх напрямках людської діяльності та творчості. Наприклад, відмічалася, що екскурсія для фотоаатора – є найкращий спосіб виявити свої фотознання та художній смак і прикласти їх до практичної корисної роботи [2, С.36].

Використання різних форм і методів в роботі екскурсійних закладів базувалося на ґрунтовних наукових дослідженнях теоретиків екскурсійної справи: Б.Є. Райкова, М.П. Анциферова, В.А. Герда та ін. Їх праці поширювалися в Україні і використовувалися в роботі екскурсійних баз, екскурсійних комун, екскурсійних бюро. Теоретичні дослідження допомагали удосконалити зміст і організаційні форми методичної екскурсійної роботи. Наприклад, М.П. Анциферов в своїх методичних рекомендаціях розкривав такі питання: тема екскурсії, цільова постанова, до якого циклу, дисципліни відноситься тема, екскурсійні об'єкти, характер екскурсійної роботи (екскурсія: ілюстративна, спостерігаюча, навчально-дослідна), прийоми екскурсійної роботи; використання наочних посібників (карти, схеми, діаграми, плани, картини), склад групи, кількість екскурсантів, тривалість екскурсії, маршрут екскурсії з означенням всіх зупинок [1, С.151,152].

В методичних документах того періоду прослідковується пошук найбільш дійових методичних прийомів, використання яких допомагало керівникам екскурсійних груп глибоко розкривати підтеми екскурсії і систематизувати їх. В такому напрямку досить змістовно було розроблено програму історичної екскурсії по Харкову екскурсійною секцією музейно-виставочно-екскурсійного відділу Харківської губернської інспектури політичної освіти. Перш за все, в програмі було визначено маршрут, який розпочинався біля Університетської гірки – збірного пункту екскурсантів і далі охоплював визначні місця та пам'ятники Харкова: Університетську вулицю, корпуси університету, університетську церкву, площу Тевелева, соборну дзвіницю та інші. Програма складалася з трьох розділів: «Вступу», «Основної частини», «Висновку». В основу кожного розділу було покладено детальний виклад питань, які розкривали зміст екскурсії. Зокрема, від загальної характеристики міста в різні періоди та епохи до конкретного огляду історичних пам'яток. Наприклад, потрібно було розкрити такі питання: «Стародавні поселення на місці Харкова і домонгольський період», «Заснування Харкова», «Промисли і заняття населення в XVII-XVIII століттях», «Ярмаркова торгівля», «Харків на початку XIX століття», «Розвиток капіталізму в Харкові», «Зріст населення й розвиток міста в другій половині XIX століття». Рекомендувалося оглянути: картини та інші експонати музею Слобідської України, старовинні будівлі міста. Харківський Колегіум, як центр освіти XVII і XVIII століть, будинок губернського Присутствія тощо [4, арк.7,8]. Методичні рекомендації розроблялися для проведення різноманітних за тематикою екскурсій. В

кінці 20-х років на перше місце були поставлені – виробничі екскурсії.

Багато, наприклад, виробничих екскурсій проводило екскурсійне бюро Шевченківського округу, як міських так і позаміських. В місті Черкаси екскурсанти відвідували друкарню, тютюнову фабрику, ливарний завод, пожежну частину, склад сільськогосподарських машин, водогінний парк, пароплавну пристань, цегельний завод, хлібопекарню, депо станції Черкаси. Екскурсанти також ознайомлювалися з процесом виробництва сірникового заводу міста Кам'янка, фарфорового заводу міста Корсуня, цукрового заводу міста Сміли, парового млину міста Золотоноші, залізничних майстерень станції Бобринська. Черкаське екскурсійне бюро розробило «Методичні вказівки для виробничих екскурсій». В них відзначалося, що виробничі екскурсії є засобом масової виробничої освіти й виховання. Пропонувався певний порядок огляду і дослідження підприємства: 1) хронологічно-виробничий, тобто в такому напрямку, в якому працювало саме виробництво: від сировини до випуску фабрикату; 2) систематичний, більш складний, який проводився за детально розробленим планом, коли висхідним моментом дослідження ставало ознайомлення з готовими виробами, заключним моментом виробництва, або якою-небудь стороною виробництва – технічною, економічною, соціальною. Акцентувалась увага на висвітленні історії підприємства, його технічної та економічної еволюції [4, арк.14-17] Методичні програми допомагали розкривати найскладніші явища історичних, природничих, виробничих процесів, вивчати найсуттєвіші ознаки і властивості оточуючих предметів, як екскурсійних об'єктів, робити необхідні узагальнення й висновки. Екскурсійна методика охоплювала широке коло питань. Крім загальних методичних прийомів, спрямованих на розкриття теми екскурсії, окремо виділялися «спеціалізовані». Це, наприклад, такі прийоми, які сприяли активізації екскурсантів. І відмічалося, що увага екскурсантів, працює не з однаковим ступенем «напруги». Виходячи з цього, керівникам екскурсійних груп рекомендувалося наперед визначати найцікавіші місця екскурсії, насичені цінним матеріалом, а також «вміло співвідносити їх із логічними паузами» [5, арк.14-17].

Належне місце в методичній роботі відводилося використанню диференційного підходу в екскурсійному обслуговуванні. Підкреслювалося, що обслуговування без урахування культурного рівня екскурсійної групи негативно відбивається на виконанні завдань екскурсії [7, С.41]. Її зміст повинен був відповідати інтересам екскурсантів. З цією метою екскурсії розроблялися окремо для робітників, окремо для



службовців і окремо для селян. Екскурсійні заклади поступово напрацьовували широкий діапазон використання диференційованого підходу в екскурсіях різного спрямування. Наприклад, шевченківське окружне екскурсійне бюро розробило 4 варіанти проведення виробничих екскурсій, в залежності від «типу екскурсантів» [5, арк.14-17].

Значна увага приділялася не тільки безпосередньому проведенню екскурсій, але й організаційній стороні їх підготовки. Інспектурою Харківської окрполітосвіти була складена «Інструкція про проведення сільськогосподарських екскурсій». Її розсилали в усі райони і рекомендували до використання. Інструкція спрямовувала екскурсійну роботу на проведення місцевих екскурсій, з використанням місцевих екскурсійних об'єктів. Відповідно до сільськогосподарської тематики, такими об'єктами були: сільськогосподарські комуни, артілі, молочарні, зерноочисні пункти, кооперативи, цукрові заводи. Суттєвою була вказівка інструкції про те, що перед проведенням екскурсії потрібно наперед ознайомитися з екскурсійними об'єктами з метою вивчення питання, чи зможуть вони зацікавити ту чи іншу групу: «Необхідно, щоб перша екскурсія захопила учасників, щоб не було після неї розчарування». Далі визначалася робота організатора екскурсії, яка полягала в тому, що він повинен був намітити місце проведення екскурсії і добре з ним ознайомитися, знайти спеціаліста, який міг би надати «відповідні» пояснення, домовитися про день і час проведення екскурсії із завідуючими тих пунктів, де вона буде відбуватися. Організатору, також, рекомендувалося зустрітися з майбутніми учасниками екскурсії, провести з ними бесіду відповідно до теми екскурсії. Під час екскурсії організатор повинен був записувати свої враження і спостерігати, як впливає вона на селян. Ці записи зберігалися в для подальшого використання. Після закінчення екскурсії, організатор, в окремому зошиті, відмічав, коли і куди проводилася екскурсія, хто її організовував, хто робив пояснення, скільки чоловік взяло участь в екскурсії, скільки окремо було дорослих, селян, жінок, підлітків. З екскурсантами проводилася ще окрема бесіда, з метою відмітити всі позитивні та негативні сторони екскурсії [5, арк.77,78]. Невід'ємною частиною методичної роботи було складання різноманітних анкет для керівників груп, організаторів екскурсій та самих екскурсантів. Анкети допомагали визначити якість екскурсійного обслуговування, з метою його подальшого удосконалення. В анкеті для організатора екскурсій визначальними були запитання про те, чи були екскурсанти активними, чи задавали запитання, чи не зменшилась їх увага в кінці екскурсії, чи

користувався керівник групи наочними знаряддями (таблицями, діаграмами, листівками), яке залишилося загальне враження від керівника екскурсії [5, арк.71,72]. На двадцять запитань потрібно було відповісти в анкеті екскурсантам. Спочатку вони подавали відомості про себе, тобто, хто вони за соціальним складом (робітники, селяни, червоноармійці, службовці, інтелігенти), яка в них освіта. Далі сповіщали, чи це їх перше відвідування екскурсії, чи були вони раніше знайомі з темою екскурсії (на практиці, з книжок, з навчання у школі, тощо). Екскурсанти також відмічали наскільки були зрозумілими для них пояснення керівника, що нового вони впізнали і почули, описували загальне враження від екскурсії [5, арк.70].

Отже, 20-ті роки ХХст. в Україні стали важливим періодом становлення і активного впровадження методики, як важливої складової екскурсійної справи, що стало підґрунтям для її розвитку на сучасному етапі.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Анциферов Н.П. *Теория и практика экскурсий по обществоведению* / Н.П.Анциферов - Л.:Время, 1926. – 213с.
2. Григорович М.В. *Фотоамериканец на екскурсії* /М.В.Григорович // *Культуробітник*. – 1928. – №12. – С.36.
3. Гурвич Л.В. *Социалистическое строительство и пролетарский туризм* / Л.В. Гурвич – М.- Л.:ОГИЗ, 1931. – 42с.
4. ДАХО, ф.Р. 820, оп.1, спр.144.
5. ДАХО, ф.Р. 525, оп. 1, спр. 162.
6. *Екскурсійний довідник по Полтаві та Полтавській окрузі*. – Полтава: Поліграф, 1927. – 66с.
7. Френкель С. *Всеукраїнська екскурсійна нарада* /С.Френкель// *Культуробітник*. – 1928. – № 20. – С.41-42.

**І. Ю. Кульченко,**

*студент 2 курсу спеціальності 242 «Туризм»,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

**Науковий керівник – Коваленко О. В.,**  
*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи, Сумський державний педагогічний  
університет імені А. С. Макаренка*

## **ПРИРОДНО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ**

Сумщина знаходиться в північно-східній частині України, її обласний центр – місто Суми. Найбільшим курортним багатством області вважаються чисте повітря і велика кількість мінеральних джерел. Завдяки нескінченним лісам, особливо хвойним, місцеве повітря

наділений цілющими властивостями. Тому під час подорожі по Україні туристи отримують можливість оздоровитися за допомогою багатих природних ресурсів Сумського регіону [1, с. 34].

Крім благотворного місцевого клімату тут широко використовуються і мінеральні води. За своїм складом вони майже ідентичні широко відомої «Миргородській». На території Сумської області функціонує 7 пансіонатів, 5 санаторіїв і понад 30 будинків відпочинку.

Збираючись в тури по Україні треба обов'язково вибрати даний регіон, так як це унікальна можливість ознайомитися з незайманою природою цього краю. Дана область надзвичайно мальовнича, через неї протікає понад 130 річок, розташовано безліч озер і ставків, крім того тут знаходиться багато об'єктів природно-заповідного фонду всеукраїнського значення. У їх число увійшли: 3 пам'ятки природи, 10 заказників, 2 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва і 2 національних природних парків. Крім цього існує і безліч об'єктів регіонального значення: 2 ландшафтних парки, 54 заказники, 19 садових парків-пам'ятників, 29 заповідних урочищ, один ботанічний сад і 62 пам'ятника природи [2].

Збираючись в подорожі по Україні, варто пам'ятати, що Сумська область є найбільш малонаселеною в Україні, ця її особливість з точки зору екології – велика принада. Інфраструктура зеленого туризму на Сумщині ще слабо розвинена, але її потенціал досить великий, так як тут не бракує місць, придатних для відпочинку, а також місць для знайомства з історією краю. Так, наприклад, у пам'ятки Сумської області входить і степовий заповідник, названий Михайлівській цілиною. Його унікальність в багатому і барвистому різнотрав'ї. За час весняно-літнього періоду ця місцевість змінює свій вигляд 8-10 разів залежно від того, які види рослин квітнуть. Колихання цієї різнобарвної пишноти по вітру не залишить байдужою жодну людину [3, с. 71].

Також варто відвідати пам'ятку природи «яблуню-колонію» в м. Кролевець. Яблуня-кущ являє собою колонію з 15 пов'язаних між собою родинних дерев. Вік цієї пам'ятки природи понад 220 років. Унікальністю цього дерева є спосіб розмноження: гілки одного материнського дерева схиляються і врастають у землю, після чого з землі виростають нові дерева. Таким чином, яблуня-колонія розросталась і зараз займає територію площею 1 тис. кв.м. До речі, існує красива легенда, ніби яблуня сумує за своїм господарем Петром Сергійовичем Мещерським, могила якого розташована недалеко від яблуні

На території області, в найвіддаленіших її куточках, також можна знайти багато мальовничих руїн, старовинних церков та інших

пам'яток історії

Деякі тури по Україні включають в свою програму відвідування містечка Тростянець, яке відоме далеко за межами України. Це місто знаходиться в оточенні зелених лісів і лісопарків. Особлива увага приділяється урочищу «Нескучне». Знайти для себе щось цікаве тут зможуть і любителі містики, і просто бажаючі відпочити. Парк «Нескучне» має безліч озер із обладнаними поблизу них зонами відпочинку та пам'ятки для любителів цікавих фотографій. Наприклад, так званий Грот німф обов'язково приверне увагу любителів історії [4].

На території Сум і околиць окрім пам'яток природи, ще розташовано велику кількість історико-релігійних пам'яток. Так, тут досить вдало розташовані Іллінська, Петропавлівська і Воскресенська церкви, Мовчанський і Пантелеймонівський монастирі. Своєрідною історико-культурною перлиною Сумської області, яку дуже цікаво відвідати, є теж саме місто Тростянець. Тут розташовані такі чудові пам'ятники зодчества і садово-паркової архітектури, як Тростянецький Палац барона Кеніга, музей Шоколаду, Тростянецький дендропарк, Грот Німф та Круглий двір, де свого часу за князя Голіцина давали вистави в сюжетах давньогрецьких міфів.

Любителям історії та живопису в Сумській області можна порекомендувати відвідати місто Глухів. Тут інтерес представляє Фабрика художньої творчості, а також історико-культурний заповідник, розташований майже в центрі міста.

Ще одним з туристичних куточків Сумської області, куди варто вирушити допитливому туристу є місто Охтирка. Він має неофіційний титул «столиці українських нафтовиків». Біля міста зосереджено досить багато нафтових вишок. Але крім цього в Охтирці також варто подивитися унікальний комплекс Покровського собору, побудований в середині вісімнадцятого століття в стилі «єлизаветинського бароко». Місто Охтирка також славиться своєю кухнею, в місті досить багато закладів в етнічному українському стилі [5, с. 62].

На жаль, інфраструктура для зеленого туризму та екологічного туризму на Сумщині ще досить слабо розвинена, але її потенціал досить великий. Адже саме тут є місця, які підходять для відпочинку і відновлення життєвих сил.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Руденко В. П., Трофимчук О. М. *Український природно-ресурсний потенціал: Серія оцінкових картосхем / В. П. Трофимчук.* – К. : УІНС, 2009. – 186 с.
2. Корнус А. О., *Туристичні ресурси Сумської області та оптимізація шкільної туристської роботи. // Педагогічна Сумщина.* – 2009. - №2 – С. 16-21.

3. Андрієнко Т. Л. Заповідні скарби Сумщини / Т. Л. Андрієнко. – Суми: Видавництво «Джерело», 2011. – 208 с.
4. Руденко Л. Г. Фундаментальні географічні дослідження та їх прикладне значення у сучасних умовах.// Український географічний журнал. – 2003. - №1 – С. 44-51.
5. Леонтьєва Т. Г. Географія Сумської області / Т. Г. Леонтьєва. – Суми: Університетська книга, 2005. – 185 с..

**Л. М. Максименко**

*Кандидат наук з фізичного виховання і спорту  
Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка  
м. Суми, Україна*

## **ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ФЛОРБОЛУ У РЕКРЕАЦІЙНОМУ ТУРИЗМІ ДЛЯ ДІТЕЙ 5-6 РОКІВ**

Загальновідомо, що уже на ранніх етапах життя переважає гіподинамія, на другий план відходить активний спосіб життя. О. Конох [3], А. Timperio [6] наголошують, що для формування всебічно розвиненої особистості провідну роль відіграє рухова активність (РА). Зокрема, для дітей 5-6 років рухливі ігри на свіжому повітрі сприяють фізичному розвитку, фізичній підготовленості, а проведення на відкритому просторі, посилює оздоровчий вплив. Доведено, що рекреаційний туризм включає правильну організацію рухової активності, дотримання режиму дня і харчування, чергування праці й відпочинку сприяє попередженню виникнення функціональних порушень органів і систем і збереженню фізичного і психічного здоров'я дітей 5-6 років. [2].

У науково-практичній літературі дітей старшого дошкільного віку розділяють, в залежності від їхньої РА на три великі групи: діти з високим рівнем РА, середнім та низьким [4]. Для дітей із високим рівнем характерна гіперактивність, достатній рівень розвитку основних видів рухів, відрізняються підвищеною психомоторною збудженістю. Діти з середнім рівнем РА мають достатній рівень фізичної підготовленості і розвитку фізичних якостей. Їм властива врівноважена поведінка, гарний настрій, позитивні емоції, вміння зосереджуватися і бути уважними при виконанні рухових завдань, однак іноді у них відзначається слабка техніка рухів. Низький рівень РА – малорухливі діти. Їм притаманне відставання показників розвитку основних видів рухів і фізичних якостей від вікових нормативів, загальна пасивність, сором'язливість, образливість. Науковці акцентують увагу на відсутності інформації стосовно групових занять та індивідуальних підходів для дітей із різними ступенями рухової активності. Існує необхідність пошуку сучасних рекреаційних засобів, що сприяли б збереженню і зміцненню

здоров'я дітей із різними рівнями рухової активності [4; 6].

На думку О. Є. Конох, 2013-2014; Т. Ю. Круцевич, 2008-2017; В. М. Пасічник, 2012-2018; Н. В. Москаленко, 2013-2017; Н. Є. Пангелової, 2010-2016 одним із шляхів вирішення цієї проблеми є використання засобів спортивних ігор у рамках роботи дитячих закладів. Такий підхід дозволить виключити однобічність занять, відродити масову фізичну культуру, зміцнити здоров'я, сформувати моральну поведінку і ціннісні орієнтації, стимулювати активну участь у суспільному житті.

На нашу думку, підвищення рухової активності дітей 5-6 років багато в чому залежить від рівня наукової обґрунтованості пропонованих методів, форм і засобів фізичної культури. Правильно підібрані фізичні вправи можуть сприяти збереженню і зміцненню здоров'я, гармонійному розвитку всіх органів і систем. Переконані, популяризація рекреаційного туризму із використанням засобів спортивних ігор в літній період для дітей 5-6 років може створити сприятливий клімат для подальшої активної позиції в дорослому житті, занять фізичною культурою і спортом.

Особливий інтерес викликає спортивна гра флорбол, що має свою специфіку. Аналіз науково-методичної літератури з питань використання засобів флорболу у процесі фізичного виховання дітей старшого дошкільного віку свідчить про недостатню методичну забезпеченість. Вивчення питань стосовно використання засобів флорболу дозволило сформуванню основні переваги спортивної гри в освітньому процесі [1; 5]:

1. Флорбол – це безпечний вид спорту, як для самих гравців, так і для приміщень, тому що гравці грають ключками і м'ячами, виготовленими з пластикових матеріалів. Гра будується на принципах справедливості і коректності.
2. Флорбол сприяє функціональному розвитку, фізичній підготовленості та покращує психоемоційну сферу.
3. Для гри у флорбол можуть використовуватися будь-які майданчики з різним покриттям (земляним, дерев'яним, гумовим або асфальтовим), тобто можна з успіхом грати на невеликих дворових «п'ятачках», в хокейних «коробках», у будь-якому спортивному залі.
4. Флорбол не потребує громіздкого обладнання. Використовуються легкі травмобезпечні ключки вагою до 250 гр. і пластикові м'ячі вагою 23 гр. М'яч, ключка і спортивна форма – атрибути флорболу.
5. Флорбол – вид командного спорту, де в одній команді можуть грати різностатеві гравці.

6. Флорбол – цілорічний вид спорту. Гру можна організовувати як в закритих приміщеннях, так і на відкритих майданчиках.
7. Допускається зміна кількісного складу команди (від 3-х і більше) в залежності від розміру майданчика.
8. Флорбол – це динамічна і видовищна командна гра.
9. Правила гри доступні. Тривалість ігрового часу: ігровий час – 3 тайми по 20 хвилин із 10-хвилинними перервами для зміни воріт командами. У дитячій грі допустимо спрощений варіант: ігровий час 2 тайми по 10 хв. з 5-хвилинними перервами для зміни воріт командами. Силові прийоми в боротьбі за м'яч заборонено [1].

Метою фізкультурно-оздоровчих занять є зміцнення здоров'я старших дошкільнят переважно за допомогою використання засобів флорболу.

Відповідно до поставленої мети можна розв'язати основні завдання фізкультурно-оздоровчих занять із використанням засобів флорболу:

1. Виховні: виховання культури поведінки; формування ціннісних орієнтацій на фізичне і духовне вдосконалення особистості; сприяння формуванню світогляду, моральних основ особистості та активному самовдосконаленню; виховання дбайливого ставлення до власного здоров'я та здоров'я оточуючих; сприяння соціалізації дитини.
2. Навчальні: засвоєння відомостей щодо правил гри, її основних понять; вдосконалення основних рухів; навчання основним технічним прийомам флорболу.
3. Оздоровчі: зміцнення здоров'я; активізація розумової діяльності в процесі ігрової діяльності за рахунок рухової активності; гармонійний розвиток особистості дитини.

Організаційно-методичні умови реалізації фізкультурно-оздоровчих занять із використанням засобів флорболу для дітей 5-6 років передбачають: розробку змісту фізкультурно-оздоровчих занять, визначення форм і методів навчання, спрямованість педагогічних дій; професійну компетентність фахівців (інструкторів з фізичної культури); організацію предметно-розвивального середовища; опору на дидактичні та специфічні принципи навчання руховим діям і розвитку фізичних здібностей дітей; врахування закономірностей фізичного й психічного розвитку дітей старшого дошкільного віку.

Змістом занять можуть бути як традиційні засоби фізичного виховання дошкільнят (основні рухи, загальнорозвивальні і стройові вправи, рухливі ігри), так і елементи спортивної гри у флорбол (підвідні фізичні вправи, спеціальні вправи з ключкою), гра за спрощеними

правилами, що використовувались в залежності від етапів навчання.

Основними формами реалізації фізкультурно-оздоровчих занять із використанням засобів флорболу є: заняття з фізичного виховання (ігрові), фізкультурно-оздоровчі заходи в режимі дня (ранкова гімнастика, фізкультхвилинки), активний відпочинок дітей (фізкультурні свята), заняття фізичною культурою із участю батьків.

Використання засобів флорболу у рекреаційному туризмі передбачає відповідну етапність фізкультурно-оздоровчих занять (підготовчий, основний та підтримувальний, кожен з яких має свої завдання та зміст).

Підготовчий етап. Завдання: сформувані інтерес до гри флорбол; ознайомити з назвами елементів гри, спортивним інвентарем (ключкою і м'ячем) та безпечним їх використанням; навчити загальнопідготовчим фізичним вправам з ключкою і м'ячем; сприяти своєчасному фізичному розвитку, підвищенню рівня морфофункціонального стану, фізичної підготовленості, психоемоційної сфери дітей.

Основний етап. Завдання: навчити спеціально-підготовчим фізичним вправам; формувати техніку елементів гри флорбол; сприяти підвищенню рівня психофізичного стану; сприяти розвитку пізнавальних процесів і мовлення; формувати позитивні морально-вольові якості; сприяти соціалізації дітей.

Підтримувальний етап. Завдання: вдосконалювати техніко-тактичні дії в процесі гри у флорбол; підтримувати належний рівень морфофункціонального стану і фізичної підготовленості; сприяти подальшому розвитку особистості дітей.

Отже, рекреаційна спрямованість флорболу забезпечується великою різноманітністю рухових дій, що надають різнобічний вплив на організм дітей 5-6 років. Динамічний характер гри, постійно високе емоційне і фізичне напруження активізують захисні сили організму, підвищуючи його резервні й адаптаційні можливості. Суттєве значення має організація рухової активності. Тому регулярні фізкультурно-оздоровчі заняття із використанням засобів флорболу сприяють фізичному розвитку, фізичній підготовленості, позитивній психоемоційній сфері. Залучення дітей до цієї гри дозволяє цілеспрямовано і планомірно розвивати рухові координаційні, морально-вольові якості, удосконалювати функціональні можливості організму в цілому [1; 2; 5; 6].

Під час використання засобів флорболу у рекреаційному туризмі для дітей 5-6 років, перш за все, необхідно формувати у них інтерес до масової фізичної культури та до самостійних занять. Займатися спортом із метою досягнення високих спортивних результатів не рекомендується для даної



вікової категорії, але виконувати спеціальні фізичні вправи, розучувати спеціальні фізичні вправи спортивного характеру та програвати елементи змагань не тільки можливо, але й доцільно. У рекреаційному туризмі при організації фізкультурно-оздоровчих занять із використанням засобів флорболу обов'язково потрібно правильно враховувати вікові особливості дітей, їх фізичний розвиток і фізичну підготовленість.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Быков А. В. *Методические особенности начального обучения во флорболе : автореф. дисс. ... канд. пед. наук : спец. 13 00 04. Санкт-Петербург. 2007. 23 с.*
2. Зорин И. В., Квартальнов В. А. *Энциклопедия туризма: Справочник. М. : Финансы и статистика, 2003. 368 с.*
3. Конох О. Є. *Комплексне використання засобів спортивних ігор у підвищенні фізичного стану дітей 5-6 років : автореф. дис. ... канд. наук з фізичного виховання і спорту: 24.00.00. Дніпропетровськ. 2014. 24 с.*
4. Рунова М. О. *Рухова активність дитини в дитячому садку: Посібник для працівників дошкільних закладів, викладачів і студентів педвузів і коледжів: Пер. з рос. мови. / М. О. Рунова. Х. : Ранок, 2007. 192 с.*
5. Шульгина Е. В. *Организация занятий флорболом в дошкольном образовательном учреждении. Детский тренер. 2007. №7. С. 126–146.*
6. Timperio A., Salmon J., Ball K. *Evidence based strategies to promote physical activity among children, ado-descents and young adults: Review and update. Journal of Science and Medicine in Sport. 2004. Volume 7. P. 20–29.*

**Міндріган Василе,**

*доктор педагогічних наук, доцент  
завідувач кафедри плавання та туризму,  
Державний університет фізичної культури та спорту,  
м. Кишиневу, Молдова;*

**О. В. Коваленко**

*кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕСПУБЛІЦІ МОЛДОВА**

Туризм – один з важливих секторів економіки, що охоплює різноманітну гаму різних приватних і державних підприємств, які приносять економічну і соціальну вигоду і відкривають нові робочі місця. Незважаючи на те, що республіка Молдова займає невелику площу, вона має значний потенціал для розвитку туризму, представлений геоморфологічними особливостями її території, включаючи всі природні пам'ятки, ландшафтні заповідники, природні заповідники і геологічні пам'ятки європейської та світової значущості.

Пріоритетними формами туризму в Молдові є сільський, виноградарсько-виноробний, культурний та лікувально-оздоровчий туризм [1].

Сільський туризм користується особливою популярністю. У сільському середовищі Республіки Молдова, її сільськогосподарські спільноти і мальовничі села є важливим джерелом для:

- надання послуг по традиційному розміщенню відвідувачів в сільських умовах;
- надання відвідувачам можливості брати участь в сільських роботах і захопленнях;
- ознайомлення з місцевим фольклором, місцевими розвагами та традиціями;
- подання народних ремесел з можливістю брати участь в процесі цих робіт;
- надання можливості придбати предмети, виготовлені народними майстрами.

Виноградарсько-виноробний туризм. Виноградники також є важливим об'єктом туризму в сільському секторі. Вироблені в Республіці Молдова вина, завдяки своїй якості, користуються попитом на міжнародному рівні. У республіці функціонують 142 винзаводи, 23 з них мають досвід прийому відвідувачів. Тут туристам надається можливість ознайомитися з технологією виробництва вина, спостерігати процес розливу вин і, зрозуміло, дегустувати кінцевий продукт.

Республіка Молдова, як виноградарсько-виноробна країна, пропонує відвідувачам багатий вибір маршрутів: винні погребі та підземні міста, винотеки, підприємства первинної обробки вина, з виробництва шампанських вин, хересу, бальзамів та ін. Винзаводи спільно з оточуючими їх виноградниками є частиною туристичного маршруту «Винний шлях в Республіці Молдова» і представляють важливу мотивацію для відвідування країни. Вони є засобом просування кращого молдавського туристичного продукту.

Культурний туризм. Республіка Молдова має багату культурну спадщину. Найбільш ранніми пам'ятниками культури, що збереглися є залишки гето-дакських поселень і римських фортець. Залишки середньовічних фортець, археологічні комплекси, такі як Орхеюл Векь, скельні монастирі, поміщицькі садиби і селянські хати представляють найрізноманітніші видовища для туристів. Всього існує 140 пам'яток культурної спадщини, які можуть бути включені в туристські маршрути. У Республіці Молдова існує 87 музеїв. Ці музеї є спеціалізованими,

проте не менше 20 з них можуть бути запропоновані широкому загалу. Більшість музеїв Республіки Молдова розташовано в будівлях, що мають особливе архітектурне значення.

Складовою частиною національного туристичного продукту є різноманітність культур різних регіонів країни. Республіка Молдова є сумішшю національностей і культур з безліччю традицій, мов, різноманітністю фольклору, кухні та ін. В республіці є близько 880 фольклорних гуртів. Багато з них відображають традиції, характерні для регіону, і свої етнічні традиції. Важливе значення для розвитку туризму має національне декоративно-прикладне мистецтво, з точки зору як культурної, так і економічної цінності.

Республіка Молдова має багатим і різноманітним потенціалом для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Санаторії та бази відпочинку пропонують необхідні умови для лікувально-оздоровчого туризму.

Джерела лікувальної мінеральної води в Республіці Молдова також мають велике значення для бальнеологічного лікування. Існуючі в Республіці Молдова бальнео-кліматичні курорти, такі як «Bucuria-sind», «Вадул луй Воде», «Codru», «Хиржеука», «Келерашь», «Nufărul alb», «Кахул», мають величезний туристський потенціал.

За останні роки властями республіки було прийнято багато заходів для стимулювання ділової активності компаній у сфері туризму, зокрема, заходи щодо зменшення бюрократії. Йдеться про спрощення процедури в'їзду в Молдову для іноземних громадян, скорочення кількості звітів, числа дозвільних документів. В даний час в процесі обговорення на парламентській платформі знаходиться проект нового закону про туризм.

У минулому році республіка Молдова увійшла в топ-5 держав, які найбільш швидко розвивають туристичну галузь. Сьогодні Молдова стає все більш привабливою для туристів. Про це свідчать дані Національного агентства по туризму за 2018 рік, згідно з якими Молдову відвідали близько 3,8 мільйонів гостей.

У 2018-му році організація по туризму при ООН привласнила Молдові статус Всесвітньої столиці винного туризму. У зв'язку з чим в країні вже готують цікаві тури та фестивалі. Як повідомив журналістам голова Національного агентства з туризму Станіслав Русу, на сьогоднішній день Молдова найбільш приваблива для туристів з Європи і Америки, але також активно розвивається співробітництво в сфері туризму з СНД та КНР [2].

В останні роки республіка продемонструвала прогрес в галузі туризму, зокрема винного. За останні кілька років кількість винних місць, які пропонують для відвідування туристам, зросла на 30%. Вони різні і відрізняються один від одного. Також виявилися не марними зусилля на рівні держави. Під егідою Міністерства економіки разом з партнерами з розвитку була запущена національна кампанія «Будь нашим гостем», яка виявилася результативною. Якщо три роки тому Молдова була незнайомим напрямком для європейського туриста, то на сьогоднішній день вона увійшла в топ-10 напрямків, які рекомендовані для відвідування. Республіка Молдова цікава зарубіжним туристам унікальними об'єктами, які не знайдеш у інших виноробних країнах. Це знамениті підвали, і, звичайно, колекції вина, одна з яких навіть потрапила в Книгу рекордів Гіннеса, як найбільша в світі.

За даними Агентства з інвестицій, в 2018 році кількість іноземних туристів, які відвідали Молдову, збільшилася на 50% в порівнянні з 2017 роком. При цьому зростає інтерес до винному напрямку – кількість туристів, які приїхали в республіку, щоб ознайомитися з виноробством, зросла на 20%.

Також Молдова приваблює гостей своїми традиціями, якісними винами та смачною їжею з натуральних продуктів. Присутній і такий феномен, як медичний туризм. Громадяни інших держав приїжджають в Молдову за послугами лікарів, які тут значно дешевше, ніж в тих же західних країнах.

Розвиток туристичної галузі в республіці фінансує держава. Більше коштів вкладається в так званий агротуризм – для гостей організують подорож в глибинку з зануренням в сільській побут.

Незважаючи на всі ці позитивні моменти, фахівцям сфери туризму республіки Молдова ще належить багато працювати. Як показує статистика в середньому в світі на частку туризму припадає до 10% ВВП. У розвинених країнах, де туризм є основним джерелом доходу, внесок у ВВП сягає чверті від всього бюджету. У Молдові прямий внесок туризму в економіку держави в 2018 році склав лише близько 1% від внутрішнього валового продукту. За прогнозами експертів, до 2027 року в цій сфері буде в обігу близько 100 мільйонів доларів, а її частка в ВВП складе близько 1,2%.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Республіка Молдова. Офіціальна сторінка / Туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.moldova.md/ru/content/turizm>
2. Sputnik Moldova / Moldavian [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.sputnik.md/society/20180424/18761502/Moldova-pridumali-kak-privlech-turist.html>

**С. В. Носач,**  
*студент 2 курсу спеціальності 242 «Туризм»,  
Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка  
м. Суми, Україна*

**Науковий керівник – Коваленко О. В.,**  
*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи, Сумський державний педагогічний  
університет імені А. С. Макаренка*

## **ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА СУМСЬКОГО РЕГІОНУ В СФЕРІ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ**

В контексті побудови соціально-орієнтованої моделі економіки до національних пріоритетів належить розвиток туристської галузі, оскільки вона характеризується високою прибутковістю. Але державний підхід до цієї галузі як до сектору сфери послуг та неефективне використання наявного туристського потенціалу регіонів України призводить до втрати можливостей розвитку цієї галузі [2, с. 4].

Разом з тим, проблеми формування та використання екскурсійного потенціалу з урахуванням особливостей глобалізації та інтеграції поки що комплексно не вирішені. Це обумовлює актуальність теми та необхідність формування екскурсійного потенціалу регіонів та міст України із стратегічним вектором на прискорене економічне зростання та розробки механізмів його практичного використання в сучасних умовах.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані наступні завдання:

- узагальнення наукових публікацій щодо визначення сутності екскурсійного потенціалу регіону та його структури;
- розробка заходів для активізації використання екскурсійного потенціалу.

Екскурсійна складова як одна з соціально-орієнтованих галузей національної економіки України є однією з найважливіших щодо підвищення та розвитку інтелектуального потенціалу нації, з одного боку, а з іншого – важливим каталізатором інфраструктурного розвитку міст та підвищення економічної ефективності туристських підприємств, які надають екскурсійні послуги [1].

Поняття екскурсійного потенціалу можна розглядати з двох сторін. У широкому розумінні екскурсійний потенціал – це поліструктурне утворення, яке складається з багатьох компонентів: матеріально-технічної бази туристських підприємств, інвестиційної, інфраструктурної, інтелектуальної, інформаційної, кадрової складових.

У вузькому значенні екскурсійний потенціал являє собою сукупність історико-культурних ресурсів та відповідних установ, які задовольняють пізнавальні потреби екскурсантів.

Проте в більшості робіт поняття екскурсійного потенціалу окремо не виділяється. Здебільшого воно розглядається як частина загального туристського потенціалу, що є негативним з точки зору деталізації обліку ресурсів та відповідного їх недовикористання. Також розгляду потребує і структура екскурсійного потенціалу [3, с. 9].

На сьогодні існує нагальна потреба дослідження скритих можливостей на рівні окремих туристських дестинацій, зокрема екскурсійно-привабливих міст. Наочне зображення схеми екскурсійного потенціалу міста наведено на рисунку 1.

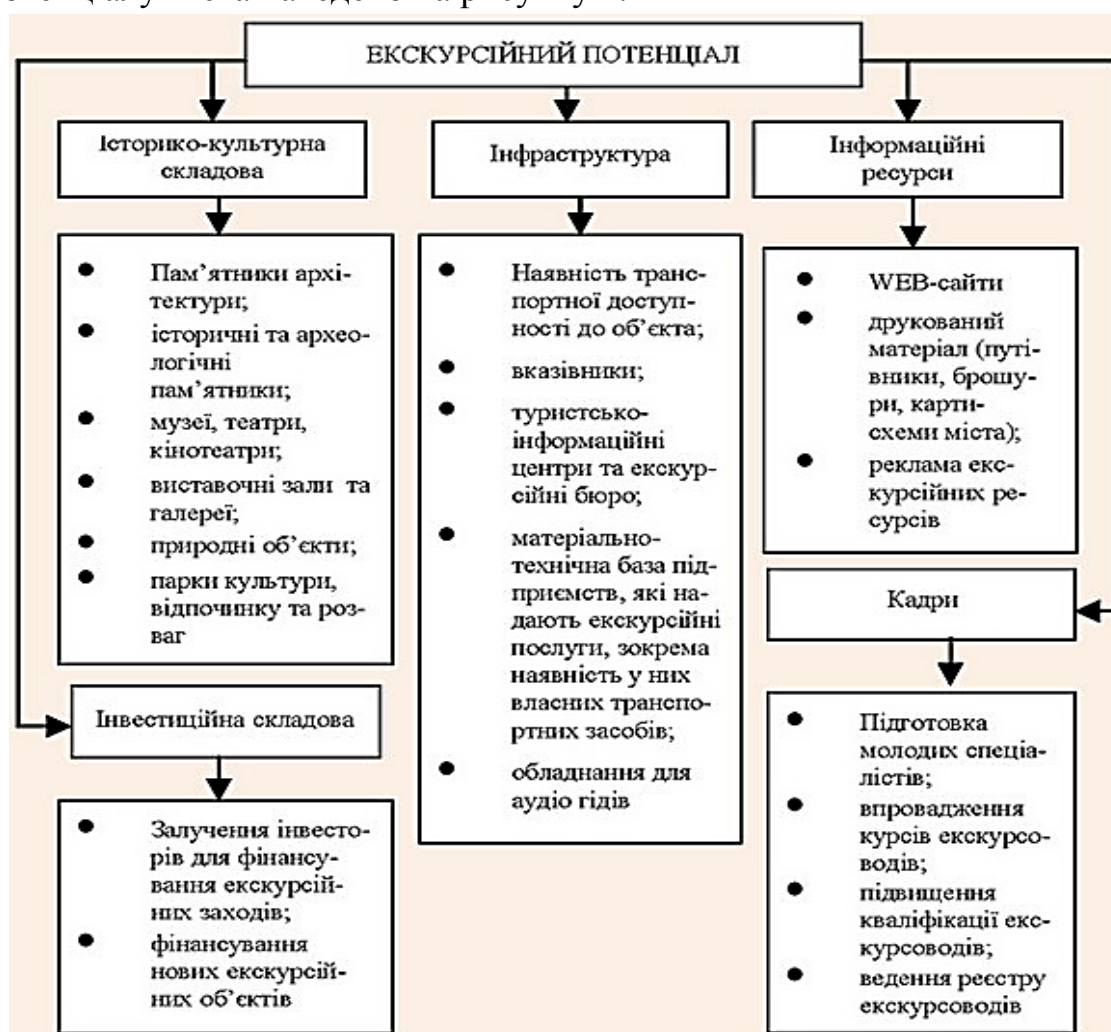


Рис. 1. Структура екскурсійного потенціалу міста Суми

Ефективність реалізації потенціалу міста базується на формуванні дієздатного організаційно-економічного механізму з урахуванням інтересів всіх зацікавлених сторін. Проте на сьогодні можна сформулювати лише основні принципи роботи такого механізму, а саме: комплексність, збалансованість та пропорційність, адаптивність та

пріоритетність, стійкість, субсидіарність, історизм, перспективність та динамізм. Система принципів доповнена принципом взаємодії, який передбачає синергійний підхід з боку регіональних органів влади та бізнесового середовища у проведенні політики активізації використання туристсько-екскурсійного потенціалу [5, с. 11].

З одного боку, потрібна децентралізація управлінських функцій, а з іншого – всебічна підтримка підприємницьких структур, котрі сприяють максимальному задоволенню потреб споживачів у відповідних послугах. Практична реалізація вищенаведених принципів дозволить значно підвищити рівень використання потенціалу, а отже спрямувати його у відтворювальні процеси з метою підвищення ефективності функціонування продуктивних сил України.

На основі використання зазначених принципів сформульовані наступні заходи щодо активізації екскурсійного потенціалу міста Суми [4]:

- головним напрямком повинна стати розробка заходів щодо залучення екскурсантів;
- надання організаційної, методологічної, інформаційної підтримки суб'єктам туристсько-екскурсійної галузі;
- розробка та постійне оновлення інформаційного веб-сайту про екскурсійні можливості регіону;
- проведення рекламно-інформаційної діяльності, направленої на формування іміджу;
- створення туристсько-екскурсійних інформаційних матеріалів;
- забезпечення сталого розвитку інфраструктури міста відповідно до законодавства України та норм міжнародної практики;
- комплексне використання історико-культурної спадщини;
- створення сприятливих умов для розвитку матеріально-технічної бази шляхом залучення інвестицій для реконструкції та підтримки в належному стані ресурсів;
- створення нових екскурсійно-привабливих об'єктів;
- сприяння створенню міського туристсько-інформаційного центру, а також екскурсійних центрів та бюро;
- створення нових та оновлення існуючих екскурсійних маршрутів;
- активізація співпраці комунальних закладів міста, таких як туристсько-інформаційний центр, та туристсько-екскурсійних підприємств;
- привласнення містам відповідного статусу, наприклад, «Екскурсійний центр Східної України».

Все вищевикладене сприятиме раціоналізації використання екскурсійного потенціалу міста.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Горин Г.В. Рекреаційно-туристичний потенціал Західного регіону України та структурні зрушення в його освоєнні / Г.В. Горин // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2011. – Вип. 21.3. – С.62–68.
2. Мархонос С.М. Регіональні аспекти використання ресурсного потенціалу туристичної сфери України: автореф. дис. ... канд. географ. наук: 11.00.02 : захищ. 25.10.10 / Світлана Миколаївна Мархонос. – К., 2010. – 20 с
3. Самко О.О. Стратегічні імперативи нароцунвання та активізації використання туристичного потенціалу регіону: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05 : захищ. 25.01.11 / Олеся Олександрівна Самко. – Чернігів, 2010. – 18 с.
4. Сергєєва Л.Н. Визначення ефективності впровадження стратегії розвитку регіону на основі результатів моніторингу / Л.Н. Сергєєва, О.А. Теряник // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 6. – С.141–147.
5. Шабардіна Ю.В. Рекреаційний потенціал як складова продуктивних сил регіонального економічного простору: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05: захищ. 25.03.11 / Юлія Володимирівна Шабардіна. – Чернігів, 2011. – 20 с.

**Х. О. Павлюк,**

*Студентка 4 року навчання,*

*Кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

**В.В. Гордієнко**

*кандидат економічних наук,*

*старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ**

Багато підприємств і організацій беруть участь в обслуговуванні туристів, отримуючи при цьому значні прибутки, що дозволяє говорити про туризм як про галузь бізнесу. Комерційна спрямованість діяльності туристичних підприємств, глибока проробка багатьох аспектів, пов'язаних із залученням і обслуговуванням туристів, від планування і підготовки маршрутів до будівництва спеціалізованих комплексів, від роботи з клієнтами до розвитку інфраструктури окремих регіонів - дозволяє віднести туризм до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваг, бізнесу [4].

Отже, туристична індустрія – це сукупність виробництв різних галузей господарства, закладів культури, освіти, науки, що забезпечують створення матеріально-технічної бази туризму, підготовку кадрів та



процес виробництва, реалізації і споживання туристичного продукту на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства.

Закон України «Про туризм» у статті першій дає таке визначення: «Туристична індустрія – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів» [1].

Індустрія туризму достатньо диференційована і дає різноманітні можливості для організації найвишуканіших подорожей. Практично будь-який запит туристів може бути задоволений через ринок туристичних послуг.

Туристичний ринок - система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристсько-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотного перетворення грошових коштів на туристсько-екскурсійні послуги.

Туристичний ринок, як і всі інші ринки, функціонує на основі дії законів попиту і пропозиції. Туристичний попит-це суспільна потреба в туристичному продукті. Туристична пропозиція – сукупність виробничих можливостей підприємств, спроможних надати туристичний продукт. В поняття «туристична пропозиція» входить як матеріальна база туризму, так і туристичні послуги, товари, якісне і повне надання яких можливе тільки при достатньому розвитку інфраструктури відпочинку.

Туристичний ринок – економічна система взаємодії чотирьох основних елементів:

- туристичного попиту;
- пропозиції туристичного продукту;
- ціни;
- конкуренції.

Сучасний туристичний ринок достатньо розвинутий. Як і будь-який інший ринок, туристичний ринок свого часу пройшов шлях від ринку продавця, коли виробник вирішує, який продукт, в якій кількості виробляти і де продавати, до ринку покупця, коли покупець визначає, що, в якій кількості і по якій ціні виробляти [ 3 ].

У широкому розумінні, ринок є цариною прояву економічних відносин між людьми, які виникають у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання. Розширене трактування розкриває дуже важливий аспект ринку, який дає змогу визначити його місце і роль у процесі відтворення: ринок забезпечує органічний зв'язок між виробництвом і

споживанням, перебуває під їхнім впливом і сам впливає на них. На ринку виявляються реальні обсяги та структура різноманітних потреб, суспільне значення виробленого продукту і витраченої на його виготовлення праці, встановлюється співвідношення між попитом і пропозицією, яке формує певний рівень цін на товари та послуги. Окрім спеціальної функції забезпечення руху товарів та послуг від виробника до споживача, ринок виконує в економічній системі суспільства регулятивно-контрольну та стимулюючу функції. Світовий досвід свідчить, що ринок є найбільш досконалим інструментом саморегуляції суспільного виробництва.

Стимулююча функція ринку полягає в тому, що він ініціює виробництво саме тих товарів та послуг, які потрібні споживачам. Наприклад, туристичний ринок зорієнтований на конкретного споживача, на його побажання, смак, звичку, мету подорожі. Через механізм конкуренції туристичні послуги розширюються в асортименті, поліпшується їх якість, знижуються витрати на виробництво, вони надаються споживачу в комплексі чи вибірково [ 5 ].

Процес просування туристичних послуг до кінцевого споживача складний, нерідко не передбачає безпосереднього зв'язку між ними. В процесі просування туристичні послуги комплектуються в туристичний продукт (через туроператора) і через систему дистриб'юції (через тур-агентства) доводяться до споживача. Якщо розглядати туристичний ринок із позицій його суб'єктного складу, то можна виділити п'ять основних типів ринків:

- ринок виробників туристичних послуг - сукупність підприємств і фізичних осіб, що закупають товари та послуги для використання їх у виробництві інших товарів та послуг;
- ринок проміжних продавців (посередники, тур-агенти) – сукупність осіб та організацій, які стають власниками послуг для перепродажу із зиском для себе;
- ринок споживачів – окремі фізичні та юридичні особи, які отримують послуги для особистого споживання;
- ринок громадських установ, які купують послуги для забезпечення діяльності різних некомерційних організацій;
- міжнародний ринок – зарубіжні покупці, споживачі, виробники, проміжні продавці.

Туристичний ринок як сфера обміну послуг має свої просторово-територіальні межі. З урахуванням останніх, а також масштабів обміну можна виділити місцевий, регіональний, національний, транснаціональний

і світовий ринки. Кожному з них притаманні власні специфічні риси, зумовлені місткістю ринку, різновидами послуг, особливостями інфраструктури, рівнем цін та іншими чинниками. Поряд із визначеними законодавством України нормами і правилами господарювання та юридичної відповідальності в ринковій економіці сформувалися і широко використовуються у підприємницькій діяльності загальновизнані принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку [ 2 ] .

Особливе місце займає принцип соціального партнерства, який впливає з того, що підприємство як соціально-економічна цілісність водночас є складовою частиною свого зовнішнього оточення. Тому разом із суто економічними функціями з виробництва продукції і послуг та одержання завдяки цьому максимально можливого прибутку підприємство зобов'язане постійно опікуватись питаннями соціального розвитку не тільки свого трудового колективу, а й місцевого населення. Соціально відповідальна поведінка всіх суб'єктів господарювання сприяє можливості узгодження своїх дій в суспільстві, надійному партнерству з іншими суверенними соціальними верствами і групами, державними і громадськими організаціями. Іншим важливим принципом поведінки на ринку є принцип свободи підприємництва, який забезпечується певними правами підприємства. Головні з них - ініціатива і самостійна економічна діяльність, самостійний вибір виробництва послуг та прийняття будь-яких господарських рішень, свобода ціноутворення та право вільного розпорядження майном та прибутком та ін.

Розглядаючи туристичне підприємство та його діяльність на ринку, необхідно мати на увазі, перш за все, ті підприємства, основною метою яких є надання туристичних послуг, решта видів діяльності - супутні, побічні. Але і в цьому випадку не всі підприємства чи організації можна назвати туристичними, оскільки вони можуть діяти як на комерційній, так і на некомерційній основі. Метою комерційної діяльності туристичного підприємства є отримання прибутку завдяки наданню різних видів туристичних послуг та задоволення в них потреб клієнта. Некомерційними організаціями можуть бути профспілки, інші підприємства та організації, які використовують туристичний продукт для власного споживання. Економічна діяльність у галузі туризму полягає в забезпеченні ефективного використання наявної та створення нової матеріально-технічної бази туризму, збільшення валютних надходжень до бюджету держави, кооперування коштів суб'єктів туристичної діяльності, зайнятості населення, задоволення його різноманітних потреб. Основні завдання економічної діяльності такі:

- створення туристичного продукту та надання туристичних послуг,
- формування ринку туристичних послуг,
- удосконалення інфраструктури туризму,
- розвиток внутрішнього та іноземного туризму [ 6 ] .

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Закон України «Про туризм» (15 вересня 1995 р.). - К., 1995.
2. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма. - Москва, 2000.
3. Державна програма розвитку туризму в Україні до 2010 року. -Київ, 2002
4. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.tourism.org.ua>. - 2011.
5. Український туристичний портал, - Режим доступу: <http://www.turkrajna.info.news>.
6. Сайт інформаційного центру Україна-2012 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.Ukraine2012.gov.ua>. -2011.

**Н.П. Перезва,**  
студентка 949 групи  
кафедри туризму та готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,  
м. Суми, Україна

**І.С. Зігунова**  
кандидат педагогічних наук, доцент,  
завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,  
м. Суми, Україна

## **СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО ПРОДУКТУ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Екскурсійна діяльність має понад столітню історію свого розвитку, але підвалини екскурсійної теорії та практики, як і туризму, мають глибоке історичне коріння. Сучасні форми екскурсійної діяльності закладалися давніми мандрівниками, які поширювали відомості про навколишній світ, пробуджували цікавість у широкого загалу до культури та історичної спадщини різних народів. І сьогодні екскурсійна діяльність, як специфічний вид діяльності людини з надання екскурсійних послуг, дозволяє реалізувати пізнавальну функцію туризму. Разом с цим, екскурсійна діяльність – окрема форма просвітницько-дозвіллевої діяльності серед населення [5].

Екскурсії відіграють важливу функціональну роль у задоволенні рекреаційних потреб людини: духовних, естетичних, інформаційних. Вони дозволяють моделювати рекреаційну діяльність людини, пов'язану

з пізнанням навколишнього світу: особливостей природи, сучасних та історичних подій, елементів побуту, традицій, вірувань, творчих здобутків людства.

Екскурсія є основною складовою інформаційно-екскурсійної роботи з туристами і водночас однією з найефективніших форм засвоєння знань.

Розширення знань людини, її кругозору в процесі екскурсії зумовили її загальноосвітню та культурно-просвітню функції. Формування певних світоглядних концепцій під впливом участі в екскурсіях характеризують культурно-виховну функцію екскурсії. Не слід забувати, що екскурсія виступає також у формі організації дозвілля й відпочинку з активними елементами пізнання. Екскурсії можуть бути метою туристичної подорожі (пізнавальний туризм) або змістом праці, формою організації бізнесу (екскурсійні фірми, бюро тощо).

Завдання екскурсії – сприяти поширенню наукових знань – реалізується завдяки тому, що зміст екскурсії викладається відповідно з відомостями певної галузі сучасної науки. Тільки за умови, що факти, події, теоретичні положення даються в науковому трактуванні, висвітлюються з урахуванням досягнень тих наук, до яких вони мають відношення, екскурсія здатна формувати адекватний сучасності світогляд[1].

Також одним із завдань екскурсії – виробити у екскурсантів відношення до теми екскурсії, діяльності історичних осіб, подій, фактів, в цілому до матеріалу екскурсії і дати їй свою оцінку.

В ході екскурсійного процесу екскурсовод допомагає екскурсантам побачити об'єкти, на основі яких розкривається тема (перше завдання), почути про ці об'єкти необхідну інформацію (друге завдання), відчувати велич подвигу, значення історичної події (третє завдання), оволодіти практичними навичками самостійного спостереження і аналізу екскурсійних об'єктів (четверте завдання). У рішенні останньої задачі велике місце займає формування уміння бачити[3].

Значна частина інформації під час екскурсії підтверджується показом об'єктів. Крім того, екскурсанти мають надзвичайно унікальну можливість відчувати атмосферу навколо певного об'єкта, свою причетність до явищ, які надихали художників і прекрасних видів, що збагачують емоційне відчуття прекрасного функція організації культурного дозвілля [1].

Екскурсія має свої особливості в організації та методиці проведення, які відображені в її ознаках. Вони свідчать про подібність з іншими формами пізнання чи ж підкреслюють її суттєві відмінності від них.

Загальновизнаними ознаками для всіх екскурсій є:

1. Тривалість проведення від однієї академічної години (45 хв.) до одного дня.
2. Наявність екскурсантів (групи чи індивідуалів).
3. Наявність екскурсовода.
4. Наочність, первинність зорового сприйняття та супровідний характер розповіді
5. Пересування учасників екскурсії за заздалегідь встановленим маршрутом.
6. Цілеспрямованість пізнавального процесу.

Крім цих загальних ознак, у кожного виду екскурсій є свої специфічні:

- в автобусних – обов'язковий вихід з автобуса для огляду пам'яток;
- у музейних – знайомство з матеріалами, розташованими на стендах;
- у виробничих – демонстрація об'єктів у дії (верстатів, механізмів та ін.) [4].

Створення нової екскурсії з будь-якої теми – складний процес, що вимагає активної участі цілого колективу працівників.

У роботі з підготовки нової екскурсії можна виділити два основні напрями:

- розробка нової теми екскурсії (нової взагалі або нової тільки для даної екскурсійної установи);
- підготовка екскурсовода, починаючого або вже працюючого, до проведення нової для нього, але вже раніше розробленої і екскурсії, що проводиться в даній установі.

Підготовка нової екскурсії проходить три основні ступені:

- Попередня робота – підбір матеріалів для майбутньої екскурсії, їх вивчення
- Безпосередня розробка самої екскурсії включає: складання екскурсійного маршруту; обробку фактичного матеріалу; роботу над змістом екскурсії, її основною частиною, що складається з декількох основних питань; написання контрольного тексту; роботу над методикою проведення екскурсії; вибір найбільш ефективних методичних прийомів показу і розповіді під час проведення екскурсії; підготовку методичної розробки нової екскурсії; написання екскурсоводами індивідуальних текстів.
- Завершальний ступінь – прийом (захист) екскурсії на маршруті. Затвердження нової екскурсії керівником екскурсійної установи,

допуск екскурсоводів, що захистили свою тему, до роботи на маршруті[2].

За темою екскурсії складається перелік книг, статей у періодичних виданнях. До переліку включають політичну, спеціальну, довідкову, краєзнавчу, художню літературу. Призначення такого переліку — окреслити обсяг роботи по вивченню літературних джерел, надати допомогу екскурсоводу при підготовці індивідуального тексту. У переліку вказується автор, назва, рік видання, глави, розділи, сторінки, що містять необхідний матеріал. Допускається поділ переліку на основну та допоміжну літературу [5].

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Величко В.В. *Організація рекреаційних послуг: навч. посібник* / В. В. Величко; Харк. нац. ун-т ім. С. П. Корюківського. – Х.: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. – 202 с.
2. Гецевич Н.А. *Основы экскурсоведения : Уч. пособие для студентов - Университетское*, 1988
3. Емельянов Б. В. *Экскурсоведение: учебник* / Б. В. Емельянов. - М. : Советский спорт, 2008. - 216 с.
4. КОРОЛЬ О.Д. *ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ У ТУРИЗМІ: Навчально-методичний посібник*. – Чернівці: ЧНУ, 2016. - 144 с.
5. Мальцева Л. В. «Організація екскурсійних послуг» як навчальна дисципліна / Л. В. Мальцева // *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. - 2012. - №4(239). - Ч.ІІ. - С. 159 - 163.

**Д. Г. Переяслова,**

*студентка 2 курсу спеціальності 242 «Туризм»,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

**Науковий керівник – Коваленко О. В.,**

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи, Сумський державний університет  
імені А. С. Макаренка м. Суми, Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ З НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ – СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ**

Економічні перетворення в сфері туристично-рекреаційних послуг, як невід’ємної складової всієї сфери послуг, стали частиною загального процесу трансформації економічного потенціалу країни. В результаті швидкого розширення індустрії туризму традиційні і нові місця, відвідувані туристами, стикаються з усе більш серйозними проблемами в області екології, культури та соціально-економічного розвитку. У той же

час, екскурсійно-туристичне обслуговування в складі сукупного туристично-рекреаційного продукту розвинене слабо, хоча і є досить привабливим видом послуг.

Суттєвим аспектом, що визначає актуальність розробки теоретичних і практичних положень розвитку сучасного екскурсійно-туристського обслуговування, є можливість розширення меж сезону функціонування рекреаційних комплексів і вихід на цілорічний режим роботи. Найбагатший ресурсний потенціал і функціональні особливості екскурсійно-туристської діяльності дозволяють формувати досить широку пропозицію послуг протягом всього року, що особливо важливо для залучення туристів в міжсезонний період [1].

Теоретико-методологічні основи організації екскурсійно-туристської діяльності розкриті в роботах таких вчених як Р. Юнгк, К. Ліндберг, А. Дроздова, І. Панова, Г. Кузнецов та ін.

Специфіка розвитку екскурсійно-туристичного обслуговування в сучасних умовах нових переваг туристів, залучення нових ресурсів і методики розробки нових екскурсійних об'єктів і маршрутів все ще залишається маловивченою. Також незначна увага приділяється обґрунтуванню можливостей використання екскурсійно-туристичного обслуговування як контрольованої форми туристського освоєння рекреаційних ресурсів природних об'єктів і фактора забезпечення стійкості розвитку рекреаційного комплексу в цілому.

Мета нашого дослідження полягає в розробці теоретичних і методичних основ управління розвитком екскурсійно-туристичного обслуговування для забезпечення стійкості розвитку і цілорічного режиму функціонування рекреаційного комплексу. Предметом дослідження є організаційно-економічні відносини і соціально-економічні процеси, що обумовлюють управління розвитком екскурсійно-туристичного обслуговування і організацію екскурсійно-туристської діяльності в рекреаційному комплексі. Об'єктом дослідження є сукупність екскурсійно-туристських підприємств і використовуються ними об'єктів [2, с. 54].

Екскурсійно-туристичне обслуговування можна охарактеризувати як невід'ємну частину індустрії туризму. В даний час розвиток екскурсійної діяльності безпосередньо залежить від розвитку туризму в даному регіоні в цілому, оскільки саме туристи є основними споживачами екскурсійних послуг. З іншого боку, саме розвиток екскурсійної діяльності та розширення числа об'єктів показу дозволяє урізноманітнити перебування туриста і впливає на його враження від поїздки, що, в свою чергу, підвищує привабливість і конкурентоспроможність регіону на ринку



туристичних послуг в цілому, перш за все, за рахунок формування стійкої пропозиції протягом всього року. Найпривабливішими екскурсійними об'єктами в сучасних умовах вважаються пам'ятки природного походження. Це пояснюється світовими тенденціями стрімкого зростання попиту на відпочинок в екологічно чистих місцях, високої емоційної і естетичної насиченості відвідування, а також унікальністю і неповторністю кожного такого роду об'єкта [1].

Основні методологічні положення посилення науково-дослідницької складової можуть бути представлені у вигляді послідовності напрямку досліджень – обґрунтування рішень з оптимізації використання природноресурсного потенціалу території, пам'яток природного походження в екскурсійно-туристичне обслуговування [3, с. 14]:

1. Вивчення природо-ресурсного потенціалу – виявлення і оцінка природних екскурсійно-туристичних ресурсів та умов їх використання, вивчення впливу різних видів екскурсій на екскурсійний об'єкт і навколишнє природне середовище, а також оцінка ступеня їх можливої антропогенної зміни.
2. Виявлення стійкості до екскурсійно-туристичного навантаження, нормування екскурсійно-туристського навантаження для природних об'єктів різного типу, визначення періодів функціонування та тривалості екологічних канікул.
3. Проектування нових екскурсійних об'єктів і маршрутів – підготовка ландшафтно-географічної та еколого-економічної інформації про потенційні екскурсійні об'єкти природного походження, можливих способах їх екскурсійно-туристичного використання, економічна оцінка витрат на введення в екскурсійно-туристську експлуатацію об'єкта.
4. Медико-біологічна рекреаційна оцінка і вивчення лікувально-оздоровчого ефекту використання природних об'єктів, оцінка можливостей використання різних маршрутів також в реабілітаційних цілях, визначення можливих обмежень на відвідування об'єктів за станом здоров'я.
5. Економічна оцінка ресурсного потенціалу природного екскурсійно-туристичного об'єкту – оцінка витрат на екскурсійно-туристичне освоєння об'єкта та прилеглої території.
6. Функціонально-планувальна організація території природного екскурсійно-туристичного об'єкта – зонування території, досягнення гармонійності в розвитку природно-антропогенних туристично-рекреаційних ландшафтів, обґрунтування оптимальної концентрації

забудови інфраструктурними об'єктами.

#### 7. Розробка концепції управління розвитком.

Вдосконалення екскурсійно-туристичного обслуговування в рамках розвитку сучасної індустрії туризму вимагає рішення проблем в області регламентації екскурсійної діяльності, відновлення потенціалу використовуваних раніше об'єктів екскурсійного показу, відродження методологічної бази, роботи з екскурсантами і підготовки кадрів. Важливим аспектом є розвиток інфраструктури туристично-екскурсійного обслуговування, проектування сучасних форм обслуговування, розробка нових комплексних маршрутів. Всі ці дії повинні бути спрямовані на підвищення якості послуг.

Таким чином, робота по забезпеченню стійкості розвитку екскурсійно-туристичного обслуговування і функціонування рекреаційного комплексу в цілому на основі використання потенціалу природних об'єктів повинна будуватися на аналізі природо-ресурсного та екологічного забезпечення сталого розвитку з обґрунтуванням комплексу регіональних еколого-соціально-економічних моделей сталого розвитку, їх цільових функцій, параметрів, обмежень і таке інше. В результаті можливе отримання якісно нових результатів в області організації екскурсійно-туристичного обслуговування, оптимізації природокористування. Це, в свою чергу, призведе до зростання ефективності функціонування рекреаційного комплексу в цілому, підвищення його привабливості та конкурентоспроможності на вітчизняному та світовому ринках.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Горин Г. В. Рекреаційно-туристичний потенціал Східного регіону України та структурні зрушення в його освоєнні / Г.В. Горин // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. - 2011. - Вип. 21.3. - С. 62-68.
2. Руденко В. П., Трофимчук О. М. Український природно-ресурсний потенціал: Серія оцінкових картосхем / В. П. Трофимчук. – К. : УІНС, 2009. – 186 с..
3. Шабардіна Ю. В. Рекреаційний потенціал як складова продуктивних сил регіонального економічного простору: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05: захищ. 25.03.11 / Юлія Володимирівна Шабардіна. - Чернігів, 2011. - 20 с.

**Л.Г. Рубис**

*кандидат педагогических наук, профессор*

*Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, мастер спорта, заслуженный работник физической культуры РФ, «Женищина года» (2017) в номинации «Наука»*

## **ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ**

Термин «экология» в современной научной литературе употребляется в нескольких значениях, которые вызывают определенную путаницу. Научное определение впервые было предложено немецким биологом Эрнстом Геккелем в 1866 году в книге «Общая морфология организмов», согласно которому экология – это наука о взаимоотношениях живых организмов между собой и с окружающей средой.

В широком смысле термин «экология» употребляют для характеристики состояния окружающей среды. Таким образом, говоря о «плохой экологии», имеют в виду не плохое состояние науки, а неблагоприятное состояние окружающей среды в данном регионе.

В определении понятия «экологический туризм» следует исходить из научного значения термина «экология». «Экологичность» туризма обуславливается, с одной стороны, с предотвращением негативного влияния туристской деятельности на экологические системы, природные комплексы (со сложными взаимоотношениями живых организмов и окружающей среды). С другой стороны, она связана с благоприятным воздействием окружающей среды (экологическим воздействием природы) на туристов [2].

Термин «экологический туризм» ввел в обращение мексиканский экономист-эколог Гектор Цебаллос-Ласкурейн (Ceballos-Lascurain) в 1983 году, трактуя его как «сочетание путешествия с экологически чутким отношением к природе, позволяющим объединить радость знакомства и изучение образцов флоры и фауны с возможностью способствовать их защите». Таким образом, это направление туристской деятельности носит моральную ответственность перед природой, способствующее ее защите, повышающее экологическую культуру путешественника, выполняющее просветительскую функцию, бережно относящееся к местным сообществам и традиционным культурам. Множество «официальных» определений экотуризма, основаны на туристско-экономических аспектах и указывают особенности, отличающие экотуристскую деятельность от других направлений туризма [1].

Международный Союз охраны природы определяет экотуризм как «путешествие с ответственностью перед окружающей средой по

относительно ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности» [5].

Сходное определение дает Общество экотуризма (The Ecotourism Society): «Экотуризм – это ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и улучшает благосостояние местного населения».

Известно и определение экотуризма Всемирного Фонда дикой природы: «Экотуризм – это туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью получения представлений о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения» [1].

В представленных определениях ясно обозначена среда путешествий – относительно ненарушенные природные территории. Поэтому экотуризм – природно-ориентированный вид туризма; цель таких путешествий – удовлетворение потребностей людей познавать природу в непосредственном общении с ней.

Экологический туризм несет обязательную функцию заботы о сохранности природы, предотвращает негативные влияния туризма на окружающую среду. Он одновременно предусматривает экономические стимулы для туроператоров, местных администраций и местного населения к содействию охраны природы, сохранности культурных традиций региона. Таким образом, экотуризм является важным компонентом «устойчивого развития» природных территорий, значимых для туристской деятельности, иными словами является разновидностью устойчивого туризма. В основе представленных выше определений экотуризма содержатся или цель достижения устойчивости, или средства достижения этой цели, будь то минимизация негативных воздействий на природную и культурную среду, усиление экономической отдачи на благо охраны природы или экологическое образование [5].

Поэтому Крег Линдберг предлагает использовать более простое и концептуальное определение экотуризма: «Экотуризм это устойчивый и природно-ориентированный туризм и рекреация». В таком понимании экотуризма «скрыта» эколого-познавательная цель путешествий.

Поэтому многие авторы как разновидность экотуров рассматривают все путешествия по относительно сохранным природным территориям: приключенческие туры, туры с целью отдыха и оздоровления, лечебные туры с использованием средств народной медицины и т.п., где соблюдаются критерии устойчивого и природно-ориентированного туризма. Однако при классификации туристской деятельности мы во главу угла ставим ее цель. Поэтому следовало бы ожидать, чтобы и в определении экотуризма более явно обозначалась его цель [5].

Профессионалы-экологи предпочитают пользоваться следующим определением: «экологический туризм – это разновидность природного туризма, основной целью которого является экологическое просвещение туристов при условии минимального воздействия на природные комплексы» [2]. В данном случае выделена основная функция экотуризма – функция обязательного экологического просвещения населения. При этом иные разновидности природного туризма (даже при условии их «мягкого» воздействия на природу, «устойчивости», использования специальных, не нарушающих природную среду туристских технологий, транспорта и пр.) ясно отделяются от экологического туризма.

В современном понимании, к экологическому туризму относят и путешествия по культурным (а не только по естественным) природным ландшафтам (так называемый сельский туризм). Цели данной разновидности путешествий лежат скорее в области культурно-исторического просвещения, нежели просвещения экологического. С учетом вышесказанного имеет место на существование следующее определение экологического туризма: «это разновидность природного туризма, который, как правило, осуществляется в относительно нетронутые уголки природы с целью экологического просвещения, знакомства с традиционным образом жизни, ремёслами, фольклорными традициями и историческим прошлым [4].

Основными условиями экологического туризма является бережное использование природных ресурсов, обеспечение сохранности природно-культурных комплексов. Как видим, трудно дать единое определение экотуризму, полностью удовлетворяющее и организаторов туристской деятельности, и туристов, и специалистов экологов (оно получается слишком громоздким). Тогда, вместо «жесткого» единого определения, современное понятие экотуризма можно свести к набору обязательных принципов осуществления экотуристской деятельности.

Российский ученый А.В. Дроздов выделяет основные принципы

экотуризма [3]. Экологический туризм:

- обращен к природе и основан на использовании преимуществ природных ресурсов;
- не наносит ущерб природной среде или допускает минимальный ущерб, не подрывающий ее устойчивость;
- нацелен на экологическое просвещение, на формирование отношений партнерства с природой;
- заботится о сохранении местной культурной среды;
- экономически эффективный; обеспечивает устойчивое развитие тех районов, где он осуществляется.

Об экологическом туризме в его действительном понимании следует говорить только тогда, когда при проведении мероприятия (экотура) соблюдаются все пять принципов. Действительно, отдельные указанные принципы организации и проведения туристских мероприятий характерны и для иных разновидностей туризма. Например, спортивный туризм так же основан на использовании природных ресурсов и нацелен на минимальный ущерб природной среде, но при этом в его задачу не входит экологическое просвещение участников, он в большинстве случаев никак не обеспечивает устойчивое развитие тех районов, где осуществляется, а нацелен на достижения спортивной цели.

Российский ученый В.В. Хабовченко выделяет три основных компонента экотуризма:

1. «Познание природы» – туристское путешествие предполагает изучения природы, получения туристами новых знаний, навыков;
2. «Сохранение экосистем» – подразумевает не только соответствующее поведение группы на маршруте, но и участие туроператоров, и самих туристов в программах, мероприятиях по защите окружающей среды;
3. «Уважение интересов местных жителей» – не только соблюдение местных законов и обычаев, но и вклад туризма в социально-экономическое развитие туристских дестинаций [6].

При грамотной организации экотуризм способен принести существенный доход в государственный бюджет, а при условии успешного развития он может сыграть важную роль и в разрешении современного социально-экологического кризиса. Для экономики страны, переживающей период становления, доход от экотуризма также будет источником денежных поступлений в государственную казну.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Багов А.Х. Экотуризм в развитии экономики и охраны природы в России / А.Х. Багов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://svastour.ru/uaz/ekoturizm-tury.htm>
2. Боголюбов В.С. Организация специальных видов туризма / В.С. Боголюбов. – СПб: СПбГИЭУ, 2010. – 116 с.
3. Дроздов А.В. Основы экологического туризма / А.В. Дроздов. – М.: Гардарики, 2005. – 271 с.
4. Кусков А.С. Современный экотуризм: основные концепции, направления и формы / А.С. Кусков, Е.И. Арсеньева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/kuskov\\_ecotourism.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/kuskov_ecotourism.htm)
5. Ледовских Е.Ю. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт / Е.Ю. Ледовских, Н.В. Моралева, А.В. Дроздов. – Тула: Гриф и К, 2002. – 284 с.
6. Хабовченко В.В. Экологический туризм / В.В. Хабовченко. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 262 с.

**К.І.Ситенька**

*Студентка ТУ-3-13*

*факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
Національного університету харчових технологій  
м. Київ, Україна*

**Т.А.Гринюк**

*Доцент, кандидат географічних наук*

*факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
Національного університету харчових технологій  
м. Київ, Україна*

## РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ДУХОВНА, ПАЛОМНИЦЬКА ТА ОБ'ЄДНАВЧА МІСІЯ

У сучасному світі туризм - це багатогранне явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом, релігією і т. д. 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. Релігійний туризм (паломництво) є одним з найстаріших видів туризму і являє собою переміщення людей до «святих місць» з метою відвідування храмів та монастирів у дні релігійних свят або для замолювання гріхів. Релігієзнавчий туризм має особливе значення для розвитку внутрішнього туризму в Україні, оскільки викликає великий інтерес з боку не лише віруючих, а й інших верств населення. Адже цілком закономірним наслідком тривалого панування в суспільстві атеїстичних ідей та ідеологічних приписів в оцінці релігійних явищ, антирелігійної пропаганди і порушення конституційного принципу свободи совісті є посилені увага до тих

явищ, які довгий час перебували під заборонаю.

Туристично-екскурсійна робота в таких умовах була одним із небагатьох джерел отримання знань про історію розвитку релігії в Україні, яка є духовним стрижнем національної культури і об'єднавчою основою нації. Володіння цим масивом знань є необхідною умовою подальшого розвитку суспільства і збереження його культурних надбань.

Найбільш важливими об'єктами при розробці туристично-екскурсійних маршрутів на території України є численні монастирі і храми, де зберігаються мощі святих та інші реліквії, чудотворні ікони. Цінність цих об'єктів визначається не їх місцезнаходженням (столичні чи провінційні), а мистецьким рівнем. Це стосується як архітектури, так і живописних та скульптурних робіт на біблійні сюжети, створених відомими художниками і невідомими майстрами. Важливими туристичними об'єктами можуть виступати також поховання вищих ієрархів православної церкви. Попри той незаперечний факт, що православ'я наклало на українську культуру найпомітніший відбиток, обмеження розгляду культових об'єктів лише його пам'ятками є не виправданим. В умовах конституційно закріпленої рівності релігій перед законом важливо не залишити поза увагою духовні надбання інших церков, конфесій, що існують в Україні. Важливе місце в культурі України належить церковним пам'яткам національних меншин. Багато з цих культових споруд є архітектурними пам'ятками загальнонаціонального значення, які не можуть не бути враховані при розробці туристично-екскурсійних маршрутів. Це пов'язано не лише з необхідністю задоволення духовних потреб віруючих: такий підхід забезпечує ознайомлення широких верств населення з маловідомими сторінками історії релігії і одночасно сприяє формуванню культури міжконфесійних та міжнаціональних відносин.

Релігієзнавчий туризм перетворився на важливу складову сучасної індустрії туризму. Собори, мечеті, культові музеї і духовні центри – це туристичні об'єкти, популярність яких постійно зростає. На ринку туристичних послуг з'являються фірми, що спеціалізуються на організації релігієзнавчих і паломницьких турів. Протягом останніх трьох-чотирьох років відчутно збільшилось число туристів, що здійснюють паломництво до православних святинь України і виїждять в інші країни з релігієзнавчою метою. Релігійний туризм виконує ряд важливих функцій, серед яких пізнавальна, естетична, виховна. Пам'ятки церковної історії і культури є засобом утвердження національної свідомості і самосвідомості, відтворення історичної



пам'яті, виховання патріотизму, розвитку естетичних і художніх смаків.

Шляхом розробки національної мережі релігійних маршрутів, багато з яких мають міжнародне значення, туристичні фірми України спільно з церковними громадами різних конфесій здійснюють «невидимий експорт» церковної культури як невід'ємної складової національної культурної спадщини. В той самий час «невидимий імпорт» церковної культури інших країн сприяє більш чіткому усвідомленню своєї національної культурної самобутності. Таким чином, історико-культурні пам'ятки, що є об'єктами релігійного туризму, перетворюються на культурне надбання людства і є внеском України у скарбницю світової цивілізації. Релігійний туризм вважається історично першим видом туристичних подорожей, що може бути віднесений до періоду формування світових релігій. Останніми роками суттєво зросла кількість паломницьких поїздок, пов'язаних із визначними подіями етноконфесійного життя релігійних спільнот України. Так, для прибічників хасидизму, а саме його напрямів у межах української культури – брацлавських і любавицьких (ХаБад) хасидів Україна є місцем, де сформувалися, а також поховані хасидські цадіки.

Мечеті та могили провідних ісламських діячів постають об'єктами відвідувань, осередками сакральної культури кримських татар, культурно-історичними пам'ятками ісламської культури в Україні. Здійснення хаджу пов'язано з не менш важливим релігійним святом.

У липні 2008 року паломницький приїзд в Україну Католика всіх вірмен Гарегіна II був присвячений святкуванню 650-ліття з часу заснування вірменського монастиря Сурб Хач (Святий Хрест) у Криму. У цих заходах брало участі більше 5 тис. вірмен як з України, так і з інших країн. Взірцем паломницької місії став візит Глави Католицької Церкви, Глави Держави Ватикан Івана Павла II в Україну з 23 до 27 червня 2001 року. Попри підкреслену офіційність, його приїзд в Україну мав насамперед паломницьке значення. Як зазначив згодом колишній Апостольський нунцій в Україні архієпископ Микола Етерович, метою цієї паломницької місії було «свідчити Христа разом з усіма християнами усіх Церков і церковних спільнот». Ця подорож тривала впродовж п'яти днів, а літургії в Києві та Львові відвідало більше двох мільйонів паломників з багатьох країн світу.

Знаковою подією в історії української держави стала підготовка та відзначення на державному рівні 1020-річчя хрещення Київської Русі. Україна вперше за роки незалежності самостійно відсвяткувала Хрещення Русі. Попередні святкування у 1988 році відбулися в Москві, а Києву було

відведено другорядне місце. Проте навіть за часів російського самодержавства у 1887 році святкування з нагоди 900-ліття Хрещення Русі, у яких брали участь десятки тисяч прочан, проводилися в Києві.

У 2001 році на державному рівні було відзначено 950-ліття Свято-Успенської Києво-Печерської Лаври, а у липні 2008 року – 900-ліття з часу заснування Свято-Михайлівського монастиря, у червні 2008 року – 900-ліття Свято-Троїцької надбрамної церкви Свято-Успенської Києво-Печерської Лаври, 900-ліття з дня прославлення преподобного Феодосія Печерського та 20-тиріччя з дня відродження чернечого життя в Свято-Успенській Києво-Печерській Лаврі.

Україна постає країною самобутньої культури, історії, традицій. Українська духовно-культурна спадщина, закарбована в пам'ятках сакральної культури, демонструє, у що вірили, чим жили, у чому вбачали розраду, спасіння і свій шлях до Бога багато поколінь українських євреїв, вірмен, німців, угорців, греків, а також, кримських татар, караїмів, кримчаків. А все те, що становить основу їхньої духовності, що зафіксовано в кірхах, костелах, мечетях, кенасах, синагогах, храмах, монастирях України, потребує на сьогодні свого українського прочитання. Звичайно, що розділена з минулого між різними політичними і культурними впливами сучасна Україна, постаючи складним і неоднозначним «культурним текстом», потребує нових комунікативних засобів для порозуміння і освоєння. Одним із таких досить дієвих чинників може стати релігійний туризм.

Попри суспільно-політичні реформи в Україні, туризм демонструє феноменальну життєздатність і динамізм, в першу чергу завдяки своїй релігійній ресурсній базі. На сьогоднішній день в Україні діє близько 120 паломницьких служб, які займаються організацією екскурсій, поїздок і паломництв по святих місцях України. Наша держава може задовольнити потреби не тільки православних паломників, але й представників інших конфесій. Так визнаним духовним центром греко-католицької церкви в Україні є Зарваниця. Знаходиться вона в західній частині Тербовлянського району Тернопільської області. Це сакральне місце, яке за своїм релігійним та історичним значенням стоїть поруч з Києво-Печерською, Почаївською та Святогірською лаврами.

Місто Умань (Черкаська область) стало місцем паломництва євреїв, які сповідують одну з течій юдаїзму хасидизм. Вони вважають своїм обов'язком побувати хоча б раз у своєму житті на могилі цадика Нахмана. Вони також вважають, що якщо вони зустрінуть Новий рік Рош Гашана біля його могили, то наступний рік буде дуже щасливим

для них. Вони приїжджають до Умані цілими спільнотами, разом із жінками та дітьми. З 2010 року між Україною та Ізраїлем була підписана угода про взаємний безвізовий в'їзд до країни. Щорічно католики всього світу здійснюють паломництво до Бердичева (Житомирська область), який став відомим серед прочан завдяки іконі Пресвятої Діви Марії. Проте більшість святих місць в Україні належать православному світу. Це й Києво-Печерська Лавра, яка займає шосте місце в списку найкрасивіших і вражаючих храмів світу. До того ж у конкурсі на кращі 7 чудес України на думку експертів вона зайняла перше місце. І Святогірський монастир – місце, куди з'їжджаються люди з усієї України, Росії і сусідніх країн. Соляні печери давно створили Слов'яногірську репутацію лікувального та духовного центру Східної України. І Почаївська лавра – один з найдавніших монастирів України. Заснували лаври на горі біля містечка Новий Почаїв незабаром після татарського погрому Києва Батиєм, тобто десь близько 1240-1241 року.

Безперечно, релігійний туризм епопуляризатором державницьких та історичних цінностей України назовні. Особливу місію зараз має в цьому аспекті Православна Церква України (утворена 15 грудня 2018 року) оскільки переживає важливі для держави об'єднанчі процеси та повернення історичної справедливості у зв'язку з наданням томосу про автокефалію. Це вселяє віру в день завтрашній та сподівання на зміцнення релігійної єдності українців без зовнішніх впливів.

Релігійний туризм виконує ряд важливих функцій, серед яких пізнавальна, естетична, виховна. Пам'ятки церковної історії і культури є засобом утвердження національної свідомості і самосвідомості, відтворення історичної пам'яті, виховання патріотизму, розвитку естетичних і художніх смаків. З кожним роком кількість туристів, охочих відвідати духовні і святі місця України збільшується з помітним приростом 10-15% щорічно. Це пояснюється як релігійними мотивами так і туристичним інтересом. Але якщо раніше туристи готові були спати в спальниках у великих залах храмів і монастирів, прийнявши участь у піших походах, то зараз туристи вимагає значно більше комфорту: двомісні номер з повним набором зручностей. А це в свою чергу створює передумови до сталого розвитку туристичної індустрії України загалом.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Івченко А. Україна. Путівник. – К.: Картографія, 2007. – 640 с.
2. Кадацька Ю.А. Релігійний туризм в Україні. – К.: Науковий світ, 2003. – 178 с.
3. Конищева Н. И. Проблемы развития религиозно-паломнического туризма в Украине // Вісник ДІТБ. Серія «Економіка, організація і управління підприємствами» (в туристичній сфері). – 2006. – №10. – С. 229 – 235.

4. Любіцева О.О., Романчук С.П. *Напрямки розвитку релігійного туризму в Україні // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості» (10-11 жовтня 2001 р., м. Київ).* - К.: Знання України, 2002. – С.61 – 65.
5. *Що являє собою релігійний туризм в Україні? // <http://tutcikavo.co.ua/podorozhitiurizm/shho-yavlyaye-soboyu-religijnij-turizm-v-ukrani/>*

**А. Р. Федорківська,**

*студентка 2 курсу спеціальності 242 «Туризм»,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

**Науковий керівник – Коваленко О. В.,**  
*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи, Сумський державний педагогічний  
університет імені А. С. Макаренка.*

## **МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЕКСКУРІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Класифікація екскурсій являє собою розподіл предметів, явищ, понять по класах, відділах, розрядах залежно від їх загальних ознак. За змістом екскурсії підрозділяються на оглядові (багатопланові) та тематичні.

Тематична екскурсія присвячена розкриттю однієї теми, якщо це історична екскурсія, то в її основу може бути покладено одне або кілька подій, об'єднаних однією темою, а іноді більш тривалий період часу. Якщо це екскурсія на архітектурну тему, то предметом вивчення можуть стати найцікавіші твори зодчества, розташовані на вулицях і площах міста, а в великому місті - архітектурні ансамблі минулих століть [1, с. 33].

За своїм змістом історичні тематичні екскурсії поділяються на такі підгрупи:

- історико-краєзнавчі (наприклад, «Історія виникнення м. Суми», та інші);
- археологічні (наприклад, в м. Ромни з показом речових історичних джерел-розкопок);
- етнографічні, що розповідають про вдачі і звичаї різних націй і народностей (наприклад екскурсія у музей-скансен Горюнської культури с. Нова Слобода);
- військово-історичні, які проводяться по місцях бойової слави (наприклад, «Спадщанський ліс» що поблизу м. Путивль та інші);
- історико-біографічні (по місцях життя і діяльності відомих людей, наприклад екскурсія до району Лука та будинку-музею А. П. Чехова в м. Суми);
- екскурсії в історичні та художні музеї.

За змістом виробничі тематичні екскурсії діляться на підгрупи:

- виробничо-історичні;
- виробничо-економічні (наприклад, банківська, біржова діяльність, ринок нерухомості та інші);
- професійно-орієнтаційні для учнів.

Мистецтвознавчі екскурсії за своїм змістом мають такі підгрупи:

- історико-театральні (наприклад, «З історії Сумського театру», «Театр Тіволі у Сумах» та інші);
- історико-музичні (наприклад, «Сумщина – дороги Лесіних співів та інші);
- з народних художніх промислів (наприклад, витинанки, рушникове ткацтво);
- в картинні галереї і виставкові зали, музеї, в майстерні художників і скульпторів [2].

За складом і кількості учасників екскурсії поділяються на індивідуальні, для місцевого населення, приїжджих туристів, дорослих і школярів та інші. За місцем проведення екскурсії бувають: міські, заміські, виробничі, музейні, комплексні (поєднують елементи кількох). За способом пересування – пішохідні і з використанням різних видів транспорту. Перевага пішохідних екскурсій полягає в тому, що, створюючи необхідний темп руху, вони забезпечують сприятливі умови для показу і розповіді. Транспортні екскурсії (в переважній більшості автобусні) складаються з двох частин: аналізу екскурсійних об'єктів (наприклад, пам'ятників історії і культури) на зупинках і розповіді в дорозі між об'єктами повз які слідує група [2].

Екскурсійна методика складається з декількох частин: методики розробки нової для даного бюро теми, методики розробки екскурсоводом нової для нього теми (вже розробленої в даному бюро), методики проведення екскурсії, методики підготовки екскурсоводів до проведення чергової екскурсії, методики післяекскурсійної роботи з учасниками та інші.

Однак найбільш глибоко розроблена в даний час методика проведення екскурсій.

Екскурсійна методика як сукупність стосовно до кожної теми має свої особливості. Вони визначаються завданнями, які поставлені перед екскурсією (цільово. установкою), наприклад, розширення культурного кругозору дорослих або професійна орієнтація підлітків. Вони визначаються також видом екскурсій (міська, заміська, музейна, виробнича), складом групи [3].

Методика проведення екскурсії складається з двох частин: методики показу – більшою за обсягом та складністю підготовки і здійснення та методики розповіді – меншою, що носить як би підлеглий характер. Методика показу складна тому, що вона оригінальна сама по собі і на відміну від методики розповіді не застосовується більше ні в одній з інших форм ідейно-виховної і культурно-масової роботи. Отже, запозичення методичних прийомів, будь-яких способів показу з інших методик для цієї методики виключено.

Найбільш відповідальним моментом при визначенні методики є відбір прийомів та об'єктів. При відборі об'єктів важливо вирішити, як буде організована їх демонстрація, які органи чуття екскурсантів будуть в цьому брати участь [3].

На створення гарної екскурсії в екскурсійних бюро витрачають більше року. Однак постійне проведення однієї і тієї ж екскурсії веде не тільки до вдосконалення її методики, але може її зіпсувати. Це відбувається в тих випадках, коли екскурсовод, неглибоко засвоїв методику проведення екскурсій, сотні раз однаково показуючи об'єкти, супроводжуючи показ одними і тими ж поясненнями, незабаром «створює» настільки гладку екскурсію, що вона викликає байдужість у екскурсантів. Справа не тільки в тому, щоб підготувати для кожної теми текст, методичну розробку, інші документи. В основу проведення екскурсії повинна бути покладена така методика, яка дозволить проводити її завжди цікаво. Багато що тут залежить від екскурсовода.

Визнання індивідуальних особливостей екскурсій на одну тему, що проводяться різними екскурсоводами, не означає, що кожен з них використовує якісь свої методичні прийоми показу і розповіді. Головна вимога екскурсійної методики – єдність, однаковість для всіх екскурсій на дану тему у всіх екскурсоводів, які їх проводять. Так відбувається тому, що методична розробка, наприклад, при показі конкретного пам'ятника рекомендує найкращий методичний прийом, найбільш ефективний саме для цієї підтеми і тієї ситуації, в якій ведеться спостереження об'єкта [3].

Якщо ж комусь із екскурсоводів вдається знайти інший, ще більш ефективний прийом і це з усією очевидністю буде доведено на екскурсіях, через методичну секцію повинно бути внесено відповідну зміну в методику проведення даної екскурсії. Тоді всі екскурсоводи повинні будуть вести екскурсію з використанням більш досконалої методики.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Голубнича С. М. *Основи екскурсійної справи* / С. М. Голубнича. – Донецьк : ДІТБ, 2003. – 214 с.
2. *Екскурсознавство [Електронний ресурс]* – Режим доступу: <http://ekskursoved.blogspot.com/2013/06/blog-post.html>
3. *Основні вимоги методики проведення екскурсій [Електронний ресурс]* – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5265682/page:15/>

**Ю. С. Шелєпова,**

*студентка 2 курсу спеціальності 242 «Туризм»,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

**Науковий керівник – Коваленко О. В.,**

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи, Сумський державний педагогічний  
університет імені А. С. Макаренка.*

## ВИМОГИ СЬОГОДЕННЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ

Екскурсійна послуга – це туристська послуга по задоволенню пізнавальних інтересів екскурсантів, включаючи розробку і впровадження програм екскурсійного обслуговування або окремих екскурсій, організацію та проведення екскурсій. Організації, що займаються створенням та наданням екскурсійних послуг, називаються екскурсійними фірмами, компаніями або бюро. У діяльності туристсько-екскурсійних фірм спостерігаються істотні відмінності, які обумовлюються їх спеціалізацією, обсягом і характером операцій, ставленням до споживачів і виконавцям послуг. Для приймаючих фірм характерний зв'язок з організаціями туристичної індустрії, які є виконавцями послуг для приїжджених туристів і екскурсантів (музеї, транспортні компанії, підприємства харчування та ін.), а також з турфірмами – постачальниками туристів і екскурсантів. Для приймаючих турфірм також характерно надання туристсько-екскурсійних послуг місцевим жителям.

Для здійснення прийому іноземних громадян в Україні, а так само для організації екскурсій і подорожей необхідно отримати відповідний дозвіл туристичного супроводу в Державному комітеті з питань молодіжної політики, спорту і туризму (колишній Держкомтуризму). Для цього потрібно подати в Держкомітет статутні документи, спеціальну анкету-характеристику і статистичні дані по діяльності підприємства за минулі періоди, а також заяву на встановленому бланку. Ліцензія видається терміном на три роки, після закінчення якого її необхідно продовжити [2, с. 54].

Ліцензійні умови для здійснення господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму та екскурсійної діяльності затверджені спільним наказом Держкомпідприємництва і Державного комітету з питань молодіжної політики, спорту і туризму №7 / 62 від 17.01.01 р (zareєстрований в Мін'юсті 05.02.2001 р. за № 10 /5294).

1. Загальні вимоги до службового приміщення для провадження господарської діяльності туризму та екскурсійної діяльності (суб'єкт туристичної діяльності повинен мати офіс, зовнішню рекламу із зазначенням свого найменування та інформацією про режим роботи).
2. Кваліфікаційні вимоги до кадрового складу працівників (керівник суб'єкта тур діяльності повинен мати вищу освіту в галузі туризму або стаж роботи в цьому напрямку не менше трьох років).
3. Вимоги до інформаційно-рекламної діяльності (цим пунктом передбачено обов'язкове розміщення на видному місці інформації про тарифи та умови обслуговування туристів за кордоном і в Україні).
4. Загальні вимоги до укладання договорів при наданні туристичних послуг (про обов'язковість укладення письмових договорів з замовниками та партнерами).
5. Вимоги про забезпечення страхового захисту туристів (суб'єкт тур діяльності повинен забезпечити медичне страхування туристів і страхування від нещасного випадку).
6. Вимоги про ведення обов'язкового обліку виданих туристам страхових полісів (страхування повинні підлягати як туристи, так і особи, що їх супроводжують).
7. Вимоги до організації прийому і обслуговування іноземних туристів в Україні.
8. Вимоги щодо організації туристичних поїздок за межі України.
9. Вимоги щодо організації прийому та обслуговування вітчизняних туристів в Україні.
10. Вимоги до здійснення екскурсійної діяльності (документи, необхідні для оформлення власного екскурсійного продукту: технологічна карта екскурсії, контрольний тест екскурсії, матеріали «портфеля екскурсовода», схеми маршрутів транспортних екскурсій, договори з транспортними підприємствами і відвідуваними в процесі екскурсії музеями, прейскурант цін на екскурсійні послуги) [2, с. 71].

Для роботи з іноземцями необхідний перекладач. У багатьох бюро цілком обходяться одним перекладачем. Ідеальний варіант – перекладач з гуманітарною освітою, наприклад, історик. При певній підготовці



такий перекладач може виконувати і функції екскурсовода.

Оплата послуг універсального гіда зазвичай погодинна, і в залежності від рівня підготовки, тривалості екскурсій і кількості осіб в групі.

Гід-перекладач спілкується з іноземцями, людьми з несхожими менталітетом і культурою. Тому він повинен володіти такими якостями як: комунікабельність вміння знайти вихід з будь-якої ситуації доброзичливість (навіть на самий наївне запитання необхідно відповідати без роздратування, враховуючи особливість сприйняття українського життя з боку) пунктуальність (не можна спізнюватися на екскурсію або затримуватися в музеї на шкоду обіду, інакше туристи залишаться голодними) презентабельна зовнішність (особливо коли потрібно супроводжувати групу в музей або театр) [1, с. 43].

Проведення специфічних екскурсій доцільно доручати професійному екскурсоводу. Від екскурсовода – не менш, ніж від загального рівня обслуговування клієнтів – залежить популярність фірми в подальшому. При підборі гіда на тематичні екскурсії необхідно враховувати профіль, по якому спеціалізується кожен екскурсовод, і його професійний рівень. Часто приїжджі готові платити чималі гроші за глибокі екскурси в історію України, релігії і навіть місцевих звичаїв і традицій.

Дослідження технологічного процесу розробки і проведення екскурсій дозволили виділити 3 етапи і на кожному з них визначити об'єкти або процеси, що визначають якість екскурсійної послуги [4, с. 55].

Перший етап – творчий, він охоплює період від зародження ідеї нової екскурсії до розробки і затвердження її тексту, включаючи вибір маршруту, вивчення об'єкта (об'єктів) показу, збір і обробку інформації по об'єкту (об'єктам), складання індивідуального тексту екскурсії, формування екскурсійного пакету, запровадження маршруту, підготовку контрольного тексту екскурсії та «портфеля екскурсовода», методичну розробку проведення екскурсії, підготовку технологічної карти, проведення контрольного «прогону екскурсії». Результатом цього етапу є затверджений керівником фірми текст нової екскурсії, а її якість багато в чому визначається обранням об'єктам показу, текстом екскурсії та повнотою підбору інформації в портфелі екскурсовода.

Другий етап – організаційний. Він включає укладення договорів з партнерами (музеями, транспортними підприємствами та таке інше), розрахунок вартості екскурсії, визначення заходів щодо просування і продажу екскурсії. Результатом другого етапу є визначення вартості екскурсії та формування екскурсійної групи. При цьому на якість екскурсійної послуги впливають визначення маршруту екскурсії,

транспортних засобів і заходів щодо просування екскурсії.

Третій етап – контактнo-інформаційний, включає призначення екскурсовода з урахуванням категорії екскурсантів, його знайомство з групою, адаптацію тексту для сформованої екскурсійної групи, ознайомлення групи з технікою безпеки на маршруті, передачу інформації – аудіовізуальної частини екскурсії, тобто озвучування тексту і показ екскурсійних об'єктів. Визначити враження від екскурсії можна шляхом проведення анкетування екскурсантів, заповнення книги відгуків. Результатом 3 етапу є проведення екскурсії, а об'єктами оцінки якості: екскурсійна розповідь, особистість екскурсовода і враження екскурсанта.

Розглянутий процес розробки і надання екскурсійної послуги не є остаточними, тому що в процесі роботи з вже затвердженої екскурсією необхідно постійно коригувати вартість екскурсії з урахуванням змін ринкової ситуації, тарифів і цін на відвідувані екскурсійні об'єкти, передбачити забезпечення екскурсантів в залежності від маршруту усіма необхідними матеріалами рекламно-сувенірного характеру, спеціальним спорядженням та інвентарем, призначати на маршрути нових екскурсоводів, контролювати якість обслуговування екскурсії гідями-екскурсоводами, інструкторами, аніматорами, методистами та вибирати оптимальні шляхи просування екскурсійного продукту до споживача і здійснення рекламно-інформаційної діяльності [3, с. 88].

Виділення етапів формування екскурсійної послуги дозволяє визначити критерії оцінки якості кінцевої екскурсійної послуги.

Підводячи підсумки хотілося сказати про те, що екскурсія як послуга являє собою складний процес по формуванню тексту нової екскурсії, її організації та проведення для конкретної групи екскурсантів. Дослідження технологічного процесу дозволили виділити 3 етапи: розробки і проведення екскурсій творчий, організаційний і контактнo-інформаційний; на кожному з них необхідно виділити об'єкти або процеси, що визначають якість екскурсійної послуги з точки зору її виробника і споживача.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Бабаріцька В. Екскурсоведство и музеєзнавство / В. Бабаріцька, А. Короткова, І. Малиновська. – К. : «Альтерпрес», 2007. – 287 с.
2. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 178 с.
3. Голубнича С. М. Основи екскурсійної справи / С. М. Голубнича. – Донецьк : ДІТБ, 2003. – 214 с.
4. Потаєва Г. Р. Основы экскурсоведения : пособие для студентов геогр. фак. / Г. Р. Потаева, Т. А. Федорцова. – Минск : БГУ, 2017. – 159 с.

**В. О. Шульга,**  
*студентка 2 курсу спеціальності 242 «Туризм»,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

**Науковий керівник – Коваленко О. В.,**  
*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи, Сумський державний педагогічний  
університет імені А. С. Макаренка.*

## **ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО СУПРОВОДУ**

Положення щодо здійснення туристичного супроводу було розроблено з метою забезпечення надання якісного туристичного супроводу та екскурсійного обслуговування груп туристів та туристів, що здійснюють подорожі індивідуально, створення бази даних про наявні в Україні кадри туристичного супроводу, ступінь фахової підготовки гідів-перекладачів, екскурсоводів, спортивних інструкторів, провідників та інших фахівців туристичного супроводу [1].

На сьогодні триває обговорення на рівні Верховної Ради України, щодо порядку отримання дозволу на право здійснення туристичного супроводу якій буде офіційним документом, що підтверджує кваліфікацію фахівця туристичного супроводу і буде давати право на:

- надання екскурсійних послуг екскурсоводами та гідями-перекладачами в населених пунктах та об'єктах показу, внутрішніми правилами яких це не заборонено, у межах певної адміністративної території та надання дорожньої інформації під час слідування туристичних груп до місця призначення;
- надання відповідних послуг із туристичного супроводу іншими фахівцями туристичного супроводу [1].

Згідно новому Положенню, дозвіл повинні будуть отримувати гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, за винятком осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування (музеї, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, монастирські комплекси, спеціалізовані виставки тощо). Перелік посад фахівців туристичного супроводу, яким для здійснення діяльності, пов'язаної з туристичним супроводом, необхідно буде отримання Дозволу, та кваліфікаційні вимоги до них будуть затверджуватися центральними органами виконавчої влади в галузі туризму.

Видача Дозволів буде здійснюватись за місцем проживання фахівця туристичного супроводу, відповідними Акредитаційними комісіями, до складу яких повинні входити представники структурних підрозділів з питань туризму місцевих органів виконавчої влади, а також представники громадськості (громадських організацій в галузі туризму, фахівці туристичного супроводу зі стажем роботи за фахом не менше 5 років, представники суб'єктів підприємницької діяльності, що надають екскурсійні послуги та послуги туристичного супроводу). Кількість представників громадськості у складі Акредитаційної комісії повинна складати не менше третини від загальної кількості її членів [2].

Фахівці туристичного супроводу для отримання Дозволу повинні будуть подати Акредитаційній комісії: заяву встановленого зразка, яка є одночасно акредитаційною карткою у 2-х примірниках, із зазначенням в ній переліку документів, що подаються та виду туристичного супроводу, на який видається Дозвіл. Один примірник заяви в разі прийняття документів підписується посадовою особою, яка прийняла документи та повертається заявнику, із зазначенням в ній дати прийняття документів, підпису та посади особи, що прийняла документи; 4 фотокартки (розміру 3x4); копію паспорта; копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера; копію диплома про базову вищу освіту, або вищу освіту; копію документа про закінчення спеціальних курсів/фахових установ; копію документа про перепідготовку чи підвищення кваліфікації гід-перекладача, екскурсовода, спортивного інструктора, провідника або іншого відповідного фахівця туристичного супроводу (для фахівців туристичного супроводу, які закінчили спеціальні фахові курси більш ніж 5 років тому) [2].

Фахівець туристичного супроводу буде зобов'язаний проходити курси підвищення кваліфікації кожні 5 років загальною тривалістю 54 години (сумарно).

Контроль за дотриманням фахівцями туристичного супроводу умов здійснення туристичного супроводу будуть здійснювати фахівці структурних підрозділів з питань туризму та курортів обласних, міських державних адміністрацій в межах своїх повноважень. У випадку надання послуг туристичного супроводу фахівцями, що знаходяться у трудових відносинах з суб'єктами господарювання, ці фахівці несуть особисту відповідальність за наявність необхідної документації на кожний екскурсійний маршрут, що організується суб'єктом господарювання (у відповідності до вимог чинних стандартів, норм та правил у галузі туризму). Фахівці туристичного супроводу, що отримують в

установленому порядку Дозвіл та будуть надавати самостійно послуги туристичного супроводу як суб'єкти підприємницької діяльності, повинні будуть подавати у визначені терміни, у повному обсязі, за формами, передбаченими звітно-статистичною документацією, достовірну статистичну інформацію відповідно до порядку, встановленого чинним законодавством України про державну статистику, підзаконними актами центральних органів виконавчої влади з питань туризму та статистики [3, с. 98].

Фахівці туристичного супроводу під час здійснення туристичного супроводу повинні будуть мати при собі: нагрудний знак (бейдж) та дозвіл на право здійснення туристичного супроводу.

При отриманні Акредитаційною комісією письмової заяви або скарги щодо неякісного або некваліфікованого здійснення туристичного супроводу фахівцем, якому комісією було видано Дозвіл (скарги або заяви підприємств, установ, організацій, посадових осіб, представників влади, громадськості або окремих громадян безпосереднього виявлення членами Акредитаційної комісії фактів неякісного здійснення туристичного супроводу), така заява або скарга повинна розглядатися на найближчому засіданні Акредитаційної комісії при умові обов'язкового запрошення на своє засідання фахівця, питання якого розглядатиметься на відповідному засіданні. У випадку неявки на засідання Акредитаційної комісії відповідного фахівця, за умови підтвердження факту отримання ним запрошення, Акредитаційна комісія розглядає скарги або заяви щодо нього за його відсутності. У випадку визнання на засіданні відповідної заяви або скарги обґрунтованою, комісія може винести попередження такому фахівцеві, про що йому надається повідомлення за підписом голови комісії, із занесенням відповідних відомостей до реєстру

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Головний правовий портал України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/NT0801.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT0801.html)
2. Євроінтеграційний портал України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/NT0801.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT0801.html)
3. Семенов В. Ф., Герасименко В. Г. *Управління регіональним розвитком туризму: Навчальний посібник* / В. Ф. Семенов, В. Г. Герасименко. - Одеса: Одеський державний економічний університет, 2015. – 225 с.

**Iu. I. Iuras**

*Cand. Sci. (Tech.)*

*Teaching assistant, Department of Tourism,  
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas  
Ivano-Frankivsk, Ukraine*

**Ya. S. Korobeinykova,**

*Cand. Sci. (Geol.), Assoc. Prof.*

*Associate Professor, Department of Tourism,  
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas  
Ivano-Frankivsk, Ukraine*

## **PROBLEM OF WASTE AMOUNT DETERMINATION WITHIN TOURIST DESTINATIONS**

**Abstract.** *The problem of determining the amount of waste generation within tourist destinations was analyzed. The indicators of the amounts of waste generation on the example of accommodation facilities of different capacity and category in Ivano-Frankivsk region were studied. It was determined that with the increasing of the category and comfort these indicators increase, and the calculated average daily waste generation by tourists exceeds similar indicators per local population within tourist destinations.*

**Key words:** *solid municipal waste (SMW), waste amount, tourist destination, accommodation facility, hotel, private rural estate.*

**Introduction.** Tourism industry is identified as one of the five priorities of economic development in Ukraine. In popular tourist destinations, such as the Carpathians or the Black Sea areas, there is a steady increase in tourist flows. Taking into account the world trends of tourism development, this process will continue in Ukraine as well. However, the rapid development of tourism, as demonstrated by the experience of other countries, has a number of threats, including ecological ones. In recent years the world scientific community has been actively studying the impact of tourism industry on the problem of waste generation. The study of this problem was done by such foreign scholars as Hatem R. I Radwan, F. Mihai, Shibu K. Nair, J. Mateu-Sbert, A. A. Zorpas, C. Peterson, S. Bashir, E. Ranieri [1–9], etc. In Ukraine this problem is rarely studied nowadays. However, determination of the amount of waste generated by tourists and excursionists within Ukrainian tourist destinations is relevant, since most of these destinations have an ineffective waste management. In particular, they are insufficiently provided by landfills as most of them are completely or almost completely exhausted, and this is further complicated by high tourist flows indicators.

**Presentation of the main research results.** There is no consensus among the world scientific community regarding the average amount of generated solid waste by tourists and excursionists per day. According to the

analyzed studies of foreign scientists, the indicators of the average amount of solid municipal waste generated by tourists and excursionists are the following [1–9]:

- UNWTO – 1 kg/tourist/day;
- EU-27 countries – 1,41 kg/tourist/day;
- Spain – 1,31 kg/tourist/day;
- The Republic of Maldives – 2,9 kg/tourist/day;
- Cyprus – 1 kg/tourist/day;
- Romania – 0,9 (urban areas), 0,4 (rural areas) kg/tourist/day;
- India – 2 kg/tourist/day;
- Thailand – 1–2,5 kg/tourist/day;
- Botswana – 0,39 kg/tourist/day.

Accommodation is one of the most important elements of the tourism industry. Hotels and other accommodation facilities are the main producers of waste among the tourist sectors.

To analyze the amounts of waste generation in accommodation facilities, the authors selected accommodation facilities of different types, capacities and categories in Ivano-Frankivsk region as a model one within the Carpathian region. They are a private rural estate of green tourism «Demianiv Dvir» (Tatariv, Yaremche city council), hotel and restaurant complex «Amber» (Bohorodchany), hotel and recreation complex «Malyvo» (Deliatyn). The observation of these indicators was carried out in them.

The results of conducted study on the number of tourists placed in the selected accommodation facilities in 2017 are shown in Fig. 1.

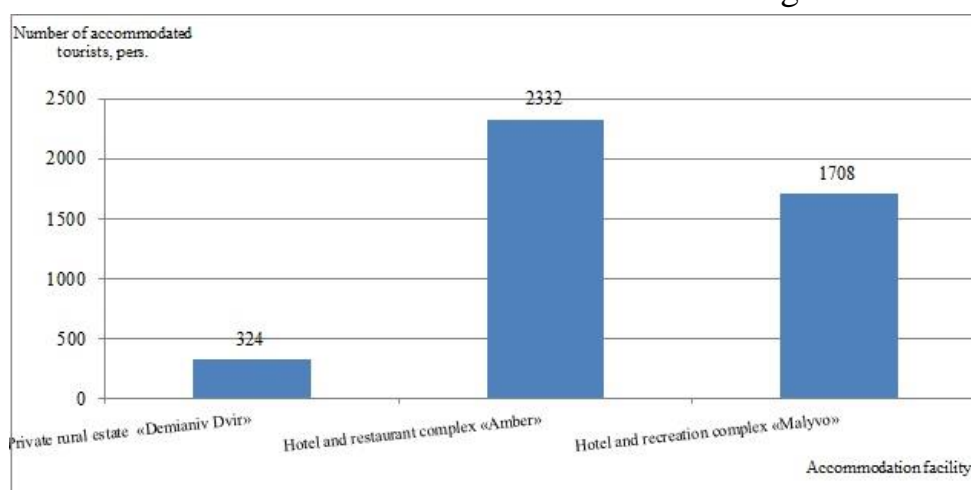


Figure 1 – The number of accommodated tourists in 2017

The amount of generated waste in the studied accommodation facilities in 2017 varied depending on the number of accommodated tourists, capacity and comfort, and amounted 0,71–4,02 kg/tourist/day (fig. 2).

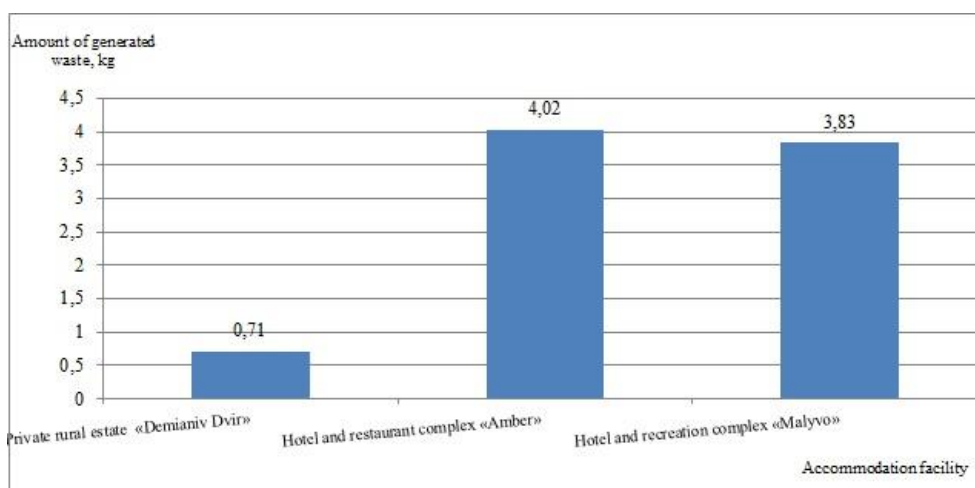


Figure 2 – The amount of generated waste in 2017

**Conclusions.** Therefore, the problem of determination of the tourism impact on the generation of waste within tourist destinations is currently not sufficiently studied and insufficiently covered in scientific publications. The authors carried out a detailed analysis of foreign scientific works on the determination of the average amount of waste generated by tourists and excursionists, and determined the absence of a common one. However, it is currently recommended to use the indicator determined by the World Tourism Organization (1 kg/tourist/day). The analysis of the indicators of the amount of generated waste in the studied accommodation facilities indicates their growth depending on the number of accommodated tourists, their capacity and category. With an increase in category and comfort, these indicators increase in times. Moreover, the indicators of waste generation by tourists in accommodation facilities are higher than the average ones by the local population within tourist destinations. Thus, the indicator of the generated waste by tourists in accommodation facilities exceeds the similar average one per capita in Ukraine (0,7–1 kg) by 2–3 times. Tourist destinations must develop waste management programs taking into account the forecasted number of tourists. The aggravation of the problems related to the development of tourism industry becomes an impetus for the implementation of the principles of sustainable tourism development within the studied territories.

#### REFERENCES:

1. *A Manual for Water and Waste Management [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/WEBx0015xPA-WaterWaste.pdf>*
2. *Radwan Hatem R. I. Managing solid waste in small hotels / Hatem R. I. Radwan, Eleri Jones, Dino Minoli // Journal of Sustainable Tourism. – 2010. – 18 (2) – с. 175–190.*
3. *Shibu K. Nair. A Handbook for Waste Management in Rural Tourism Areas – A Zero Waste Approach [Електронний ресурс] // Nair Shibu K., С. Jayakumar. – Archana: UNDP India, 2008. – 57 с. – Режим доступу: <http://www.pgsi.org/pdf/Handbook-on-Zero-Waste-UNDP-82672211.pdf>*



4. Mihai F. *Tourism implications on local waste management. Case study: Neamț County, Romania* / F. Mihai // *Present Environment and Sustainable Development*. – 2013. – 7(1). – c.214–221.
5. Mateu-Sbert J. *The Impact of Tourism on Municipal Solid Waste Generation: The Case of Menorca Island (Spain)* / J. Mateu-Sbert, I. Ricci-Cabello, E. Villalonga-Olives, E. Cabeza-Irigoyen // *Waste Management*. – 2013. – 33. – c. 2589–2593.
6. Zorpas A. A. *Solid Waste From The Hospitality Industry In Cyprus* / A. A. Zorpas, K. Lasaridi, I. Voukkali, P. Loizia, V. J. Inglezakis // *Island Sustainability II*. – 2012. – 166. – c. 41–49.
7. Peterson C. *Assessment of Solid Waste Management Practices and Its Vulnerability to Climate Risks in Maldives Tourism Sector* / C. Peterson // *Report submitted to Ministry of Tourism, Arts and Culture, 2012*. – 19 p.
8. Bashir S. *Tourism induced challenges in municipal solid waste management in hill towns: Case of Pahalgam* / S. Bashir, S. Goswami // *Procedia Environmental Sciences*. – 2016. – 35. – c. 77–89.
9. Ranieri E. *Municipal solid waste management in Italian and Romanian tourist areas* / E. Ranieri, S. Antognoni, I. A. Istrate, T. Apostol // *UPB Scientific Bulletin, Series D: Mechanical Engineering*. – 2014. – 76 (2). – c. 277-288.

## РОЗДІЛ 2

# ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

**Л.А. Бездідько,**

*Студент V курсу кафедра туризму і готельно-ресторанного сервісу  
Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

**В.М. Зігунов**

*кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,  
м. Суми, Україна*

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНУ ІНДУСТРІЮ

Готельний бізнес є важливою частиною туристичної інфраструктури, і відіграє одну з провідних ролей у презентації українського туристичного продукту на світовому ринку послуг гостинності. Ця сфера послуг у світі стрімко розвивається і в перспективі стане одним з найбільш важливих секторів туристичної діяльності. Стан та перспективи впровадження інновацій у готельну індустрію впливають на розвиток туризму в цілому та на ключові сегменти економіки країни. Отже, формування ефективного готельного бізнесу є одним з пріоритетних напрямків економіки України.

Сектор готельної індустрії нині – найбільш динамічно розвивається в нашій країні та може давати реальний прибуток. Звертаючись до сьогоденних тенденцій по розвитку цієї галузі, зрозуміло, що інновації в готельній індустрії відіграють значну роль у висококонкурентній боротьбі готелів за клієнтів. Впровадження нових технологій у готелі дозволить поліпшити ефективність готельної індустрії, допоможе покращити обслуговування, розробити ефективну охорону номерів та речей гостей і надавати нові послуги [2, с. 126].

За даними державного управління статистики обсяг інвестицій в основний капітал туристичних регіонів України:

- за 2016 р. понад 78 % загального обсягу капіталовкладень направлено на розвиток готелів та інших закладів для короткотермінового проживання, 14 % – на розвиток ресторанних

закладів у Києві, Київській, Одеській та Львівських областях;

- за 2017 р. обсяг капіталовкладень: 79 % на розвиток готельно-ресторанного бізнесу [1].

Отже, за один рік обсяг інвестицій у готельно-ресторанну справу, змінився лише на 1 % . Для розвитку цієї сфери послуг, слід збільшувати кількість іноземних туристів до країни, також заохочувати туристів в середині країни. Нажаль кількість підприємств, що надають готельні послуги в Україні значно зменшилась. Це безпосередньо пов'язано із тимчасовою окупацією областей, проведенням бойових дій на Сході України та анексією Криму, що має великий природно-рекреаційний потенціал. Висока конкуренція, стає одним з факторів для розвитку і впровадження інновацій у внутрішній туризм, а це – важливий економічний чинник [3, с. 63].

За статистичними даними, розподіл підприємств, що здійснюють послуги із тимчасового проживання та харчування в Україні по регіонам нерівномірний. Готельні підприємства та інші засоби розміщення по країні за останні 3–5 років змінювали напрямок свого розвитку, через це зменшилась на 7–12 % кількість санаторіїв-профілакторіїв і пансіонатів з лікуванням. Хоча на 2017 р. – початок 2018 р. тенденція до цього значно зменшилась до 1,5–2,6 %. А саме кількість санаторіїв-профілакторіїв зменшилась на 30 %, тепер їх використовують, як місця для розміщення. Починаючи із 2015 р. кількість готелей невинно зростає, за рахунок апартаментів, міні-готелів та гостьових будинків [1].

Слід зазначити, що всі області України мають недостатньо розвинені маркетингові засоби для залучення туристів, також, інформації про види послуг, які надаються в готельній галузі дуже мало, або вони зовсім відсутні, адже спектр послуг обмежений. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності при розробці маркетингових стратегій повинні включати інфраструктурні, матеріально-технічні, технологічні, організаційно-управлінські, інтелектуальні компоненти [3, с. 65].

Отже, вивчення сучасного стану готельної індустрії в Україні підтверджує, що від збільшення інвестування в значній мірі залежить стан готельного бізнесу, та індустрії гостинності в цілому. Варто розробити наукові та практичні підходи для ефективної організації готельних підприємств в різних регіонах України. При розробці інноваційних проєктів, слід включати інфраструктурні, матеріально-технічні, технологічні, організаційно-управлінські та інтелектуальні компоненти. Також під час формування стратегій інноваційного розвитку готельної індустрії необхідно враховувати екологічні, економічні і соціальні чинники.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Мальська М. П., В. Кизима, Жук І. З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 336 с.
3. Стан та перспективи розвитку інфраструктури регіонів України. 2013. 117. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/InfrASTRUKTURA.pdf>

**Ю. В. Безрученков**

кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри туризму, готельної і ресторанної справи,  
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»  
м. Старобільськ, Україна

## ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ АДМІНІСТРАТИВНОГО СКЛАДУ СУЧАСНОГО РЕСТОРАНА

Сьогочасні вимоги господарювання вимагають творчого підходу до вирішення проблемних питань менеджменту підприємств ресторанного бізнесу які повинні ґрунтуватися на широкому використанні досягнень науки, техніки й глибокому систематичному опануванні методів управління. Успішні рішення адміністративних завдань потребують не лише творчого та наукового підходу, але й певних навичок, досвіду. Ріст професійного потенціалу сучасного керівника, рівня його компетентності у вирішанні дедалі складніших ситуацій які залежать не тільки від теоретичних знань але й від тривалості його практичної діяльності. Практичний досвід допомагає керівникові віднаходити найефективніші методи управління. Одним з таких методів є організаційно – адміністративний. Основою цього методу є організаційні відносини, які є складовою механізму менеджменту підприємства ресторанного бізнесу. Без організаційно-адміністративного метода управління не можуть реалізуватися другі методи, він забезпечує чіткість, дисциплінованість і порядок роботи що є запорукою успішного закладу ресторанного господарства.

На сьогодні проблема ресторанного господарства є досить низький рівень фахівців з одного боку та відсутність нормативно правової бази яка б регулювала обов'язкове залучення персоналу лише після опанування професійних дисциплін. Некомпетентний працівник, особливо менеджер, помилками діями може дезорієнтувати колектив підприємства,

що призводить до ресурсних витрат, виникнення конфліктів тощо.

Своєю не кваліфікованістю керівник приводить до перешкод та невдач підприємства. Це висловлюється в том, що підлеглі відчують себе незадоволеними й працюють нижче від своїх можливостей, а це в свою чергу відображується на конкурентоспособності підприємства.

Схожі питання вже не раз піднімались в наукових доробках: Л. І. Нечаюк, Н. О. Телеш, В. О. Лук'янов, Г. Б. Мунін, та інших. Науковці розглядали питання пов'язані: з управлінською діяльністю, професійним рівнем адміністративного состава, переваги та недоліки ресторанів тощо. Проте, не дивлячись на значну кількість наукових досліджень, діяльність професійної підготовки адміністративного состава потребує подальшої уваги.

Отже професійна підготовка – це сукупність спеціальних знань, умінь й навичок які дозволяють виконувати роботу у визначній області діяльності.

Найважливішими професійними рисами керівника нової формації вважаю: професійна культура, професійна компетентність, високий рівень підготовки у сфері менеджменту, обізнаність в теоретичних питаннях економіки і права, вміння самостійно й оперативно приймати рішення з урахуванням світових інноваційних процесів та нових тенденцій розвідку бізнесу.

Для ефективного управління адміністративний персонал повинен володіти знанням сьогочасного менеджменту й мати здібності до управління колективом. Ці знання потрібні керівникові для визначення власних підходів до підлеглих. Керівники, які нездатні аналізувати й удосконалювати власні управлінські підходи, як правило, не намагаються встановлювати зворотні зв'язки, нездатні зацікавити своїх підлеглих, мають труднощі при наданні завдань та доручень. Керівники, які недостатньо розуміють мотивацію працівників, у яких застарів стиль управління не відповідають сьогоденним вимогам підприємств сучасного ресторанного бізнесу. Здібності до керівництва і принципів та чітких власних цілей; здатності до управління самим собою; вміти навчати та розвивати підлеглих, формувати ефективні робочі групи.

Менеджери які не вміють досягати практичних результатів від своїх підлеглих, не мають здібностей до управління. В сучасному ресторанному бізнесі необхідно виокремити наступні ключові фактори управління: розуміння мети сегментів ринку і їх досягнень, контроль розходів, уміння працювати з персоналом. Можливо, саме недостатні знання й не розуміння вищевикладених факторів, на мій погляд і є

причиною низького рівня обслуговування яке веде к невдачам у ресторанному бізнесі.

Вагому роль в організації ресторанного господарства також відіграє професіоналізм обслуговування. Адже саме робота обслуговуючого персоналу, поставлена і організована належним чином, може як збільшити дохід в ресторанному бізнесі, так і на довго відвадити клієнтів, а не гостей як можна часто зустріти, саме клієнтів бо заклад ресторанного господарства надає послуги за які отримує фінансову винагороду.

Ще одна, на мій погляд, проблема ресторанного господарства це попит на низько кваліфіковану працю, та працівників без професійної освіти, це знов повертаючись до того, що в нашій державі немає чіткого механізму регулювання відсоткової кількості фахівців з профільною освітою, наприклад як в сфері туризму.

В даний час ринок праці потребує високопрофесійних кадрах, здатних переглянути стратегію розвитку бізнесу в умовах кризи та або ринкового спаду, реструктурувати бізнес-процеси, підібрати потрібну команду. Підприємства готові залучати кращі кадри, пропонуючи більш вигідні умови по компенсації в порівнянні з конкурентами. Останнім часом відзначається збільшення попиту на фахівців вищої ланки в сфері управління фінансами та персоналом. Кількість вакансій зменшилася, але за хорошими фахівцями і раніше була черга. Професійний менеджер життєва необхідність сьогоднішнього дня не тільки для ресторанного але й інших видів бізнесу.

Вміння управляти закладом ресторанного господарства в першу чергу ґрунтується на високопрофесійних навичках які базуються на широкому науковому підґрунті, досвіду здобутому під час практичної діяльності, професійній культурі та на сам перед якості освіти – структурованості та узгодженості навчальних планів всіх рівнів підготовки фахівців галузі, згідно стандарту по всій країні.

Для успішного ведення бізнесу професійний менеджер зобов'язан вивчити теорію та практику відношень між людьми. В рестораном, як ні в якому другому бізнесі, дуже важливо одразу же добитись успіху і, як ні в якому другому бізнесі філософія управління і відносини керівника проявляється обслуговування персоналу і його взаємовідносин з клієнтом, адже багато досліджень виявило, що основною причиною уходу кваліфікованих співробітників є не тільки низька заробітна плата, але й втручання власників в професійне управління. Одною з головних складових успіху ресторана є професіоналізм співробітників та їх задовільні умови.

В ході написання тез було розглянути основні причини низького рівня якості надання послуг в закладах ресторанного господарства через призму професійної підготовки адміністративного персоналу. Можна підсумувати вище сказане: рівень підготовки адміністративного складу є одним з найважливіших напрямків діяльності по управлінню персоналом і факторів успішної діяльності підприємства ресторанного господарства. Від особистих і ділових якостей керівників та спеціалістів, їх професійного та кваліфікаційного рівня, залежить якість прийнятих управлінських рішень та результати їх реалізації.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Нечаюк Л. І. *Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: Навчальний посібник* / Л. І. Нечаюк, Н. О. Телеш. – К.: Центр Навчальної Літератури, 2003.- 348с.
2. *Організація готельно-ресторанного обслуговування. Навчальний посібник* / Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. – К.: Кондор-Видавництво, 2012-346с.
3. *Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник: Видання 2ге, перероб. і доп. / За заг. ред. проф. Н. О. П'ятницька* : – К.: Кондор-Видавництво, 2012- 557с.

**Н. Г Босецька**

*старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанної справи  
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького  
м. Черкаси, Україна*

## **НАЙПОШИРЕНІШІ СВІТОВІ КУХНІ ХХІ СТОЛІТТЯ**

Кожна страва – це текст, наповнений сенсом і є згустком національного світогляду. Ідеї світорозуміння, які закладалися нашими предками, відображені у національних стравах. А разом із тим – і закарбоване світосприйняття народу, розуміння ним світобудови. Через національні страви відбувається відтворення сакральних цінностей. Адже їжа – не просто засіб поповнення сил, це згусток інформації, яка закладалась під час її приготування ще нашими далекими предками і так само закладається зараз сучасними господарями. Сенси, які латентно закладаються у страви під час приготування, виступають способами трансляції світобачення і світовідчуття як людини, яка її готує, так і етноспільноти, до якої вона належить.

Колись ми з цікавістю знайомилися з іноземними назвами – удон, боули, бейгли, сувлакі, рафи та інші, але на щастя сучасна кухня – тема широка і невичерпна, так що поле для експериментів безмежне, а з ростом популярності росте і інтерес публіки до кухні різних народностей [2, с. 44].

В список незвичайних дивних назв попала боттарга - пресована сушена ікра, яку засолюють прямо в ястиках і в'ялять до тих пір, поки не

отримають щільні і тверді пласти. При подачі натирають на тертушці і подають як закуску, або заправляють пасту. Цікава назва пападам – хрусткий індійський корж із борошна чечевиці, який зможе сповна замінити популярну мексиканську тортилью. В багатьох ресторанах світу великою популярністю користувалися страви гавайської кухні – поке, це нарізана кубиками сира риба, яка подається в якості закуски, або основної страви. Гавайська кухня завоювала всю Америку, тільки в США налічується більше 300 ресторанів гавайської кухні, і в меню майже кожного готують і подають поке. Ця закуска з'явилась і в закладах ресторанного господарства країн Європи та Австралії. В основі поке може бути не тільки сира риба, але й морепродукти, дрібно нарізані, заправлені соєвим соусом, васабі, або понзу, по бажанню змішані з огірками, авокадо, бобами едемаме і прикрашені водоростями норі та викладений на рис, який приготовлений на пару. Від своїх на найближчих конкурентів сашимі і тартара - поке відрізняється способом нарізки і подачею.

На сьогодні в тренді також перуанська кухня і вже скоро в меню просунутих ресторанів з'явиться кауса – картопляний пиріг з тунцем, цибулею і лимонним соком; пікаронес – бублики з гарбузово-картопляного тіста смажені в оливковій олії і политі апельсиновим сиропом з корицею і гвоздикою; пачаманка - різні види м'яса, приготовлені в бананових листях, смажені на вогнищі в ямі, присипані землею, що подають з зеленими бананами, картоплею качанами кукурудзи, корінням юки і багато зелені [5, с. 160].

Близький Схід, Азія, Південна Америка – страви, спеції цих регіонів давно завоювали любов відвідувачів закладів ресторанного господарства і в 2019 році ця тенденція тільки збільшиться. Ці кухні важаються найбільш здоровими тому, що в них рослинні продукти переважають над тваринними. Для китайців їжа - це не просто втамування голоду, а особливий ритуал, священне дійство. Китайська кухня вважається однією з найбагатших та найрізноманітніших кухонь світу. Вона бере свій початок з різних регіонів Китаю та поширена в багатьох інших частинах світу – від Східної Азії і Північної Америки, Австралії і до Південної Африки та Європи. Китайська кухня складається з кухонь усіх регіонів. Ресторани у всьому світі, в яких подають китайські страви, насамперед пропонують страви кантонської кухні. Завдяки нам, можна перевірити значення відомого вислову, який підтверджує різноманіття цієї кухні: «Кантонці їдять все, що має дві ноги, крім столів; і все, що має крила, крім літаків». Багато китайських страв не лише смачні, але й мають лікувальні властивості. Уміле поєднання продуктів, їх



приготування і навіть подавання в певну пору року – усе це чинить благотворну дію на організм людини. В китайській кулінарії не існує дієт, але в ній існує принцип умілого і раціонального використання всього достатку, який дає сама природа, а також уміння перетворювати їжу на важливе джерело життєвої енергії. По складності вишуканості й аристократичності китайську кухню порівнюють із французькою, тому вона так багато знайшла прихильників в усьому світі і ця тенденція набуває розвитку і в цьому році [6, с. 128].

Кухня Близького Сходу поєднує в собі елементи середземноморської і африканської кухні. Особливість національної кухні Близького Сходу – це використання великої кількості спецій і прянощів в перших і других стравах. Використовують також суміші з приправ та прянощів: багарат, гарісса, затар, рас ель гануф. Для приготування страв використовується переважно оливкова олія. Широко поширені страви з риби і морепродуктів. Мусульманські звичаї забороняють вживання свинини, тому основне м'ясо – баранина, козлятина, значно рідше верблюжати́на і телятина та птиця. Поширені страви з риб і бобових. У великій пошані різні фрукти, особливо фініки. Менше використовуються овочі та рис, хоча плов має багато різновидів, але крім прянощів до нього зазвичай додають фрукти. Солодощі також відмітна «родзинка» цієї кухні. Борошно, фініки, мед і спеції основні складові кондитерських виробів та десертів. Типові страви цієї кухні: гумус, шаурма, фалафель, фуль, баклава, долма, баба гануш, фатуш, тахіні та інші [5, с. 161].

Стрімко розвивається і набуває популярності у світі філіппінська кухня. Ця кухня складалася сторіччями під впливом східних та західних традицій, зокрема малайської, іспанської, китайської, індійської та американської. Важливе місце в ній займає рис, морепродукти, місцеві прянощі та фрукти. Їжа не настільки гостра, як в Таїланді. У філіппінській куні велика різноманітність м'ясних страв, саме не них іспанські традиції дуже сильно вплинули на традиційні східні мотиви. Країна має приморське розташування, тому в меню багато рибних страв і морепродуктів. Макрель з оцтом, цибулею, імбиром і червоним перцем в кокосовому молоці - неймовірно смачна страва. Рибні страви обов'язково подаються з пряними соусами, фруктами і зеленню, і неодмінно з рисом. Що стосується солодощів, то навіть у них рис займає важливе місце. Різноманітні рисові кульки, тістечка «бібінка» і «пучо», пироги з фруктами, смажені банани, десерти з кокосового молока, морозиво «хало-хало» - суміш подрібненого льоду із згущеним молоком і фруктовою м'якоттю. Традиційні прохолодні напої – це кокосове

молоко «Буко», лимонад, а також різні фруктові соки. З гарячих напоїв дуже популярна кава, чай п'ють тільки охолоджений. В меню місцевих закладів можна зустріти екзотичні страви, які містять весь спектр вітамінів і мікроелементів, необхідних людині. Спеціалісти в області кулінарії стверджують, що їжа філіппінців незвичайна: ароматна, пряна, кисла. Емігрувавши в інші країни, філіппінці створили цілі діаспори, а їх національні страви вийшли за межі цих груп і надалі вони ще більше будуть розповсюджуватися [1, с. 72].

Індійська кухня у світовому просторі асоціюється не тільки з карі, де стартами. *Jast-gasual* швидко підхоплюють і розповсюджують новітні тренди і заповнюють вільні гастрономічні ніші. В основному, це фьюжн-страви, в яких змішуються різні національні кухні, але в основі знаходиться Індія. Фішка багатьох ресторанів – приготування страв у великих печах (тандир). Хліб, м'ясо, птиця, риба готуються окремо, при цьому ці страви дуже апетитні і смачні. В Україні відкрито багато закладів індійської кухні, але кухня в основному не автентична, її свідомо адаптують до українського користувача, зробивши її більш м'якою і зрозумілою. Справжня індійська кухня дуже гостра, пряна і досить специфічна для нашого сприйняття, тому далеко не кожен зможе оцінити її смак. В меню цих закладів ви знайдете смажений рис з паніром, самоси, роли і хліб наан, чапаті, морквяну халву з родзинками, індійське морозиво, чай масала та інші. Ресторани пропонують багато вегетаріанських страв [3, с. 216].

У результаті зростання міграційних процесів в Україні прослідковуються деякі особливості, які мають значний вплив на розвиток ресторанного бізнесу. Перше – залучення іноземних шеф-кухарів, які приїжджають працювати в українських ресторанах і ця тенденція набирає обертів, оскільки носії культури своєї країни зможуть приготувати страви краще та передати їхній національний колорит і смак. Так, наприклад одним з найкращих шеф-кухарів японської кухні, вважають Фудзивару Йошихіро, який має свої заклади ресторанного господарства не тільки в Києві, але разом з дружиною працює в ресторані японської кухні «Yoshi» в місті Черкаси, в кафе грузинської кухні «Стумарі» м. Черкас працює шеф-кухар грузинського походження Тимур Гомурашвілі. Таких прикладів безліч, відбувається розширення культури, смаків української аудиторії та знайомство з особливостями національних світових кухонь. Іноземні кухарі також знайомляться із стравами української кухні, її звичаями і так поширюється наша національна кухня України по всьому світу, знаходячи своїх шанувальників.

Таким чином, національна кухня є специфічним продуктом культури, тісно пов'язаним як із певними соціокультурними трансформаціями, так і зі змінами в світосприйнятті. З одного боку, національна кухня зберігає риси традиційного способу трансляції, що сприяє набуттю нею правомірності, з іншого – відгукується на вимоги нової культурної епохи. Національна кухня належить до сфери гастрономічної культури. Вона репрезентує стрижень кулінарної культури, тобто базові принципи, які поділяються більшістю носіїв цієї культури протягом тривалого часу. «Еталонні» страви, що входять до її складу, задають основні правила поєднання продуктів, визначають набір фірмових страв, і представляють ті значення, на які слід орієнтуватися.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Алієва М. Роль народної кухні в збереженні етнічної ідентичності азербайджанської національної менишини України [Електронний ресурс] / М. Алієва // *Етнічна історія народів Європи*. – 2005. – Вип. 20. – С. 73–77. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eine\\_2005\\_20\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eine_2005_20_15)
2. Бурдейна Т. Л. Трансляція етнокультурних сенсів через національну кухню [Електронний ресурс] / Т. Л. Бурдейна // *Грані*. – 2014. – № 6. – С. 40–48. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani\\_2014\\_6\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2014_6_9)
3. Войцішук Ж. В. Стереотипи німецької національної кухні [Електронний ресурс] / Ж. В. Войцішук // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. – 2014. – Вип. 12. – С. 215–217. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_filol\\_2014\\_12\\_59](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2014_12_59)
4. Плюта О. П. Національна кухня як комплекс культурно-побутових традицій українців [Електронний ресурс] / О. П. Плюта // *Культура і сучасність*. – 2017. – № 1. – С. 147–151. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kis\\_2017\\_1\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kis_2017_1_28)
5. Плюта О. П. «Гастрономічна культура» і «національна кухня» як поняття гуманітарних досліджень їжі [Електронний ресурс] / О. П. Плюта // *Молодий вчений*. – 2017. – № 7. – С. 159–163. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2017\\_7\\_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_7_38)
6. Олійник О. М. Історіософія національної кухні Китаю: нотатки до проблеми [Електронний ресурс] / О. М. Олійник, О. О. Марченко // *Гілея: науковий вісник*. – 2018. – Вип. 130. – С. 126–129. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2018\\_130\\_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2018_130_36)

**А.С.Васеленко,**  
*студентка 4 року навчання*  
*кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*  
*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*  
*м. Суми, Україна*

**О.О. Скринник**  
*кандидат економічних наук,*  
*викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*  
*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*  
*м. Суми, Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ БАРНОЇ СПРАВИ В МІСТІ СУМИ**

Бар – підприємство громадського харчування з барною стійкою, що реалізує змішані, міцні алкогольні, слабоалкогольні та безалкогольні напої, закуски десерти, борошняні кондитерські і булочні вироби, покупні товари

Бари виникли понад 100 років тому. Однією з перших публікацій про бари, а також про змішані напої, якими в них торгували, була брошура, випущена в США у 1882 р. Гарі Джонсаном англійською та німецькою мовами. Саме цей період можна назвати початком популяризації барів.

Призначення бару полягає в тому, щоб надати можливість відвідувачам відпочити в затишній обстановці, послухати музику, подивитися виступ артистів та інше.

Бари поділяються на класи:

«Люкс» – вишуканість інтер'єру, високий рівень комфортності, широкий вибір послуг, асортимент оригінальних, вишуканих замовлених і фірмових напоїв, коктейлів.

«Вищий» – оригінальність інтер'єру, вибір послуг, комфортність, широкий вибір фірмових і замовних напоїв та коктейлів.

Штат таких барів укомплектований високопрофесійними фахівцями. У штаті барів, що мають своє виробництво і розширений асортимент виробів може бути кухар. Уніформа обслуговуючого персоналу повинна бути зручна і відповідати стилю підприємства. Текст меню та коктейльні карти повинні бути написані українською або російською та іноземними мовами.

«Перший» – гармонійність, комфортність, вибір послуг, набір напоїв, коктейлів нескладного приготування, в тому числі замовних і фірмових.

Бари розрізняють:

➤ за асортиментом реалізованої продукції і способу приготування: винні, коктейль-бари, коктейль-холи, пивні, гріль-бари,

молочні, десерт-бари, салатів та супові бари, хлібні бари, кава-бари, фіто-бари;

- за специфікою обслуговування споживачів: мілк-бар, бари по інтересам, танцювальні бари, диско-бари, стриптиз-бари, казино-бари, таб-бар, сервіс-бар, фітнес-бар, експрес-бар, національні-бари, пул-бар.

Обслуговування барах здійснюється барменами та офіціантами які мають спеціальну освіту і пройшли спеціальну підготовку.

Обов'язкова приналежність бару - барна стійка, висотою до 1,2 м і барні табурети заввишки 0,8 м.

У барах усіх класів склад приміщень допускає наявність вестибюля, гардероба, чоловічих і жіночих туалетів з приміщенням для миття рук. У барах класу «люкс» та «вищий» передбачаються кімнати для паління.

У барах повинні бути окремі туалети для чоловіків та жінок, а при ємності підприємства менше 50 місць дозволяється один туалет, їх рекомендується відокремлювати від вестибюля системою тамбурів. Умивальні кімнати можуть служити тамбурами для убиралень. Допускається відкрите розміщення умивальників у вестибюлях.

Професія бармен - сучасна, престижна і користується високим попитом. У роботі бармена дрібниць немає. Все є основним. Важливим є те, яким чином ти виглядаєш, вмієш налаштуватися на роботу, незалежно від свого самопочуття і особистих труднощів. Кожен напій, особливо коктейль, змушений бути приготований швидко, з дотриманням технології і з деякою часткою артистизму. При створенні кожного «шедевра» бармену надаються найширші перспективи, щоб зацікавити, заінтригувати відвідувача. А перше враження від коктейлю складається саме від його зовнішнього варіанту. Бармену можливо втілити найбільш сміливі фантазії, але за однієї умови: якщо у нього є спеціальне «обладнання» для складання коктейлю в іншому випадку іншого напою. Тут всі деталі – від стійки для пляшок до трубочки – мають найважливіше значення. Без даних дрібниць робота бармена немислима [3].

Два принципових стимули, які мотивують його поведінку, - це рентабельність бару і задоволення споживача. Бармен слідкує за тим, щоб напої, які подаються ним або його підопічними, відповідали смаку споживача, а також правилам гігієни і безпеки та були приготовані й подані відповідно до стилю та в дусі закладу.

Він слідкує за запасами напоїв, вирішує питання закупівлі продуктів і обладнання, а також підтримання його в робочому стані. Крім того, бармен контролює касові операції і бере участь у складанні карти бару.

Останнім часом в містах стали з'являтися бари з суворою спеціалізацією на одному алкогольному напої: віскі-бар, горілка або sake-бар. Ця тенденція є відображенням майбутньої барної культури. Однією із загальносвітових барних тенденцій є відмова від кухні, але середньостатистичний гість не хоче з цим миритися. Тому в більшості барів відвідувачам пропонують гастрономічну пропозицію, яка визначається попитом [2].

В місті Суми розвиток ресторанної та барної справи на досить високому рівні. Із населенням 266, 8 тисяч (станом на 2018 рік) тільки пивних барів близько 20. Звісно ці бари знаходяться на різних рівнях, від мало відомих з невеликим попитом до фірмових закладів зі своєю власною продукцією.

### *Характеристика найкращих барів міста Суми.*

На Козацькому валу знаходиться кафе – бар «Chekhoff's». Гостям пропонують класичні страви європейської кухні, а також українські та російські страви, приготовані за дворянськими рецептами. Винна карта складається з елітних європейських вин, які спеціально підібрані до страв меню. Інтер'єр закладу стилізований під старовинний ресторанчик початку двадцятого століття.

Британський гриль-паб «Альбїон» знаходиться на Покровській площі. Інтер'єр закладу витриманий в стилі традиційного лондонського пабу - шкіряні дивани, обробка темними породами дерева, приглушене світло. В меню європейська кухня. Всі страви готують з натуральних свіжих продуктів, більшу частину запікають на грилі. У барі пригощають свіжим розливним пивом і авторськими коктейлями. У карті напоїв є асортимент кавових міксів, а також фірмові трав'яні чаї. Для любителів солодкого готують десерти з домашніми сиропами.

Ірландський паб «O'grady's» – це заклад з живою музикою і величезним асортиментом різних сортів пива, який знаходиться на вулиця Кузнечна. В меню представлені не лише традиційні розливні, а також унікальні в місті крафтові пінні напої, що імпортуються в Україну магазином GoodWine. Гостям пропонуються різноманітні закуски по рецептам аутентичної ірландської і різноманітної європейської кухні.

По вулиці Воскресенська в самому центрі Сум розташований готель «Reikartz», в складі якого працює гриль-бар «Дикий захід». В меню ресторану представлені популярні страви американської кухні. Фірмові частування – картопля під соусом коктейль «Картопля Ранчо», сирні палички «Закуска шерифа». Щоп'ятниці в гриль-барі проходять пісенні вечірки.

Паб «На Псельській» знаходиться в тихому районі міста, поруч з готелем «Хімік», неподалік від Троїцької церкви. Два довгих залу оформлені в стилі класичного англійського пабу. Стіни залу для некурящих обклеєні пивними етикетками різних країн і часів (колекція зібрана господарем закладу). Є великий літній майданчик. В меню пабу «На Псельській» представлені різноманітні закуски до пива: стейки, ковбаски, смажена картопля. Фірмова страва – «Сніданок по-селянськи» (ковбаска, сало, картопля, яйце, цибуля). Свіже пиво «Псельській» подають в фірмових келихах.

У самому центрі Сум розташована пивоварня-паб «Веселий хохол». Тут гостям представлений асортимент свіжого розливного пива, звареного на власному пивоварному обладнанні. У барі пригощають світлим, медовим, пшеничним, бурштиновим і темним пивом. В меню європейська кухня. Акцент зроблений на м'ясних гриль-блюдах. Вранці готують комплексні сніданки. Інтер'єр витриманий в стилі класичного європейського пабу.

Ресторан-пивоварня «Козацька Броварня» розмістився в історичній частині міста Суми, недалеко від вулиці Козацький Вал. Особливість «Козацької броварні» полягає в тому, що пиво вариться прямо в залі в двох металевих чанах. Кожен відвідувач може спостерігати цей процес. Варто відзначити, що до складу пива входять тільки 4 інгредієнти: солод, вода, хміль і дріжджі, а сам напій не проходить фільтрацію та пастеризацію. Гостям представлений асортимент популярних європейських та українських страв. Крім того, у меню є розділ з ковбасками власного приготування. Алкогольна карта містить домашні козацькі настоянки. У барній карті представлені фірмові сорти пива: гетьманське пшеничне, гетьманське світле та гетьманське темне.

У центрі Сум, навпроти стадіону «Ювілейний» і поряд з Театром драми і комедії розташований пивний ресторан «Брудершафт». Відвідувачам представлено широкий асортимент німецького пива - «Пауланер», «Ердінгер», «Хофброй», «Кромбахер», «Бітбургер». В меню традиційна німецька кухня. Фірмова страва - свиняча рулька з тушкованою капустою «Айсбан». Інтер'єр оформлений в стилі класичного європейського пабу. Часто тут проходять спортивні трансляції, вечорами звучить жива музика [1].

В даний час популярність барів сильно зросла. Люди приходять в них, щоб освіжитися, поспілкуватися, відсвяткувати знаменну подію. З'явився попит на супутні розважальні послуги: бармен-шоу, вогняні вистави, тематичні вечірки та ін. Дуже актуальним напрямком є виїзні бари..

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Васеленко А.С. Теоретичні та методичні засади організації барної справи в місті Суми. *История возникновения и перспективы развития баров – [електронний ресурс]/режим доступу: <http://bartenam.com/view/279/6>*
2. *Организация обслуживания в баре – [електронний ресурс]/режим доступу: <https://studbooks.net/545165/kulturologiya/zaklyuchenie>*

**Т. С. Дмитренко,**

*Студентка 4 року навчання  
кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

**В.М. Зігунов**

*кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,  
м. Суми, Україна*

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Харчування – природна потреба будь-якої людини. Крім звичайної і невід'ємної потреби, харчування в туризмі розглядається і як важливий елемент розваги, і пізнання місцевої культури. Тому останнім часом все більшою популярністю користуються гастрономічні тури. Національна кухня являє собою важливий елемент культури народу, є елементом пізнання і способом одержання задоволення. Харчування різних народів та місцевостей має особливі, властиві тільки йому особливості. Для багатьох туристів національна кухня є дуже цікавим елементом програми туру. Саме тому з'явилося таке нове поняття як гастрономічний туризм.

Гастрономічний туризм – це нове явище, що розвивається як новий туристичний продукт, обумовлений, зокрема, тим фактом, що за даними спеціалізованої літератури більше третини туристичних витрат припадає на їжу. Тому кухня туристичної дестинації є одним із надзвичайно важливих аспектів, що визначає якість відпочинку. Гастрономічний туризм – це поїздка з метою ознайомлення з національною кухнею країни або регіону, особливостями виробництва та приготування продуктів і страв, а також навчання і підвищення рівня професійних знань в області кулінарії [1].



Як самостійний напрям даний вид туризму став активно розвиватися в кінці 20 століття. Термін «кулінарний туризм» вперше був введений в 1998 р, університеті Bowling Green (Боулінг Грін, США). А у 2003 р. була створена Міжнародна асоціація кулінарного туризму, але згодом вона була перейменована та одержала назву Всесвітня асоціація гастрономічного туризму. Саме ця асоціація в 2012 р. запропонувала вживання терміну «гастрономічний туризм». І визначає його як подорожі з метою отримання аутентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню [5].

Мета гастрономічних турів полягає в тому, щоб насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни. При цьому дана мета не зводиться лише до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Важливо насолодитися місцевою рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їхню культуру приготування їжі. В світі існують відомі гастрономічні напрямки, серед яких можна назвати Іспанію, Францію, Італію, Грецію, Бельгію, Португалію, США, Грузію, Бразилію, Перу, Мексику, Нову Зеландію, Південну Африку, Австралію, Чилі, Малайзію, Японію, Індонезію, Балі, Китай [8].

В Україні гастрономічний туризм поки що тільки зароджується, і турів в чистому вигляді ще як таких немає, але його елементи включають в інші основні програми. Гастрономічний туризм також вважається допоміжним інструментом для пізнання культурної та національної спадщини певних країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із важливих елементів, які відображають спосіб життя, світогляд та традиції етносів.

Існують класифікації гастрономічних і кулінарних турів за кількома ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості, мета поїздки або бажання спробувати певний напій чи страви. Всі ці особливості повинні враховуватися при складанні гастрономічного туру, щоб він найкращим чином відповідав очікуванням цільової аудиторії [2].

Тож гастрономічний туризм включає в себе такі види:

- ресторанний тур – подорож, яка складається з відвідування найвідоміших та найбільш популярних ресторанів, які відрізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, національним спрямуванням;
- тур сільською місцевістю – тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації її кухні та продуктів, що

виробляють у даному регіоні. Може також включати в себе деякі сільськогосподарські роботи;

- тур з метою відвідування гастрономічної виставки, ярмарки, шоу;
- освітній тур, метою якого є навчання в спеціальних закладах кулінарного профілю, відвідування курсів та майстер-класів;
- комбінований тур – поєднує риси кількох попередніх турів.

Під час гастрономічних турів турист має гарну нагоду: відвідати ресторани та інші заклади національної кухні; взяти участь у гастрономічних фестивалях; ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів; спробувати себе у приготуванні національних страв.

Туристи, що вирушають у гастрономічні тури, представлені такими категоріями населення: туристи, яким набрид звичайний туризм; туристи, які хочуть внести різноманітність у свій раціон; гурмани; туристи, чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі; представники туристичних компаній, які зацікавлені в організації власних гастротурів. Отже, цільова аудиторія гастрономічного туризму включає в себе: туристів-гурманів; туристів, які використовують кулінарний туризм з метою навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори); представників туристичних фірм, які подорожують з метою вивчення даного напрямку туризму; туристи, які бажають заглибитися в культуру країни за допомогою вивчення національної кухні [4].

В останні роки в Україні було започатковано чимало гастрономічних заходів. В даний час налічують більше сотні гастрономічних фестивалів : вина, сиру, дерунів, сала, карпа, тушковано півня, вареників, шашлику, шоколаду, полуниці, березового соку, кавуна, хліба тощо. Найбільшими з них є наступні: фестиваль молодого вина «Закарпатське Божоле» (Ужгород), «Галицька дефіляда» (м. Тернопіль), «Конкурс різників свиней – гентешів» (с. Геча, Закарпатська обл.), «Біле вино» (м. Берегово, Закарпатська обл.), гастрономічний фестиваль вина та меду «Сонячний напій» (м. Ужгород, Закарпатська обл.), «Фестиваль ріплянки» (с. Колочава, Закарпатська обл.), «Гуцульська бринза» (м. Рахів, Закарпатська обл.), «Борщ'їв» (м. Борщів, Тернопільська обл.), фестиваль хліба (хутір Обирок, Чернігівська обл.), «Український кавун – солодке диво» (м. Гола Пристань, Херсонська обл.), свято Полтавської галушки (м. Полтава), свято сала (м. Полтава), фестиваль полуниці (м. Ізюм, Харківська обл.), свято шоколаду (м. Львів), фестиваль дерунів (м. Коростень, Житомирська обл.) тощо [3, 9].

Тому зважаючи на представлені дані, всі регіони України за кількістю гастрономічних фестивалів та регіонального зосередження гастрономічних турів можна умовно поділити на три групи:

- такі, де відсутні гастрономічні фестивалі та тури (Луганська, Донецька, Рівненська, Чернівецька, Сумська області);
- такі, де найбільша кількість фестивалів, а також зосереджені всі існуючі гастрономічні тури, а саме: Львівська, Одеська, Київська, Івано-Франківська, Закарпатська, Полтавська.
- такі, де присутні в незначній кількості гастрономічні фестивалі та є потенціал до створення гастрономічних турів, а саме: Волинська, Хмельницька, Вінницька, Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Чернігівська, Черкаська, Харківська, Тернопільська, Кропивницька, Житомирська області.

Сумська область входить у список областей, де відсутні гастрономічні фестивалі та тури, але перспективи для їх розвитку існують, так як на сьогоднішній день кількість закладів ресторанного господарства у місті зростає. Згідно даних, зараз в місті налічується близько 200 закладів. Типи підприємств різноманітні: ресторани, кафе, кав'ярні, бенкетні зали, піцерії, дитячі кафе, суші-бари тощо. Також ресторани міста Суми багаті національними особливостями кухонь різних народів світу. На початку 2019 року, а саме на Різдвяні свята відбувся перший гастрономічний фестиваль в місті Суми «Слобожанські смаки», який тривав з 7 по 14 січня. Відкриття фестивалю відбулося 7 січня о 16 годині на стадіоні «Ювілейний». У програмі – традиційний вертеп від колядників із різних міст України, різдвяні конкурси та розваги, гастро-ярмарок, гарячі напої тощо. Протягом фестивалю кожен зміг скуштувати найрізноманітніші автентичні страви Слобожанщини, приготовані у кращих ресторанах та навіть проголосувати за найсмачніші з них [6].

Кожен ресторан-учасник гастрономічного фестивалю протягом тижня пропонував у своєму закладі спеціально розроблене меню слобожанської кухні. В цілому за час фестивалю можна буде спробувати близько 50 різноманітних страв. В основному це були страви з м'яса, так як Слобожанщина завжди славилася своїми м'ясними стравами (наприклад, домашньою ковбасою) і, звичайно ж, риби, адже Суми стоять на трьох річках. Спробувати унікальні українські страви можна у ресторанах «Здибанка», «Карпатська колиба», «Козацька броварня», «Старий млин», «Шалена шкварка», «Шафран», «Ile de France», «Simbiosi», «Testo», «Family» [7].

Дослідження останніх років свідчать, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де, на основі неповторних традицій, формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти – тури, фестивалі, народні свята. Нині Україна має низку гастрономічних заходів, що створює передумови для розвитку гастрономічного туризму, який має свої особливості у регіональному аспекті. Також можемо зробити висновки, що і Сумська область, а саме м. Суми має великі шанси та перспективи для розвитку гастрономічного туризму, адже в місті налічується велика кількість закладів харчування з кухнею різних країн світу, які постійно розвиваються та вдосконалюються, а також багата та цікава історія міста, надзвичайно смачні та ситні слобожанські страви, які не залишить нікого байдужим.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Басюк Д.І. *Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні* / Д.І. Басюк // *Наукові праці НУХТ*. – 2012. – № 45. – С. 128–132
2. Вишневська Г.Г. *Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму* / Г.Г. Вишневська // *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. – К., Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2013. – Вип. 31. – С. 112–118.
3. *Інформаційне видання: «Гастрономічні фестивалі українців»* / *Матеріали зібрані та впорядковані: Виставковий центр ЛПЕТ «Тури та туристичні продукти для львів'ян та гостей міста»*, 2016.
4. Кукліна Т. С. *Гастрономічний туризм на туристичному ринку України* / Т.С. Кукліна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>
5. *Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму*. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldfoodtravel.org>
6. *У Сумах відбудеться гастро-фестиваль «Слобожанські смаки»*[Електронний ресурс]- Режим доступу: <https://www.unian.ua/tourism/news/10398312-u-sumah-vidbudetsya-gastro-festival-slobozhanski-smaki.html>
7. *У Сумах відкрили гастрофест «Слобожанські смаки»* [Електронний ресурс]- Режим доступу: <http://sumy.today/u-sumah-vidkryly-gastrofest-slobozhanski-smaky>
8. *Global Report on Food Tourism*. – *World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain*. – 2012. – р. 63
9. *30 українських фестивалів, про які не знає 98 % українців* [Електронний ресурс]- Режим доступу: [http://stezhkami.com/articles/80\\_30\\_ukrainskykh\\_festyvaliv\\_pro\\_jaki\\_ne\\_nae\\_98\\_ukrainskiv\\_chastyna\\_1](http://stezhkami.com/articles/80_30_ukrainskykh_festyvaliv_pro_jaki_ne_nae_98_ukrainskiv_chastyna_1)

**Ж. В. Левковська,**  
*студентка IV курсу*  
*кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*  
*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка*

**І.С. Зігунова**  
*кандидат педагогічних наук, доцент,*  
*завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*  
*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*  
*м. Суми, Україна*

## **СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА СУМИ**

Менеджмент висвітлює теоретичний матеріал щодо сутності економічних явищ і процесів в індустрії гостинності України їх взаємозв'язків, практичні навички управління підприємствами готельного господарства.

Зміни в споживчих перевагах українського суспільства, становлення нових ринків сфери послуг приводять до активізації розвитку послуг готельного господарства, частиною яких є управлінські процеси.

Сьогоднішній етап розвитку управління підприємствами готельного господарства неможливий без обізнаності в питаннях менеджменту, без вміння самостійно й оперативно приймати вірне рішення з урахуванням інноваційних процесів та новітніх тенденцій розвитку бізнесу. Сутність та специфіка готельної діяльності пов'язана з керівництвом та управлінням людьми, регулюванням їх поведінки. Тому для ефективного управління діяльністю необхідно розглянути підходи до готельного господарства, визначити основні характеристики сутності та специфіки господарювання підприємствами в сучасних умовах.

Тема досліджувалася такими вченими: Є.В. Агамірова, Л. Ваген , Д.І. Єлканова , С.С. Скобкін, А.Е. Саак та М.В. Якименко, Р.А. Браймер , Дж.Р. Уокер .

Мета роботи полягає у обґрунтуванні теоретичних положень з організації готельного бізнесу та функціонування підприємств індустрії гостинності, управління підприємствами індустрії гостинності та формуванні практичних навичок використання цих знань для прийняття управлінських рішень щодо управління функціонуванням підприємствами і підвищення ефективності їх діяльності.

Менеджмент – це інтеграційний процес, за допомогою якого професійно підготовлені управлінці створюють підприємства й управляють ними шляхом визначення певної мети й способів її

досягнення. Кінцевою метою менеджменту є забезпечення прибутковості підприємства.

Поняття «менеджмент» щодо поняття «управління» слід розглядати як частину від цілого [3].

Найважливішим завданням менеджменту у готельному бізнесі є організація виробництва й надання послуг високої якості з урахуванням інтересів споживачів і забезпечення стабільного становища підприємства на ринку послуг.

Менеджмент готельного бізнесу є особливою наукою. Він поєднує питання економіки, планування, економічного аналізу, організації діяльності, психології, соціології, педагогіки, права, кібернетики та ін.

Процес надання основної послуги у готельній діяльності можна схематично поділити на кілька основних етапів:

- інформація про надання комплексу послуг;
- резервування (бронювання) місць;
- реалізація послуг;
- зустріч і проводи гостей;
- обслуговування під час перебування в готелі.

Вказані етапи надання послуг проживання є взаємопов'язаними та взаємообумовленими, кожен окремо й усі разом вони визначають рівень якості діяльності підприємства.

*Таблиця 1*

Характеристика специфіки управління підприємствами готельного господарства

<b>Специфіка управління підприємствами готельного господарства</b>			
<b>Пізнавально-функціонально професія»Людина-Людина»,</b> де переважає пізнавальна діяльність: робота з управління людьми Та робота по обслуговуванню людей.	<b>Персонал-головний ресурс</b> у сфері готельних послуг. Відмінній роботі на підприємстві сприяє згуртована команда професіоналів.	<b>Гостинна пове-дінка.</b> Робота всіх робітників відбивається на загальному враженні.	<b>Фактор ідентичності підприємства</b> такі: цінності, процес обслуговування, оточення тощо.

Таблицю складено за матеріалами: [1;5]

Досліджуючи специфіку (від лат. «specificus» – «особливий») управління підприємствами готельно-ресторанного господарства, тобто відмінності, характерні особливості, властиві тільки даному предмету, явищу [4].

Водночас необхідно завжди пам'ятати про те, що підприємство надає послуги, схожі з тими, які пропонують клієнтам конкуруючі фірми. Коли клієнт прямо отримав сервіс, то він отримує лише те, що вимагає, а також те, про що просить. Коли ж клієнту надається гостинність, то співробітники запитують «гостя» про те, що можна для нього зробити, і саме це і робиться. Ось чому вищою метою ділової активності у сфері гостинності є задоволення потреб клієнта, і тільки потім – збільшення доходів підприємства [6].

Відносини між працівниками підприємства можна поділити на відносини субординації та координації. Відносини субординації - це відносини між працівниками та їхнім безпосереднім керівником, чії вказівки є обов'язковими для виконання. У підприємствах готельного бізнесу це відносини між головним бухгалтером і працівниками бухгалтерії, між адміністратором залу ресторану та офіціантами, між завідувачим виробництвом та кухарами.

Відносини координації мають місце між працівниками різних підрозділів внаслідок їх спільної діяльності, між колегами в одному підрозділі. Працівники, між якими виникають відносини координації, прямо не підпорядковані один одному й мають рівні права у здійсненні спільної діяльності.

Через розуміння сутності та специфіки сфера гостинності перетворилася на індустрію гостинності, роком народження професій в індустрії гостинності вважається 1956 рік, коли у США кількість працівників, зайнятих у сфері послуг, перевищила кількість робітників, зайнятих у виробництві. У США ця індустрія є другим за значенням роботодавцем, що надає робочі місця для понад десяти мільйонів осіб. У багатьох високорозвинених країнах світу (наприклад, в Італії, Франції, Швейцарії, Австрії) вона є найважливішою галуззю економіки [2].

Досліджуючи сутність та специфіку управління підприємствами готельного господарства, необхідно зазначити, що робота цієї сфери призначена для передбачення та перевершення очікувань гостя (клієнта), тому основоположне значення в цьому процесі має персонал, який взаємодіє з відвідувачем.

Отже, здійснюючи процес управління, менеджер забезпечує найефективніше використання матеріальних і людських ресурсів організації для досягнення поставленої перед нею мети, що передбачає задоволення матеріальних потреб працівників, розвиток бізнесу, вирішення інших соціальних проблем. Наприклад, в обслуговуванні групи туристів беруть участь працівники виробництва послуг

проживання, кухари, офіціанти, працівники екскурсійного бюро, перекладачі, працівники інших структурних підрозділів. У цьому разі вони є рівноправними партнерами, які вступають у відносини координації для досягнення загальної мети.

Таким чином, у роботі доведено, що усі підприємства готельного бізнесу являють собою складні соціальні системи, всередині яких можна виділити дві складові: виробництво послуг і управління. Ці складові підпорядковані одна одній і перебувають у певних відносинах між собою.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Ваген Л. ван дер. *Гостиничний бізнес : [учебное пособие]* / Л. ван дер Ваген ; пер. А.В. Сухорукова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. – 411 с.
2. Круль Г.Я. *Основи готельної справи* / Г.Я. Круль [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bib.convdocs.org/v29984/круль\\_г.я.\\_основи\\_готельної\\_справи](http://bib.convdocs.org/v29984/круль_г.я._основи_готельної_справи)
3. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. *Готельно-рестораний бізнес: Менеджмент: Навчальний посібник* К.: Центр Навчальної Літератури, 2003. - 348 с.
4. *Словник української мови : в 11 т. – 1978* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sum.in.ua>
5. Уокер Дж.Р. *Введение в гостеприимство : [учебник]* / Дж.Р. Уокер ; пер. с англ. Н.Н. Михайлова. – М. : ЮНИТИ, 1999. –464 с.
6. Яковлев Г.А. *Экономика гостиничного хозяйства : [учебное пособие]* / Г.А. Яковлев. – М. : РДЛ, 2006. – 224 с.

**А.В.Леонт'єва,**

*Магістр кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,  
м. Суми, Україна*

**Д.Р. Мозгова**

*кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,  
м. Суми, Україна*

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ СТВОРЕННЯ БІЗНЕС-ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ХОСТЕЛУ У МІСТІ СУМИ**

Найкращим варіантом вкладення коштів у сучасних економічних умовах є нерухомість. Прикладом можуть бути квартири у новобудовах. Сьогодні багато хто з українців скуповує житло в містах з метою отримання прибутку від оренди. Розрізняють декілька способів здачі квартир в оренду. Форма здачі залежить від наступних чинників: від місця локалізації і ймовірного прибутку. Відмітимо, що довготривала оренда відмічається у віддалених спальних районах. У видатній частині міста житло то, як правило, здається подово. Натомість у центрі,



квартири орендують заможні верстви населення.

В останні роки відмічається прогресування готельного бізнесу в економ-класі. Це пов'язано з переміщенням великої кількості людей в межах нашої країни. Їх складають переселенці, студенти, туристи і ті, хто їздить у відрядження. У зв'язку з цим попит на дешеве житло зростає у всіх містах. Причиною такої ситуації є зростання вартості комунальних послуг, підвищенням курсу валют, подорожчанням оренди житла, люди змушені шукати інші, більш доступні по ціні пропозиції. Прикладом може бути міні-готель на базі власного житла.

Особливістю сьогодення є міні-готелі на базі квартир. Основні критерії міні-готелю – поєднання зручності та економічної вигоди для їх клієнтів. Що необхідно для створення міні-готелю? Для відкриття хостелу необхідно придбати нерухомість, зробити ремонт, встановити кондиціонери, облаштувати кухню придбати шафи-купе, сейфи, стільці, столи, побутову техніку (телевізори, роутери для інтернету, холодильник, пральну машину, праску, комп'ютер), постільну білизну, рушники, покривала, штори, подушки, лампи та інші дрібниці. В кожному кімнату необхідно встановити ліжка, тумбочки, стіл, стільці, шафу. У вітальню необхідні м'які меблі, столики і телевізор. Облаштувати ванну та санвузли. Клієнтами для цього проекту є туристи і учасники ділових поїздок. Вітчизняні туристи обирають, як правило, недорогі пропозиції.

Крім вигідної оплати за проживання, існує можливість повноцінно відпочити в комфортних умовах. Відсутність в міні-готелях великої кількості людей, не стомлює клієнтів. Через обмеженість місць працівники здатні забезпечити гарний сервіс, надавати якісні послуги і по-домашньому відноситися до постояльців. Господарі таких хостелів зацікавлені в створенні клієнтської бази, тому намагаються приваблювати людей і зробити їх своїми постійними клієнтами. Значна особливість хостелу – це наявність сучасного ремонту. Власники слідкують за підтриманням інтер'єру. Приміщення мають бути оснащені всім необхідним для комфортного проживання. Гостям надається для користування телевізор, пральна машина, прасувальна дошка та інші атрибути, яких так не вистачає під час подорожей. Таким чином, вони зможуть відчувати себе, як вдома.

Вдалий проект, незалежно від сфери діяльності, неможливий без фахових спеціалістів. Відомі готельєри, які мають достатній досвід роботи в готельній справі, рекомендують уважно обирати співробітників. У нашій країні існує досить багато вузів, які готують менеджерів готельного бізнесу. Як показує практика, не всі випускники таких вузів можуть

швидко увійти в курс справи і належним чином виконувати свої обов'язки. Часто, шукаючи персонал для міні-готелю, їх власник переглядає по декілька десятків резюме, але так і не знаходить потрібного йому спеціаліста. На що потрібно звернути увагу, набираючи команду?

1. Досвід роботи майбутнього працівника;
2. Рекомендації з попереднього місця роботи;
3. Знання іноземних мов;
4. Універсальність. Мається на увазі, при необхідності виконувати всі обов'язки;
5. Психологічна стійкість, доброзичливість, неконфліктність, комунікабельність.

Для функціонування нашого хостелу необхідно мати чотири співробітника – троє на зміну, які будуть працювати через добу. В їх обов'язки входять функції адміністратора, прибиральника, охоронця та кухонного працівника. Також не обійтися і без бухгалтера, якого можна взяти на півставки посади.

Для популяризації хостелу маємо зробити наступне:

- замовити сайт-візитку. На ньому буде представлено фото номерів, ціни на послуги та контакти;
- завести сторінки в соцмережах та розмістити інформацію на онлайн біржах оголошень;
- зареєструватися на електронних сервісах бронювання типу [booking.com](http://booking.com);

Зацікавлювати гостя необхідно не тільки низькою ціною і традиційним набором послуг у вигляді вільного вай-фаю, кабельного телебачення, безкоштовного чаю-кави. Можна запровадити систему бонусів та акцій. Чим більше часу в міні-готелі проживає клієнт, тим менше він платить.

Особливу увагу треба приділити організаційним питанням, які необхідно вирішити в першочергово. Потрібно зареєструватися в якості приватного підприємця і обрати систему оподаткування, краще єдину. Необхідно, щоб хостел відповідав державним стандартам, в межах яких надаються послуги проживання. Якість умов підтверджується сертифікатами, які надають органи, акредитовані Держстандартом. Об'єкт ще до його відкриття повинні відвідати контролюючі органи, такі як пожежна та СЕС.

Бізнес-проект, як хостел на базі квартири, має низку своїх недоліків. В цей ряд включаються наступні фактори: пори року (сезонність), коливання валютної стабільності, подорожчання комунальних послуг.

Такі складнощі допоможе подолати постійний попит клієнтів, які шукають недороге житло. Зазначимо, що у разі підвищення витратної частки доведеться збільшити вартість послуг. Бізнес-план, зразок якого запропоновано, допоможе здійснити та розвивати такий проект.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Балахонова О.В. Бухгалтерський облік готельних послуг / О.В. Балахонова, Т.М. Дячук, М.В. Заїкіна // *Оцінка перспектив розвитку економічного потенціалу України в XXI ст. : мат. міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 18–19 листопада 2011 р.). – Київ : Київський економічний науковий центр, 2011. – Ч. II. – С. 49–51.*
2. Овчаренко Л.В. Развитие гостиничного бизнеса: современные мировые тенденции / Л.В. Овчаренко, А.В. Овчаренко // *Мир человека. – 2009. – Т. 9. – № 1. – С. 120–126.*
3. Колективні засоби розміщування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/tur/zr\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/tur/zr_u.html).
4. Кількість зайнятих працівників на підприємствах за їх розмірами за видами економічної діяльності у 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/fin/kp\\_ed/kp\\_ed\\_u/kzp\\_ed\\_u\\_2013.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/fin/kp_ed/kp_ed_u/kzp_ed_u_2013.htm).

**А. В. Немчунова,**

*Студентка 4 курсу*

*Кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*

*М. Суми, Україна*

**Д.Р. Мозгова**

*кандидат економічних наук,*

*старший викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

## **БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ВІДКРИТТЯ РОК-КАФЕ У МІСТІ СУМИ**

*Актуальність теми.* Основою існування і розвитку суспільства є виробництво і споживання різноманітних матеріальних благ, необхідних для задоволення потреб людей. У списку основних вимог нашого життя перше місце займає харчування, воно виступає невід'ємною частиною сфери споживання.

Задоволення особистих потреб населення в готовій їжі передбачає її виробництво та організацію споживання.

Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. Суб'єкти господарювання здійснюють торговельно-виробничу діяльність у ресторанному господарстві через заклади ресторанного господарства.

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс послуг, які можна поділити на: послуги харчування; послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів; послуги з реалізації продукції; послуги організації обслуговування споживачів (реалізація продукції та організація її споживання); послуги з організації дозвілля; інформаційно-консультативні послуги та інші послуги.

Послуги закладів ресторанного господарства і умови їх надання повинні бути безпечні для життя і здоров'я споживачів, забезпечувати збереження їх майна і охорону навколишнього середовища. Умови надання послуг повинні відповідати вимогам діючої нормативної інформації за рівнем шуму, освітлення, стану мікроклімату, архітектурно-планувальним рішенням, вимогам електро-, пожежо- та вибухобезпечності, санітарним нормам і правилам. Екологічна безпека повинна забезпечуватися дотриманням встановлених вимог охорони навколишнього середовища біля території закладу, технічного стану та утримання приміщень, вентиляції, водозабезпечення, каналізації, а також положень державних стандартів системи безпеки праці.

Виробничий та обслуговуючий персонал повинен мати відповідну спеціальну підготовку щодо дотримання санітарних вимог і правил особистої гігієни на виробництві, при зберіганні, реалізації та організації споживання кулінарної продукції [3].

На мою думку, керівники закладів ресторанного господарства повинні мати на меті не тільки отримання максимального прибутку від свого бізнесу, але й прагнути зробити щось корисне для своїх відвідувачів. Це стосується не тільки організації харчування, але й особистого підходу до кожної людини.

*Предметом дослідження* даної роботи є ресторанне господарство України та міста Суми.

*Мета:* дослідити та проаналізувати ресторанне господарство України та міста Суми.

*Об'єкт дослідження:* організація ресторанного господарства на прикладі відкриття кафе у місті Суми.

Тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні мають великий вплив на концепцію створення підприємства. В 2013 році ринок ресторанних послуг продовжив зростати порівняно із 2012 роком, але меншими темпами. Закриваються ті заклади, які відкривались «під ЄВРО», очікування економічних катаклізмів також впливає на тенденції відкриття нових ресторанів. В 2014-2015 рр. розвиваються ті формати, які вижили і були успішними в період кризи: заклади з акцентом на народну кухню,

елітні заклади, кафе та ресторани з бенкетною специфікою, нові формати – «не-кафе» (розрахунок не за їжу-напої, а за проведений час), йогуртерії, заклади з незвичайною кухнею або акцентним блюдом, еко-ресторани, пересувні кав'ярні, кафе-кулінарії, арт-ресторани і ресторани з активною розважальною програмою, дитячі кафе, заклади швидкого обслуговування, фаст-фуд та служби доставки [1].

Станом на початок 2017 року в Україні, за даними Державної служби статистики України [3, с. 93], забезпеченням стравами та напоями займалися майже 50 тис. суб'єктів господарювання. У цілому динаміка кількості підприємств РГ упродовж 2014-2017 рр. почала зменшуватися. Якщо в період з початку 2013-2014 рр. кількість підприємств-юридичних осіб в Україні зросла на 308 одиниць, то протягом 2014-2017 рр. середньорічний темп становив 86,74%, тобто щорічно протягом останніх років їх кількість зменшувалася в середньому на 13% [2].

Більшу половину закладів українського ресторанного господарства займають кафе – близько 55%, частка ресторанів становить 22%. Розглядаючи тенденції ресторанної справи на базі вивчення статей рестораторів, можна передбачити розвиток закладів із середніми цінами, доступними для більшості населення.

Ресторанна справа в світі є однією з найприбутковіших. За статистикою, середній обіг коштів, вкладених у ресторан, відбувається в 5-6 разів швидше, ніж інвестиції, вкладені, наприклад, у магазин одягу або канцелярію.

Експерти вважають, що український ресторанний ринок розвивається дуже динамічно: збільшилась кількість ресторанів та інших підприємств ресторанного господарства, поліпшилися їх зовнішній вигляд і асортимент пропонованих страв і напоїв. Однак до повного насичення ще далеко. Наприклад, в Америці на 600-700 мешканців припадає 1 ресторан, а в Києві - 1 на 3,5 тисяч. Отже, не виключено, що кількість ресторанів буде зростати, водночас і конкуренція стане жорсткішою.

Роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається характером і масштабами потреб людей у послугах з організації споживання матеріальних і духовних благ у неформальних умовах. Ресторатори в конкурентній боротьбі за споживачів використовують різні інструменти: авторську, креативну та кухню ф'южн спрямування, в останні роки – молекулярну; високоякісне спеціалізоване та поліфункціональне устаткування; висококласні посуд та аксесуари сервірування; сучасний дизайн; музичне обслуговування, в тому числі

шоу-програми, пропонують послуги сомельє, бариста, впроваджують різні дисконтні програми та інші цікаві елементи обслуговування.

Послуги закладів ресторанного господарства є важливим елементом обслуговування туристів. Ця сфера в комплексі туристичних послуг швидко розвивається. Зберігаючи кращі традиції національної кухні, заклади ресторанного господарства є візитною карткою гостинності кожного міста та й усієї України, популярною формою проведення дозвілля та спілкування [4].

Сьогодні ресторанна справа перебуває лише на стадії зародження. Такий вид бізнесу залишається привабливим як довгострокова інвестиція з вірогідною прибутковістю в 15-20% або як іміджевий інструмент його власника. За інформацією Асоціації ресторанного бізнесу України, темпи розвитку ринку ресторанних послуг коливаються в межах 60-100% на рік.

На мою думку, ресторанне господарство міста Суми тільки починає розвиватися. Більшість закладів харчування знаходиться у центральній частині міста та по вулиці Харківська. Однією з найбільш популярних є галузь швидкого харчування. Україна почала знайомитися із сучасним бізнесом у галузі швидкого харчування ще у 1997 році, коли компанія «McDonald's» відкрила свій перший ресторан у столиці країни, а згодом ще в 16 містах України понад 50 ресторанів, у тому числі у місті Суми у 1999 році. Поряд із «McDonald's» на Сумському ринку фаст-фуду функціонують такі підприємства, як «Картопляна хата», МакФоксі, СушиЯ, Freshline, «New-York Street Pizza», Челентано та ін.

Швидко з'являються кіоски фаст-фуд, кебаби, шаурма. Користуються попитом також маленькі кав'ярні (Штрудель, Медуниця, Omelette, Струмок, CoffeeMan, Lviv Croissants, Coffee mark, Подъезд, Dom coffee, Швидкава) та кондитерські (TORTAlina, Венские булочки, Капучино, Кафетка, Цукрарня, Кофебулочка).

Не менш популярними є піцерії. Піцу в Сумах можна замовити майже у будь-якому ресторані, але найкраща буде саме в піцеріях (New York Street Pizza (2 заклади), Scorini, Челентано, Чикаго, Портофіно, Simbiosi).

Користуються попитом заклади, що спеціалізуються на українській кухні, у Сумах їх близько 15: «Шалена Шкварка», «Картопляна хата», Шинок, «Порт-Рояль», «Смачно по-українськи», «Lviv Handmade Chocolate», Scorini, «Антресоль», Loft Restaurant, Стумарі, Фемелі, ПотроХа, Дрова, Козацька броварня, Сафарі. Тут можна поринути в атмосферу життя українського народу, поїсти справжні національні блюда та просто добре відпочити.

У Сумах можна знайти кафе чи ресторан на будь-який смак. Страви будь-якої європейської кухні: «The Mix», Ресторан «Old Pub», Restaurant and Shisa bar «LOFT», The Butcher, Потроха, Ресторан «VIN&GRET» та ін.. Для любителів італійської кухні («Fonconi», Тратторія «Viva Olive», Тратторія «La Spezia», Портофіно), американської та мексиканської (Дикий Захід, «Brooklin Vobik»), Лондонський стиль (Гриль - бар «Альбион»), ірландський (Ірландський паб «Irish Pub O'GRADY'S»), також є заклади з грузинською кухнею (Міміно, Стумарі, Алаверди) та багато інших.

Останнім часом тут з'являються нетрадиційні кафе, орієнтовані на творчу молодь. Це Антікафе «Дом» та «Супергерой». Тут є окремі кімнати для відпочинку компанією, для праці за ПК, для проведення творчих заходів, концертів, свят, також є кухня, де можна взяти собі їжу чи напої та ігрові кімнати.

На мою думку, місту Суми потрібен якийсь унікальний заклад, несхожий на інші, куди б могли прийти і школярі, і студенти, і дорослі та гарно провести час. Тому я вирішила відкрити своє кафе у стилі рок. Тут кожен зможе ближче познайомитись із цим напрямом музики, відомими рок-легендами світу, послухати їх пісні, навіть у живому виконанні міських музикантів, а також самому піднятися на сцену. Музика відіграє дуже важливу роль у нашому житті. Вона допомагає зрозуміти себе, вона робить життя більш повним та насиченим. Тому мій майбутній заклад ресторанного господарства буде не тільки місцем, де можна смачно поїсти, а й куточком розвитку творчості.

Отже, ресторанна справа на території України та міста Суми динамічно розвивається. З'являються нові види закладів, власники вигадують все більше послуг та розваг, щоб залучити нових та здивувати постійних відвідувачів. Якщо розглядати доступність закладів харчування, їх керівникам слід орієнтуватися на більшу частину населення – студентів та молодь, які не мають грошей на ресторани, але можуть дозволити собі недорогі кафе чи фаст-фуд. Також я вважаю, що треба створювати більше творчих, тематичних місць для відпочинку, де можна не тільки вживати їжу та зустрічатися з друзями, а й розвиватися духовно.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Дидковская М. Наши люди, к сожалению, больше думают о порциях, чем о качестве / М. Дидковская // Ресторанный бизнес Украины за 10 лет: производственно-практический журнал профессионалов ресторанного бизнеса. – 2013. – №1-2 (100). – С. 50–53.

2. *Dijal'nist' sub'jektiv gospodarjuvannja 2016 : stat. zb. Derzh. sluzhba stat. Ukrai'ny. Kyi'v : TOV «Vyd-vo «Konsul'tant», 2017. 629 s.*
3. *Ресторанного господарства [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https://studopedia.com.ua/1\\_129371\\_restorannogo-gospodarstva.html](https://studopedia.com.ua/1_129371_restorannogo-gospodarstva.html)*
4. *Типи закладів ресторанного господарства [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://helpiks.org/4-111594.html>*
5. *Яшина О.В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/yashyna.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/yashyna.htm)*

**А. С. Нога,**

*Студентка 4 року навчання  
кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

**І.С. Зігунова**

*кандидат педагогічних наук, доцент,  
завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,  
м. Суми, Україна*

## **МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗПЕКИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСАХ**

Готельно-ресторанне господарство – важлива складова туристичної інфраструктури, яка відіграє ключову роль у формуванні туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Готельний комплекс надає послуги проживання, харчування (ресторан, бар, кафе), торгово-побутового обслуговування (перукарня, хімчистка, пральня, фотографія); спеціалізовані приміщення для занять спортом (фітнес-центр, басейн, сауна, спортивні зали, тощо), для розваг (кіноконцертні програми, організація і проведення банкетів, дискотека), для бізнесу (проведення ділових зустрічей, семінарів, послуги багатофункціонального бізнес-центру, проведення виставок, надання банківських послуг) [1, с. 52].

Однією з особливостей готельного бізнесу є те, що він піддається прямому й опосередкованому впливу зовнішнього середовища, що й зумовлює відповідні ризики. Безпека клієнтів є важливим аспектом діяльності будь-якого готельного підприємства. Готельєри повинні гарантувати своїм клієнтам максимальний рівень безпеки під час проживання.

Основними напрямками забезпечення безпеки в готелі є підвищення пожежної та аварійної безпеки, захист гостей, персоналу, майна та інформації. Одним із головних завдань організації безпеки готелю є створення таких умов, за яких гості готелю та персонал будуть



почувати себе впевнено та комфортно не акцентуючи постійно увагу на те яким чином досягається певний рівень безпеки в готелі. Готель, як об'єкт застосування комплексних систем безпеки, має відмінності від інших об'єктів різних видів діяльності. До основних відмінностей відносяться наступні: .

- готель є об'єктом, який передбачає створення іміджу відкритого будинку із забезпеченням надійної безпеки та комфорту для гостей, тому пристрої безпеки повинні бути вбудовані не привертаючи уваги;
- готель, як правило, знаходиться в центрі або в межах міста, маючи розвинуту мережу транспортного сполучення з об'єктами розташованими у місті та приміській зоні;
- система проходу в готелі та в номерах повинна не створювати для гостя великих труднощів та мати простий вигляд;
- готель є об'єктом в якому може бути присутня велика кількість людей, які належать до різних соціальних груп;
- кількість та склад присутніх в готелі гостей мають значну динаміку у часі [2, 4].

Організація системи безпеки починається з виявлення можливих загроз., що виникають у процесі взаємодії сторін. Учасники взаємодії вступають, як в безпосередній фізичний контакт, так і в інформаційну і фінансову взаємодію, тому всі загрози можна умовно розділити на три категорії: фізичні, інформаційні та фінансові.

Фізичні загрози – наслідок фізичних дій. Вони породжують збиток здоров'ю людей, їх майну, власності готельного комплексу; побічно впливають на розмір прибутків і збитків.

Фінансові загрози – заподіюють збитки і прямі фінансові втрати як готельному комплексу, такі клієнтам.

Інформаційні загрози – наслідок взаємодії у сфері комунікації, приводять до непрямих фінансових втрат і моральних витрат [6, с. 178].

Можна виділити такі загрози безпеки готелю:

- пожежа, яка може бути спричинена за недбалістю та недотриманням правил протипожежної безпеки гостями, та обслуговуючим персоналом, або за умови навмисного підпалу, тощо;
- напад на гостя в номері, ліфті в коридорах або вестибюлю готелю;
- несанкціонований прохід сторонніх осіб у номери та інші приміщення з метою крадіжки цінностей, документів, техніки, тощо;
- терористичний акт із взяттям в заручники гостей і/або персоналу готелю;

- напад на адміністрацію та охоронців готелю з пограбуванням каси, крадіжкою інформації або нейтралізацію системи безпеки;
- несанкціонований прохід в номери обслуговуючого персоналу за домовленістю або з причини шантажу з боку злочинців;
- вибух, викликаний злочинними намірами, або вибух газу, тощо [2].

Останніми роками серйозною міжнародною проблемою став тероризм. Особливу небезпеку він представляє саме для великих готельних комплексів. Теракти стають все більш масштабними, багатоликими по переслідуваних цілях і видах прояву.

Готельно-рестораний комплекс, відповідно до закону України «Про туризм» відповідає за збереження речей проживаючого, а також несе відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю і майну проживаючих внаслідок недоліків при наданні послуг, а також компенсує моральну шкоду, заподіяну проживаючому порушенням його прав.

Тому в кожному готельному комплексі має бути план заходів щодо забезпечення захисту і безпеки клієнтів, який включає такі чинники ризику, як пожежа, крадіжка, травма, несподіване захворювання тощо. Цей план, природно, повинен відповідати діючим законам і правилам, виконання повинне систематично контролюватися одним з керівників готельного комплексу. І персонал готельного комплексу повинен пройти курс протипожежної підготовки і надання першої допомоги. У будівлі готельного комплексу всі запасні виходи і маршрути евакуації клієнтів повинні бути чітко позначені, а в кожному номері та у всіх громадських місцях повинна бути наочна інформація про запасні виходи, маршрути евакуації і найближчу систему пожежної сигналізації [6, с. 184].

Захист гостей і їх власності – важливий аспект у роботі готельного комплексу. Власник і службовці зобов'язані згідно із законом вживати всі необхідні заходи обережності, щоб забезпечити безпеку гостей (в т.ч. й економічну). Велику роль в цій справі на сучасному етапі розпитку готельного бізнесу відіграють, електронні системи управління. Вони використовують мережу комп'ютерів останнього покоління і новітні технології, що допомагає підвищити ефективність операцій і мінімізувати річні махінації при здійсненні розрахунків.

Готельні служби зобов'язані забезпечити клієнтів інформацією про правила протипожежної безпеки і правила користування електроприладами, а також, у разі потреби, викликати для клієнта без додаткової оплати швидку допомогу.

Багатогранність сфери забезпечення безпеки готельного комплексу, його персоналу і клієнтів, також як і завдання в області захисту інформації, вимагають створення спеціальної служби, що здійснює

реалізацію необхідного набору захисних заходів. Структура, чисельність і склад такої служби визначається реальними потребами в безпеці, а також його матеріальними можливостями. Основним завданням служби безпеки готельного комплексу в області забезпечення режиму і охорони є організація і здійснення заходів по забезпеченню безпечної діяльності та захисту майна готельного комплексу і його клієнтів всіма можливими в конкретних умовах способами і засобами. [6, с. 189-190].

Також можемо виділити основні типи систем безпеки готельно-ресторанних комплексів. До них належать:

- відеоспостереження,
- охоронна сигналізація для приміщень,
- охоронна сигналізація для периметрів,
- пожежна сигналізація,
- системи пожежогасіння,
- автоматика для воріт,
- відео-аудіо-домофони,
- устаткування обмеження доступу в приміщення, аудіоконтроль приміщень і телефонних ліній. [3, с. 153-156].

Тож ефективно вирішення проблеми безпеки готельного комплексу вимагає системного, комплексного підходу, заснованого на аналізі функціонування об'єкту, виявленні найбільш вразливих зон і особливо небезпечних загроз, складанні всіх можливих сценаріїв кримінальних дій і виробленні адекватних заходів протидії. Комплексний підхід передбачає оптимальне поєднання організаційних, технічних і фізичних заходів попередження і своєчасного реагування на будь-яку небезпечну ситуацію. Ключового значення набуває правильний вибір технічних засобів і систем безпеки, їх правильне проектування, монтаж і обслуговування.

Особливої уваги адміністрації готелю потребують можливі екстремальні ситуації в готелі. Для забезпечення правильних дій персоналу готелю в екстремальних ситуаціях необхідно реалізувати наступні організаційні заходи:

- скласти стислі, високоінформативні і інтуїтивно зрозумілі інструкції по організації безпеки гостей, в які повинні бути внесені стислі правила поведінки в екстремальній ситуації;
- регулярно проводити заняття з підвищення кваліфікації персоналу служби безпеки, фізичної і бойової підготовки;
- проводити навчання всього персоналу готелю правилам користування комплексною системою безпеки;
- організувати для персоналу періодичну (не рідше одного разу на рік) перевірку знань в галузі безпеки, проводити додаткове

- навчання при оновленні кадрового складу і модернізації готелю;
- інші заходи (розробляються індивідуально для кожного конкретного готелю).

Отже, створення надійної системи безпеки є одним з найважливіших завдань готельно-ресторанних комплексів. Для підвищення рівня безпеки підприємств готельного-ресторанного бізнесу обов'язково насамперед потрібно своєчасно здійснювати аудит і контроль функціонування системи інформаційної безпеки та мати можливість ліквідації ризиків; розробляти механізм управління безпекою підприємства на засадах контролю, а також аналізувати загрози внутрішнього та зовнішнього середовища.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. *Гостиничный и туристический бизнес: Учебник/ Под ред. Чудновского А.Д.. - М.: ЭКМОС, 1998. -351 с*
2. *Іванов І.В., Панюков Д.В. Концепція забезпечення безпеки сучасного готелю [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.sec4all.net/hotel-secur.html>.*
3. *Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: Навчальний посібник для студ. вузів. -К.: Центр навчальної літератури, 2003. -346 с.*
4. *Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту [Текст]: Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2005. — 408 с.*
5. *Технологія забезпечення безпеки готелю [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://pidruchniki.com/19030106/turizm/tehnologiya\\_zabezpechennya\\_bezpeki\\_gotelyu#64](https://pidruchniki.com/19030106/turizm/tehnologiya_zabezpechennya_bezpeki_gotelyu#64)*
6. *Управління сучасним готельним комплексом: Навчальний посібник. -К.: Ліра-К, 2005. -514 с.*

**О.Г. Прокопченко**

*Фізична особа підприємця, готельно-ресторанний комплекс «Старий млин»  
сmt. Недригайлів, Україна*

## **«КАРТОПЛЯ В ГОРЩИКУ» – ГАСТРОНОМІЧНА ПЕРЛИНА ПОСУЛЬСЬКОГО КРАЮ**

З початку ХХІ століття у світі спостерігається значне збільшення кількості туристичних поїздок із метою залучення до етнографічної спадщини, знайомства з автохтонними стравами, магією процесу приготування та куштування.

Стабільна позитивна динаміка розвитку туризму у світовому масштабі, його значний вплив на зайнятість населення, формування малого і середнього бізнесу, сприяння соціально-економічному розвитку регіонів дає підстави розглядати туристичну галузь як важливий чинник відновлення національної економіки України, реформування транспортної, комунальної, інформаційної та сервісної інфраструктур, удосконалення

інвестиційної та соціальної політики. Одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм.

Враховуючи надзвичайно високий рівень наявності природних та соціально-економічних ресурсів України, є можливість і перспективи розвитку гастрономічного туризму як складника туристичної діяльності. Як зазначено в законі України «Про туризм» [3], до основних видів туризму належать: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувальнооздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо. Гастрономічний туризм, як бачимо, не виокремлюється як вид туристичної діяльності, але, на думку автора, його слід віднести до пізнавального туризму.

Що стосується ролі гастрономічного складника для туризму, то, як відомо, «їжа – це одне з небагатьох задовольень, доступних людині все життя». Цей вислів належить великому вченому, лауреату Нобелівської премії у галузі фізіології і медицини Іллі Мечникову, і воно щонайкраще відображає роль гастрономічної складової у нашому житті, зокрема й під час подорожей.

Туристів потрібно нагодувати. Масовий турист при цьому повинен бути нагодований ще й швидко і недорого. Але найбільш просунуті в такому туризмі регіони включають в традиційний стандартний обід страви місцевої кухні, здатні викликати у туриста інтерес до подальшого дослідження місцевих гастрономічних особливостей.

За спостереженнями, туристи завжди куштують традиційну кухню народу на території якого подорожують, хоча в більшості випадків і не відносять це до головних мотивів своєї подорожі. Тобто вони несвідомо займаються гастрономічним туризмом, як способом культурного пізнання. Що ж до гастрономічного туризму, то це різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій різних країн світу [13].

Яскравим фрагментом національних культур є національна кухня: традиції і технології приготування страв, особливості застольного етикету, особливості ставлення до їжі як етичної категорії і т. ін. Такий полінаціональний регіон є дуже привабливим стосовно розвитку гастро- та етнотуризму. Разом з цим, такий шанс можуть використовувати і національні меншини, які проживають на даній території, демонструючи власну автентичність через їжу, зберігаючи традиції і отримуючи додаткові доходи від туристів.

Картопля наш «другий хліб» - одна з найважливіших продовольчих культур в Україні. Ви знаєте скільки можливо приготувати страв із картоплі? Майже 1000 страв ! [1 , 304с.]

Оскільки в селищах Посульського краю Сумщини селяни в особистому господарстві вирощують овочі з яких 70% картопля, то і вживають в їжу переважно саме її. Вона має важливе значення в раціоні харчування що господаря , що гостей.

Картопля основне джерело калію, що сприяє виведенню з організму води та хлористого натрію , тим самим покращує обмін речовин. [1 ]

Близько 40% потреби населення у вітаміні С задовольняється за рахунок картоплі. [2,271 с.]

Сорти «Беллароза», «Репанка», «Тирас» – є різниця, але сама «ізіюминка» блюда –охота господарині похастувати гостей вирощеним господарем продукта! І сито , і дешево , і в одночас – по–багатому!

Рецепт страви «Картопля в горщику» простий : картопля, морква, цибуля, олія рослинна, спеції, плюс за бажанням м'ясо та грибочки. [3, 152 с.; 4, 14 с.]

А яка насолода спостерігати приготування в справжній українській печі, коли шкварчить і неймовірний запах від сирого до готового продукту.

Технологія приготування. [3, 152 с.; 4, 14 с.]

«Картопля в горщику» смакує по особливому, а в нашому закладі «Старий млин» на Недригайлівщині найпопулярніша страва – і дійсно гастрономічна перлина Посульського краю!

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. *Кравець В.С. Страви з картоплі / В.С. Кравець– К. 1991*
2. *Шалімов С.А. Сучасна українська кухня/ С.А. Шалімов, О.А. Шадура - 4-те вид.стереотип-К. 1981. – 271 с.*
3. *Ратушний А.С. Збірник рецептур блюд і кулінарних виробів для підприємств громадського*
4. *харчування / А.С. Ратушний, Л.А. Старостина, 1983. – 152 с.*
5. *Калькуляційна картка №14 , кафе «Старий млин» смт. Недригайлів, 2018. – 14 с.*

## РОЗДІЛ 3

# СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

**В.Р. Голуб,**

*Студент 4 року навчання,*

*Кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

**Я.В. Євтушенко**

*викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

## СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БАЗ ВІДПОЧИНКУ НА ТЕРИТОРІЇ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В новому тисячолітті зростає великий інтерес до туризму і баз відпочинку. Це пов'язано з тим, що туризм і бази відпочинку набирають все більшого значення для зміцнення міжнародних зв'язків, є стимулом для покращення економічного стану країн і окремих регіонів. Туризм і бази відпочинку виступають стабілізатором налагодження та зміцнення стосунків між країнами, дійовим фактором підвищення престижу країни в міжнародному співтоваристві та ділових колах. Розвиток туризму і баз відпочинку має велике значення у залучення до бюджету валютних надходжень, вирішує ряд соціально-економічних проблем, сприяє створенню нових робочих місць, а також стимулює розвиток інфраструктури та сприяє покращенню стану здоров'я населення України.

У зв'язку із зростаючим значенням ефективності стратегічного управління розвитком туризму і курортів розширюються наукові дослідження у сфері створення теоретичних основ у роботах М. Корецького, В. Малиновського, А. Мельника, А. Мокляка, О. Оболенського, О. Скібіцького, І. Школи.

Дослідженням складових державного управління в сфері туризму і курортів займалися такі відомі зарубіжні та вітчизняні науковці, як Ю. Алексєєва, І. Валентюк, А. Гаврилук, Л. Ляхова, Д. Рудь, Н. Тейлор.

Історією розвитку, організацією діяльності та формуванням перспектив та стратегій туризму і курортів займалися такі відомі зарубіжні та вітчизняні науковці, як П. Дядечко, Є. Козловський,

М. Мальська, В. Федорченко, Дж. Холлоуей, В. Худо.

Вивченням питання щодо формування туризму і курортів (баз відпочинку) в Сумській області займаються такі науковці, як Л. Івашина, Т. Панченко, Г. Петрушенко, М. Шевченко та інші.

Проте окремі важливі питання ще й досі залишаються поза увагою дослідників. Нарощування темпів та підвищення ефективності роботи підприємств в сфері туризму та курортів, становлення туристичної галузі як однієї із провідних галузей вітчизняної економіки стримується невирішеність низки питань, розв'язання яких потребує стратегічних підходів державного управління та їх підтримки виконавчими органами влади.

В економіці багатьох країн світу туристична галузь посідає провідне місце, як розвинутих, так і в тих, що починають активно розвиватися. Туризм є одним із важливих соціально-економічних явищ сучасності, яке підпорядковане об'єктивним законам розвитку суспільства.

У туризмі зайнятий кожний шістнадцятий працюючий на Землі. Майже в половині країн світу туризм – одна з найважливіших галузей господарства, важлива стаття надходжень до національного бюджету. Він є важливим стимулом розвитку світової торгівлі, що сприяє розширенню й активізації міжнародного торгового обміну. Безумовно, що туризм слід розглядати і як самостійний вид міжнародних зв'язків [5].

Подорожі й екскурсії набувають форми туризму, причому основними джерелами покриття витрат на організацію екскурсій у далекі країни стають внески осіб, що виявили бажання брати участь у поїздках, а також пожертвування меценатів [4, ст.10].

Поняття «тур» було введено до вжитку в 1750 році, а термін «турист» використовували як найменування учасника розважальних або освітніх подорожей (турів) [9].

В Україні лише у першій половині ХІХ ст. серед передової української інтелігенції виникло зацікавлення своєю Батьківщиною, її історико-культурними та природними пам'ятками. У другій половині ХІХ століття було досліджено лікувальний потенціал Криму, Прикарпаття та Закарпаття.

На кінець ХІХ ст. припадає час створення перших туристичних бюро, які займалися організацією туристичних мандрівок у регіоні. Одним з перших було створено Ялтинське екскурсійне бюро (1895).

У 1997 році Україна стала дійсним членом ВТО, а у вересні 1999 року на 13-й Генеральній асамблеї Всесвітньої туристичної організації обрана в керівний орган ВТО – Виконавчу раду [6, ст.26].



На нашу думку, щоб краще зрозуміти державне управління розвитком туризму і курортів, потрібно насамперед дати визначення понять «туризм», «курорт», «державне управління».

Першими дати визначення поняттю «туризм» намагалися професори Бернського університету Ханцікер і Крапф в 1942 році. На їхню думку, туризм – це «совокупность явлений и отношений, возникающих в процессе перемещения и временного пребывания в том или ином месте лиц, не являющихся местными жителями, если это не предполагает постоянного проживания на данной территории и не связано с работой» [7, ст.20].

У великому тлумачному словнику сучасної української мови подано дещо інше визначення туризму. «Туризм – це подорожі, які здійснюються за певними маршрутами по своїй країні або за кордоном; поєднують відпочинок із пізнавальною метою, у ряді випадків мають елементи спорту. Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю» [3].

В словнику міжнародної мережі зазначено, що «туризм – туристка, вид активного відпочинку у формі вимаршів (мандрівництва) або виїздів поза місце постійного перебування, поєднаних з розвагами, пізнаванням природного оточення рідного краю чи інших країн, їхніх архітектурних і мистецьких пам'яток, участю у різних улаштуваннях релігійного, культурного, виховного чи іншого характеру» [8].

У законі України «Про внесення змін до закону України «Про туризм» зазначено, що «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування» [2].

Таким чином, туризм та курорти в Україні є важливим об'єктом вивчення та дослідження, оскільки останні тенденції його розвитку суттєво впливають на економічні показники багатьох країн світу, сприяють зростанню добробуту населення, формують потенціал держав. Зважаючи на вищевикладене, слід зазначити, що ключовою основою розвитку туризму і курортів України можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально вдовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їхній захист за збереження екологічної рівноваги та історико-культурного довкілля.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України. Про курорти.
2. Закон України. Про туризм.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови/ Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2004. – 1440 с.
4. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
5. Любіцева О. Туристичний ринок та його формування // Географія та основи економіки в школі. – 1997. - №1. – С.3-7.
6. Побоченко Л.М. ЮНВТО та Україна: основні етапи співробітництва // Актуальні проблеми економіки. Науково економічний журнал. – 2007. - №9 (75). – С.24-27.
7. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навч. посіб./ Перелм. В.А. Смоля. – К.: Вища шк., 2002. – 195 с.
8. Холловей Дж.К., Тейлор Н. Туристичний бізнес: Пер. с 7-го англ. изд. – К.: Знання, 2007. – 798 с.
9. <http://uk.wikipedia.org/wiki/>

**Є.О. Демиденко,**

*студент 4 року навчання*

*кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

**Я.В. Євтушенко**

*викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

## РОЗВИТОК КОМЕРЦІЙНОГО АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сучасних туристів все більшою популярністю користуються не просто поїздки в різні місця, з метою погуляти, сфотографуватися і повернутися, а активний відпочинок – такий, що змушує задихатися від радості, і потім, по приїзду додому, із захопленням згадувати пережиті миті.

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 самодіяльний 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. Розвиваючись на межі спорту та

активного дозвілля в природному середовищі, активний туризм сприяє розвитку внутрішнього туризму шляхом пропаганди відносно дешевого і одночасно ефективного відпочинку, що в умовах невисоких матеріальних доходів значної частини населення країни надає йому соціально-пріоритетного значення для відповідних державних, громадських та комерційних організацій. Однією з таких закономірностей туризму, передумовою його розвитку є наявність середнього класу.

Сприятливі кліматичні умови нашої країни забезпечують розвиток різних видів активного туризму протягом усього року.

Ландшафтні рекреаційні ресурси України дуже різноманітні. Для нашої держави характерна доволі розчленована поверхня з безліччю височин, плато, підняття, останців тощо. Особливо мальовничими краєвидами вирізняється Правобережжя [4].

І ідеальне для активних турів місце знаходиться зовсім поруч – це Карпати. Тут можна знайти настільки великий вибір можливостей для активного відпочинку, що просто дух захоплює. Цей мальовничий регіон – просто ідеальний вибір для тих, хто хоче не просто здорово провести час в дивовижно красивій місцевості, а й повноцінно відпочити душею і тілом.

Активні тури по Україні розроблені для мандрівників, які шукають справжні пригоди, люблять незвичайні місця, а також хочуть максимально поєднати подорож і спорт.

Приклади активного відпочинку на території України:

- Підкорення Карпат. Маршрут на Говерлу – найвищу точку України (2061 м) – лежить серед чудових краєвидів.
- Подолання хвилі і пороги річок на рафтингу – в Україні є водні траси для екстремального швидкісного сплаву на Дністрі, Південному Бузі, Десні.
- Політ на повітряній кулі – побачити чарівні українські пейзажі з висоти пташиного польоту.
- Велотур по Україні, заїжджаючи в монастирі і фортеці, замки і в сільські глибинки – місця, доступні не для всіх туристів [2].

В останні роки все більше стало з'являтися організацій, які займаються різного роду комерційний активним туризмом. Ці так звані «Турклуби» організують походи, сплави, велотури та інше як на території нашої країни, так і по всьому світу.

Перелік деяких українських комерційних організацій, та інформація про них:

- Вже десятий рік туристичний клуб «Маршрут» проводить туристичні походи в гори. За цей час географія їхніх маршрутів значно розширилась, і зараз цей клуб ходить в гірські походи по Грузії, Туреччині, Кіпру, Чорногорії, Болгарії, Румунії, в Альпи і в Карпати. А ще займаються організацією таких неймовірних подорожей, як трекінг по Ісландії, Норвегії і Непалу. Більша частина походів орієнтована на новачків і не вимагає особливої підготовки. Якщо вам цікаві чайні церемонії в горах, ви хочете навчитися ставити намет, вивчити свій потенціал і зону покриття мобільного зв'язку, а заодно перезавантажити свій мозок і побувати вище хмар, тоді вам обов'язково потрібно сходити в похід разом з клубом «Маршрут» [1].
- Турклуб КПІ «Глобус» існує (з перервами) з 1952 року. За цей час тисячі людей змогли побувати на Кавказі, Памірі, в Карпатах, Криму, отримати незабутні враження і повноцінно відпочити. Досягнення членів клубу – першопроходження, експедиції у важкодоступні райони, високі місця на змаганнях говорять самі за себе. У 2000р. клуб відновив свою діяльність за підтримки і під керівництвом профкому студентів КПІ.
- Турклуб КПІ «Глобус» запрошує початківців й досвічених туристів, всіх, для кого слово «гори» асоціюється не тільки з купами каміння, а слово «похід» - не тільки з ненависним тягарем наплічника, взяти участь в житті нашого турклубу. Ані вік, ані «вузівська приналежність» значення не мають - ми відкриті для всіх бажаючих [5].
- Клуб активного відпочинку «Pohod v gory» (раніше «Карпатські мандрівники») - це об'єднання гідів і організаторів активного відпочинку, альпіністів і просто любителів гір. Головна мета клубу – планування, організація і проведення походів в різних точках нашої планети. Всі маршрути добре нам відомі, а інструктора, які на них працюють, або самі проклали трек, або постійно його удосконалюють, додаючи щось нове і цікаве. Ми намагаємося скласти маршрут таким чином, щоб подорож була якомога доступніше всім любителям активного відпочинку в горах, незважаючи на їх фізичну підготовку або доходи. При цьому географія пропонованих нами походів, трекінгу, експедицій, сходжень і активних турів дуже широка і постійно зростає. Зараз наш клуб організовує активний відпочинок в 40-ка країнах світу на п'яти континентах [3].

- Файно Тур – це туристична фірма, яка усвідомлює важливість хорошого відпочинку у житті кожної людини та розуміється на сучасних стандартах організації якісного відпочинку, потребах і найрізноманітніших забаганках клієнтів. Мета – організувати для якнайкращий відпочинок в Карпатах, де Ви позбудетеся симптомів втоми та отримаєте потужну енергетику вершин гір. Пропонуємо відпочинок в Карпатах в будь-яку пору року, екскурсійні тури, тури вихідного дня, дитячі та корпоративні тури, активний відпочинок, походи в гори, сплав по Черемоші та Пруті, відвідання печер і водоспадів, катання на конях і квадроциклах, зелений туризм (відпочинок в приватних садибах і готелях) [6].

Провівши аналіз різних комерційних організацій в сфері активного туризму можна зробити висновок, що в Україні протягом останніх років відбуваються позитивні зрушення в даній сфері, зокрема: з'являються спеціалізовані туроператори з активного туризму, відкриваються нові об'єкти активного відпочинку, з'являються пункти прокату та сервісу туристичного спорядження, розширюється спеціалізована база проживання.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. *Marshrut travel club* — [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://ukr.marshrut-club.com>
2. *Активні тури по Україні: для тих, хто любить адреналін і драйв* — [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://wondersholidays.com/uk/holiday/aktyvnyu-vidpochynok/>
3. *Організація походів в гори* — [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://pohod-v-gory.com>
4. *Туризм та його види. Туризм в Україні* — [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://mozok.click/235-turizm-ta-yogo-vidi-turizm-v-ukrayin.html>
5. *Турклуб КПІ Глобус* — [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.tkg.org.ua/about>
6. *Файно-тур. Туристична агенція* — [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.faynotur.com.ua>

**Ю. Л. Дехтяр,**  
*студентка 4 курсу кафедри туризму  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,  
м. Івано-Франківськ, Україна*

**С. В. Качала**  
*кандидат технічних наук, доцент кафедри туризму,  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,  
м. Івано-Франківськ, Україна*  
**Науковий керівник – Качала С. В.,**  
*кандидат технічних наук, доцент кафедри туризму  
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.*

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ СЛАВСЬКЕ**

Славське (діалектне Славсько) – міського типу у Сколівському районі Львівської області. Центр Славської селищної об'єднаної територіальної громади [1].

З 70-х років ХХ сторіччя селище Славське почало перетворюватись на один з найпопулярніших курортів України. Популярність туризму в регіоні з того часу набирала обертів. Проте зимові види зимова рекреаційна діяльність все ще переважає над літньою. Дана ситуація потребує проектних рішень спрямованих на вдосконалення інфраструктури туристичного комплексу. До цього спонукають поступова зміна клімату в сторону підвищення середньорічної температури та зменшення кількості опадів взимку [2]. Також, із ускладненням політичної ситуації на південному сході України, досліджуваний регіон переживає неочікуваний наплив туристів, що раніше відпочивали в Криму та Приазов'ї. Внаслідок цього в регіоні зростає незадоволений попит на літні види відпочинку. Також через нерациональне використання наявних ресурсів, відсутність будь-якої централізації та контролю за наданням послуг негативно впливає на якість цих послуг та імідж всього курорту, що, в свою чергу, призводить до економічних збитків.

Досліджуваний курорт відкриває великі перспективи і в розвитку літнього туризму. Чи не більшість місцевих закладів розміщення мають у розпорядженні басейн, що значно підвищує його затребуваність в теплий період року. Таким чином відкривається перспектива трансформації курорту у потужніший, на кшталт Буковелю. Вже на сьогоднішній день ми спостерігаємо добре розвинену транспортну складову інфраструктури, широку готельну базу та широкий спектр розваг.

Селище міського типу Славське приваблює туристів не лише своєю природою та унікальними можливостями відпочинку, до переваг курорту можна віднести і добре розвинену інфраструктуру. В селищі є близько 20 лижних витягів, серед яких 3 канатні дороги (на г. Тростян, г. Погар та г. Високий Верх). Також на території курорту є все необхідне для комфортного відпочинку - готелі, пансіонати, приватні садиби, ресторани та кафе, велика кількість магазинів, прокат літнього та зимового спорядження. В разі потреби туристи можуть скористатись послугами місцевої поліклініки та лікарні. Безпекою туристів опікується місцева пожежна частина МНС України [5].

Річка опір стає чудовим об'єктом для водного туризму, адже у період водопілля та паводків тут можна займатись навіть рафтингом [4].

Славська ОТГ активно займається розбудовою сучасного гірськолижного курорту європейського рівня, який потребує розвинутої транспортної інфраструктури, пішохідних шляхів та велосипедних трас, відпочинкових та оздоровчих комплексів, широкого спектру розваг тощо. Цьогоріч громада розпочала проектування та будівництво відповідної автомобільної дороги, що у майбутньому забезпечить доступ до сусіднього Долинського району, сіл Сеничів і Вишків [1].

Славське - великий курорт, лише за офіційними даними кількість відпочивальників тут понад 4000 осіб в день і спостерігається тенденція до зростання. Проте не зважаючи на таке різноманіття напрямів літнього туризму доступних в Славському, усі вони не достатньо розвинені для повного задоволення потреб прибуваючих туристів. Зважаючи на це 15 пунктів прокату велосипедів із кількістю велосипедів від 20 до 30 шт. в кожному лише частково можуть задовільнити потреби відпочивальників, адже цього вистачить для забезпечення всього 450 туристів.

Туристичний курорт Славське розташований глибоко в Українських Карпатах. Він є популярним центром літнього туризму України. Тут розвинені піший, велосипедний та мототуризм. Також регулярно проводяться подорожі на квадроциклах та джипах, доступні кінні прогулянки і багато інших видів відпочинку. Ця місцевість слугує як початковим, так і кінцевим пунктом для величезної кількості туристичних маршрутів, що проходять через Карпати [5].

В регіоні добре розвинена мережа рекреаційних та спортивних трас. До неї входить більше 50 км літніх пішохідних маршрутів на гори Високий Верх, Ільза, Тростян та більше 20 зимових трас. Нажаль більшість маршрутів потребує серйозної реконструкції, маркування та постійного догляду, адже спершу вони не були сплановані та

створювались лише для потреб місцевих жителів [5].

Веломаршрутна мережа Славського повинна відповідати особливостям та умовам досліджуваного курорту, вона повинна бути стійкою та задовольняти потреби велосипедистів з різним рівнем навичок катання. Поняття стійкості траси можна розтлумачити наступним чином. Стійка траса - траса, що мало піддається впливу навколишнього середовища, потребує мінімум зусиль для утримання, ремонту та реконструкції, відповідає потребам користувачів та мінімізує конфлікти між різними групами користувачів. Тому окрім інженерного аспекту створення таких трас слід розглянути категорію користувачів траси та її призначення.

Велосипедний спорт та туризм - один з найпоширеніших видів відпочинку не тільки в Україні, а й в усьому світі. До того ж велосипедні доріжки за своїми параметрами дуже схожі на пішохідні та на доріжки для кінних прогулянок. Так само і велотраси за своїми параметрами подібні до трас для квадроциклів. Тому саме велосипедні маршрути та траси варто розглядати не тільки як окремий вигляд туристичних споруд, а й як основу для розвитку туризму в цілому.

Об'єднання усього курорту в одну мережу за рахунок веломаршрутів надасть туристам швидкий та зручний доступ до туристичних об'єктів курорту. В свою чергу, зручність розташування маршрутів та їх доступність сприятиме їх високій популярності серед відпочивальників. Такі заходи дозволять збільшити кількість зацікавлених відвідувачів.

До переваг створення такої єдиної системи маршрутів відноситься і легкість їх обслуговування та утримання. Підпорядкування усіх маршрутів одній організації дозволить оперативніше та централізовано вирішувати будь-які питання, пов'язані з їх утриманням.

Важливою перевагою комплексного підходу до розбудови курорту є підвищення рівня обслуговування відвідувачів, покращення сервісу та рівня безпеки. Зокрема, це буде виражатись у централізованому встановленні покажчиків на усіх маршрутах, що міститимуть загальну схему курорту. Це дасть можливість відвідувачу одразу зорієнтуватися та легко обрати найзручніший для себе маршрут.

Також централізована розбудова маршрутів дасть можливість розмістити точки для відпочинку, інформаційні покажчики та евакуаційні шляхи найкращим чином, що неможливо при роздробленому підході до утримання курорту. З іншого боку, централізований підхід дає можливість суттєво зменшити витрати по



всіх статтях та доцільно використовувати наявні засоби.

Наступна перевага – єдина служба обслуговування маршрутів. Її існування так само сприятиме як покращенню рівня сервісу, підвищенню рівня безпеки, так і зменшенню витрат на утримання. Для прикладу при наявності централізованої служби обслуговування зникає складність у моніторингу скарг клієнтів, виявленні типових для курорту недоліків та погодженні своїх дій зі службами, що обслуговують інші маршрути.

Отже, із зростанням популярності здорового способу життя зростає потреба в удосконаленні мережі туристичних маршрутів. Наразі усі пропозиції по відпочинку є розрізненими. Так окрема організація займається розвитком та утриманням пішохідних маршрутів на гору Високий Верх (див.Рис.1), інша створює власні маршрути для прогулянок на квадроциклах. Кожна туристична база, що пропонує послуги катання на конях, має свою власну ділянку призначену для таких прогулянок, і не робить внесок в розвиток загальної інфраструктури курорту. Таким чином необхідно не просто розвивати певні напрямки туризму, а й є потреби їх впорядкування та об'єднання в єдиний комплекс з надання послуг [3].

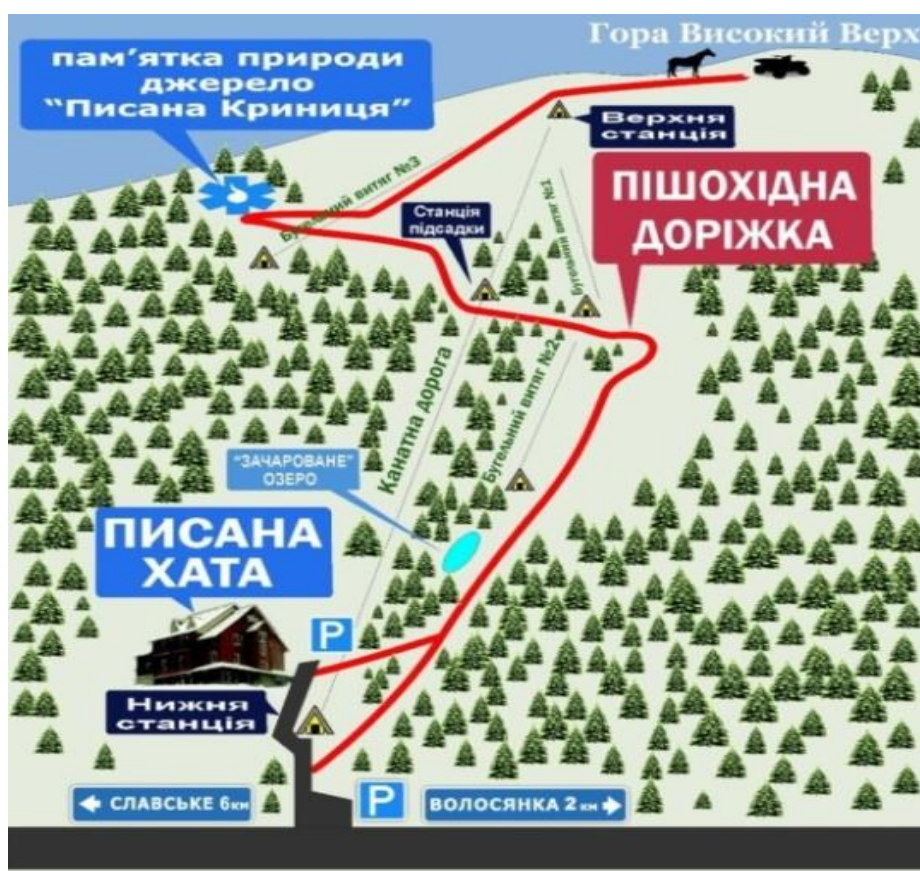


Рисунок 1 - Схема пішохідної доріжки на гору Високий Верх

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. <https://gromada.info/gromada/slavska/>
2. Kachala S. Development of method for determination of natural and technological influence step / S. Kachala // Proceedings of XII International scientific conference «Modern scientific knowledge», Morrisville, USA, Nov 24, 2017, P. 13-15
3. Мандруймо Львівщиною/Режим доступу : <http://www.lviv-land.com.ua/pro-lvivschynu/turystychni-objekty>
4. Рафтинг/Режим доступу: <http://adventurecarpathians.com/pryhody/rafting-opir-river/>
5. Туристичні ресурси Львівської області / Режим доступу: <http://referatu.net.ua/referats>

**Я.В. Євтушенко**

*викладач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу  
Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка  
м. Суми, Україна*

## ОСОБЛИВОСТІ СПОРТИВНОГО МАРШРУТНОГО ТУРИЗМУ

Спортивний туризм є невід’ємною складовою загальнодержавної системи фізичної культури і спорту і спрямований на зміцнення здоров’я, розвиток фізичних, морально – вольових та інтелектуальних здібностей людини шляхом її залучення до участі у спортивних походах різної категорії складності та змаганнях зі спортивного туризму. Також спортивний туризм є важливим засобом сприяння підвищенню соціальної і трудової активності людей, задоволення їх моральних, естетичних та творчих запитів, життєво важливої потреби взаємного спілкування, розвитку дружніх стосунків між народами і зміцнення миру. Спортивний туризм – це вид спорту, який визначено єдиною спортивною класифікацією України.

Маршрутний туризм є активним, а часто і екстремальним видом туристської діяльності. Мета маршрутного туризму – автономне подолання зареєстрованого маршруту певної категорії складності і різноманітних локальних та протяжних перешкод, що вимагає від туриста фізичної підготовленості і володіння різними навичками [1].

Розроблено методичні засади категоріювання туристських маршрутів в різних видах туризму. Залежно від складності подоланих локальних та протяжних перешкод, району походу, автономності, новизни, довжини маршруту й ряду інших його показників, характерних для того чи іншого виду спортивного туризму, походи розділяються на походи вихідного дня, некатегорійні і категорійні Походи вихідного дня – це одноденні та дводенні походи.

Некатегорійні походи і подорожі – багатоденні (більше двох днів), що проходять в населеній місцевості і, як правило, не включають технічно складні перешкоди.

Категорійні походи в порядку зростаючої складності діляться на шість категорій складності. Основними показниками, що визначають категорію складності походу, є локальні перешкоди (перевали, вершини тощо) і інші фактори, характерні для окремих видів туризму (район, сумарний перепад висот, автономність та ін). Вони визначаються наявністю на маршруті походу локальних та протяжних перешкод – вершин, перевалів, каньйонів, скель, льодовиків, річкових порогів та інше. Подолання маршрутів певної протяжності і складності дає право туристу-спортсмену на отримання спортивного звання – від юнацького розряду до майстра спорту міжнародного класу.

Спортивний маршрутний туризм зазвичай є груповим видом спорту, як правило, до складу команди входить 4 – 10 чоловік. Він має на меті спортивне вдосконалення в подоланні природних перешкод. Це означає вдосконалення всього комплексу знань, умінь і навичок, фізичної підготовленості, необхідних для безпечного пересування туристу по маршруту, насиченого природними перешкодами, в процесі походу.

Спортивним полігоном для туристів-спортсменів завжди було природне середовище (гори, річки, пустелі, тундра, Арктика). У спортивному маршрутному туризмі досить добре розвинена нормативна база, пов'язана з організацією та проведенням спортивних походів, туристських змагань та інших заходів.

У кожному виді туризму є свої типи перешкод і фактори, що відображають його специфіку. Маршрути більш високої категорії складності містять більш важкі перешкоди або більшу кількість чинників [3;4]. У спортивному туризмі досить гарно розвинена нормативна база, пов'язана з організацією спортивних походів, яка є основою для того, щоб категоріювати спортивні туристські походи. Основними показниками, що визначають категорію складності походу, є локальні перешкоди (перевали, вершини тощо) і інші фактори, характерні для окремих видів туризму (район, сумарний перепад висот, автономність тощо).

Технічні перешкоди як комплексний показник складності маршруту спортивного походу не можуть бути постійними і незмінними. Їх характеристики під впливом метеорологічних факторів і людської діяльності змінюються не тільки з року в рік, але і на протязі одного сезону. Температурні коливання річні та сезонні, кількість опадів і їх характер, атмосферний тиск, вітровий режим, а також різні катаклізми в

середовищі – все це може значно ускладнити проходження маршруту. Відмінити маршрут не є можливо, зійти з маршруту можна, що буває вкрай рідко і тільки при катастрофічному стані навколишнього середовища. Щоб все-таки пройти маршрут безаварійно, дотримуючись правил максимальної безпеки, необхідно велику роботу провести в підготовчому перепохідному періоді, чим вище категорія маршруту спортивного походу, тобто технічно складніше, тим триваліше і ретельно готується група. Група на маршруті, особливо у поході високої категорії складності, працює в автономному режимі, тобто на самозабезпеченні і самообслуговуванні. Учасники готують і несуть з собою особисте і групове спорядження (намети, медаптечку, пристрої зв'язку і метеоспостережень, фотоапаратуру). Спеціальне спорядження, залежно від виду туризму, – мотузки, кішки, льодоруби, системи, карабіни, спускові пристрої та ін.; рафти, катамарани, байдарки, каски, рятувальні жилети; лижі, санки, двошарові намети, печі, спеціальні ремонтні набори, примуси та ін. Учасники самостійно організують харчування на маршруті з узятих з собою продуктів в сухому вигляді. Відомо, що витрата енергії спортсмена повинна відповідати енергетичній цінності їжі, виміряної у калоріях. Розмір енерговитрат у туристів - спортсменів змінюється в широких межах: у походах 1 – 3 к. ст. – 3000 – 3500 ккал в складних походах (4 – 6 к.с.) – 5500–6500 ккал, що можна порівняти з витратою енергії спортсменів у таких видах спорту як альпінізм, біг на довгі дистанції, спортивна ходьба, марафон, лижні гонки, біатлон, велогонки, веслування. В особливо складних умовах і напружених періодах, добова витрата енергії у туристів може досягати 7000–8000 ккал, що не покривається наявними продуктами, та компенсація витрат енергії йде за рахунок внутрішніх запасів жирової клітковини і м'язової тканини.

У високогір'ї, в тундрових і арктичних умовах для приготування їжі необхідно мати з собою досить горючого матеріалу (газ, бензин). Маршрут, як правило, багатоденний – 20–30 днів і більше природно, вагове навантаження на кожного учасника зростає до 30 кг.

Складність маршруту в кожному виді спортивного маршрутного туризму визначається конкретним і суто специфічним набором технічних перешкод, а на комбінованому (гірничо-пішохідному, пішоводному) маршруті число цих перешкод подвоюється.

У пішохідному туризмі – це величезні площі заболочених територій, тайгові буреломи, завали, переправи через бурхливі річки, льодовики і т.д.

Для лижного туризму характерні в лісових тайгових районах: глибокий сніг, незамерзлі річки, лавинонебезпечні схили і перевали, низькі температури, а в тундрових районах – труднощі орієнтування, затяжна заметіль, низькі температури, вітри, що дмуть постійно, іноді переходячи в штормові, вода під снігом на річках та інших водних об'єктах.

У гірському туризмі – складні в технічному відношенні перевали вищої категорії, скельні і льодові стінки, закриті та відкриті льодовики, тріщини на них, низька температура, вітри.

У водному туризмі – порожисті річки з швидкою течією, перекати, притиски, «бочки» – вири, деревні завали[2;4].

Для безаварійного проходження перешкод потрібна хороша загальна фізична підготовка, спеціальна, технічна, тактична і психологічна. При цьому ранжувати всі види підготовки за їх пріоритетності неможливо, оскільки вони важливі і рівноцінні за своєю значимістю.

У навчальному процесі і при накопиченні практичного досвіду необхідно дотримуватися головного принципу – поступовість і послідовність, тобто від простого до складного.

Враховуючи вище зазначене можна констатувати, що при організації та проведенні спортивних походів важливе значення має і життєвий досвід кожного з учасників. При підготовці до спортивного походу і розробки маршруту завжди виникає необхідність у деяких знаннях з різних областей: географії, геодезії, геології, гідрогеології, метеорології, кліматології, біології, медицини та інших наук. Ці та інші специфічні якості спортивного туризму є його позитивом, а деякі з них підкреслюють ще й переваги перед іншими видами спорту.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Колотуха О.В. Спортивні рекреаційно-туристські ресурси України / О.В.Колотуха. – Київ: Федерація спортивного туризму України, 2006. – 208с.
2. Методика визначення категорій складності туристських спортивних маршрутів // Спортивний туризм. – Федерація спортивного туризму. 2002 N 2.- С 39
3. Правила проведення туристських подорожей з учнівською і студентською молоддю / Інформаційно-методичний збірник ФСТУ «Спортивний туризм», 2001 N 1. – С.4-32.
4. Про класифікацію маршрутів туристських спортивних походів (Постанова Президії ФСТУ 08.12.01р.) / Інформаційно-методичний збірник ФСТУ «Спортивний туризм», 2002 N 2. – С.44-56.

**С. В. Качала**  
*доцент кафедри туризму,  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
м. Івано-Франківськ, Україна*

**А.М. Мельник,**  
*студентка 4 курсу  
кафедри туризму,  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
м. Івано-Франківськ, Україна*

## **ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

Актуальність даної теми обумовлюється необхідністю збільшення кількості альтернативних джерел енергії на територіях відпочинкових та готельних комплексів з метою збереження природних ресурсів території, збереження сучасного стану навколишнього середовища, тим самим сприяючи розвитку екологічного туризму у визначеному регіоні.

Процес децентралізації влади, що розпочався в Україні у 2014 році, призвів до створення в об'єднаних територіальних громадах. Громади повинні стати базовим елементом ефективної системи влади в Україні. У більш широкому контексті громада повинна ефективно відповідати викликам сьогодення. В умовах енергозалежності використання альтернативних джерел енергії на сьогодні є одним із стратегічно важливих питань. Україна намагається не відставати від європейських країн, які динамічно розвивають «зелену» енергетику, максимально використовуючи власний природний потенціал.

Україна є перспективною країною для розвитку альтернативної енергетики, так, як може застосовувати силу вітру, енергію сонця, ресурси біомаси, силу прибою та інші подібні напрямки. Так, наприклад, європейські країни вже почали збільшувати частку альтернативної енергетики у загальному енергетичному балансі країни, тому в деяких з них ця частка вже перевищує 20%.

Стратегію сталого розвитку довкілля можна визначити як ряд заходів та методів, які спрямовані врегулювати раціональне використання, охорону та можливість відтворення природних ресурсів. Основною метою даної діяльності є створення якомога ефективніших заходів направлених на зменшення негативного впливу спричиненого людською діяльністю на рекреаційну територію, а також зменшення споживання традиційних джерел енергії. Незворотне виснаження

світових вуглеводневих запасів, зростаюча ціна на енергоносії, проблеми екологічного забруднення навколишнього середовища змушують формувати ефективні програми енергозбереження та розвитку альтернативної енергетики України [1].

Вибір такої стратегії розвитку це в першу чергу використання екологічно безпечних нетрадиційних енергоресурсів та підвищення енергоефективності туристичного комплексу, які спрямовані на популяризацію такого інфраструктурного рішення в регіоні, а також для переходу на нову модель безпечного та екологічно-чистого енергетичного споживання.

Екологічний (зелений) туризм – це вид туризму, основною характеристикою якого є здійснення туристичної діяльності без нанесення шкоди природному середовищу або його мінімальний вплив. Унікальність даного типу туризму полягає у подорожах недоторканими територіями та іноді навіть природоохоронними об'єктами. Позитивними сторонами даного туризму є також освітній характер та популяризація маловідомих регіонів та територій, їх подальший розвиток, а також приплив коштів, які в подальшому застосовують для розвитку та збереження ресурсів певного регіону. Екологічний туризм виступає як спосіб збереження довкілля для майбутніх поколінь.

Основною ціллю застосування екологічних рішень в туристичних комплексах є в першу чергу важливість збереження навколишнього середовища та підтримання його доброго стану, адже такі дії будуть позитивно впливати на перспективи розвитку екологічного туризму.

Необхідність впровадження заходів екологізації території пов'язані із накопиченням багатьох природних ресурсів на невеликій території та їх активне використання, також активна забудова території та інша діяльність пов'язана із туризмом, що несе в собі негативний характер для природних ресурсів.

Яскравим прикладом для проведення заходів зі збереження ресурсів могут стати Українські Карпати, так як в Україні це є один із найперспективніших рекреаційних регіонів для розвитку екологічного туризму. На території Карпат зосереджена велика кількість природних ресурсів та унікальних екосистем, а також історична та культурна спадщина українського народу та етнічних націй.

На даний час у світі активно розвиваються та створюються нові методи отримання альтернативної енергії, це спричинено багатьма факторами, основними з яких є катастрофічне та загрозове погіршення екологічної ситуації у всьому світі та величезна фінансова залежність від

традиційних джерел енергії. Саме через ці причини науковці у всьому світі розробляють різні заходи та генерують різноманітні ідеї щодо використання таких природних багатств як енергія сонця, води, повітряних мас, біологічної маси, тепла та ін.

На даному етапі розвитку альтернативних джерел найпопулярнішим та найперспективнішим є використання енергії сонця, яка генерується та перетворюється в екологічно-чисту електроенергію. Наразі в Україні популярність на даний тип альтернативної енергії зростає експоненційними темпами. До прикладу у 2017 році майже 1300 українських родин встановили сонячні панелі, цей показник перевищує дані 2016 року практично у 2 рази. Проте, серед українців зростає не лише кількість сонячних панелей, а й їхня потужність, тому все більше домогосподарств та приватних компаній встановлюють потужні станції, в тому числі і максимально-допустимі в наш час – потужністю 30 кВт [2].

Стрімкий попит українського населення на сонячну електроенергію пояснюється прийнятим у 2015 році Законом України № 514-VIII, який надає українцям вигідний «зелений» тариф, який безпосередньо прив'язаний до курсу євро. Таке рішення означає, що домогосподарство може продавати надлишок згенерованої сонячної електроенергії в мережу і повертати кошти, вкладені у сонячні панелі без застережень щодо інфляційних процесів в країні.

Отже, зважаючи на вищесказане, слід звернути увагу що наступні кроки місцевого самоврядування повинні створити підґрунтя для подальшого розвитку та впровадження стратегії енергоефективності не лише у сфері забезпечення населення, а й для екологізації туристичних комплексів.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. *Альтернативні джерела енергоресурсів в Українському Причорномор'ї / Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/232/>*
2. *«ЕСКО: Успіхи та перспективи. Нові механізми сталого фінансування енергоефективності місцевих громад» / IV Форум енергоефективного партнерства'18, 27 квітня 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://saee.gov.ua/uk/events/previews/2261>*



**В. В. Роговець,**  
*студентка IV курсу*  
*кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*  
*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка*

**І.С. Зігунова**  
*Кандидат педагогічних наук, доцент;*  
*завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*  
*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*  
*м. Суми, Україна*

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Сумщина має дуже великий потенціал і, насправді, туризм в даний час входить в п'ятірку галузей, що приносять найбільший прибуток. Тому розвиток малого і середнього підприємництва має більше перспектив і можливостей для динамічного розвитку туристичної інфраструктури.

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 самодіяльний 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. Розвиваючись на межі спорту та активного дозвілля в природному середовищі, активний туризм сприяє розвитку внутрішнього туризму шляхом пропаганди відносно дешевого і одночасно ефективного відпочинку, що в умовах невисоких матеріальних доходів значної частини населення країни надає йому соціально-пріоритетного значення для відповідних державних, громадських та комерційних організацій [2].

За оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН, внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту складає 10 відсотків. 11 відсотків усього зайнятого населення так чи інакше пов'язані зі сферою туризму. Бюджет 40 держав світу поповнюється виключно за рахунок туристичної сфери, а ще у 70-и туризм входить до числа трьох основних статей наповнення бюджету. Тобто переваги від розвитку туризму очевидні. Але для того, щоб турист із мільйонів місць на карті вибрав саме Сумщину, потрібно працювати [3].

У Сумській області в туристичній галузі станом на початок 2017 року зареєстровано 6 туристичних операторів та туристичних агентів – 51. Сумськими туристичними операторами приділяється недостатня увага до внутрішнього туризму та створення нових туристичних продуктів, і основною сферою їх прибутку залишається напрямок виїзного туризму. Також жоден сумський туристичний оператор станом на листопад 2017 року не зміг виконати обов'язкову законодавчу вимогу щодо наявності фінансового забезпечення туроператора. Розроблені раніше туристичні маршрути «Сумщина слобідська», «Золоте намисто Сумщини», «Слобожанські мандрівки» та «Рекреаційна водна подорож на байдарках по р. Псел» не забезпечують достатньої уваги туристів, тому вивчається туристичний потенціал, сформована команда однодумців та вже попередньо напрацьовані проекти нових туристичних маршрутів.

На основі експертних досліджень було визначено перспективні напрямки розвитку туризму на Сумщині, зокрема стратегічним пріоритетом є активний туризм. Цікавими для впровадження є велосипедні та піші маршрути, лижні траси, різноманітні етно-напрямки пізнавального формату.

Сумщина має унікальний природний ландшафт та території, пересування якими не залишить байдужим навіть найвимогливішого фаната екстремального виду відпочинку – маунтінбайка, а створення сучасного безпечного веломаршруту (у перспективі – низки маршрутів по всій області) надасть можливість привабити туристів з усієї України, та навіть аматорів і професіоналів екстремального виду спорту з закордону.

Сумська область добре себе зарекомендувала в спортивно-змагальному туризмі. Сумчани щороку беруть участь у всеукраїнських змаганнях і чемпіонатах.

На словах все зацікавлені в розвитку туристичного бізнесу на території Сумської області. Кожен з нас, в принципі, щось робить і чогото досягає. Але Сумську область в плані турпродукту ніхто не продає.

Дуже популярні велосипедні маршрути. У нас багато заповідних місць, національних парків. Є поле для створення маршрутів.

Представники громадської організації «Велосумщина», котрі вже не перший рік захоплюються маунтінбайкінгом, мають багаторічний досвід участі та організації велоподій, запевнили, що вони особисто та учасники очолюваної ними організації прикладуть максимум зусиль для створення такого маршруту у плідній взаємодії з відповідними державними органами [4].

На території Сумської області найбільше водних походів. Це сплави на байдарках і катамаранах. Найчастіше сплави проходять в літній сезон, під час повені.

Хотілося б звернути увагу, що Буринщина дійсно мальовничий район. Це найкращий, на сьогодні, варіант розвитку сільського, аграрного та активного туризму. Сейм, який проходить через усю територію, краще використовувати у районі сіл Хижки, Піски та Клепали, бо вони знаходяться поруч. Потрібно працювати над тим, щоб запропонувати підприємцям облаштувати кемпінгові зони відпочинку або над підтримкою туризму громадою, для того щоб долучати до цієї справи місцеве населення. На сьогодні воно налаштоване скептично, щоб покращити їхні умови для розвитку та якісно використати природній ландшафт.

Сумська область - гарний край, з лісами, озерами і цікавими місцями. Походи вихідного дня по такій місцевості нагадують казку, де здається, що зараз природа оживе, адже якщо прислухатися, то дерева як би розмовляють між собою, а птахи співають хвалебні пісні, а річки оточені молочними берегами.

#### ***Маршрут № 1 - Озеро Шелехівська:***

поблизу села Межиріч Лебединського району

Озеро має найдавнішу історію. На думку вчених, воно утворилося ще за часів льодовикового періоду. Величезні зрушення гори загородили дорогу талим водам і створили крижану водну гущавину площею в 7 гектарів. До сьогоднішнього дня озеро не втратило той холод, що отримало від льодовика в спадок.

#### ***Маршрут № 2 - Крейдяні кар'єри:***

с. Могриця - с. Запсілля (Краснопільський район), на протилежному березі - село Велика Рибиця (Краснопільський район). До села примикає великий дубовий лісовий масив.

Похід по неймовірним місцям, по крутих схилах і ярах, по крейдяним скелях і річечкам.

#### ***Маршрут № 3 - Деснянська Оболонь:***

охоплює територію Чернігівської та північно-східну частину Сумської областей

Річкова система Десни включає понад три десятки річок. У головну річку впадають притоки першого порядку, в них - притоки другого порядку і т.д. Річки мають широкі долини, часто заболочені заплави, багато озер і стариць.

**Маршрут № 4 - Андріяшівсько-Гудимівський гідрологічний заказник:**  
в заплаві річки Сула, Роменського району

Серед зеленої хвилі високої трави красується привітний «лісовий острів» з листяним лісом. До дубів тут домішуються клен гостролистий та в'яз, зустрічається липа. Особливо гарний ліс в червні під час цвітіння липи.

**Маршрут № 5 - Гора Золотуха:**  
в районі міста Ромни

Ця гора цілий склад корисних копалин. Але головне - тут знайшли першу українську нафту [1].

У Сумській області є гідні об'єкти, які можна розкручувати. Однак для цього потрібні фінанси. Потрібно добре все продумати. Необхідні персонал, гіді, бази. Розмови ведуться вже давно, але здійснити це досить складно. У Сумській області є цікаві екскурсійні об'єкти. У нас місця дуже красиві. В принципі, маса всяких екскурсійних маршрутовий. Але цим треба займатися. Дуже важко залучити нашого туриста, а тим більше іноземного. Якщо говорити про водному туризмі, то у нас подорожують кияни, донеччани, дніпропетровці.

Необхідно створити туристичний інформаційний центр. У будь-якій країні, навіть в маленькому містечку, є туристичний інформаційний центр та карта, де вказані туристичні маршрути і визначні пам'ятки. Ця карта може бути невеликою, але вона повинна бути. Нічого дивитися? Безумовно є! Дуже багато об'єктів - люди просто не знають. Їздиш в інші країни, дивишся, що там пропонується, як це все розкручується. Потім приїжджаєш і дивишся на природу нашого регіону. У нас дійсно є потенціал. Але цим ніхто не займається. У нас прийнято: якщо вклав гроші, то вони повинні відбитися за сезон, за рік.

Активний туризм поряд з тим, що є потужним економічним фактором розвитку держави і суспільства, а також важливий для розвитку здоров'я.

Виходячи з цього, провідною метою представленої роботи є необхідність охарактеризувати феномен активного туризму. Дана мета включає в себе ряд наступних завдань.

Перше завдання включає в себе визначення сутності активного туризму. Друге завдання пов'язана з класифікацією активного туризму, виділенням певних форм. І, нарешті, третє завдання пов'язана з висвітленням сучасного етапу розвитку активного туризму і його певних проблем у розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. *Походы выходного дня – [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://otdyhvukraine.com.ua/palatka/pohodSumy.php>*
2. *Сучасний стан активного туризму в Україні – [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://ua-referat.com>*
3. *Туризм, як спосіб наповнення бюджету – [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://topkonotop.com/publication/sumshina-oblast-do-yakoyi-turist-ne-doyide-6170>*
4. *У Сумах розпочато роботу над створенням веломаршруту активного відпочинку – [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://sumy.today/u-sumah-rozpochato-robotu-nad-stvorenyam-velomarshrutu-aktyvnoho-vidpochynku>*

**А.Р. Федорківська,**

*Студентка 2 курсу*

*Спеціальності 242 «Туризм»,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка*

*м. Суми, Україна*

**І.С. Зігунова**

*Кандидат педагогічних наук, доцент;*

*завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

## ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СПОЛУЧЕНИХ ШТАТТАХ АМЕРИКИ

Туризм в США є найбільшою галуззю економіки, яка щороку надає послуги мільйонам туристів як з-за кордону, так і з самих США. Туристи приїжджають в США, щоб подивитися на міста, природу, історичні пам'ятки, а також відвідати різні визначні пам'ятки і місця розваг. Те ж саме цікаво і для самих американців, які, крім усього іншого, часто відвідують зони відпочинку.

В кінці XIX, початку XX століть в США відбувався бурхливий ріст в сфері так званого міського туризму. До 1850-х років туризм в Сполучених Штатах закріпився в якості як культурної діяльності, так і індустрії. До 1890-х років всі головні міста США (Нью-Йорк, Чикаго, Бостон, Філадельфія, Вашингтон і Сан-Франциско) стали залучати велику кількість туристів.[1].

Екскурсійний туризм надзвичайно розвинений в США, куди щорічно приїжджають понад 50 млн мандрівників. У трійці лідерів з прийому іноземних туристів серед країн обох Америк знаходяться Мексика і Бразилія. У Сполучених Штатах зосереджений величезний рекреаційний потенціал, а також велика кількість пам'яток і музеїв.

Досить сказати, що чотири з десяти найпопулярніших музеїв світу знаходяться на території США. Йдеться про музеї Метрополітен в Нью-Йорку, музеї Гетті в Лос-Анджелесі, музеї Інституту мистецтв в Чикаго і Вашингтонської Національної галереї. Специфічним напрямком пізнавальних подорожей по Америці є етнографічні екскурсії. Вони включають в себе відвідування місць традиційного проживання індіанців, древніх міст імперій інків, ацтеків і майя.

За розвитком міжнародного туризму США значно поступаються Європі, проте щорічно країну відвідують 30 - 40 млн. чоловік. Дуже великий розвиток одержав внутрішній туризм, сильно розвинена «індустрія гостинності», включаючи автосервіс. Туризм у США сформувався у потужну індустрію, яка обслуговує мільйони іноземних та внутрішніх туристів щорічно. Туристи відвідують Сполучені Штати, щоб побачити чудеса природи, міста, місця визначних подій та заклади розваг. Ці ж самі об'єкти приваблюють і корінних американців, але їх також цікавлять території проведення відпустки, рекреаційні райони.

Розвиток туризму підкріплювався прогресом у сфері транспортного сполучення, в першу чергу автомобільного та авіаційного. У 2007 році кількість іноземних туристів в США досягла 56 млн осіб, а прибутки від туризму становили 122,7 млрд.дол. У 29 штатах туризм входить в число 3-ох перших галузей за кількістю зайнятих (7,3 млн.осіб в 2004 році). Найбільш відвідуваним місцем в США у 2008 році виявився Таймс Сквер у Манхеттені в Нью-Йорку (35 млн.відвідувачів). [1].

Туризм є найбільшим сектором послуг економіки США. Він складає 25% усіх доходів від усіх галузей послуг. В цілому, туризм надає 2.7% доходу до внутрішнього валового продукту США.

Сполучені Штати – це друга найбільш відвідувана країна у світі. В той же час, США отримують домінуючу частку (11.2 % ) світових прибутків від туризму, що надає Сполученим Штатам перевагу над Францією і Іспанією. У 2011 році американські і міжнародні туристи загалом інвестували 1.2 трильйони доларів в економіку США, підтримавши 7.6 мільйонів робочих місць. Фактично, сектор дозвілля і гостинності – це п'ятий найбільший працедавець в Сполучених Штатах. Більше ніж 62 мільйони міжнародних туристів, що відвідали США у 2011 році, витратили понад 153 мільярди, знизивши торговий дефіцит на 42.8 мільярди доларів.

Як місце для подорожі, жодній іншій нації важко змагатися із США щодо розмаїття вражень, які можна отримати, відвідавши Сполучені Штати, починаючи від великих міст і закінчуючи провінційними

містечками з їх унікальними традиціями. Поп-культура США (музика, кінематограф, телебачення і тематичні парки) мають дуже важливе значення для продажу туристичних послуг. Отже, серед місць, які треба обов'язково побачити, можна назвати: Statue of Liberty and Florida Keys National Marine Sanctuary, Mount St. Helens' National Volcanic Monument and Desert National Wildlife Refuge. Багато з цих історичних та культурних пам'яток розташовані у місцях, близьких до головних транспортних вузлів. Сюди входять також і 10 найбільш відвідуваних міст США: Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Маямі, Орlando, Сан-Франциско, Лас-Вегас, Округ Колумбія, Гонолулу, Бостон і Чикаго.[2].

Бізнес-туризм складає близько 22 % міжнародного туризму в США. Бізнесмени приїждять до Сполучених Штатів аби взяти участь у ділових зустрічах, конференціях, виставках, а також дослідити інвестиційні можливості та придбати товари і послуги.

На відміну від інших країн, в Сполучених Штатах немає міністерства або адміністрації туризму (така адміністрація було ліквідована у 1996 році). Наразі, галузь туризму в США децентралізована. Окремі штати, території або племена самі регулюють цю галузь в межах відповідних юрисдикцій.

Згідно із даними Всесвітньої організації туризму ООН впродовж останнього десятиліття Сполучені Штати втратили 16 % долі в глобальному туристичному ринку в порівнянні із Францією, яка втратила 28 %; Іспанія – 18 %: Італія – 24%, Канада – 44 %. В той же час, Азіатські ринки та країни, що розвиваються, отримали прибуток: Угорщина – 162 %, Україна – 138%, Польща – 73%, Марокко – 218 %.

19 січня 2012 року президент Обама підписав Адміністративний акт 13597, в якому проголосив нові ініціативи адміністрації президента щодо розширення галузі туризму в межах Сполучених Штатів. 10 травня 2012 року Білий Дім оприлюднив Національну стратегію розвитку туризму США, яка є результатом спільних зусиль Міністерства торгівлі та внутрішніх справ, з метою створення довготривалої стратегії збільшення обсягів внутрішнього та міжнародного туризму до США. До цього, в 2010 році, було прийнято Акт щодо популяризації туризму та створена неприбуткова корпорація популяризації туризму (зараз вона називається Brand USA) з метою розвитку і популяризації туризму до США [2].

Всесвітня туристська організація ООН (UNWTO) опублікувала статистику по міжнародному турпотоку в 2017 році, в якому США зайняла третім місце з 75,9 млн відвідувачів, після Іспанії (81,8 млн) і Франції (86,9 млн). [2].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Америка туристична- [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://usembassykyivukr.wordpress.com/2012/05/24/америка-туристична/>
2. Туризм в США - [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://wiki2.org/ru/Туризм\\_в\\_США](https://wiki2.org/ru/Туризм_в_США)

**Ю. С. Шелєпова,**

*студентка 2 курсу*

*спеціальності 242 «Туризм»,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка*

*м. Суми, Україна*

**І. С. Зігунова**

*кандидат педагогічних наук, доцент,*

*завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка*

*м. Суми, Україна*

## ОСОБЛИВОСТІ УМОВ РОЗВИТОКУ ТУРИЗМУ В ЧЕХІЇ

Чехія – країна різноманітних та мальовничих ландшафтів. Рівнини тут перемежуються пагорбами, відкриті простори – лісовими масивами, уся країна немов проткана незліченними нитками рік і річечок. Окрайні гірські хребти західної частини країни ваблять своєю дикою красою. Чеська Республіка має гарні природні умови і природні ресурси як для розвитку сільського господарства і промисловості, так і для розвитку туризму.

Клімат Чехії в загальному помірковано континентальний, з чітко вираженими сезонами року. У силу переваги гірничо-горбкуватого рельєфу велике значення має місцева циркуляція повітря. Рельєф тут впливає на температурний режим і на просторовий розподіл опадів. Оскільки Чехія витягнута по широті, те кліматичні розходження її окремих областей визначаються різницею не між північчю і півднем, а між заходом і сходом.

Розмаїтість природних умов відбивається і на ґрунтовому покриві. Вона належить до числа найбільш лісистих країн Європи. Близько 60% усієї лісової площі займають хвойні дерева, по однієї п'ятої приходиться на листяні і змішані ліси. На базі значних запасів деревини в країні склалася деревообробна промисловість, а також велике целюлозно-паперове виробництво. Ліси Чехії багаті звіром, дичиною, грибами і ягодами.

Чехія є досить розвиненою країною, в плані своєї туристської інфраструктури: готелі в Чехії досить високого рівня, і транспортна мережа розвинена на рівні європейської країни.



Як і в будь-якій країні, в Чехії існують свої особливості готельної бази. У ній прийнята європейська класифікація готелів від 3\* до 5\*, в тому числі готелі, що входять у відомі світові мережі готелів. Також дуже поширені приватні пансіони, готелі і апартаменти. Ці «готелі» не мають «зірок», але за якістю іноді перевершують закладу з офіційними категоріями 3\* і 4\*. [11]

Так як Чехія країна невелика, більшість туристів зупиняються в Празі, а вже звідти відправляються на екскурсії по країні. Як правило, ввечері повертаються в столицю. У зв'язку з цим, основну масу туристів приймають готелі Праги.

Житло в столиці можна знайти практично будь-якого рівня - від супер економного до елітного. При цьому слід пам'ятати, що вартість аналогічних номерів зростає в міру їх близькості до центру міста.

Більшість туристів, які вирушають до Чехії автобусними турами, зупиняються в готелях 3\*. Вони, як правило, досить віддалені від центру, в 15-20 хвилинах ходьби від метро. Номери без особливих надмірностей, у вартість включено легкий сніданок. Цілком підходять для екскурсійного режиму, при якому турист в номері, фактично, тільки ночує. Розміщення туристів в 2 зіркових готелях серйозними фірмами не практикується. Любителі більш комфортного відпочинку можуть зупинитися в готелях 4\*. 5-зіркові готелі - це вже елітний відпочинок. Є в Чехії і варіанти розміститися поза класичних готелів. Наприклад, в студентських гуртожитках або кемпінгах.

Такий варіант найбільш дешевий і цілком актуальний для приватних туристів, які подорожують не в складі туристичних груп, в пік сезону. Серйозні туроператори до розміщення туристів в гуртожитках вдаються.

Любителі екзотики можуть розміститися в переобладнаних під готелі старовинних замках. «Стандартні варіанти» - замки Груба-Скала, Худобін, Вітрів, Заградки, Збраслав, Німбурк і інші. Елітні варіанти - наприклад, замки Штіржін і Частоловіце.

У Чехії – «типовий» європейський рівень сервісу, безпосередньо співвідноситься з категорією готелю. Сніданки часто залежать від величини готелю – чим він більший, тим краще сніданок, але навіть в маленьких готелях на сніданок завжди будуть «мюслі», молоко, кілька видів ковбас, сир, рогалики, чай і кава. Персонал в готелях - привітний і доброзичливий. Більшість працівників можуть досить впевнено пояснюватися російською. Багато готелів пропонують на своїй території досить широкий вибір розваг. За межами Праги ціни за проживання в

готелях, в цілому, трохи нижче. Поза сезоном проживання в чеських готелях обійдеться на третину дешевше.

Транспорт в Чехії розвинений дуже добре. Для подорожей по країні цілком підходять і автобуси, і потяги. Автобусними перевезеннями по країні займаються десятки серйозних компаній. Автобуси цілком комфортабельні. Як правило, вони ходять швидше і частіше, ніж поїзда. Крім того, розміри Чехії не припускають занадто довгих поїздок, які б стали занадто нудними. Більшість туристів з країн СНД відправляються до Чехії саме автобусними турами.

Потяги для «автобусних» туристів - неактуальний вид транспорту. Для тих же, хто подорожує самостійно, це дуже зручний засіб пересування. Залізниці в Чехії мають дуже розгалужену мережу. Потяги, як правило, ходять не рідше, ніж раз на годину. У Чехії вони бувають декількох видів:

- Intercity (IC) і EuroCity (EC) - найшвидші і дорогі.
- Rychlik (R) і Express (Ex) - швидкі поїзди.
- Osobni (O) - самі повільні, зупиняються на всіх зупинках.

Крім внутрішніх перевезень, в Чехії відмінне залізничне сполучення з великими європейськими містами - Берліном, Гамбургом, Парижем, Римом, Амстердамом. Також широко використовуються електрички, що зв'язують прикордонні чеські міста з такими ж містами сусідніх країн - Німеччини, Австрії, Польщі, Словаччини.

При описі міських видів транспорту найбільш актуальним містом в Чехії є Прага. У столиці країни ходять автобуси і трамваї, є метро. Рух міського транспорту розділене на денний і нічний. Маршрути і розклад руху денного транспорту вказані на зупинках на білих табличках, а нічного - на темно-синіх. Нічний транспорт, як правило, ходить з інтервалом у півгодини. Метро в Празі працює з 5:00 до 0:00. Ще один популярний серед туристів вид міського транспорту в Чехії - таксі. Операторів таксі на ринку багато, а тарифи можуть істотно відрізнятись.

Внутрішні авіап перевезення, на відміну від міжнародних, в силу невеликих розмірів, не актуальні. Чехія має 3 міжнародні аеропорти: Рузине (м. Прага), Карлові Вари (в однойменному місті) і Брно-Туржани (Брно). Можна сказати, що інфраструктура Чехії, як готельна так і транспортна, розвинена досить добре, що безумовно позначається на якості обслуговування туристів.

Система громадського харчування в Чехії включає:

«Restaurace» – ресторан, «Cafe» – кафе, «Vinarna» – винний ресторан або бар, «Pivnice» – пивна, «Kavarna» – кофейня, «Jidelna» –

їдальня, «Hostinec» – недорогий ресторан, де можна швидко і дешево поїсти і випити.

Відмінною особливістю ресторанів в Чехії є те, що багато ресторанів мають свої пивоварні або заходяться в історичних будівлях. Ресторани відкриті з 11:00 до останнього клієнта. Чеські кафе працюють з 10:00 до опівночі. Як правило, найдорожчі заклади зосереджені в історичному центрі міста, поблизу найбільш відвідуваних визначних пам'яток, а заклади, які знаходяться на околицях, розраховані на місцевих жителів, ціни там набагато нижчі, а якість страв така ж.

Винні ресторани часто розташовуються в підвальних приміщеннях середньовічних будинків, де легко імітується атмосфера справжніх винних погребів. Це традиційне місце зустрічей і спілкування.

Індустрія розваги в Чехії задоволена різноманітна. Кожен знайде щось для себе. Любителі шопінгу можуть відвідати величезну кількість магазинів, сувенірних крамничок; для молоді представляють інтерес нічні клуби, дискотеки, танцювальні бари. Цінителі мистецтва зобов'язані відвідати Національний театр, Державний оперний театр, а також концерти органної музики, які проходять в різних храмах по всій Чехії.

Таким чином в Чехії не тільки сприятливі економічні, кліматичні умови, мальовничий ландшафт і величезна культурно-історичну спадщину, а й саме географічне положення зумовлює успішний розвиток туризму на одному ряду з самими передовими країнами Європи.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Юрківській В. М. *Країни світу*. – К., 1999..
2. Якобсмаер В. *Прага*. – М., 1996.
3. Малютін Н. Н. *Замки і фортеці Чехії*. Віче 2009.
4. *Секрет успіху маленької країни // Маркетолог*. – 2002.– №10.
5. Крилова М. *Чехія*. – М.: Ексмо, 2008.
6. Самойленко А.А. *Географія туризму*. – РнД.: Фенікс, 2006.

## РОЗДІЛ 4

# ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

**С.С. Денєжніков**

*кандидат філософських наук,  
доцент кафедри філософії та соціальних наук,  
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка  
м. Суми, Україна*

### ВІРТУАЛЬНИЙ МУЗЕЙ У ПРОСТОРІ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ<sup>1</sup>

Однією з цифрових можливостей всесвітньої мережі Інтернет є створення віртуальних музеїв – нового феномену культури, який динамічно розвивається. Віртуальний музей є сам по собі інформацією про музей, який існує або в реальному житті (сайт музею), або на просторах мережевого контенту. Віртуальний музей – це простір, який використовує інтерактивні можливості на електронних носіях, дозволяє користувачеві «переміщатися» серед тривимірних залів і знайомитися з необхідними зображеннями і відомостями.

Феномен віртуального музею з'явився завдяки синтезу мережі Інтернет та інформаційних технологій. За допомогою інтенсивного їх розвитку віртуальні музеї поступово стали відходити від сайтів традиційних музеїв. Нині можна констатувати, що феномен віртуальних музеїв має важливі властивості. По-перше, він завжди існує у віртуальному просторі. Його місцезнаходження – мережа Інтернет, але основа – реальні експонати, тому він має свою власну структуру. При цьому для кожного організатора надаються можливості вибору тієї структури та організації, яка є найбільш зручною й наочною. Безумовно, прообраз для віртуального музею – це реальний музей з його структурною організацією (експонатами, виставками, експозиціями, запасниками, каталогами тощо), але кожен організатор вносить щось своє для створення свого особливого віртуального музею. По-друге, віртуальний музей заснований на артефактах і культурних об'єктах минулого, сьогодення і (в деяких випадках) майбутнього [1, с. 96-97].

---

<sup>1</sup> Робота виконувалася в рамках науково-дослідного проекту № 0119U100179 «Розробка науково-методичних засад та практичного інструментарію оцінювання комерційних (ринкових) перспектив товарних інновацій»

Стає очевидним, що віртуальна форма музею – це «нова реальність». Якщо традиційний музей характеризують постійні експозиції і тимчасові виставки, то віртуальний здатний відображати свою експозицію постійно тільки у своєму розвитку (будь-яку виставку можна представляти відвідувачам роками, їх кількість залежить від нових ідей, проектів, обмеження пов'язані лише з напрямом діяльності і тематичними особливостями цього музею).

Крім того, якщо експонати реального музею з часом можуть зробитися непридатними, то віртуальний музей не має проблем в царині їх збереження. Віртуальний музей адресований широкому колу осіб. Кожна людина, підключена до мережі Інтернет, здатна у будь-якій частині світу і у будь-який час вивчити і розглянути музейні об'єкти або зібрання експонатів. Якщо у людини обмежений час на відвідування культурних установ або у неї немає можливості виїзду за межі свого місця проживання, то в таких випадках віртуальний музей дуже зручний. Крім того, глядачеві (користувачеві) надається можливість «відвідування» віртуального музею за допомогою свого комп'ютера, спілкування з новою реальністю (відтвореною у власній свідомості) і встановлення особистих стосунків. Він випробовує комфорт, адже йому не заважають інші відвідувачі і працівники музею. Звичайно, у віртуального є свій «сценарій» (структура, план, карта), але ініціатива при відвідуванні належить все ж таки самій людині [4].

Створення віртуальних музеїв сталося близько двадцять років тому. Спочатку вони були сторінками (вкладки), розташованими у рамках офіційних сайтів реально існуючих музеїв світу (такі сторінки були у музеїв «Лувр», «Музей природної історії» тощо). Популярність привела до їх копіювання засобами цифрових носіїв. Надалі віртуальними музеями стали називати яку-небудь вибірку зображень (набір, колекцію), зібрану любителями або колекціонерами. Туди ж відносилися і всі музейні сайти. Звідси і множинність трактувань у розумінні феномену віртуального музею, до якого нині відносяться й ті музеї, які існують виключно в глобальній мережі.

Інтеграційна культурна форма віртуальних музеїв відрізняється структурною і функціональною різноманітністю. Віртуальний музей можна розглянути з трьох сторін: як нову технологію безконтактної інформаційної взаємодії користувача з музейним середовищем або комп'ютерну систему, що забезпечує візуальні і звукові ефекти; як інформаційний ресурс, який служить засобом масової комунікації і формою видавництва; як значимий елемент сучасного культурно-

дозвіллевого середовища. Він формує творчі здібності, сприяє культурному обміну і спілкуванню користувачів) [3, с. 125].

Нині виявлені декілька видів віртуальних музеїв: як представництва музеїв (існуючих в реальному житті, популярних або менш відомих для відвідувачів); реалізованих тільки в мережі Інтернет (не мають реального приміщення для експонатів); створені на території адміністративних одиниць (містами, селищами тощо) або у рамках освітніх і культурних установ; приватні колекції. Пропонуємо виділити два типи віртуальних музеїв. Перший – той, який відноситься до інтернету (рідше до штучних побудов в комп'ютері). У такому разі в комп'ютері моделюється штучний тривимірний простір, інтер'єр для розміщення музейних предметів. У результаті створюється експозиція (не альбом із зображеннями, не електронні каталоги). Другий тип – це реально існуюче приміщення, де розташовуються віртуальні об'єкти (голограми, різні види об'ємних проєкцій). Нині обидва типи носять назву «віртуальний музей», але в майбутньому, можливо, станеться їх часткове відокремлення. Тому таке пояснення виглядає переконливо [2, с. 6-8].

Спираючись на функції, що відносяться до реальних музеїв, а також на особливості дії інформаційних технологій, виділимо наступні: соціально-орієнтована (надання вільного доступу до артефактів і творів культури представниками різних соціальних груп, незалежно від гендерної, вікової, національної і релігійної приналежності, обмежених можливостей здоров'я); гносеологічна (забезпечення знайомства із загальносвітовими і національними досягненнями культури в оцифрованій формі); комунікативна (здатність розміщення у віртуальному музеї експонатів; за допомогою форумів, чатів, блогів, електронної пошти, коментарів і зворотного зв'язку, організація обговорення серед відвідувачів); освітня (можливість використання експонатів для організації навчально-виховного процесу в освітній установі або для самоосвіти); інтегруюча (об'єднання відвідувачів за інтересами, утворення мережеских спільнот; об'єднання таких колекцій, які в реальності об'єднати не виходить з певних причин); дозвіллева (можливість «поринути» в музейний світ, підвищити свій культурний рівень у вільний від роботи або справ час). Слід додати в цей список такі функції як суспільно-перетворювальна (створення віртуальних музеїв як виду творчої діяльності); збереження сучасності (електронного контенту, матеріалів виставок, конференцій, сучасного мистецтва, культурних практик, зникаючих культурних цінностей, народних звичаїв, творчості приватних осіб); економічна (чинник розвитку

туризму, ремесел, народных промыслов, частного предпринимательства - интернет-магазинов тощо).

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. *Василина Д.С. Виртуальный музей как феномен современной культуры / Д.С. Василина // Музей: память и проекции будущего. – 2016. – № 3(24). – С. 96-102.*
2. *Лебедев А.В. Виртуальные музеи и виртуализация музея / А.В. Лебедев // Мир музея. – 2010. – № 10. – С. 5-9.*
3. *Максимова Т.Е. Виртуальные музеи как социокультурный феномен / Т.Е. Максимова // Дисс. ... канд. культ.: 24.00.01. Москва, 2012. – 187 с.*
4. *Несговорова Г.П. Обзор виртуальных музеев [Электронный ресурс] // Обзор виртуальных музеев в сети Интернет. Режим доступа: URL: [http://www.gosbook.ru/system/files/documents/2011/07/11/sbor\\_kas\\_12\\_nesgovorova.pdf](http://www.gosbook.ru/system/files/documents/2011/07/11/sbor_kas_12_nesgovorova.pdf).*

**В.Н. Зигунов**

*кандидат педагогических наук, доцент,*

*доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного сервиса,*

*Сумской государственной педагогической университет имени А. С. Макаренка*

*г. Сумы, Украина*

## **ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

Анализ этапов становления стратегического управления показывает, что на протяжении последнего столетия были осложнения внешней среды организации, ускорение темпов изменений ее параметров и рост неопределенности во времени. Эти факторы в совокупности усложнили процесс управления организациями, особенно диверсифицированными (концернами и конгломератами). Результатом таких процессов постоянное изменение понимания сути инфраструктуры туристической индустрии, которая сегодня выступает как структура сферы туризма в целом, а следовательно, управление ею можно рассматривать с позиций стратегического управления структурой организации с учетом соответствующих особенностей. Идеология стратегического управления базируется на предположении о невозможности с достаточной степенью точности прогнозировать долгосрочные тенденции, которые характерно для постиндустриальной эпохи [2].

При определении главной цели и долгосрочных целей следует выходить из баланса интересов разных социальных институтов и групп людей, которые заинтересованы в функционировании структуры и влияют на характер, содержание и направления ее функционирования. Баланс интересов определяет направление движения, целевую ориентацию.

Главной целью инфраструктуры индустрии является определенным основным социально значимым функциональным назначением в

долгосрочную периоде. Цель определяет место, роль и положение инфраструктуры в индустрии туризма и обществе в целом, ее социальный статус, ее можно рассматривать как стратегический инструмент, который определяет рынок, или как основную сущностную характеристику инфраструктуры. Цель имеет и философско-этический аспект, так бы сказать объединяющий культурный элемент, который разрешает функционировать инфраструктуре как единому целому.

Главная причина существования инфраструктуры возникает как отображение целей и интересов разных групп субъектов, которые имеют определенное отношение к инфраструктуре индустрии туризма и к процессу ее функционирования.

Таковыми группами есть:

- владельцы предприятий-субъектов инфраструктуры;
- сотрудники предприятий-субъектов;
- потребители туристического продукта; и местные территориальные общины;
- общество в целом (общественные институты, политические, экономические сферы);
- государство как субъект и объект инфраструктуры.

Результатом таких исследований являются формирования стратегии развития инфраструктуры индустрии туризма. В настоящее время предлагается две наиболее совершенных и часто употребительных классификации стратегического выбора:

- по характеру вида экономической деятельности и макросреды;
- по характеру производства и реализации стратегических преимуществ. Согласно первой признаку классификации (по характеру вида экономической деятельности и макросреды), существует основные виды альтернатив стратегического выбора, которые есть в распоряжении предприятия туристической индустрии: рост; объединение.

*Ограниченный рост.* Предприятие, которое придерживается этой стратегии, устанавливает цели от достигнутого, скорректированные в зависимости от ситуации, которая сложилась. Такая стратегия присуща организациям, которые действуют в условиях определенной, зрелой, хорошо разработанной инфраструктуры с неизменными, постоянными технологиями. При этом предприятие в целом удовлетворено своим положением, рыночной долей, спросом на продукцию и др. Эта стратегия наиболее удобная и доступная в использовании, почти гарантирует от лишнего предпринимательского риска и не нуждается в дополнительных инвестициях.



*Рост.* Характерен значительный ежегодный рост уровня кратко- и долгосрочных целей (плановых задач) над уровнями показателей прошлого (отчетного) года. Применяется в условиях низкого уровня развития инфраструктуры, которая отмечается важным потенциалом к росту и быстрыми изменениями в технологии, с постоянными технологическими нововведениями.

Второй классификационный признак (по характеру производства и реализации стратегических преимуществ) предусматривает выбор сферы конкуренции и сводится к следующему: конкурировать по «широкой линии» или сосредоточиться на конкретном сегменте рынка.

Уровень развития инфраструктуры разный (в зависимости от ряда признаков), то, соответственно, существуют несколько путей использования деловой активности на таких типах конкурирующих ситуаций:

- конкурирующие стратегии для лидеров и фирм-доминант.
- для фирм, которые рвутся вперед (челенджеров).
- для фирм, которые терпят убыток (аутсайдеров).
- соперничество в новой, молодой области промышленности (стратегии начинающих).
- соперничество во время перехода к хорошо развитой инфраструктуре (стратегии «давних знакомых»).
- соперничество на глобальных рынках (стратегии «слонов» и «гиппопотамов»).

Стратегический выбор осуществляется согласно определенным целям и анализу среды. В процессе ее формулирования предприятия инфраструктуры индустрии туризма должны осуществлять переориентацию на маркетинг, большое внимание должно отводиться изучению конкурентов; динамичность внешней среды нуждается в приоритетном его изучении. Нестабильность и риск заставляют руководителей разработать стратегию развития предприятия, одновременно диктуется потребность трансформации организационной структуры предприятия в зависимости от изменений внешнего окружения [1].

Таким образом, избранный портфель стратегических альтернатив включает в себя не только формулирование стратегий, а и пути их достижения, необходимые ресурсы, оценку рисков. Реализация стратегического управления требует постоянного контроля еще от его начала. Инфраструктура индустрии туризма по своей специфике является сферой деятельности, в которой такой подход жизненно необходим и обязателен. В свете современных тенденций к глобализации экономики и перехода к концепции стратегического

управления освещенный подход к формированию стратегического управления развитием инфраструктуры индустрии туризма, как определяющего направления развития индустрии туризма в целом является необходимым и экономически эффективным для всех субъектов инфраструктуры региона, страны.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:**

1. Десятниченко Д.Ю. *О роли «точек роста» региональной экономической системы в обеспечении ее устойчивого инновационного развития. Государство и бизнес. Современные проблемы экономики: материалы VII Международной научно-практической конференции.* СПб., 2015. С. 52-57.
2. Шепелев И.Г., Маркова Ю.А. *Туристско-рекреационные кластеры — механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов. Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал).* 2012. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-realizatsii-klasterного-podhoda-v-industrii-turizma>.

**В.Н. Зигунов**

*кандидат педагогических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного сервиса,  
Сумской государственной педагогической университет имени А. С. Макаренка  
г. Сумы, Украина*

## **СУЩНОСТЬ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

Анализ мировой хозяйственной практики показывает, что наиболее экономически эффективным, конкурентоспособным и перспективным направлением развития территорий является использование кластерного подхода, который в последние годы стал главным инструментом, служащим для разработки экономических стратегий в странах с высоким уровнем конкурентоспособности предлагаемых услуг.

Термин «кластер» заимствован из английского языка, буквально означает «расти вместе». Интерес к кластерам как эффективному инструменту повышения конкурентоспособности появился в последней четверти XX века. Основоположителем кластерного подхода к определению и повышению региональной конкурентоспособности является профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер.

По Портеру, кластер – это группа географически локализованных взаимосвязанных компаний – поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, дополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом [1].

Главным выводом, сделанным Портер, являлось следующее: чем больше развиты кластеры в отдельной стране, тем выше в этой стране уровень жизни населения и конкурентоспособность компаний.

Реализация политики, основанной на кластерном подходе, способствует повышению конкурентоспособности через реализацию эффективного взаимодействия участников кластера, базирующемся на ĩ близком географическом расположении, широком доступе к информации, инновациям, ноу-хау», высококвалифицированным кадрам, специализированным услугам, при одновременном снижении транзакционных издержек.

Становление и развитие кластеров в современной экономике ведет к привлечению прямых зарубежных инвестиций и активной внешнеэкономической интеграции. Вхождение в глобальные цепочки создания добавочной стоимости при помощи кластеров способствует существенному увеличению уровня технологической базы, качеству и скорости экономического роста.

К числу признаков, характерных кластеров относят:

- наличие у субъектов кластера конкурентных преимуществ для его развития, к которым относятся, в том числе: выгодное географическое положение, формирование необходимой инфраструктуры, наличие поставщиков комплектующих и связанных услуг, доступ к сырью, высокоспециализированным кадровым ресурсам, наличие исследовательских организаций профильных учебных заведений;
- сильные конкурентные позиции на региональных и международных рынках;
- высокий потенциал участников кластера для организации и увеличения экспорта;
- наличие координации в коллективной деятельности по продвижению на внутренних и внешних рынках товаров и услуг;
- эффективность взаимодействия между субъектами кластера, вследствие использования различных механизмов, таких как субконтрактация, партнерские отношения, устанавливаемые с образовательными учреждениями и исследовательскими организациями;
- множественность субъектов, задействованных в выгодном для всех участников сотрудничестве, провоцирует возникновение синергетического эффекта взаимодействия.

Реализация политики, основанной на кластерном подходе, способствует повышению конкурентоспособности через реализацию эффективного взаимодействия участников кластера, базирующемся на близком географическом расположении, широком доступе к информации, инновациям, ноу-хау», высококвалифицированным кадрам, специализированным услугам, при одновременном снижении транзакционных издержек.

Становление и развитие кластеров в современной экономике ведет к привлечению прямых зарубежных инвестиций и активной внешнеэкономической интеграции.

Вхождение в глобальные цепочки создания добавочной стоимости при помощи кластеров способствует существенному увеличению уровня технологической базы, качеству и скорости экономического роста. К числу признаков, характерных кластеров относят: - наличие у субъектов кластера конкурентных преимуществ для его развития, к которым относятся, в том числе: выгодное географическое положение, формирование необходимой инфраструктуры, наличие поставщиков комплектующих и связанных услуг, доступ к сырью, высокоспециализированным кадровым ресурсам, наличие исследовательских организаций и профильных учебных заведений

- сильные конкурентные позиции на региональных и международных рынках;
- высокий потенциал участников кластера для организации и увеличения экспорта;
- наличие координации в коллективной деятельности по продвижению на внутренних и внешних рынках товаров и услуг;
- эффективность взаимодействия между субъектами кластера, вследствие использования различных механизмов, таких как субконтрактация, партнерские отношения, устанавливаемые с образовательными учреждениями и исследовательскими организациями;
- множественность субъектов, задействованных в выгодном для всех участников сотрудничестве, провоцирует возникновение синергетического эффекта взаимодействия.

При этом туристский кластер может формироваться не только на региональном уровне, но и на более локальном уровне. В тоже время имеются примеры туристских кластеров, являющихся межрегиональными. Одной из явных особенностей кластера считается способность быстро реагировать на различные изменения рыночных условий и адаптироваться к ним, что составляет явное преимущество для рыночного хозяйства. Это

отражается в наличии широких возможностей для развития инновационной деятельности. Необходимость стратегического подхода в сфере туризма обусловлена постановкой таких задач, как организация рационального потребления, проведение мероприятий по восстановлению и сохранению историко-культурного наследия, выявление направлений, приоритетных для данной региональной экономики и т.п.

Стратегическая адаптивность кластера достигается наличием среды, позволяющей создавать особые условия для поиска конструктивных инновационных решений с их последующим незамедлительным внедрением в экономический оборот.

Субъектами туристского кластера в регионе являются: туроператоры, турагенты, транспортные организации объекты общественного питания и гостиничного хозяйства, различные типы специализированных организаций, общественных объединений, информационных структур, предприятий, оказывающие юридические, консалтинговые услуги, образовательные и научные учреждения.

Туристский сектор экономики, базирующийся на кластерной организации, обладает явственными преимуществами. Органы власти при таком подходе располагают действенным инструментарием по организации эффективного взаимодействия с бизнесом, в результате которого происходит более глубокое понимание показателей, характеризующих его состояние, а, соответственно, и тактических задач, необходимых для его успешного развития. Следствием этого является стратегическое планирование, основанное на реальном, целенаправленном и мотивированном использовании региональных ресурсов.

Благодаря тесным партнерским связям субъекты кластера извлекают более значительные выгоды за аналогичный промежуток времени. Предприниматели получают возможность систематизировать возникающие проблемы, выбирать пути, позволяющие преодолевать их с наименьшими потерями. Тандем региональной власти и бизнес-сообщества, характерный для кластера, посредством его авторитета и влияния способствует более действенному продвижению через региональные структуры избранных инициатив, отражаемых в подготовке законопроектов, прохождению на государственном уровне необходимых отраслевых и региональных преобразований. Модель туристского кластера, обеспечивая устойчивость социально-экономического развития региона, способна учитывать интересы всех участников-активистов.

Формирование, также как и развитие, кластеров в туристской отрасли сопровождается следующими основными проблемами:

- отсутствие соответствующей инфраструктуры, а для некоторых регионов и вовсе транспортной доступности;
- скудность познаний кадрового персонала, способного оценивать выгоды и конкурентные преимущества при такой форме кооперации;
- слабая восприимчивость руководящего состава к внедрению преобразований и инноваций;
- отсутствие в туристской деятельности практики, основанной на стратегическом планировании в рамках государственно-частного партнерства;
- длительность периода становления туристского кластера (не менее 3-х лет).

В рамках существенного упрощения процедуры организации кластеров на территориях всех уровней (как региональном, локальном, так и стартовом) необходимо проработать и внедрить для таких образований нормативно законодательную базу.

В этой связи, кластерная политика является ключевым инструментом при решении задач, необходимых для качественного развития туристской отрасли в регионах, инновационного потенциала и уровня экономического развития страны в целом

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:**

1. Портер М. Конкуренция.: Пер.с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006.
2. World Economic Forum (WEF). Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. [Электронный ресурс.] – Режим доступа. URL: <http://www.weforum.org>.

**О. В. Коваленко**

*кандидат педагогических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного сервиса,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
м. Суми, Україна*

## **ІННОВАЦІЙНІ ВИДИ ТА ФОРМИ ЕКСКУРСІЙ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ**

В сучасних умовах інноваційність є характерною ознакою розвитку суспільства. У туристичний бізнес цей аспект вносить особливу значущість. Створений туристичний продукт не можна залишати незмінним, його потрібно постійно модернізувати. Зростаючі потреби

громадян, які, у свою чергу, стають все більш вимогливими, зобов'язують до використання сучасних досягнень науки та техніки, впровадження нових технологій обслуговування.

До основних функцій інновацій можна віднести наступні [1]:

1. Залучення у виробництво нових продуктивних сил, підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва, скорочення різного роду витрат, задоволення потреб населення;
2. Приведення у відповідність структури виробництва зі структурою потреб, що змінилися, підтримання рівноваги між попитом і пропозицією, між виробництвом і споживанням;
3. Кінцевий результат застосування творчих можливостей і знань конкретної особистості, людського інтелекту, що, у свою чергу, стимулює подальше зростання творчої діяльності.

Для визначення суті інновацій в туризмі виділяють наступні класифікаційні ознаки [2]:

- джерело ідеї (потреби туристів, відкриття, винаходи);
- вид інновації (інфраструктура туризму, туристичний продукт, способи та засоби розподілу турпродукту чи послуги, управління та інше);
- ступінь новизни;
- широта впливу, масштабність, зв'язність.

Екскурсія як особливий соціально-економічний і культурний феномен виник відносно недавно. В даний час подорож є важливим, але далеко не єдиним, а часто і не головним елементом екскурсії. Однак, світ змінився. Якщо раніше нормою вважалися екскурсії у вигляді історичних лекцій, то сьогодні навряд чи туристи отримають задоволення від прослуховування такої екскурсії в натовпі людей. Тепер – запити змінилися. Сьогодні туристи хочуть розваг, цікавих, пізнавальних, повних емоцій і вражень, не нудних екскурсій.

Визнано, що в сучасному світі здатність дати туристам враження стала важливим фактором конкурентоспроможності та ключем до майбутнього зростання туристичних напрямків. Оповідач – гід або екскурсовод є серцем й душею екскурсії. Але, 90% гідів та екскурсоводів неточно пам'ятають зміст оповідання, відхиляються від сценарію і маршруту і, просто імпровізують.

Однак, якщо екскурсії полягають лише в повідомленнях про те, що знаходиться зліва і що справа, то їх навряд чи можна віднести до кращих. Такі «оголошення на маршруті» нудні та не залишать яскравих вражень.

Наш час можна назвати ерою нових технологій. Впровадження навігаційних систем і мобільних технологій щільно увійшли в наше життя. Безумовно, що це не могло не відгукнутись на розвитку туристичної діяльності, поліпшенні якості та полегшенні використання послуг туристичної та екскурсійної діяльності. Буквально кілька років тому на ринку туристичних послуг з'явилися унікальні на той момент технології, які згодом переросли в дуже популярні елементи, без яких зараз складно надати якісне обслуговування туристу.

Світ змінюється, на даний момент налічується близько 1,5 мільярда мобільних пристроїв з навігаційним функціоналом, 5 мільярдів мобільних пристроїв, в тому числі 1 мільярд смартфонів. Стосовно екскурсійного обслуговування, стійкі позиції займають мобільні путівники. Практично всі великі туристичні фірми й агентства використовують їх у своїй діяльності, це безсумнівно полегшує роботу екскурсіводу і допомагає туристам отримувати послугу в більш комфортній формі. Відтворюються ці путівники в таких пристроях як: системи для транспорту; навігатори; смартфони та планшети [2].

Принцип дії цих систем цілком простий в використанні. Мультимедійні описи та коментарі запускаються в ручному або в автоматичному режимах в зонах, заданих на електронній карті GPS-координатами, наприклад, поблизу визначних пам'яток, пам'ятників, об'єктів показу.

Класичною екскурсією звично вважати історичну лекцію, яка прослуховується групою туристів мінімум від 10 – 30 чоловік. Світ змінюється, кругозір туристів розширюється і поняття комфорту виходить на новий рівень. Щоб охопити всю аудиторію туристської групи, зацікавити кожного туриста, було придумано новітній пристрій. Мова йдеться про аудіогіди та мультігіди. Система, що дозволяє охопити більшу аудиторію людей. Вона проста, гід озвучує інформацію в мікрофон, а сигнал передається туристам в їх навушники. Дуже зручний і інноваційний винахід, що полегшує роботу не тільки з вітчизняними, а й з іноземними туристами, оскільки з ростом технологій були винайдені аудіогіди з автоматичним перекладом мови гіда на різні мови світу, які дозволяють поживати розповідь, екскурсівода. Подібні пристрої дозволяють включати в екскурсію різноманітні аудіо файли: озвучені акторами записи театралізованих постановок з розповіддю про історичних персонажів, музику, звукові ефекти.

Будь-які інновації в екскурсійній діяльності сприяють створенню конкурентного середовища, просування послуг на туристичному ринку.



Створюючи новий екскурсійний продукт, необхідно враховувати попит споживачів і робити акцент на клієнт орієнтованість і диференціацію обслуговування [3].

Розглядаючи інноваційні технології в екскурсійній діяльності, варто так само відзначити, що вони можуть поділятися на:

- інновації екскурсійного продукту (новий екскурсійний продукт, який не був представлений раніше);
- інновації, пов'язані з технологіями розробки та проведення екскурсій;
- технічні інновації;
- маркетингові та управлінські інновації;
- персональні інновації (наприклад, індивідуальний стиль екскурсовода).

Сьогодні на ринку туристичних послуг можна спостерігати досить велику кількість нових екскурсій: екскурсії по покинутим будівлям (наприклад, по заводам і промисловим об'єктам, церквам та інше), по дахах (особливо в великих містах), на місця катастроф (в тому числі і техногенного характеру), по містичними місцями, по місцях вбивств або страт, екскурсії до військових або пожежні частини з можливістю використання техніки, екскурсії-реконструкції (наприклад, військово-історичних подій). Якщо говорити про методи ведення екскурсії, то варто відзначити анімаційні та інтерактивні методи, які дозволяють залучати екскурсантів в процес ведення екскурсії. Це можуть бути костюмовані і театралізовані екскурсії, екскурсії-пробіжки, екскурсії на велосипедах, екскурсії-квести (сукупність класичної екскурсії та ігри), віртуальні та 3D екскурсії [4, с. 35].

Ще в якості інновацій варто відзначити вже досить широке використання QR-кодів в екскурсійній діяльності. Найчастіше їх розміщують на історичних і культурних об'єктах, творах мистецтва, а також поряд з пам'ятниками природи, завдяки чому екскурсант може доповнити розповідь екскурсовода або зовсім замінити її. Використання матричних кодів можливо і в розробці квест-екскурсій, бо заходи подібного типу припускають елемент змагання і самостійний пошук інформації.

Одним з цікавих нововведень, яке можна віднести до екскурсійної діяльності, є впровадження аудіо-гідів для пасажирів, які користуються приміськими електропоїздами або міським транспортом [1].

Використання геоінформаційних технологій в екскурсійній діяльності також має інноваційний характер. ГІС-технології (ГІС –

геоінформаційна система) можуть бути використані для створення туристських маршрутів для різних видів екскурсій, бо є можливість отримання інформації про режим роботи пам'яток та інформацію про різні заходи. Геоінформаційні технології – одна з перспективних інноваційних систем, яка використовується для вирішення завдань пошуку, моніторингу, аналізу інформації, моделювання та формування туристичного й екскурсійного продукту [3].

Підсумовуючі все вище зазначене необхідно зазначити, що за останні роки простежується тенденція появи нових інноваційних елементів в екскурсійній діяльності. Всі ці та інші інновації в туризмі, зокрема і в екскурсійному туризмі, розвивають дану галузь і привносять вклад в економіку за допомогою створення конкурентного середовища, просування послуг на туристичному ринку.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Балабанова О. Д., Захарова О. О., Лаврушина О. Г. Використання інноваційних технологій в екскурсійній діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
2. <http://www.web.snauka.ru/issues/2014/10/39703>
3. Занько Е. А. *Інновації в сфері екскурсійного туризму // Актуальные проблемы профессионального образования в республике Беларусь и за рубежом. Материалы IV Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. 2017. С. 114-116.*
4. Лях О. А., Лиханова В. В. *Інновації в екскурсійній діяльності//Ученые записки забайкальского государственного университета. Серия: социологические науки, 2017. – С. 160-168.*
5. Матюхіна Ю. А., Мігунова О. Ю. *Екскурсійна діяльність / Ю. А. Матюхіна, О. Ю. Мігунова. – К. : Освіта, 2017. – 224 с.*

**В. А. Красномоєць**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи  
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького,  
м. Черкаси, Україна*

## **ЕКОЛОГІЧНА СЕРТИФІКАЦІЯ В СИСТЕМІ МОНІТОРИНГУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ**

Сьогодні світ переживає безпрецедентні, взаємопов'язані екологічні проблеми, вирішення яких можливе тільки шляхом об'єднання зусиль бізнесу, держави та громадян для розробки загальної концепції ведення підприємницької діяльності, центральним ядром якої є усвідомлення унікальності й вичерпності природного багатства, розуміння складності взаємозв'язків між економічними й неекономічними ресурсами.

Тенденції глобалізації й інтернаціоналізації змушують все більше компаній рухатися шляхом нарощування конкурентоспроможності з урахуванням екологічних параметрів, впливаючи тим самим на решту суб'єктів господарювання.

Індустрія гостинності є однією з найбільших галузей, що залежать від якості навколишнього середовища для забезпечення свого існування. Найчастіше усі заклади розміщення сконцентровані у «важливих» екосистемах. Втім, водночас, їх діяльність часто пов'язана з надмірним споживання енергії, негативним впливом на водні та земельні ресурси, забрудненням повітря, продукуванням великої кількості твердих побутових відходів.

Вирішення екологічних проблем у сучасному суспільстві стає все більш актуальним, що суттєво змінює підходи до формування конкурентних переваг підприємств готельного господарства, принципи й методологію забезпечення їхньої конкурентоспроможності.

Вагомими складником конкурентоспроможності готелю є його екологічність. Екологізація готельних послуг у сучасних умовах набуває великого значення у зв'язку з необхідністю збереження довкілля, зростанням попиту туристів на екологічно безпечні послуги і товари. У багатьох країнах починають працювати екоготелі, що надають клієнтам специфічні послуги, а саме: відсутність електроенергії та водопостачання, опалення виключно натуральною деревиною, незайманий ліс навкруги, будівлі тільки з натурального дерева та інших матеріалів [1].

Ураховуючи моду на екотренди і зростаючий попит на органічні (екологічні) продукти, можна з упевненістю вважати, що екоменю, екологічно сертифікований текстиль і косметичні засоби, що вико ристовуються під час надання послуг, безумовно, підвищать конкурентоспроможність готелю. Такі готелі намагаються використовувати екологічно безпечні матеріали в інтер'єрі та обладнанні, практикувати «безвідходні» технології, пропонувати гостям спеціальну білизну «для алергіків», екологічно чисті продукти і напої в ресторані [2, с. 663].

Дуже часто вибір саме «екологічно привітного» закладу готельного господарства є визначальною конкурентною перевагою у виборі клієнтом та формує стійку перевагу у системі моніторингу готельних послуг.

У загальному розумінні екологізація – це багатоетапний процес неспинного та послідовного запровадження технологічних, інженерних, архітектурних систем, ефективність використання природних ресурсів, що забезпечують стале функціонування і розвиток виробництва, спрямовані на дотримання необхідних санітарно-гігієнічних та

природоохоронних стандартів якості навколишнього середовища та умов проживання [3, с. 435].

Екологізація готельного продукту пов'язана, з одного боку, з необхідністю збереження природного довкілля, з іншого – зі зростанням попиту туристів на екологічно безпечні послуги та товари. Форми прояву екологічності в готельній сфері можуть мати різний прояв: від застосування екологічно чистих та безпечних матеріалів у дизайні та обслуговуванні; сортуванні відходів до повного відтворення еколандшафту в архітектурному рішенні приміщення готелю.

Проблеми екологічності закладів гостинності стали поштовхом до створення організацій екологічної сертифікації готелів. Нині у світі існує ряд організацій, які займаються розробкою і впровадженням системного екологічного менеджменту та екологічної сертифікації готелів: British Airways Holidays (BAH), Certification for Sustainable Tourism (CST), Green Globe, Green Key, HAC Green Leaf, Touristik Union International (TUI), LEED та Green Hotel [4].

Екологізація готельної індустрії нині досить стрімко розвивається як у світі так і в Україні зокрема. Дедалі більше готелів намагаються використовувати екологічно безпечні матеріали в інтер'єрі та обладнанні, застосовувати «безвідходні» технології, використовувати екологічно чисті продукти. Для деяких готелів екологія перетворилась на концепцію їх діяльності, позитивними наслідками якої є скорочення собівартості готельних послуг, підвищення туристичної привабливості готелів та надання їм конкурентних переваг [5, с. 30].

Рівень екологічності готелю визначають спеціальні сертифіковані агенції чи організації. Однією з найпопулярніших програм екосертифікації є програма добровільної міжнародної екологічної сертифікації установ готельного бізнесу «Green key». Вона спрямована на зменшення впливу на навколишнє середовище, сприяння реалізації сталого управління готельним бізнесом, а також на підвищення екологічної інформованості.

«Green key» («Зелений ключ») – міжнародний знак якості, що присуджується готелям за досягнення у сфері захисту навколишнього середовища. Щоб отримати еко-сертифікат, готель має відповідати п'ятдесяти обов'язковим критеріям. Критерії охоплюють 13 напрямів: екологічний менеджмент, інформація для гостей, водоспоживання, енергозабезпечення, прибирання і прання, управління відходами, залучення персоналу, страви та напої, адміністрування, внутрішнє середовище, «зелені» зони, природоохоронна діяльність та корпоративна

соціальна відповідальність [1].

Участь готелів у програмі базується на принципі зменшення негативного впливу на навколишнє середовище без шкоди для комфорту гостей. А одним із пріоритетних критеріїв оцінки «Green key» є екологічний менеджмент.

Офіційними цілями «Зеленого Ключа» є:

- збільшення використання екологічно чистих і стійких методів експлуатації та технологій, і тим самим, зменшення загальної кількості використання ресурсів;
- підвищення інформованості та створення поведінкових змін гостей, персоналі та постачальниках туристичних закладів;
- збільшення використання екологічно чистих та стабільних методів та підвищення обізнаності щодо створення поведінкових змін у сфері гостинності та туризму в цілому.

В Україні програму екологічної сертифікації «Green key» було представлено у 2011 р. громадською організацією «Екологічна ініціатива». І з 2013 року вітчизняні підприємства готельної сфери рейтинуються за означеними екологічними критеріями. У 2013 році наша країна з показником у 15 акредитованих закладів готельної сфери посідала 4 місце в Європі після Франції, Данії та Німеччини [5, .с. 31]. Втім, за останні роки кількість сертифікованих екодружніх засобів розміщення стрімко зменшується. Ґрунтовного пояснення чи ідентифікації причин такого становища в офіційних чи наукових джерел не зазначено, втім, на нашу думку, причинами може бути низький рівень вітчизняної культури екологічного споживання саме в орієнтації на відновлювані джерела енергії та екологічності дій; не усвідомлення вітчизняними готельєрами стратегічних та довгострокових перспектив даної сертифікації; фінансова складова значних витрат на проведення оцінки та інші.

Враховуючи зазначене вище, можна стверджувати, що екологічна сертифікація підприємств готельної сфери з одного боку створює особливі конкурентні переваги, а з іншого зводить до мінімуму негативний вплив на довкілля. Екологічність готелю є вагомим складником його конкурентоспроможності. Екологізація готельних послуг у сучасних умовах набуває великого значення у зв'язку з необхідністю збереження довкілля, зростанням попиту туристів на екологічно безпечні послуги і товари.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. *Official web site of programme Green Key. URL: <http://www.greenkey.global/green-key-sites> (last accessed: 05.04.2019).*

3. Загорянська О. Л. Оцінка конкурентоспроможності екологічних готелів у сучасних умовах господарювання. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Вип. 22. С. 662-668
4. Тарасова В. В. Комплексна оцінка екологізації економіки та екологічності виробництва. Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. 2012. № 2(2). С. 433-442. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhnau\\_2012\\_2\(2\)\\_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhnau_2012_2(2)_47). (дата звернення 05.04.2019).
5. Екологічна сертифікація для туристичного бізнесу URL: <https://ecolabeling.wordpress.com> (дата звернення 05.04.2019).
6. Паук О. Є. Інноваційні напрями розвитку готельного господарства України: екологізація засобів розміщення. Науковий вісник НЛТУ України. 2016. Вип. 26.2. С. 29-32. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu\\_2016\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2016_26). (дата звернення 05.04.2019).

**І.С. Разін,**

*студент 959 групи*

*кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

**В.М. Зігунов**

*кандидат педагогічних наук, доцент,*

*доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,*

*м. Суми, Україна*

## **БІЗНЕС – ПЛАНУВАННЯ У СФЕРІ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Нині в Україні простежується поступовий, впевнений перехід від нецивілізованих форм бізнесу до сучасних міжнародних форм з використанням методів і засобів бізнес – планування. Бізнес – планування є необхідною передумовою для досягнення високого результату підприємницької діяльності, створення умов, котрі забезпечують платоспроможність та фінансову стійкість підприємства, цей процес дозволяє виконувати цілий комплекс завдань підприємства: визначення потреб в інтелектуальних ресурсах, а також фінансових, матеріальних і трудових потребах, мобілізацію джерел їх отримання, оцінювання очікуваної ефективності використання зазначених ресурсів. Саме бізнес – планування дає змогу сформувати організаційно – економічний механізм інвестиційної (інноваційної) діяльності підприємства.

Висвітлення проблеми бізнес – планування є в роботах вчених – економістів : М. Алексєєва [1], Д. Батлера, С. Голякова, О .Кузьміна, В. Кучеренка, Ю. Лернера, А. Максютова, В. Павлова, К. Пивоварова, В. Попова, В. Чичуна [2], В. Ясинського.

При переході України до ринкових відносин підвищується роль планування економічної діяльності, адже економічні зміни дали поштовх для розвитку підприємництва. У пошуках можливостей входу на нові ринки підприємництва зіткнулися з необхідністю ретельного розрахунку та вміння передбачати своє майбутнє. Оптимальним варіантом досягненням таких цілей в нових економічних умовах господарювання є бізнес планування.

Закордонна практика управління підприємствами, що досягла значних успіхів у бізнесі, серед безлічі застосовуваних методів менеджменту використовує бізнес планування. Дослідження діяльності закордонних фірм показує, що причиною більшості банкрутств компаній є прорахунки та відсутність бізнес планування. Проте використання бізнес планування для вироблення і обґрунтування рішень з управління українських підприємствах – це, скоріше, виняток, ніж правило. Законодавством України на сьогоднішній день розробка бізнес планування не є обов'язковою. Останній є новим документом для більшості українських підприємств [1, с. 115]. Спроби закріпити вимоги до бізнес планування наказом Міністерства економіки №290 від 06. 09. 2006р. «Про затвердження методичних рекомендацій з розроблення бізнес планування підприємства» залишається лише проектом. Але, незважаючи на це, існують загальні рекомендації для проектів, фінансування котрих передбачається за рахунок зовнішніх джерел по відповідних національних і міжнародних стандартах. Найпоширеніші стандарти у бізнес плануванні розроблені Європецьким банком реконструкції та розвитку (ЄБРР), організацією United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), та консалтинговою компанією KPMG [4].

Узагальнюючи досвід підприємницької діяльності в зарубіжних країнах, можна стверджувати, що сьогодні існує широкий вибір програмних продуктів, призначенням яких є розроблення бізнес - планів. Часто застосовують пакети прикладних програм, наприклад, таких як: COMFAR (Computer model for reporting), і PROPSPIN (Project profile screening and preappraisal information system), створені при ЮНІДО – Комісії Організації Об'єднаних Націй з промислового розвитку; пакет «Альт - інвест» фірми «Альт» Санкт – Петербург і пакет «Project Expert» фірми «Про - Інвестор Консалтинг» Пакети прикладних програм типу «Microsoft Project» «Time Line» і «Primavera» призначені для розроблення календарного плану робіт і сіткового проекту.

Проте розробка бізнес-планів і ведення діяльності в руслі постійного бізнес планування з урахуванням усіх нюансів цього поняття (постійний

моніторинг ринку, стану конкурентного середовища, склад планів для впровадження будь – яких змін і т. д.) на вітчизняних підприємствах на відчутній відстані від європейських практик розвинених країн. Багато підприємців, які опрацювали багато зарубіжних видань з розробки бізнес-планів і намагаються дотримуватись рекомендацій, викладених у них, стикаються з нерозглянутими в них, та й невідомими на Заході труднощами. На відміну від Західних країн, ділове планування в Україні має ряд особливостей [2, с. 59].

Існує ряд характерних проблем бізнес планування на підприємствах України. До них можна віднести не чітко визначені цілі проекту, нераціональність у пошуку та вибір альтернативних рішень; недостатня чіткість у розподіленні відповідальності за проект; недостатня укомплектованість команди планування і керування кваліфікованим персоналом; недооцінка ризиків по відношенню результатів в діяльності, термінів, витрат; недостатній аналіз існуючого стану й обґрунтування вимог до проекту, що не дозволяють розкрити всіх проблем, чітко визначити потреби в зміні стану системи і підготувати необхідну інформацію для прийняття рішення. Використовуються застарілі техніко – економічні показники (витрати, терміни, розрахунки), хоч для нових проектів їх остаточна вірогідність може бути одержана тільки шляхом аналізу вже завершених проектів[3].

Бізнес планування за умови належного його здійснення вимагає долучити фахівців багатьох галузей знань: менеджерів, маркетологів, економістів, фінансистів, які повинні здійснювати ефективну інвестиційну політику, маркетингову та економічну діяльність. Бізнес - планування вимагає, щоб менеджмент був «збалансованим». Персонал кожного підрозділу управління повинен вирішувати проблеми, тісно взаємодіяти і бути придатним впливати на конкретні рішення.

Отже, процес бізнес планування в Україні стикається з істотними проблемами, що пояснюється не стабільністю економічної і правової сфери в середині країни. Для вирішення цих проблем і підвищення ефективності бізнес планування в перспективі, необхідно забезпечити:

- Підтримку з боку держави (законодавча база, інформаційне забезпечення, консультаційні послуги);
- Ефективну інвестиційну політику;
- Орієнтацію на суперництво за ринки збуту продукції підприємства;
- Ефективність ведення обліку;
- Впровадження механізму страхування ризиків неповернення кредитів взятих на інвестиційну діяльність.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Планування діяльності фірми: навч. -метод. посібник / Алексєєва М. М. – К. : Фінанси і статистика, 2011. – 248 с.
2. Чичун В. А., Паламарчук В. Д. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності // Соціум. Наука. Культура. – 2010. – 21(18). – 86с. – С. 58-63.
3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ПРЕЗЕНТАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНІВ / О. В. Короткова, д. е. н., доцент кафедри фінанси та кредит, Інститут економіки та управління, РВНЗ «Кримський гуманітарний університет», м. Ялта, стаття надійшла до редакції 14.06.2013 р.
4. <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0327731-11>

**Ю. В. Сікірда**

*кандидат технічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту, економіки, права та туризму,  
Льотна академія Національного авіаційного університету  
м. Кропивницький, Україна*

**В. А. Соколовський**

*старший викладач кафедри менеджменту, економіки, права та туризму,  
Льотна академія Національного авіаційного університету  
м. Кропивницький, Україна*

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ РОБОТИ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ

Індустрія рекреації та туризму є надзвичайно залежною від мінливості потреб споживачів, що суттєво впливає на необхідність пристосування туристичних підприємств до сучасних реалій та більш активно впроваджувати сучасні інформаційні технології. Їх впровадження є основою підвищення ефективності технології, організації та управління туристичним підприємством для підвищення його конкурентоспроможності. Система ІТ у туризмі охоплює інформаційні системи менеджменту, глобальні системи бронювання, системи он-лайн бронювання для туроператорів та турагентів, що забезпечують перш за все виробничі процеси, а також різноманітні збутові, рекламні, PR, обслуговуючі та інші прикладні засоби електронної комерції та маркетингу (рис.1).

Виходячи з названих напрямків інформаційних технологій, найбільш суттєво на автоматизацію виробничих процесів та спрощення співпраці туроператорів, турагентів і постачальників окремих туристичних послуг впливають глобальні системи дистрибуції (GDS), автоматизовані системи управління туристичними підприємствами та спеціалізовані системи он-лайн бронювання.



*Рис. 1 Структура інформаційних технологій в туризмі*

Завдяки використанню ресурсів персонального комп'ютера та каналів зв'язку було дано перший поштовх до всесвітньої інтеграції баз даних та внутрішніх систем бронювання. На ринку туристичних послуг почали з'являтися глобальні дистриб'юторські системи – Amadeus, Galileo, Sabre та інші, які пропонували туристичним компаніям можливість бронювання та доступ до баз даних постачальників туристичних послуг по всьому світу. Користувачі глобальних комп'ютерних систем бронювання (GDS) або партнери великих зарубіжних мегаоператорів, що використовують на своїх сайтах інтернет-системи бронювання, які побудовані на фірмовому програмному забезпеченні, – API у Amadeus, Travel Select, Trip Manager у Worldspan, і XML Select у Galileo. В даний час близько 90% ринку по бронюванню послуг займають чотири системи GDS: Galileo/Apollo, Amadeus/SystemOne, WorldSpan/Abacus, Sabre/Fantasia [2; 6]. В останні кілька років сформувалась тенденція до динамічного формування туристичних пакетів у вітчизняних туристичних операторів на базі GDS в режимі реального часу, що значно спрощує розширення асортименту турпродуктів компанії без суттєвих затрат [9].

Удосконалення програмного забезпечення взаємодії між туроператором та турагентом від роботи в системі офф-лайн, в якій Інтернетом користуються лише для передачі заздалегідь заповнених заявок по e-mail, до роботи в режимі реального часу, коли заявки, оформлені та збережені в програмному забезпеченні турагента, автоматично потрапляють в базу даних туроператора відбулось завдяки розвитку автоматизованих систем для турфірм та систем он-лайн бронювання. Загальними особливостями АСУ є автоматизація процесів планування, обліку і управління основними напрямками діяльності туристичної фірми. Тому загалом їх можна розглядати як інтегровану сукупність таких підсистем, як управління фінансами, матеріальними потоками, обслуговуванням, персоналом, збутом, маркетингом, аналізом

фінансових потоків, оборотними коштами туристичної фірми і т. д.

В роботі туристичних підприємств використовується різноманітне програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати роботу персоналу та керівництва турфірми. Для прикладу можна навести програмне забезпечення для комплексної чи галузевої автоматизації підприємств, що розробляється групою компаній «Парус», яке охоплює фінансові, бухгалтерські, юридичні, логістичні, управлінські, маркетингові готельно-ресторанні та туристичні модулі. Більшість продуктів групи компаній «Парус» – це доволі прості та зручні, повнофункціональні системи, що дозволяють автоматизувати усі облікові та управлінські задачі, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу. В базі даних зібрано ряд нормативних документів, що регламентують порядок оподаткування фізичних та юридичних осіб, ведення бухгалтерського обліку, зовнішньоекономічної діяльності та стосуються інших аспектів діяльності турпідприємства [7]. Серед спеціальних продуктів компанії для туризму, варто відзначити «Парус-Турагентство» – система, що дозволяє вести деталізований облік параметрів клієнта, вести облік особистих даних, враховувати параметри квитків на різні види транспорту, здійснювати візову підтримку, формувати рахунки, угоди та платіжні документи, вести облік розрахунків з клієнтами та здійснювати інші операції.

В роботі турфірм також активно використовуються програмні комплекси САМО-Тур, Майстер-Тур, ТіТБіТ, Оверія-туризм та інші. Більшість цих компаній, крім комплексної автоматизації окремих туроператорів, пропонують системи он-лайн бронювання, а також супутні партнерські програми для агентів. У випадках, коли використовується система он-лайн бронювання, після відправки заявки турагент може одразу прослідкувати її стан. Така система зручна для зв'язку туристичних підприємств, що знаходяться в різних часових поясах, економить час та ресурси турагента.

САМО-Тур – продукт компанії САМО-Софт, призначений для автоматизації туроператорської діяльності. Дозволяє формувати турпакет з послуг постачальників, розраховувати прайс-листи, вести облік проданих турів, платежів за них, взаєморозрахунків з постачальниками. При цьому ведеться контроль обмежених послуг та готується повний пакет документів для туриста. Програма містить більше ніж 200 готових форм різноманітних документів. Здійснюється обмін даними з програмними комплексами САМО-ТурАгент та SAMO-Incomming [8]. САМО-ТурАгент – програма, призначена для автоматизації турагентств. Дозволяє вести базу даних по заявкам клієнтів, взаєморозрахункам з туристами та

туроператорами, оформляти друковані документи. Програма дозволяє підтримувати налаштування та поповнення систем звітів, вести облік телефонних дзвінків. Взаємодіє з програмними комплексами, що підтримують формат TravelXML. Дозволяє використовувати пропозиції різних систем пошуку та бронювання.

Найчастіше українськими туроператорськими компаніями використовується система он-лайн бронювання «САМО-Тур». Серед найвідоміших компаній 1000 dorog, Alf, Anex Tour, Aristeya, Center, Delta Travel, Feerie, Gal-Cruise, Hispatour, JoinUp, Lik Tour, Lubosvit, Orbita, Pegas Touristik, Siesta, Tez Tour, Tour Leader, Tourist Club, Widerstrahl та інші.

Другою за популярністю серед туроператорів системою он-лайн бронювання є «Мастер-тур», який використовують Veditourgrouр-Україна, Alma-Tour, Вест Тревел Груп, Гамалія, Travel Professional Group, Адрія Хіт Груп, Тайкі Турс, Албіз-тур, Татур, Альянс, Музенідіс Тревел, Оазис, Валанта тощо. Майстер-Тур – продукт компанії Мегатек, що охоплює всі аспекти діяльності турфірми: від створення прайсів і каталогів, до реалізації турпродукту, від розрахунку реальної собівартості до ведення взаєморозрахунків з постачальниками, від оперативного обліку до управлінського. Надає можливість доступу до інформації про кожен тур, про кожного клієнта, про кожного партнера і взаєморозрахунки; забезпечує точність у виконанні калькуляцій туру; дозволяє легко заповнювати стандартні форми документів. Використовується в роботі менеджерів більше 800 компаній в 23 країнах при створенні та продажі туру, касирів, візового і чартерного відділів і відділу бронювання, економіста, бухгалтера, маркетолога, фінансового директора, генерального директора [3]. За аналогією з САМО-Тур, для агентів-партнерів наявний продукт «Майстер-Агент», що допомагає швидко оформляти заявки, автоматично формувати і друкувати безліч документів - листи бронювання, путівки, договори тощо.

Найвідомішими користувачами системи ТіТБіТ серед туроператорів України є: Сіта, Аста, ТК Велт, НьюЛоджик, Сага, Пілон, Алмаріс, Dream travel, ОК travel, Індіан Холідей і т.д [10].

Програмний комплекс Оверія-туризм використовують в своїй діяльності загалом більше 200 компаній, серед яких Kvim-travel, Міст-тур, Макінтур, Трайдент, Укрєвротур, Санторіні, Фіджі-воаяж та інші [5].

Розвиток комп'ютерних інформаційних систем та телекомунікаційних технологій призвели до формування досить різноманітних ІТ систем, які вже активно використовуються в туризмі і помітна тенденція для їх подальшого поширення серед усіх суб'єктів турбізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Артеменко О. І. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень / О.І. Артеменко, В.В. Пасічник, В. В. Єгорова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. - 2015 - №814. – С. 3-22.
2. Козловський Є.В. Особливості використання сучасного програмного забезпечення для автоматизації роботи туристичних підприємств / Є.В. Козловський // Географія та туризм. – 2017. – № 38. – С. 23-32.
3. Мегатек. Офіційний сайт. – Режим доступу: <https://www.megatec.kiev.ua/>. – Назва з екрану.
4. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С.В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № №2(6). – С. 129-138.
5. Оверія-Туризм. Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://overia-tourism.com>. – Назва з екрану.
6. Папп В.В., Ольшаківська Г. В. Роль інтернет-проектів у діяльності суб'єктів туристичного ринку / В. В. Папп, Г. В. Ольшаківська // тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туризм і рекреація: наука, освіта, практика» (24 квітня 2018 року) – Мукачєво: РВВ МДУ, 2018. – С. 123–127.
7. Парус. Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://parus.ua>. – Назва з екрану.
8. САМО-Квантор. Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://samo-kvantor.com.ua>. – Назва з екрану.
9. Соколовський В. А. Динамічне пакування та бронювання як інноваційний інструмент практичної діяльності менеджерів з туризму / В. А. Соколовський // Управління високошвидкісними рухомими об'єктами та професійна підготовка операторів складних систем: VII міжн. наук.-практ. конф., Кропивницький, 2018 р.: тези доповідей. – Кропивницький.: ЛА НАУ, 2018. – С.457-460.
10. Тітбіт. Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.titbit.com.ua>. – Назва з екрану.

**М.С. Харченко,**

студентка 4 курсу

кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,

М. Суми, Україна

**В.М. Зігунов**

кандидат педагогічних наук, доцент;

доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного сервісу,

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,

м. Суми, Україна

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

*Актуальність теми.* В сучасних умовах інформатизації та комп'ютеризації швидкий розвиток туристичного бізнесу вимагає нового підходу до обробки інформації і процесу прийняття рішень. Діяльність організаційних систем в туристському бізнесі, супроводжується процесом

генерації великого обсягу інформації та вимагає оперативної обробки даних для прийняття рішень, може ускладнюватися цілою низкою чинників, таких як передача неповної, неточної або помилкової інформації, мінливість характеристик і умов функціонування самих систем, наявність людського фактора, участь людей, що володіють свободою дії.

Аналіз існуючого програмного забезпечення для туристських підприємств показує, що переважна маса програм надає можливість для введення, редагування та зберігання інформації про тури, готелі, клієнтів, розклад транспортних засобів і надходження заявок. Всі вони без винятку дають можливість друкування безліч різних документів - від анкет, ваучерів і списків туристів до опису готелів, турів і т.д.

Більшість програмних продуктів дозволяють контролювати оплату турів, друкувати платіжні документи, вести облік місць у готелі, на транспорті. Однією з важливих функцій подібних програм є також автоматичний розрахунок вартості турів з урахуванням індивідуальних і групових знижок, комісійних, курсів валют і інших чинників.

Що ж стосується такого важливого напрямку у використанні сучасних комп'ютерних технологій, як аналіз діяльності фірми, допомога в прийнятті рішень, то слід зазначити, що системи такого роду ще не знайшли належного застосування, хоча їх створення є, безумовно, актуальним.

*Предметом дослідження* даної роботи є інформаційні технології та роль їх використання в фірмах на рику туристичного бізнесу.

*Мета:* дослідити та проаналізувати інформаційні технології та їх роль в туристичних фірмах.

*Об'єкт дослідження:* використання інформаційних технологій на сучасному етапі розвитку галузі туризму.

**Інформаційні технології (ІТ)** - це сукупність прийомів, методів та засобів послідовного якісного перетворення інформації на таких етапах інформаційних процесів, як збирання, передавання, зберігання, обробка, накопичення. Інакше кажучи, інформаційна технологія - це алгоритм перетворення інформації з використанням сучасної комп'ютерної техніки

Індустрія туризму за останні два-три десятиліття зазнала величезного впливу науково-технічного прогресу. Нині навіть «дрібні» турагенти чи туроператори використовують обчислювальну техніку для автоматизації як основних, так і допоміжних функцій.

Сфера туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних інформаційних технологій. Для неї потрібні системи, які у найкоротший термін надають відомості про доступність транспортних засобів і

можливості номерного фонду, забезпечують швидке резервування, внесення коректив, вивільнення засобів і автоматизацію вирішення допоміжних задач при наданні туристичних послуг; паралельне формування таких документів, як квитки, рахунки і путівники, забезпечення розрахунковою і довідковою інформацією.

Усі ці функції комп'ютерних систем тією чи іншою мірою доступні для турагентств, які можуть або використовувати ізольований режим роботи, або взаємодіяти з контрагентами у застосуванні мережних і телекомунікаційних засобів обробки інформації.

Туроператорські системи призначені для автоматизації діяльності турфірм із формування і реалізації турпродукту споживачеві. Сучасні програмно-технічні системи за технологічно-топологічними ознаками можна умовно поділити на три класи:

- 1) системи, створені в середовищі локальних обчислювальних мереж, які забезпечують діяльність підрозділів туристичних фірм, розташованих в одній будівлі, без автоматизації їхньої зовнішньої взаємодії з використанням інформаційних каналів. Мережевий варіант побудови припускає одночасне звернення до центральної бази (чи баз, у тому числі з описом турпродукту) декількох користувачів, які працюють із різних автоматизованих робочих місць. Бази даних розташовуються на центральній, досить могутній, мережевій машині – сервері, доступ користувачів з їхніх автоматизованих робочих місць забезпечується мережевим устаткуванням і мережевою математикою, яка входить у стандартний набір мережевого забезпечення;
- 2) системи, які включають можливості програмних комплексів, описаних у п. 1, але додатково до них реалізується модемний зв'язок туроператора в пакетному режимі з відділами реалізації турпродукту чи турагентствами, а в окремих випадках – із постачальниками послуг, розташованими в інших районах (регіонах);
- 3) туроператорські системи, які базуються на використанні чинних чи новостворюваних глобальних телекомунікаційних мереж. У цьому разі основні файли (бази даних) про турпродукт тієї чи іншої фірми розміщуються в інформаційних центрах (вузлах) глобальної мережі, і для всіх користувачів мережі реалізується віддалений доступ до них у режимі он-лайн [5].

На сьогоднішній день, за яскраво вираженої невизначеності, стохастичності зовнішнього середовища необхідною властивістю турфірми виступає її здатність до адаптації. Висока надійність і забезпечення стійкості – один з фундаментальних принципів її

функціонування. З урахуванням конкретних умов для кожної турфірми, необхідно розробляти і впроваджувати комплексні автоматизовані системи, що концентрують у собі сукупність організаційних, режимних, технічних і інших можливостей спрямованих на досягнення достатнього рівня економічної ефективності і безпеки ведення бізнесу.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій привів до того, що за останні кілька років у сервісному секторі економіки стали широко застосовуватися найрізноманітніші інформаційні технологічні рішення. Інформаційне управління пов'язане з бурхливим розвитком технологій, що забезпечують швидкі й ефективні методи передачі, обробки, збереження й одержання інформації.

Автоматизація різних процесів досягається шляхом інтеграції різних інформаційних технологій, метою яких є підвищення ефективності і продуктивності роботи працівників турфірми, і дає величезні потенційні можливості для підвищення ефективності управління турфірмою. Істотним елементом, від якого, буде залежати надійне функціонування всієї операційної системи турфірми, є інформаційний центр, що забезпечить об'єднання процесів постачання, споживання і виробництва, перетворюючи їх у єдину високоефективну систему. Це дозволить в умовах швидкої зміни потреб і бажань клієнтів на ринку туристичних послуг оперативно і гнучко адаптувати операційну систему (рух трудових, інформаційних, матеріальних і фінансових потоків) під індивідуальні потреби різних сегментів клієнтів. Також це надасть можливість мінімізувати витрати на виробництво послуг і дозволить істотно скоротити час обслуговування і доставки товарів, прискорити процес одержання інформації різними службами і підвищити рівень сервісу.[1;2]

Отже, успішне функціонування фірми на ринку туристського бізнесу практично немислимо без використання сучасних інформаційних технологій. Специфіка технології розробки та реалізації турпродукту вимагає таких систем, які в найкоротші терміни надавали б відомості про доступність транспортних засобів та можливості розміщення туристів, забезпечували б швидке резервування та бронювання місць, а також автоматизацію рішення допоміжних завдань при наданні турпослуг (паралельне оформлення таких документів, як квитки, рахунки і путівники, забезпечення розрахунковою і довідковою інформацією та ін.) Це досяжно за умови широкого використання в туризмі сучасних комп'ютерних технологій обробки і передачі інформації.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Буряк Л.Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: Навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2002.
2. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2000.
3. Weststudents [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://weststudents.com.ua/glavy/91776-rozdl-15-nformatsyn-tehnolog-v-mjnarodnomu-turizm>.
4. Студопедія. Сутність інформації та види інформаційних технологій у туризмі [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://studopedia.org/7-97334.html>
5. Навчальні матеріали онлайн. Інформаційні технології у міжнародному туризмі [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https://pidruchniki.com/16381204/turizm/informatsiyi\\_tehnologiyi\\_mizhnarodnomu\\_turizmi](https://pidruchniki.com/16381204/turizm/informatsiyi_tehnologiyi_mizhnarodnomu_turizmi)

**В. В. Ципко**

*доктор педагогічних наук, доцент, старший науковий співробітник  
завідувач кафедри «Туризм»,  
Національний транспортний університет  
м. Київ, Україна*

## МЕТОДИЧНА МОДЕЛЬ ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ ДІЛОВИМ ВИДОМ ТУРИЗМУ»

Підготовка фахівців для сфери туризму є важливою складовою сучасної системи професійної вищої освіти. Вагомим аспектом розвитку навчальної дисципліни «Управління діловим видом туризму» – є її методичні принципи, скеровані на вирішення навчально-виховних завдань вищої освіти.

Методи навчання – є одним з найважливіших компонентів навчального процесу, без відповідних методів діяльності неможливо реалізувати цілі та завдання процесу навчання і досягнути відповідних результатів. Саме тому, варто розглянути методичну модель практичного заняття з навчальної дисципліни «Управління діловим видом туризму», яка впроваджується у процесі підготовки майбутніх фахівців туристичної галузі, як одного із видів навчальних занять у вищих закладах освіти.

Формування методичної моделі практичного заняття з навчальної дисципліни «Управління діловим видом туризму» сприятиме процесу навчання студентів принципам управління ділового туризму та підготовці майбутніх компетентних фахівців туристичної галузі.

Отже, проаналізуємо технологію проведення практичного заняття студентам IV курсу груп ТР-1,2 з навчальної дисципліни «Управління діловим видом туризму» на тему: «Характеристика, роль та значення ділового туризму».

Для підготовки до заняття студентам заздалегідь запропоновано ознайомитись з основною і додатковою літературою і навчально-методичними посібниками за темою заняття.

#### **План заняття:**

1. Загальна характеристика ділового туризму.
2. Принципи класифікації ділового туризму.
3. Особливості географічного розподілу бізнес поїздок.

У вступній частині заняття важливо проаналізувати знання та уявлення студентів. Після невеличкого вступного слова, викладач пропонує студентам пригадати ключові терміни і поняття цього змістового модулю: терміни «діловий туризм» і «business travel»; предмет та об'єкт ділового туризму; структуру ділового туризму; ціль здійснення ділових подорожей; географію ділового туризму. За допомогою бесіди актуалізуються знання студентів про особливості виникнення, формування та розвиток «Ділового туризму» як самостійної сфери наукового знання та визначається місце ділового туризму в сучасному суспільстві.

Важливою складовою заняття є прослуховування та обговорення результатів групової дискусії у якій беруть участь студенти, питання до дискусії були відомі їм заздалегідь. Враховуючи те, що кожна з малих груп обирає собі запитання обговорюють його і представляють результати обговорення у загальному колі. Інші групи студентів можуть поставити їм запитання.

#### **Питання для дискусії:**

1. Охарактеризуйте предметну область навчальної дисципліни «Управління діловим видом туризму» та її актуальність.
2. Обґрунтуйте загальнонаукові принципи, на яких базуються знання з ділового туризму.
3. Вискажіть свою позицію, яке місце сьогодні займає діловий туризм у системі туризмознавчого знання?
4. Як Ви вважаєте, який взаємозв'язок ділового туризму із соціально-політичними, економічними, та інженерно-технічними науками?
5. Визначте поняття «діловий туризм», його фундаментальні ознаки та цілі, які з них є найважливішими сьогодні?

У наступній частині практичного заняття викладач пропонує студентам повернутись до сусіда або сусідки і визначити разом спільні для них відповіді на 1-4 питання для самоконтролю.

1. Охарактеризуйте діловий туризм, як складову туризму.
2. Розкрийте особливості ділового туризму в сучасному суспільстві.
3. Назвіть і охарактеризуйте основні етапи розвитку ділового туризму.
4. Визначте суспільно-політичну та професійну компоненти ділового туризму.
5. Які тенденції притаманні сучасному стану ділового туризму?
6. Проаналізуйте перспективи розвитку цього виду туризму в світі?
7. Яка географічна особливість сучасного ділового туризму?

У заключній частині практичного заняття, викладач пропонує студентам дати відповіді на тестові питання до цього змістового модулю для закріплення опрацьованого ними навчального матеріалу.

**1. Який вид туризму передбачає обслуговування клієнта під час виконання ним професійних обов'язків за місцем проживання та в інших регіонах?**

- а) автомобільний;
- б) пізнавальний;
- в) науковий;
- г) діловий.

**2. Що не належить до сфери ділового туризму ?**

- а) відвідування конференцій;
- б) відвідування історичних місць;
- в) відвідування семінарів;
- г) проведення корпоративних заходів.

**3. Наявність чого не обов'язкова для ділового туризму при готельних комплексах ?**

- а) пізнавальної програми;
- б) спеціальних залів;
- в) обладнань для зв'язку;
- г) приміщень для ведення переговорів.

**4. До основних цілей здійснення ділових подорожей не відноситься:**

- а) навчання співробітників;
- б) інспекція роботи представництв і філій;
- в) проведення зустрічей і переговорів з партнерами;
- г) накопичення досвіду.

**5. За класифікацією до складу ділового туризму не належить:**

- а) поїздки спортивних команд на змагання;

- б) виставки;
- в) караванінг;
- г) експедиції.

**6. Яка країна є лідером ділового туризму?**

- а) США;
- б) Франція;
- в) Німеччина;
- г) Велика Британія.

**7. Яке місто сьогодні у світі є лідером ділового туризму?**

- а) Київ;
- б) Сінгапур;
- в) Лондон;
- г) Берлін.

**8. Яка країна є основним «постачальником» ділових туристів в Європі?**

- а) США;
- б) Австралія;
- в) Німеччина;
- г) Велика Британія.

**9. Головною метою найперспективніших напрямів сучасного ділового туризму – є:**

- а) цікава подорож;
- б) відпочинок за рахунок фірми ;
- в) поїздка за новими можливостями для свого бізнесу;
- г) побувати на виставці чи семінарі [1].

Підводячи підсумок практичного заняття, викладач оцінює участь кожного студента під час заняття відповідними балами.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Ципко В. В. Методичні вказівки до практичних занять та перелік запитань і завдань для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Управління діловим видом туризму» напряму підготовки 6.140103 – «Туризм» - Київ НТУ, 2017. – 24 с.

**Наукове видання**

**ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ:  
ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

**Матеріали  
Міжнародної науково-практичної  
конференції**

18 – 19 квітня 2019 року

Комп'ютерна верстка *С.П. Цьома*

Підп. до друку 16.04.2019.

Формат 60x84/16. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 10,58.

Ум. фарб.-відб. 10,58. Обл.-вид. арк. 9,89.

Тираж 100 пр. Вид. № 42.

Видавець і виготовлювач:

ФОП Цьома С.П. 40002, м. Суми, вул. Роменська, 100.

Тел.: 066-293-34-29.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

серія ДК, № 5050 від 23.02.2016.